

KİŞİSEL BAŞARI ALGISININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: ORDU İLİ NOVADA ALIŞVERİŞ MERKEZİ MAĞAZA YÖNETİCİLERİ ÖRNEĞİ *

Yetkili Yazar | Correspondent Author: İhsan CORA

A Research on Determining Perception of Personal Success: The Case of Novada Shopping Mall Store Managers in Ordu Province



Yazar(lar) | Author(s)

İhsan CORA¹
Sinem AYDIN²

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p>Makale Geliş Tarihi : 24/02/2022 Makale Kabul Tarihi : 14/04/2022</p> <p>Anahtar Kelimeler : Başarı, Kişisel Başarı Algısı, Yönetici, Alışveriş Merkezi.</p>	<p>Günümüzde teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte dünya yeni bir durum almaktadır. Dünyada yaşanan bu değişim ve gelişmeler iş hayatıyla birlikte bireyleri de etkilemektedir. Bu değişimden etkilenen iş dünyası daha kalifiye, daha bilgili, daha idealist ve daha çalışkan bireyleri tercih etmeye başlamıştır. Buradan hareketle, yöneticilerin kişisel başarı algılarının belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda Ordu ili Novada alışveriş merkezindeki 85 mağaza yöneticisine anket uygulanmıştır. Anket formları bizzat araştırmacı tarafından dağıtılmış ve toplanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programında analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; yöneticiler yaptıkları işe hâkim olduklarını, kendilerine verilen görevi yerine getirmek için çok çalıştıklarını, yaptıkları işi kusursuz bir biçimde yaptıklarını, iş ile ilgili ortaya çıkan sorunlarla baş edebileceklerini, ikna edici ve etkileyici olduklarını ve insanları kolay organize edebileceklerini düşünmektedirler. Bunun yanı sıra yöneticilerin demografik özellikleriyle kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir.</p>
ARTICLE INFORMATION	ABSTRACT
<p>Submission Date : 24/02/2022 Accepted Date : 14/04/2022</p> <p>Keywords: Success, Perception of Personal Success, Manager, Shopping Mall.</p>	<p>Today, the world is taking a new shape with the developments in technology. These changes and developments affect individuals as well as business life. The business life affected by this change prefers more qualified, more knowledgeable, more idealistic and hardworking individuals. From this point of view, it is important to determine the personal success perceptions of the managers. In this context, a questionnaire was applied to 85 store managers in Novada shopping center in Ordu. The questionnaire forms were distributed and collected by the researcher himself. The data obtained from the questionnaires were analyzed in the SPSS 21.0 package program.</p>

* Bu çalışma Sinem AYDIN'ın aynı isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

¹ Doç. Dr., Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID No: <https://orcid.org/0000-0002-5264-468X>, e-posta: ihsan.cora@giresun.edu.tr

² YL Öğrencisi, Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme A.B.D., ORCID No: <https://orcid.org/0000-0002-6626-3466>, e-posta: snmydn_@hotmail.com

According to the analysis results; managers think that they have good command of their work, that they work hard to fulfill the task assigned to them, that they do their job perfectly, that they can cope with business-related problems, they are persuasive and impressive, and that they can organize people easily. In addition, it was determined that there is no statistically significant difference between managers' demographic characteristics and their perceptions of personal success.

1. Giriş

Dünya üzerindeki bütün insanlar, insanoğlunun varoluşundan beri sürekli bir arayış içinde olmuştur. Bu arayışların çoğu bir amaca yöneliktir. İnsanların hayattaki en büyük amaçlarından biri de başarıma isteğidir. Örneğin; ilk insanlar açlıklarını gidermek için bir hayvanı avlayıp bununla karınlarını doyurmuş ya da vahşi bir hayvanı evcilleştirerek bunu kendi yararlarına kullanmışlardır. Bu durum onlar için başarı sayılmaktadır. Ancak bugüne bakıldığında bu durum daha farklı bir hale gelmiştir (Seçer, 2013: 1).

İnsanlar yaşamlarını sürdürebilmek için birtakım ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçlar Maslow'un da belirttiği gibi fizyolojik ihtiyaç, güvenlik ihtiyacı, sosyal ihtiyaçlar, değer verilme ve saygınlık ile kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır. İhtiyaçlar hiyerarşisinde bir basamaktaki ihtiyaç karşılanmadan diğerine geçişin olmayacağı savunulmaktadır (Ziglar, 1999: 387). Bu hiyerarşiye göre insanların en önemli bulduğu ihtiyaç kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır. Kişiler bu ihtiyaçlarını karşıladıklarında başarılı olacaklarına inanmaktadır (Baltaş, 1997: 31).

Kişileri iş hayatına atılmaları için harekete geçiren güdüler bulunmaktadır. Başarının elde edilmesi için bu güdülerin başarı duygusunu tetiklemesi ve tatmin etmesi önemlidir. Bu nedenle başarıyı bir amaç olarak belirleyen kişiler başarı güdülerini harekete geçirmeli ve göz önünde bulundurmalıdır (Sekman, 2004: 85). Başarı, belirli bir amaca yönelik olarak planlanmış olan hedeflerin istenilen zamanda ve biçimde gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Başarı kavramı TDK sözlüğüne göre ise "başarmak işi veya başarılan iş, muvaffakiyet" şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 1998: 235). Hedeflerine ve amaçlarına ulaşan, olmak istediği yere gelebilen ve isteklerini gerçekleştiren kişilerin başarıya ulaştıkları düşünülmektedir (Aydoğdu, 2017: 8).

