



FINANSAL OLMAYAN BİR İŞ ÖDÜLÜ TÜRÜ OLARAK KABUL GÖRME MEMNUNİYET ALGISININ İŞGÖRENLERİN İŞ DOYUMU VE İŞTEN AYRILMA EĞİLİMİNE ETKİSİ

Mehmet ULUTAŞ¹

Özet

Kabul görme, başarılarının takdir edildiğinin, yöneticileri tarafından işgörenlere hissettirilmesidir. Finansal olmayan bir iş ödülü türü olarak kabul görme, işgörenleri örgüt amaçlarına yönelten önemli bir motivasyon faktörüdür. Araştırma, kabul görme memnuniyet algısı ile iş doyumunu ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Veriler, Konya Sanayi Bölgesi'nde farklı sektörlerde faaliyet gösteren, içlerinde Türkiye'nin ilk beşyüz ve ikinci beşyüz büyük sanayi kuruluşu da bulunan ondokuz ayrı işletmenin çalışanları üzerinde yapılan bir anket çalışmasıyla elde edilmiştir. Faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi sonuçları, kabul görme memnuniyet algısının, iş doyumunu ile anlamlı ve pozitif, işten ayrılma eğilimi ile anlamlı ve negatif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir

Anahtar Kelimeler: Finansal Olmayan İş Ödülleri, Kabul Görme Memnuniyeti, İş Doyumu, İşten Ayrılma Eğilimi

Jel Sınıflandırılması: M10, M54.

AS A KIND OF NON-FINANCIAL JOB REWARD THE EFFECT OF PERCEPTION OF SATISFACTION WITH RECOGNITION ON EMPLOYEES' JOB SATISFACTION AND TURNOVER INTENTION

Abstract

Recognition is the perception of employees that their achievements are appreciated by their managers. As a kind of non-financial job rewards, satisfaction with recognition is an important motivating factor which directed employees to the organizational goals. The present study focuses on the relationship between satisfaction with recognition and job satisfaction and turnover intention. The data were collected through a questionnaire returned by the employees in nineteen separate companies operating in different sectors in Konya Industrial Area, including the first five hundred and the second five hundred largest industrial establishments in Turkey. The results of factor analyzes, correlations and regression analyses indicated that the perception of satisfaction with recognition is significantly and positively related to job satisfaction and significantly and negatively related to turnover intention.

Key Words: Non-financial Job Rewards, Perception of Satisfaction with Recognition, Job Satisfaction, Turnover Intention.

Jel Classification: M10, M54.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu & Necmettin Erbakan Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, mulutas@konya.edu.tr

GİRİŞ

“Para, en büyük motivasyon aracıdır” ifadeleriyle başlayan klasik motivasyon teorileri, insanların psikolojik birtakım ihtiyaçlarının da olduğunu fark etmesiyle birlikte farklı bir mecraya evrilmiştir. Maddi ihtiyaçlarını karşılamamın, işgörenleri örgüt amaçlarına yöneltmeye yetmediği anlaşılmıştır.

Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi adı altında kategorize ettiği beş kademeli ihtiyaçlar piramidinin aşağıdan yukarıya doğru bakıldığında dördüncü kademesini saygı/saygınlık ihtiyacının oluşturduğu görülür. İnsanın öncelikle kendine karşı öz güvenini (self-confidence) ve ardından başkalarının kendisine saygı duymasını (respect of others) içeren, öz saygı/izzet-i nefis (self-esteem) ihtiyacı, kendini gerçekleştirme (self-actualization) kademesine ulaşmadan önce tatmin edilmesi gereken bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Başkaları tarafından takdir edilme, saygı görme, övülme, onaylanma, fark edilme gibi sözcüklerle tarif edilen kabul görme memnuniyeti (recognition) de Maslow’un saygı ihtiyacı içerisinde değerlendirilebilecektir.

Yaptığı iş, hem yöneticileri hem de iş arkadaşları tarafından kabul görmeyen ve takdir edilmeyen bir işgörenin, motivasyon problemleri yaşayacağı açıktır. Kabul problemi yaşanan husus, kişilerin iş çıktılarını olabileceği gibi, karakteristik özellikleri, iş yapma tarzları, hatta fiziksel nitelikleri dahi olabilecektir. Başkaları tarafından kabul görmediği algısına sahip bir işgörenin, bu algıyı ortadan kaldırmak için yapabileceği birtakım eylemler vardır mutlaka. Öncelikle, hangi özelliğinin benimsenmediğini, yöneticileri ya da iş arkadaşlarıyla konuşarak tespit edebilir ve bu istenmeyen davranış tarzlarını ya da alışkanlıklarını değiştirerek, örgüt içinde kabul görülen biri haline gelebilir.

