

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME VE KALİTE YÖNETİMİ

**ARAŞTIRMA SEKTÖRÜNDE ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ÜZERİNE BİR
ÇALIŞMA**

Yüksek Lisans Tezi

BURCU EGÜZ

İstanbul, 2017

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME VE KALİTE YÖNETİMİ

**ARAŞTIRMA SEKTÖRÜNDE ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ÜZERİNE BİR
ÇALIŞMA**

Yüksek Lisans Tezi

BURCU EGÜZ

Danışman: PROF. DR. HAKAN YILDIRIM

İstanbul, 2017



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

İŞLETME Anabilim Dalı SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME VE KALİTE YÖNETİMİ
Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi BURCU EGÜZ'nin ARAŞTIRMA
SEKTÖRÜNDE ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA adlı tez çalışması,
Enstitümüz Yönetim Kurulunun 02.03.2017 tarih ve 2017-5/47 sayılı kararıyla oluşturulan jüri
tarafından oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 29.03.2017

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

1. Tez Danışmanı	Prof. Dr. HAKAN YILDIRIM	
2. Jüri Üyesi	Doç. Dr. BİGE AŞKUN YILDIRIM	
3. Jüri Üyesi	Doç. Dr. FATMA NOYAN TEKELİ	

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı	: Burcu Egüz
Anabilim Dalı	: İşletme
Programı	: Sürdürülebilir Büyüme ve Kalite Yönetimi
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Hakan Yıldırım
Tez Türü ve Tarihi	: Yüksek Lisans – Şubat 2017
Anahtar Kelimeler	: Çalışan Memnuniyeti, Araştırma Sektörü

ÖZET

Çalışan memnuniyeti günümüz şartlarında oldukça önemlidir. Bu noktada firmalar, hem çalışan memnuniyetini hem de müşteri memnuniyetini ön planda tutarak gerekli iyileştirmeleri yapmalıdır. Bu çalışmadaki amaç da araştırma sektöründe çalışan bireylerin memnuniyet seviyelerinin belirlenerek gerekli iyileştirmelerin yapılmasıdır. Bu amaçla da demografik değişkenlerin uygulanan anketten elde edilen faktörlere göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde sektör hakkında gerekli bilgilendirme ve detaylar verilmiş, ikinci bölümde çalışan memnuniyeti kavramı ve önemi, motivasyon teorilerine göre çalışan memnuniyeti ve çalışan memnuniyetini etkileyen faktörler anlatılmış, üçüncü bölümde ise araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda sonuçlar değerlendirilmiş ve öneride bulunulmuştur.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Burcu Egüz
Field : Business Administration
Programme : Sustainable Growth and Quality Management
Supervisor : Prof. Dr. Hakan Yıldırım
Degree Awarded and Date : Master – February 2017
Keywords : Employee Satisfaction, Research Sector

ABSTRACT

Employee satisfaction is very important in today's conditions. At this point companies should do necessary improvements both employee satisfaction and customer satisfaction by giving priority. The purpose of this study is that persons working in the researching sector should be determined level of satisfaction and be done necessary improvements. For this purpose, according to the reached factors with survey results that was being investigated whether demographic variables are differed or not.

The first part of researching was information about researching sector and details, the second part was explained employee satisfaction and importance, motivation theories according to employee satisfaction and factors affecting employee satisfaction, the third part was data obtained as a result of research, evaluations of them and proposal.

ÖNSÖZ

Çalışmamın her aşamasında sonsuz desteğini benden hiçbir zaman esirgemeyen sevgili hocam Prof. Dr. Hakan Yıldırım'a, çalışmamdaki verilerin ve kaynakların sağlanmasında Gamze Özcan'a ve her zaman yanımda olan annem ve babama sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	ii
ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLO LİSTESİ	vii
ŞEKİL LİSTESİ	ix
BİRİNCİ BÖLÜM	2
ARAŞTIRMA SEKTÖRÜ	2
1.1.Araştırma Sektörü Kavramı	2
1.1.1.Kalitatif Araştırma	2
1.1.2.Kantitatif Araştırma	3
1.1.3.Pazar Araştırması	4
1.1.3.1.Masa Başı Araştırma	5
1.1.3.2.Piyasa Araştırması	7
1.1.3.3.Tüketici Araştırması	8
İKİNCİ BÖLÜM	10
ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ	10
2.1.Çalışan Memnuniyeti Kavramı	10
2.2.Çalışan Memnuniyetinin Önemi	11
2.3.Motivasyon Teorilerine Göre Çalışan Memnuniyeti	12
2.3.1.Kapsam Teorileri	12
2.3.1.1.Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	12
2.3.1.2.Herzberg'in Çift Faktör Teorisi	14
2.3.1.3.ERG Yaklaşımı	15
2.3.2. Süreç Teorileri	16
2.3.2.1.Davranış Şartlandırma Teorileri	16
2.3.2.2.Bekleyiş Teorileri	17
2.4.Çalışan Memnuniyetini Etkileyen Faktörler	21
2.4.1.Cinsiyet ve Medeni Durum	21
2.4.2.Yaş	22
2.4.3.Eğitim Durumu	22
2.4.4.Ücret	23
2.4.5.Çalışma Ortamı ve İş Yüğü	24
2.4.6.Deneyim Süresi ve Statü	26
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	27

ARAŞTIRMA	27
3.1.Araştırmanın Konusu.....	27
3.2.Araştırmanın Amacı.....	27
3.3.Araştırmanın Evreni.....	27
3.4.Araştırmanın Metodolojisi.....	27
3.5.Tanımlayıcı İstatistiklerin Hesaplanması.....	28
3.5.1.Frekans ve Yüzde Dağılımı	29
3.5.2.Faktör Analizi	33
3.6.Hipotezler.....	36
3.6.1.Hipotezlerin Belirlenmesi	36
3.6.2.Hipotezler, Hipotezlerin Analizi ve Yorumlanması	37
SONUÇ	60
EKLER	63
EK 1: ÇALIŞMA ORTAMI ETKİSİ – SEKTÖRDEKİ DENEYİM SÜRESİ İLİŞKİSİ POST-HOC SONUÇLARI	64
EK 2: İŞ YÜKÜ ETKİSİ – YAŞ İLİŞKİSİ POST-HOC SONUÇLARI	65
EK 3: İŞ YÜKÜ ETKİSİ – STATÜ İLİŞKİSİ POST-HOC SONUÇLARI	66
EK 4: İŞ MEMNUNİYETİ ETKİSİ - STATÜ İLİŞKİSİ POST-HOC SONUÇLARI	67
EK 5: ARAŞTIRMA KAPSAMINDA KULLANILAN ANKET FORMU	68
KAYNAKÇA	70

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler.....	29
Tablo 2. Rotated Component Matrix	34
Tablo 3. Faktörler, Faktör Soruları ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları.....	35
Tablo 4. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları.....	37
Tablo 5. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları	37
Tablo 6. Ücret ve Memnuniyet Etkisi – Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları.....	38
Tablo 7. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Medeni Durum İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları	39
Tablo 8. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları	40
Tablo 9. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları.....	40
Tablo 10. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları	41
Tablo 11. Çalışma Ortamı Etkisi - Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları	42
Tablo 12. Çalışma Ortamı Etkisi - Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları.....	43
Tablo 13. Çalışma Ortamı Etkisi - Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları	44
Tablo 14. Çalışma Ortamı Etkisi - Medeni Durumu İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları	45
Tablo 15. Çalışma Ortamı Etkisi - Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları.....	45
Tablo 16. Çalışma Ortamı Etkisi - Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları.....	46
Tablo 17. Çalışma Ortamı Etkisi - Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikler, Anova Testi ve Kruskal Wallis Testi Analiz Sonuçları	47
Tablo 18. İş Yükü Etkisi – Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikler ve T Testi Sonuçları.....	48
Tablo 19. İş Yükü Etkisi – Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları	49
Tablo 20. İş Yükü Etkisi – Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları	50

Tablo 21. İş Yüğü Etkisi – Medeni Durum İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları.....	50
Tablo 22. İş Yüğü Etkisi – Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları	51
Tablo 23. İş Yüğü Etkisi – Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları.....	52
Tablo 24. İş Yüğü Etkisi – Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları.....	53
Tablo 25. İş Memnuniyeti Etkisi – Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları	54
Tablo 26. İş Memnuniyeti Etkisi – Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları	54
Tablo 27. İş Memnuniyeti Etkisi – Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları	55
Tablo 28. İş Memnuniyeti Etkisi – Medeni Durum İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları.....	56
Tablo 29. İş Memnuniyeti Etkisi – Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları	57
Tablo 30. İş Memnuniyeti Etkisi – Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları.....	58
Tablo 31. İş Memnuniyeti Etkisi – Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları.....	59
Tablo 32. Hipotez Analiz Sonuçları	62

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Pazar Araştırma Süreci	4
Şekil 2. Masa Başı Araştırma Aşamaları	6
Şekil 3. Piyasa Araştırmasında Yapılacak İşlemler	7
Şekil 4. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	13
Şekil 5. Vroom Motivasyon Modeli	19
Şekil 6. Lawler- Porter Teorisi	19
Şekil 8. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı.....	30
Şekil 7. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	30
Şekil 9. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı.....	31
Şekil 10. Katılımcıların Medeni Duruma Göre Dağılımı	31
Şekil 11. Katılımcıların Çalışma Şekline Göre Dağılımı	32
Şekil 12. Katılımcıların Sektördeki Deneyim Süresine Göre Dağılımı.....	32
Şekil 13. Katılımcıların Statüye Göre Dağılımı.....	33

GİRİŞ

Çalışan memnuniyeti günümüz şartlarında gerek firmaların gelişimi gerekse çalışanın motivasyonunu sağlamak açısından oldukça önemlidir.

Bu araştırmadaki amaç; araştırma sektöründe çalışan kişilerin memnuniyetinin ölçülmesi ve elde edilen veriler sonucunda gerekli iyileştirmelerin yapılmasıdır. Bu noktada gerçekleştirilen ankette ulaşılan sonuçlar neticesinde gerekli karşılaştırmalar yapılarak faktör - değişken ilişkisi ölçülmüş ve farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır.

Bu araştırmadaki en önemli amaç; sonuçlar doğrultusunda gerekli iyileştirmelerin yapılmasıdır. Aynı zamanda çalışan memnuniyetini etkileyen noktalar araştırma sektörü bazında görülerek sektörel iyileşme sağlanması ve sektördeki çalışanların ihtiyaçlarını anlayarak çalışanların daha iyi şartlarda çalışmalarının sağlanması, memnuniyetlerinin artırılmasıdır. Bu amaçla çalışma oldukça önemlidir.

Araştırma kapsamında İstanbul'daki araştırma firmalarında çalışan 244 kişiye ulaşılmıştır.

Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket formu ise hem internet aracılığıyla hem de yüz yüze yöntemiyle doldurulmuştur.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırma sektörü hakkında detaylı bilgi verilmektedir. İkinci bölümde çalışan memnuniyeti kavramı, motivasyon teorilerine göre çalışan memnuniyeti ve çalışan memnuniyetini etkileyen faktörler hakkında bilgi verilmektedir. Üçüncü bölümde ise araştırma hakkında detaylı bilgiler, anket sonuçlarının yorumlanması, araştırma sonuçları ve öneri bulunmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA SEKTÖRÜ

1.1.Araştırma Sektörü Kavramı

Araştırma sektörü, birçok alanda müşteri memnuniyetini sağlamak ve araştırma yapılan alanda geliştirilmesi gereken yönlerin tespiti amacıyla kalitatif ve kantitatif araştırmalar yapan sektördür.

Araştırma sektöründe ilk olarak bağımsız pazar araştırma firması kuran Nezih Neyzi'dir ve bu sektörün öncüsü olarak görülür. Nezih Neyzi, aynı zamanda Araştırmacılar Derneği'nin de kurucusudur.

1.1.1.Kalitatif Araştırma

Kalitatif araştırma tekniği söz konusu olan kurum, kavram, marka, ürün veya hizmetler hakkında hedef kitlenin veya tüketicilerin düşünce, tutum, eğilim, duygu ve alışkanlıklarını küçük örneklemeler kullanarak ve detaylı veri toplayarak derinlemesine anlamayı amaçlayan araştırma tekniğidir.¹ Kalitatif araştırma türleri aşağıdaki gibidir.

Odak Grup Toplantıları: Gegez 2007' e göre bir moderatör yönetiminde küçük bir katılımcı grubunun belirli bir konu üzerinde odaklaştığı ve serbestçe tartıştığı bir kalitatif araştırma tekniğidir.² Bu yöntemde 6-8 kişilik gruplarla görüşülür ve alanında uzman bir moderatör eşliğinde görüşme gerçekleşir.

Derinlemesine Görüşmeler: Kişiyi özel bilgiler alınmak istendiğinde uygulanan yöntemdir.

Birlikte Alışveriş: İnsanların alışveriş alışkanlıklarını, seçimlerini nasıl yaptıklarını ve mevcut olan ürün kategorilerinin hayatlarına nasıl uyum gösterdiğini

¹http://www.artibirastirma.com/tr/index.php?option=com_content&view=article&id=91&Itemid=100, (10.01.2017)

² Kalitatif Veri Toplama Yöntemleri, (t.y.) <http://docplayer.biz.tr/7609454-5-kalitatif-veri-toplama-yontemleri.html> (10.01.2017)

anlamak ana hedeftir.³ Bu amaçla bu araştırmaya katılan kişilere alışverişlerinde eşlik edilir ve ardından kendilerine konuyla ilgili sorular yöneltilir.

Çocuk Grupları: Çocukların tüketimlerine yönelik yapılan araştırmaları içerir. Araştırmaya uygun kişiler tespit edilerek görüşme gerçekleştirilir.

Ev Ziyaretleri: Hedef kitleden katılımcıların doğal yaşam alanı olan evlerinde yapılandırılmamış olarak birebir yapılan görüşmelerdir.⁴ Bu araştırmada kişinin içinde yaşadığı ortamı anlamak amaçlanmaktadır.

1.1.2.Kantitatif Araştırma

Kantitatif araştırma, kaç kişinin belirli bir konuda ne düşündüğünü, nasıl hareket ettiğini, ne hissettiğini ölçmek için kullanılan bir yöntemdir.⁵ Kantitatif araştırma yöntemleri aşağıdaki gibidir.

Yüz yüze Araştırma: Yüz yüze araştırma yöntemi sokakta, telefonda ve daha birçok farklı ortamda gerçekleştirilmektedir. Çalışan ve müşteri memnuniyeti, ürün testleri gibi alanlarda kullanılmaktadır.

Cati: Bu araştırma yöntemi memnuniyet araştırmalarında, tüketici anketleri gibi araştırmalarda kullanılmaktadır. Araştırma esnasında ses kaydı, kalite standartları gereği alınır ve tekrardan dinlenebilir.

İnternet: Sahip olunan veri tabanından araştırma için uygun kişiler seçilerek online olarak gerçekleştirilir. Eş zamanlı takip edilebilme özelliği vardır.

Gizli Müşteri: Sıcak satış, pazarlama ya da iletişim ile görevlendirilen çalışanların performansını değerlendirmek ve takip etmek için tasarlanmış pazar araştırma şeklidir.⁶

³ <http://www.binomaraştırma.com/tr/araştırma-metodlari/kalitativ/birlikte-alisveris.html> , (10.01.2017)

⁴ <http://www.binomaraştırma.com/tr/araştırma-metodlari/kalitativ/ev-ziyaretleri.html> , (10.01.2017)

⁵ http://www.artibiraraştırma.com/tr/index.php?option=com_content&view=article&id=97 ,

(10.01.2017)

⁶ <http://www.binomaraştırma.com/tr/araştırma-metodlari/kantitatif/gizli-musteri.html> , (10.01.2017)

1.1.3.Pazar Araştırması

Pazar araştırması, Pazar-Müşteri-Üretici üçgeni ve çevresindeki sosyal, siyasi, ekonomik, teknolojik ve kültürel faktörlerin en iyi şekilde takip edilerek değişimleri zamanında doğru tespit edip en uygun yöntemlerle yeniliklere ve yeni ihtiyaçlara öncü olabilmektir.⁷

Pazar araştırması, piyasanın takip edilerek gerekli önlemlerin alınması noktasında önemlidir. Bu noktada elde edilen verilerin doğru ve güvenilir olması, veri kaynaklarının geçerli ve kullanılabilir olması sonuçları doğrudan etkiler.

Bir pazar araştırmasına başlamadan gerçekleştirilmesi gerekli adımlar Şekil 1.'de sırasına göre gösterilmektedir.



Şekil 1. Pazar Araştırma Süreci

⁷Metin Arslan, "Araştırma Yöntem ve Teknikleri", 2012, Harran Üniversitesi-Birecik Meslek Yüksek Yösekokulu, <https://wiki.zirve.edu.tr/sandbox/users/abdullah.demir/weblog/57079/attachments/3d956/ARA%C5%9ETIRMA%20Y%C3%96NTEMLER%C4%B0%203.pdf?sessionID=3941784402afe5d64de84cba42d23d42dc354a59> (31 Mart 2016), s.27.

Bu kapsamda tüm aşamalar titizlikle takip edilmeli, elde edilen verilerin objektif ve analize geçilebilir düzeyde olduğundan emin olunması gerekmektedir.

Pazar araştırması, teknolojik gelişmelerin ve tüketici profillerinin zaman içerisinde değişkenlik göstermesiyle beraber bir gereklilik haline gelmiştir. Piyasadaki gelişmeleri analiz ederek gerekli stratejik adımların atılması pazarda var olabilmek ve gelecekte de varlığını sürdürebilmek açısından önem arz etmektedir.