Kişisel başarı, var olan bir problemi çözerken başarı ile üstesinden gelme ve kendini gerçekleştirme şeklinde tanımlanmaktadır. Kişisel başarı ayrıca, insanların istedikleri ve amaçladıkları sonuçlara ulaşabilmek amacıyla sarf ettikleri gayretler olarak da tanımlanabilmektedir. Başarı elde etmede sadece kişisel başarının etkili olmadığı görülmektedir. İnsanların geçmiş başarıları, yetenekleri ve yapabilecekleri, öncesinde

yapılan hazırlıklar gibi etkenlerin başarı elde etmede etkili olduğu belirtilmektedir (Erdoğan, 2006: 97).

Bu çalışma, Ordu ili Novada alışveriş merkezi içerisinde bulunan mağazalarda yöneticilik yapan kişilerin kişisel başarı algılarının belirlenmesini amaçlamaktadır. Araştırmadan elde edilecek olan sonuçların alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda giriş bölümünden sonra başarı ve kişisel başarı kavramları ile ilgili teorik bilgilere yer verilmiştir. Devamında ise araştırmanın yöntem kısmı açıklanmış ve araştırma bulgularına yer verilmiştir. Son olarak, elde edilen bulgular neticesinde sonuç kısmı yazılmış ve araştırma sonlandırılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu kısmında; başarı kavramının tanımı ve kapsamı, başarıyı etkileyen faktörler, kişisel başarı olgusunun kapsamı ve önemi ile kişilik tipleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

2.1. Başarı Kavramının Tanımı ve Kapsamı

Herkes “başarı” dan bahseder ve başarılı olmak ister. Ama “başarı” nın tanımı çok az yapılıdır. Çünkü “başarı” izafi bir kavramdır. Diğer bir ifadeyle herkese göre farklıdır. Fakat yine de kavramın bir tanımını yapmak gerekir. Çünkü “başarı nedir” sorusuna doğru cevap veremezsek başkalarının “başarı” dediği şeylerin peşinden koşar ve yanlış merdivenleri tırmanırız. Böylece de hayatımızı boşa harcamış oluruz.

Toplum bilimleriyle ilgili bütün kavramların tanımlanmasında karşılaşılan zorluklar başarı kavramının tanımı için de söz konusudur. Çünkü tanım sınırları ve kapsamı kesin çizgilerle belirlenmiş bir kavram için yapılıdır (Dinçer, 1992: 13). Bu nedenle “başarı” kavramının her yer ve zaman için geçerli olan bir tanımını yapmak oldukça zordur. Her insan kendine göre başarının tanımını farklı yapabilir. Ya da başarı herkese göre farklıdır.

Başarının ne olduğunu anlamadan önce ne olmadığını anlamamız gerekir. Başarı çok zengin olmak mıdır? Şöhret olmak mıdır? Çok hayranı olmak mıdır? En iyi olarak kabul edilen okullardan mezun olmak mıdır? Kendi işinin sahibi olmak mıdır? Çok lüks bir villada oturmak mıdır? Özel bir uçağa sahip olmak mıdır? Bu soruları uzatmak mümkündür. Yukarıdakilerin hepsi midir? Yoksa hiçbiri midir?

Başarı, kişinin bir işi başarabileceğine kendisini inandırıp istekleri ve arzuları doğrultusunda iradeli, planlı ve programlı bir şekilde çalışıp çaba göstermesi sonucu amacına ulaşmasıdır (Weinberg ve Gould, 1995: 142). Bir başka tanıma göre başarı; kişinin istekleri doğrultusunda amacına ulaşabilmek için plan yapması, yaptığı planlara

uygun şartlarda eylemlerde bulunması ve tüm bu sonuçlar ışığında isteklerine ulaşması olarak tanımlanmaktadır (Kurtuldu, 2010: 166).

Başarı, insanın mutlu olacağı konuları tespit etmesi, onlara ulaşmak için hedefler koyması, bu hedeflerden ayrılmaması ve sonuçtan heyecan duyması ve kişinin geriye dönüp baktığında gurur duyacağı bir hayat yaşamasıdır (www.megabeyin.com).

Bir diğer tanımda ise başarı, bir insanın amacına ulaşması veya istediği şeyi gerçekleştirebilmesidir. Bu durumda her insanın ulaşmak istediği amaçları farklı olacağı için başarı yukarıda belirtildiği gibi herkese göre farklı olacaktır. Bu anlamda en basit tanımıyla başarı, isteklerimizi elde etmektir. Ancak burada önemli hususlardan biri şudur: İstedığımız şeyi elde ettik. Yani başarılı olduk. Ama bu istediğimiz şey, doğru, haklı ve ahlaka uygun mudur? İsteddiğimiz şey bizim ve tüm insanlık için faydalı ve doğru olan mıdır? Bu sorunun cevabı başarının gerçek tanımını ortaya koyar. Mesela iş yerinde terfi edip müdürünün yerine geçmek isteyen bir şahıs, müdürü hakkında yalan söyleyerek hile ve entrikalar düzenleyerek onun müdürlük makamından alınmasını sağlayıp yerine geçerse bu kişi amacına ulaşmış ve sonunda müdür olmuştur. Ama bu amacına ulaşmak için takip ettiği yol ahlakı değildir. Buradan şu sonucu çıkarabiliriz. Kendimiz ve bütün insanlık için faydalı olacak isteklerimizi ahlaki yöntemlerle elde ettiğimiz zaman hissettiğimiz tatmin duygusuna başarı denir.