Şu durumda işgörenler için kabul görme, çalışma arkadaşları tarafından kabul görme ve yöneticileri tarafından kabul görme biçiminde iki boyutta incelenebilir. Çalışma arkadaşları tarafından kabul görme, işgörenin iş yerinde bulunduğu süre içerisinde diğer çalışanlar tarafından saygı, sevgi, itibar görmesi, övgüye mazhar olmasıdır. İşgören, bu saygı ve itibarı, çalışma arkadaşları ile geçirdiği belirli bir zaman dilimi içerisinde, olumlu davranış, hal ve hareketleriyle kazanır. Anlayışlı, hoşgörülü, yardımsever olma, işinin ve mesleğinin ehli olma, verilen görevleri yerine titizlikle yerine getirme gibi pozitif kişilik özelliklerine sahip işgörenler, çalışma arkadaşları tarafından kabul edilme problemi yaşamazlar. Ancak, sabırsız, öfkeli, tahammülsüz, tembel, yalancı, ihmalkar olmak gibi negatif kişilik özelliklerine sahip işgörenlerin çalışma arkadaşlarıyla kabul görme problemi yaşayacağı çok açıktır. Diğerleri tarafından kabul görmeyen bir işgörene, doğal olarak çalışma arkadaşlarının bazı yaptırımları olur. Görmezlikten gelme, yardıma ihtiyacı olduğunda en küçük yardımı esirgeme, grupsal faaliyetlere dahil etmeme, uzak durma, gerektiğinde kötü söze söylem ve hatta çatışma vb davranışlar, örgüt içerisinde istenmeyen bir işgörene, diğer işgörenler tarafından uygulanabilecek caydırıcı yaptırımlardır. Tüm bu yaptırımların neticesinde sözkonusu işgören, ya bu grup baskısı karşısında davranışlarını değiştirecek ve örgüt içinde kabul görerek çalışmaya devam edecek, yahut örgütü terk edecektir.

Öte yandan, yöneticileri tarafından kabul görme, işgörenin hal, hareket ve tavırlarının, çalışma üslubunun, üstleri tarafından beğenilmesi ve benimsenmesidir. Çalışma arkadaşları tarafından benimsenme, işgörenin daha çok iş arkadaşlarına karşı kişisel tavırları ile ilgili iken; yöneticileri tarafından benimsenme, işgörenin mesleki bilgi ve tecrübesi ya da iş ahlakı ile ilgili olabilir. Yöneticiler, işlerini iyi yapan, çabuk öğrenen ve kendini sürekli geliştiren, maliyetleri azaltıcı ve kaliteyi artırıcı öneriler getirebilen, gerekirse fazla mesaiye itiraz etmeyen, işini ve iş yerini sahiplenen, verilen görevleri zamanında ve hakkıyla yerine getirebilen, iş arkadaşlarıyla ve yöneticileriyle anlaşmazlıklar yaşamayan, olumlu kişilik özelliklerine sahip işgörelere sahip olmak isterler. Böyle bir işgörenin yöneticileri tarafından kabul görmemesi mümkün değildir. Ancak bazen, yöneticileri nezdinde fazlaca takdir edilen işgörenlerin, hiçbir olumsuz özelliklere sahip olmamasına karşın, kıskançlık vb insani sebeplerle diğer çalışma arkadaşları nezdinde kabul problemi yaşamaları uygulamada mümkün olabilmektedir. Biçimsel olmayan grupların yoğun olduğu örgütlerde, yönetim kademesiyle iyi ilişkilere sahip işgörenlerin, espionaj, ihanet vb ile suçlanması da sözkonusudur.

Yöneticileri tarafından kabul görme, genel itibariyle, işgören için bir başarı teşkil eder. İşten çıkarılma, daha alt kademe pozisyonlarda çalıştırılma, farklı görevlere tayin edilme vb istemeyeceği kararlara muhatap olmak yerine; görevde terfi, ücrette artış, ücrete ilave yararlar (fringe benefits) vb. iş ödüllerine kavuşabilir. Şu durumda, yöneticileri tarafından tanınma, ortalama bir işgören için başarılması gereken bir hedef olmalıdır. Yöneticiler tarafından kabul görme, çalışma arkadaşları tarafından kabul görülmeyi de içerdiği için; işgören, iş arkadaşlarının saygısını da kazanmalıdır. Bu ikisinin birbiriyle çeliştiği hallerde işgörenin yapması gereken, olumlu kişilik özelliklerini yitirmeksizin rasyonel davranmak ve biçimsel olmayan grup menfaatleri yerine örgütün çıkarlarının yanında yer almaktır.