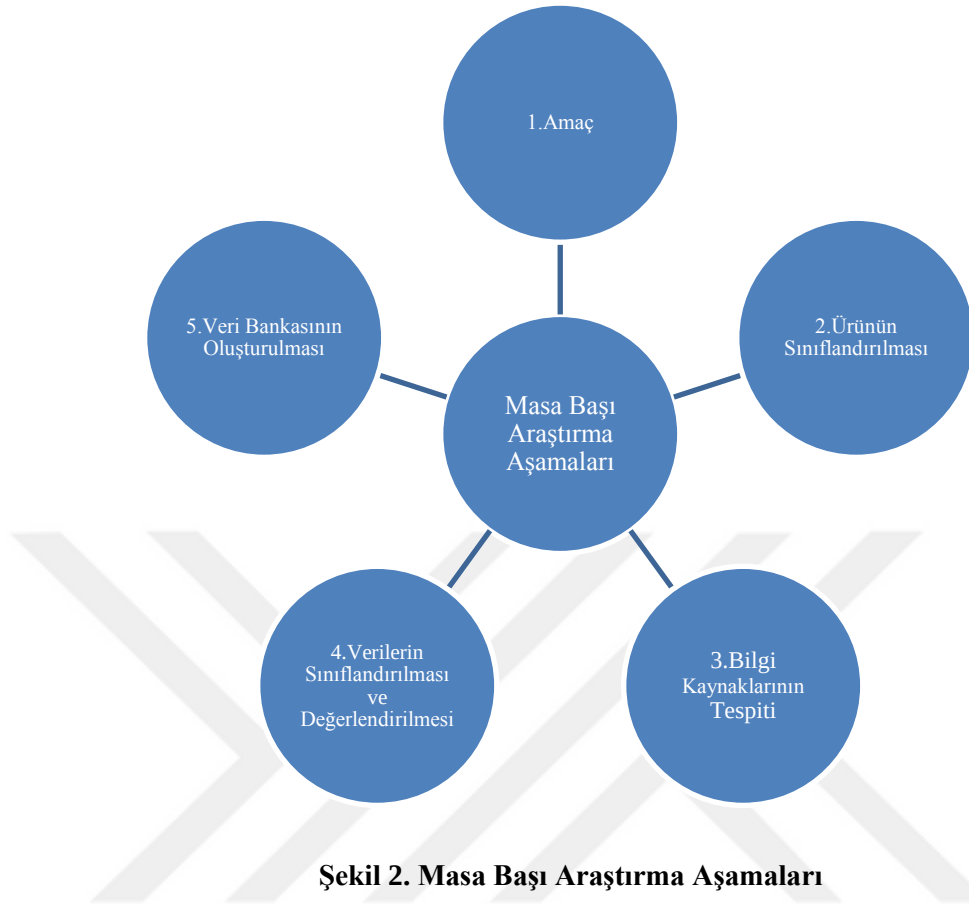
Pazar araştırması türleri; masa başı araştırma, piyasa araştırması ve tüketici araştırmasıdır

1.1.3.1.Masa Başı Araştırma

Masa başı araştırma, ilgilenilecek pazarın ve bu pazarda sunulacak ürünün gerekli araştırmalarının yapılması, daha önce yapılan araştırmalar var mı kontrol edilmesi, istatistiklerin çıkarılması, pazar stratejilerinin belirlenmesi gibi özellikler taşımaktadır.

Masa başı araştırma, daha az maliyet ile gerçekleştirilmektedir. Böylece eğer araştırma daha önceden yapıldıysa gereksiz maliyetlerden kaçınılmış olur.

Masa başı araştırmalarında sektörün ve pazarına girilecek ülkenin şartlarının sürekli olarak takip edilmesi, gerekli istatistiklerin uzman görüşleri altında değerlendirilmesi oldukça önemlidir.



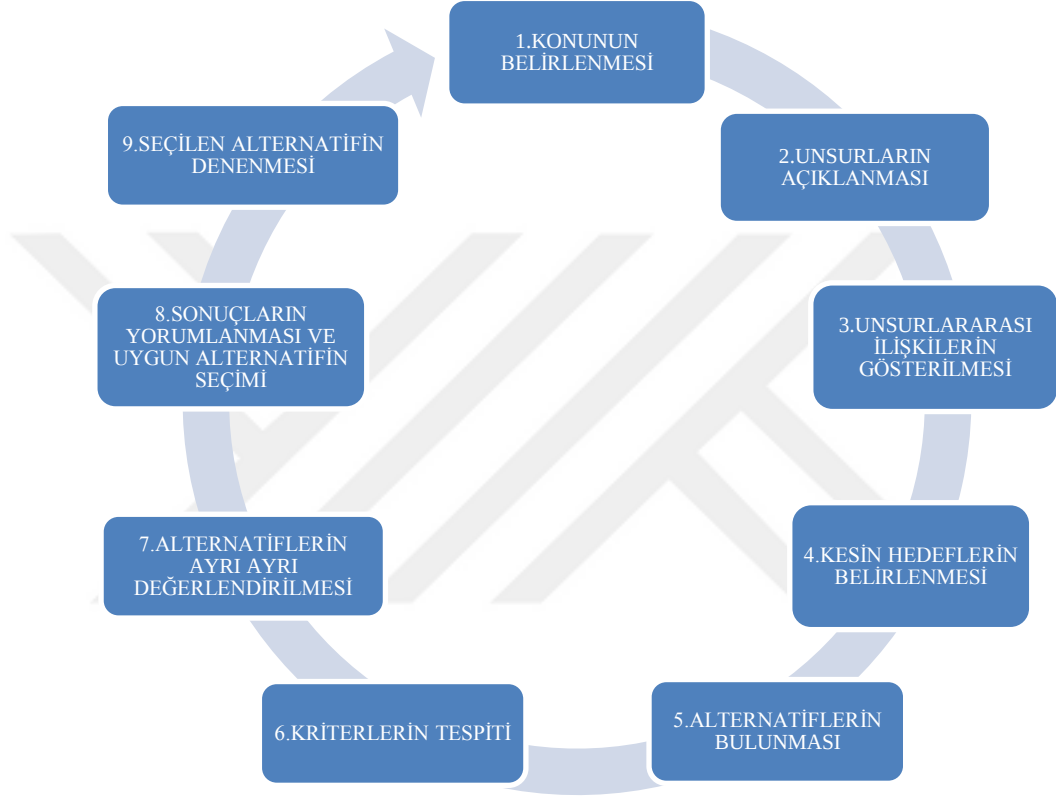
Şekil 2. Masa Başı Araştırma Aşamaları

Masa başı araştırmanın ilk adımı olan amaç, hedef müşterinin belirlenmesini amaçlar. İkinci adım; ürünün sınıflandırılması, ürünün uluslararası literatürdeki ismiyle sınıflandırma yapılması gerektiği aşamadır. Bu şekilde ürün için uygun ülke ve pazarların bulunmasına yardımcı olunur.⁸ Üçüncü adım olan bilgi kaynaklarının tespiti ile iç ve dış pazar araştırmalarında edinilen bilgi kaynakları ifade edilmektedir. Dördüncü adım verilerin sınıflandırılması ve değerlendirilmesiyle ise elde edilen verilerin belirli şekilde sınıflandırılması sağlanır. Ürün için girilecek pazar hangisiyse bu veriler o kategorilerde sınıflandırılmalıdır. Böylece pazardaki öngörüler sağlanabilir. Beşinci adım olan veri bankasının oluşturulması ile elde edilen verilerin toplanarak gerekli sınıflandırmaların düzen içinde yapılması sağlanır.

⁸ Arslan,
<https://wiki.zirve.edu.tr/sandbox/users/abdullah.demir/weblog/57079/attachments/3d956/ARA%C5%99ETIRMA%20Y%C3%96NTEMLER%C4%B0%203.pdf?sessionID=3941784402afe5d64de84cba42d23d42dc354a59> (31 Mart 2016), s.30.

1.1.3.2.Piyasa Araştırması

Piyasa araştırması, mevcut ürünlerin satışının devam etmesi durumunda yapılabileceği gibi yeni bir ürünün piyasaya çıkmadan ya da çıktıktan sonra da piyasadaki durumunu araştırmaya yönelik olarak da yapılabilir.



Şekil 3. Piyasa Araştırmasında Yapılacak İşlemler

Şekil 3 'te piyasa araştırmasında yapılacak işlemler sırasına göre gösterilmektedir. Piyasa araştırması yapabilmek için bu aşamaların takip edilmesi gerekmektedir. Bu aşamaların sonucunda ürünle ilgili gerekli yerlerde yeni kararlar uygulanabileceği gibi mevcut şartlar da korunabilir.

Bu noktada önemli olan, ürünün piyasaya çıkmadan önceki tüketicinin üründen beklentisini iyi analiz etmek ve piyasaya çıkışında sonra da pazardaki durumunu doğru verilerle incelemektir. Ürünün piyasadaki gerçek durumunu; dağıtım faaliyetleri sonuçlarını, ambalaj sorunlarını, satışı teşvik çalışmalarının etkinliğini bizzat görüp

değerlendirmeler yapılır.⁹ Yani ürünün piyasadaki gerçek durumuna ulaşabilmek gerekmektedir.

Piyasa araştırmaları işletmelerin tüketici odaklı olmalarını, yeni imkânları belirlemelerinde kolaylık sağlar ve uygulanan yöntemlerin doğruluğunu denetler.¹⁰ Böylece piyasa araştırmaları işletmeler için riski azaltan bir yöntemdir.

Piyasa araştırmaları yapılırken dikkat edilecek en önemli noktalar arasında ise ürünün tüketicinin beklentisini ne derecede karşıladığı ve rakiplerin uyguladıkları yöntemlerin müşteri taleplerine ne derecede hitap ettiğine dikkat edilmesidir.

1.1.3.3. Tüketici Araştırması

Tüketici araştırması, tüketicilerin gerçek isteklerini ortaya çıkararak neyin ne kadar üretileceği, ne zaman ve nerede satılacağı gibi sorulara uygun olan en iyi cevapları bulmakla ilgili faaliyetlerdir.¹¹

Tüketici araştırmaları, tüketicilerin beklentilerini anlamayı hedefler. Bu şekilde hem piyasadaki beklenti anlaşılmakta hem de tüketiciyi kendine çekmek mümkün olmaktadır.

Günümüz şartlarında en önemli unsur tüketicidir. Bu noktada müşteri ile tüketici arasındaki derin fark da ortaya çıkmaktadır. Müşteri, ürünün alım noktasındaki tüketicisi olarak ifade edebilirken; tüketici, müşteriye göre daha geniş anlam içermektedir.

⁹T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri, 2012, http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Piyasa%20Ve%20Pazar.pdf (30 Mart 2016), s.25.

¹⁰ Arslan, <https://wiki.zirve.edu.tr/sandbox/users/abdullah.demir/weblog/57079/attachments/3d956/ARA%C5%99ETIRMA%20Y%C3%96NTEMLER%C4%B0%203.pdf?sessionID=3941784402afe5d64de84cba42d23d42dc354a59> (31 Mart 2016), s.31.

¹¹T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri, 2012, http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Piyasa%20Ve%20Pazar.pdf (1 Nisan 2016), s.27.

Tüketici araştırmaları, hedeflerini tüketiciler ve genel beklentiler üzerine kurarak pazardaki payını arttırmayı amaçlamaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ

2.1.Çalışan Memnuniyeti Kavramı

Çalışan memnuniyeti, günümüz şartlarında oldukça önemli bir kavram haline gelmiştir. Gerek özel sektörde gerekse kamu sektöründe çalışanların memnuniyeti üzerine araştırmalar artmaya başlamış ve araştırma sonuçları gerekli iyileştirmelerin yapılmasında etkili bir sonuç oluşturmuştur. Bunun sebeplerinden biri memnuniyet düzeyini hem doğrudan hem dolaylı olarak işletmelerin faaliyetlerinin etkilemesinden kaynaklanmasıdır.¹²

Bu noktadan bakıldığında memnuniyet kavramını incelersek eğer; memnuniyet, alınan ve verilen arasındaki ilişkidir.¹³ Berry ise memnuniyet kavramını bireyin çalışma ortamına karşı reaksiyonu olarak tanımlamaktadır.¹⁴

Çalışan memnuniyeti kurumun gelişimi ve müşteri memnuniyeti için de önem arz etmektedir. İşinden memnun ve motivasyonu yüksek çalışan dünya kalitesinde ürün ve hizmetle hem müşteri memnuniyetini hem de sadakatini sağlayabilecektir.¹⁵

Çalışan memnuniyeti ile ilgili literatürdeki bazı tanımları incelersek; Moyes ve Shao (2008)'a göre çalışan memnuniyeti çalışanın pozisyonundaki memnuniyetini¹⁶ ifade etmektedir. Davras ve Gülmez (2013)'in ifade ettiğine göre Brief (1998) çalışan memnuniyetini, elde edilen iş deneyiminden hoşlanma veya hoşlanmama derecesinin

¹² Rasim Akpınar, "Kamu Yönetimi Taşra Teşkilatlarında Çalışan Memnuniyetlerinin İnsan Kaynakları Politikası Bağlamında Değerlendirilmesi: İzmir Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü Örneği", *Journal of Yasar University*, 2011, 24(6), 3648-3665, Ebsco veri tabanı, (02.04.2016).

¹³ Prof.Dr.Acar Baltas, "Çalışan Bağlılığı Efsanesi", *Harvard Business Review*, 2014, <http://www.acarbaltas.com/calisan-bagliliigi-efsanesi/> (4 Nisan 2016).

¹⁴ Akpınar, s.3650.

¹⁵ Zeki Yüksek Bilgili ve Gülbeniz Akduman, "Perakende Mağazacılık Sektöründe Satış Personelinin Demografik Özellikleri ve Personel Memnuniyeti İlişkisi", [Elektronik Versiyon] *Electronic Journal of Social Sciences*, 2015, (2 Nisan 2016), s.88

¹⁶ Glen d Moyes, Lawrence p. Shao ve Michael Newsome, "Comparative Analysis of Employee Job Satisfaction In The Accounting Profession", *Journal of Business&Economics Research*, 2008, 6, 2, <http://www.cluteinstitute.com/ojs/index.php/JBER/article/view/2392/2439> (24 Mayıs 2016), s.65.

değerlendirilerek duygusal veya bilişsel olarak ifade edildiği içsel bir durum olarak tanımlamıştır.¹⁷

2.2.Çalışan Memnuniyetinin Önemi

Çalışan memnuniyetinin firmalar için önemi farklı açılardan değerlendirilebilir. Bunlar arasında firmaya yararlı olma isteği, kendini değerli hissetme, çalışma koşullarından duyulan memnuniyet, ücret politikası gibi etkenlerin çalışanın gereksinimleri göz önüne alınarak adil bir şekilde değerlendirilmesiyle firmaya hem maddi hem de manevi katkı sağlanmaktadır. Çalışanın firmaya olan bağlılığı ve çalışma motivasyonu artarak daha fazla katkı sağlaması iki taraflı bir kazanç sistemi oluşturmakta ve karlılığı arttırmaktadır.

Çalışan memnuniyetinin hem ticari hem de finansal açıdan olumlu etkileri yapılan araştırmalarla da kanıtlanmıştır. Bu noktada Gallup, çalışan memnuniyeti ve bağlılığının ticari ve finansal başarıya etkileri konusunda 30 ülke, 23 bin 910 iş yeri ve 17 milyon çalışanla oldukça kapsamlı bir çalışma gerçekleştirdi ve sonucunda çalışan memnuniyeti yüksek olan şirketlerin daha karlı, daha müşteri odaklı, güvenli ve çalışanları bu şirketlerden ayrılmak konusunda daha isteksiz olduğu ortaya çıktı.¹⁸

¹⁷Özgür Davras ve Mustafa Gülmez, "Otel İşletmelerinde Çalışan Memnuniyetine Etki Eden Faktörler: Kemer-Lara-Belek-Side-Alanya Bölgelerinde Bir Çalışma", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2013, 24, 2, 167-184, http://www.anatoliajournal.com/atad/depo/dergiler/Cilt24_Sayi2_Yil2013_1392404011.pdf (22 Nisan 2016) s.168.

¹⁸ Pınar Kalaycı, "Çalışan Mutluluğu ve Bağlılığı Neden Önemli", *HRdergi*, 2014, <http://www.hrdergi.com/tr/dergi-haber/2014/5-May%C4%B1s/2128/%C3%A7alisan-mutlulugu-ve-bagliligi-neden-%C3%B6nemli> , (17 Mayıs 2016).

2.3.Motivasyon Teorilerine Göre Çalışan Memnuniyeti

Motivasyon, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranışları ve çaba göstermeleridir.¹⁹ Diğer bir tanıma göre motivasyon, aynı amaca ulaşma yönünde bir bireyin içinde bulunan arzu ve hazır olma derecesidir²⁰ ve buna ek olarak motivasyon, en geniş anlamıyla, daha karmaşık olanı genel bir duruma özelleştirirken belirli bir amaç için bedeninin imkanlarını kullanan bir iç durum olarak kabul edilir.²¹

Bu tanımlamalardan da anlaşıldığı gibi motivasyon, çalışan memnuniyetini etkileyen en önemli faktörler arasında görülmektedir. Bu amacı pekiştirerek daha etkin kılmak amacıyla motivasyon teorileri üzerine çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu teoriler de iki başlık altında toplanmıştır.

2.3.1.Kapsam Teorileri

Kapsam teorisi başlığı altında toplanan teorilerin ortak özelliği, içsel faktörleri ön planda tutuyor olması ve kişilerin davranışlarını yönlendiren faktörleri keşfetmeyi önemsemesidir. Buradaki varsayım şudur: eğer yönetici personeli belirli şekillerde (yönlerde) davranmaya zorlayan bu faktörleri anlayabilir ve kavrayabilirse, bu faktöre hitap etmek suretiyle personeli daha iyi yönetebilir, onları örgüt amaçları doğrultusunda davranmaya sevk edebilir.²²

2.3.1.1.Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Moslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi bir piramit olarak düşünülürse, en üst basamakta kendini tamamlama ihtiyacı en alt basamakta da fizyolojik ihtiyaçlar

¹⁹ Tamer Koçel, **İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar**, 13. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2011, s.621.

²⁰ İsmail Ağırbaş, Yusuf Çelik ve Hüseyin Büyükkayıkçı, "Motivasyon Araçları ve İş Tatmini: Sosyal Sigortalar kurumu başkallığı Hastane Başhekim Yardımcıları Üzerinde Bir Araştırma", *Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Dergisi*, 2015, 8, 3, <http://fs.hacettepe.edu.tr/saglikidaresidergisi/dosyalar/8.3.2.pdf> (24 Mayıs 2016), s.327.

²¹ Prof. Mircea Udrescu , "On Motivation and Motivation", *Revista Romana de Statistica-Supliment*, <http://www.revistadestatistica.ro/supliment/index.php/on-motivation-and-motivation/> (26 Mayıs 2016), s.88.

