



İSLÂMÎ DEĞERLERİN ÇALIŞAN MEMNUNİYETİNE ETKİSİ: BİR KATILIM BANKASI UYGULAMASI¹

Cevdet KAYA

Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.
İstanbul, Türkiye

Halil ZAİM

İİBF Dekan Yardımcısı
İşletme Bölüm Başkanı
Fatih Üniversitesi, İstanbul, Türkiye

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; çalışan memnuniyeti kavramını, günümüze kadar üretilen teoriler ve tarihsel bakış yönüyle anlatıp ekip kavramıyla ilişkisini ortaya koyduktan sonra İslami Değerler ışığında ele almak, diğer yandan bir saha çalışması ile İslami değerlerin çalışan memnuniyetine etkilerini katılım bankası örneğinde incelemektir. Etik değerlerin çalışan memnuniyeti üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar dünya literatüründe mevcuttur. Ancak İslami değerlerin çalışan memnuniyeti üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu noktada yapılan bu çalışmanın literatüre önemli katkısı olacağı düşünülmektedir. Diğer yandan İslami prensiplerle işletilen bir kurumda değerler ve memnuniyet ilişkisinin ölçülmesi konuyu daha da dikkat çekici ve önemli hale getirmektedir. Araştırma kapsamında, İslami değerler ve çalışan memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ölçmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini 300 adet katılım bankası çalışanı oluşturmaktadır. Anketlerden elde edilen veriler; SPSS11 ve Smart-PLS 2.0 programları ile analize tabi tutulmuştur. Analizler neticesinde, saha çalışmasının uygulandığı kurumda İslami değerlerden; hikmet, şecaat, iffet, adalet ve malikül mülkiyet değerlerinin çalışan memnuniyeti açısından anlamsız, hilafet ve inancın ise anlamlı olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çalışan Memnuniyeti, Ekip, Hikmet, İffet, Şecaat, Adalet, İnanç, Hilafet, Malikül Mülkiyet ve İslami Değerler.

¹ Bu makale Cevdet Kaya'nın "İslami Değerlerin Çalışan Memnuniyetine Etkisi: Bir Katılım Bankası Uygulaması" başlıklı tezinden türetilmiştir.

THE EFFECTS OF ISLAMIC VALUES ON EMPLOYEE SATISFACTION: A PARTICIPATION BANK APPLICATION

ABSTRACT

The main purpose of this study is to define the concept of employee satisfaction from theoretical and historical approaches, also figuring out the relationship with the concept of team and evaluating among Islamic values, finally exploring employee satisfaction in the case of a Participation Bank. Studies of the effects of ethical values on employee satisfaction are existing in the world literature. However, the studies which are researching the effects of Islamic values on employee satisfaction are very limited. At this point, the study would be considered as a big contribution to the literature. On the other hand, measuring the relationship of the value and satisfaction in a company which is influenced by Islamic principles makes it more important and remarkable. The survey was used to measure the relationship between fieldwork in Islamic values and employee satisfaction. The sample study consists of 300 bank staff. The data which were obtained from the survey were analysed in SPSS11, and Smart-PLS 2.00. As the result, wisdom, braveness, chastity, justice and property belonging to God were meaningless according to the satisfaction of the employees, opposingly the man's value and belief were meaningful.

Keywords: Employee Satisfaction, Team, Wisdom, Virtue, Brave, Belief, Human Value, the property belongs to Allah, and Islamic values.

1. GİRİŞ

Çalışma hayatı, insanların tüm sosyal ve iktisadi faaliyetlerini yürüttüğü, sosyolojik ve psikolojik gereksinimlerini temin üzere yer aldıkları ortamdır. Bu ortamlar; kapitalizm hegemonyası ile rekabetin ve para kazanma hırslarının giderek belirginleştiği savaş arenalarına dönüşmüş durumdadır. Bu durum çalışanların mutsuz olmasına, memnuniyetsizlik yaşamalarına ve verimlerinde düşüşe neden olabilmektedir. Memnuniyetsizliğin temelinde, değerlerden soyutlanmış bir çalışma yaşamının bulunduğu düşünülmektedir. Çalışanın bu ortamda birçok iç ve dış etkilerle hayatına devam etmesi ve meydana gelen gelişmeler ve etkileşimler ile hayatına yön vermesi söz konusudur.