Diğer yandan başarı farklı şekillerde de kategorize edilebilmektedir. Örneğin; kişilerin eğitim hayatları boyunca istedikleri düzeye ulaşmaları ve bu düzeylere uygun davranışlar sergilemeleri okul başarısı olarak tanımlanmaktadır. Kişilerin aile kurması, aile içindeki saygı, sevgi, görgü, ahlak kuralları gibi unsurları sağlaması ve kültürel unsurlar çerçevesinde yaşamını sürdürebilmesi aile başarısı olarak tanımlanmaktadır. Kişilerin, yaşadığı toplumdaki gelenek ve göreneklere uygun şekilde davranması, toplumda birlikte yaşadığı insanlara karşı saygılı ve görgülü davranması ve çevresindeki insanlardan saygı görmesi ise sosyal başarı olarak tanımlanmaktadır (Elmacıoğlu, 2012: 95-96).

Bir insanın çok varlıklı olması onun her hâlükârda başarılı olduğu anlamına gelmez. Çünkü bir insanın başarısı sadece iş hayatındaki durumuyla belirlenmez. Aile ve toplum yaşantısına yaptığı katkılarla da ölçülmelidir. Bu ikisinde kaybediyor ve sadece iş hayatında çok para kazanıyorsa bu durum o kişiyi başarılı bir insan yapmaz.

Kişilerin sahip olduğu nitelikler onları başarıya götürecek olan unsurların başında gelmektedir. Başarılı olmak isteyen kişiler sağlam adımlar atarak ilerlemek durumundadır. Önündeki engelleri birer birer aşabilen ve zorluklara karşı mücadele veren kişiler başarıyı yakalarken, sorumsuzca davranan ve hiçbir sorumluluk üstlenmeyen kişiler ise başarısızlıklarla yetinmek zorunda kalmaktadır (Keskin ve Yapıcı, 2008: 21).

2.2. Kişisel Başarı Olgusunun Kapsamı ve Önemi

Dünya sürekli gelişim ve değişim içindedir. İnsanlar da tıpkı dünya gibi kendilerini geliştirir ve değişime uğrarlar. Gerek iş hayatında gerek sosyal hayatta insanlar yaptıkları işlerle ve davranışlarla tatmin olmak isterler (Wadsworth, 1999: 16). İş hayatında belirli plan ve program dâhilinde hareket eden kişiler başarılı olmaktadır. Mesleğinin gerektirdiği koşulları sağlayan bir kişi enerjisini ve zamanını doğru kullanarak başarı sağlayabilir (Keskin ve Yapıcı, 2008: 21).

Kişiler sahip oldukları bilgi, birikim, deneyim, tecrübe ve yetenekleri doğrultusunda hareket eder ve hem kendi hem de çalıştığı kurumun çıkarlarını gözetirse yaşanacak olan bütün değişimlere uyum sağlayarak bu durumdan avantaj sağlayabilir (Umay, 2002: 148)

Kişiler, karşılaştıkları sorunların üstesinden geldiğinde ve kendilerini yeterli bulduğunda kişisel başarıya sahip olurlar (Mesiti, 1996: 81). Kişiler, diğer insanlar hakkında olumsuz düşüncelere kapılırsa kendisi hakkında da olumsuz düşüncelere kapılabilir. Başka insanlara karşı saygısızca davranmak, güven duygusunu yitirmek, insanların başarısız olmalarını istemek gibi düşüncelere kapılan kişiler kendilerine olan saygılarını yitirir ve bu durum onları stres ve depresyona sürükleyebilir. Kısaca kişisel başarı, kişinin istediği bir sonuca ve amacına ulaşmada kendi benliğiyle bir bütün halinde hareket ederek, bu durumlardan kazanım sağlayarak ilerlemesi şeklinde tanımlanmaktadır (Akgemci, Öğüt ve Demirsel, 2007: 322).

2.3. Kişisel Başarı Stratejileri

Kişinin, başarısızlığa karşı göstermiş olduğu tutum ve davranışlar onun başarısını etkileyen en önemli unsurlardan birisidir. Başarılı olmak isteyen kişiler iş hayatında ilerleyebilmek ve basamakları tırmanmak için başarılı stratejiler geliştirmek durumundadır. Kişilerin başarılı olabilmeleri için uygulaması gereken stratejiler; motivasyon, kişisel amaç ve hedef belirleme, stres yönetimi şeklindedir (Maxwell ve Dornan, 1997: 20).