²² Koçel, s.622.

bulunmaktadır. Fizyolojik ihtiyaçlar, temel ihtiyaçlardır ve 1. aşama olarak ifade edilir. Yani mutlaka giderilmesi gereken yeme, içme uyku gibi ihtiyaçlardır ve eğer insanların bu ihtiyaçları karşılanmazsa bir st kademedeki ihtiyaçlara gereksinim duymayacaklardır.²³ 2. aşama olarak tanımlanan güvenlik ihtiyadır. Fizyolojik ihtiyaçların giderilmesiyle bu aşamaya geçilir ve can güvenliği, barınma gibi ihtiyaçların giderilmesiyle bu aşama son bulur. 3. aşama olarak tanımlanan sosyal ihtiyaçlardır. İlk iki aşamanın tamamlanmasının ardından bir toplulukla yaşama ihtiyaç ortaya çıkar; çünkü artık temel ihtiyaçları karşılanmıştır ve gvendedirler. 4. aşama olarak tanımlanan kendini gösterme ihtiyadır. Bu aşamada tamamlanan diğer 3 aşamayla beraber artık kendine güven hissetme, tanınma duyguları devreye girer. 5. aşama olarak değerlendirilen ve piramidin son ve en üstteki aşaması olan kendini tamamlama ihtiyadır. Bireyin sahip olduğu potansiyeli geliştirmesi, yaratıcılığını kullanması ve farkındalık yaratabilmesi ihtiyadır.²⁴



şekil 4. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

²³řadi Can Saruhan ve Mğe Leyla Yıldız, **İnsan Kaynakları Yönetimi Teori ve Uygulama**, 1. Basım, İstanbul: Beta Yayınları, 2012, s.438.

²⁴ Saruhan ve Yıldız, s.438.

Sonuç olarak Maslow'un motivasyon kuramı, insanları motive eden şeyin, hiyerarşik bir yapıya sahip ihtiyaçlarını karşılamak olduğunu öne sürer.²⁵

2.3.1.2. Herzberg'in Çift Faktör Teorisi

Herzberg'in 200 muhasebeci ve mühendis üzerinde yapmış olduğu araştırmada, "İşinizde kendinizi ne zaman son derece iyi ve ne zaman son derece kötü hissettiğinizi ayrıntılı olarak açıklayınız." şeklinde bir ifade yönlendirmiştir.²⁶ Bu araştırmaya verilen cevapları iki faktör altında toplamıştır:

1) Motive Edici Faktörler: Kişiyi motive eden ve mutlaka olması gereken, olmadığında ise kişinin motive olmamasına neden olan faktörlerdir.²⁷ Bu noktada iş tatmini sıklıkla gerçekçi faktörler olan başarı, sorumluluk, tanıma ile ilişkilendirilmiştir ve Herzberg bu faktörleri, motive edici olarak tanımlamıştır.²⁸

2) Hijyen Faktörleri: Herzberg'in hijyenik faktörler demesinin nedeni, bunların işgöreni çalıştığı yerden koparan ve ayıran faktörler olmasıdır.²⁹ Hijyen faktörlerinin kişiyi motive etme durumu söz konusu değilken olması gereken faktörler olarak ifade edilir. Diğer bir deyişle bu faktörlerin olmaması memnuniyetsizliğe yol açarken olması motivasyonu sağlayabilir.

Sonuç olarak Herzberg, yönetim kalitesi, ücret, işletme politikaları, fiziksel çalışma koşulları, diğerleri ile ilişkiler ve iş güvenliği gibi faktörleri hijyen faktörler

²⁵ Zeynep Aycan, Rabindra N. Kanungo ve Manuel Mendonça, **Kültürler Arası Bağlamda Örgütler Ve Yönetim**, 1. Basım, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2016, s.43.

²⁶ Koçel, s.626.

²⁷ Saruhan ve Yıldız, s.438.

²⁸ David W. Hays ve Jennie Q. Lou, Job Satisfaction of Employees and Consultants in Healthcare Information Technology, [Elektronik Versiyon] *S.A.M. Advanced Management Journal*, 2015, syf:13

²⁹ Prof. Dr. Ali Akdemir, **İşletmeciliğin Temel Bilgileri- Mevzuata, Girişimciliğe, Uygulamaya, Global Krize Duyarlı Yeniliklerle Güncellenmiş ve Genişletilmiş Baskı**, Ankara: Ekin Basın Yayımları Dağıtım, 2009, s.336.

olarak nitelendirmektedir.³⁰ Mullins'e göre ise bu iki faktör grubu arasında hiyerarşik bir durum yoktur.³¹

2.3.1.3.ERG Yaklaşımı

Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi teorisinin basitleştirilip geliştirilerek temel prensibin yine öncelikle en alt basamaktaki ihtiyaçların tatmin edilmesi ve ardından üst basamaklara geçilmesi yaklaşımına dayanır. Bu yaklaşım Clayton Alderfer tarafından geliştirilmiştir. Erg yaklaşımı ile Maslow'un beş ihtiyaç kategorisi üçe indirgenmiştir.³²

Bu teoride insan ihtiyaçlarını 3 kategori altında toplar:

Varolma (Existence) İhtiyacı: Kişilerin doğum anlarından itibaren gereksinim duydukları ihtiyaçlardır. Bunlar arasında yeme, içme barınma gibi ihtiyaçlar bulunmaktadır. İhtiyaçlar yönünden Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'nin ilk iki basamağı olan fizyolojik ihtiyaçlar ve güvenlik ihtiyacı bölümünü kapsamaktadır.

Aidiyet-İlişki Kurma (Relatedness) İhtiyacı: İnsanların bulundukları ortam içerisinde olumlu ilişki kurma, aitlik, sevgi gibi kavramların ön plana çıkmasıyla oluşan ihtiyaçlardır. Maslow'un sosyal ihtiyaçlar basamağına denk gelmektedir.

Gelişme (Growth) İhtiyacı: Bulunduğu topluluk içerisinde saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacına yöneliktir. Maslow'un kendini tamamlama ihtiyacı basamağına denk gelmektedir.

Teorinin ismi de bu üç başlığın baş harflerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur.

³⁰Stephen P. Robbins ve Timothy A. Judge, **Örgütsel Davranış- Organizational Behavior**, 14.Baskı, İstanbul: Nobel, 2012, s.208.

³¹ Ahmet Tozlu ve Rıdvan Kurtipek, "Motivation Theories and Encouraging Public Employees Based on Individual Performance Evaluation", **Tisk Akademi**, 2015, Cilt 10, Sayı 20, http://www.academia.edu/21432795/Motivation_Theories_and_Encouraging_Public_Employees_Base_d_on_Individual_Performance_Evaluation_Motivasyon_Teorileri_ve_Kamu_%C3%87al%C4%B1%C5%9Fanlar%C4%B1n%C4%B1n_Bireysel_Performans_De%C4%9Ferlendirme_Temeline_Te%C5%9Fvik_Edilm esi (25 Mayıs 2016), s.274.

³² Akdemir, s.337.

Erg yaklaşımı ile Maslow'un teorisini birbirinden ayıran yönler vardır. Erg yaklaşımını Maslow'dan ayıran bir yan ise; gereksinimler somutluk durumlarına göre sıraya konmuştur. Bu durumda bir üst düzeydeki gereksinim bir alt düzeydekine göre daha zor karşılanacağı için alt düzeydeki gereksinim bölümü daha çok istenecektir. Bu durumda Onaran'a göre gerçek istekler böylece doyurulmuş olmaz.³³ Erg teorisinde sadece pişmanlık prensibi vardır ve bunun anlamı ise henüz tatmin edilmiş düşük seviye bir ihtiyacın yeterince tatmin edilmemesi sonucu tekrar aktif olabileceği ve motivasyonu etkileyebileceğidir.³⁴

Bu model, bireylerin ihtiyaçlarını tatmin etme yeteneklerine bağlı olarak ihtiyaçlar hiyerarşisinin altına da üstüne de inebileceklerini ve iki taraflı hareket edebileceklerini iddia etmektedir (Eren, 2007).³⁵

2.3.2. Süreç Teorileri

Süreç teorileri, belirli bir davranışı gösteren kişinin bu davranışı tekrarlaması veya tekrarlamaması nasıl sağlanabilir, sorusuna cevap aramaktadır. Bu kapsamda da incelenecek teoriler: Pavlov'un Davranış Şartlandırma Teorisi, Bekleyiş Teorileri (Vroom'un Bekleyiş Teorisi, Lawler-Porter Teorisi), Eşitlik Teorisi ve Amaç teorisidir.

2.3.2.1. Davranış Şartlandırma Teorileri

Davranış şartlandırma yaklaşımı, davranışların şartlandığı sonuçlar tarafından şartlandırıldığı yaklaşımdır.³⁶

Şartlandırma teorileri ikiye ayrılmaktadır:

Klasik Şartlandırma: Pavlov, şartlandırma teorisini köpekler üzerinde yapmıştır. Bu şartlandırma türündeki ağırlık noktası davranışları etkilemesi üzerinedir.³⁷

³³ Doç.Dr. Esra Nemli Çalışkan ve Diğerleri, **Liderlik ve Motivasyon- Geleneksel ve Güncel Yaklaşımlar**, 1. Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2008, s.92.

³⁴ Akdemir, s.338.

³⁵ Gülce Ögrüç İldız, "İnşaat Firmalarında Proje Müdürlerinin İş yükü, İş Stresi, İş Tatmini ve Motivasyon ilişkisi", (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2009), s.29.

³⁶ İldız, y.l.t., s.30.

³⁷ Koçel, s.628.

Köpeğe yemek vereceği zaman zili çalması üzerine o zaman yemek yiyeceğine şartlanması, yemek vermeden zili çaldığında köpekte yemek arama, ağzın sulanması gibi etkiler yaratmıştır. Yani burada bir uyarılma söz konusudur.

Sonuçsal Şartlandırma: Bu şartlandırma türünde, bireylerin davranışlarının sonuçlarından diğer bireylerin nasıl davrandıkları önemlidir. Yani karşıdaki kişi davranışı olumlu olarak değerlendiriyorsa bu kişi aynı davranışı tekrar ederken, olumsuz, üzücü olarak değerlendirmesi sonucunda aynı davranışı tekrar etmeyecektir.

Buradaki önemli nokta ise çalışanların memnuniyetini ve motivasyonunu sağlamak için şartların örgüt içerisinde önceden ve açıkça belirtilmesi, ödüllendirme sistemi uygulanması ve davranışa tepki hemen gösterilmesi gerekmektedir.

2.3.2.2.Bekleyiş Teorileri

Bekleyiş teorileri Vroom'un Bekleyiş Teorisi ve Porter-Lawler Teorisi olarak iki başlık altında toplanmaktadır.

-Vroom'un Bekleyiş Teorisi

Vroom'un teorisine göre bireyin bir iş için çaba göstermesi iki etmene bağlıdır.

Valens: Kişinin ödülü arzulama derecesidir ve bu derece kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Bu noktada valens değeri -1 ile +1 arasında değer almaktadır. Burada ödülü arzulayan ve bu noktada çaba sarf eden kişilerin alacağı değer pozitif olurken, çaba göstermeye gerek olmadığını düşünen ve arzulama derecesi düşük olan kişiler negatif değeri alacaktır. Oliver (1974)'e göre burada kişiyi motive eden durum, işin çekicilik değeri sonucu veya ödülü ile ilgili olmasıdır.³⁸

³⁸Claudio Pousa ve Anne Mathieu, "Sales Managers' Motivation to Coach Salespeople: An Exploration Using Expectancy Theory", *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 2010, Vol.8, No. 1, Ebscohost veri tabanı, (27.05.2016).

Bekleyiş: Kişi gösterdiği çabanın sonucunda belirlenen ödülü alacağına inanıyorsa gösterdiği çabanın daha fazlasını gösterecektir. Eğer ödülü alamayacağına inanıyorsa bekleyişi düşecektir. Diğer bir tanımla, belli bir davranışın birinci ve ikinci düzey sonuçlara götürme olasılığının ne olduğuna dair bireyin algılamasıdır.³⁹ Buradaki birinci düzey sonuçlar kişinin örgütte gösterdiği performansı ifade ederken ikinci düzey sonuçlar ise kişinin bireysel olarak hedeflediği sonuçlardır.

Bu durumda da bekleyiş değerini 0 ile +1 arasında değerlendirebiliriz. Bekleyişi düşen 0 değer alacakken daha fazla çaba sarf eden +1 değer alacaktır. Vroom'un görüşüne göre, ilgisiz olan sonuç 0 (sıfır) değerini alır ve kriterlerle ilişkisinde herhangi bir etkisi yoktur.⁴⁰

Vroom'un teorisinin son kavramı olan araçsallık ikiye ayrılmaktadır:

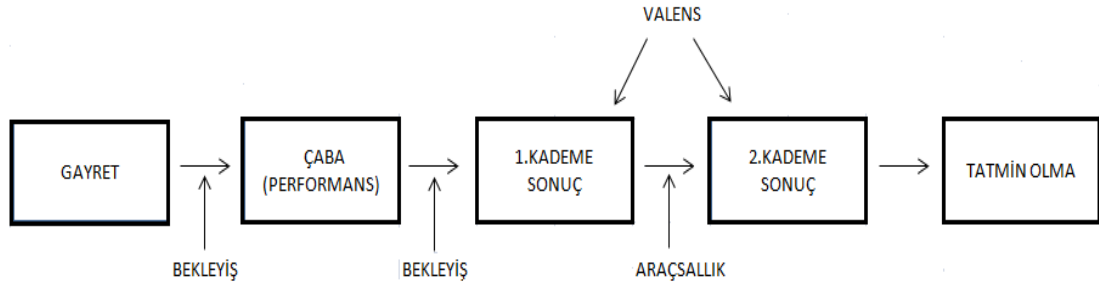
Birinci Kademe Sonuç: Kişi, belirli bir iş için gösterdiği çabanın sonucunda ödüllendirilir. Bu ödül birinci kademe sonuç olarak değerlendirilir; fakat tek başına yeterli değildir. Beraberinde başka bir getirisinin de olması gerekir. Birinci kademeye maaş artışı örneğini gösterebiliriz.

İkinci Kademe Sonuç: İkinci kademe sonuçlar, ulaşılmak istenen sonucun aracı olarak ifade edilebilir. Maaş artışının kıdem yükselme, saygınlık vb getirileri olmadığı takdirde tek başına bir anlamı yoktur.

³⁹ Akdemir, s.338.

⁴⁰ Wendelien Van Eerde and Henk Thierry, "Vroom's Expectancy Models and Work-Related Criteria: A Meta-Analysis", *Journal of Applied Psychology*, 1996, Vol. 81, No. 5, <http://jwalkonline.org/docs/Grad%20Classes/Fall%2007/Org%20Psy/Cases/motivation%20articles/vroom%20tx%20and%20work%20criteria%20meta%20analy.pdf> (28.05.2016), s.576.

Burada yola çıkarak Vroom'un Motivasyon Teorisi şu şekilde özetlenebilir:

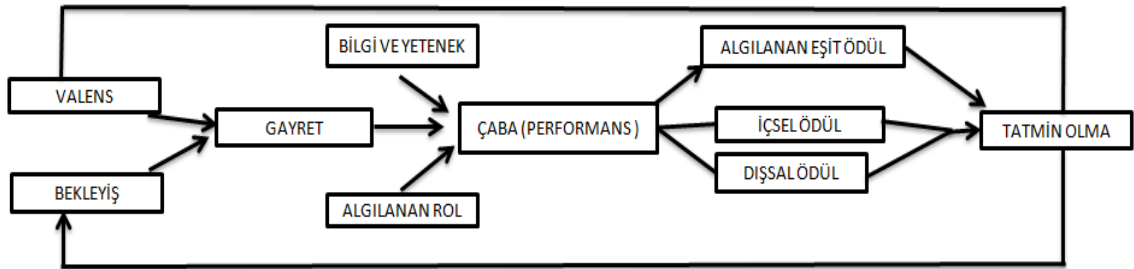


Şekil 5. Vroom Motivasyon Modeli

Kaynak: Tamer Koçel, *İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar*, 13. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2011, s.634.

-Lawler-Porter Teorisi

Bu teori Vroom'un teorisinin ilk bölümü olan, bireyi motive etme derecesi, Valens (bekleyiş) tarafından etkilenmektedir ile aynıdır; fakat Lawler-Porter Teorisine göre bireyin yüksek bir gayret göstermesi otomatik olarak yüksek bir performansla sonuçlanmaz.⁴¹ Bu noktada da Lawler Porter Teorisi'ne çeşitli basamaklarda eklemeler yapmaktadır.



Şekil 6. Lawler- Porter Teorisi

Kaynak: Tamer Koçel, *İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar*, 13. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2011, s.634.

⁴¹ Akdemir, s. 339.

Başlangıç aşaması olarak Vroom'un teorisi ile aynı basamakları taşımasına karşın ilk basamak ilavesi bilgi ve yetenek kısmından gelmektedir. Bu basamağa göre; kişi gerekli bilgi ve yeteneğe sahip değilse ne kadar çaba gösterirse göstereceği yeterli performansa ulaşması mümkün değildir. İkinci ekleme ise algılanan rol basamağı ile gerçekleşmektedir. Burada kişinin yeterli performansı göstermesi için sahip olması gereken bir rol anlayışı vardır. Eğer bu rol anlayışını sahip değilse çeşitli anlaşmazlıklar çıkabilir ve yeterli performansın gösterilmesi engellenmiş olabilir. Gösterilen performansın sonucunda ödüllendirme olacaktır. Bu ödüller de içsel ya da dışsal ödüllerdir. Bununla beraber kişinin algıladığı, diğer çalışanlarla kıyaslayarak belirlediği bir ödül anlayışı oluşur. Bu anlayış algılanan eşit ödüldür. Eğer sahip olduğu ödül belirlediği ödül (algılanan ödül) farklı ise kişinin tatmin olması mümkün değildir. Bu durumda süreç tekrar başlayacaktır.

Porter ve Lawler, motivasyonun performansa doğrudan önderlik ettiğini belirtir; fakat iş memnuniyetine önderlik etmesi açısından daha iyi performans gerekliliklerini sağlamada yetenekler, özellikler ve algılar orta dereceli bir rol almaktadır.⁴²

-Eşitlik Teorisi

Eşitlik teorisi, J.Stacy Adams tarafından geliştirilmiştir. Bu teori Lawler-Porter teorisini temel almaktadır.

Teorinin kapsamı, kişi kendi çabasıyla elde ettiği sonucu başkalarının sarf ettiği çaba ve elde ettiği sonuçla kıyaslamaktadır.⁴³ Eğer bu kıyaslamada kendi oranının düşük olduğuna kanaat getirirse bu durum kişinin performansını ve motivasyonunu doğrudan etkilemektedir. Bunun sebebi ise eşitsizliğin ortaya çıkmasıdır. Bu durumun ardından birey eşitsizliği ortadan kaldıracak şekilde davranmaya başlayacaktır. Yani teorinin temelinde bulunduğu iş ortamında eşit davranış ve bu davranışların motivasyona etki etmesi yatmaktadır.

