



Research Article

A RESEARCH TO DETERMINE THE RELATIONSHIP BETWEEN DIGITAL TRANSFORMATION AND MOTIVATION: THE CASE OF ŞIRNAK PROVINCE*

DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE MOTİVASYON ARASINDAKİ İLİŞKİYİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: ŞIRNAK İLİ ÖRNEĞİ

Orhan İdin¹ | Ramazan Vedat Sönmez²

¹ Y. Lisans Mezunu, Şırnak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Şırnak, Türkiye, orhann073@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8296-7869

² Doç. Dr. Şırnak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Şırnak, Türkiye, rvsonmez@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8746-4657

Article Info:

Received: February 16, 2024

Revised: August 15, 2024

Accepted: November 1, 2024

Keywords:

digital transformation
motivation
employees
technology
human resources

Anahtar Kelimeler:

Dijital dönüşüm
Motivasyon
İşgören
Teknoloji
İnsan kaynakları

DOI: 10.46238/jobda.1438152

* Bu çalışma, "Dijital dönüşüm ve motivasyon arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma: Şırnak ili örneği" başlıklı tezden üretilmiştir.

ABSTRACT

With the change and transformation in the field of technology, products and applications such as digitalization, artificial intelligence technologies, internet and robot machines have begun to show their effects in every aspect of our lives. One of the areas where the effects of technological developments are seen is working life. These technological advances have brought about many changes in working life. Change in organizational structures, digitalization in the workforce, improvement in service conditions, increase in productivity, speed in communication, labor saving are the first effects of digital transformation. Digital transformation may contain some opportunities but also threats. In particular, the concern that unemployment will increase as a result of technological progress, that many valid professions and skills will disappear, and that new job groups will be formed creates anxiety and anxiety among employees. It is evaluated that this anxiety and anxiety may affect the level of success, performance and motivation of the employee. The purpose of this study; The aim is to determine the relationship between digital transformation and employee motivation and to determine employees' perceptions and motivation levels towards digital technologies according to their demographic characteristics. The research was conducted for 166 employees at Dedaş company operating in Şırnak province. Survey technique was used in data collection, and the data obtained was analyzed with the SPSS 23.0 package program. As a result of the research; A significant relationship was found between the participants' perception of digital transformation and employee motivation, between their graduation status and motivation levels, and between their graduation status and digital transformation perceptions

ÖZ

Teknoloji alanında yaşanan değişim, dönüşüm ile birlikte, dijitalleşme, yapay zeka teknolojileri, internet, robot makineler gibi ürün ve uygulamalar yaşamımızın her alanında etkilerini göstermeye başlamıştır. Teknolojik gelişmelerin etkilerin görüldüğü alanlardan biri de çalışma yaşamıdır. Söz konusu teknolojik ilerlemeler çalışma yaşamında birçok değişimi beraberinde getirmiştir. Örgüt yapılarının değişimi, işgücünde dijitalleşme, hizmet koşullarında gelişme, verimlilikte artış, iletişimde hız, iş gücünden tasarruf dijital dönüşümün ilk etkileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital dönüşüm birtakım fırsatlarla birlikte tehditleri de bünyesinde barındırabilmektedir. Özellikle teknolojik ilerleme sonucu işsizliğin artacağı, birçok geçerli meslek ve becerilerin yok olacağı, yeni iş gruplarının oluşacağı endişesi iş görenler arasında kaygı yaratmakta, endişeye yol açmaktadır. Bu kaygı ve endişenin iş gören başarı, performans ve motivasyon düzeyini etkileyebileceği değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın amacı; dijital dönüşüm ve iş gören motivasyonu arasındaki ilişkiyi belirlemek, iş görenlerin demografik özelliklerine göre dijital dönüşüme yönelik algı ve motivasyon düzeylerini tespit etmektir. Araştırma Şırnak ilinde faaliyette bulunan Dedaş işletmesindeki 166 çalışana yönelik yapılmıştır. Veri toplama işleminde anket tekniği kullanılmış, elde edilen veriler SPSS 23.0 paket program ile analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda; dijital dönüşüm algısı ile iş gören motivasyonu arasında, mezuniyet durumları ile motivasyon düzeyleri arasında ve mezuniyet durumları ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

1 | GİRİŞ

İnsanoğlunun varoluşundan günümüze kadar medeniyetlerin gelişimini etkileyen birçok dönüm noktası yaşanmıştır. Ateşin keşfi, tekerleğin bulunması, buharlı makinenin icadı, yerleşik yaşama geçiş ve elektriğin kullanımı medeniyetlerin başlıca dönüm noktaları olarak bilinmektedir. Bilgisayar ve telefon gibi teknolojik ürünlerin icadı, internetin kullanılmaya başlanması medeniyetlerin gelişmesinin bir diğer önemli dönüm noktası olarak gösterilebilir (Demirel, 2021:2944).

Teknolojik alanda geline son aşama dijital dönüşüm olarak adlandırılmaktadır. Dijital dönüşüm; teknolojinin üretim ve hizmet süreçlerine uyarlanması olarak ifade edilmektedir. Dijital dönüşüm bir takım yeni iş süreçleri ve yöntemlerini beraberinde getirmiştir. Oluşan yeni iş süreçleri, iş görenlerin yetkinlikleri üzerinde etkili bir rol oynamakta, aynı zamanda yetenek ve becerilerini değiştirmektedir. Kas ve kuvvet gücüne duyulan ihtiyaç yerini zamanla teknik, teknolojik becerilere bırakmaktadır. İşletmeler dijital dönüşüm sürecinde, iş görenlerin eğitilmesi, makinelerin temini, süreç ve ürünler ile ilgili verilerin toplanması, analiz edilmesi, değerlendirilmesi, iyileştirmesi ve entegre bir ağın oluşturulması için bir takım maliyetlere katlanmaktadır (Nagy vd., 2018:1).

Dijital dönüşüm sadece üretim ve hizmet süreçlerini değil aynı zamanda iş görenlerin psikolojik, fiziksel, ekonomik ve sosyal yönlerini de etkileyebilmektedir. Ruhsal rahatsızlıklar, bedensel fonksiyonlarda yetersizlik, stres, işlerini kaybetme endişesi ve can sıkıntısı gibi etkiler dijital dönüşümün çalışanlar üzerindeki psikolojik etkileridir. Sosyal etkiler ise işgörenler de güç kaybı, kendilerinden ve çevreden uzaklaşma içgüdüleri, becerilerde yetersizlik, yeterli eğitime sahip olamama ve yapılan işin tatmin düzeyinde görülme düşüşleridir. Fiziksel etkiler ise işgören sağlığının olumsuz etkilenmesi, iş yüküne bağlı olarak çalışma esnasında iş kazalarının artmasıdır. İşten çıkarılma ve iş güvencesizliği dijital dönüşümün işgörenler üzerindeki en önemli ekonomik etkileri olarak ifade edilebilir (İpçioğlu vd., 2009:123-129). Dijital dönüşümün yarattığı bu olumsuz etkiler karşısında iş görenlerin kaygı ve endişelerin artabileceği, başarı, performanslarının azalabileceği ve sonuç olarak motivasyon düzeyinin de etkilenebileceği değerlendirilmektedir. Motivasyon, örgütsel amaçlara ulaşmak amacıyla, iş görenlerin özendirilmesi, isteklendirilmesi ve inançlarının sağlanması için yapılan faaliyetlerin tamamını ifade

etmektedir (Sabuncuoğlu & Tüz, 1996). Motivasyon düzeyleri yüksek olan iş görenlerin performansları da yüksektir. Çalıştığı işte tatmin olmayan ve motivasyon düzeyi düşük işgörenlerin işletmenin amaçlarına katkı sunabileceği düşünülemez. Bu nedenle araştırmacılar çalışmalarını, işgörenlerin örgüt hedeflerine yönelik davranışları, örgüt-işgören uyumu, motivasyon ve motivasyonu etkileyen unsurlar üzerinde yoğunlaştırmışlardır (Wasaya vd., 2018:228).

Bu çalışmada, dijital dönüşüm ve iş gören motivasyonu arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmış, iş görenlerin demografik özelliklerine göre dijital teknolojilere yönelik algıları ve motivasyon düzeyleri tespit edilmek istenmiştir.

