

ULUSLAR ARASI
HUKUK VE SOSYAL BILIM
ARASTIRMALARI DERGISI

ISSN 2687-2412

CİLT 5, SAYI 1

ULUSLARARASI HUKUK VE SOSYAL BİLİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

E-ISSN : 2687-2412
Yayın Dili : Türkçe-İngilizce
Yayın aralığı : Yılda 2 kez
Yayın ayları : Haziran-Aralık
Yayıncı : Dr.Öğr. Üye. Av.Ergün DİLAVEROĞLU

UHUSBAD

Uluslararası Hukuk ve Sosyal Bilim Araştırmaları Dergisi'nin temel amacı hukuk ve diğer sosyal bilim alanlarında özgün ve bilimsel çalışmalara dayanan makalelerin yayımlanması suretiyle ulusal ve uluslararası literatüre katkıda bulunmaktır.

İÇİNDEKİLER

1. Araştırma Makalesi / Research Article – Melike Sandıkçı ÇALIŞKAN, Yahya FİDAN

Kişilik Renklerinin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetiyle İlişkisi

The Relationship Of Personality Colors With Job Satisfaction And Intention To Left.....1-36

EDİTÖR

Dr. Öğr.Üyesi Ergün DİLAVEROĞLU

EDİTÖR YARDIMCISI

Doç. Dr. Faik TANRIKULU İstanbul Medipol Üniversitesi

Dr. Oğuz ÖZCAN İstanbul Ticaret Üniversitesi

EDİTÖR KURULU

Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU İstanbul Ticaret Odası

Prof.Dr. Berat ÖZİPEK İstanbul Medipol Üniversitesi

Prof.Dr. Atilla YAYLA İstanbul Medipol Üniversitesi

Prof.Dr. Hacı DURAN İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr.Üyesi Elif CESUR İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Dr. Öğr.Üyesi Umut ÜZMEZ Bülent Ecevit Üniversitesi

Dr. Öğr.Üyesi Ergün DİLAVEROĞLU İstanbul Medipol Üniversitesi

Dr. Öğr.Üyesi Halim BAŞ Marmara Üniversitesi

Öğr. Gör. Cihat Furkan ELİAÇIK İstanbul Medipol Üniversitesi

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Sedat MURAT İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Sami ŞENER KTO Karatay Üniversitesi

Doç. Dr. Gencay KARAKAYA İstanbul Ticaret Üniversitesi

Dr. Öğr.Üyesi Abdulkadir AKIL İstanbul Ticaret Üniversitesi

Dr. Öğr.Üyesi Ergün DİLAVEROĞLU İstanbul Medipol Üniversitesi

BİLİM ve DANIŞMA KURULU

- Prof. Dr. Atilla YAYLA İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Prof. Dr. Bekir Berat ÖZİPEK İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Prof. Dr. Sami ŞENER KTO Karatay Üniversitesi*
- Prof. Dr. Hacı DURAN İstanbul Aydın Üniversitesi*
- Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU İstanbul Ticaret Odası*
- Prof. Dr. Sedat MURAT İstanbul Üniversitesi*
- Prof. Dr. Hasan DİNÇER İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Prof. Dr. Elif NUROĞLU Türk Alman Üniversitesi*
- Prof. Dr. Şevket ÖKTEN Harran Üniversitesi*
- Prof. Dr. Faruk TAŞÇI İstanbul Üniversitesi*
- Doç. Dr. Elif BAYKAL İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Doç. Dr. Serhat YÜKSEL İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Doç. Dr. Mehmet Saim AŞÇI İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Doç. Dr. Faik TANRIKULU İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Doç. Dr. Gencay KARAKAYA İstanbul Ticaret Üniversitesi*
- Doç. Dr. Adem PALABIYIK Bitlis Eren Üniversitesi*
- Dr. Salim ÖZDEMİR Institut für sozialpädagogische-Forschung (ism)
Mainz/Germany*
- Dr. Arzu DİLAVEROĞLU İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Dr. Halim BAŞ Marmara Üniversitesi*
- Dr. Selman DURAN İstanbul Medipol Üniversitesi*
- Dr. Melih COŞGUN Nigde Ömer Halisdemir Üniversitesi*
- Dr. Ömer Erdem KOÇAK İstanbul Medipol Üniversitesi*

Dr. Hakan KALKAVAN İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Dr. Cengizhan Yıldırım Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Dr. Hakan Kaya Marmara Üniversitesi

Dr. Osman Akgül İstanbul Üniversitesi

Dr. Hüseyin Yılmaz Atatürk Üniversitesi

Dr. Abdulkadir AKIL İstanbul Ticaret Üniversitesi

Dr. Umut ÜZMEZ Bülent Ecevit Üniversitesi

Dr. Lütfiye SÖĞÜTLÜ Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Dr. Philipp Decker Turkish-German University

Mag. Muhammed Ali Uçar Danube University Krems

Kişilik Renklerinin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetiyle İlişkisi

Melike SANDIKÇI ÇALIŞKAN¹
Yahya FİDAN²

Öz

Kişilik renklerinin iş tatmini ve işten ayrılma niyetiyle ilişkisinin ölçüldüğü bu çalışmada, dört farklı kişilik rengi grubunun içsel ve dışsal tatmin olarak iki alt faktörden oluşan iş tatmini ölçeği ve tek faktörden oluşan işten ayrılma niyeti ölçeğine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Araştırma verileri İstanbul'da bir vakıf üniversitesinde idari kadrolarda görev yapan çalışanlardan elde edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin tespiti için korelasyon analizi, kişilik renkleri ile araştırma değişkenlerinin tespiti için ise ANOVA testi analizi uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki kişilik renklerine göre incelendiğinde, en büyük farklılığın mavi kişilik renklerine sahip kişilerin içsel motivasyonu ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkide ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Mavi kişilik rengine sahip kişilerde içsel motivasyon ile işten ayrılma niyeti arasındaki negatif ilişki diğer kişilik renklerine göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. İşyerindeki pozisyon bazında bakıldığında ise görevli pozisyonunda çalışanların dışsal motivasyon puanlarının diğer gruplara göre anlamlı olarak daha düşük olduğu görülmektedir. Aynı zamanda gelir bazında bakıldığında, işten ayrılma niyetinin puan ortalamalarının gelir arttıkça düşme trendine girdiği, yani gelir arttıkça işten ayrılma niyetinin de arttığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik, Kişilik tipi, kişilik rengi, iş tatmini, işten ayrılma niyeti.

The Relationship Of Personality Colors With Job Satisfaction And Intention To Left

Abstract

In this study, in which the relationship of personality colors with job satisfaction and turnover intention was measured, it was examined whether four different personality color groups differed significantly according to the job satisfaction scale consisting of

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü melike.sandikci@istanbulticaret.edu.tr, ORCID: [0000-0001-5135-8756](https://orcid.org/0000-0001-5135-8756),

²Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, yfidan@ticaret.edu.tr, ORCID: [0000-0002-5012-3629](https://orcid.org/0000-0002-5012-3629),

Makale Geliş Tarihi: 18.01.2023, Makale Kabul Tarihi: 02.07.2023

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

*Bu makale intihal programında taranmış ve en az iki hakem incelemesinden geçmiştir. (This article has been scanned via a plagiarism software and reviewed by at least two referees).

Doi: 10.51524/uhusbad.1238907

two sub-factors as intrinsic and extrinsic satisfaction and the turnover intention scale consisting of a single factor. The research data were obtained from employees working in administrative positions at a foundation university in İstanbul. Correlation analysis was used to determine the relationship between variables, and ANOVA test analysis was used to determine personality colors and research variables. When the relationship between the variables was analyzed according to personality colors, it was observed that the biggest difference emerged in the relationship between the intrinsic motivation of people with blue personality colors and their intention to leave. It has been determined that the negative relationship between intrinsic motivation and intention to leave work in people with blue personality color is lower than other personality colors. On the basis of the position in the workplace, it is seen that the extrinsic motivation scores of the employees in the official position are significantly lower than the other groups. At the same time, when we look at the income basis, it is seen that the mean scores of intention to leave tend to decrease as income increases, that is, intention to leave increases as income increases.

Key Words: *Personality, personality type, personality color, job satisfaction, intention to quit*

Giriş

İçinde bulunduğumuz sürekli gelişmekte ve değişmekte olan dijital çağ, işletmelerin dinamiklerinin ve önceliklerinin değişmesi sürecini de beraberinde getirmiştir. Örneğin; 1990'lı yıllarda üretimde "hız" kavramı önemli bir avantaj olarak görülürken günümüzde rekabet üstünlüğü elde edebilme ve çağın getirdiklerine hızlı uyum sağlayabilme işletmelere avantaj sağlayan anahtar kelimeler hale gelmiştir. Bu sebeple işletmeler, rekabet üstünlüğünü elde edebilmek amacıyla artık klasik insan kaynakları yönetimi anlayışından çok stratejik insan kaynakları yönetimi anlayışını benimsemeye başlamışlardır.

Bu değişimin en önemli nedeni; Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi'nin çağın getirdiklerine daha hızlı uyum sağlayarak işletmelerin misyon, vizyon ve stratejileriyle ilintili olarak daha hızlı ve daha efektif çözümler sunabilmesinden kaynaklanmaktadır.

Yerinde saymanın kabul görmediği, sürekli gelişmenin zaruri olduğu günümüz piyasa koşullarında rekabet ortamı her geçen gün daha agresif bir boyuta ulaşmaktadır. Müşterilerin bilgiye daha hızlı ulaşmaları, beklentilerinin çok daha yüksek olması ve ihtiyaçlarını karşılayacak ikame birçok rakibin piyasada var olması, bu agresif süreci daha üst noktalara taşımaktadır. İşletmeleri bu agresif rekabet ortamında rakiplerinden üst basamaklara taşıyacak, tercih edilen konumuna getirecek olan güç şüphesiz ki, işletmenin yetkin ve donanımlı insan kaynağının gücü ile mümkün olabilmektedir.

Bu noktada, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi'nin önemli bir parçası olan, personel seçim sürecinin etkin ve doğru şekilde planlanması ve yönetilmesi işletmeleri rakiplerinden ayırtıracak insan gücünün temin edilmesi noktasında önemli bir görev üstlenmektedir.

Personel seçim sürecinin doğru yönetilebilmesi işletmeyi ve ihtiyaç duyduğu yetkinliklerin iyi analiz edilmesi ile başlar. İyi analiz edilmiş bir süreçte, işletmenin kişiliği, ihtiyaçları, hedefleri göz önüne alınarak pozisyon bazında hangi insan gücünün hangi pozisyonda istihdam edilmesinin gerekliliği ortaya konmuş olur. Bu noktada işletmelerin en etkin ve en dinamik gücü olan insan gücü seçimi sürecinde, kişilik analizlerinin yapılarak pozisyon bazında uyumluluğunun yakalanması amacının öncelikli hedeflerden biri olması gerekmektedir.

Kişilik, bireylerin davranışlarını şekillendiren, yönlendiren ve diğer bireylere karşı tutumlarını belirleyen önemli bir kavramdır. Her bireyin kendine özgü bir kişiliği olduğu gibi her işletmeninde kendine özgü bir kişiliği vardır. Bu kişiliğin iyi analiz edilmesi personel seçim

süreci başta olmak üzere işletmeye her açıdan avantaj sağlayacaktır. Bu noktada işletmelerin misyonu, vizyonu ve stratejik hedefleri bizi doğru analize götürecek anahtar cevapları taşımaktadır. Daha önce bahsettiğimiz şirketlerin en önemli varlığı olan insan gücünün belirlenen işletme kişiliği ile uyumlu olarak seçilmesi şirketi gereksiz ve yanlış işe alım maliyetlerden kurtararak, kurumsal aidiyeti, motivasyonu ve performansı yüksek işten ayrılma niyeti düşük personel kazanımlarına olanak sağlayacaktır. Bizi doğru personel kazanımlarına götürmesi noktasında karşımıza kişi-iş uyumu gerekliliği kavramı çıkmaktadır.