⁴² Mehrdad Pejman, Raziye Zafari and Mohammad Esfandiyarpour, "A Study on HRM Practices on Employees' Job Satisfaction of Kerman University of Medical Sciences", *MAGNT Research Report*, 2014, Vol.2 (4), <http://brisjast.com/wp-content/uploads/2015/06/July-52-2014.pdf> (30.05.2016), s.424.

⁴³ Saruhan ve Yıldız, s.440.

-Amaç Teorisi

Bu teori Edwin Locke tarafından geliştirilmiştir. Teorinin amacı, kişilerin kendileri için belirledikleri amacın ulaşılabilirlik derecesidir.⁴⁴ Bandura'ya göre zor ve belirli amaçlar performansı iyileştirir.⁴⁵ Kişi ne kadar yüksek amaçlar belirlerse o derece çaba ve performans gösterecektir. Belirlediği bu amaçlar da motivasyon düzeylerini belirlemeyi sağlayacaktır. Burada önemli olan ise kişinin içinde bulunduğu organizasyonun amaçlarıyla bireyin belirlediği amaçların birbiriyle uyumlu olmasıdır.

2.4.Çalışan Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Çalışan memnuniyetini etkileyen faktörler cinsiyet ve medeni durum, yaş, eğitim durumu, ücret, çalışma ortamı ve iş yükü ve deneyim süresi ve statü başlıkları altında anlatılmıştır.

2.4.1.Cinsiyet ve Medeni Durum

Çalışan memnuniyetine cinsiyet etkisini araştırmak amacıyla literatürde birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar neticesinde kadın ve erkeklerin memnuniyet noktasında birbirlerinde net çizgilerle ayrılmadıkları ortaya çıkmıştır. Genel kanı, çalışan memnuniyeti ile cinsiyet arasında doğrudan bir ilişki bulunmadığı; fakat kadınların erkeklere göre çalışma hayatında karşılaştıkları çeşitli zorluklar ve engellemeler sebebiyle memnuniyet açısından erkeklere göre daha düşük seviyelere sahip olduğu yönündedir.⁴⁶ Bu açıdan değerlendirildiğinde kadın ve erkek arasında ayırım yapabilmek için statü gibi farklı faktörlerin göz önünde bulundurulması gerektiği sonucuna ulaşırız.

Medeni durumun çalışan memnuniyeti üzerinde etkisi yapılan araştırmalar sonucunda kanıtlanmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda medeni durumu evli olan çalışanların memnuniyeti, bekar olanlara göre daha yüksektir. Bunun sebebi evli

⁴⁴ Koçel, s.638.

⁴⁵ Tozlu ve Kurtipek, s.274

⁴⁶ Sedef Reşitoğlu, "Yetkinlik Bazlı Performans Değerlendirme ve Çalışan Memnuniyeti –Bir Uygulama–", (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011), s.75.

Çalışanların hayat tatminlerinin bekar çalışanlara göre daha yüksek olduğu ve bunun iş yaşamına da yansıdağı ynndeirken diğer bir görüş ise evli iş görenlerin memnuniyetlerinin daha yüksek olduğunu söylemektedir.⁴⁷

2.4.2.Yaş

Yapılan araştırmalar neticesinde çalışan memnuniyeti ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Son dönemde, özellikle yurtdışında yapılan araştırmalar yaş ve memnuniyet ilişkisini “U” biçiminde açıklamaktadır.⁴⁸ Bu açıklamaya göre işe yeni başlayan kişilerin memnuniyetleri yüksek olacaktır. Bunun nedeni ise yeni iş bulmanın verdiği mutluluk ve heyecandır. Zamanla bu durum gerek çalışma şartlarının kişiye tatmin etmemesi gerekse beklentilerin karşılanamıyor olmasıyla azalacaktır. Süreç içerisinde kişi zamanla durumu kabullenebilir ve memnuniyet artabilir.

Ban ve Greenberg’e göre Amerika Birleşik Devletleri, İşpanya ve Meksika’da yapılan bir anket çalışmasına göre daha yaşlı olanların daha gençlere oranla, daha kıdemli olanların daha az kıdemli olanlara oranla, erkeklerin kadınlara göre daha memnun olduğu ortaya çıkmıştır.⁴⁹

Tüm bu araştırmaların dışında yaş ile çalışan memnuniyeti ilişkisinin anlamlı bulunmadığı araştırmalar da bulunmaktadır.⁵⁰

2.4.3.Eğitim Durumu

Eğitim düzeyi çalışanların memnuniyetini ve iş doyumunu etkileyen önemli faktörlerden biridir. Bu durumun nedenleri arasında kişilerin eğitim düzeylerine göre dünyayı algılayış şekillerinin de farklı olduğu sonucu gösterilebilmektedir. Yapılan araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde eğitim düzeyi yüksek alışanların

⁴⁷ Can Burak ğer, “İnsan Kaynaklarında alışan Memnuniyeti ve Bir rnek Olay”, (Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009), s.37.

⁴⁸ Birėl Sarioğlu, “alışan Memnuniyeti ve Akaryakıt İstasyonları alışanlarının Memnuniyet Boyutları ve öncelikleri zerine Bir Araştırma”, (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007), s.50.

⁴⁹ Yüksekbilgili ve Akduman, s.90.

⁵⁰ Sarioğlu, y.l.t., s.50.

genel iş doyumlarının, eğitim düzeyi daha düşük çalışanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte sahip olduğu yeterliliklerden daha fazla beklentilerin olduğu bir pozisyonda yer alan çalışanlarda da yüksek düzeyde endişe ve stres yaşama iş doyumunun azalmasına neden olabilmektedir.⁵¹

Baysal'a göre, eğitim düzeyi yüksek kişilerin genel iş doyumlarının daha az eğitim görmüş olanlara oranla daha iyi olduğu tespit edilmiştir.⁵²

2.4.4.Ücret

Ücret, düşünsel ve fiziksel emeğini katan işgücünün yerine getirdiği iş karşılığında aldığı nakdi değerdir.⁵³ Başka bir tanıma göre ise örgütte çalışmasının karşılığı olarak insanın aldığı en temel ödüle ücret denir.⁵⁴

Ücret, çalışan memnuniyetini sağlamak açısından önemli bir motivasyon aracıdır. Bu noktada ücret, bireylerin yaşamını idame ettirebilmeleri için önemli bir araçtır. Yani ücret, çalışanlara toplum içinde belirli bir statü sağlar.⁵⁵ Aynı zamanda kişinin işe karşı olan davranışını ve yaklaşımında da etkili bir rol oynamaktadır. Bu noktada çalışanlar arasındaki ücret adaleti ve yapılan işe göre ücretin adaletli olması çalışanı etkileyen unsurlardandır. Groot ve Brink'e göre; çalışanlar işyerinde uygulanan ücret sistemi ve terfi politikasının adil ve beklentilerine uygun olmasını istemektedir.⁵⁶ Alınan ücretin beklentiyi karşılamadığı durumlarda çalışanda işe karşı isteksizlik, motivasyonda azalma, işe gelmeme, huzursuzluk gibi durumlar oluşmaktadır.

⁵¹ Yrd. Doç. Dr. Nuran Akşit Aşık, "Çalışanların İş Doyumunu Etkileyen Bireysel ve Örgütsel Faktörler ile Sonuçlarına İlişkin Kavramsal Bir Değerlendirme", *Türk İdari Dergisi*, 2010, Sayı:467, www.tid.gov.tr/Makaleler/467nuranaksit.pdf (26 Mayıs 2016), s.39.

⁵² Dr. Figen Sevimli ve Yrd. Doç. Dr. Ömer Faruk İşcan, "Bireysel ve İş Ortamına Ait Etkenler Açısından İş Doyumu", [Elektronik Versiyon] *Ege Akademik Bakış-Ekonomi, İşletme, Uluslar arası İlişkiler ve Siyaset Bilim Dergisi*, 2005, Sayı:1, Cilt:5, (28 Mayıs 2016), s.57.

⁵³ Sevim Koçer, **Yönetim Stratejileri- Pazarlama, Reklam, Halkla İlişkiler ve İnsan Kaynakları Yönetim Stratejileri**, 1.Basım, İstanbul: Umuttepe Yayınları, 2016, s.242.

⁵⁴ Prof. Dr. Canan Çetin, Prof. Dr. Mehmet Lütfi Arslan ve Dr. Esra Dinç, **İnsan Kaynakları Yönetimi**, 4.Baskı, İstanbul: Beta, 2015, s.185.

⁵⁵ Haldun Ersen, **Toplam Kalite ve İnsan Kaynakları Yönetim İlişkisi- Verimli ve Etkin Olmanın Yolu**, 2. Baskı, İstanbul, 1997, s.115.

⁵⁶ Aşık, s.41.

Ücretlendirme yapılırken yetkinlikler, işin yapısı, eşitliği sağlama, dengeli ücretlendirme, bütünlüğü sağlama gibi ilkeler göz önünde bulundurulmalıdır. Bunlara ek olarak herhangi bir terfi durumunda ücret artışı, arz ve talebe göre ücretlendirmelerin planlanması ön planda tutulmalıdır. Yetkinlik bazlı ücretlendirmede Uyargil'e göre; bir beceri bloğu içinde yer alan bütün beceriler öğrenilmeden ücret artışı verilmemelidir.⁵⁷

Mevcut çalışanların işletmede kalmaları için gerekli faktörlerden biri de adil ücret dağılımıdır. Hem yaptığı işle orantılı hem de aynı işi yapan diğer çalışanlarla aldığı ücretin eşit olması çalışanı kuruma bağlayan etkenlerdendir. Forsyth'e göre; ücretin adil olmaması ve eleştiriye açık olması çalışan memnuniyetini önleyen bir faktör olabilmektedir.⁵⁸ Bu noktada ücret belirlenirken piyasa araştırmalarının, performans değerlemelerinin ve iş değerlemesinin yapılması gereklidir.

2.4.5.Çalışma Ortamı ve İş Yükü

Çalışma ortamı, bireyin memnuniyetini ve motivasyonunu sağlayan önemli etmenlerden biridir. Çalışma ortamında mutlu ve huzurlu olmayan kişilerin hem memnuniyetleri azalmakta hem de motivasyonları bu duruma bağlı olarak düşmektedir.

Çalışanlar, ısısı, nemi, havalandırması, ışığı, sessizliği, rahatlığı ve tehlikesiz oluşu açısından çalışma koşulları elverişli olan iş ve işyerlerini istemekte, bunlara yüksek değer vermektedir.⁵⁹ Ortam ısısının gereğinden yüksek olması ya da gereğinden düşük olması olumsuz durumlara neden olabilir. Bu tercihler bireylere göre farklılık göstermekle birlikte işverenin bu konuda gerekli önlemleri alması gerekir. Işıklandırma, bireylerin göz sağlığı için önem arz etmektedir. Bu aşamada aydınlatmanın bireyleri olumlu etkileyeceği şekilde yapılması gerekmektedir. Ayrıca aydınlatmanın yeterli olması bireyin verimliliğini de arttırmaktadır. Yapılan araştırmaların sonucunda iyi ve yeterli aydınlatmanın iyi görmeyi sağlayarak bir işin daha kısa sürede, daha kaliteli

⁵⁷ Sinan Ünsar, "Yetkinliğe Dayalı Ücret Yönetiminin Genel Bir Değerlendirilmesi", [Elektronik Versiyon] *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2009, Cilt 10, Sayı 1, (28 Mayıs 2016), s.50.

⁵⁸ Akpınar, s.3651.

⁵⁹ Gülay Üstün Işık, "Sağlık Hizmetlerinde Kalite ve Çalışan Memnuniyeti-(Diyarbakır Kadın Doğum Ve Çocuk Hastalıkları Hastanesi Örneği)", (Beykent Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2014), s.45.

yapılmasına olanak sağladığı ve verimliliği yükselttiği saptanmıştır.⁶⁰ Havalandırma, çalışma ortamındaki rahatı ve verimliliği arttırmak açısından önemlidir. Havalandırma şartlarının uygun olması halinde kişi rahat ve motivasyonu yüksek bir şekilde çalışacaktır. Gürültü ise kişinin dikkatini dağıtarak çalışma motivasyonunu etkilemektedir. Monoton ve çok sessiz bir iş ortamı da uyuşukluk ve uyku haline neden olmaktadır. Bu nedenle sağlık açısından bir sakınca olmayacak düzeydeki gürültü, uyanıklık etkisi yapmaktadır.⁶¹

İş yükü kavramı, bireyin işyerinde kendisine yüklenen işin normalin üzerinde olduğuna yönelik algısıdır.⁶² İş yükü, iş tanımından daha yoğun olan ya da yapması gereken işin daha fazlası sorumluluğu haline gelmiş olan bireyin içinde bulunduğu durum olarak da ifade edilebilir. Bu durum çalışanın motivasyonunun düşmesine ve memnuniyetinin azalmasına yol açarken beraberinde işte ayrılımları da getirebilir. Jones (2007)'a göre de çalışanların işten ayrılma niyetlerini etkileyen faktörlerden birisi de aşırı iş yüküdür.⁶³

Çalışma saatlerinin de iş yükünü etkilediği görülmektedir. Esnek çalışma saatleri ve çalışan memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışan kimi araştırmalarda esnek çalışma saatlerinin çalışan memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi olduğu bulunmuşken, bazı araştırmalarda esnek çalışma saatlerinin çalışan memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucu elde edilmiştir.⁶⁴

⁶⁰ Kudret Armağan ve M. Kemal Demirci, "Bürolarda Fiziksel Ortamın Düzenlenmesi ve Olumsuz Çevresel Faktörlerin Çalışanlar Üzerindeki Etkisi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2015, Sayı:7, https://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/17/files/DERG_7/179-192.pdf (24 Mayıs 2016), s.6.

⁶¹ Armağan ve Demirci, s.8 .

⁶² Aşkın Keser, "Çağrı Merkezi Çalışanlarında İş Yükü Düzeyi ile İş Doyumu İlişkinin Araştırılması", [Elektronik Versiyon] *Kocaeli Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2006, Sayı:11, (28 Mayıs 2016), s.6.

⁶³ Mazlum Çelik ve Ahmet Çıra, "Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisinde Aşırı İş Yükünün Aracılık Rolü", [Elektronik Versiyon] *Ege Akademik Bakış*, 2013, Cilt:13, Sayı:1, (23 Mayıs 2016), s.11.

⁶⁴ Öger, y.l.t., s.40.

2.4.6.Deneyim Süresi ve Statü

Deneyim süresi diğer bir adıyla iş deneyimi, iş yerinde çalışma süresini ifade etmektedir. Deneyim süresi arttıkça çalışanın işe olan hakimiyeti artar ve beraberinde iş doyumunu gerçekleştirmiş olur. Bu durum genellikle çalışanın iş yerini tanınması, iş yerine bağlanması, işteki deneyimleri ve beklentileri arasında bir uyumun ortaya çıkması ile açıklanabilir.⁶⁵

Statü, çalışan memnuniyeti açısından önemli bir kavramdır. Statü, kelime anlamı olarak bir kimsenin, bir kurum veya bir toplum içindeki durumu ya da kadro bakımından bağlı olduğu pozisyon⁶⁶ anlamına gelmektedir. Bireyin statüsü yani kurum içindeki pozisyonu yükseldikçe bu durum bireye konum kazandırır. Kurum içindeki konumu ve prestiji yükselir. Bu noktada kurum içinde yüksek konumlarda çalışan kişilerin memnuniyetleri ve iş doyumunu diğer pozisyonlarda çalışan bireylere göre daha yüksektir. Bunun nedenleri arasında yükselen pozisyonla beraber hem prestij artarken hem de beraberinde ücret ve sosyal hak iyileştirmeleri de gelmektedir. Bu durum da bireyin daha rahat şartlarda çalışmasını ve memnuniyetinin daha üst seviyelerde olmasını sağlar.

⁶⁵ Aşık, s.42.

⁶⁶ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=STAT%C3%9C, (06.06.2016).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA

3.1.Araştırmanın Konusu

Bu araştırma, araştırma sektöründe çalışan kişilerin memnuniyetlerinin ölçülmesiyle ilgilidir.

3.2.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada araştırma sektöründe çalışan kişilerin memnuniyetlerinin farklı belirleyicilik unsurlarıyla belirlenmesi ve verilerin gerekli iyileştirmeler için kullanılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda araştırma sektöründe çalışan kişilerin demografik değişkenlerinin uygulanan anketten elde edilen faktörlere göre bir farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır.

3.3.Araştırmanın Evreni

Araştırma sektöründe çalışan kişiler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma çerçevesinde İstanbul'daki araştırma firmalarında çalışan 244 kişiye ulaşılmıştır.

3.4.Araştırmanın Metodolojisi

Anketin oluşturulmasında hem sektörel anketlerden yararlanılmış hem de beyin fırtınası yöntemiyle çalışanların fikirleri alınarak ortak başlıklar oluşturulmuştur.

Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Uygulanan ankette 8 adet demografik olmakla birlikte toplamda 32 soru bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında 244 kişiden oluşan örnekleme 6'lı likert ölçeği uygulanmıştır. Burada 6:Kesinlikle katılıyorum, 5: Katılıyorum, 4:Kısmen Katılıyorum, 3: Kısmen Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum ve 1: Kesinlikle Katılmıyorum anlamına gelmektedir. İlk kısımdaki demografik sorular kişilerin cinsiyetini, yaşını, eğitim

durumunu, medeni durumunu, çalışma şeklini, sektördeki deneyim süresini ve statüsünü belirlemeye yöneliktir.

Ek 5'teki anket formu hem internet aracılığıyla hem de yüz yüze yöntemiyle doldurulmuştur.

Anket sonuçları SPSS 18 programı ile analiz edilmiştir. Buradan elde edilen veriler tablolar, tabloların yorumlanması ve şekillerle ifade edilmiştir.

3.5.Tanımlayıcı İstatistiklerin Hesaplanması

Araştırma kapsamında bu başlık altında frekans ve yüzde dağılımı, tablo ve oransal verilerle detaylı olarak anlatılmıştır. Faktör analizi sonuçları da araştırma sonucunda elde edilen verilerin sonuçları ile beraber detaylı olarak açıklanmıştır.