2 | DİJİTAL DÖNÜŞÜM KAVRAMI

Dijital dönüşüm, işletmelerin geleneksel olarak kullandıkları üretim veya hizmet süreçlerine alternatif olarak dijital teknolojilerin oluşturulması ve bu süreçlerin uygulanmasında ihtiyaç duyulan işgücünün planlanarak uygulanmasıdır. Bir başka ifade ile işletmelerin hizmet, ürün, iletişim ile iş süreçlerinin teknolojiyle uyumlu ve verimli bir hale gelmesini ifade eder. Dijital dönüşüm; bilgi teknolojileri, nesnelerin interneti, bulut bilişim, yapay zeka, büyük veri ve diğer dijital araçlar aracılığı ile örgütlerin, toplumların çalışma ve yaşam biçimlerini dönüştürmeyi amaçlar. Örgütlerin rekabet gücünün artmasına, maliyetlerin azalmasına, müşteri memnuniyetinin gelişmesine, kararların hızlı ve doğru bir şekilde alınmasına yardımcı olmayı amaç edinmektedir (Bozkurt vd., 2021:40-42). Geçmişteki fiziki ve sanayi temelli üretimin aksine, iş birliğine ve çoğunlukla bilgi paylaşımına önem veren, teknoloji merkezli, maksimum değer üretmeye çalışan bir yapıya sahiptir. Tüm düzey ve fonksiyonlardaki dijital teknolojilerin, bu teknolojilere bağlı süreç ve yetkinliklerin kademeli olarak, stratejik bir biçimde akıllı entegrasyon yöntemiyle endüstrinin, ekosistemin yada işletmenin örgütsel, kültürel ve operasyonel değişimini ifade etmektedir (Arı, 2021:460).

Dijital dönüşüm sürecinde en çok kullanılan dijital ürün ve uygulamalar aşağıda açıklanmıştır.

- Yapay Zekâ (Artificial Intelligence-AI) insanları taklit etme becerilerine sahip, uyum sağlama, öğrenme, etkileşim ve tecrübelerini artırarak bunları kullanım olanağı sağlayan uygulamalardır (Tamer & Övgün, 2020:782). Günümüzde yapay zeka, sanayi, iletişim, ulaşım, sağlık, lojistik, kimya, biyoloji, güvenlik, eğlence, istihbarat, sanat,

pazarlama, mühendislik, istatistik, mimarlık, matematik vb. birçok alanda çok etkili bir şekilde uygulanabilmektedir. Yapay zeka çoğunlukla bilgisayar program ve veri analizlerinde problemleri çözmeye, doğru kararları verme durumlarda görevlerini yerine getirir (Atalay & Çelik, 2017:158-159).

- Büyük Veri (Big Data) geleneksel veri araçlarının işlem kapasitesini aşan veya işleyemeyeceği kadar büyük olan verileri ifade eder. Mevcut durumda ortaya çıkabilecek veri işleme teknolojilerindeki kısıtlamaları ortadan kaldırarak verilerin saklanmasına olanak sağlar. Büyük verinin düzenli kullanılması ile birlikte ağlarda, ağır makineler gibi birçok alanda hızlı bir gelişme yaşanmıştır (Shabana & Sharma, 2019:4099). Büyük veri, isabetli kararların verilmesi, müşteri beklentilerinin karşılanması, verimliliğin artması, belirlenen hedeflere ulaşılması ve rekabet avantajının sağlanması açısından işletmelere yardımcı olmaktadır (Kurban vd., 2023:40-42).

- Nesnelerin İnterneti (IoT), insan faktörünün temas etmesine ve verilerin girdisine ihtiyaç duyulmaksızın cihazların veya makinelerin kendi aralarında veri alışverişi yaptıkları, verilerin toplandığı, bu verilerin düzenli bir şekilde oluşturularak gerekli olan bilgilerin toplandığı, kararların verildiği bir ağ yapısı olarak tanımlanabilmektedir (Tüfenk, 2023:4). Nesnelerin interneti, bireylerin yaşam tarzlarını kolaylaştırması ve kalitesini yükseltmesi açısından büyük bir potansiyele sahiptir (Yılmaz, 2023:91).

- Üç Boyutlu (3D) Yazıcılar, üç boyutlu nesnelere, bilgisayar ve tarayıcılar yardımı ile katmanlar halinde birleştirilerek oluşturulan nesnelere. Dijital ortamlarda yer aldığı için düzenlenmesi ve değiştirilmesi kolaydır. Üretiminde seramik, reçine, plastik ve toz gibi birçok malzeme kullanılabilir. Farklı sektörlerde yeni fikirleri ortaya çıkaran ve kişiselleştirilmiş ürünlerin üretimine olanak sağlayan bir teknolojidir (Erzincan vd., 2023:35-36).

- Bulut Bilişim, internete ulaşım ağlarının bulunduğu her yerde ortak kaynaklar üzerinden, ihtiyaçlara göre oranlanan, herhangi bir süre veya zaman sınırı olmaksızın, her zaman kullanıma hazır olan, kullanışı ve yönetimi oldukça basit, kolay yapılabilen bilgi ve iletişim servisleri olarak ifade edilmektedir (Demirdöğen, 2020:187).

- Robotlar, genellikle insanların bazı görevlerini yerine getirmeleri için programlanan ve tasarlanan makinelerdir. Önceden verilen emirler

doğrultusunda hareket etmektedir. Birçok farklı alanda kullanılan robotlar sayesinde maliyet, hata ve tehlike oranlarında düşüşlerin olduğu görülmektedir. Robotların sahip oldukları sensörler sayesinde insanları algılayabilme ve onlara karşılık verebilme özellikleri mevcuttur (Alemdar Çatalbaş, 2023:36).

- Blok Zinciri, dijital ortamdaki varlıkların (kripto para vs.) işlem geçmişlerini kayıt altında tutan ve kayıtları güvenli bir şekilde saklayan bir veri yapısıdır. Blok zinciri, ağ bağlantıları yardımı ile sisteme erişim sağlayabilen kullanıcılar arasındaki bütün işlemleri doğrulayıp ve bu işlemleri saklayabilen bir sistemdir (Efe & Afşar, 2023:111-114).

- Akıllı Fabrikalar, üretim süreçlerini daha verimli bir hale getirmek amacıyla teknoloji kullanılarak oluşturulan otomatik üretim işletmeleridir. Akıllı fabrikalarda insan faktörüne minimum sayıda yer verilmektedir. Amaç, insan faktöründen kaynaklanan fire ve hataları ortadan kaldırarak, çok daha hızlı bir üretim süreci oluşturmaktır (Yılmaz & Öncel, 2023:407-409).

3 | MOTİVASYON KAVRAMI

Motivasyon, birey davranışlarının psikolojik veya fizyolojik yöndeki gereksinimlerinin giderilmesi amacıyla şartlanmaya olan istekliliktir (Önen & Kanayran, 2015:50). Bir başka ifade ile insan organizmasını davranışlara yönlendiren, bu davranışların devamını sağlayan, enerjisini ve şiddetini belirleyen mekanizmaların işleyişi olarak tanımlanabilir. Motivasyon kavramı işletmeler için örgütsel amaçlara ulaşma açısından önem arz etmektedir. İş gören verimliliğin artması, davranışların değişmesi, performans düzeylerinin artması, iş görenlerin teşvik ve özendirilmeleriyle işe kazandırılması, rekabet ve başarıma güdülerinin aşılması gibi birçok alanda etkiye sahip olduğu ifade edilebilir (Topaloğlu & Gürbüz, 2023:1-2).

Motivasyon, içsel ve dışsal motivasyon olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İçsel motivasyonda bireylerin kendi içgüdüleri doğrultusunda bilgi kazanması, gözlem yapabilmesi ve kendi yeteneklerini keşfetmesi olarak nitelendirilebilir. İçsel motivasyon, bireye yönelik olduğu için arzu, istek ve dürtülerin bireyleri harekete geçirmelerinde ve görevlerine odaklanmalarında önemli bir etken oluşturmaktadır (Sönmez, 2020:158). İçsel motivasyon iş görenlerin kişisel performansı, sorumluluğu, yaratıcılığı, bilgi ve becerileri, olayları kavrama kabiliyetleri, çalışma durumunda bağımsız olma, işin işgören için önemi ve işe katılım gibi

birçok faktörden etkilenebilmektedir (Aslan & Doğan, 2020:293). Dışsal motivasyon ise bireylerin etraflarında gelişen olaylara ile ilgilidir. Ödül ve cezalandırma yöntemleri iş görenlerin başlıca dışsal motivasyon araçları olarak gösterilebilir. İçsel motivasyonun, işgörenlerin başarılı olma durumlarında dışsal motivasyona göre daha önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır (Mekler, vd., 2017).