Motivasyon, kişilerin herhangi bir işi başarma hali için hazır olma durumu şeklinde tanımlanmaktadır. Motivasyon kişilere enerji sağlar, yönlendirir ve bazı davranışlar kazandırır (Rahimic, Resic ve Kazo, 2012: 536). Kişilerin davranışlarını belirleyebilmek için ilk olarak ihtiyaçlarının bilinmesi gerekmektedir. İnsanların ihtiyaçları onların davranışlarının anahtarı konumundadır. İşinde motive olmuş bir kişi kendisine ve çalıştığı kuruma önemli katkılar sağlamaktadır (Pitino ve Reynolds, 1998: 280; Garih, 2003: 65).

Kişilerin yaptıkları işlerden ve faaliyetlerden elde ettikleri kazançlar kişisel amaçların başında gelmektedir. Bundan dolayı çalışan kişiler buldukları örgütte en yüksek ücreti almayı hedeflerler. İşinde motive olan kişiler daha verimli çalışacakları için belirledikleri hedef ve amaçlara daha kolay ulaşabilirler (Barutçugil, 2002: 56). Bunun yanı sıra kişiler, hedef ve amaçlarını belirlerken kendi kişilik özelliklerini ve yeteneklerini de göz önünde bulundurmalıdır (Knight, 2004: 136).

Çalışma hayatındaki rol belirsizlikleri ve çatışmaları, örgüt içindeki negatif iletişim ve iş yükünün fazlalığı gibi nedenler strese yol açmaktadır. Bütün bu olumsuzluklara sürekli olarak maruz kalan kişilerde stres kronik hale gelmektedir. Bu da insanlarda kaygı, endişe, ruhsal bozukluk, psikolojik rahatsızlık, depresyon ve sık görülen baş ağrılarına neden olmaktadır (Lever, 2000: 13). Örgütler, zamanı doğru yönetirse, çalışanlara sosyal destek sağlarsa, çalışanların katılımcı olmalarını sağlarsa, kariyer planlarına destek olursa, hak edilen düzeyde maaş verirse ve fiziksel çalışma şartlarını iyileştirirse stresle baş edebilirler (Aydın, 2004: 49).

2.4. Kişilik Tipleri

Kişisel başarı konusunda önemli hususlardan biri de kişilik tipleridir. Kişilik tiplerini açıklamadan önce kişilik kavramını tanımlamak gerekir. Kişilik, insanların sürekli olarak sergilediği düşünme, hissetme, davranış, duygu ve iletişim kurabilme özelliklerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Kişilik, insanların doğuştan gelen özelliklerini kapsar ve büyümeye başladıkça etkileşime ve iletişime girdiği çevreye göre şekillenir. Kişilik, A tipi kişilik ve B tipi kişilik olarak iki gruba ayrılmaktadır (Avcı ve Kaya, 2010: 57).

A tipi kişiliğe sahip olan insanlar stres ile başa çıkmada daha başarısız olmaktadır. Bu tip kişiliğe sahip olan insanlar hırslı, mücadeleci ve gergin kimselerdir. Hızlı hareket ederler, hızlı yerler ve yüksek sesle konuşurlar. Bu kişiler, genel olarak sabırsız olduğundan dolayı tatmin olmazlar ve rahat etmezler. Bu kişiler hızlı hareket ettikleri için zaman onlara yetmez. Aynı zamanda kendileriyle çok fazla ilgilenir ve giyim kuşamına özen gösterirler. Rakamlarla uğraşmayı sevdiklerinden dolayı kendilerini başkalarıyla sayısal olarak kıyaslarlar (Avcı ve Kaya, 2010: 58). Bu kişiler sorumluluk sahibi olduklarından dolayı işlerine geç kalmaz, verilen görevleri eksiksiz yerine getirir, diğer insanlardan daha çok çalışır ve işlerinde fark edilmek için büyük çaba gösterirler (Aktaş, 2001: 25).

B tipi kişiliğe sahip olan insanlar oldukça sakin, sabırlı ve rahattır. Takındıkları bu tip tavırlardan dolayı zaman sıkıntıları yoktur ve endişe duymazlar. Bu nedenle iş yaşamlarında daha az rekabetçi ve daha az hırslıdırlar. Sergiledikleri bu davranışlar onların sorumluluk almamasına neden olmaktadır. Bu da işlerinde başarısız olmalarına,

işe geç kalmalarına ve sorumsuzca davranmalarına neden olmaktadır (Long, Alifiah, Kowang ve Ching 2015: 19).