Kişi- iş uyumu; istihdam edilmesi planlanan pozisyonun yeterliliklerinin ve gerekliliklerinin adayın bilgi, beceri, deneyim ve kişisel özellikleri ile örtüşmesini ifade eder. Kişi-iş uyumunun sağlanması ile işi yapacak personelin bilgi, beceri ve deneyimlerinin pozisyonun gerektirdiği niteliklerle örtüşmesi işletme için, maksimum verim alınmasını sağlarken öte yandan çalışan için de iş tatmini ve motivasyonun üst noktalarda yer almasını sağlayacak çift yönlü dinamik bir süreci ortaya koymaktadır. İş tatmininin yüksek olması işten ayrılma niyeti düşük, mutlu, kurum aidiyeti ve performansı yüksek çalışanları ifade ederken aynı zamanda kurumların personel devir hızlarını düşürerek piyasada rekabet avantajı sağlamalarına olanak sağlamaktadır.

Çalışma hayatına işveren boyutu ile bakılan araştırmalarda, kişilik tipleri ile uyumlu pozisyonlarda çalışan bireylerin, verimliliklerinin ve potansiyellerinin arttığı gözlemlenmiştir (Tiryaki ve Aykaç, 2013, s. 612). Verimlilikleri ve potansiyelleri artan iş görenlerin şüphesiz iş tatminleri yüksek işten ayrılma niyetleri düşük olacaktır. Bu da örgütlere kurumsal aidiyeti ve verimliliği yüksek mutlu iş gören kazanımları sağlayacaktır.

Bu çalışmada kişilik renklerinin iş tatmini ve işten ayrılma niyetiyle ilişkisini incelenmektedir. Araştırmaya konu olan kişilik, kişi-iş uyumu, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti kavramları örgütsel boyutta ele alınmıştır. Araştırmanın amacı, günümüz piyasa koşullarında örgütlerin en güçlü kaynağı olan insan kaynağının gücünden daha verimli yararlanmalarına katkı sağlamaktır.

1. Kişilik Kavramı

Kişilik kavramı, tarihsel gelişim sürecinde pek çok bilim dalının araştırma konusu olan araştırma alanı geniş önemli bir olgudur. Kişilik kavramı, insan yaşamı boyunca ilgi çeken bir kavram olmasına rağmen, bilimsel olarak 1930'lu yıllarda kişilik psikolojisinin diğer

sosyal bilim alanlarından ayrılması ile ortaya çıkmıştır (Mc Adams, 1997, s. 3-39). Ortaya çıkan bu kavram günümüzde de sıklıkla kullanılmaktadır.

Kişilik kavramının birçok tanımı vardır. Kavramın kökenine bakıldığında, Latince “persona” sözcüğüne dayandığı görülmektedir. Klasik Roma tiyatrosunda oyuncular ve seyirciler arasındaki mesafenin fazla olmasından kaynaklı, oyuncuların temsil ettikleri rollerine uygun yüz mimikleri seyirciler tarafından görülemeyeceği için oyuncuların yüzlerine maske taktıkları ve bu maskelere “persona” adının verildiği bilgisi aktarılmaktadır. Burada “persona” kavramı ile kişiliğin karakteristik özelliğiyle bireyler arasındaki farklılıklar anlatılmak istenmiştir (Eroğlu, 2013, s. 217). Bireyler arasındaki bu farklılıklar farklı kişilik tiplerini ortaya çıkarmaktadır.

Kişiliğin en sık kullanılan tanımlaması, Gordon Allport tarafından yapılmıştır. Allport kişiliği “Çevresine uyum sağlarken kendine has düzenlemelerini belirleyen psikofiziksel sistemlerin sahibi olan bireyin içindeki dinamik organizasyon” olarak ifade etmiştir. Buradan yola çıkılarak kişilik, bireylerin diğer bireylere karşı tepki göstermesi veya diğer bireylerle etkileşim içinde olmak için kullandığı yöntemler bütünüdür (Robbins ve Judge, 2017, s. 135). Kullanılan bu yöntemler bütünü bireyden bireye farklılık göstermektedir.

Bir başka tanımlama ise kişilik, bünyesinde birçok farklı özellik barındıran, bireyi diğer bireylerden farklılaştıran öznel yapıdaki özellikler olarak tanımlanmaktadır (Eser, 2022, s. 2). Bu öznel yapıdaki özellikler bireyleri kendilerine özgü yapan duyguları, düşünceleri, tutumları, yetenekleri, alışkanlıkları vb. özellikleri içeren işlevsel bir bütündür. Bir başka ifade ile düşüncelerimiz, konuşmalarımız ve davranışlarımız kişiliğimizi ifade eder (Karaca, 2015, s. 1). Bireyin tüm davranışları, tutumları, ahlaki yargıları ve toplumsal ilişkileri kişiliğinin uzantısı sonucu şekillenmektedir.

Kişilik, bireylerin tüm özelliklerini ele alan bir kavram olmasına karşın davranışsal açıdan bakıldığında, esas olarak bireyin zihinsel, ruhsal ve bedensel özelliklerinin dış dünyaya yansımalarıdır. Bu davranışsal yansımaların bazıları diğer bireylerle farklılık gösterirken bazıları ise diğer bireylerle benzerlik göstermektedir. Buradan yola çıkarak, kişilik tanımlamalarında bireyler arası birtakım benzerliklerden söz edilse dahi kişilik, esas olarak bireysel farklılıkları temel alan olgudur. Her birey diğer bireylerle bedensel, ruhsal ve zihinsel benzerlik gösterse bile esasında tamamen diğer bireylerden farklı bir kişiliğe sahiptir (Eroğlu, 2013, s. 218). Bu yönüyle kişilik,

bireyler arasındaki davranış benzerliklerinin içerdiği farklılıklarını temel alan bir kavramdır.

2. Kişilik Tipi ve Kişilik Renkleri Kavramı

Kişilik daha çok bireyselliği ifade eden ve kişiden kişiye değişiklik gösteren bir kavram olsa dahi, bilimsel olarak benzer davranış ve tutumları gösteren insanların benzer kişilik yapısına sahip olabileceği düşüncesi hakimdir.

Kişilik kavramı ile ilgilenen araştırmacıların büyük çoğunluğunun amacı, bireylerin belirli biyolojik ve fiziki özelliklerini tespit ederek bu özelliklere uygun olacak şekilde, bireyleri bazı özel davranış kalıpları içerisinde gruplamaktır. Bireyleri bu özellikler çerçevesinde sınıflandırma çabaları, tip kavramını ortaya çıkarmıştır (Fulmer, 1983, s. 52-53). Araştırmacılar tarafından yapılan bilimsel gruplamalar neticesinde birçok kişilik tipi ortaya konmuştur. Ortaya konulan kişilik tipleri referans alınarak bireylerin kişilik renkleri tespit edilebilmektedir.

Literatüre bakıldığında, bilim insanlarının kişiliği farklı gruplandırmalarla incelediği görülmektedir. Kişilik, bilim insanları tarafından iki grupta, dört grupta ve beş grupta incelenerek ifade edilmeye çalışılmıştır (Akgemci ve Öz, 2020). Bu gruplandırmaların her biri farklı şekilde isimlendirilmiştir.

Saygın (2022), insanların kişilik renginin belirlenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmasında kişilik tiplerini dört farklı grupta ele almış ve her bir grubu farklı renklerle ifade etmiştir. Renklerle ifade edilen kişilik tipleri; kırmızı kişilik, sarı kişilik, yeşil kişilik ve mavi kişilik olarak tanımlanmaktadır. Yapılan sınıflandırmadaki özelliklerin daha önce bu alanla ilgili yapılmış bilimsel araştırma sonuçları paralellik gösterdiği tespit edilmiştir (Saygın, 2022, s. 31-104). Diğer araştırmalarda benzer kişilik özellikleri farklı tanımlamalarla ifade edilmiştir.

Florence&Marita Littauer yapmış olduğu çalışmalarında kişilik tiplerini dört farklı gruba ayırmışlardır. Bu grupları, popüler optimist, mükemmeliyetçi melankolik, güçlü kolerik ve barışçıl soğukkanlı olarak ifade etmişlerdir (Littauer ve Littauer, 1992, s. 3-42). Saygın'a göre yapılan bu araştırmadaki gruplandırmalar neticesinde popüler optimist grubu sarı kişilik rengini, mükemmeliyetçi melankolik grubu mavi kişilik rengini, güçlü kolerik grubu kırmızı kişilik rengini ve barışçıl soğukkanlı grubu ise yeşil kişilik rengini ifade etmektedir (Saygın, 2022, s. 28). Burada birbiri yerine ifade edilen tanımlamaların

ifade ettiği kişilik özelliklerine bakıldığında aynı kişilik özellikleri karşımıza çıkmaktadır.

Murat Toktamışoğlu ve Cengiz Alkış yapmış olduğu çalışmalarında kişilik tiplerini yine dört gruba ayırarak bu grupları; popüler pembeler, mükemmel morlar, güçlü kırmızılar ve soğukkanlı beyazlar olarak ifade etmişlerdir (Toktamışoğlu ve Alkış, 2005, s. 61-90). Bu ifadelerde farklı birer tanımlama olarak literatüre girmiş tanımlamalardandır.

Robert Bolton ve Dorothy Grover Bolton “İş Hayatında İnsan Üslupları” adlı kitaplarında Dr. Merrill’in araştırmalarından yararlanarak kişilik tiplerini dışavurumcu, yönlendirici, cana yakın, analitik şeklinde ifade etmişlerdir. Bu kişilik gruplarından, dışavurumcu kişilik sarı kişilik rengini, analizci kişilik grubu mavi kişilik rengini, cana yakın kişilik yeşil kişilik rengini, yönlendirici ise kırmızı kişilik rengini ifade etmektedir (Saygın, 2022, s. 27). Bu araştırma da kişilik özellikleri bu ifadelerle karşımıza çıkmaktadır.

Yukarıda bahsedilen ve kişiliği dört farklı grupta inceleyen yöntemler incelendiğinde her birinin birbiri ile benzer özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Burada oluşan farklılık yalnızca ifade şekline kaynaklanmaktadır (Akgemci ve Öz, 2020). Bu kapsamda yapılan birçok araştırma incelendiğinde, karşımıza çıkan ifade farklılıkları dışında her bir araştırmanın benzer kişilik özellikleri sonucuna vardığı gözlenmektedir.

3. Kişilik Renkleri

Bu çalışmada, kişilik dört farklı boyutu ile ele alınarak sarı, kırmızı, mavi ve yeşil renkleri ile sınıflandırılarak ifade edilmiştir. Bu sınıflandırmada belirtilen her bir renk farklı kişilik özelliklerini ifade etmektedir.

3.1.Sarı Kişilik Rengi;

Sarı enerjisi yüksek bir renktir. Neşeyi, popülerliği, hareketi, yerinde duramamayı simgeler. Bu yönü ile popüler optimistler de sarı renk ile simgelenmektedirler. Sarı kişilik rengine sahip bireyler; herkesi eğlendiren, esprili, neşeli, hareketli, motive edici, girişken, parlak fikirli, yaratıcı, meraklı, hazır cevap ve konuşmayı çok seven muzip tiplerdir. Bu kişilerin hayattaki en büyük istekleri sevilme ve fark edilmek olduğundan hayata ve çevreye sürekli “Beni Fark Et” mesajı verirler. Buldukları her ortamda ilgi odağı olmayı başaran sarılır,

ortamların en çok sevilen ve aranan yüzleridir. Tüm bu olumlu özelliklerin yanı sıra sarıların zayıf yönlerine bakıldığında ise; ayrıntıcı değildirler, çalışma ortamları sürekli dağınıktır, unutkanlardır, sık sık bir şeyleri döküp saçarlar ve dikkatsizdirler. Sarılar sevildiklerini hissettiklerinde, işin eğlenceli ve rahat yönleri gösterildiğinde çok iyi motive olurlar (Saygın, 2022, s. 33-59). Onları motive etmek oldukça kolaydır.