İşgörenlerin motivasyonlarını etkileyen araçlar üç başlık altında sınıflandırılmıştır. Bunlar ekonomik, psiko-sosyal ve örgütsel araçlardır.

-Ekonomik araçlar; işgörenlerin çalışma yaşamına başlamasında en temel faktör ekonomik sebeplerdir. Ödenen ücret, kârdan pay alma, primler, ödüller ve yapılan sosyal yardımlar gibi faktörler işgörenlerin motivasyonunu etkileyen ekonomik araçlardır (İnce & Gençay, 2017:117).

-Psiko-sosyal araçlar; gelişme, başarı, değer, statü, sosyal katılım, takdir, çalışmalarda bağımsızlık ve sosyal faaliyetler başlıca psiko-sosyal araçlardır. Psiko-sosyal açıdan istekleri karşılanmış veya motive olmuş işgörenlerin işletmeye olan bağlılık seviyeleri yüksektir (Altıntaş, 2020:220-221).

-Örgütsel araçlar; yetkilendirme, sorumluluk verme, iş güvencesi, çalışma koşulları, gerekli eğitimler, güvenlik, yönetime katılma, takım halinde çalışma, rekabet ortamı oluşturma, adalet, disiplin, işlerin dizaynı, söz sahibi olma, kariyer, yükselme fırsatları ve kararlara katılma gibi başlıca faktörlerdir (Ünsar vd., 2010:252).

4 | LİTERATÜR TARAMASI

Doğru ve Meçik (2018) yaptıkları çalışmada Endüstri 4.0'ın işgücü piyasalarına olan etkilerini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, dijital dönüşümün Türkiye'nin işgücü piyasasında yavaş ilerlediği, bunun sebebinin yapısal özelliklerden kaynaklanan aksaklıklar olduğu belirlenmiştir. İşgücü piyasasındaki beklentiler uzun vadede olumlu olurken, kısa vadede ise işsizlik sorununu ortaya çıkmasına neden olacağı verisi elde edilmiştir. Çiftçioğlu vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada dijital dönüşümün insan kaynakları yönetimi ile olan ilişkisi incelenmiştir. Veriler literatür taraması çalışmaları ile elde edilmiştir. Dijital dönüşümün insan kaynakları yönetimi ve işletmenin verimliliğine önemli katkıları olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çark (2020) yaptığı çalışmada dijital dönüşümün işgücü ve meslekler üzerindeki etkilerini

araştırmıştır. Çalışmada daha önce yapılan çalışmalar incelenmiştir. Sonuç olarak dijital dönüşümün işgücü ve meslekleri hızla dönüştürdüğü sonucu elde edilmiştir. Sarıtaş ve Barutçu (2020) çalışmalarında çevrimiçi öğretime geçmeden öğrencilerin hazır olup olmadıklarını analiz etmiştir. Çalışmada öğrencilerin çevrimiçi öğretime hazır oldukları, ancak kendilerini yetersiz buldukları sonucuna varılmıştır. Çevrimiçi öğretim, öğrencilerin deneyimlerinin olup olmamasına göre farklılıklar göstermiştir. Kır (2020) yaptığı çalışmada yükseköğretim kurumlarındaki öğretim elemanlarının dijital dönüşüm sürecindeki gelişmelerden nasıl etkilendiği ve değiştiğini araştırmıştır. Çalışma sonucunda öğretim elemanlarının gelişim sürecinin; süreçlerin tasarlanması, yaklaşımların teknolojik açıdan güncellenmesi, yeni sorumluluklara hazır olunması ve kurumun kendi teknolojik felsefesinin benimsenmesi gibi birçok farklı değişkenden etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Kurt (2020), yaptığı çalışmada dijital dönüşümün dış ticaret, üretim ve istihdam gibi ekonomik faktörler üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Çalışmada yerli ve yabancı literatür kaynaklarından yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda, ekonomik büyüme ile yeni çalışma imkânlarının oluşturulması istihdam için umut verirken, deneyimsiz işgücüne olan ihtiyacı azaltmaktadır. Ekonomik alandaki süreçlerin dijital dönüşüm ile uyum sağlamanın gerekli ve önemli olduğu ifade edilmiştir. Sakallı vd. (2020) yaptıkları çalışmada yeni teknolojilerin işgören motivasyon ve iş doyumunu üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Çalışmanın verileri, Karabük üniversitesinde bulunan 172 idari ve akademik personele yönelik uygulanan anket tekniği ile elde edilmiştir. Çalışmada, teknolojinin işgörenlerin çalışma süresince boşa geçen zamanlarını minimize ettiği, gerekli bilgilere daha kısa ve daha hızlı eriştiği, karmaşıklıkları azalttığı, hata oranlarını düşürdüğü, iş yükünü hafiflettiği, bilgi alışverişlerinin daha rahat yapılabilirdiği ve hizmetlerin memnuniyet derecesini yükselttiği sonucuna ulaşılmıştır.

Dikici (2020) çalışmasında dijital dönüşümün işletmeler için avantajları, zorlukları ile değişen liderlik özelliklerinin işgören motivasyonu üzerindeki etkilerini incelemiştir. 150 iş gören ile yapılan görüşmeler sonucunda, liderlik ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Motivasyon boyutları açısından değerlendirildiğinde, takdir ve ödüllendirmenin liderlik üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Tuna ve Türkmendağ (2020)

tarafından yapılan çalışmada pandemi döneminde işgörenlerin uzaktan çalışma yöntemi ile yaşadıkları değişimler ve değişimlerin motivasyon üzerinde oluşturduğu etkiler araştırılmıştır. Çalışmanın verileri turizm, sanayi, hukuk, bilişim, enerji, finans ve hizmet gibi sektörlerde çalışan 58 yönetici ve işgören ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanarak elde edilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler uzaktan çalışmanın iş yaşamını değiştirdiği, çalışma zamanını esnettiğini, bilgi teknolojilerinin altyapısına sahip olunmasının önemli olduğu, iş yükünü arttırdığı, mevcut organizasyonun disiplin yapısını olumsuz etkilediği belirlenmiştir.

Varışlı (2021) çalışmasında bilişim teknolojilerinin iş görenlerin motivasyon ve demografik özellikleri üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Çalışmanın verileri danışmanlık hizmetleri sunan farklı işletmelerdeki 449 iş görene anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Çalışmada bilişim teknolojileri ölçeğinde yer alan teknolojiyi benimseme ve bireysel yeteneklerin keşfedilmesi değişkenleri ile işgören motivasyonu ölçeğinde yer alan meslek sevgisi ve iş doyumunu kavramları karşılaştırılarak gerekli analiz yapılmış, istatistiksel yönden farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Artar ve Yeşiltaş (2021) yaptıkları çalışmada Endüstri 4.0 ile dijital dönüşümün istihdam ve iş gücü üzerindeki etkiler araştırılmıştır. Araştırma sonucunda dijital dönüşümün istihdam ile iş gücü üzerindeki etkilerine dair herhangi bir fikir birliğinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Bir takım katılımcılar, dijital dönüşümün işsizliğe yol açacağını ve istihdamı düşüreceğini savunurken, sürece daha geniş bir açıdan bakanlar ise yeni iş kollarının oluşacağını ve istihdamın artacağını savundukları görülmüştür. Demirel (2021) yaptığı çalışmada banka çalışanların, dijital dönüşüm anlayışlarının, motivasyon ve istihdam edilebilirlik düzeyleri üzerindeki etkilerini incelemiştir. Ankara ilinde bulunan farklı banka çalışanlarına uygulanan anket çalışmasına 544 iş gören katılım sağlamıştır. Çalışma sonucunda, dijital dönüşümün çalışanların motivasyon ve istihdam edilebilirlik düzeyleri üzerinde olumlu etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Bayındır (2021) yaptığı çalışmada çevrimiçi eğitim gören öğrencilerin nasıl motive edileceğini araştırmıştır. Çalışma 2019-2020 eğitim yılında öğretmen adayı olan öğrencilerden oluşmaktadır. Veriler çevrimiçi ortamda hazırlanan bir görüşme formu ile elde edilmiştir. Çalışma sonucunda çevrimiçi öğretimde 61 ders süresi faktörüne bağlı olarak iletişimin motivasyonu arttırdığını ve dijital uygulamaların motivasyonu sağlamasında önemli

olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lumunon vd. (2021) çalışmalarında dijital dönüşüm ve motivasyonun işgörenler üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışma Manado City'de faaliyet gösteren bir açılış işletmesinde görev alan 100 çalışandan elde edilen veriler ile analizler yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda dijital dönüşüm ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Karyağdı (2022) çalışmasında dijital dönüşümün bankacılık sektöründe verimliliğe olan etkilerini araştırmıştır. Çalışmanın verileri TRB2 bölgesi olarak adlandırılan Bitlis, Hakkari, Muş ve Van illerinde faaliyet gösteren kamu ve özel bankalardaki işgörenler ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Çalışmada dijital dönüşümün işgören verimliliğini etkilediği sonucuna varılmıştır. Hanandeh vd. (2023) çalışmalarında dijital dönüşümün işgören motivasyonu üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışma verilerin elde edilmesi için Büyük Amman Belediyesi'nde görev alan orta ve üst düzey yöneticilerden oluşan 180 kişilik bir gruptan elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın sonucunda dijital dönüşümün işgören motivasyonunu anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Cahyono vd. (2023) çalışmalarında dijital dönüşümün öğretmenler motivasyonu üzerindeki etkilerini incelenmişlerdir. Çalışmanın verileri Endonezya'da faaliyet gösteren bir okulda çalışan 75 öğretmen ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Yapılan analizler dijital dönüşümün öğretmenlerin motivasyonları üzerinde önemli etkilerinin olduğu sonucuna varılmıştır.

İlgili literatür dikkate alındığında iş görenlerin demografik özelliklerine göre dijital dönüşüm algısı, motivasyon düzeyleri, dijital dönüşüm ile motivasyon arasındaki ilişkiye yönelik az sayıda çalışma bulunduğu tespit edilmiştir. Çalışma ilgili alanda bu boşluğu doldurmayı amaç edinmiştir. Çalışmada cevabı aranan temel sorular, dijital dönüşüm ile iş gören motivasyonu arasında bir ilişki var mıdır? İşgörenlerin demografik özelliklerine göre dijital dönüşüm algı ve motivasyonlarında bir farklılık var mıdır? Sorularıdır. Bu bakış açısı ile aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1. Katılımcıların yaşları ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2. Katılımcıların yaşları ile motivasyon düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3. Katılımcıların cinsiyetleri ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H4. Katılımcıların cinsiyetleri ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H5. Katılımcıların çalışma süreleri ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H6. Katılımcıların çalışma süreleri ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H7. Katılımcıların mezuniyet durumları ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H8. Katılımcıların mezuniyet durumları ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H9: Dijital dönüşüm algısı ile iş gören motivasyonu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

5 | ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı; dijital dönüşüm ve iş gören motivasyonu arasındaki ilişkiyi belirlemek, iş görenlerin demografik özelliklerine göre dijital teknolojilere yönelik algı ve motivasyon düzeylerini tespit etmek, elde edilen veriler ışığında çözüm önerileri geliştirmek ve ilgili literatüre katkı sunmaktır. Araştırma Şırnak ilinde faaliyette bulunan Dedaş işletme çalışanlarına yönelik yapılmıştır. Veri toplama işleminde anket tekniği kullanılmış, elde edilen veriler SPSS 23.0 paket program ile analize tabi tutulmuştur.

Araştırmada veri toplama işleminde saha araştırması tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler paket programı SPSS 23.0 ile analize tabi tutulmuştur. Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 ifade bulunmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların dijital dönüşüm algılarını belirlemeye yönelik toplam 12 ifadeden oluşan dijital dönüşüm anketi bulunmaktadır. Anket, Kumar'ın (2016) yaptığı "Digital Revolution In The Mauritian Public Service: A Human Resource Development Perspective In Two Unrelated Companies" başlıklı çalışmadan alınmıştır. Anketin son bölümünde katılımcıların motivasyon düzeylerini belirlemeye yönelik toplam 24 ifadeden oluşan anket bulunmaktadır. Motivasyon anketi Elmalı'nın (2015) yaptığı "İşletmelerde Kariyer Yönetimi Uygulamalarının Çalışan Motivasyonuna Etkileri; Bir Sanayi İşletmesi Örneği" başlıklı çalışmadan alınmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler paket program ile analize tabi tutulmuştur. Çalışmada, basit tesadüfi örneklem kullanılarak

veriler elde edilmiştir. Anketin dijital dönüşüm ölçeğinde, "Hiç Katılmıyorum", "Katılmıyorum", "Kararsızım", "Katılıyorum" ve "Tamamen Katılıyorum" tercihli 5'li Likert Ölçeği uygulanmıştır. Anketin motivasyon ölçeğinde ise "Hiç Memnun Değilim", "Memnun Değilim", "Ne Memnunum Ne Memnun Değilim", "Memnunum" ve "Çok Memnunum" seçenekleri bulunmaktadır. Çalışmada kullanılan sorular, daha öncede farklı araştırmacılar aracılığı ile test edilmiş ve araştırma da kullanılmış ölçeklerden faydalanarak oluşturulmuştur. Çalışmada güvenilirlik, tanımlayıcı istatistikler, Anova, T-testi, korelasyon ve Ki-Kare analizleri yapılmıştır. Güvenirlik analizi, ölçeklerin ne derece de doğru ve güvenilir olduklarını geliştirilen bir yöntemdir. Tanımlayıcı istatistikler, verilerin temel özelliklerini ve dağılımlarını tanımlamak için kullanılan bir analiz yöntemidir.

6 | ARAŞTIRMANIN EVRENİ

Araştırmanın evrenini Şırnak ilinde enerji sektöründe faaliyet gösteren DEDAŞ işletmesi iş görenleri oluşturmaktadır. İşletme bünyesinde başta insan kaynakları, pazarlama, dağıtım ve müşteri hizmetleri olmak üzere birden fazla departman bulunmaktadır. Araştırmanın yapılması için DEDAŞ işletmesinin seçilmesini en önemli sebebi bünyesinde yeterli sayıda işgören bulundurması ve dijital dönüşüm ürünlerini diğer işletmelere göre daha çok kullanmasıdır. Araştırmada kullanılan anket formları toplamda 180 iş görene dağıtılmıştır. Yapılan geri dönüşlerden 14 anket eksik veya yanlış bilgilerden dolayı elenmiş, analiz için toplamda 166 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

7 | ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Şırnak ilinde faaliyet gösteren işletmenin iş görenlerine yönelik yapılan anket çalışmaları sonucu elde edilen bulgular aşağıda belirtilmiştir.

7.1. Demografik Bilgiler

Elde edilen verilere göre katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1 İşgörenlerin Demografik Bilgileri

YAŞ	FREKANS	ÇALIŞTIĞI DEPARTMAN	FREKANS
18-25 Yaş	16.27	Arıza Bakım ve Onarım	18.67
26-30 Yaş	34.34	Müşteri Hizmetleri	14.46
31-35 Yaş	27.11	Saha Personeli	7.83
36-40 Yaş	19.28	Tahakkuk	6.63
40 ve üzeri	3.01	Büro Personeli	6.63
CİNSİYET	FREKANS	Teknisyen-Tekniker	6.63
Erkek	86.14	Enerji Kayıp Kaçak	6.63
Kadın	13.86	Beden İşçisi	5.40
MEZUNİYET DURUMU	FREKANS	Lojistik Depo	4.82
İlkokul/Ortaokul	33.13	Mühendis	4.82
Lise	31.33	Dağıtım	4.82
Önlisans	31.33	Sayaç Okuma	3.01
Lisans ve üstü	4.22	İş Sağlığı ve Güvenliği	1.81
ÇALIŞMA SÜRELERİ	FREKANS	Kontrol Sorumlusu	1.81
1 Yıdan Az	31.33	AR-GE	1.81
1-3 Yıl	30.12	Proje Tesisi	1.81
3-5 Yıl	23.49	İletişim	1.81
5 Yıl ve üzeri	15.06	Yönetici	0,60

-Çalışmaya katılan iş görenlerin %16.27’si 18-25, %19.28’i 36-40, %27.11’i 31-35, %34.34’ü 26-30 ve %3.01’inin ise 40 yaşının üzerinde olduğu görülmektedir. Yaş grafiği tablosu incelendiğinde işletme bünyesindeki iş görenlerin büyük bir çoğunluğunu genç nüfusun oluşturduğu görülmektedir.