3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı ve önemi, evreni ve örnekleme, veri toplama araçları, veri çözümleme yöntemleri ve ölçümün güvenilirliği ile araştırmanın hipotezleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Araştırma nicel bir araştırmadır ve ilişkisel tarama yöntemine göre yapılmıştır. İlişkisel tarama yöntemi; iki veya daha fazla değişken arasındaki birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımıdır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, Ordu ili Novada alışveriş merkezi içerisinde bulunan mağazalarda yöneticilik yapan kişilerin kişisel başarı algılarının belirlenmesidir. Bununla birlikte, yöneticilerin kişisel başarı algılarının demografik ve tanıtıcı özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığının analiz edilmesi bu araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu çalışma, Novada alışveriş merkezi içerisindeki mağazalarda yöneticilik yapan kişilerin kişisel başarı algılarının belirlenmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, araştırmadan elde edilecek olan sonuçların alan yazına katkı sağlayacağı da düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Bu araştırmanın çalışma evrenini Ordu ili Novada alışveriş merkezi içerisinde yer alan mağazaların yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırma 2020 yılında Novada alışveriş merkezi içerisinde 54 adet mağazanın olduğu tespit edilmiştir. Her mağazada 2 yöneticinin bulunduğu hesaplanmış ve buna göre bu araştırmanın çalışma evreni 108 olarak kabul edilmiştir. Dağıtılan 108 anket formundan 23 anket formuna geri dönüş olmadığı için bu anketler analize dâhil edilmemiş ve araştırma 85 yönetici üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu rakamın nicel bir araştırma için yeterli olup olmadığı tartışılır, ancak bir AVM için yeterli sayılabileceğini söyleyebiliriz. Çalışma için Giresun Üniversitesi'nden 6 Ocak 2021 tarih ve 06/10 Sayılı Etik Kurul Kararı alınmış ve Etik Kurul açısından herhangi bir sakınca görülmemiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Çalışmada mağaza yöneticilerine iki aşamalı anket uygulanmıştır. İki bölümden oluşan anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 8 soru ve ikinci bölümde kişisel başarı algısını ölçmek amacıyla 14 soru bulunmaktadır. Bu bölümde katılımcılara yöneltilen ifadeler Uslu'nun (2015) tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

3.4. Veri Çözümleme Yöntemleri ve Ölçümün Güvenilirliği

Yapılan bu çalışmada, anketlerden elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programında çözümlenerek istatistiksel analizi yapılmıştır. Buna göre, demografik ve tanıtıcı özelliklere ilişkin verilerin frekans ve yüzde dağılımları ile kişisel başarı algısına ilişkin Likert tipi ifadelerin ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiş ve tablolar halinde gösterilmiştir. Bununla birlikte, verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve “Independent Samples T” testi ile “One Way ANOVA” testlerinden yararlanılmıştır.

Elde edilen veriler sonrası yapılan ölçümün Cronbach’s Alpha değeri hesaplanmıştır. Cronbach’s Alpha değeri 0 ile 1 arasında değişim göstermektedir. Buna göre, ortaya çıkan değerde ölçümün güvenilirliği 1’e yaklaştıkça artarken 0’a yaklaştıkça azalmaktadır (Kılıç, 2016: 48). Yapılan hesaplama neticesinde ölçeğin Cronbach’s Alpha değeri 0,842 olarak hesaplanmıştır. Ortaya çıkan bu değer, kişisel başarı algısına ilişkin ölçeğin yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

3.5. Araştırmanın Hipotezleri

Yapılan bu çalışmada elde edilen verilerin test edilmesi amacıyla hipotezler oluşturulmuştur. Buna göre araştırmaya ilişkin oluşturulan hipotezler aşağıda gösterilmiştir.

H₁: Yöneticilerin cinsiyetleri ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Yöneticilerin medeni durumları ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Yöneticilerin kişilik tipleri ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₄: Yöneticilerin yaşları ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Yöneticilerin eğitim durumları ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₆: Yöneticilerin çalıştığı pozisyon ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

4. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, Ordu ili Novada alışveriş merkezi içerisinde bulunan mağazaların yöneticilerine uygulanmış olan anket çalışmasının sonucunda elde edilen verilere ait bulgular yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik ve Tanıtıcı Özelliklere İlişkin Bulgular

	<i>f</i>	<i>%</i>		<i>f</i>	<i>%</i>
Cinsiyet			Aylık Gelir		
Kadın	40	47,1	2.324 TL ve altı	14	16,5
Erkek	45	52,9	2.325 TL-3.500 TL	36	42,4
TOPLAM	85	100,0	3.501 TL-5.000 TL	14	28,2
Yaş			5.001 TL ve üzeri	11	12,9
20-24 yaş arası	14	16,5	TOPLAM	85	100,0
25-30 yaş arası	31	36,5	Yönetici Olarak Çalışılan Pozisyon		
30-35 yaş arası	18	21,2	Müdür	33	38,8
35-40 yaş arası	19	22,3	Müdür yardımcısı	41	48,3
41 yaş ve üzeri	3	3,5	Şef	11	12,9
TOPLAM	85	100,0	TOPLAM	85	100,0
Medeni Durum			Yönetici Olarak İş Tecrübesi		
Evli	37	43,5	1-3 yıl	42	49,5
Bekâr	48	56,5	4-6 yıl	20	23,5
TOPLAM	85	100,0	7-10 yıl	12	14,1
Eğitim Durumu			11 yıl ve üzeri	11	12,9
İlköğretim	--	--	TOPLAM	85	100,0
Lise	26	30,6	Yakın Olunan Kişilik Tipi		
Ön lisans	25	29,4	A tipi kişilik	50	58,8
Lisans	31	36,5	B tipi kişilik	35	41,2
Lisansüstü	3	3,5	TOPLAM	85	100,0
TOPLAM	85	100,0			

Tablo 1'e göre; yöneticilerin %52,9'unu erkekler oluşturmaktadır. Yöneticilerin %36,5'i 25-30 yaş arasında, %43,5'i evli, 36,5'i lisans eğitiminden mezun olmuştur. Yöneticilerin %42,4'ü 2.325 TL-3.500 TL arasında gelire sahiptir. Yöneticilerin %48,3'ü müdür yardımcısı pozisyonunda çalışmakta ve %49,5'ü 1-3 yıl arası yöneticilik deneyimine sahiptir. Son olarak yöneticilerin %58,8'i kendisini A tipi kişiliğe yakın hissetmektedir.