Sarılar, topluluk içerisinde fark edilmesi en kolay gruptur. Her toplulukta ilgi odağı olmayı başaran sarılar bir ortama asla dikkat çekmeden girmek istemezler. Onları tanımının en kolay yolu parlak giysileridir. Yüksek sesle konuşmayı severler ve akıllarına geleni düşünmeden söylerler (Tiryaki ve Aykaç, 2013, s. 610). Bu yönleri ile sarılar büyük kalabalık içerisinde bile dikkatleri üzerlerine çekme konusunda oldukça başarılıdır.

Popüler optimistler abartılı el kol hareketleri yaparlar. Onları uzak bir mesafeden duyamayabilir fakat geniş el kol hareketleri ile hemen tanıyabilirsiniz. Günlük hayattaki sohbetlerinde ve telefon konuşmalarında yüksek sesle konuşurlar ve sözlerini vurgulamak için ellerini özgürce kullanırlar (Littauer ve Littauer, 1992, s. 18). Beden dillerini iyi kullanırlar.

Yaparız, ederiz deseler de kolay unutulabilir veya vazgeçebilirler. Çabuk sıkılma özellikleri vardır bu sebeple ilgi alanları değişebilir. Ketumluk onlardan oldukça uzak bir kavramdır (Toktamışoğlu ve Alkış, 2005, s. 61). Sır saklama konusunda başarılı değildirler.

Ortamlarda liderlik yaparak diğer kişileri de cesaretlendirirler. Her koşulda olayların olumlu tarafını odaklanırlar. Çalışma konusunda diğer insanları motive ederler. Problem üzerinde fazla zaman harcamadan, çözüm için her daim yeni seçenekler bulurlar (Littauer ve Sweet, 2014, s. 133-134). Bu yönleri ile çalışma ortamlarında sevilen tiplerdir.

3.2.Kırmızı Kişilik Rengi

Kırmızı, dikkat çeken canlılığı ifade eden bir renktir. Kararlılığı, gücü ve sahiplenmeyi simgeler. Kırmızı kişilik rengine sahip bireyler; güçlü ve kararlı, sonuç odaklı, hırslı, lider olmadıkları ortamlarda bulunmak istemeyen yönlendirici tiplerdir. Herkesin kendileri gibi düşünüp kendileri gibi hareket etmelerini isterler. En çok “sadede gel” kelimesini kullanırlar. Bu kişilerin çevreye verdikleri mesaj; “Benim dediğim gibi, ama hemen olsun” şeklindedir. Yüksek fakat gerçekçi hedefler belirlerler ve bu hedefe ulaşmak için ellerinden

geleni yaparlar. Kimseden yardım istemezler ve her zaman dik durmaya çalışırlar. Kendilerini daima haklı görme huyları vardır. İş bitirici ve sonuç odaklıdırlar. İnsanlar tarafından yönlendirilmekten hiç hoşlanmazlar. Adeta lider olarak doğmuşlardır farklı bir yaşam biçimini kabullenmezler. Tatilde bile işlerini düşünecek kadar iş odaklıdırlar. Kırmızılar, genellikle diğer gruplara göre motive edilmeye daha az ihtiyaç duyan, doğuştan lider ruhuna sahip kişilerdir. İş ortamında kırmızı bir bireyi motive için ona “sen zeki ve iradeli birisin” denilmesi ve işin sonucu ile ilgili sözler söylenmesi yeterli olacaktır (Saygın, 2022, s. 85-101). Doğru motive edilmeleri ve hırslı yapıları sayesinde kırmızılar iş hayatında başarı odaklı çalışan bireylerdir.

Kırmızı renk; yaşamın, heyecanın, canlılığın, cesaretin, hızın sembolüdür. Kırmızı kişilik rengine sahip bireyler, her konuda haklı çıkmak isteyen, hedefleri için saldırgan olabilen, risk alma konusunda korkusuz ve özgüvenlidirler (Yolcu, 2002, s. 654). İş odaklı olmaları ve agresif tutumları sebebiyle sosyal ilişkiler konusunda diğer gruplara göre biraz daha geri planda kalabilmektedirler.

Kırmızı kişilik rengi ile en iyi bütünleşen sözcükler; gerçekçilik, mantık, pratiklik ve güvenirliliktir. Kırmızı bireyler bir toplumun omurgasını oluşturur. Kurallar ve prosedürlere her zaman önem ve öncelik veren kontrollü ve otoriter bireylerdir. Yönetme konusunda ustadırlar ne zaman neyin yapılmasına ihtiyaç varsa fark edip harekete geçerler. Görev insanıdırlar, herhangi bir göreve sahip olmadıklarında strese girip kontrol dışı hissetmektedirler (Ritberger, 2009, s. 35). Bu yönleri ile zorlu projelerde aranan yüzlerdir.

Kırmızı kişilik tipleri baskın karaktere sahiptirler. Bu sebeple gereğinden fazla emir veren, çabuk öfkelenen ve ikna kabiliyetleri yüksek bireylerdir. Dinlemekten hoşlanmazlar, başkaları adına kararlar verirler (Littauer ve Sweet, 2014, s. 149-151). Her ortamda kendi sözlerinin ve fikirlerinin dinlenmesini isterler.

Moda akımından uzak dururlar. Onlar için önemli olan yıllarca kullanılacak parçaları seçmektir. Alışverişi zaman kaybı olarak gördüklerinden alışverişten hoşlanmazlar. Bu sebeple her yerde giyilebilecek, uzun vadeli giysiler ilk tercihleridir (Littauer ve Littauer, 1992, s. 36). Dış görseellik onlar için ikinci plandadır.

3.3.Mavi Kişilik Rengi

Mavi, ciddiyeti ve asilliği simgeleyen bir renktir. Planlı, düzenli, araştırmacı, kuralcı ve disiplini seven insanlar bu kişilik rengi grubunda yer alırlar. Mavi kişilik rengine sahip bireyler genel olarak, her zaman mükemmeliyetçi, düzenli, planlı ve programlı kişilerdir.

Ayrıntılara çok düşkündürler, dosyaları bile numaralandırırlar. Herkes tarafından sevilen, kültürlü idealist bireylerdir. Çalışma alanları, çekmeceleri her zaman tertiplidir. Masalarında oluşan en ufak değişikliğin bile hemen farkına varırlar ve bununla ilgili çevrelerindeki insanları suçlama eğilimindedirler. Hassas yapıya sahiptirler. Diğer kişilik rengi grupları içerisinde en kolay depresyona girebilecek gruptur. Hayatı toz pembe görmezler, derin düşünceli ve karamsardırlar. Genellikle olayların olumsuz yönlerini görüp endişelenirler. Çevreye ve hayata “Bana karşı anlayışlı olun” mesajı verirler. Planlama, düzen ve detaylandırma onların sloganıdır. Mavilerin en çok kullandıkları sözcükler “yapmalıyım, bitirmeliyim” dir. İnsan ilişkilerinde mesafeyi tercih ederler (Saygın, 2022, s. 61-81). Mesafe onlar için dikkat edilmesi gereken önemli bir çizgidir.

Çevrelerindeki her şey mükemmel ve düzgündür. Onları giyimleri, duruşları genellikle düzgün ve taranmış saç stillerinden hemen tanımak mümkündür. Kusursuz duruşlarıyla sıradan giysilerle bile mükemmel görünürler. Ellerini çoğunlukla bedenlerine yakın tutarlar ve samimi bir ilişkileri yoksa diğer bireylere temas etmezler. İş ortamında genelde çekmecelerini kilitli tutarlar, gizlilikten hoşlanırlar (Littauer ve Littauer, 1992, s. 24-29). Dağınık ve karmaşık ortamlardan rahatsız olurlar ve kaçınırlar.

Mavi kişilik, gereğinden fazla endişelenmeye, olayların olumsuz taraflarına odaklanmaya ve başkalarına karşı önyargılı davranmaya meyillidir (Littauer ve Sweet, 2014, s. 158). Bu kişilik rengine sahip bireyler, parti organize etmekten, temizlik yapmaktan keyif alırlar. Kişiliklerinin duygusal tarafını destekleyecek aktivitelere ihtiyaç duyarlar. Yazı yazmaktan, müzik dinlemekten ve tek başına vakit geçirmekten hoşlanırlar (Bowers, 1989, s. 91). Yalnızlığı ve sakinliği seven bir yapıları vardır.

3.4.Yeşil Kişilik Rengi

Yeşil, rahatlatıcı ve huzur verici bir renktir. Yeşil kişiliğe sahip bireyler; barışı, uyumu, sabrı, sükuneti ve sevecenliği simgelerler. Yeşiller; arabulucu, saygılı sevecen ve arkadaş canlısıdır. Çatışmalardan hoşlanmaz, hayır demeyi beceremezler. Kendilerinden önce başkalarını düşünürler. Onlar için yapılabilecek en güzel şey onlara saygı duymaktır. Başkalarının panik yaşadığı anlarda dahi rahat ve soğukkanlı davranabilmektedirler bu kendilerine avantaj sağlarken diğer bireyleri özellikle kırmızı kişilik yapısına sahip bireyleri çileden

çıkarmak için yeterlidir. İnsanları oldukları gibi kabul ederler, gerekli görmedikçe eleştiri yapmazlar. Sloganları evde barış, işyerinde barış ve cihanda barıştır. Uyumlu ve barışçıl karaktere sahip olmaları nedeniyle arkadaşları çoktur düşmanları ise yok denecek kadar azdır. Fazla enerji harcamayı sevmezler. Yeşil birini bıraksanız hiç sıkılmadan saatlerce aynı pozisyonda oturabilir. Bu onlar için dinlenmenin en güzel yolu iken örneğin sarı kişilik rengine sahip bireyler için bu durum oldukça can sıkıcıdır. Yeşiller gerçek duygularını saklama konusunda çok yeteneklidirler. Sorunlarını başka insanlara açmaktansa kendi içlerinde halletmekten hoşlanırlar (Saygın, 2022, s. 102-121). Yeşiller daha çok insan odaklı, uyumlu, sakin ve huzurlu bireylerdir.

Yeşil; uyumun, dengenin, sempatinin, cömertliğin ve iş birliğinin sembolüdür ve aynı zamanda bilincin rengidir. İnsana güven ve huzur veren bir renktir. Yeşil renk sakinleştirme özelliğine sahip olması nedeniyle insan enerjisini yükseltme ve insanlarda sevecenlik duygusunu arttırmaktadır (Yolcu, 2002, s. 656). Bu sebeple yeşil renk insanların zihninde olumlu duygular uyandırarak onları sakinleştirip iyi hissetmelerini sağlamaktadır.

Yeşil kişilik; uyumlu ve arkadaş canlısıdır. Hislerini belli etmez, ketumdur. Sürprizlerden hoşlanmaz. Çalışırken sabırlıdır, rutin işlerden sıkılmaz. Değişimlerden hoşlanmaz, değişim konusunda ikna edilme ihtiyacı duyar. Çalıştığı her yerde ilk önceliği güven duygusunu yakalayabilmektir. Tutarlı ve güvenli bir ortam sağlanması, alışması için adım adım sorumluluk verilmesi, işine ve kendine saygı duyulması ve işinin her aşamasında takdir edilmesi yeşili motive eder (Sungur, 2011). Yeşiller sevecen, çalışkan ve insan odaklı tavırları sayesinde iş ortamlarında oldukça sevilen bireylerdir. Güven duygusunun aşılması ve doğru motivasyon kaynaklarının bulunması yeşilleri başarıya hızlıca ulaştıracak faktörlerdendir.