İşgörenlerin, özellikle yöneticileri tarafından açıkça tanındığı, takdir edildiği, övüldüğü haller, ölçek olarak nispeten küçük ve ilişkilerin daha samimi olduğu mikro işletmeler ortamında cari olabilmektedir. Ancak, personel sayısının çok fazla olduğu büyük işletmelerde, işgörenlerin kendilerini yöneticilerine gösterme, mesleki becerilerini ortaya koyarak yöneticilerinin gözüne girme fırsatları olmayabilmektedir. Uygulamada, üst kademe yöneticileri nezdinde tanınmıp tanınmadıkları, başarılarının takdir edilip edilmediği hususlarında hiçbir fikir sahibi olmayan işgörelere rastlamak mümkündür. Emri altındaki ast sayısı fazla olan bir ilk derece amirin de astlarıyla yeterince ilgilenememesi ihtimal dahilindedir. Kendisinden ve işletme için gösterdiği fedakarlıklarından kimsenin haberdar olmadığını düşünen çalışanların işlerine ve iş yerlerine karşı yabancılaşması, iş doyumlarının azalması ve bir süre sonra işten ayrılma eğilimine girmeleri de olasıdır.

Oysa işletmeler, çalışanların iş doyumlarını yükseltmek ve işten ayrılma eğilimlerini azaltmak için her tür tedbiri almak zorundadır. Çünkü, yüksek işgören devri, işletmelerin performansını olumsuz yönde etkileyen bir faktördür. Yöneticileri tarafından kabul gördüklerine dair işgören memnuniyetinin temini, işletmeleri işgören devrinin zararlı etkilerinden koruyacaktır. Bu bakımdan çalışmada, finansal olmayan bir iş ödülü olarak kabul görme memnuniyeti ile işgörenlerin iş doyumunu ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişki incelenecektir.

I. LİTERATÜR

I.I. İş Ödülleri (Job Rewards)

Geleneksel olarak, iş ödülleri, iş tatmini için önemli bir belirleyici olarak kabul edilir. Örneğin, Adams'ın (1965) eşitlik (equity) modeline göre insanlar, yaptıkları iş karşılığında elde ettikleri ödülleri yansıtan girdi/çıktı oranlarını, başkalarınınkiyle karşılaştırır ve buna göre iş doyumunu/memnuniyet düzeylerini belirlemektedir. Benzer şekilde, Porter ve Lawler'ın (1968) farklılık (discrepancy) modelinde insanlar, aldıkları iş ödülleri dahil olmak üzere mevcut iş koşullarını, ideal olarak değerlendirdikleri işlerle karşılaştırarak mevcut işlerinden tatmin olup olmadıklarına karar vermektedirler (Hofmans vd., 2013).

İş ödülleri, işgörenlerin motivasyonunun artırılması bakımından büyük önem arz etmektedir. Motivasyonu olmayan işgörenlerle hiçbir örgütün hedeflerine ulaşması mümkün değildir. Finansal (financial rewards) ve finansal olmayan (non-financial rewards) olmak üzere, iki ayrı iş ödül türü vardır. Finansal ödüller, performans bonusu, komisyon, bahşiş ve hediye vb.'dir. Finansal olmayan ödüller ise, kabul görme (recognition), övgü (praise) ve takdir edilme (appreciation)'dir (Imran vd., 2014).

I.II. Kabul Görme (Recognition) Memnuniyet Algısı

Kabul görme, bir bireyin ya da takımın olumlu davranışlarının ya da başarılarının onaylanması (approval), takdir edilmesi (appreciation) ya da tanınması (acknowledgement)'dir. Başka bir ifadeyle kabul görme, küçük jestler de (ki işgörenler çok önemsemektedir) dahil olmak üzere başarıların görüldüğüne dair kişilere gösterilen işaretler ya da övgüler ile ilgilidir (Caligiuri vd., 2010; Gostick ve Elton, 2007; Tessema vd., 2013).

Kabul görme, güçlü motivasyon faktörlerinden biridir. Kabul görme, örgütsel amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik olarak, işgörenlerin enerjilerini zenginleştirir. Kabul görme yönünden tatmin etme politikası tutarlı olmalı ve düzenli olarak işgörene yöneltilmelidir. Resmi (formal) ve gayri resmi (informal) olmak üzere iki tip kabul görme biçimi vardır (Imran vd., 2014).

En etkili moral güçlendiricilerden (morale boosters) biri, iyi yapılmış bir iş için övgü (praise)'dür. İnsanlar için özdeğer (self-worth) duygusu, işleriyle doğrudan ilişkilidir. Kabul görme ve ödüllendirme, çalışanları memnun ve üretken tutmanın en kolay yollarından biridir (Darling vd., 1997; Tessema vd., 2013).