Tablo 2. Kişisel Başarı Algılarını Gösteren Ortalama ve Standart Sapma Değerlerine İlişkin Bulgular

<i>İfadeler</i>	<i>Ort.</i>	<i>St. Sapma</i>
Verilen görevi yerine getirmek için çok fazla çalışırım.	4,58	0,51
Yaptığım işlere hâkim olduğumu düşünürüm.	4,60	0,56
Yaptığım işi kusursuz bir şekilde yerine getiririm.	4,54	0,52
Bir işle meşgulken sadece onunla ilgilenirim.	4,22	0,89
Girdiğim ortama uyum sağlar ve hemen fark edilirim.	4,32	0,71
Yapmam gereken işleri asla ertelemem.	4,37	0,73
İşimi yaparken ortaya çıkan sorunlarla başa çıkabilirim.	4,48	0,58

Oldukça ikna edici ve etkileyici olduğumu düşünürüm.	4,41	0,62
Başarı güdüsü benim için önemlidir.	4,48	0,58
Gereğinden fazla gayretliyimdir, çok sıkı çalışırım.	4,31	0,71
İnsanları kolay organize ederim.	4,40	0,71
Grup çalışmasından çok bireysel sorumluluğu tercih ederim.	3,38	1,28
Arkadaşımdan daha iyi ve başarılı olmak isterim.	3,87	1,31
Zor işlerle uğraşmayı tercih ederim.	4,04	0,95
Genel Ortalama	4,20	0,82

Tablo 2'ye göre; araştırmaya katılan yöneticilerin kişisel başarı algılarının ağırlıklı olarak olumlu yönde ($\bar{x}:4,20 \pm 0,82$) olduğu görülmektedir. Bununla beraber, yöneticiler en fazla “yaptığım işlere hâkim olduğumu düşünürüm ($\bar{x}:4,60 \pm 0,56$), verilen görevi yerine getirmek için çok fazla çalışırım ($\bar{x}:4,58 \pm 0,51$), yaptığım işi kusursuz bir şekilde yerine getiririm ($\bar{x}:4,54 \pm 0,52$)” ifadelerine katılmışlardır. Yöneticiler en az ise “grup çalışmasından çok bireysel sorumluluğu tercih ederim ($\bar{x}:3,38 \pm 1,28$) ve arkadaşarımdan daha iyi ve başarılı olmak isterim ($\bar{x}:3,87 \pm 1,31$)” ifadelerine katılmışlardır.

Yöneticilerin kişisel başarı algılarıyla demografik özellikleri arasında bir farklılık olup olmadığını tespit etmeye yönelik farklılık analizleri yapılmıştır. Buna göre; cinsiyet, medeni durum ve kişilik tipi değişkenlerine göre farklılığı test edebilmek amacıyla “Independent Samples T” testi; yaş, eğitim durumu ve çalıştığı pozisyon değişkenlerine göre farklılığı test edebilmek amacıyla ise “One Way Anova” testi uygulanmıştır.

Tablo 3. Cinsiyete Göre T Testi Bulguları

	<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Kişisel Başarı Algısı	Kadın	40	59,5	6,32	-0,649	0,518
	Erkek	45	60,4	6,61		

Tablo 3'e göre yöneticilerin cinsiyetleri ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ($T=-0,649$; $P \geq 0,05$) tespit edilmiştir. Yani, yöneticiler gerek kadın gerek erkek olsun kişisel başarıyı birbirine yakın düzeyde algılamaktadır. Buna göre, H_1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4. Medeni Duruma Göre T Testi Bulguları

	<i>Medeni Durum</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Kişisel Başarı Algısı	Evli	37	61,3	6,10	1,601	0,113
	Bekâr	48	59,0	6,61		

Tablo 4'e göre yöneticilerin medeni durumları ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ($T=1,601$; $P \geq 0,05$) tespit

edilmiştir. Yani, yöneticiler gerek evli gerek bekâr olsun kişisel başarıyı birbirine yakın düzeyde algılamaktadır. Buna göre, H_2 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5. Kişilik Tipine Göre T Testi Bulguları

	<i>Kişilik Tipi</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Kişisel Başarı Algısı	A tipi	50	60,4	6,10	0,580	0,564
	B tipi	35	59,5	7,00		

Tablo 5'e göre yöneticilerin kişilik tipleri ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ($T=0,580$; $P \geq 0,05$) tespit edilmiştir. Yani, yöneticiler gerek A tipi kişiliğe gerek B tipi kişiliğe sahip olsun kişisel başarıyı birbirine yakın düzeyde algılamaktadır. Buna göre, H_3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 6. Yaşa Göre Anova Testi Bulguları