3.5.1.Frekans ve Yüzde Dağılımı

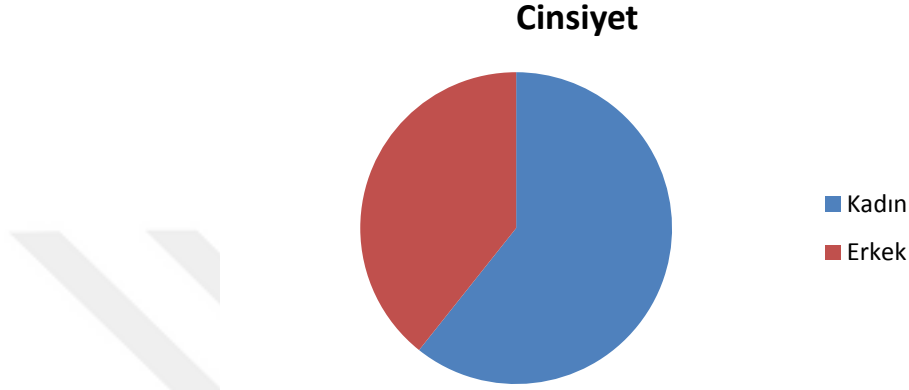
Araştırmaya katılan kişilerin demografik dağılımları aşağıdaki tablo ile belirtilmiştir.

Demografik Başlıklar	Gruplar	Frekans	Yüzde	Birikimsel Yüzde
Cinsiyet	Kadın	148	60,7	60,7
	Erkek	96	39,3	100,0
	Toplam	244	100,0	
Yaş	18-25	87	35,7	35,7
	26-33	86	35,2	70,9
	34-41	42	17,2	88,1
	42+	29	11,9	100,0
	Toplam	244	100,0	
Eğitim Durumu	Lise ve öncesi	83	34,0	34,0
	Önlisans (2 yıllık)	46	18,9	52,9
	Lisans	101	41,4	94,3
	Yüksek lisans ve üstü	14	5,7	100,0
	Toplam	244	100,0	
Medeni durum	Bekar	180	73,8	73,8
	Evli	64	26,2	100,0
	Toplam	244	100,0	
Çalışma şekli	Part time	74	30,3	30,3
	Sürekli	170	69,7	100,0
	Toplam	244	100,0	
Sektördeki deneyim süresi	3 ay ve öncesi	36	14,8	14,8
	4-11 ay	28	11,5	26,2
	1-2 yıl	35	14,3	40,6
	3-5 yıl	57	23,4	63,9
	6-10 yıl	51	20,9	84,8
	11+	37	15,2	100,0
	Toplam	244	100,0	
Statü	Firma sahibi	16	6,6	6,6
	Yönetici (saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	42	17,2	23,8
	Süpervizör	51	20,9	44,7
	Kadrolu Anketör	22	9,0	53,7
	Saha ve ofis içi proje bazlı çalışan (anketör,gm,catioperatörü,verigiriş vb)	94	38,5	92,2
	Diğer	19	7,8	100,0
	Toplam	244	100,0	

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

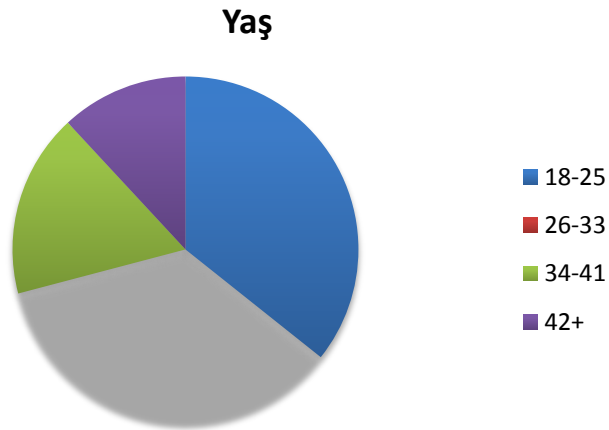
Katılımcıların dağılımlarını incelersek;

- Cinsiyete göre dağılımda ankete katılanların %60,7 'si kadın iken %39,3'ü erkeklerden oluşmaktadır. Burada kadın katılımcıların katılım oranı en yüksek görülmektedir.



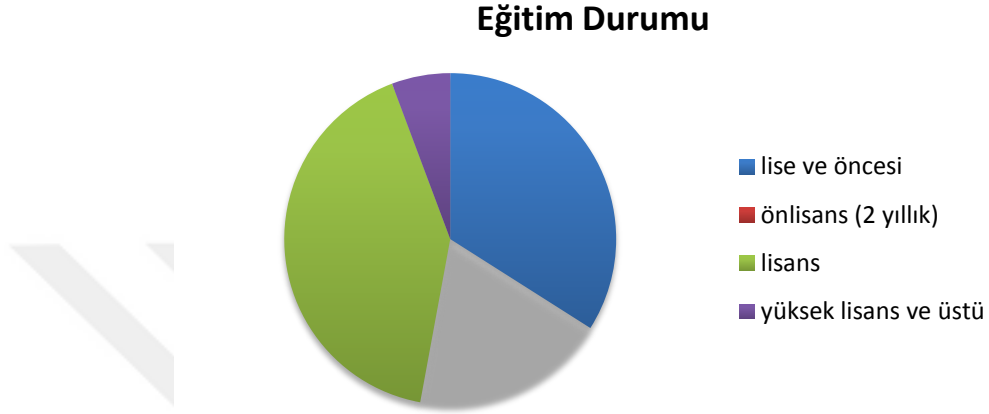
Şekil 7. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

- Yaş grubuna göre dağılım incelendiğinde 18-25 yaş arası %35,7, 26-33 yaş arası %35,2, 34-41 yaş arası %17,2, 42+ yaş grubundan %11,9 oranında kişi ankete katılım sağlamıştır. Bu noktada 18-25 yaş arası katılımcıların dağılım oranı en yüksektir.



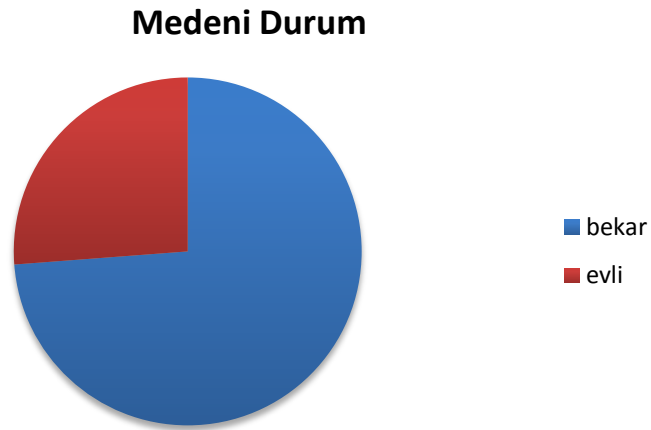
Şekil 8. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

- Eğitim grubuna göre katılım yüzdeleri incelenirse lise ve öncesi %34, önlisans (2 yıllık) %18,9, lisans %41,4, yüksek lisans ve üstü %5,7 oranında ankete katılım sağlanmıştır. Bu katılım oranlarına göre lisans eğitimi gören katılımcıların dağılım oranı en yüksektir.



Şekil 9. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

- Medeni durum dağılımında bekâr katılımcılarda %73,8, evli katılımcılarda ise %26,2 oranına ulaşılmıştır. Burada bekar katılımcıların dağılım oranı en yüksektir.



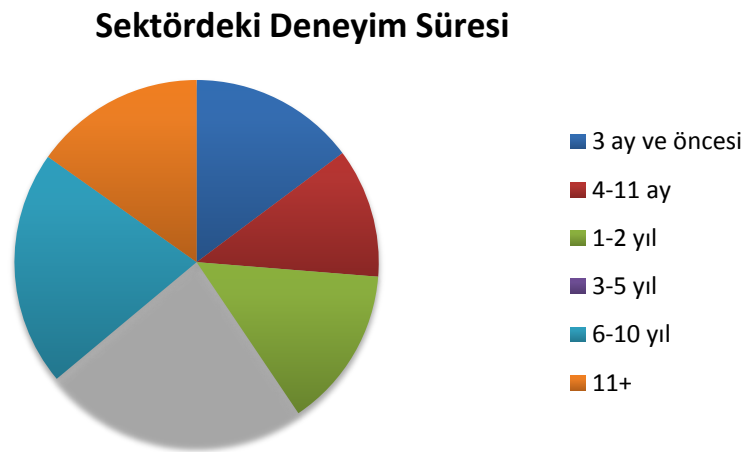
Şekil 10. Katılımcıların Medeni Duruma Göre Dağılımı

- Çalışma şekline göre ankete katılım sağlayan kişilerin %30,3' ü part time, %69,7' si ise sürekli çalışanlardan oluşmaktadır. Bu noktada sürekli çalışanların katılımının dağılım oranı en yüksektir.



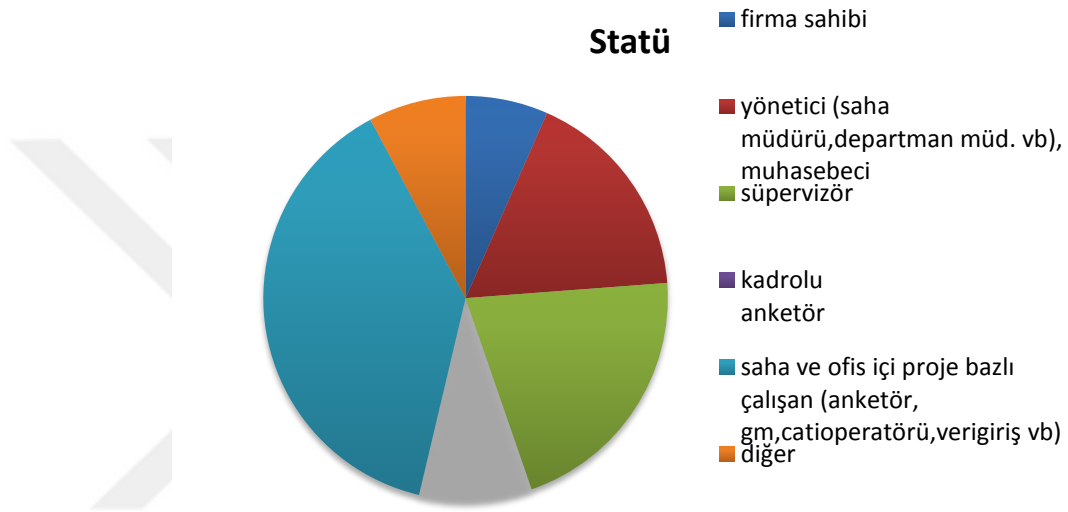
Şekil 11. Katılımcıların Çalışma Şekline Göre Dağılımı

- Sektördeki deneyim süresine göre katılımcı oranlarında 3 ay ve önce %14,8, 4-11 ay'da %11,5, 1-2 yıl'da %14,3; 3-5 yıl'da %23,4, 6-10'da yıl %20,9, 11+' da %15,2' ye ulaşılmıştır. Bu noktada 3-5 yıl deneyim süresi olanların dağılım oranı en yüksektir.



Şekil 12. Katılımcıların Sektördeki Deneyim Süresine Göre Dağılımı

- Statüye göre dağılımda firma sahibi %6,6, Yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci %17,2, süpervizör %20,9, kadrolu anketör %9,0, Saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör, gm, cati operatörü, veri giriş vb) %38,5, diğer %7,8 oranında katılımcıya ulaşılmıştır. Bu noktada saha ve ofis içi proje bazlı çalışan (anketör, gm, cati operatörü, veri giriş vb) katılımcıların dağılımı oranı en yüksektir.



Şekil 13. Katılımcıların Statüye Göre Dağılımı

3.5.2.Faktör Analizi

Faktörlerin Belirlenmesi

Faktör analizi sonucunda sorular 4 faktör altında toplanmıştır.

Rotated Component Matrix ^a				
	Component			
	1	2	3	4
S16	0,782	0,057	0,238	0,15
S17	0,733	0,226	-0,055	-0,012
S15	0,661	0,123	0,013	0,46
S13	0,652	0,203	0,309	0,284
S4	0,579	0,06	0,392	0,347
S18	0,573	0,396	0,337	0,014
S10	0,564	-0,036	0,333	0,106
S12	0,556	0,273	0,375	0,032
S23	0,182	0,793	0,142	0,207
S22	0,168	0,731	-0,045	0,005
S21	0,062	0,68	0,118	0,268
S19	0,23	0,595	0,402	0,248
S9	0,096	0,085	0,798	0,088
S6	0,259	0,123	0,755	-0,035
S5	0,38	0,142	0,681	0,193
S3	0,186	0,147	-0,056	0,756
S2	0,09	0,055	0,093	0,742
S1	0,349	0,273	0,117	0,618
S8	-0,079	0,438	0,284	0,593

Tablo 2. Rotated Component Matrix

Faktör analizinin ardından faktörlerin güvenilirliği hesaplanmıştır. Faktörlerin güvenilirliği, faktörlerin isimlendirilmesi ve faktörlere ait sorular Tablo 3.'te ifade edilmektedir

Faktör No	Faktör Adı	Sorular	Cronbach's Alfa
1	Ücret ve Memnuniyet	S16-Ücretler tatminkardır.	0,871
		S17-Ücretlerin zamanında ve tam alınmasından memnunum.	
		S15-Kariyer fırsatları açısından elverişlidir.	
		S13-Yöneticiler çalışan ihtiyaçlarını önemser.	
		S4-Mevcut çalışma şartlarından memnunum.	
		S18-Çalışanların niteliklerinin firmam için yeterli olduğunu düşünüyorum.	
		S10-Soru formlarının uzunluğundan kaynaklı uygulanabilirlikten memnunum.	
		S12-Proje eğitimleri yeterli seviyededir.	
2	Çalışma Ortamı	S23-Çalışma ortamı güvenilirdir.	0,765
		S22-Çalışma arkadaşlarımla iş dışında da sosyal ilişkimiz vardır.	
		S21-İş yerimin lokasyonu önemlidir.	
		S19-Çalışma ortamım keyiflidir.	
3	İş Yüğü	S9-Çalışma saatlerinin esnek olmasından memnunum.	0,761
		S6-İş yüküm sosyal hayatımı kısıtlamaz.	
		S5-İş yüküm kabul edilebilir seviyededir.	
4	İş Memnuniyeti	S3-Araştırma sektörü kişinin kendisini geliştirmesine olanak sağlar.	0,743
		S2-Araştırma sektörü iş bulma konusunda elverişlidir.	
		S1-Araştırma sektöründe olmaktan memnunum.	
		S8-İkna tekniklerini öğrenmede etkili bir sektördür.	

Tablo 3. Faktörler, Faktör Soruları ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları

➤ Faktörlerin belirlenme aşamasında faktör 1 başlığı altında 8 ifadenin yer aldığı görülmüştür. Bu ifadeler “Ücret ve Memnuniyet” başlığı altında toplanmıştır. Bu noktada ücret ve memnuniyet ifadelerinin çalışan memnuniyetini etkilediği görülmüştür. Faktör yükü değerleri, faktör analiz sonucunda birbirlerine yakın olan ifadelere ulaşmamızı ve bu ifadeleri tek başlık altında toplamamızı sağlar.

➤ Faktör 2 olarak isimlendirilen faktörümüz altında 4 adet ifade toplanmıştır. Bu ifadelerden yola çıkarak faktör “Çalışma Ortamı” olarak isimlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda da çalışma ortamının çalışan memnuniyetini etkilediği görülmüştür. Faktör analizi sonucunda ulaşılan faktör yükü değerleri birbirleriyle ilişkisi olan ifadeleri göstermekte ve ifadeleri tek başlık altında toplamamıza olanak sağlar.

➤ Faktör 3 olarak isimlendirilen faktörümüz 3 ifade altında toplanmıştır. Bu noktada ifadelerin ortak adı “İş Yüğü” olarak tanımlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda iş yükünün çalışan memnuniyetini etkilediğı ortaya çıkmıştır. Faktör yükü değerleri faktör analizi sonucu elde edilmiştir ve birbirlerine yakın ifadelerin tek başlık altında toplamamıza yardımcı olmuştur.

➤ Faktör 4 olarak isimlendirilen faktörümüz altında yukarıda belirtilen 4 ifade toplanmıştır. Bu ifadeler “İş Memnuniyet” başlığı altında toplanmıştır. Analizler sonucunda iş memnuniyetinin çalışan memnuniyetini etkilediğı görölmüştür. Faktör yükü değerleri ile de faktör analizi sonucunda birbirlerine yakın ifadelerin tek başlık altında toplanmasına olanak sağlanmıştır.

3.6.Hipotezler

Hipotezler başlığı altında araştırma kapsamında belirlenen faktörler ve demografik değişkenlerle hipotezlerin belirlenmesi, analizi ve yorumlaması yapılmıştır.

3.6.1.Hipotezlerin Belirlenmesi

Faktör analizinin ardından her bir faktör belirlenmiş ve isimlendirilmiştir. Bu aşamadan sonra her bir faktörün demografik bilgiler üzerindeki etkisi her bir demografik başlık için ayrı ayrı tespit edilmiştir.

3.6.2.Hipotezler, Hipotezlerin Analizi ve Yorumlanması

- **H0:** Ücret ve memnuniyet etkisi, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
ücret_memnuniyet	kadın	148	3,5346	1,05944	,08709
	erkek	96	3,4115	1,15279	,11766

Bağımsız Gruplar için T Testi				
ücret_memnuniyet	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki Yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	1,090	,297	,392	,12317
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,401	,12317

Analiz için T testi kullanıldı. Tablolar incelendiğinde Levene testi sonucundaki “Sig” değeri ile varyansların homojenliği test edilir. Sig=0,297>0,05 sonucuyla varyansların homojen olduğu ve Sig. (İki Yönlü)=0,392>0,05 sonucuyla da gruplar arası anlamlı fark olmadığı anlaşılmaktadır.

- **H1:** Ücret ve memnuniyet etkisi, yaşa göre farklılık göstermektedir.

Tablo 5. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
ücret_memnuniyet								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama için %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
18-25	87	3,5259	1,22343	,13117	3,2651	3,7866	1,13	5,75
26-33	86	3,4157	1,04748	,11295	3,1911	3,6403	1,00	5,38
34-41	42	3,5030	,96686	,14919	3,2017	3,8043	1,38	5,38
42+	29	3,5517	1,05407	,19574	3,1508	3,9527	1,00	6,00
Toplam	244	3,4862	1,09643	,07019	3,3479	3,6244	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
ücret_memnuniyet	ücret_memnuniyet					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,202	Gruplar Arası	,701	3	,234	,192	,902
	Gruplar İçi	291,425	240	1,214		
	Toplam	292,125	243			

Analiz için Anova testi yapılmıştır. Levene testi Sig=0,202>0,05 sonucu varyansların homojen olduğunu göstermektedir. Anova tablosundaki “Sig” değeri incelendiğinde Sig=0,902>0,05 sonucu ücret ve memnuniyet etkisinin yaşa göre farklılık göstermediği anlaşılmıştır.