Çalışanın kıymetinin bilinmesi ve memnuniyetinin artırılmasına katkıda bulunacak çalışmaların yürütülmesi ve toplumsal hayata dâhil edilmesi, bu sahanın öneminin günden güne gerçekleştirilen bilimsel çalışmalarla desteklenerek öne çıkması, kurumsal bakış açısının ortaya çıkarılarak insanın ve onun sahip olduğu manevi dinamiklerin çalışma hayatındaki öneminin daha fazla düzeyde anlaşılmasını sağlamıştır.

Kurumlar tarafından; “Etik İlkeler” kavramı kapsamına manevi değerler de dâhil edilmekte ve çalışanlar için daha kaliteli iş hayatı ortamlarını kurmak için faaliyetler ortaya koyulmaktadır. Çalışanların yeteneklerinin ve donanımlarının sürekli geliştirilmesine odaklanılması ve tüm haklarının korunması için atılan adımların doğal sonucu olarak, çalışan memnuniyetinin ve beraberinde işyerlerinin verimlerinin artması gerçeğinin, günden güne ön plana çıktığı görülmektedir.

Etik ilkeler ve çalışan memnuniyeti boyutlarının birbirlerini yeterli düzeyde etkilemesiyle iş hayatında memnuniyetin arzu edilen düzeye gelip gelmediğinin belirlenebilmesi için çalışanlara yönelik kalite ve memnuniyet artırıcı aktivitelerin yansımalarının işyerleri tarafından sürekli incelenmesi önemlidir. Bu yönde ölçümlerin yapılması ve alınacak aksiyonların süreci daha iyiye götüreceği içerikte olmasının bu alanda gelişme yaşanmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışan memnuniyetini etkileyen faktörlerin göz önünde bulundurulması ve bu boyutların olumlu yöndeki seyrinin güçlenmesine katkıda bulunulmasının da çalışan memnuniyetini artırma yönünde rol oynayacağı beklenmektedir.

2. LİTERATÜR

İslami değerlerin çalışan memnuniyetine etkisi ile ilgili literatürde çalışmaya rastlanılmamış olmakla birlikte, iş ahlakı uygulamaları, etik ilkeler ve örgütsel ahlakın çalışanlar ve çalışan memnuniyetine etkilerine ilişkin çalışmalara aşağıda yer verilmiştir.

Tunçay’ın (2009) bir Katılım Bankasında gerçekleştirdiği çalışmada; kurumsal kültürün benimsendiği, iş ahlâkı kavramına sahip çıkıldığı, çalışanların kişisel ahlâki değerlerinin yüksek olduğu ve iş ahlâkı kurallarını benimsendiği görülmüştür. Genel olarak; iş ahlâki değerlerinin artmasının, çalışanların memnuniyetini de artırdığı sonuçları ortaya çıkmıştır.

Çelik'in (2010) yaptığı farklı bir çalışmaya göre; önceki dönemlerde "En güçlü olan yaşasın.", "Ne üretirsem satarım." vb. anlayışında bulunan işletmelerin, günümüzde küreselleşme ve rekabetin de etkisi ile tüm faaliyetlerine dikkat etmelerinin zorunlu olduğu ve önümüzdeki yıllarda işletmelerin başarılı olabilmeleri ve uzun süre ayakta kalabilmeleri için de yüksek iş ahlakı değerlerine sahip olmaları gerektiği sonucuna varılmıştır. Doğan ve Karataş'ın (2011) yaptığı çalışmada, örgütsel etiğin çalışan memnuniyetini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Örgütlerin başarısı için çalışan memnuniyeti çok önemli bir etken olup, yöneticilerin çalışanlarıyla ilişkilerinde etik ilkeler çerçevesinde davranması ehemmiyetli görülmüştür. Çalışanlar; etik ilkeler çerçevesinde yapılandırılan örgütsel etiği, kendilerine etik davranışlar olarak kabul edip, model konumundaki yöneticileri vesilesiyle algılayabileceklerdir.

İGAD'ın (2013) İş Ahlakı Raporu'na göre, iş ahlakı problemlerinin ortadan kaldırılabilmesine katkıda bulunabilmek için; tek tek kişilerle ilgili faktörler üzerinde durulmalı, dini ve ahlaki değerler canlandırılmalı, çalışanlar doğru seçilmeli ve doğru işlerde görevlendirilmeli, çalışma şartları iyileştirilmeli, eğitim verilmeli ve toplumsal bilinç ve tepkiler geliştirilmelidir.