<i>Yaş</i>	<i>N</i>	<i>Varyansın Kaynağı</i>	<i>df</i>	<i>KT</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
20-24 yaş	14	Gruplar arası	4	298,386	74,596	1,861	0,125
25-30 yaş	31	Gruplar içi	80	3206,320	40,079		
31-35 yaş	18	Toplam	84	3504,706			
36-40 yaş	19						
41 yaş ve üzeri	3						
Toplam	85						

Tablo 6'ya göre yöneticilerin yaşları ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ($F=1,861$; $P \geq 0,05$) tespit edilmiştir. Yani, yöneticiler hangi yaşta olursa olsun kişisel başarıyı birbirine yakın düzeyde algılamaktadır. Buna göre, H_4 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 7. Eğitim Durumuna Göre Anova Testi Bulguları

<i>Eğitim Durumu</i>	<i>N</i>	<i>Varyansın Kaynağı</i>	<i>df</i>	<i>KT</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Lise	26	Gruplar arası	3	306,727	102,242	2,590	0,058
Ön lisans	25	Gruplar içi	81	3197,979	39,481		
Lisans	31	Toplam	84	3504,706			
Lisansüstü	3						
Toplam	85						

Tablo 7'ye göre yöneticilerin eğitim durumları ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ($F=2,590$; $P \geq 0,05$) tespit edilmiştir. Yani, yöneticiler hangi eğitim düzeyinde eğitim almış olursa olsun kişisel başarıyı birbirine yakın düzeyde algılamaktadır. Buna göre, H_5 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 8. Çalıştığı Pozisyona Göre Anova Testi Bulguları

<i>Çalıştığı Pozisyon</i>	<i>N</i>	<i>Varyansın Kaynağı</i>	<i>df</i>	<i>KT</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Müdür	33	Gruplar arası	2	172,759	86,380	2,126	0,126
Müdür yardımcısı	41	Gruplar içi	82	3331,947	40,633		

Şef	11	Toplam	84	3504,706
Toplam	85			

Tablo 8'e göre yöneticilerin çalıştığı pozisyon ile kişisel başarı algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ($F=2,590$; $P \geq 0,05$) tespit edilmiştir. Yani, yöneticiler hangi pozisyonda çalışıyor olursa olsun kişisel başarıyı birbirine yakın düzeyde algılamaktadır. Buna göre, H_6 hipotezi reddedilmiştir.

5. Sonuç

Bu çalışmada, Ordu ili Novada alışveriş merkezindeki mağazaların yöneticilerinin kişisel başarı algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda “yöneticilerin kişisel başarı algıları nasıldır?” sorusu araştırmanın problem cümlesi olarak belirlenmiştir. Kadınların kariyerlerinde en çok karşılaştığı sorun olan cam tavan sendromunun ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmaların yapılması ve erkek yöneticilerin bu konuda bilinçlendirilmesi için gerekli adımlar atılması önerilmektedir.

Çalışmada, yöneticilerin genel olarak 25 ile 40 yaş arasında yoğunlaştığı, yarıya yakınının bekâr olduğu, büyük bir çoğunluğunun ön lisans ve lisans eğitim düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra, yöneticilerin çoğunun asgari ücret ile beş bin lira arasında gelirin olduğu görülmüştür. Her ne kadar bekâr yöneticiler çoğunlukta olsa da evli olan yöneticileri de düşününce mağaza sahiplerinin yöneticilerin maaşlarında iyileştirmeye gitmeleri yöneticilerin hem motivasyonlarında hem de verimliliklerinin artış sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöneticiler yaptıkları işe hâkim olduklarını, kendilerine verilen görevi yerine getirmek için çok çalıştıklarını, yaptıkları işi kusursuz bir biçimde yaptıklarını, iş ile ilgili ortaya çıkan sorunlarla baş edebileceklerini, ikna edici ve etkileyici olduklarını ve insanları kolay organize edebileceklerini düşünmektedirler. Yöneticilerin verdikleri bu cevaplar onların kişisel başarı algılarının yüksek olduğunu göstermektedir. Ortaya çıkan bu sonuç, genel olarak A tipi kişiliği destekleyen bir sonuçtur.

Yöneticiler bireysel sorumluluktan ziyade grup çalışmasını tercih etmektedirler. Ayrıca arkadaşlarımdan daha iyi ve başarılı olmak isterim ifadesine daha düşük düzeyde katılmışlardır. Buradan yöneticilerin başarıyı ekip arkadaşlarıyla birlikte yakalamak istediği anlaşılmaktadır.

Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç ise yöneticilerin demografik özellikleriyle kişisel başarı algıları arasında anlamlı bir farklılığın olmamasıdır. Yöneticilerin cinsiyetleri, medeni durumları, kişilik tipleri, yaşları, eğitim durumları ve çalıştığı pozisyon ne olursa olsun kişisel başarıyı aynı düzeyde algılamaktadırlar. Yöneticilerin

kişisel başarı algılamalarının yüksek düzeyde ve birbirine yakın düzeyde olması işletmeler ve mağaza sahipleri açısından da olumlu bir durumdur.

Kaynakça

Akgemci, T., Öğüt, A. ve Demirsel, T. (2007), “Akademik Personelin Mesleki Tükenmişlik Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Selçuk Üniversitesi. İ.İ.B.F. Örneği”, *Sakarya Üniversitesi 15. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, 407-420.