➤ **H2:** Ücret ve memnuniyet etkisi, eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Tablo 6. Ücret ve Memnuniyet Etkisi – Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
ücret_memnuniyet								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
lise ve öncesi	83	3,5316	1,13139	,12419	3,2846	3,7787	1,00	5,63
önlisans(2 yıllık)	46	3,4429	1,18372	,17453	3,0914	3,7945	1,13	5,75
lisans	101	3,4208	1,05397	,10487	3,2127	3,6289	1,00	5,63
yüksek lisans ve üstü	14	3,8304	,90618	,24219	3,3071	4,3536	2,63	6,00
Toplam	244	3,4862	1,09643	,07019	3,3479	3,6244	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
ücret_memnuniyet	ücret_memnuniyet					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,296	Gruplar Arası	2,348	3	,783	,648	,585
	Gruplar İçi	289,777	240	1,207		
	Toplam	292,125	243			

Analiz İçin Anova testi uygulanmıştır. Levene testi Sig=0,296>0,05 sonucu varyansların homojen olduğunu göstermektedir. Anova tablosundaki Sig=0,585>0,05 sonucu ile de ücret ve memnuniyet etkisinin eğitim durumuna göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

➤ **H3:** Ücret ve memnuniyet etkisi, medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Tablo 7. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Medeni Durum İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	medeni_durum	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
ücret_memnuniyet	bekar	180	3,4701	1,11305	,08296
	evli	64	3,5313	1,0555	,13194

Bağımsız Gruplar için T Testi				
ücret_memnuniyet	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	,389	,534	,703	-,06111
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,696	-,06111

Analiz için T testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,534>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Sig. (İki yönlü)=0,703>0,05 sonucu da ücret ve memnuniyet etkisinin medeni duruma göre farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

- **H4:** Ücret ve memnuniyet etkisi, çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.

Tablo 8. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
ücret_memnuniyet	çalışma_şekli	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
	part time	74	3,2652	1,12661	,13097
	sürekli	170	3,5824	1,07220	,08223

Bağımsız Gruplar için T Testi				
ücret_memnuniyet	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (iki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	,000	,989	,038	-,31715
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,042	-,31715

Analiz için T testi kullanılmıştır. Levene testiyle Sig=0,989>0,05 sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır Sig. (iki yönlü)=0,038<0,05 sonucu, ücret ve memnuniyet etkisinin çalışma şekline göre farklılık gösterdiğini ifade etmektedir.

- **H5:** Ücret ve memnuniyet etkisi, sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 9. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
ücret_memnuniyet								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama için %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
3 ay ve öncesi	36	3,5000	1,07488	,17915	3,1363	3,8637	1,13	5,25
4-11 ay	28	3,5580	1,23485	,23337	3,0792	4,0369	1,13	5,63
1-2 yıl	35	3,4929	1,28121	,21656	3,0527	3,9330	1,25	5,63
3-5 yıl	57	3,4452	1,01880	,13494	3,1749	3,7155	1,38	5,75
6-10 yıl	51	3,5466	1,08627	,15211	3,2411	3,8521	1,00	6,00
11+	37	3,3919	1,01129	,16626	3,0547	3,7291	1,00	5,38
Toplam	244	3,4862	1,09643	,07019	3,3479	3,6244	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
ücret_memnuniyet	ücret_memnuniyet					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,209	Gruplar Arası	,764	5	,153	,125	,987
	Gruplar İçi	291,361	238	1,224		
	Toplam	292,125	243			

Analiz için Anova testi uygulanmıştır. Levene testi Sig=0,209>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Anova tablosundaki Sig=0,987>0,05 sonucu ile karşılaştırılan grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmaktadır.

➤ **H6:** Ücret ve memnuniyet etkisi, statüye göre farklılık göstermektedir.

Tablo 10. Ücret ve Memnuniyet Etkisi - Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
ücret_memnuniyet								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
firma sahibi	16	3,6250	1,04283	,26071	3,0693	4,1807	2,13	6,00
yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	42	3,3750	1,02781	,15860	3,0547	3,6953	1,38	5,38
süpervizör	51	3,6471	1,05555	,14781	3,3502	3,9439	1,00	5,63
kadrolu anketör	22	3,4602	,86807	,18507	3,0753	3,8451	2,13	5,00
saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü,verigiriş vb)	94	3,4388	1,18199	,12191	3,1967	3,6809	1,00	5,63
diğer	19	3,4474	1,26128	,28936	2,8395	4,0553	1,50	5,75
Toplam	244	3,4862	1,09643	,07019	3,3479	3,6244	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
ücret_memnuniyet	ücret_memnuniyet					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,388	Gruplar Arası	2,402	5	,480	,395	,852
	Gruplar İçi	289,724	238	1,217		
	Toplam	292,125	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,388>0,05 sonucu varyansların homojen olduğunu göstermektedir. Anova testi Sig=0,852>0,05 sonucu ile de ücret ve memnuniyet etkisinin statüye göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır.

➤ **H7:** Çalışma ortamı etkisi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Tablo 11. Çalışma Ortamı Etkisi - Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
calisma_ortami	kadin	148	4,8209	,89549	,07361
	erkek	96	4,6094	1,06735	,10894

Bağımsız Gruplar için T Testi				
calisma_ortami	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (iki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	1,001	,318	,096	,21157
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,109	,21157

Analiz için T testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,318>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Sig. (2-tailed)=0,096>0,05 sonucu ile de çalışma ortamı etkisinin cinsiyete göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

➤ **H8:** Çalışma ortamı etkisi yaşa göre farklılık göstermektedir.

Tablo 12. Çalışma Ortamı Etkisi - Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
calisma_ortami								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
18-25	87	4,6264	1,13856	,12207	4,3838	4,8691	1,00	6,00
26-33	86	4,8023	,83412	,08995	4,6235	4,9812	1,00	6,00
34-41	42	4,8690	,90094	,13902	4,5883	5,1498	2,25	6,00
42+	29	4,6897	,89805	,16676	4,3481	5,0313	2,25	6,00
Toplam	244	4,7377	,97016	,06211	4,6154	4,8600	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
calisma_ortami	calisma_ortami					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,097	Gruplar Arası	2,228	3	,743	,787	,502
	Gruplar İçi	226,485	240	,944		
	Toplam	228,713	243			

Analiz için Anova testi yapılmıştır. Levene testi Sig=0,097>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Anova tablosundaki Sig=0,502>0,05 sonucu ile çalışma ortamı etkisinin yaşa göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır.

➤ **H9:** Çalışma ortamı etkisi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Tablo 13. Çalışma Ortamı Etkisi - Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
calisma_ortami								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama için %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
lise ve öncesi	83	4,8645	1,01084	,11095	4,6437	5,0852	1,00	6,00
önlisans(2 yıllık)	46	4,6359	1,08744	,16033	4,3129	4,9588	1,25	6,00
lisans	101	4,6559	,88095	,08766	4,4820	4,8299	1,00	6,00
yüksek lisans ve üstü	14	4,9107	,92823	,24808	4,3748	5,4467	3,00	6,00
Toplam	244	4,7377	,97016	,06211	4,6154	4,8600	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
calisma_ortami	calisma_ortami					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
0,563	Gruplar Arası	2,905	3	0,968	1,029	,380
	Gruplar İçi	225,808	240	0,941		
	Toplam	228,713	243			

Analiz için Anova testi uygulanmıştır. Levene testi Sig=0,563>0,05 sonucu varyansların homojen olduğunu göstermektedir. Anova tablosundaki Sig=0,380>0,05 sonucu ile çalışma ortamı etkisinin eğitim durumuna göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

- **H10:** Çalışma ortamı etkisi medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Tablo 14. Çalışma Ortamı Etkisi - Medeni Durumu İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
calisma_ortami	medeni_durum	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
	bekar	180	4,6875	1,01383	,07557
	evli	64	4,8789	,82615	,10327

Bağımsız Gruplar için T Testi				
calisma_ortami	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	3,318	,070	,176	-,19141
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,137	-,19141

Analiz için T testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,070>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Sig. (İki yönlü)= 0,176>0,05 sonucu ile de çalışma ortamı etkisinin medeni duruma göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

- **H11:** Çalışma ortamı etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.

Tablo 15. Çalışma Ortamı Etkisi - Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
calisma_ortami	çalışma_şekli	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
	part time	74	4,3682	1,13794	,13228
	sürekli	170	4,8985	,84155	,06454

Bağımsız Gruplar için T Testi				
calisma_ortami	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	7,033	,009	,000	-,53029
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,000	-,53029

Analiz için T testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,009<0,05 sonucu ile varyansların homojen olmadığı sonucuna varılır. Sig. (İki yönlü)=0,000<0,05 sonucu ile de çalışma ortamı etkisinin çalışma şekline göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

- **H12:** Çalışma ortamı etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 16. Çalışma Ortamı Etkisi - Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
calisma_ortami								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
3 ay ve öncesi	36	4,1944	1,15281	,19213	3,8044	4,5845	1,00	6,00
4-11 ay	28	4,8393	,90833	,17166	4,4871	5,1915	2,25	6,00
1-2 yıl	35	4,7929	1,17649	,19886	4,3887	5,1970	1,25	6,00
3-5 yıl	57	4,9254	,70230	,09302	4,7391	5,1118	3,25	6,00
6-10 yıl	51	4,7745	,97757	,13689	4,4996	5,0495	1,00	6,00
11+	37	4,7973	,82040	,13487	4,5238	5,0708	3,25	6,00
Toplam	244	4,7377	,97016	,06211	4,6154	4,8600	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
calisma_ortami	calisma_ortami					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
0,1	Gruplar Arası	13,23	5	2,646	2,922	,014
	Gruplar İçi	215,484	238	,905		
	Toplam	228,713	243			

Analizde Anova testi kullanılmıştır. Levene Testi Sig=0,100>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Anova tablosundaki Sig=0,014<0,05 sonucu ile de çalışma ortamı etkisinin sektördeki deneyim süresine göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

➤ **H13:** Çalışma ortamı etkisi statüye göre farklılık göstermektedir.

Tablo 17. Çalışma Ortamı Etkisi - Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikler, Anova Testi ve Kruskal Wallis Testi Analiz Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
calisma_ortami								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
firma sahibi	16	4,9375	,85878	,21469	4,4799	5,3951	3,25	6,00
yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	42	4,8333	,70854	,10933	4,6125	5,0541	3,50	6,00
süpervizör	51	4,8725	,91702	,12841	4,6146	5,1305	1,00	6,00
kadrolu anketör	22	5,1250	,61116	,13030	4,8540	5,3960	4,00	6,00
saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catiopera törü,verigiriş vb)	94	4,5452	1,16048	,11969	4,3075	4,7829	1,00	6,00
diğer	19	4,5000	,82074	,18829	4,1044	4,8956	3,00	6,00
Toplam	244	4,7377	,97016	,06211	4,6154	4,8600	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
	calisma_ortami					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,019	Gruplar Arası	9,807	5	1,961	2,132	,062
	Gruplar İçi	218,906	238	,920		
	Toplam	228,713	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,019<0,05 sonucuyla varyansların homojen olmadığı anlaşılmıştır. Bu noktada Kruskal Wallis testi yapılmıştır.

Test İstatistiği.b	
	calisma_ortami
Kay-kare (Bağımsızlık Testi)	9,360
Serbestlik Derecesi (df)	5
Asymp. Sig.	,096

Bu analiz sonucunda Asymp. Sig.=0,096>0,05 sonucu ile çalışma ortamı etkisinin statüye göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

➤ **H14:** İş yükü etkisi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Tablo 18. İş Yükü Etkisi – Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikler ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
is_yuku	kadin	148	3,7050	1,25539	,10319
	erkek	96	3,8681	1,32672	,13541

Bağımsız Gruplar için T Testi				
is_yuku	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	,011	,917	,333	-,16310
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,339	-,16310

Analiz için T testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,917>0,05 sonucuyla varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Sig.(İki yönlü)=0,333>0,05 sonucu ile de iş yükü etkisi cinsiyete göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

➤ **H15:** İş yükü etkisi yaşa göre farklılık göstermektedir.

Tablo 19. İş Yükü Etkisi – Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is_yuku								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
18-25	87	4,0383	1,29641	,13899	3,7620	4,3146	1,00	6,00
26-33	86	3,5543	1,18555	,12784	3,3001	3,8084	1,00	5,67
34-41	42	3,5476	1,35715	,20941	3,1247	3,9705	1,00	6,00
42+	29	3,9195	1,30826	,24294	3,4219	4,4172	1,67	6,00
Toplam	244	3,7691	1,28370	,08218	3,6072	3,9310	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
	is_yuku					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
0,561	Gruplar Arası	12,991	3	4,33	2,682	,047
	Gruplar İçi	387,447	240	1,614		
	Toplam	400,439	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,561>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu sonucuna varılmıştır. Anova tablosunda Sig=0,047<0,05 sonucu ise iş yükü etkisinin yaşa göre farklılık gösterdiğini ifade etmektedir.

- **H16:** İş yükü etkisi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Tablo 20. İş Yükü Etkisi – Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is_yuku								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
lise ve öncesi	83	3,8514	1,21000	,13281	3,5872	4,1156	1,00	6,00
önlisans(2 yıllık)	46	3,8768	1,35785	,20020	3,4736	4,2800	1,00	6,00
lisans	101	3,6370	1,32506	,13185	3,3754	3,8985	1,00	6,00
yüksek lisans ve üstü	14	3,8810	1,20261	,32141	3,1866	4,5753	2,33	6,00
Toplam	244	3,7691	1,28370	,08218	3,6072	3,9310	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
is_yuku	is_yuku					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,345	Gruplar Arası	3,035	3	1,012	,611	,609
	Gruplar İçİ	397,404	240	1,656		
	Toplam	400,439	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,345>0,05 sonucuyla varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Anova tablosunda Sig=0,609>0,05 sonucu ile de iş yükü etkisinin eğitim durumuna göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılır.

- **H17:** İş yükü etkisi medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Tablo 21. İş Yükü Etkisi – Medeni Durum İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	medeni_durum	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
is_yuku	bekar	180	3,8611	1,28394	,09570
	evli	64	3,5104	1,25703	,15713

Bağımsız Gruplar için T Testi				
is_yuku	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	,033	,855	,060	,35069
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,059	,35069

Analiz için T testi yapılmıştır. Levene testindeki Sig=0,855>0,05 sonucu ile varyansların homojen anlaşılmaktadır. Sig. (İki yönlü)=0,60>0,05 sonucu ile de iş yükü etkisinin medeni duruma göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

➤ **H18:** İş yükü etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.

Tablo 22. İş Yükü Etkisi – Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	çalışma_şekli	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
is_yuku	part time	74	3,9595	1,24716	,14498
	sürekli	170	3,6863	1,29415	,09926

Bağımsız Gruplar için T Testi				
is_yuku	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	1,293	,257	,127	,27318
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,122	,27318

Analiz için T testi yapılmıştır. Levene testi Sig=0,257>0,05 ile varyansların homojen olduğu sonucuna varılmıştır. Sig. (İki yönlü)=0,127>0,05 sonucu ile de iş yükü etkisinin çalışma şekline göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

- **H19:** İş yükü etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 23. İş Yükü Etkisi – Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is_yuku								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
3 ay ve öncesi	36	3,8333	1,37437	,22906	3,3683	4,2984	1,00	5,67
4-11 ay	28	4,1190	1,21450	,22952	3,6481	4,5900	1,67	6,00
1-2 yıl	35	3,9905	1,34914	,22805	3,5270	4,4539	1,00	6,00
3-5 yıl	57	3,8129	1,21174	,16050	3,4913	4,1344	1,00	6,00
6-10 yıl	51	3,5556	1,29558	,18142	3,1912	3,9199	1,00	6,00
11+	37	3,4595	1,23816	,20355	3,0466	3,8723	1,33	5,67
Toplam	244	3,7691	1,28370	,08218	3,6072	3,9310	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi		ANOVA				
is_yuku		is_yuku				
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
0,898	Gruplar Arası	11,275	5	2,255	1,379	,233
	Gruplar İçi	389,163	238	1,635		
	Toplam	400,439	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,898>0,05 ile varyansların homojen olduğu sonucuna varılmaktadır. Anova tablosu Sig=0,233>0,05 sonucu ile iş yükü etkisinin sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

➤ **H20:** İş yükü etkisi statüye göre farklılık göstermektedir.

Tablo 24. İş Yükü Etkisi – Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikleri ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is_yuku								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
firma sahibi	16	3,7083	1,52449	,38112	2,8960	4,5207	1,67	6,00
yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	42	3,2381	1,09020	,16822	2,8984	3,5778	1,33	5,33
süpervizör	51	3,3660	1,28799	,18035	3,0038	3,7283	1,00	5,33
kadrolu anketör	22	4,1061	,86914	,18530	3,7207	4,4914	2,33	6,00
saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü,verigiriş vb)	94	4,1241	1,27374	,13138	3,8632	4,3850	1,00	6,00
diğer	19	3,9298	1,33601	,30650	3,2859	4,5738	2,00	6,00
Toplam	244	3,7691	1,28370	,08218	3,6072	3,9310	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi		ANOVA				
is_yuku		is_yuku				
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,064	Gruplar Arası	35,024	5	7,005	4,562	,001
	Gruplar İçi	365,414	238	1,535		
	Toplam	400,439	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,064>0,05 ile varyansların homojen olduğu sonucuna varılır. Anova tablosu Sig=0,001<0,05 sonucu ile iş yükü etkisinin statüye göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

- **H21:** İş memnuniyeti etkisi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Tablo 25. İş Memnuniyeti Etkisi – Cinsiyet İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
is_memnuniyeti	kadın	148	4,6419	,88504	,07275
	erkek	96	4,6094	,96096	,09808

Bağımsız Gruplar için T Testi				
is_memnuniyeti	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (iki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	,055	,816	,787	,03252
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,790	,03252

Analiz için T testi yapılmıştır. Levene testindeki Sig=0,816>0,05 varyansların homojen olduğunu gösterirken, Sig. (İki yönlü)=0,787>0,05 sonucu ile de iş memnuniyeti etkisinin cinsiyete göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

- **H22:** İş memnuniyeti etkisi yaşa göre farklılık göstermektedir.