- Katılımcıların %13.86’sı kadın, %86.14’ü erkek iş görenlerden oluşmaktadır. Anketin uygulandığı işletmede erkek iş gören işgücüne ihtiyaç olduğundan kadın iş görenlerin oranının düşük olduğu değerlendirilmektedir.

- Katılımcıların %33.13’ü ilköğretim/ortaokul, %33.13’ü lise, %31.33’ü önlisans, %4.2’si lisans ve üstü mezunlarından oluşmaktadır. Oransal dağılım incelendiğinde işletme bünyesindeki iş görenler çoğunlukla ilköğretim/ortaokul, lise ve önlisans mezunları olduğu görülmektedir.

- İş görenlerin çalıştıkları departmanlara göre dağılımları incelendiğinde; % 60’ı yönetici, %1.81 Ar-Ge, %3.01’i sayaç okuma, %4.82’si mühendis, %6.33’ü teknisyen-tekniyer, %7.83’ü ise saha personeli, %14.46’sı müşteri hizmetleri, %18.67’sinde arıza bakım ve onarım alanında çalıştıkları görülmektedir. İşletmedeki iş görenlerin büyük bir çoğunluğu müşteri hizmetleri ve arıza bakım, onarım alanlarında çalıştığı görülmektedir.

- Katılımcıların %15.06’sı 5 yıl ve üzeri, %23.49’u 3-5 yıl, %30.12’si 1-3 yıl ve %31.33’ünde 1 yıldan az sürede işletmede görev aldıkları görülmektedir. Çalışma süresi açısından en yüksek oranın 1 yıldan az çalışanlara ait olması, iş gücü devir oranının yüksek olmasından kaynaklandığı ifade edilebilir.

7.2. Dijital Dönüşüm ve Motivasyon Ölçekleri İçin Güvenirlilik Analizi

Dijital dönüşüm ve motivasyon ölçeklerine ait güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 2’de belirtilmiştir.

Tablo 2 Dijital Dönüşüm ve Motivasyon Ölçeklerinin Güvenirlilik Analizi Tablosu

Güvenirlilik Analizi	Dijital Dönüşüm Ölçeği	Motivasyon Ölçeği
Güvenirlilik Katsayısı (Cronbach’s Alfa)	0,924	0,927
İfade Sayısı	12	24

Güvenirlilik analizlerinde elde edilen sonuçların 0,70’in üzerinde olması ölçeğin güvenilir olduğunu kanıtlamaktadır. Bu değer 0,70 altında kalması durumunda ise güvenirliliğin düşük olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yapılan analizler sonucunda dijital dönüşüm güvenirlilik analizi güvenirlilik kat sayısının 0,924 ve motivasyon ölçeğinin güvenirlilik analizi güvenirlilik kat sayısının 0,927 olması ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduklarını kanıtlamaktadır.

7.3. Dijital Dönüşüm ve Motivasyon Ölçeklerine İlişkin Anova Testi Analizleri

7.3.1. Katılımcıların Yaşları İle Dijital Dönüşüm Algıları ve Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Tablo 3 Katılımcıların Dijital Dönüşüm Algıları ve Motivasyon Düzeylerinin Yaşlarına Göre İncelenmesine Yönelik ANOVA Testi Sonuçları

	Yaş	N	Ortalama	Standart sapma	F (Anova)	p.
DİJİTAL DÖNÜŞÜM	18-25	27	3.9907	0.60770	2.300	0.095
	26-30	57	3.8611	0.72466		
	31-35	45	4.2076	0.54721		
	36-40	32	4.0026	0.75831		
	40 ve üzeri	5	3.5500	0.43938		
	Toplam	166	3.9940	0.67342		
MOTİVASYON	18-25	27	3.8488	0.66828	3.343	0.573
	26-30	57	3.6740	0.67260		
	31-35	45	4.0824	0.59163		
	36-40	32	4.0417	0.65506		
	40 ve üzeri	5	3.5917	0.51657		
	Toplam	166	3.8815	0.66176		

H1. Katılımcıların yaşları ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 3'te görüldüğü gibi katılımcıların yaşları ile dijital dönüşüm algıları arasındaki ilişkiler Anova testi uygulanarak incelenmiştir. Yapılan test sonucunda katılımcıların yaşları ile dijital dönüşüm arasındaki ilişkinin anlamlılık değeri $p > 0.05$ çıktığından H1 hipotezi red edilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların yaşlarının değişmesi dijital dönüşüm algılarını anlamlı olarak etkilememektedir.

H2. Katılımcıların yaşları ile motivasyon düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Yapılan test sonucunda katılımcıların yaşları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlılık değeri önemsiz çıktığından H2 hipotezi red edilmiştir ($p > 0.05$). Başka bir ifade ile katılımcıların yaşlarının değişmesi motivasyon düzeylerini anlamlı olarak etkilememektedir.

7.3.2. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Dijital Dönüşüm Algıları ve Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Tablo 4 Katılımcıların Dijital Dönüşüm Algıları ve Motivasyon Düzeylerinin Cinsiyetlerine Göre İncelenmesine Yönelik ANOVA Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart sapma	F Anova	p.
MOTİVASYON	Erkek	143	3.8753	0.66831	0.091	0.828
	Kadın	23	3.9203	0.63227		
	Toplam	166	3.8815	0.66176		
DİJİTAL DÖNÜŞÜM	Erkek	143	3.9959	0.68084	0.009	0.993
	Kadın	23	3.9819	0.63958		
	Toplam	166	3.9940	0.67342		

H3. Katılımcıların cinsiyetleri ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 4'te katılımcıların cinsiyetleri ile dijital dönüşüm algıları ve motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi için Anova testi uygulanmıştır. Test sonucuna göre cinsiyet ile motivasyon düzeylerinin anlamlılık değeri önemsiz çıktığından H3 hipotezi red edilmiştir ($p > 0.05$). Başka bir ifade ile katılımcıların cinsiyetleri motivasyon düzeylerini anlamlı bir şekilde etkilememektedir.

H4. Katılımcıların cinsiyetleri ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Test sonucuna göre cinsiyet durumu ile dijital dönüşüm algılarının anlamlılık değeri önemsiz çıktığından H4 hipotezi red edilmiştir ($p > 0.05$). Başka bir ifade ile katılımcıların cinsiyetleri dijital dönüşüm algılarını anlamlı bir şekilde etkilememektedir.

7.3.3. Katılımcıların Çalışma Süreleri İle Dijital Dönüşüm Algı ve Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Tablo 5 Katılımcıların Dijital Dönüşüm Algı ve Motivasyon Düzeylerinin Çalışma Sürelerine Göre Farklılıkların İncelenmesine Yönelik ANOVA Testi Sonuçları

	Çalışma Süresi	N	Ortalama	SS	F Anova	p.
DİJİTAL DÖNÜŞÜM	1 yıldan az	25	4.0000	0.7924	0.109	0.259
	1-3 yıl	52	3.9519	0.7044		
	3-5 yıl	50	4.0067	0.5434		
	5 yıl ve üzeri	39	4.0299	0.7223		
	Toplam	166	3.9940	0.6734		
MOTİVASYON	1 yıldan az	25	4.1433	0.5154	4.409	0.478
	1-3 yıl	52	3.6346	0.6620		
	3-5 yıl	50	3.9192	0.6162		
	5 yıl ve üzeri	39	3.9947	0.7157		
	Toplam	166	3.8815	0.6617		

H5. Katılımcıların çalışma süreleri ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 5'te araştırmaya katılan işgörenlerin çalışma süreleri ile dijital dönüşüm algıları ve motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkiler Anova testi uygulanarak incelenmiştir. Test sonucuna göre çalışma süresi ile dijital dönüşüm ilişkisinin anlamlılık değeri önemsiz çıktığından H5. hipotezi red edilmiştir ($p>0.05$). Bir başka ifade ile katılımcıların çalışma süreleri dijital dönüşüm algılarını anlamlı bir şekilde etkilememektedir.