Yeşil renk, duygusal anlamda pozitif bir renktir. İnsanlara sevme becerisi kazandırır. Doğal bir barış sağlayıcıdır. Aynı zamanda yeşiller; gözlem kabiliyeti yüksek, iyi dinleyici olan, yardımsever sosyal bireyleridir. Kimi zaman iyi bir aile üyesi kimi zaman ise yardım edici bir komşudur (Çiftçi, 2019). Bu yönleri ile sosyal hayatlarında arkadaşları ve sosyal çevreleri ile güçlü ilişkilere sahiptir.

4. İş Tatmini Kavramı

İş tatmini, son zamanlarda iş hayatında sıklıkla karşımıza çıkan ve sosyal bilimciler tarafından sıkça araştırma konusu olan önemli bir kavramdır. Bu kavram, 1920'li yıllarda ilk olarak ortaya atılmış olsa da kavramın önemi 1930-1940'lı yıllarda tam anlamıyla

ortaya çıkmıştır. Günümüzde de iş tatmini kavramı çağdaş yönetim anlayışı açısından halen oldukça önemli bir faktördür. (Filiz, 2014, s. 158). İşletmeler bu kavramı sıklıkla göz önünde bulundurmakta ve yükseltilmesi yönünde önlemler almaktadırlar.

Tatmin kelimesi; Türk Dil Kurumu'nca "istenen bir şeyin gerçekleşmesini sağlama, gönül doyunluğuna erme, doyum" şeklinde tanımlanmaktadır. Tatmin olma duygusu, yalnızca birey tarafından hissedilebilen, bireyi iç huzuruna ulaştırabilecek olan önemli bir unsurdur (Timuroğlu ve İşcan, 2008, s. 245). İş tatmini ise; iş şartlarının (işin kendisi, yönetim anlayışı) veya işten elde edilen çıktıların (ücret, iş güvenliği) bireysel olarak değerlendirmesidir (Gündüz Çekmecelioğlu, 2007, s. 84). Başka bir tanımlama ile iş tatmini; bireyin iç çevresinden, ekip çalışmasından, yöneticilerinden ve iş organizasyonundan elde etmeye çalıştığı, yatıştırıcı ve olumlu bir duygudur (Karaduman, 2002, s. 70). Bu yatıştırıcı ve olumlu duyguların sağlanması, personelin tatmin düzeyini etkileyerek kurum aidiyetinin ve performansının artmasına, aksi durumda ise motivasyon ve verimlilik kaybına neden olabilmektedir.

İşletmelerin şüphesiz en değerli kaynağı, donanımlı insan gücüdür. Donanımlı insan gücüne sahip olan işletmeler piyasa koşullarında rakiplerinden her zaman önde olmaktadır. Fakat sadece donanımlı insan gücüne sahip olmak işletmeleri rekabet koşullarında en ön sıralarda tutmaya yetmez. Bu noktada önemli olan, bu donanımlı insan gücünün, devamlılığını sağlamak ve verimliliğini sürekli iyileştirebilmektir. Bu insan gücünün devamlılığını sağlayabilmek ve verimliliklerini sürekli iyileştirebilmenin ilk koşulu iş tatminlerinin ve verimliliklerinin yüksek tutulmasıdır.

İş tatmini ve verimlilik konusunda gerçekleştirilen araştırmalarda, bu iki kavram arasında yüksek pozitif bir ilişki bulunmakla birlikte, iş tatmininin yüksek olması, bireysel performans artışının yanı sıra örgütsel düzeyde bir artışa ve başarıya sebep olduğu görülmektedir (Bayrak Kök, 2006, s. 294). Aynı zamanda, iş tatmininin düşük olması ile kuruma yabancılaşma arasında da yüksek bir ilişki bulunmaktadır. Kuruma yabancılaşan personel, işini hayatının bir kesiti olarak görmemekte ve kendini kurumun bir parçası olarak hissetmemektedir (Başaran, 1998, s. 208). Kuruma yabancılaşan bireylerin işten ayrılma eğilimleri ve işe devamsızlık durumları yüksek olacaktır. Yapılan araştırmalar, çalışanların işe devamsızlıklarının artması ile iş tatminsizliği arasında bir ilişki olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Öte yandan iş tatminsizliği ve iş gücü devir hızı arasında da yüksek bir ilişki bulunmaktadır (Bayrak Kök, 2006, s. 294). Buna göre iş tatmini, devamsızlığı ve işten ayrılmaları azaltmak isteyen

kurumların önemli bir odağıdır (Lawler ve Porter, 1967, s. 22). Bu durum bize iş tatmini kavramının çağdaş yönetim anlayışında ne kadar önemli ve göz ardı edilemez bir faktör olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Kaynağı ne olursa olsun iş tatmini sağlanamayan kurumlar, birçok problem ile karşılaşabilmektedirler. Bu problemler de işletmelerin dolaylı veya dolaysız olarak maliyet kalemlerini arttırmaktadır.

5. İşten Ayrılma Niyeti

İşletmeler için ciddi bir sorun ve önemli bir maliyet kalemi olan işten ayrılma süreçlerinin ilk basamağı, işten ayrılma niyetidir. İşten ayrılma kişinin fiili olarak kurumdan ayrılması olarak nitelendirilirken, işten ayrılma niyeti ise kişinin davranışsal tutumu sonucu kurumdan ayrılma isteğini ifade eder. Uzun yıllardır araştırma konusu olan, çalışanların işten ayrılma niyeti, bir çalışanın kısa süre içerisinde işine son verme isteğiyle ilgili düşüncesidir. Bir çalışanın işten ayrılma niyeti içerisinde olması her zaman işten ayrılma ile neticelenmese de işten ayrılma davranışı anlamında bir belirti niteliğindedir. İşlevsel açıdan bakıldığında, niteliği düşük personelin işinden ayrılması işletmeler açısından tercih edilen bir durum iken öte yandan nitelikli ve eğitilmiş personelin işten ayrılması aynı ölçüde tercih edilmeyen bir durumdur (Sağlam Arı, Bal, ve Çına Bal,2010, s.146).

Günümüzdeki çağdaş ve vizyoner yöneticilerin önemle üzerinde durdukları konu; mevcut eğitilmiş, başarılı ve yeteneklerin elde tutulmasıdır. İnsan kaynakları yönetiminde nitelikli çalışanların örgütte tutulması örgütsel verimliliğin bir göstergesidir (Saridede ve Doyuran, 2004). Bu yeteneklerin kaybedilmesi maddi açıdan onların yerine işe alınacak kişiler için birçok harcama yapılmasına neden olmakta ve dolayısıyla işletmelerin gider kalemlerini arttırmaktadır (Bal, 2020, s. 33). Aynı zamanda kurumlarda işten ayrılmaların yarattığı bir diğer olumsuzluk, işten ayrılmanın yalnızca kurumu değil benzer ölçütlerdeki diğer çalışanları da negatif yönlü etkilemesidir. Çalışanın işten ayrılması sonucu boşta kalan iş yükünün diğer çalışanlara dağıtılması, diğer çalışanların üzerlerine ekstra sorumluluk yüklenmesine neden olurken onlara gelecek kaygısı ve verimlilik kaybı yaşatabilmektedir (Bal, 2020, s. 33). Dolayısıyla elde tutulamayan her yetkin insan gücü kurumlara maliyet kalemi olarak negatif yönde geri dönmektedir.

Bireyler farklı nedenlerle işten ayrılma eğiliminde olabilmektedir. Özellikle iş doyumunu düşük olan çalışanların iş devamsızlıkları yüksektir. Öte yandan farklı iş olanaklarının olması,

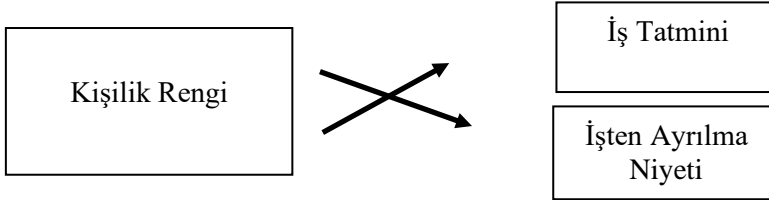
ücret, kıdem gibi farklı faktörler de bireylerin işten ayrılma eğilimine etki etmektedir (Tınaz, 2009, s. 26). Aynı zamanda örgütsel bağlılığın düşük olması da çalışanların işten ayrılma eğilimi göstermesine neden olmaktadır. Yapılan araştırmalar, örgütsel bağlılığın yüksek olduğu kurumlarda, iş kalitesi ve verimliliği artarken işten ayrılma niyeti azalmakta olduğu göstermektedir (Sarıdede, 2004). Günümüz işletmelerinin yapılan bu araştırma sonuçlarını göz önünde bulundurarak örgütsel bağlılığı destekleyici yönde bir yönetim anlayışı benimsemeleri şüphesiz işletmelere ciddi kazançlar sağlayacaktır.

6. Yöntem

Bu bölümde araştırma modeli, araştırmanın örnekleme, veri toplama araçları ve kullanılan istatistik analiz yöntemlerine ilişkin bilgiler verilmiştir.

6.1. Araştırmanın Hipotezleri ve Araştırma Modeli

Bu çalışmada kişilik renkleri ile iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmaktadır. Literatürde içsel ve dışsal iş tatmini olarak 2 alt faktörü olan iş tatmini ve tek faktörden oluşan işten ayrılma niyeti ölçekleri için açıklayıcı faktör analizi yapılmış alt faktörler belirlenmiştir. Faktör analizi öncesindeki araştırma modeli aşağıdaki şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modelinden yola çıkarak araştırma hipotezleri aşağıdaki şekilde kurulabilir.

H1: İş tatmini kişilik renkleri gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H2: İşten ayrılma niyeti kişilik renkleri gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

6.2.Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemini İstanbul’da bir vakıf üniversitesinde idari kadrolarda görev yapan 224 çalışandan oluşmaktadır. Anketler gönüllülük esasına göre dağıtılmış ve toplanmıştır.

6.3.Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmada elde edilen örneklem online anket yöntemi ile toplanmıştır. Ankette 40 sorudan oluşan kişilik rengi belirleme testi ile iki farklı ölçek kullanılmış ve 7 adet demografik soru sorulmuştur. Katılımcıların iş tatmini ile ilgili 20 soru ve işten ayrılma niyeti ile ilgili 5 sorunun yer aldığı ankette, sorular 4’lü ölçek ile sorulmuştur. Anketler Survey Monkey’de hazırlanmış ve katılımcılara online olarak ulaştırılmıştır.

Araştırma verileri SPSS 25 paket programı ile analiz edilmiştir. İş tatmini ve işten ayrılma niyeti ölçeklerinin kullanıldığı çalışmada, 20 soruluk iş tatmini ölçeği faktör ve güvenilirlik analizi neticesinde içsel ve dışsal iş tatmini olmak üzere iki faktör olarak 5 soruluk işten ayrılma niyeti ise tek faktör olarak ortaya çıkmıştır. Oluşan faktörler ve alt faktörler araştırma değişkenleri olarak tanımlanmış ve analizlere dahil edilmiştir.

6.4.Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Bu çalışmada kişilik renginin belirlenmesi için, Florence & Marita Littauer’in “Kişilik Bulmacası” adlı kitabından ve <https://houseofhuman.com/araclar/kisilik-testi/> sitesindeki kişilik rengi sorularından yararlanılarak tarafımızca revize edilen 40 soruluk anket kullanılmıştır. Kişilik renklerinin belirlenmesi için katılımcılara 40 adet soru sorulmuş ve her soruda katılımcıların kendilerine uyan 4 seçenektan birini seçmesi istenmiştir. Örneğin canlı, maceraperest, analitik ve uyumlu ifadelerinden hangisinin size en çok uyduğunu belirtin şeklinde sorulan 40 farklı soru için ilk satırdaki ifadeleri en çok seçenler sarı, ikinci satırdaki ifadeleri en çok seçenler kırmızı, üçüncü satırdaki ifadeleri en çok seçenler mavi ve dördüncü satırdaki ifadeleri en çok seçenler yeşil kişilik rengine sahip olanlar şeklinde tanımlanmışlardır. Bunun sonucunda çalışmaya katılan 224 idari personelin 46 tanesinin sarı, 46 tanesinin kırmızı, 87 tanesinin mavi ve 45 tanesinin yeşil kişilik rengine sahip olduğu tespit edilmiştir.