I.III. Kabul Görme Memnuniyet Algısı İle İş Doyumu Arasındaki İlişki

Imran vd., (2014), yaptıkları çalışmada, takdir edilme ile işgörenlerin iş doyumunu arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu tespit etmişlerdir.

Tessema vd., (2013), Malezya ve Viyetnam'da yaptıkları çalışmada, çalışanların kabul görme memnuniyeti'nin iş doyumları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, bu etkinin ülkedeki gelir düzeyi (yüksek, orta veya düşük gelir) ve kültür'den (kollektivist veya bireyci) bağımsız olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada ayrıca ücret ve maddi diğer yararlandırmalarında yine iş doyumunu üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

I.IV. Kabul Görme Memnuniyet Algısı İle İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki

Hofmans vd. (2013), yaptıkları ampirik çalışmada, hem finansal hem de finansal olmayan (psikolojik) ödüllerden memnuniyet ile iş doyumunu arasındaki ilişkide önemli bireysel farklılıklar olduğunu, kişilik özelliklerine göre değiştiğini ortaya koymaktadırlar. Ancak herşeye rağmen, finansal ödüllerden memnuniyet, iş doyumunu pozitif yönde etkilemektedir ve bu tip iş değerine sahip bireyler finansal güvenliği daha ön planda tutmayı yeğlemektedir. Öte yandan, takdir edilmek gibi psikolojik ödüllerden memnuniyet de herkes için iş doyumunu ile ilişkili bulunmuştur; anca kişilik grupları arasında bu konuda herhangi bir algı farkı sözkonusu değildir. Ayrıca, finansal ödül memnuniyeti iş doyumunu ile ilişkili olan çalışanların, örgütlerine karşı daha güçlü bir duygusal bağlılığa ve daha düşük işten ayrılma eğilimine sahip oldukları da tespit edilmiştir.

Ali ve Baloch (2011), "kabul görme memnuniyeti ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif bir ilişki vardır" şeklindeki hipotezlerinin reddedildiği sonucuna ulaşmışlardır. Paré vd., (2000), yaptıkları çalışmada, kabul görme memnuniyeti'nin işten ayrılma eğilimi ile negatif, örgütsel vatandaşlık davranışı ve duygusal bağlılık ile pozitif yönde ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir.

II. YÖNTEM

II.I. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırmada kabul görme tatmini, bağımsız değişken; iş doyumunu ve işten ayrılma eğilimi ise bağımlı değişkenler olarak seçilmiştir. Araştırma ile bağımsız değişken ve bağımlı değişkenler arasında herhangi bir ilişki bulunup bulunmadığı ve bir ilişki varsa bu ilişkinin niteliğinin ölçülmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaçla, öncelikle literatür taranmış ve konu ile ilgili olarak çok sayıda çalışma ve bulguların olduğu tespit edilmiştir. Bunlardan, Imran vd., (2014), Tessema vd., (2013), Hofmans vd. (2013) vb araştırmacılar, çalışmalarında Kabul görme tatmini algısı ile iş doyumunu arasındaki ilişkiyi araştırma konusu edinmiş ve anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir.

Ayrıca, Hofmans vd. (2013), Ali ve Baloch (2011), Paré vd., (2000) vb araştırmacılar da, kabul görme memnuniyet algısı ile işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişki üzerine çalışmalar yapmışlar ve yine anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir.

Yukarıda belirtilen literatür taramasının sonuçları doğrultusunda, araştırma için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

H₁: İşgörenlerin kabul görme memnuniyet algısı ile iş doyumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: İşgörenlerin kabul görme memnuniyet algısı ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

II.II. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan bu çalışmada ana kitle olarak Konya Sanayisinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren ondokuz işletmenin yönetici ve çalışanları seçilmiş olup; içlerinde Türkiye'nin ilk beşyüz ya da ikinci beşyüz sanayi kuruluşu içerisinde bulunan büyük işletmeler de bulunmaktadır.

Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla, 5'li Likert tipi ifadelerden oluşan anket formu hazırlanmıştır. Çalışmanın örneklemini 194 kişiden oluşmaktadır. Anket formu 4 bölümden oluşmakta olup ilk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini ölçen 6 adet soru yer almaktadır. İkinci bölümde kabul görme memnuniyet algısı değişkenini ölçen (Arkoubi vd., 2011) ve (Ali ve Baloch, 2011) tarafından kullanılan ölçeğin ifadeleri yer almaktadır. Üçüncü bölümde, iş doyumunu ölçen (McKay vd., 2007), (King ve Xia, 2001), (Liu, 2005), (Moynihan ve Pandey, 2008), (Williams vd., 2003) tarafından kullanılan ifadeler yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise işten ayrılma eğilimini ölçen ve (McKay vd., 2007), (Muhammad ve Jamilha, 2010), (Arkoubi vd., 2011), (Appollis, 2010), (Daniels, 2004), (Lewis, 2010), (Liu, 2005), (Masdia, 2009), (Fun, 2007) tarafından kullanılan ifadeler yer almaktadır.

II.III. Bulgular

Katılımcıların demografik özellikleri şu şekildedir; Ankete 134'ü bay (%69,1), 60'ı bayan (% 30,9) olmak üzere toplam 194 kişi katılmıştır. Ankete katılanlar; yaş durumlarına göre % 70,6'sı (137 kişi) 18-35, % 29,4'ü (57 kişi) 35-50 yaş grubunda olup; 50 yaş üstü gruba giren katılımcı bulunmamaktadır. Ankete katılanların % 36,1'i (70 kişi) evli, % 63,9'u (124 kişi) bekarıdır. Eğitim durumlarına göre, ankete katılanlar arasında en yüksek oran % 68,6 (133 kişi) ile üniversite mezunlarına aittir. Üniversite mezunlarını % 27,8 (54 kişi) ile lise mezunları ve % 3,6 (7 kişi) ile ilköğretim mezunları takip etmektedir. Katılımcıların % 20,1'i (39 kişi) mavi yaka işçi; % 56,7'si (110) idari görevlerde bulunan beyaz yaka özel sektör çalışanlarından oluşmakta; % 23,2'si (45) ise yönetici grubunu temsil etmektedir. Katılımcıların % 15,5'i (30 kişi) 1 yıldan az süredir; % 42,8'i (83 kişi) 1-6 yıl arası; % 41,8'i (81 kişi) ise 6 yıldan fazla süredir işletmelerinde görevini sürdürmektedir.

Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizinde, bağımlı ve bağımsız değişkenler ayrı ayrı ele alınarak analiz edilmiştir. Bağımsız değişken olan Kabul görme tatmini ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Kabul Görme Memnuniyet Algısı Tatmini Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Sorular	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Ortalama	Güvenirlilik (Alfa)
Kabul görme memnuniyet algısı			3,617	72,340	2,8959	,904
Rec 4	,759	,871				
Rec 3	,747	,865				
Rec 2	,733	,856				
Rec 1	,702	,838				
Rec 5	,676	,822				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax.; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: %84,8; Bartlett's. Küresellik Testi için Ki- Kare: 607,163; df: 10; p<0,001

Kabul görme memnuniyet algısı için yapılan faktör analizi sonucunda tek faktör çıkmış olup, faktörün öz değeri 3,617'dir ve toplam varyansın %72,340'ını açıklamaktadır. Faktörün güvenilirliği 0,904 olarak tespit edilmiştir. Bartlett Testi için ki-kare 607,163 ve p anlamlılık değeri 0,001 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme değeri 0,848'dir. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Bağımlı değişkenlerden iş doyumunu ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: İş Doyumu Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Sorular	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Ortalama	Güvenirlik (Cronbach Alfa)
İş Doyumu			3,240	64,808	3,6237	,843
Sat_4	,790	,889				
Sat_3	,771	,878				
Sat_5	,761	,872				
Sat_2	,689	,830				
Sat_1	,229	,479				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax.; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: %78,9; Bartlett's. Küresellik Testi için Ki- Kare: 533,360; df: 10; p<0,001

İş doyumunu için yapılan faktör analizi sonucunda tek faktör çıkmış olup, faktörün öz değeri 3,240'dır ve toplam varyansın %64,808'ini açıklamaktadır. Faktörün güvenilirliği 0,843 olarak tespit edilmiştir. Bartlett Testi için ki-kare 533,360 ve p anlamlılık değeri 0,001 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme değeri 0,789'dur. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Bağımlı değişkenlerden işten ayrılma eğilimi ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3: İşten Ayrılma Eğilimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Sorular	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Ortalama	Güvenirlik (Cronbach Alfa)
İşten Ayrılma Eğilimi			7,041	70,408	2,3258	,952
Tint_5	,868	,932				
Tint_3	,835	,914				
Tint_6	,829	,911				
Tint_7	,799	,894				
Tint_1	,777	,881				
Tint_10	,693	,833				
Tint_9	,651	,807				
Tint_8	,637	,798				
Tint_2	,533	,730				
Tint_4	,418	,647				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: %93,0; Bartlett's. Küresellik Testi için Ki- Kare: 1909,573; df: 45; $p < 0,001$