H6. Katılımcıların çalışma süreleri ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Test sonucuna göre çalışma süresi ile motivasyon arasındaki ilişkinin anlamlılık değeri önemsiz çıktığından H6 hipotezi red edilmiştir ($p>0.05$). Bir

başka ifade ile katılımcıların çalışma süreleri, motivasyon düzeylerini anlamlı bir şekilde etkilememektedir.

7.3.4 Katılımcıların Mezuniyet Durumları İle Dijital Dönüşüm Algı ve Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Tablo 6 Katılımcıların Dijital Dönüşüm Algı ve Motivasyon Düzeylerinin Mezuniyet Durumlarına Göre İncelenmesine Yönelik ANOVA Testi Sonuçları

	Mezuniyet Durumu	N	Ortalama	SS	F (Anova)	p.
DİJİTAL DÖNÜŞÜM	İlkokul/Ortaokul	7	3.5357	0.5545	3.436	0.001 **
	Lise	55	4.0992	0.4518		
	Önlisans	52	3.7861	0.7009		
	Lisans ve üstü	52	3.7933	0.7670		
	Toplam	166	3.8815	0.6617		
MOTİVASYON	İlkokul/Ortaokul	7	3.7024	1.0528	2.089	0.028 **
	Lise	55	4.0242	0.6175		
	Önlisans	52	3.8542	0.6885		
	Lisans ve üstü	52	4.1410	0.6358		
	Toplam	166	3.9940	0.6734		

H7. Katılımcıların mezuniyet durumları ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 6'da işgörenlerin mezuniyet durumları ile motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi için Anova testi uygulanmıştır. Test sonucunda anlamlılık değeri önemli çıktığından H7 hipotezi kabul edilmiştir ($p<0.05$). Bir başka ifade ile katılımcıların mezuniyet durumları motivasyon düzeylerini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H8. Katılımcıların mezuniyet durumları ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Test sonucuna göre mezuniyet durumları ile dijital dönüşüm ilişkisinin anlamlılık değeri önemli çıktığından H8 hipotezi kabul edilmiştir ($p<0.05$). Bir başka ifade ile katılımcıların mezuniyet durumları ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

7.3.5. Dijital Dönüşüm Algısı ve Motivasyon Düzeyine İlişkin Korelasyon Analizi

Tablo 7 Ölçekler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ort.	SS		Dijital Dönüşüm Ölçeği	Motivasyon Ölçeği
Dijital Dönüşüm Ölçeği			Pearson Korelasyon	1	0.582**
	3.994	0.6734	Önemlilik		0.000
			Katılımcı Sayısı	166	166
Motivasyon Ölçeği			Pearson Korelasyon	0.582**	1
	3.881	0.6617	Önemlilik	0.000	
			Katılımcı Sayısı	166	166

* $p<0.05$ ** $p<0.01$

H9: Dijital dönüşüm algısı ile iş gören motivasyonu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 7'de katılımcıların dijital dönüşüm algısı ve motivasyon düzeyi arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile ölçülmüştür. Korelasyon katsayısı değerleri -1 ile +1 arasında kabul edilir. Tablo incelendiğinde işgörenlerin dijital dönüşüm ölçeğini önemseme düzeylerinin (Ort.=3.9940), motivasyon ölçeğini önemseme düzeylerinden (3.8815) daha yüksek olduğu görülmektedir. Pearson korelasyon katsayısı değerinin 0.582 çıkması, iş görenlerin dijital dönüşüm algısı ile motivasyon düzeyleri arasında orta düzeyde bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Başka bir ifade ile iş görenlerin dijital dönüşüm algı düzeylerindeki artış, motivasyon düzeylerinde artışa yol açacaktır. Sonuç olarak dijital dönüşüm algısı ile iş görenlerin motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Elde edilen verilere göre H9: Dijital dönüşüm algısı ile iş gören motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Hipotezi kabul görmüştür.

8 | SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

İşletmeler yoğun rekabet ortamında avantaj sağlamak, maliyetleri azaltmak, karlılığa ulaşmak ve sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla bütün çalışma alanlarında teknolojiye yararlanmaya çalışmaktadırlar. Dijital dönüşüm döneminde işletmeler faaliyetlerin büyük bir bölümünü dijital kanallar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bu nedenle işletmeler dijital dönüşüm sürecine uyum sağlamak ve teknolojik altyapılarını güçlendirmek durumundadırlar. Dijital dönüşüm maliyetli, zaman alan ve strateji gerektiren bir süreçtir. Süreç boyunca işletmelerin üretim sistemleri, altyapı, servis, hizmet, model ve ürünlerinde değişimler yaşanmaktadır. Dijital dönüşüm işletmeler ile birlikte iş görenler içinde önemli bir süreçtir. Süreç iş görenlerin iş yapma yöntemlerini, çalışma düzenlerini ve işe yönelik birtakım davranışlarını etkileyebilmektedir.

Araştırmada elde edilen verilerden biri, iş görenlerin mezuniyet durumları ile dijital dönüşüm algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu verisidir. İş görenlerin mezuniyet dereceleri arttıkça dijital ürün ve uygulamalarla olan ilişkileri, kullanım alanları genişlemektedir. Bununla birlikte mezuniyet derecesi arttıkça dijital ürün ve uygulamalar hakkında farkındalık artmaktadır. Bu durum iş görenlerin dijital ürün ve uygulamalara olan ilgi ve algı düzeyini yükseltmektedir. Elde edilen veriler alan yazında bulunan veriler ile uyum göstermektedir. Olgun ve Turan (2022:34), Akın ve Esmeray (2022:218) yaptıkları çalışmada lisans mezunu olan iş görenlerin dijital dönüşüm algılarının ön lisans düzeyinde mezun olan iş görenlere göre daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna varmışlardır. Eğitim düzeyi arttıkça, iş görenlerin dijital dönüşüme yönelik algılarının artması, eğitim sürecinde teknolojik ürün ve uygulamaların kullanımına yönelik eğitim süresinin artması bu sonucun elde edilmesinde etkili olduğu ifade edilebilir. İş dünyasında hemen hemen tüm sektörlerde dijital ürün ve uygulamaların kullanımının artış göstermesinden dolayı, eğitim kurumlarının müfredatlarında dijitalleşme konularına daha fazla yer verdiği görülmektedir. Eğitim seviyesinin dijital dönüşüm sürecinde etkin olmasının bir diğer yönü, yapılan hizmet içi eğitimlerde eğitim seviyesinin yenilikleri aktarmada sağladığı kolaylıklar olduğu ifade edilebilir. Hizmet içi eğitimlerinde eğitim seviyesi