İş tatmini kavramını ölçmek için, 1967 yılında Weiss, Davis, England ve Lofquist tarafından geliştirilen ve 1966 yılında Türkçe ’ye çevrilmiş olan ve Ahmet Yakupoğlu’nun (2019) “Ortaokul

Öğretmenlerinin İş Tatmini Düzeylerinin Çalışma Performanslarına Etkisi” adlı yüksek lisans tezi kapsamında uyarlanan Minnesota İş Tatmin Ölçeği kullanılarak 4’lü ölçek olacak şekilde revize edilmiştir.

İşten ayrılma niyetini ölçmek için, Landau ve Hammer (1986) ve Jackosfy ve Slocum (1987) tarafından geliştirilen iki ölçeğin birleşimi olan ve Hilal Özdemir’in (2021) “Yan Haklar Uygulamaları ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Psikolojik İyi Oluşan Aracılık Rolü” adlı yüksek lisans tezi kapsamında uyarlanan işten ayrılma niyeti ölçeği kullanılarak 4’lü ölçek olacak şekilde revize edilmiştir.

Anket formu İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı’na sunulmuş ve 15.03.2022 E-65836846-044-242804 sayı numarası ile onayı alınmıştır.

7. Bulgular

Kişilik renklerinin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerinde bir etkisinin olup olmadığının ölçüldüğü bu çalışmada öncelikle faktör ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Sonrasında ortaya çıkan faktör ve alt faktörlerin kişilik renkleri ve demografik değişkenlerle olan ilişkisi ölçülmüştür. Kişilik renklerine göre iş tatmini ve işten ayrılma niyetinin farklılaşıp farklılaşmadığı ve aynı şekilde demografik değişken gruplarının iş tatmini ve işten ayrılma niyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı uygun testlerle ölçülmüştür. Aralarında anlamlı ilişki bulunan değişkenler için ilişkinin detayları yorumlanmıştır.

7.1. Veri Toplama Araçlarının Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Bu çalışmada kullanılan ankette 20 soruluk iş tatmini ölçeği ve 5 soruluk işten ayrılma niyeti ölçeği kullanıldığından faktör ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Faktör analizi, birtakım varsayımları ele alarak, korelasyon matrisi çerçevesinde gerçekleştirilir (Şencan ve Fidan, 2020, s. 641). Ölçeklerin alt faktörleri belirlemek amacıyla yapılan analizler, yöntem olarak temel bileşenler analizi (PCA) ve döndürme yöntemi olarak ise varimax kullanılarak yapılmıştır. KMO (Kaiser-Mayer-Olkin) olarak adlandırılan ve değişken kümesinin homojen olup olmadığını ölçen test değerinin 0,5 ve üzerinde, korelasyon matrisinin anlamlılığını ölçen ve temel bileşenler analizi için bir girdi verisi olarak kullanılan Barlett’s test sonucunun ise anlamlı olması gerekmektedir. (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko , 2011)Uygun KMO ve Barlett’s test değerleri elde edildikten sonra ölçek maddelerinin faktör yükleri incelenir. Faktör yükü 0,4 değerinin altında olan maddeler analizden çıkartılarak faktör analizi tekrarlanır

(Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014). Faktör yükü 0,4 değerinin altında madde kalmadığında elde edilen alt faktörler için Cronbach's alfa katsayısı kullanılarak faktörlerin güvenilirlik değerleri ölçülür. Cronbach's alfa katsayı değerinin 0,7 ve üzerinde olması beklenir (Cortina, 1993). Katsayısı 0,7 ve üzerinde olan faktörler için madde ortalamaları alınarak bu faktörler yeni bir değişken olarak tanımlanır.

7.1.1. Minnesota İş Tatmini Ölçeği Faktör ve Güvenirlik Analizi

Minnesota İş Tatmini Ölçeği toplamda 20 sorudan oluşan bir ölçektir. Ölçeğin anketi katılımcılara online olarak dağıtılmış ve girişler online olarak yapılmıştır. Faktör ve güvenilirlik analizleri sonucunda KMO değeri 0,5'ten yüksek olduğundan ve Barlett's test değerinin anlamlılığı sağlandığı takdirde faktör yükleri ve Cronbach's alfa değerlerine bakılmıştır. Faktör yükleri ve Cronbach's alfa değerleri uygun olan alt faktörler madde ortalamaları alınarak değişken olarak tanımlanmıştır. Bu şartları sağlamayan faktörler değişken olarak tanımlanmamıştır.

Minnesota iş tatmini ölçeği için oluşan faktör ve güvenilirlik değerleriyle KMO ve Barlett's test değerleri aşağıdaki tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Minnesota İş Tatmini Ölçeği Faktör Analizi

Faktör İsmi	Faktör Soruları ve Soru Kodları	Faktör Yüğü
İşsel İş Tatmini	Açıklanan Varyans: 25,092; Güvenirlik: 0,884	
	Başkaları için bir şeyler yapabilme olanağına sahip olmam açısından	0,791
	Kişilere ne yapacaklarını söyleme fırsatına sahip olmam açısından	0,772
	Kendi yeteneklerimi kullanarak bir şeyler yapabilme imkanımın olması açısından	0,767
	Yaptığım iş karşısında duyduğum başarı hissi açısından	0,638
	Zaman zaman farklı şeyler yapabilme fırsatım olması açısından	0,610
	İşimi yaparken kendi yöntemlerimi kullanabilme şansını bana sağlaması açısından	0,572
	Toplumda "saygın bir kişi" olma fırsatını bana vermesi açısından	0,531
Dışsal İş Tatmini	Açıklanan Varyans: 21,835; Güvenirlik: 0,874	
	İşyerimde terfi imkanının olması açısından	0,775
	Yaptığım iş ve karşılığmdan aldığım ücret açısından	0,747
	Yöneticimin emrindeki kişileri yönetme tarzı açısından	0,706

Yaptığım iyi bir iş karşısında takdir edilmem açısından		0,628
Kendi kararlarımı uygulama serbestliğini bana vermesi açısından		0,571
İş ile ilgili alınan kararların uygulanmaya konması açısından		0,541
Faktör 3	Açıklanan Varyans: 15,141; Güvenirlilik: 0,699	
Vicdanıma aykırı olmayan şeyler yapabilme imkânı açısından		0,795
Çalışma şartları açısından		0,656
Sürekli bir işe sahip olma açısından (iş güvenliği)		0,641
Beni her zaman meşgul etmesi bakımından		0,544
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,929
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2127,382
	df	136
	Sig.	0,000

Tablo 1’de Cronbach’s alfa değeri düşük çıkan faktöre ait 4 madde analizden çıkartılarak faktör analizi tekrar edilmiştir. Bunun sonucunda aşağıdaki Tablo 2’de detayları yer alan faktörler oluşmuştur.

Tablo 2. Minnesota İş Tatmini Ölçeği Faktör Analizi

Faktör İsmi	Faktör Soruları ve Soru Kodları	Faktör Yüğü
İşsel İş Tatmini	Açıklanan Varyans: 34,349; Güvenirlilik: 0,884	
	Başkaları için bir şeyler yapabilme olanağına sahip olmam açısından	0,822
	Kendi yeteneklerimi kullanarak bir şeyler yapabilme imkanımın olması açısından	0,782
	Kişilere ne yapacaklarını söyleme fırsatına sahip olmam açısından	0,773
	Zaman zaman farklı şeyler yapabilme fırsatım olması açısından	0,718
	İşimi yaparken kendi yöntemlerimi kullanabilme şansını bana sağlaması açısından	0,662
	Yaptığım iş karşısında duyduğum başarı hissi açısından	0,629
	Toplumda “saygın bir kişi” olma fırsatını bana vermesi açısından	0,534
Dışsal İş Tatmini	Açıklanan Varyans: 27,974; Güvenirlilik: 0,874	
	İşyerimde terfi imkanının olması açısından	0,802
	Yaptığım iş ve karşılığmdan aldığım ücret açısından	0,801
	Yöneticimin emrindeki kişileri yönetme tarzı açısından	0,729
	Yaptığım iyi bir iş karşısında takdir edilmem açısından	0,629
	İş ile ilgili alınan kararların uygulanmaya konması açısından	0,606

Kendi kararlarımı uygulama serbestliğini bana vermesi açısından		0,585
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,920
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	162,955
	df	78
	Sig.	0,000

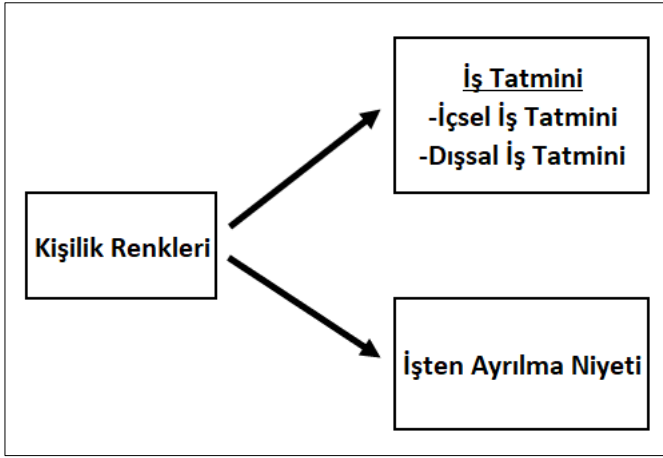
7.1.2. İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği Faktör ve Güvenirlilik Analizi

İşten ayrılma niyeti ölçeği için oluşan faktör ve güvenilirlik değerleriyle KMO ve Bartlett's test değerleri aşağıdaki tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 3. İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği Faktör Analizi

Faktör İsmi	Faktör Soruları ve Soru Kodları	Faktör Yüğü
İşten Ayrılma Niyeti	Açıklanan Varyans: -; Güvenirlilik: 0,881	
	İş bırakmayı ciddi olarak düşünüyorum.	0,865
	Her gün vakit ayırıp yeni bir iş arıyorum.	0,840
	Daha iyi bir iş bulur bulmaz bu işi bırakacağım.	0,897
	Önümüzdeki aylarda yeni bir iş sahibi olacağım.	0,789
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,833
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	504,749
	df	10
	Sig.	0,000

Faktör ve güvenilirlik analizi sonucunda iş tatmini ölçeği için 2 alt faktör ortaya çıkmıştır. İşten ayrılma niyeti ölçeği ise 4 maddeden oluşan tek faktör olarak ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan yeni faktörler sonucunda araştırma modeli aşağıdaki gibidir.



Şekil 2. Faktör Analizi Sonrası Araştırma Modeli

Farklı kişilik renkleri için içsel ve dışsal tatmin ile işten ayrılma niyetinin farklılaşıp farklılaşmadığı araştırma modelinden yola çıkılarak aşağıdaki hipotezler şeklinde ifade edilmiştir.