İşten ayrılma eğilimi için yapılan faktör analizi sonucunda tek faktör çıkmış olup, faktörün öz değeri 7,041'dir ve toplam varyansın %70,408'ini açıklamaktadır. Faktörün güvenilirliği 0,952 olarak tespit edilmiştir. Bartlett Testi için ki-kare 1909,573 ve p anlamlılık değeri 0,001 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme değeri 0,930'dur. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

İşgörenlerin Kabul Görme Memnuniyet Algısı ile İş Doyumu ve İşten Ayrılma Eğilimleri Arasındaki İlişki

İşgörenlerin kabul görme memnuniyet algısı ile iş doyumunu ve işten ayrılma eğilimleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 4'de korelasyon analizine ilişkin sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 4: Kabul Görme Memnuniyet Algısı ile İş Doyumu ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki

	N	Ortalama	Std. Sapma	1	2	3
1. Kabul Görme Memnuniyet Algısı	194	2,8959	1,05501	1	,519**	-,408**
2. İş Doyumu	194	3,6237	,85465		1	-,450**
3. İşten Ayrılma Eğilimi	194	2,3258	1,06043			1

** $p < 0,01$

Tablo 4'e göre;

1. "Kabul görme memnuniyet algısı" ile "iş doyumunu" arasında pozitif yönde anlamlı ($p=0,01$) bir ilişki ($r = ,519$) olduğu görülmektedir ve bu sonuca göre "**H₁ İşgörenlerin kabul görme memnuniyet algısı ile iş doyumları arasında anlamlı bir ilişki vardır**" hipotezi kabul edilir.
2. "Kabul görme tatmini" ile "işten ayrılma eğilimi" arasında negatif yönde anlamlı ($p=0,01$) bir ilişki ($r = -,408$) olduğu görülmektedir ve buna göre "**H₂ İşgörenlerin kabul görme memnuniyet algısı ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır**" hipotezi kabul edilir.

Korelasyon analizinin yanısıra, sözkonusu değişkenler arasındaki ilişkinin niteliğinin belirlenmesi amacıyla doğrusal regresyon analizi de yapılmıştır.

Tablo 5: Kabul Görme Memnuniyet Algısı'nın İş Doyumuna Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	
	B	Std. Hata	Beta			
1	(Sabit)	2,407	,154	15,629	,000	
	Kabul görme memnuniyet algısı	,420	,050	,519	8,403	,000

Bağımlı Değişken: İşten doyumunu; R: ,519; R²: ,269; Düzeltilmiş R²: ,265; Model İçin F: 70,618, $p < 0,0001$

Tablo 5’deki regresyon analizi sonuçlarına göre; R^2 determinasyon katsayısı, işgörenlerin iş doyumunu ile ilgili tutum değişikliğinin kabul görme memnuniyet algısı ile açıklanabileceğini göstermektedir. İşgörenlerin kabul görme memnuniyet algısındaki bir birimlik artış, iş doyumlarında 0,519 birimlik bir artışa yol açmaktadır. Bu sonuca göre, H_1 hipotezi kabul edilir.

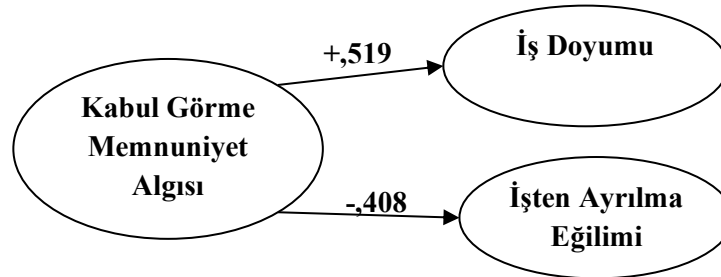
Tablo 6: Kabul Görme Memnuniyet Algısı’nın İşten Ayrılma Eğilimine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Anlam Düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3,514	,204		17,226	,000
1 Kabul görme memnuniyet algısı	-,410	,066	-,408	-6,199	,000

Bağımlı Değişken: İşten ayrılma eğilimi; R: ,408; R^2 : ,167; Düzeltmiş R^2 : ,162; Model İçin F: 38,431, $p < 0,0001$

Tablo 6’deki regresyon analizi sonuçlarına göre; R^2 determinasyon katsayısı, işgörenlerin işten ayrılma eğilimi ile ilgili tutum değişikliğinin kabul görme memnuniyet algısı ile açıklanabileceğini göstermektedir. İşgörenlerin kabul görme memnuniyet algısındaki bir birimlik artış, işten ayrılma eğilimlerinde 0,408 birimlik bir azalışa yol açmaktadır. Bu sonuca göre, H_2 kabul edilmektedir.