algılama, uygulama ve sürece uyum sağlama konularında avantajlar sağladığı ifade edilebilir. Elde edilen bu sonuç dikkate alındığında yöneticiler dijital dönüşüm sürecini başarılı yönetebilmeleri ve istenilen amaçlara ulaşabilmeleri için, iş gören teminin de eğitim düzeyine önem vermeleri, eğitim seviyesi yüksek iş görenlerin işe alınmasını teşvik etmelidirler.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerden biri, katılımcıların mezuniyet durumları ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu verisidir. İş görenlerin mezuniyet dereceleri arttıkça işe yönelik eğitim, bilgi ve yetenekleri artmakta, işi ile uyumlu, işin de başarılı olan iş görenlerin motivasyon düzeyleri artabilmektedir. Diğer taraftan iş görenlerin eğitim seviyesi arttıkça elde edilen mali ve sosyal haklar artmakta, bu durum iş görenin motive olmasına katkı sunmaktadır. Elde edilen bu sonucun alan yazında yapılan diğer çalışmalar ile örtüştüğü görülmektedir. Bayer vd. (2022:27) ve Reçepoğlu (2013:584) yaptıkları çalışmalarda lisans ve üstü mezunlarının motivasyon düzeylerinin lise mezunlarına göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Eğitim durumu iş görenin işe yönelik bilgi, beceri ve yeteneklerini belirleyen önemli husulardan biridir. Eğitim seviyesinin artması iş görenin, işe yönelik bilgi ve becerisini artırmakta, iş başarısını ve tatminini sağlamaktadır. Bununla birlikte eğitim seviyesinin artması yeni kariyer fırsatlarına yol açmaktadır. Kariyer basamaklarında yükselme, iş görene yeni haklar ve yetkilendirmeler sağlamakta, motivasyon düzeyini artırabilmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer veri, iş görenlerin dijital dönüşüm algıları ile motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğudur. İş görenlerin dijital dönüşüm ürün ve uygulamaları hakkında bilgi sahibi olmaları, kullanım alanlarının artması, ürün ve uygulamaları kullanmaya yönelik yeteneklerinin yeterli olması, iş başarısını artırması ve zamandan tasarruf sağlaması bu sonucun elde edilmesinde etkili olduğu ifade edilebilir. İş görenler dijital dönüşüm ürün ve uygulamaları kullanabildikleri oranda süreçten memnun kalabilmekte, dönüşüme direnç göstermemekte ve işini sahiplenmektedir. Sonuç olarak sürece uyum sağlayan iş görenlerin motivasyon düzeyinin artabileceği ifade edilebilir. Ulaşılan bu sonuç alan yazında elde edilen verilerle örtüşmektedir. Demirel (2021:2944), Lumunon vd. (2021:23)

yaptıkları çalışmalar da elde edilen verileri destekler nitelikte sonuçlara ulaşmışlardır. Dijital dönüşüm süreci iş gücü piyasalarında ve iş görenler de sürece uyum sağlayamama, işini kaybetme ya da pasif bir duruma düşme kaygısı yaratabilmektedir. Bu endişe ve kaygı iş görenlerde motivasyon kaybına yol açabilmektedir. Sonuç olarak dijital dönüşüm sürecine uyum sağlayan, ürün ve uygulamaları kullanabilen, süreç konusunda bilgi sahibi olan iş görenlerin motivasyonların artabileceği, bununla birlikte, yeni fırsatlarla karşılaşabileceği ifade edilebilir.

Elde edilen veriler ışığında aşağıdaki öneriler geliştirilebilir.

- Dijital dönüşüm sürecinin, iş görenlerin iş güvenliğine zarar vermeyeceği, yeni fırsatlar ve kariyer imkanları sunabileceği açıklanmalıdır.

- İş görenlerin dijital dönüşüm algılarını geliştirmek için işletmeler tarafından hizmet içi eğitimler düzenlenmelidir. Bu eğitimlerin, kullanılan yeni teknolojik ürün ve uygulamalara uyum sağlamak amacıyla iş görenlerin yeteneklerini artırmaya yönelik olmasına dikkat edilmelidir.

- İşletmelere transfer edilen yeni teknolojik ürün ve uygulamalar hakkında iş görenler bilgilendirilmelidir. İş görenlere yeni teknolojik gelişmeler karşısında iş güvencesinin sağlanacağı bildirilmelidir.

- Teknolojik ürün ve uygulamaların iş yükünü hafifleteceği, performansını artıracığı ve yeni iş alanlarına yol açacağı iş görenlere açıklanmalıdır.

- İşe yeni alınacak iş görenlerin eğitim düzeyleri dikkate alınmalı, mümkün mertebe eğitim düzeyi yüksek olan iş görenlere yer verilmelidir.

- Teknoloji transferi konusunda iş görenlerin kararlara katılımı sağlanmalıdır.

- Dijital dönüşüm sürecine uyum sağlayan, yüksek performans gösteren iş görenler ödüllendirilmeli ve teşvik edilmelidir.

- Süreç içinde iş görenlere, işletmenin en değerli kaynağının insan kaynakları olduğu mesajı verilmelidir. İş görenlerin kendilerini değerli hissetmelerine önem verilmelidir. Bu yolla iş görenlerin motivasyonları artırılmalıdır.

• İş görenlerin dijital dönüşüm sürecine uyum sağlamaları için zaman tanınmalıdır.

• İş görenlerin dijital dönüşüm ürün ve uygulamalarına ulaşımı ve kullanımı için fırsatlar verilmelidir. Bu durum iş görenlerin özgüvenlerinin artmasına katkı sunacağı dikkate alınmalıdır.

Çalışmanın sınırlılıkları, belirli bir bölgede yapılması, örneklem sayısının sınırlı olması, bir işletmeyi kapsamaması ve anket soruları ile kısıtlı olmasıdır. Bundan sonraki süreçlerde araştırmacılar, daha geniş bir evren ve örneklem ile farklı sektörlerde ve bölgelerde çalışmalar yapabilirler.

KAYNAKÇA

Akın, S. ve Esmeray, A. . (2022). Muhasebe Eğitimi Alan Z Kuşağı Öğrencilerin Muhasebe Eğitimindeki Dijital Dönüşüme Bakış Açıları: Kayseri Üniversitesinde Bir Araştırma. Mali Cozum Dergisi/Financial Analysis, 32(172).

Alemdar Çatalbaş, S. (2023). Yapay Zekalı Robotlar Sanatçının Rolüne Bürünebilir Mi? Yedi Sanat Tasarım ve Bilgi Dergisi, 31, 29-43.

Altıntaş, M. (2020). Psikolojik-Sosyal Ve Örgütsel-Yönetimsel Motivasyon Faktörlerinin İş Tatminine Etkisi: Havayolu Sektöründe Bir Araştırma. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 5(13), 217-239.

Arı, E. S. (2021). Süper Akıllı Toplum: Toplum 5.0. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,, 23(1), 455-479.

Artar, O. ve Yeşiltaş, C. (2021). Ekonomideki Dijital Dönüşüm ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. Working Paper Series, 2(1), 43-52.

Aslan, M. ve Doğan, S. . (2020). Dışsal Motivasyon, İçsel Motivasyon Ve Performans Etkileşimine Kuramsal Bir Bakış. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi,, 11(26), 291-301.

Atalay, M. ve Çelik, E. (2017). Büyük Veri Analizinde Yapay Zekâ Ve Makine Öğrenmesi Uygulamaları-Artificial Intelligence And Machine Learning Applications İn Big Data Analysis. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,, 9(22), 155-172.

Bayer, N., Gölbaşı, Z. ve Esenkaya, E. (2022). Hemşirelerde İçsel Motivasyon ve İçsel Motivasyonun Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu İle İlişkisi. Ordu Üniversitesi Hemşirelik Çalışmaları Dergisi, 5(1), 22-31.

Bayındır, N. (2021). Çevrimiçi Öğretim Sürecinde Motivasyon Faktörü. Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 5(2), 291-303.

Bozkurt, A., Hamutoğlu, N. B., Kaban, A. L., Taşçı, G., & Aykul, M. (2021). Dijital Bilgi Çağı: Dijital Toplum, Dijital Dönüşüm, Dijital Eğitim Ve Dijital Yeterlilikler. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 7(2), 35-63

Cahyono,C., Sulaeman,M., Siregar, M. ve Marlina,Y. (2023). Öğretmenlerin Kalitesi ve Motivasyonu Üzerine Garda Kagum (Öğretmen Topluluğunu Güçlendirme Hareketi) Aracılığıyla Eğitimin Dijital Dönüşümü. EDUTECH : Eğitim Ve Teknoloji Dergisi, 6 (4), 746-758.

Çark, Ö. (2020). Dijital Dönüşümün İşgücü Ve Meslekler Üzerindeki Etkileri. International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries, 4(Özel Sayı 1), 19-34.

Çiftçioğlu, B. A., Mutlu, M. ve Katırcıoğlu, S. (2019). Endüstri 4.0 ve İnsan Kaynakları Yönetimi İlişkisi. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 2(1). 31-53.

Demirdöğen, Y. (2020). Dijital Dönüşüm ve Finansal Teknolojilere Yansımaları. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.