H1: İş tatmini kişilik renkleri gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H1a: İçsel iş tatmini kişilik renkleri gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H1b: Dışsal iş tatmini kişilik renkleri gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H2: İşten ayrılma niyeti kişilik renkleri gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

Araştırma değişkenlerinden olan Minnesota İş Tatmini ölçeğinin alt faktörleri olan İçsel ve Dışsal İş Tatmini ile İşten Ayrılma Niyeti değişkenlerinin betimsel özellikleri aşağıdaki tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 4. Araştırma Değişkenlerinin Betimsel Özellikleri

	N	Ortalama	Std. Sapma	Minimum	Maksimum
İş Tatmini					
İçsel Tatmin	224	3,083	0,583	1	4
Dışsal Tatmin		2,624	0,712	1	4
İşten Ayrılma Niyeti		2,192	0,780	1	4

Tablo incelendiğinde en yüksek ortalamanın içsel iş tatmini ölçeğinde olduğu görülmektedir. Ölçek sorularının içeriğine bakıldığında yüksek puan daha az iş tatmini anlamına gelmektedir. İşten ayrılma niyeti için ise yüksek puan daha az işten ayrılma niyeti olduğunu göstermektedir. Bu durumda katılımcıların çoğunluğunun içsel bir iş tatminine sahip olmadıkları söylenebilir. Dışsal iş tatmini ise daha düşüktür ancak maksimum puanın 4 olduğu düşünüldüğünde dışsal iş tatmininin de ortalamanın üzerinde olduğu, yani dışsal iş tatmininin de düşük olduğu söylenebilir. İşten ayrılma niyetinin de ise en düşük puana sahip olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların çoğunda işten ayrılma niyeti olduğunu göstermektedir.

7.2. Değişkenler Arası İlişkiler: Korelasyon Analizi

Araştırma değişkenlerinden iş tatmini ölçeğinin alt boyutları olan içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasındaki korelasyon değerlerine bakılmıştır. Değişkenler normal dağıldığından korelasyon katsayısını hesaplamak için parametrik bir test olan pearson korelasyon testi kullanılmıştır. -1 veya +1'e yakın korelasyon değerleri değişkenler arasında güçlü bir korelasyon olduğu gösterirken 0'a yakın korelasyon değerleri zayıf bir ilişkiyi veya ilişki olmaması durumunu göstermektedir. Değerler +1'e yaklaştıkça pozitif korelasyon katsayısının, -1'e yaklaştıkça ise negatif korelasyon katsayısının güçlü olduğu söylenebilir.

Korelasyon analizi sonucunda bulunan değerler aşağıdaki Tablo 4' teki gibidir.

Tablo 5. Araştırma Değişkenleri İçin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

	Ortalama	Std. Sapma	1	2	3	Çarpıklık	Basıklık
1.İçsel İş Tatmini	3,083	0,583	1			-0,675	1,211
2.Dışsal İş Tatmini	2,624	0,712	,750*	1		-0,326	-0,290
3.İşten Ayrılma Niyeti	2,192	0,780	-,439*	-,532*	1	0,192	-0,553

N= 224; *p<0,05; **p<0,01

Tablo incelendiğinde içsel ve dışsal tatmin arasında pozitif ve güçlü bir korelasyon vardır. İçsel tatmin arttıkça dışsal tatminin de arttığı ya da tam tersi söylenebilir. Ancak bu güçlü korelasyon iş tatmini ölçeğinin iki faktör olarak tanımlanmasına engel olacak kadar ($r<0,9$)

güçlü bir ilişki değildir. İçsel ve dışsal tatmin ile işten ayrılma niyetine bakıldığında ise her iki değişkenle işten ayrılma niyeti arasında negatif ve orta düzeyde bir korelasyon ilişkisi olduğu görülebilir. İçsel ve dışsal tatmin arttıkça işten ayrılma niyetinin azalacağı söylenebilir.

7.2.1. Kişilik Renkleri ile Araştırma Değişkenlerinin İlişkisi

İş tatmini ölçeğinin alt boyutları olan içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti değişkenlerinin puan ortalamalarının kişilik renkleri gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 6. Kişilik Renkleri ile Araştırma Değişkenlerinin İlişkisi

Kişilik Renkleri	İstatistik Değerler				ANOVA (F) Test			
	N	\bar{X}	Ss	Shx	F	df	Sig.	
İçsel Tatmin	Sarı	49	3,128	0,649	0,093	2,339	3	0,074
	Kırmızı	52	3,220	0,671	0,093			
	Mavi	91	2,967	0,492	0,052			
	Yeşil	32	3,121	0,522	0,092			
Dışsal Tatmin	Sarı	49	2,724	0,808	0,115	0,663	3	0,576
	Kırmızı	52	2,657	0,788	0,109			
	Mavi	91	2,553	0,674	0,071			
	Yeşil	32	2,615	0,511	0,090			
İşten Ayrılma Niyeti	Sarı	49	2,199	0,791	0,113	2,060	3	0,107
	Kırmızı	52	2,034	0,843	0,117			
	Mavi	91	2,330	0,752	0,079			
	Yeşil	32	2,047	0,691	0,122			

Tablo incelendiğinde araştırma değişkenlerinin hiçbiri için kişilik renkleri gruplarının anlamlı olarak farklılaşmadığı ($p>0,05$) görülmüştür. Bu durumda farklı kişilik renklerinin farklı içsel ve dışsal motivasyona ve işten ayrılma niyetine sahip olmadığı söylenebilir.

7.3. Demografik Değişkenlere İlişkin Analizler

Demografik değişkenler ve araştırma değişkenleri olan içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkinin incelendiği bu bölümde öncelikle demografik değişkenlere ilişkin frekans ve yüzde değerleri verilmiştir. Daha sonra demografik değişken gruplarının içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyetine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir.

Demografik değişkenlerden iki gruplu değişkenler için değişken gruplarının içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyetine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı grup için normal dağılımın sağlandığı durumlarda parametrik test olan t-testiyle, grup için normal dağılımın sağlanmadığı durumlarda ise parametrik olmayan test olan mann Whitney u testi ile test edilmiştir. Aralarında anlamlı bir fark olduğu tespit edilen demografik değişken grupları için bu grupların ortalama puanlarına bakılarak sonuçlar yorumlanmıştır. Grup için normal dağılım çarpıklık ve basıklık değerleri üzerinden değerlendirilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olması durumunda grup için normal dağılımın sağlandığı söylenebilir (George ve Mallery, 2010). İki den fazla gruplu demografik değişkenlerde de grup için normal dağılım aynı yöntemle test edilmiştir.

İki den fazla gruplu demografik değişken gruplarının içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyetine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı grup için normal dağılımın sağlandığı durumlarda parametrik bir test olan ANOVA (F) testiyle, sağlanmadığı durumlarda ise parametrik olmayan bir test olan Kruskal Wallis testiyle test edilmiştir. Aralarında anlamlı bir fark olduğu tespit edilen ANOVA veya Kruskal Wallis testleri için bu farklılığın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına post-hoc testlerinden biri kullanılarak bakılmıştır. ANOVA kullanılması durumdan post-hoc testi olarak Tukey testi, Kruskal Wallis kullanılması durumunda ise Tamhane T2 testi kullanılmıştır. Birbirlerinden anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilen grupların grup ortalamalarına bakılarak sonuçlar yorumlanmıştır.

7.3.1. *Cinsiyet ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Analizler*

İş tatmini ölçeğinin alt boyutları olan içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti değişkenlerinin puan ortalamalarının cinsiyet gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Ayrıca cinsiyet grupları ile kişilik renkleri arasında bir ilişki olup olmadığına da bakılmıştır. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Cinsiyet ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	İstatistik Değerler				T-test			
	N	\bar{X}	Ss	Shx	t	df	Sig.	
İçsel Tatmin	Kadın	80	3,127	0,578	0,065	0,839	222	0,402
	Erkek	144	3,059	0,586	0,049			

Dışsal Tatmin	Kadın	80	2,733	0,658	0,074	1,729	222	0,085
	Erkek	144	2,563	0,735	0,061			
İşten Ayrılma Niyeti	Kadın	80	2,128	0,679	0,076	-0,913	222	0,362
	Erkek	144	2,227	0,831	0,069			
			Sarı Kırmızı	Mavi	Yeşil	χ^2	df	Sig.
Kişilik Renkleri	Kadın	17	17	31	15	2,073	3	0,557
	Erkek	32	35	60	17			

Tablo incelendiğinde araştırma değişkenlerinin hiçbiri için cinsiyet gruplarının anlamlı olarak farklılaşmadığı ($p>0,05$) görülmüştür. Ayrıca cinsiyet grupları ile kişilik renkleri arasında da bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Bu durumda farklı cinsiyet gruplarının farklı içsel ve dışsal motivasyona ve işten ayrılma niyetine sahip olmadığı ve kadın ve erkeklere göre kişilik renklerinin değişmediği söylenebilir.

7.3.2. Tecrübe ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Analizler

İş tatmini ölçeğinin alt boyutları olan içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti değişkenlerinin puan ortalamalarının iş tecrübesi gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Ayrıca iş tecrübesi grupları ile kişilik renkleri arasında bir ilişki olup olmadığına da bakılmıştır. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Tecrübe ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Tecrübe		İstatistik Değerler				ANOVA (F) Test		
		N	\bar{X}	Ss	Shx	F	df	Sig.
İçsel Tatmin	5 yıl ve altı	138	3,042	0,614	0,052	1,569	3	0,198
	6-10 yıl	56	3,168	0,566	0,076			
	11-15 yıl	15	3,286	0,442	0,114			
	16 yıl ve üzer	15	2,933	0,404	0,104			
Dışsal Tatmin	5 yıl ve altı	138	2,604	0,730	0,062	0,442	3	0,723
	6-10 yıl	56	2,661	0,707	0,094			
	11-15 yıl	15	2,778	0,683	0,176			
	16 yıl ve üzer	15	2,511	0,609	0,157			
İşten Ayrılma Niyeti	5 yıl ve altı	138	2,255	0,789	0,067	1,131	3	0,337
	6-10 yıl	56	2,152	0,730	0,098			
	11-15 yıl	15	1,983	0,909	0,235			
	16 yıl ve üzer	15	1,967	0,725	0,187			
			Sarı Kırmızı	Mavi	Yeşil	χ^2	df	Sig.

Kişilik Renkleri	Lise ve Altı	28	31	57	22	5,215	9	0,815
	Önlisans	15	15	20	6			
	Lisans	4	4	5	2			
	Yüksek							
	Lisans ve Üzeri	2	2	9	2			

Tablo incelendiğinde araştırma değişkenlerinin hiçbiri için tecrübe gruplarının anlamlı olarak farklılaşmadığı ($p>0,05$) görülmüştür. Ayrıca tecrübe grupları ile kişilik renkleri arasında da bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Bu durumda farklı tecrübe gruplarının farklı içsel ve dışsal motivasyona ve işten ayrılma niyetine sahip olmadığı ve farklı tecrübe gruplarına göre kişilik renklerinin değişmediği söylenebilir.