Araştırmanın bulguları ile ilgili olarak aşağıdaki gibi simgesel bir model kullanılmıştır.



Şekil 1: Kabul Görme Memnuniyet Algısı ile İş Doyumu ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kabul görme memnuniyet algısı, işgörenlerin iş yerinde yöneticileri tarafından diğer çalışma arkadaşları arasında fark edildiği, tanındığı, takdir edildiği ve kabul edildiğine dair tatmin olması durumudur.

Literatür kısmında, kabul görme memnuniyet algısı ile ilgili detaylı bilgiler verilmiş ve buna göre ampirik bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada elde edilen veriler üzerinde yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

1. Kabul görme memnuniyeti ile iş doyumunu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Imran vd., (2014), Tessema vd., (2013), Hofmans vd. (2013) da yaptıkları çalışmada aynı sonuca ulaşmışlardır.

2. Kabul görme memnuniyeti ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Hofmans vd. (2013), Ali ve Baloch (2011), Paré vd., (2000) yaptıkları çalışmada aynı sonuçlara ulaşmışlardır.

Bu sonuçlar, kabul görme memnuniyetinin işgörenlerin hem iş doyumunu hem de işten ayrılma eğilimleri üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Yöneticiler, iş tatmini düşük, işten ayrılma eğilimleri yüksek çalışanlar ile işletmelerini büyütemez, başarılı olamazlar. Özellikle işgören devrinin yıkıcı etkilerinden korunmak için yöneticilerin kabul görme memnuniyeti hususunda harekete geçmesi gerekmektedir.

Yöneticilerin, kabul görme memnuniyeti hususunda kolaydan zora doğru yapacakları hususunda bir liste yapılmak istenirse, aşağıdaki gibi mütevazı bir liste oluşturulabilir;

1. Yöneticiler, çalışanlarının maddi ihtiyaçları yanında manevi/psikolojik ihtiyaçlarının da olduğunu farkında olmalıdır,
2. Yöneticiler, finansal ödül mekanizmaları yanında finansal olmayan ödül mekanizmalarını da kullanmaktan çekinmemelidir, üstelik bunların örgüt için herhangi bir maliyeti de sözkonusu değildir,
3. Yöneticiler, sosyal mesafe olarak, çalışanlarına daha yakın durmalıdır,
4. Yöneticiler, çalışanlarıyla daha sıcak ilişkiler geliştirebilmelidir,
5. Yöneticiler, çalışanın gözünün içine bakıp sırtlarını sıvazlayarak, en azından “nasılsın, bir ihtiyacın var mı” diyerek, varlıklarından haberdar oldukları hissini çalışanlarına verebilmelidirler,
6. Yöneticiler, çalışanlarının işletme için bir fedakarlık yaptığını fark ettiklerinde, hem bu fedakarlıktan dolayı şükranlarını bildirip hem de bu çabayı maddi bir ödülle taçlandırmayı bilmelidirler,
7. Yöneticiler, çalışanlarının grupları içinde kabul görme ile yönetim tarafından kabul görme gibi bir ikilem içerisinde kalabilmeleri gibi olumsuz durumların oluşmasına izin vermemelidirler,

Sınırlılıklar

Araştırma, göreceli olarak küçük bir örneklem üzerinde yapılmıştır ve bu sebeple sonuçlar genellenmemelidir. Buna ilave olarak, soyut bir kavram olan kabul görme memnuniyet algısının işgörenler tarafından tam olarak anlaşılabilmesi, eğitim durumu ve kişilik özelliklerine göre farklı önem düzeylerine sahip olması araştırmanın bir diğer sınırlılık durumunu ifade etmektedir.

KAYNAKÇA

- Ali, N., & Baloch, Q. B. (2011). Impact of Job Satisfaction on Turnover Intention : An Empirical Evidence. *Journal of Management Sciences*, 2(1), 23–41.
- Appollis, V. (2010). The relationship between intention to quit, psychological capital and job satisfaction in the tourism industry in the Western Cape. Retrieved from <http://etd.uwc.ac.za/xmlui/handle/11394/2302>
- Arkoubi, K. Al, Bishop, J., & Scott, D. (2011). An Investigation of the Determinants of Turnover Intention Among Drivers. Retrieved from http://www.swdsi.org/swdsi07/2007_proceedings/papers/470.pdf
- Caligiuri, P., Lepak, D., & Bonache, J. (2010). *Global Dimensions of Human Resources Management: Managing the Global Workforce*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc. Retrieved from <http://cowles-proxy.drake.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cab00037a&AN=drake.u1330714&scope=site>
- Daniels, A. (2004). Listening to New Zealand nurses: a survey of intent to leave, job satisfaction, job stress, and burnout. Retrieved from <http://aut.researchgateway.ac.nz/handle/10292/199>
- Darling, K., Arn, J., & Gatlin, R. (1997). How to effectively reward employees. *Industrial Management (Norcross, Georgia)*, 39(4).