Tablo 26. İş Memnuniyeti Etkisi – Yaş İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is_memnuniyeti								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
18-25	87	4,4799	1,01459	,10878	4,2636	4,6961	1,00	6,00
26-33	86	4,6221	,80872	,08721	4,4487	4,7955	2,00	6,00
34-41	42	4,7738	,94966	,14654	4,4779	5,0697	2,75	6,00
42+	29	4,8879	,78087	,14500	4,5909	5,1850	3,50	6,00
Toplam	244	4,6291	,91385	,05850	4,5139	4,7443	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
is memnuniyeti	is memnuniyeti					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,283	Gruplar Arası	4,764	3	1,588	1,923	,126
	Gruplar İçi	198,17	240	,826		
	Toplam	202,933	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,283>0,05 sonucuyla varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Anova Sig=0,126>0,05 sonucu ile de iş memnuniyeti etkisinin yaşa göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır.

➤ **H23:** İş memnuniyeti etkisi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Tablo 27. İş Memnuniyeti Etkisi – Eğitim Durumu İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is memnuniyeti								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
lise ve öncesi	83	4,6446	,95964	,10533	4,4350	4,8541	1,25	6,00
önlisans(2 yıllık)	46	4,5163	1,06641	,15723	4,1996	4,8330	1,00	6,00
lisans	101	4,6460	,81338	,08093	4,4855	4,8066	2,25	6,00
yüksek lisans ve üstü	14	4,7857	,83699	,22369	4,3025	5,2690	3,00	6,00
Toplam	244	4,6291	,91385	,05850	4,5139	4,7443	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi	ANOVA					
is memnuniyeti	is memnuniyeti					
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,107	Gruplar Arası	,978	3	,326	,387	,762
	Gruplar İçi	201,956	240	,841		
	Toplam	202,933	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,107>0,05 sonucu varyansların homojen olduğunu göstermektedir. Anova tablosu Sig=0,762>0,05 sonucu

ile iş memnuniyeti etkisinin eğitim durumuna göre farklılık göstermediği sonucuna varılmaktadır.

➤ **H24:** İş memnuniyeti etkisi medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Tablo 28. İş Memnuniyeti Etkisi – Medeni Durum İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	medeni_durum	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
is_memnuniyeti	bekar	180	4,5681	,96258	,07175
	evli	64	4,8008	,74025	,09253

Bağımsız Gruplar için T Testi				
is_memnuniyeti	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	3,865	,050	,080	-,23273
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,049	-,23273

Analiz için T testi kullanılmıştır. Bu noktada Sig. (İki yönlü)=0,049<0,05 sonucu ile iş memnuniyeti etkisinin medeni duruma göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

➤ **H25:** İş memnuniyeti etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.

Tablo 29. İş Memnuniyeti Etkisi – Çalışma Şekli İlişkisi Grup İstatistikleri ve T Testi Sonuçları

Grup İstatistikleri					
	calisma_sekli	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
is_memnuniyeti	part time	74	4,2230	1,05708	,12288
	sürekli	170	4,8059	,78388	,06012

Bağımsız Gruplar için T Testi				
is_memnuniyeti	Varyansların Eşitliği Levene Testi		Ortalamanın Eşitliği T Testi	
	F	Sig.	Sig. (İki yönlü)	Ortalama Farkları
Varyansların eşit olduğu varsayımı	7,084	,008	,000	-,58291
Varyansların eşit olmadığı varsayımı			,000	-,58291

Analiz için T testi kullanılmıştır. Levene testi $\text{Sig}=0,008<0,05$ ile varyansların homojen olmadığı anlaşılmaktadır. Sig. (İki yönlü) $=0,000<0,05$ sonucu ile de iş memnuniyeti etkisinin çalışma şekline göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

- **H26:** İş memnuniyeti etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 30. İş Memnuniyeti Etkisi – Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is_memnuniyeti								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
3 ay ve öncesi	36	4,2917	,97376	,16229	3,9622	4,6211	2,25	6,00
4-11 ay	28	4,5179	,84964	,16057	4,1884	4,8473	2,50	6,00
1-2 yıl	35	4,5643	1,18716	,20067	4,1565	4,9721	1,00	6,00
3-5 yıl	57	4,7456	,81626	,10812	4,5290	4,9622	2,25	6,00
6-10 yıl	51	4,6961	,83264	,11659	4,4619	4,9303	2,75	6,00
11+	37	4,8311	,80375	,13214	4,5631	5,0991	3,50	6,00
Toplam	244	4,6291	,91385	,05850	4,5139	4,7443	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi		ANOVA				
is_memnuniyeti		is_memnuniyeti				
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,528	Gruplar Arası	7,105	5	1,421	1,727	,129
	Gruplar İçi	195,829	238	,823		
	Toplam	202,933	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,528>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Anova tablosu Sig=0,129>0,05 sonucu ile de iş memnuniyeti etkisinin sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermediği görülmektedir.

➤ **H27:** İş memnuniyeti etkisi statüye göre farklılık göstermektedir.

Tablo 31. İş Memnuniyeti Etkisi – Statü İlişkisi Betimleyici İstatistikler ve Anova Testi Sonuçları

Betimleyici İstatistikler								
is_memnuniyeti								
	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalama İçin %95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
firma sahibi	16	4,8125	,91059	,22765	4,3273	5,2977	2,75	6,00
yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	42	4,9405	,73834	,11393	4,7104	5,1706	3,50	6,00
süpervizör	51	4,8480	,64823	,09077	4,6657	5,0304	3,50	6,00
kadrolu anketör	22	4,5000	1,03222	,22007	4,0423	4,9577	2,00	6,00
saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü, verigiriş vb)	94	4,4096	1,01060	,10424	4,2026	4,6166	1,00	6,00
diğer	19	4,4342	,97483	,22364	3,9644	4,9041	2,75	6,00
Toplam	244	4,6291	,91385	,05850	4,5139	4,7443	1,00	6,00

Varyansların Homojenlik Testi		ANOVA				
is_memnuniyeti		is_memnuniyeti				
Levene İstatistiği Sig.		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Sig.
,070	Gruplar Arası	12,673	5	2,535	3,171	,009
	Gruplar İçi	190,260	238	,799		
	Toplam	202,933	243			

Analiz için Anova testi kullanılmıştır. Levene testi Sig=0,070>0,05 sonucu ile varyansların homojen olduğu anlaşılmaktadır. Anova tablosu Sig=0,009<0,05 sonucu ise iş memnuniyeti etkisinin statüye göre farklılık gösterdiğini ifade eder.

SONUÇ

Çalışan memnuniyeti kurumlar için oldukça önemlidir. Bu nedenle de çalışan memnuniyeti üzerine bugüne kadar birçok araştırma yapılmıştır ve bundan sonra da yapılacaktır.

Yapılan çalışma değerlendirildiğinde ücret ve memnuniyet etkisinin cinsiyete göre farklılık göstermemiştir. Aynı şekilde ücret memnuniyet etkisinin yaşa göre de farklılık göstermediği anlaşılmıştır. Bu noktada ücret memnuniyet etkisinin eğitim durumuna göre farklılık göstermemiştir. Araştırma sonucunda ücret ve memnuniyet etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermiştir. Yani part time çalışanlar ile sürekli çalışanlar arasında çalışma şekline göre anlamlı bir fark vardır. Ücret ve memnuniyet etkisi, sektördeki deneyim süresi ve statüye göre farklılık göstermemiştir.

Araştırma sonucunda çalışma ortamı etkisi cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durumu ve statüye göre farklılık göstermemiştir. Çalışma ortamı etkisinin çalışma şekline göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Yani çalışma ortamı etkisi ile çalışma şekli arasında anlamlı bir farklılık vardır. Buradaki fark da sürekli çalışan bireylerin çalışma ortamı etkisi part time çalışanlara göre daha yüksektir ki buradan sürekli çalışanların çalışma ortamını daha çok benimsedikleri ve sahiplendikleri sonucuna ulaşılabilir. Analiz sonucunda çalışma ortamı etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermiştir. Buradaki farklılık 3 ay ve öncesi çalışanlar ile 3-5 yıl çalışanlar arasındaki anlamlı derecedeki farktan kaynaklanmaktadır. Bu aşamada çalışma ortamı etkisi en az olan grup 3 ay ve öncesidir. Bunun sebepleri arasında bireyin henüz iş yerindeki deneyim süresinin az olması, iş yerine bağlılığının tam olarak oluşmamış olması ve henüz alışma aşamasında olması sayılabilir.

Yapılan araştırma sonucunda iş yükü etkisi yaşa göre farklılık göstermiştir. Anova'da alınan yaş grupları arasında anlamlı bir fark olmasına rağmen bu farkın Ek-2'deki çoklu karşılaştırmalarda 18-25 ve 26-33 yaş aralığında anlamlılık değerinin 0,062 çıkması farklılığın bu yaş gruplarından kaynaklandığını göstermektedir. İş yükü etkisi eğitim durumuna, medeni duruma, çalışma şekline ve sektördeki deneyim

süresine göre farklılık göstermemiştir. Bunun dışında iş yükü etkisi statüye göre farklılık göstermiştir. Buradaki farklılık yönetici (saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci ile saha ve ofis içi proje bazlı çalışan (anketör, gm, cati operatörü, veri giriş vb) ve süpervizör ile saha ve ofis içi proje bazlı çalışan (anketör, gm, cati operatörü, veri giriş vb) arasındaki anlamlı farklılıktan kaynaklanmaktadır.

İş memnuniyet etkisi cinsiyete, yaşa, eğitim durumuna ve sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermemiştir. Buna karşın iş memnuniyet etkisi medeni duruma göre farklılık göstermiştir. Burada evli bireyler ile bekar bireylerin iş memnuniyeti etkisi arasında anlamlı bir fark vardır. Buradaki fark evli bireylerin iş memnuniyeti etkisinin bekar bireylerden daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde iş memnuniyet etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermiştir. Bu noktada part time çalışan birey ile sürekli çalışan bireylerin iş memnuniyeti etkisi arasında anlamlı bir farklılık vardır. İş memnuniyet etkisi en düşük olan part time çalışan bireyler olmuştur. Buna ek olarak iş memnuniyet etkisi statüye göre de farklılık göstermiştir. Buradaki farklılık; yönetici (saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci ile saha ve ofis içi proje bazlı çalışanlar (anketör, gm, cati operatörü, veri giriş vb) arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır.

Tüm bu araştırma sonuçlarına göre öneri olarak yönetici, muhasebeci statüsündeki bireylerin iş yüklerinin adil dağıtımının sağlanması, çalışma saatlerinin mesai saatlerini aşmaması gibi durumlara gerekli özen gösterilmesiyle iyileştirme sağlanabilir.

Yapılan araştırma kapsamında, ücret ve memnuniyet etkisinin eğitim durumuna, çalışma ortamı etkisinin cinsiyete, iş yükü etkisinin cinsiyete ve medeni duruma göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşıldı. Bu alanda araştırma yapacak kişilerin, bahsedilen faktör - demografik değişken ilişkilerinde beklenenin dışında sonuçlara ulaşabileceklerini belirtmek isterim.

HİPOTEZ NO	HİPOTEZ	DURUM
H0	Ücret ve memnuniyet etkisi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H1	Ücret ve memnuniyet etkisi yaşa göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H2	Ücret ve memnuniyet etkisi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H3	Ücret ve memnuniyet etkisi medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H4	Ücret ve memnuniyet etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H5	Ücret ve memnuniyet etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H6	Ücret ve memnuniyet etkisi statüye göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H7	Çalışma ortamı etkisi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H8	Çalışma ortamı etkisi yaşa göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H9	Çalışma ortamı etkisi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H10	Çalışma ortamı etkisi medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H11	Çalışma ortamı etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H12	Çalışma ortamı etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H13	Çalışma ortamı etkisi statüye göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H14	İş yükü etkisi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H15	İş yükü etkisi yaşa göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H16	İş yükü etkisi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H17	İş yükü etkisi medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H18	İş yükü etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H19	İş yükü etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H20	İş yükü etkisi statüye göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H21	İş memnuniyeti etkisi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H22	İş memnuniyeti etkisi yaşa göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H23	İş memnuniyeti etkisi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H24	İş memnuniyeti etkisi medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H25	İş memnuniyeti etkisi çalışma şekline göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H26	İş memnuniyeti etkisi sektördeki deneyim süresine göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR
H27	İş memnuniyeti etkisi statüye göre farklılık göstermektedir.	GÖSTERMEMEKTEDİR

Tablo 32. Hipotez Analiz Sonuçları



EKLER

EK 1: Çalışma Ortamı Etkisi – Sektördeki Deneyim Süresi İlişkisi Post-Hoc Sonuçları

Çoklu Karşılaştırmalar							
Bağımlı Değişken: calisma_ortami							
	(I) sektördeki_deneyi m_suresi	(J) sektördeki_deneyi m_suresi	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Tukey HSD	3 ay ve öncesi	4-11 ay	-,64484	,23976	,081	-1,3337	,0440
		1-2 yıl	-,59841	,22587	,090	-1,2474	,0505
		3-5 yıl	-,73099	,20257	,005	-1,3130	-,1490
		6-10 yıl	-,58007	,20713	,061	-1,1752	,0150
		11+	-,60285	,22276	,078	-1,2428	,0371
	4-11 ay	3 ay ve öncesi	,64484	,23976	,081	-,0440	1,3337
		1-2 yıl	,04643	,24125	1,000	-,6467	,7396
		3-5 yıl	-,08615	,21959	,999	-,7171	,5447
		6-10 yıl	,06478	,22380	1,000	-,5782	,7078
		11+	,04199	,23834	1,000	-,6428	,7268
	1-2 yıl	3 ay ve öncesi	,59841	,22587	,090	-,0505	1,2474
		4-11 ay	-,04643	,24125	1,000	-,7396	,6467
		3-5 yıl	-,13258	,20433	,987	-,7197	,4545
		6-10 yıl	,01835	,20886	1,000	-,5817	,6184
		11+	-,00444	,22436	1,000	-,6491	,6402
	3-5 yıl	3 ay ve öncesi	,73099	,20257	,005	,1490	1,3130
		4-11 ay	,08615	,21959	,999	-,5447	,7171
		1-2 yıl	,13258	,20433	,987	-,4545	,7197
		6-10 yıl	,15093	,18340	,963	-,3760	,6779
		11+	,12814	,20088	,988	-,4490	,7053
	6-10 yıl	3 ay ve öncesi	,58007	,20713	,061	-,0150	1,1752
		4-11 ay	-,06478	,22380	1,000	-,7078	,5782
		1-2 yıl	-,01835	,20886	1,000	-,6184	,5817
		3-5 yıl	-,15093	,18340	,963	-,6779	,3760
		11+	-,02279	,20548	1,000	-,6132	,5676
	11+	3 ay ve öncesi	,60285	,22276	,078	-,0371	1,2428
		4-11 ay	-,04199	,23834	1,000	-,7268	,6428
		1-2 yıl	,00444	,22436	1,000	-,6402	,6491
		3-5 yıl	-,12814	,20088	,988	-,7053	,4490
		6-10 yıl	,02279	,20548	1,000	-,5676	,6132

EK 2: İş Yüğü Etkisi – Yaş İlişkisi Post-Hoc Sonuçları

Çoklu Karşılaştırmalar							
Bağımlı değişken: is_yuku							
	(I) yas	(J) yas	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Sapma	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Tukey HSD	18-25	26-33	,48405	,19320	,062	-,0158	,9839
		34-41	,49070	,23873	,171	-,1269	1,1083
		42+	,11877	,27244	,972	-,5861	,8236
	26-33	18-25	-,48405	,19320	,062	-,9839	,0158
		34-41	,00664	,23918	1,000	-,6122	,6254
		42+	-,36528	,27284	,539	-1,0711	,3406
	34-41	18-25	-,49070	,23873	,171	-1,1083	,1269
		26-33	-,00664	,23918	1,000	-,6254	,6122
		42+	-,37192	,30677	,620	-1,1656	,4217
	42+	18-25	-,11877	,27244	,972	-,8236	,5861
		26-33	,36528	,27284	,539	-,3406	1,0711
		34-41	,37192	,30677	,620	-,4217	1,1656

EK 3: İş Yükü Etkisi – Statü İlişkisi Post-Hoc Sonuçları

Multiple Comparisons							
Bağımlı Değişken: is_yuku							
	(I) statü	(J) statü	Ortalama Fark (I-J)	Standart Hata	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Tukey HSD	firma sahibi	yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasibeci	,47024	,36403	,789	-,5756	1,5161
		süpervizör	,34232	,35506	,929	-,6778	1,3624
		kadrolu anketör	-,39773	,40712	,925	-1,5674	,7720
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioper atörü,verigiriş vb)	-,41578	,33510	,816	-1,3786	,5470
		diğer	-,22149	,42044	,995	-1,4294	,9865
	yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasibeci	firma sahibi	-,47024	,36403	,789	-1,5161	,5756
		süpervizör	-,12792	,25819	,996	-,8697	,6139
		kadrolu anketör	-,86797	,32611	,087	-1,8049	,0690
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioper atörü,verigiriş vb)	-,88602	,22998	,002	-1,5468	-,2253
		diğer	-,69173	,34258	,335	-1,6760	,2925
	süpervizör	firma sahibi	-,34232	,35506	,929	-1,3624	,6778
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasibeci	,12792	,25819	,996	-,6139	,8697
		kadrolu anketör	-,74005	,31606	,182	-1,6481	,1680
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioper atörü,verigiriş vb)	-,75810	,21550	,007	-1,3772	-,1390
		diğer	-,56381	,33304	,538	-1,5207	,3930
	kadrolu anketör	firma sahibi	,39773	,40712	,925	-,7720	1,5674
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasibeci	,86797	,32611	,087	-,0690	1,8049
		süpervizör	,74005	,31606	,182	-,1680	1,6481
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioper atörü,verigiriş vb)	-,01805	,29347	1,000	-,8612	,8251
		diğer	,17624	,38807	,998	-,9387	1,2912
	saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,g m,catioperatörü,ve rigiriş vb)	firma sahibi	,41578	,33510	,816	-,5470	1,3786
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasibeci	,88602	,22998	,002	,2253	1,5468
		süpervizör	,75810	,21550	,007	,1390	1,3772
		kadrolu anketör	,01805	,29347	1,000	-,8251	,8612
		diğer	,19429	,31168	,989	-,7012	1,0898
	diğer	firma sahibi	,22149	,42044	,995	-,9865	1,4294
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasibeci	,69173	,34258	,335	-,2925	1,6760
		süpervizör	,56381	,33304	,538	-,3930	1,5207
		kadrolu anketör	-,17624	,38807	,998	-1,2912	,9387
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioper atörü,verigiriş vb)	-,19429	,31168	,989	-1,0898	,7012