7.3.3. Pozisyon ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Analizler

İş tatmini ölçeğinin alt boyutları olan içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti değişkenlerinin puan ortalamalarının pozisyon gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Ayrıca pozisyon grupları ile kişilik renkleri arasında bir ilişki olup olmadığına da bakılmıştır. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Pozisyon ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Pozisyon	İstatistik Değerler				ANOVA (F) Test			
	N	\bar{X}	Ss	Shx	F	df	Sig.	
İçsel Tatmin	Müdür/ Daire Başkanı	15	3,238	0,457	0,118	1,467	6	0,191
	Yönetici	44	3,247	0,449	0,068			
	Kıdemli Uzman	12	3,036	0,713	0,206			
	Uzman	60	3,026	0,640	0,083			
	Uzman Yardımcısı	24	3,012	0,523	0,107			
	Görevli	40	2,932	0,576	0,091			
	Diğer (lütfen belirtin)	29	3,158	0,661	0,123			
	Dışsal Tatmin	Müdür/ Daire Başkanı	15	2,956	0,498			
Yönetici	44	2,845	0,534	0,080				

	Kıdemli Uzman	12	2,694	0,714	0,206			
	Uzman	60	2,506	0,742	0,096			
	Uzman Yardımcısı	24	2,549	0,684	0,140			
	Görevli	40	2,329	0,749	0,118			
	Diğer (lütfen belirtin)	29	2,799	0,787	0,146			
İşten Ayrılma Niyeti	Müdür/ Daire Başkanı	15	1,800	0,576	0,149	2,255	6	0,059
	Yönetici	44	2,057	0,764	0,115			
	Kıdemli Uzman	12	2,292	0,730	0,211			
	Uzman	60	2,358	0,778	0,100			
	Uzman Yardımcısı	24	2,354	0,926	0,189			
	Görevli	40	2,300	0,797	0,126			
	Diğer (lütfen belirtin)	29	1,931	0,651	0,121			
		Sarı	Kırmızı	Mavi	Yeşil	χ^2	df	Sig.
Kişilik Renkleri	Müdür/ Daire Başkanı	2	3	7	3	12,531	18	0,819
	Yönetici	11	12	16	5			
	Kıdemli Uzman	2	4	4	2			
	Uzman	18	11	25	6			
	Uzman Yardımcısı	5	4	10	5			
	Görevli	4	13	17	6			
	Diğer (lütfen belirtin)	7	5	12	5			

Tablo incelendiğinde araştırma değişkenlerinden dışsal motivasyon için pozisyon gruplarına göre anlamlı bir farklılık ($p < 0,05$) olduğu ancak içsel motivasyon ve işten ayrılma niyeti için pozisyon gruplarına göre anlamlı bir farklılık olmadığı ($p > 0,05$) görülmüştür. Dışsal motivasyon için farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için Tukey testine bakıldığında Görevli pozisyonunda çalışanların dışsal motivasyon puanlarının diğer gruplara göre anlamlı olarak daha düşük olduğu görülmektedir. Daha düşük puan daha yüksek

dışsal motivasyonu belirttiğinden görevli pozisyonundakilerin daha yüksek bir dışsal motivasyonları olduğu söylenebilir. Ayrıca dışsal motivasyonun puan ortalamalarının pozisyon arttıkça yükselme trendine girdiğini yani dışsal motivasyonun azaldığı görülmektedir.

Pozisyon grupları ile kişilik renkleri arasında ise anlamlı bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Bu durumda pozisyon gruplarına göre kişilik renklerinin değişmediği söylenebilir.

7.3.4. Gelir ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Analizler

İş tatmini ölçeğinin alt boyutları olan içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti değişkenlerinin puan ortalamalarının gelir gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Ayrıca gelir grupları ile kişilik renkleri arasında bir ilişki olup olmadığına da bakılmıştır. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Gelir ve Araştırma Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Gelir	İstatistik Değerler				ANOVA (F) Test			
	N	\bar{X}	Ss	Shx	F	df	Sig.	
İçsel Tatmin	4250-4999	79	2,986	0,663	0,075			
	5000-5999	37	3,077	0,501	0,082			
	6000-6999	27	3,101	0,549	0,106			
	7000-7999	16	3,125	0,516	0,129	1,168	6	0,325
	8000-8999	18	3,079	0,495	0,117			
	9000-9999	7	2,959	0,599	0,226			
	10000 ve üzeri	40	3,275	0,552	0,087			
	Dışsal Tatmin	4250-4999	79	2,464	0,779	0,088		
5000-5999		37	2,586	0,701	0,115	2,070	6	0,058
6000-6999		27	2,562	0,634	0,122			
7000-7999		16	2,667	0,618	0,154			

	8000-8999	18	2,722	0,551	0,130			
	9000-9999	7	2,833	0,752	0,284			
	10000 ve üzeri	40	2,917	0,661	0,105			
İşten Ayrılma Niyeti	4250-4999	79	2,348	0,824	0,093			
	5000-5999	37	2,250	0,799	0,131			
	6000-6999	27	2,315	0,726	0,140			
	7000-7999	16	2,016	0,739	0,185	2,180	6	0,046
	8000-8999	18	2,153	0,595	0,140			
	9000-9999	7	2,107	0,762	0,288			
	10000 ve üzeri	40	1,850	0,727	0,115			
		Gelir	Sarı	Kırmızı	Mavi	Yeşil	χ^2	df
Kişilik Renkleri	4250-4999	19	15	33	12			
	5000-5999	7	8	14	8			
	6000-6999	10	5	8	4			
	7000-7999	4	2	8	2	24,800	18	0,131
	8000-8999	2	9	7	0			
	9000-9999	1	1	2	3			
	10000 ve üzeri	6	12	19	3			

* Araştırma yapıldığı tarihte güncel asgari ücret 4250 TL'dir.

Tablo incelendiğinde araştırma değişkenlerinden işten ayrılma niyeti için gelir gruplarına göre anlamlı bir farklılık ($p < 0,05$) olduğu ancak içsel ve dışsal motivasyon için gelir gruplarına göre anlamlı bir farklılık olmadığı ($p > 0,05$) görülmüştür. İşten ayrılma niyeti için farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için

Tukey testine bakıldığında 10 bin üzerinde geliri olanların işten ayrılma niyeti puanlarının diğer gruplara göre anlamlı olarak daha düşük olduğu görülmektedir. Daha düşük puan daha yüksek işten ayrılma niyetini belirttiğinden 10 bin üzerinde geliri olanların işten ayrılma niyetlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca işten ayrılma niyetinin puan ortalamalarının gelir arttıkça düşme trendine girdiği, yani gelir arttıkça işten ayrılma niyetinin de arttığı görülmektedir.

Gelir grupları ile kişilik renkleri arasında ise anlamlı bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Bu durumda gelir gruplarına göre kişilik renklerinin değişmediği söylenebilir.

7.4.Katılımcıların Kişilik Renkleri

Kişilik renklerinin belirlenmesi için katılımcılara 40 adet soru sorulmuş ve her soruda katılımcıların kendilerine uyan 4 seçenekten birini seçmesi istenmiştir. Örneğin canlı, maceraperest, analitik ve uyumlu ifadelerinden hangisinin size en çok uyduğunu belirtin şeklinde sorulan 40 farklı soru için ilk satırdaki ifadeleri en çok seçenler Sarı, ikinci satırdaki ifadeleri en çok seçenler Kırmızı, üçüncü satırdaki ifadeleri en çok seçenler Mavi ve dördüncü satırdaki ifadeleri en çok seçenler Kırmızı kişilik rengine sahip olanlar şeklinde tanımlanmışlardır. Bunun sonucunda çalışmaya katılan 224 idari personelin 46 tanesinin sarı, 46 tanesinin kırmızı, 87 tanesinin mavi ve 45 tanesinin yeşil kişilik rengine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan 224 idari personelin 46 tanesinin sarı, 46 tanesinin kırmızı, 87 tanesinin mavi ve 45 tanesinin yeşil kişilik rengine sahip olduğu tespit edilmiştir. Kişilik renklerinin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti değişkenleri ile ilişkisine Tablo 10'da yer verilmiştir.

Tablo 10. Kişilik Renklerine Göre Değişken Ortalamaları

Kişilik Rengi	İçsel Motivasyon	Dışsal Motivasyon	İşten Ayrılma Niyeti
Sarı	3,12	2,71	2,21
Kırmızı	3,27	2,66	2,06
Mavi	2,96	2,55	2,34
Yeşil	3,07	2,62	2,03

Yukarıdaki tabloda kişilik renklerinin, içsel ve dışsal motivasyonları ile işten ayrılma niyeti ilişkisi ortalama olarak ifade edilmektedir. Bu tablodan yola çıkarak;

İçsel motivasyonu en yüksek olan kırmızı grup, en düşük olan ise mavi gruptur.

Dışsal motivasyonu en yüksek olan sarı grup, en düşük olan ise mavi gruptur.

İşten ayrılma niyeti en yüksek grup mavi grup, en düşük grup ise yeşil gruptur.

7.4.1. *Kişilik Renklerine Göre İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki*

Kişilik renklerine göre içsel ve dışsal motivasyon ile iş tatmini değişkenleri arasındaki ilişki aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 11. Kişilik Renklerine Göre İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki

Kişilik Rengi	Değişkenler	1	2	3
Sarı (N=49)	1-İçsel_motivasyon	-	,751**	-,469**
	2-Dissal_motivasyon	,751**	-	-,613**
	3-İsten_ayrılma_niyeti	-,469**	-,613**	-
Kişilik Rengi		1	2	3
Kırmızı (N=52)	1-İçsel_motivasyon	-	,752**	-,568**
	2-Dissal_motivasyon	,752**	-	-,667**
	3-İsten_ayrılma_niyeti	-,568**	-,667**	-
Kişilik Rengi		1	2	3
Mavi (N=91)	1-İçsel_motivasyon	-	,777**	-,255*
	2-Dissal_motivasyon	,777**	-	-,484**
	3-İsten_ayrılma_niyeti	-,255*	-,484**	-
Kişilik Rengi		1	2	3
Yeşil (N=32)	1-İçsel_motivasyon	-	,681**	-,468**
	2-Dissal_motivasyon	,681**	-	-,251
	3-İsten_ayrılma_niyeti	-,468**	-,251	-

8. Sonuç ve Öneriler

Kişilik kavramı her zaman karmaşık bir kavram olsa da işletmelerin birçok açıdan avantaj elde edebilmelerini sağlayan önemli bir kavramdır. Nasıl ki, geçmişten günümüze insanlar etkileşim kuracakları kişilerle ilgili önceden bilgi sahibi olmak istiyorlarsa aynı durum işletmeler içinde geçerlidir. İşletmeler de potansiyel personel adayları hakkında önceden bilgi sahibi olmak istemektedirler. Böylelikle adayın işletmeye ve pozisyona uygunluğu daha kolay tespit edilebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında kişiliğin analizinin yapılması işletmelerin ciddi öngörülere sahip olmasını sağlamaktadır. Günümüzde birçok işletme işe alımları gerçekleştirirken kişilik analiz yöntemlerine başvurmaktadır. Kişilik analiz yöntemlerinin tarihine bakıldığında, Birinci Dünya Savaşı sonrası performans değerlendirme içinde uygulandığı görülmektedir (Akgemci ve Öz, 2020, s. 97). Görüldüğü üzere kişilik analiz yöntemlerine insan kaynakları departmanının birçok fonksiyonunda başvurulmaktadır.

İşletmeler geleceği başarı ile inşa edebilmek için pekçok stratejik hedefler belirlemektedirler. Bu hedeflerin gerçekleşebilmesi, işletmeyi oluşturan her bir birimin bu belirlenen stratejik hedefleri benimsemeleri ve bu doğrultuda çalışmalarını ile mümkün olabilmektedir. Her birim kendi için oluşturulan hedefleri gerçekleştirdiğinde işletmenin stratejik hedefleri gerçekleşmiş olacak, küçük parçalardan büyük sonuçlar elde edilebilecektir. Bu noktada İnsan kaynakları biriminin başlıca sorumluluklarına baktığımızda doğru adayın doğru pozisyonda konumlandırılması ve devamlılığının sağlanabilmesi önemli bir performans kriteridir. Çünkü işletmelerin en önemli gücü insan gücüdür. Yetenekli ve donanımlı insan gücünün işletmeye çekilmesi ve elde tutulması işletmeleri hedeflerine ulaştıracak en önemli etkenlerdir. Böyle bakıldığında yetenekli adayın işletmeye çekilmesinin yanı sıra işletmede kalmaya devam etmesinin önemi de ortaya çıkmaktadır. Burada karşımıza iş tatmini kavramı çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar iş tatmini yüksek çalışanların daha yüksek performans sergileyen ve işten ayrılma niyetleri düşük, mutlu çalışanlar olduğunu göstermektedir. İş tatmini yüksek, mutlu çalışanlar uzun yıllar işletmelerde çalışarak işletmeye katkı sağlamaya devam edecek ve işletmeyi yüksek işe alım maliyetlerinden kurtaracaktır.