Aktaş, A. M. (2001), “Bir Kamu Kuruluşunun Üst Düzey Yöneticilerinin İş Stresi ve Kişilik Özellikleri”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 56 (4), 25-43.

Avcı, U. ve Kaya, U. (2010), “Yıldırma (Mobbing) ve Kişilik İlişkisi: Hizmet Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 12 (2), 51-79.

Aydın, Ş. (2004), “Örgütsel Stres Yönetimi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, (3), 49 74.

Aydoğdu, A. (2017), *İlkokul Öğrencilerinde Spor Başarı Algısı ve Matematik Kaygısının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Baltaş, A. (1997), *Öğrenmede ve Sınavlarda Üstün Başarı*, 13. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Barutçugil, İ. (2002), *Performans Yönetimi*, İstanbul: Kariyer Yayınları.

Diñçer, Ö. (1992), *Örgüt geliştirme, Teori Uygulama ve Teknikler*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Elmacioğlu, T. (2012), *Başarıda Aile Faktörü*, İstanbul: Yediveren Kitabevi.

Erdoğan, M. Y. (2006), “Yaratıcılık ile Öğretmen Davranışları ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkiler”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (17), 95–106.

Garih, Ü. (2003), *İş Hayatında Motivasyon*, İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Keskin, H. K. ve Yapıcı, Ş. (2008), “Başarılı ve Başarısız Öğrencilerin Kişilik Özellikleri ile İlgili Öğretmen ve Veli Görüşleri”, *Kuramsal Eğitim Bilim Dergisi*, 1 (1), 20-32.

Kılıç, S. (2016), “Cronbach’ın Alpha Güvenirlilik Katsayısı”, *Journal of Mood Disorders*, 6 (1), 47-48.

Knight, S. (2004), *Uygulamalarla NLP*, (Taffe, G. İ, Çev.), 7. Baskı, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Kurtuldu, M. K. (2010), “Comparing the Achievement Perception of the Piano Students According to the Class, Success Level and Graduation Variables”, *Fine Arts*, 5(3), 164-171.

Lever, C. C. (200), *Duvarı Aşamıyorsan Bir Kapı Aç!*, (Büyükonat, T, Çev.), 1.Baskı, İstanbul: Beyaz Yayıncılık.

Long, C. S., Alifiah, M. N., Kowang, T. O. ve Ching, C. W. (2015), “The Relationship between Self-leadership, Personality and Job Satisfaction: a Review”, *Journal of Sustainable Development*, 16-23.

Maxwell, J. C. and Dornan, J. (1997), *Başarı İçin Stratejiler*, 4. Baskı, (Güpgüpoğlu, İ, Çev.), İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Mesiti, P. (1996), *Hayalleri Olanlar Asla Uyumaz*, (Kardere, C. E, Çev.), İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Pitino, R. and Reynolds, B. (1998), *Başarılı Olmak Bir Tercihtir*, (Büyükonat, T, Çev.), 1. Baskı, İstanbul: Beyaz Yayınları.

Rahimic, Z., Resic, E. ve Kazo, A. (2012), “Determining the Level of Management Competences in the process of Employee Motivation”, *Procedia-School and Behavioral Sciences*, (41), 535-543.

Robbins, A. (1993), *Sınırsız Güç*, (Çev. Değirmenci, M.), İstanbul: İnkılâp Kitabevi Yayınları.

Seçer, H. (2013), *Bireysel Kariyer Planlama ve Kişisel Başarı Algısı Arasındaki İlişki ve Pamukkale Üniversitesi'nde Bir Araştırma*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi

Sekman, M. (2004), *Kişisel Ataleti Yenmek*, İstanbul: Alfa Yayınları.

Türk Dil Kurumu (1998), *Türkçe Sözlük I-II*. 9. Baskı, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.

Umay, A. (2002), “Matematik Öğretmen Adaylarının Başarı Güdüsü Düzeyleri, Değişimi ve Değişimi Etkileyen Faktörler”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (22), 148-155.

Uslu, B. (2015), *Lisansüstü Eğitim Gören Öğrencilerde Kişisel Başarı ile Bireysel Kariyer Planlama Arasındaki Etkileşim: Bir Vakıf Üniversitesi Örneği*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi

Verma, R. ve Mansuri, M. G. (2018), “Personality Type and Respiratory Diseases Indian”, *Journal of Health and Wellbeing*, 470-472.

Wadsworth, W. J. (1999), *Atak Yöneticinin Hedef Belirleme ve Sonuç Alma Rehberi*, (Yarmalı, E. S, Çev.), 1. Baskı, İstanbul: Hayat Yayınları.

Weinberg, R. S. ve Gould, D. (1995). “Foundations of Sport and Exercise Psychology”. *Champaign JL: Human Kinetics*, 137-160.

Ziglar, Z. (1999), *Zirvede Görüşürüz*, (Tokatlı, Y, Çev.), 1. Baskı, İstanbul: Beyaz Yayınları.

http://www.megabeyin.com/ba%C5%9Far%C4%B1_nedir (Erişim Tarihi: 17.12.2021).