EK 4: İş Memnuniyeti Etkisi - Statü İlişkisi Post-Hoc Sonuçları

Çoklu Karşılaştırmalar							
Bağımlı Değişken: is_memnuniyeti							
	(I) statü	(J) statü	Ortalama Fark (I-J)	Standart Hata	Sig.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Tukey HSD	firma sahibi	yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	-,12798	,26267	,997	-,8827	,6267
		süpervizör	-,03554	,25620	1,000	-,7716	,7005
		kadrolu anketör	,31250	,29377	,895	-,5315	1,1565
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü, verigiriş vb)	,40293	,24180	,555	-,2918	1,0976
		diğer	,37829	,30338	,813	-,4933	1,2499
		diğer	,37829	,30338	,813	-,4933	1,2499
	yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	firma sahibi	,12798	,26267	,997	-,6267	,8827
		süpervizör	,09244	,18630	,996	-,4428	,6277
		kadrolu anketör	,44048	,23531	,422	-,2356	1,1165
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü, verigiriş vb)	,53090	,16595	,019	,0541	1,0077
		diğer	,50627	,24720	,319	-,2040	1,2165
		diğer	,50627	,24720	,319	-,2040	1,2165
	süpervizör	firma sahibi	,03554	,25620	1,000	-,7005	,7716
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	-,09244	,18630	,996	-,6277	,4428
		kadrolu anketör	,34804	,22806	,648	-,3072	1,0033
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü, verigiriş vb)	,43846	,15550	,058	-,0083	,8852
		diğer	,41383	,24031	,519	-,2766	1,1043
		diğer	,41383	,24031	,519	-,2766	1,1043
	kadrolu anketör	firma sahibi	-,31250	,29377	,895	-,1565	,5315
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	-,44048	,23531	,422	-,1165	,2356
		süpervizör	-,34804	,22806	,648	-,10033	,3072
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü, verigiriş vb)	,09043	,21176	,998	-,5180	,6988
		diğer	,06579	,28002	1,000	-,7387	,8703
		diğer	,06579	,28002	1,000	-,7387	,8703
	saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü, verigiriş vb)	firma sahibi	-,40293	,24180	,555	-,10976	,2918
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	-,53090	,16595	,019	-,10077	-,0541
		süpervizör	-,43846	,15550	,058	-,8852	,0083
		kadrolu anketör	-,09043	,21176	,998	-,6988	,5180
		diğer	-,02464	,22490	1,000	-,6708	,6215
		diğer	-,02464	,22490	1,000	-,6708	,6215
	diğer	firma sahibi	-,37829	,30338	,813	-,12499	,4933
		yönetici(saha müdür, departman müd. vb), muhasebeci	-,50627	,24720	,319	-,12165	,2040
		süpervizör	-,41383	,24031	,519	-,11043	,2766
		kadrolu anketör	-,06579	,28002	1,000	-,8703	,7387
		saha ve ofis içi proje bazlı çalışan(anketör,gm,catioperatörü, verigiriş vb)	,02464	,22490	1,000	-,6215	,6708
		diğer	,02464	,22490	1,000	-,6215	,6708

EK 5: Araştırma Kapsamında Kullanılan Anket Formu

Değerli katılımcı,

Aşağıdaki anket formuyla katılım sağlayacağınız araştırma, ilk olarak demografik bilgilerin doldurulmasıyla başlayacak ve ardından anket sorularımızla devam edecektir. Çalışma tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır ve sonuçlar sadece bilimsel amaçlı kullanılacaktır. İsim yazmanız gerekmemektedir. Katılım sağladığınız için teşekkürler.

Marmara Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı

Sürdürülebilir Büyüme ve Kalite Yönetimi

Yüksek Lisans Öğrencisi Burcu EGÜZ

ARAŞTIRMA SEKTÖRÜ ÇALIŞAN MEMNUNİYET ANKETİ						
DEMOGRAFİK BİLGİLER						
D1	CİNSİYET	1)Kadın	2)Erkek			
D2	YAŞ	1)18-25	2)26-33	3)34-41	4)42-49	5)50+
D3	EĞİTİM DURUMU	1)İlkokul ve Ortaokul	2)Lise	3)Önlisans (2 yıllık)	4)Lisans	5)Yüksek Lisans ve Üstü
D4	MEDENİ DURUM	1)Evli	2)Bekar			
D5	ÇALIŞMA ŞEKLİ	1)Sürekli	2)Part time			
D6	SEKTÖRDEKİ DENEYİM SÜRESİ	1)3 ay ve öncesi	2)4-11 ay	3)1-2 yıl	4)3-5 yıl	5)6 -10 yıl 6)11+
D7	STATÜ	1)Firma sahibi	2)Yönetici (Saha müdürü, Departman müdürü vb)	3)Süpervizör	4)Muhasebeci	5)Kadrolu Anketör
					6)Saha ve Ofis İçi Proje Bazlı Çalışan (Anketör, Gm, Cati operatörü, Veri girişi vb)	7) Diğer

Genel olarak değerlendirildiğinde;		1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Kısmen Katılmıyorum			4:Kısmen Katılıyorum 5:Katılıyorum 6:Kesinlikle Katılıyorum		
		1	2	3	4	5	6
S.1	Araştırma sektöründe olmaktan memnunum.						
S.2	Araştırma sektörü iş bulma konusunda elverişlidir.						
S.3	Araştırma sektörü kişinin kendisini geliştirmesine olanak sağlar.						
S.4	Mevcut çalışma şartlarından memnunum.						
S.5	İş yüküm kabul edilebilir seviyededir.						
S.6	İş yüküm sosyal hayatımı kısıtlamaz.						
S.7	Her yaş ve her konuda insana çalışma imkanı sağlar.						
S.8	İkna tekniklerini öğrenmede etkili bir sektördür.						
S.9	Çalışma saatlerinin esnek olmasından memnunum.						
S.10	Soru formlarının uzunluğundan kaynaklı uygulanabilirlikten memnunum.						
S.11	Proje bazlı kotaların her zaman ulaşılabilir olduğunu düşünmüyorum.						
S.12	Proje eğitimleri yeterli seviyededir.						
S.13	Yöneticiler çalışan ihtiyaçlarını önemser.						
S.14	Yöneticilerin anlayışlı olması bu sektörde çalışmamda etkilidir.						
S.15	Kariyer fırsatları açısından elverişlidir.						
S.16	Ücretler tatminkardır.						
S.17	Ücretlerin zamanında ve tam alınmasından memnunum.						
S.18	Çalışanların niteliklerinin firmam için yeterli olduğunu düşünüyorum.						
S.19	Çalışma ortamım keyiflidir.						
S.20	Kurumumun beni önemseydiğini bilirim.						
S.21	İş yerimin lokasyonu önemlidir.						
S.22	Çalışma arkadaşlarımla iş dışında da sosyal ilişkimiz vardır.						
S.23	Çalışma ortamı güvenilirdir.						
S.24	İşimi mesleğim olarak görürüm.						

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Akdemir, Prof. Dr. Ali, **İşletmeciliğin Temel Bilgileri- Mevzuata, Girişimciliğe, Uygulamaya, Global Krize Duyarlı Yeniliklerle Güncellenmiş ve Genişletilmiş Baskı**, Ankara: Ekin Basın Yayım Dağıtım, 2009.
- Aycan, Zeynep, Kanungo, Rabindra N. ve Mendonça Manuel. **Kültürler Arası Bağlamda Örgütler Ve Yönetim**. 1. Basım, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2016.
- Çalışkan, Doç.Dr. Esra Nemli, Bakan, Doç. Dr. İsmail, Serinkan, Yrd. Doç. Dr. Celalettin, Günlü, Yrd. Doç. Dr. Ebru, Bedük, Yrd. Doç. Dr. Aykut, Paksoy, Yrd. Doç.Dr.H. Mustafa, Özer, Yrd. Doç.Dr. Pınar Süral, Uzun, Yrd. Doç.Dr. Dilek, Büyükmeşe, Öğr. Gör.Tuba, Tozkoparan, Arş.Gör. Dr. Güler, Aksel, Arş.Gör. İbrahim, Sabuncuoğlu, Arş. Gör.Ebru Tolay, Topaloğlu, Tayfun. **Liderlik ve Motivasyon- Geleneksel ve Güncel Yaklaşımlar**. 1. Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2008.
- Çetin, Prof. Dr. Canan, Arslan, Prof. Dr. Mehmet Lütfi & Dinç, Dr. Esra. **İnsan Kaynakları Yönetimi**. 4.Baskı, İstanbul: Beta, 2015.
- Ersen, Haldun. **Toplam Kalite ve İnsan Kaynakları Yönetim İlişkisi- Verimli ve Etkin Olmanın Yolu**. İstanbul, 1997.
- Koçel, Tamer. **İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik, Moderni Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar**. 13.Baskı. İstanbul: Beta, 2011
- Koçer, Sevim. **Yönetim Stratejileri- Pazarlama, Reklam, Halkla İlişkiler ve İnsan Kaynakları Yönetim Stratejileri**, 1.Basım, İstanbul: Umuttepe Yayınları, 2016.
- Robbins, Stephen P. & Judge, Timothy A. **Örgütsel Davranış- Organizational Behavior**. İstanbul: Nobel, 2012.
- Saruhan, Şadi Can & Yıldız, Müge Leyla. **İnsan Kaynakları Yönetimi Teori ve Uygulama**. İstanbul: Beta, 2012.

Sürekli Yayınlar

- Ağırbaş, İsmail, Çelik, Yusuf, & Büyükkayıkçı, Hüseyin. “Motivasyon Araçları ve İş Tatmini: Sosyal Sigortalar Kurumu Başkanlığı Hastane Başhekim Yardımcıları Üzerinde Bir Araştırma.” *Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Dergisi*, 2015 , 8, 3, ss. 326-350. <http://fs.hacettepe.edu.tr/saglikidaresidergisi/dosyalar/8.3.2.pdf> (24 Mayıs 2016).
- Akpınar, Rasim, “Kamu Yönetimi Taşra Teşkilatlarında Çalışan Memnuniyetlerinin İnsan Kaynakları Politikası Bağlamında Değerlendirilmesi: İzmir Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü Örneği”. *Journal of Yasar University* , 2011, 24(6), 3648-3665, Ebsco veri tabanı, (02.04.2016).
- Aşık, Yrd. Doç. Dr. Nuran Akşit. “Çalışanların İş Doyumunu Etkileyen Bireysel ve Örgütsel Faktörler ile Sonuçlarına İlişkin Kavramsal Bir Değerlendirme” *Türk İdari Dergisi* , 2010, Sayı:467, ss.31-50. www.tid.gov.tr/Makaleler/467nuranaksit.pdf (26 Mayıs 2016),
- Armağan, Kudret & Demirci, M. Kemal “Bürolarda Fiziksel Ortamın Düzenlenmesi ve Olumsuz Çevresel Faktörlerin Çalışanlar Üzerindeki Etkisi” *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 2015, Sayı: 7, ss.1-13. <https://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/17/files/DERG / 7/179-192.pdf> (24 Mayıs 2016).
- Bilgili, Zeki Yüksek & Akduman, Güldeniz. “Perakende Mağazacılık Sektöründe Satış Personelinin Demografik Özellikleri ve Personel Memnuniyeti İlişkisi”, [Elektronik Versiyon] *Electronic Journal of Social Sciences*, 2015, Cilt 14, Sayı 52, ss. 86-99 (2 Nisan 2016).
- Çelik, Mazlum & Çıra, Ahmet. “Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisinde Aşırı İş Yükünün Aracılık Rolü”, [Elektronik Versiyon] *Ege Akademik Bakış* , 2013, Cilt 13, Sayı 1, ss. 11-20 (23 Mayıs 2016).
- Davras, Özgür & Gülmez, Mustafa. “Otel İşletmelerinde Çalışan Memnuniyetine Etki Eden Faktörler: Kemer-Lara-Belek-Side-Alanya Bölgelerinde Bir Çalışma”. 2013, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 24, Sayı 2, ss. 167-184. http://www.anatoliajournal.com/atad/depo/dergiler/Cilt24_Sayi2_Yil2013_1392404011.pdf (22 Nisan 2016).
- Eerde, Wendelien Van & Thierry, Henk. “Vroom’s Expectancy Models and Work-Related Criteria: A Meta-Analysis”. 1996, *Journal of Applied Psychology* , Vol. 81, No 5, ss. 575-586. <http://jwalkonline.org/docs/Grad%20Classes/Fall%202007/Org%20Psy/Cases/motivation%20articles/vroom%20tx%20and%20work%20criteria%20meta%20analy.pdf> (28 Mayıs 2016).

- Hays, David W. , & Lou, Jennie. Q. “Job Satisfaction of Employees and Consultants in Healthcare Information Technology”, [Elektronik Versiyon] *S.A.M. Advanced Management* , 2015, 80.4.
- Kalaycı, Pınar “Çalışan Mutluluğu ve Bağlılığı Neden Önemli”. HRdergi. 2014, <http://www.hrdergi.com/tr/dergi-haber/2014/5-May%C4%B1s/2128/%C3%A7alisan-mutlulugu-ve-bagliligi-neden-%C3%B6nemli>, (17 Mayıs 2016)
- Keser, Aşkın. “Çağrı Merkezi Çalışanlarında İş Yükü Düzeyi ile İş Doyumu İlişkisinin Araştırılması”, [Elektronik Versiyon] *Kocaeli Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2006, Sayı 11, ss.100-119 (28 Mayıs 2016).
- Moyes, Glen. D., Shao, Lawrence. P., & Newsome, Michael.“Comparative Analysis of Employee Job Satisfaction In The Accounting Profession”. *Journal of Business&Economics Research* , 2008, Vol 6, No 2, ss. 65-82. <http://www.cluteinstitute.com/ojs/index.php/JBER/article/view/2392/2439> (24 Mayıs 2016).
- Pejman, Mehrdad, Zafari, Raziye & Esfandyarpour, “A Study on HRM Practices on Employees’ Job Satisfaction of Kerman University of Medical Sciences”. *MAGNT Research Report*, 2014, Vol.2 (4), ss.421-427. <http://brisjast.com/wp-content/uploads/2015/06/July-52-2014.pdf> (30.05.2016).
- Sevimli, Dr.Figen & İşcan, Yrd. Doç. Dr. Ömer Faruk. “Bireysel ve İş Ortamına Ait Etkenler Açısından İş Doyumu”. [Elektronik Versiyon] *Ege Akademik Bakış-Ekonomi, İşletme, Uluslar arası İlişkiler ve Siyaset Bilim Dergisi* , 2005, Sayı 1, Cilt 5, s. 55-64 (28 Mayıs 2016).
- Tozlu, Ahmet & Kurtipek, Rıdvan. “Motivation Theories and Encouraging Public Employees Based on Individual Performance Evaluation”, **Tisk Akademi**, Cilt 10, Sayı 20, 2015, ss. 271-285. http://www.academia.edu/21432795/Motivation_Theories_and_Encouraging_Public_Employees_Based_on_Individual_Performance_Evaluation_Motivasyon_Teorileri_ve_Kamu_%C3%87al%C4%B1%C5%9Fanlar%C4%B1n%C4%B1n_Bireysel_Performans_De%C4%9Ferlendirme_Temelinde_Te%C5%9Fvik_Edilmesi (25 Mayıs 2016).
- Udrescu, Prof. Mircea. “On Motivation and Motivation”, *Revista Romana de Statistica-Supliment*, <http://www.revistadestatistica.ro/supliment/index.php/on-motivation-and-motivation/> (26 Mayıs 2016)
- Ünsar, Sinan. (2009). Yetkinliğe Dayalı Ücret Yönetiminin Genel Bir Değerlendirilmesi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* ,2009, Cilt 10, Sayı 1, ss. 43-56. <http://iibfdergi.cumhuriyet.edu.tr/archive/yetkinliedayalcretynetimininingenelbirdeerlendirilmesi.pdf> (28 Mayıs 2016).

Diğer

- Arslan, Metin. “Araştırma Yöntem ve Teknikleri- Ders Notları”, 2012, Harran Üniversitesi- Birecik Meslek Yüksekokulu, <https://wiki.zirve.edu.tr/sandbox/users/abdullah.demir/weblog/57079/attachments/3d956/ARA%C5%9ETIRMA%20Y%C3%96NTEMLER%C4%B0%203.pdf?sessionID=3941784402afe5d64de84cba42d23d42dc354a59> (31 Mart 2016).
- Artı Bir Araştırma, <http://www.artibirarastirma.com/tr/index.php> (10.01.2017).
- Baltaş, Prof. Dr. Acar. “Çalışan Bağlılığı Efsanesi”, *Harvard Business Review*, 2014, <http://www.acarbaltas.com/calisan-baglilik-efsanesi/> (4 Nisan 2016)
- Binom Araştırma, <http://www.binomarastirma.com/tr/arastirma-metodlari/kalitatif/index.html> , (10.01.2017).
- İldız, Gülce Öğrücü. “**İnşaat Firmalarında Proje Müdürlerinin İş yükü, İş Stresi, İş Tatmini ve Motivasyon İlişkisi**” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009.
- Işık, Gülay Üstün. “**Sağlık Hizmetlerinde Kalite ve Çalışan Memnuniyeti-(Diyarbakır Kadın Doğum Ve Çocuk Hastahkları Hastanesi Örneği.**” Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul, 2014.
- Kalitatif Veri Toplama Yöntemleri*, (t.y.) <http://docplayer.biz.tr/7609454-5-kalitatif-veri-toplama-yontemleri.html> (10.01.2017).
- Milli Eğitim Bakanlığı. Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri. 2012, http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Piyasa%20Ve%20Pazar.pdf (30 Mart 2016).
- Öğır, Can Burak. “**İnsan Kaynaklarında Çalışan Memnuniyeti ve Bir örnek Olay**”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2009.
- Pousa, Claudio & Mathieu, Anne. “Sales Managers’ Motivation to Coach Salespeople: An Exploration Using Expectancy Theory”, *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 2010, Vol.8, No. 1, Ebscohost veri tabanı (27 Mayıs 2016).
- Reşitoğlu, Sedef. “**Yetkinlik Bazlı Performans Değerlendirme ve Çalışan Memnuniyeti –Bir Uygulama**”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011.
- Sarıoğlu, Birgül. “**Çalışan Memnuniyeti ve Akaryakıt İstasyonları Çalışanlarının Memnuniyet Boyutları ve Öncelikleri Üzerine Bir Araştırma**”. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007.

Türk Dil Kurumu,

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=STAT%C3%9C (6
Haziran 2016).