- Fun, C. H. & K. (2007). Work-Life Balance : The Impact of Family Friendly Policies on Employees ' Job Satisfaction and Turnover Intention. *Group*, (April). Retrieved from <http://lib-sca.hkbu.edu.hk/trsimage/hp/05003458.pdf>
- Gostick, A., & Elton, C. (2007). The Carrot Principle. *Carrot Principle - Business Book Summaries*, 1(1), 1–11. Retrieved from http://content.ebscohost.com/pdf25_26/pdf/2007/B5S5/12Mar07/24843973.pdf?T=P&P=AN&K=24843973&S=R&D=qbh&EbscoContent=dGJyMNHr7ESeqLQ4v+vIOLCmr0qeprFSsaq4TLSWxWXS&ContentCustomer=dGJyMOzpr1Cvpq5KuePfgex44Dt6fIA%5Cnhttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direc
- Hofmans, J., De Gieter, S., & Pepermans, R. (2013). Individual differences in the relationship between satisfaction with job rewards and job satisfaction. *Journal of Vocational Behavior*, 82(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2012.06.007>
- Imran, A., Ahmad, S., Nisar, Q. A., & Ahmad, U. (2014). Exploring Relationship among Rewards , Recognition and Employees ' Job Satisfaction : A Descriptive Study on Libraries in Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Reserach*, 21(9), 1533–1540. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.21.09.21720>
- King, R., & Xia, W. (2001). Retaining IS talents in the new millennium: effects of socialization on IS professionals' role adjustment and organizational attachment. *Proceedings of the 2001 ACM SIGCPR Conference on ...*, 144–156. <https://doi.org/10.1145/371209.371228>
- Knudsen, H., Ducharme, L., & Roman, P. (2008). Clinical supervision, emotional exhaustion, and turnover intention: A study of substance abuse treatment counselors in the Clinical Trials Network of the National Institute on Drug Abuse. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 35(4). <https://doi.org/10.1016/j.jsat.2008.02.003>
- Lewis, M. (2010). Causal factors that influence turnover intent in a manufacturing organisation. Retrieved from <http://www.repository.up.ac.za/handle/2263/23141>
- Liu, Y. (2005). Investigating turnover intention among emergency communication specialists. *Graduate Theses and Dissertations*. Retrieved from <http://scholarcommons.usf.edu/etd/744>
- Masdia, M. (Universiti U. M. (2009). *Job Satisfaction and Turnover Intention Among the Skilled Personnel in TRIpIc Berhad*. Retrieved from <http://etd.uum.edu.my/id/eprint/1826>
- McKay, P. F., Avery, D. R., Tonidandel, S., Morris, M. A., Hernandez, M., & Hebl, M. R. (2007). Racial differences in employee retention: Are diversity climate perceptions the key? *Personnel Psychology*, 60(1), 35–62. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00064.x>
- Moynihan, D. P., & Pandey, S. K. (2008). The ties that bind: Social networks, Person-organization value fit, and turnover intention. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(2), 205–227. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum013>
- Muhammad, M. A., & Jamilha, F. M. (2010). Level Of Job Satisfaction and Intent to Leave Among Malaysian Nurses. *Business Intelligence Journal -January*, 3(1). Retrieved from http://www.saycocorporativo.com/saycouk/bij/journal/vol3no1/article_10.pdf
- Paré, G., Tremblay, M., & Lalonde, P. (2000). The measurement and antecedents of turnover intentions among IT professionals. *CIRANO Working Papers*, (0), 1–36. Retrieved from <https://depot.erudit.org/id/000298dd?mode=full>
- Tessema, M. T., Ready, K. J., & Embaye, A. B. (2013). The Effects of Employee Recognition , Pay , and Benefits on Job Satisfaction : Cross Country Evidence. *Journal of Business and Economics*, 4(1), 1–12.
- Williams, A., Welch, L., Chairperson, C., & Virginia, W. (2003). Stress, Satisfaction, and Intent to Lea. *Thesis Submitted*, 70. Retrieved from www.ibrarian.net/navon/paper/Stress__Satisfaction__and__Intent_to_Leave.pdf?...%5Cn