Demirel, Z. H. (2021). Dijital Dönüşümün İş Gören Motivasyonu ve İstihdam Edilebilirlik Algısı Üzerindeki Etkisi. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomik İnceleme, 56(4), 2944-2961.

Dikici, B. D. (2020). Günümüzün Dijitalleşen İşletmelerinde Yeni Liderlik ve Motivasyon Modelleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15(26), 4185-4207.

Doğru, B. N. ve Meçik, O. (2018). Türkiye’de Endüstri 4.0’ın İşgücü Piyasasına Etkileri: Firma Beklentileri. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(Endüstri 4.0 ve Örgütsel Değişim Özel Sayısı), 1581-1606.

Efe, E. ve Afşar, K. E. (2023). Siber Güvenlik ve Askerî Alanda Blok Zinciri Teknolojisinin Potansiyel Etkileri: Türk Silahlı Kuvvetleri Örneği. International Journal of Politics and Security (IJPS), 5(2), 101-127.

Elmalı, M. (2015, Ekim). İşletmelerde Kariyer Yönetimi Uygulamalarının Çalışan Motivasyonuna Etkileri (Bir Sanayi İşletmesi Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Erzincan, A., Yıldız, N., Günay, E., Parlak, D., Arslan, M., & Mercin, L. Sofra Seramiklerinde Üç Boyutlu Yazıcıların Tasarım ve Üretim Sürecine Etkisi.

Atatürk Üniversitesi Yayınları Araştırma Makalesi. 29(50), 34-41.

Güvenç, D. ve Yücebalkan, B. (2017). Bankacılık Sektöründe Teknolojik Gelişimin İşgücüne Yansımaları. Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, 9(2), 30-43.

Hanandeh, A., Altaher, A., Halim, M., Rezk, W., Mahfoudh, N., Hammouri, Q. ve Darawsheh, S. (2023). The Effects Of Digital Transformation, Digital Leadership, And Entrepreneurialv Motivation On Business Decision Making And Business Process Performance: Evidence From Greater Amman Municipality. International Journal of Data and Network Science. 575-582

İnce, C. ve Gençay, İ. C. (2017). İş gören Motivasyonu Sağlamada Kullanılan Araçlar: Uludağ Kış Otellerinde Bir Araştırma. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(2), 112-126.

İpçioğlu, İ., Haşit, G. ve Dertli, D. (2009). Teknolojik Değişimin Yarattığı Etki Türleri İle İşgörenlerin Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Bir Tekstil Firması Örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,, 11(1), 121-149.

Karyağdı, N. G. (2022). Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşümün Verimliliğe Olan Etkileri: TRB2 Bölgesinde Nitel Bir Araştırma. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(2), 852-870.

Kır, Ş. (2020). Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükseköğretim Kurumları Ve Öğretim Elemanlarının Gelişen Rollerini. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 6(3), 143-163.

Kurban, S., Çiğman, M. Z., ve Pekel, A. . (2023). Büyük Veri Çağında Sayıştay Başkanlığı'nın Dijitalleşen Denetimi. Denetim, , (28), 39-52.

Kumar, B.N. (2016). "Digital Revolution In The Mauritian Public Service: A Human Resource Development Perspective In Two Unrelated Companies" International Journal of Novel Research İn Interdisciplinary Studies. 3(5), 1-10.

Kurt, A. S. (2020). Dijital Dönüşümün Ekonomiye Etkileri: Türkiye Ekonomisi'ne Yansımaları. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 16(30), 3083-3109.

Lumunon, D.F., Massie, J.D.D. ve Trang, I. (2021). The Effect of Training, Digital Transformation, and Work Motivation on Employee Performance during the Covid-19 Period: A Study on Culinary UMKM

Employees in Manado City. Central Asian Journal Of Literature Philosophy And Culture, 2(8), 22-37.

Lumunon, DF., Massie, JD. ve Trang, I. . (2021). Covid-19 Döneminde Eğitim, Dijital Dönüşüm ve İş Motivasyonunun Çalışan Performansına Etkisi:Manado City'deki Açılış UMKM Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. Orta Asya Edebiyat, Felsefe ve Kültür Dergisi, 2(8), 22-37.

Mekler, E.D., Brühlmann, F,Tuch, A.N, ve Opwis K. (2017). Towards Understanding The Effects Of Individual Gamification Elements On Intrinsic Motivation And Performance. Computers in Human Behavior, 71, 525-534.

Nagy, J., Olah, J.,Erdei, E., Mate, D. ve Popp, J. (2018). The Role and Impact of Industry 4.0 and The Internet of Things on The Business Strategy of The Value Chain-The Case of Hungary. Sustainability, 10(3491), 1-25.

Olgun, B. A. ve Turan, F. K. . (2022). Tekstil Sektöründe Dijital Dönüşüm ve Tekstil Firmalarının Endüstri 4.0 Kavramsal Farkındalık Düzeyini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. Tekstil ve Mühendis, 29(125), 28-40.

Önen, S. M. ve Kanayran, H. G. (2015). Liderlik Ve Motivasyon: Kuramsal Bir Değerlendirme. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi,, 5(2), 43-64.

Recepoglu, E. (2013). Öğretmenlerin İş Motivasyonlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi, 21(2), 575-588.

Sabuncuoğlu, Zeyyat ve Tüz, Melek (1996). Örgütsel Psikoloj, Ezgi Kitabevi Yayınları.

Sakallı, İ., Fidan, Y. ve Yıldırım, C. (2020). Yeni Teknolojilerin İş Doyumu ve Motivasyon Üzerindeki Etkileri. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(27), 393-421.

Sarıtaş, E. ve Barutçu, S. (2020). Öğretimde Dijital Dönüşüm Ve Öğrencilerin Çevrimiçi Öğrenmeye Hazır Bulunuşluğu: Pandemi Döneminde Pamukkale Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. Journal of Internet Applications and Management, 11(1), 5-22.

Shabana, M. ve Sharma, V. (2019). A Study on Big Data Advancement and Big Data Analytics. Journal of Applied Science and Computations., 6(1), 4099-4108.

Sönmez, R. V. (2020). COVID-19 Kaygısını İş gören Performansı ve Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7(12), 154-175.

Tamer, H. Y. ve Övgün, B. (2020). Yapay Zeka Bağlamında Dijital Dönüşüm Ofisi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi,, 75(2), 775-803.

Topaloğlu, F. Ö. ve Gürbüz, P. G. (2023). Maden İşletmesi Çalışanlarının Serbest Zaman Katılım Motivasyonu ve Yaşam Kalitesi İlişkisinin İncelenmesi. RISS Research in Sports Science, 1-8.

Tuna, A. A. ve Türkmendağ, Z. (2020). Covid-19 Pandemi Döneminde Uzaktan Çalışma Uygulamaları ve Çalışma Motivasyonunu Etkileyen Faktörler. İşletme Araştırmaları Dergisi, 12(3), 3246-3260.

Tüfenk, M. B. . (2023). Nesnelerin İnterneti Teknolojisinin Dış Ticarete Benimsenmesi. Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi,, 5(1), 1-11.

Ünsar, A. S., İnan, A. ve Yürük, P. . (2010). Çalışma Hayatında Motivasyon Ve Kişiyi Motive Eden Faktörler: Bir Alan Araştırması. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(1), 248-262. .

Varışlı, N. (2021). İşletmelerde Bilgi Teknolojileri Kullanımının Çalışanların Motivasyonu Üzerine Etkisi: Kobiler Üzerinde Bir İnceleme. İşletme Araştırmaları Dergisi, 13(1), 410-429.

Wasaya, A., Hussain, W. ve Bhutta, Z. M. (2018). Determinants and Organization Citizenship Behavioral Outcomes of Employee Motivation: An Empirical Study. International Journal of Human Resource Studies,, 8(2), 227-248.

Yılmaz, H. ve Öncel, A. (2023). Endüstri 4.0 Kapsamında Akıllı Fabrikalar ve Çalışma İlişkileri Üzerindeki Etkileri. Sakarya İktisat Dergisi, 12(3), 398-422.

Yılmaz, R. K. . (2023). Kamu Yönetiminde Kullanılabilir Nesnelerin İnterneti (Iot) Uygulamaları. . Kamu Yönetimi ve Teknoloji Dergisi,, 5(1), 87-98.