Kişilik renklerinin iş tatmini ve işten ayrılma niyetiyle ilişkisinin ölçüldüğü bu çalışmada, dört farklı kişilik rengi grubunun içsel ve dışsal tatmin olarak iki alt faktörden oluşan iş tatmini ölçeği ve tek faktörden oluşan işten ayrılma niyeti ölçeğine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Ayrıca demografik değişken

gruplarının kişilik renkleri işe ilişkili olup olmadığı ve içsel ve dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyetine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı da test edilmiştir.

Araştırmaya katılan 224 idari personelin, 46 tanesinin sarı, 46 tanesinin kırmızı, 87 tanesinin mavi ve 45 tanesinin yeşil kişilik tipine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Analizler sonucunda farklı kişilik renklerine sahip katılımcıların farklı içsel ve dışsal motivasyona ve işten ayrılma niyetine sahip olmadığı görülmüştür. Ayrıca farklı cinsiyet ve medeni durum gruplarının farklı içsel ve dışsal motivasyona ve işten ayrılma niyetine sahip olmadığı ve kadın ve erkeklere ile evli ve bekarlara göre kişilik renklerinin değişmediği ortaya çıkmıştır.

Yaş ve eğitim değişkenlerine bakıldığında yaş ve eğitim grupları farklı içsel ve dışsal motivasyona ve işten ayrılma niyetine sahip değildir. Ayrıca yaş ve eğitim grupları ile kişilik renkleri arasında da anlamlı bir ilişki yoktur. Farklı tecrübe gruplarının farklı içsel ve dışsal motivasyona ve işten ayrılma niyetine sahip olmadığı ve farklı tecrübe gruplarına göre kişilik renklerinin değişmediği de görülmüştür.

İşyerindeki pozisyona bakıldığında ise görevli olarak çalışanların dışsal motivasyon puanlarının diğer gruplara göre anlamlı olarak daha düşük olduğu görülmektedir. Daha düşük puan daha yüksek dışsal motivasyonu belirttiğinden görevli pozisyonundakilerin daha yüksek bir dışsal motivasyonları olduğu söylenebilir. Ayrıca dışsal motivasyonun puan ortalamalarının pozisyon arttıkça yükselme trendine girdiğini yani dışsal motivasyonun azaldığı görülmektedir. Pozisyon grupları ile kişilik renkleri arasında bir ilişki görülmemiştir.

Gelire bakıldığında 10 bin üzerinde geliri olanların işten ayrılma niyeti puanlarının diğer gruplara göre anlamlı olarak daha düşük olduğu görülmektedir. Daha düşük puan daha yüksek işten ayrılma niyetini belirttiğinden 10 bin üzerinde geliri olanların işten ayrılma niyetlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca işten ayrılma niyetinin puan ortalamalarının gelir arttıkça düşme trendine girdiği, yani gelir arttıkça işten ayrılma niyetinin de arttığı görülmektedir. Gelir grupları ile kişilik renkleri arasında ise bir ilişki görülmemiştir.

Değişkenler arasındaki ilişki kişilik renklerine göre incelendiğinde ise, en büyük farklılığın mavi kişilik renklerine sahip kişilerin içsel motivasyonu ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkide ortaya çıkmıştır. Mavi kişilik rengine sahip kişilerde içsel motivasyon ile işten ayrılma niyeti arasındaki negatif ilişki diğer kişilik renklerine göre daha düşüktür. Bu durumda içsel motivasyon düştükçe işten

ayrılma niyeti mavi kişilik rengine sahip kişilerde diğer kişilik renklerine göre daha az artmıştır. Bu durum yeşil kişilik rengine sahip kişilerde dışsal motivasyon ile işten ayrılma niyeti arasında ortaya çıkmıştır. Yeşil kişilik rengine sahip kişilerde dışsal motivasyon azaldıkça işten ayrılma niyeti diğer kişilik renklerine göre daha az artmaktadır.

Literatür incelendiğinde, birçok araştırmacı kişilik tipleri ile farklı değişkenler karşılaştırılmış ve sonuçları analiz edilmiştir. Bu çalışmaların bazıları aşağıdaki gibidir.

Fidan ve Bayraktar (2022), A ve B tipi kişilik yapısına sahip yöneticilerin yaşam tarzları ve stres ilişkisini incelediği araştırmada, A tipi kişilik yapısına sahip olan bireylerin hayata bakış ve özelde iş tutuş yöntemi olarak işletmelere daha faydalı oldukları, B Tipi kişilik yapısındaki bireylerin ise; iş hayatına ve kendisine bakış açılarının daha rahat olmaları nedeniyle eleştiri konusu olduğu tespit edilmiştir.

Özsoy (2013), A ve B kişilik tiplerinin iş tatmini üzerindeki rolünün incelediği araştırmada, kişilik özelliklerinin iş tatminine etki ettiği ve A tipi kişiliğe sahip bireylerin, B tipine sahip bireylere göre daha düşük iş tatmini düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. A tipi kişiliğe sahip bireyler mükemmeliyetçi olmaları sebebiyle düşük iş tatmine sahip olmaktadır.

Akgemci ve Öz (2020), kişilik renklerinin performans ile ilişkisinin incelendiği kamu kurumları üzerine olan araştırmada, kişilik renkleri ile kamu personelinin performansı arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. İçe dönük olarak ifade edilen mükemmel mor kişilik rengi ile dışa dönük olarak ifade edilen güçlü kırmızının performans sonuçlarının diğer kişilik renklerindeki bireylerden daha yüksek olacağı tespit edilmiştir.

İlgili alanda yapılacak olan diğer çalışmalarda, çalışanların kişilik tiplerinin belirlenmesi için nicel yöntemler yerine nitel yöntemlerin kullanılması daha farklı veriler elde edilmesine olanak sağlayabilir. Deneklerin anket sorularını tam anlamıyla anlamamaları veya kendi özelliklerine göre değil de olmak istedikleri kişilik özelliklerine göre yanıtlamaları da gerçek sonuçlara ulaşma konusunda problemlere yol açmaktadır. Araştırmadan sağlıklı veriler elde edilebilmesi için deneklerin soruları ve araştırma amaçlarını iyi anlamaları ve kendilerini yansıtan cevapları vermeleri gerekmektedir. Tüm bu sebeplerle, araştırmacıların deneklerle görüşerek araştırmanın amacını aktarmaları ve yüz yüze görüşme yöntemi ile verileri elde etmeleri araştırmanın sonucuna ciddi katkılar sağlayacaktır denilebilir.

Kişilik renkleriyle ilgili olarak farklı sektörlerde, farklı eğitim seviyelerine yönelik çalışmalar yapılabilir.

BEYANLAR

- Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.
- Çıkar Çatışması: Yazar tarafından çıkar çatışması bildirilmemiştir.
- Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.
- Katkı Payı: Eşittir.

Kaynakça

- Akgemci, T., & Öz, M. (2020). Kişilik Renklerinin Performans İle İlişkisi: Kamu Kurumları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 85-99.
- Bal, S. (2020). *Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyetinin Öncülleri, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin Analizi: Havacılık Çalışanları Üzerine Bir Uygulama*. Gebze: Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Başaran, İ. (1998). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Gül Yayınevi.
- Bayrak Kök, S. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 291-317.
- Bowers, B. (1989). *What Color Is Your Aura?* Growth Gallery Books.
- Cortina, J. (1993). What is Coefficient Alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98.
- Çiftçi, B. (2019, 09 22). *Kişisel Gelişim*. Renklerin Psikolojisi- Yeşil Renk ve Anlamı: <https://www.kisiselgelisim.com/yesil-renk-ve-anlami-yesil-rengi-ve-renklerin-psikolojisi/> adresinden alındı
- Durmuş, B., Yurtkoru, E., & Çinko, M. (2011). *Sosyal Bilimlerde SPSS'te Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım, 4. Baskı.
- Eroğlu, F. (2013). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Eser, D. (2022). *Yetişkin Bireylerde Borderline Kişilik Özellikleri, Otobiyografik Bellek Özellikleri ve Olayların Merkeziliği İlişkisinin*

İncelenmesi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Fidan, Y., & Bayraktar, O. A ve B Tipi Kişilik Yapısına Sahip Yöneticilerin Yaşam Tarzları ve Stres İlişkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 393-408.
- Filiz, Z. (2014). Öğretmenlerin İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim ve İktisat Dergisi*, 10(23), 157-172.
- Fulmer, R. (1983). *Practical Human Relations*. Illinois: Revised Edition, Richard Dr. Irwin, Inc. Homewood.
- Gündüz Çekmecelioğlu, H. (2007). Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: BİR Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 79-97.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2014). Multivariate data analysis: Person new international edition. *Essex: Pearson Education Limited*, 1(2).
- Karaca, R. (2015). *Kişiliğim ve Ben*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karaduman, A. (2002). *Ekip Çalışmasında, Liderin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi*. Erzurum: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Lawler, E., & Porter, L. (1967). Performansın İş Doyumu Üzerindeki Etkileri. *Endüstri İlişkileri*. 20-28.
- Littauer, F., & Littauer, M. (1992). *Kişilik Bulmacası*. İstanbul: Sistem Yayıncılık ve Mat. San. Tic. A.Ş.
- Littauer, F., & Sweet, R. (2014). *Kişiliğinizi Tanıyın (Personality Plus at Work)*, Birinci Baskı. İstanbul: Yakamoz Yayıncılık.
- Mc Adams, D. (1997). *Kişilik Psikolojisinin Kavramsal Bir Tarihi. Kişilik Psikolojisi El Kitabı*. Akademik Basın.
- Özsoy, E. (2013). *A Tipi ve B Tipi Kişilik ile İş Tatmini Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ritberger, C. (2009). *What Color Is Your Personality? Fourth Edition*. United States: Hay House.
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Sağlam Arı, G., Bal, H., & Çına Bal, E. (2010). İşe Bağlılığın Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisindeki Aracılık Etkisi: Yatırım Uzmanları Üzerine Bir Araştırma. *15(3)*, 143-166.
- Sarıdede, U., & Doyuran, Ş. (2004, Temmuz 6-9). Eğitim Örgütlerinde Örgütsel Bağlılığın İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*. Malatya: İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Saygın, O. (2022). *Renklerle İnsanları Tanıma Kılavuzu*. İstanbul: Karma Kitaplar Basım Yayın A.Ş.

- Sungur, Y. (2011, 09 25). *Yasemin Sungur Gelişim Enstitüsü*. Renkler ve Kişilik Testi: <https://www.yaseminsungur.com/2011/09/25/renkler-ve-kisilik-testi/> adresinden alındı
- Şencan, H., & Fidan, Y. (2020). Likert Verilerinin Kullanıldığı Keşfedici Faktör Analizlerinde Normallik Varsayımı ve Faktör Çıkarma Üzerindeki Etkisinin Spss, Factor ve Prelis Yazılımlarıyla Sınanması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 640-687.
- Timuroğlu, K., & İşcan, Ö. (2008, Temmuz). İş Yerinde Narsizm ve İş Tatmini İlişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 239-264.
- Tınaz, P. (2009). *Çalışma Yaşamından Örnek olaylar*. İstanbul: Beta Basım Yayın 2. Bası.
- Tiryaki, F., & Aykaç, M. (2013). Farklı Kişilik Tiplerinin İncelenmesinde Kullanılan Yaratıcı Drama Yönteminin Kullanımına İlişkin Katılımcı Görüşleri. *Tarih Okulu Dergisi*, 605-626.
- Toktamışoğlu, M., & Alkış, C. (2005). *İnsan Tanıma Kılavuzu*. İstanbul: Kapital Yayınları.
- Yolcu, E. (2002). Renklerin Özel Kullanımı ve Ekinsel Olarak Algılanması. *İletişim Fakültesi Dergisi*, 647-660.