Abdurrahman Kurt'un (2009) İslam Çalışma Ahlakı kitabında; boş zamana İslam dininde güzel ve faydalı işler yapmak için mana atfedildiği ve diğer dinler gibi dinlenme amacıyla yüceltilmediği ve aynı zamanda çalışmanın ibadet kavramı içerisinde değerlendirildiğine ilişkin vurgu yapılmıştır. Dürüstlük, doğruluk, el emeği, ictimai mesuliyet çerçevesinde dünya hayatını güvenilir ve yaşamaya elverişli kılmayı hedefleyen islami kodların Hristiyan dünyeviliği anlayışından farklı olduğu anlatılmakta ve aynı zamanda yapılan işlerin ahlaki zeminde ve abartıdan uzak şekilde yapılması bazı İslami değerler ile tavsiye edilmektedir. İslam'da mal mülk yığmak amacıyla abartılı hareket edenlerin kınandığı ve fertlerin kendisi ve toplumları için "orta, ılımlı, düzenli" bir yolu tutarak, evrendeki tüm canlılara iyilik yapmayı hedefleyen disiplinli çalışma anlayışının övgüye değer bulunduğu anlatılmaktadır.

3. ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ, ÖNEMİ VE ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Yapılan iş veya etkileşimde bulunulan tüm çalışma ortamı bileşenlerine (fiziki şartlar, ara yöneticilerle ilişkiler, iş tanımları ve süreçlerin etkisi, kariyer ve kendini geliştirme, organizasyonel durum, performans politikası, takdir/ceza sistemi, iş ve özel hayat dengesi, ücret ve yan haklar, tepe yönetimi ile ilişkiler, şirket iletişim kanalları ve şirketin piyasa imajı) karşı duyulan tavır ve tutumların toplamına çalışan memnuniyeti denmektedir. (Kostak, 2014, s:1)

İş ortamında yaşanan deneyimler sonunda çalışanda oluşan psikolojik durum olumlu ise memnuniyet, olumsuz ise memnuniyetsizlik söz konusudur. (Aydın, 2005, s:283). Locke'a göre çalışan memnuniyeti, bireyin işini ve iş deneyimini değerlendirmesi sonucundaki memnun edici ya da pozitif duygusal durum olarak tanımlanmıştır. (Gülakan, 2013, s:12). Bireyin iş durumuyla ilgili kişisel değerlendirmesine çalışan memnuniyeti denmektedir. (Telman ve Ünsal, 2004,

s:13). Dahlggaard'ın yaptığı bir çalışmada, iş hayatında mükemmel başarı için, işletmelerin üzerinde durması gereken dört önemli kriterden (çalışanlar, iş arkadaşlığı, çalışma süreci ve ürün) bahsedilirken, bu kriterler “4Ps” (excellence people, excellence partnership, excellence processes, excellence products) mükemmel çalışan, mükemmel iş arkadaşlığı, mükemmel işleyen iş süreci, mükemmel ürün/hizmet olarak ifade edilmiştir. Çalışan memnuniyeti duygusuna sahip çalışanların, dünya kalitesinde ürettikleri ürün ve hizmetlerle müşteri memnuniyet/sadakati sağlanabilir (Emhan ve Gök, 2011, s:161).

Yaşam tatmini ve çalışan memnuniyeti arasında bir alaka bulunduğu yani çalışanın işiyle ilgili hissettiği tatminin hayatında da müspet olarak etkiler meydana getirdiği bilinmektedir. Çalışan memnuniyeti ve çalışanların tatmin duygularının işe olan etkilerini bilip kabul etmek, çalışanlar ve işveren açısından önem arz etmektedir (Çabukel, 2008, s:1).

Yaklaşık olarak 30 yıllık bir süreçte yapılan araştırmalar, iş ve çalışma tatmininin, bireyin genel yaşamı ile yaşamındaki tutum/davranışlara ve yaşam doyumuna yönelik bir etkisinin olduğuna işaret etmektedir (Keser, 2005, s:81). Bu sahada yapılan çalışmalarda, iş tatmini kişinin işinden duyduğu memnuniyet varsayımına dayanmakta olup, çalışan memnuniyeti konunun önemli bir boyutu olarak vurgulanmış ve ayrıca yoğun tartışma konusu olmuştur (Küskü, 2001, s:173).

Hackman ve Oldman (1975) çalışanların iş doyumunu etkileyen unsurlarını belirlemek üzere yaptıkları araştırmada çalışan memnuniyetinin artması için; iş için gerekli kabiliyetlerin alternatifli olması, iş ile entegre olabilme, işin manası, çalışana tanınan bağımsız konum, gösterilen performansla ilişkin çalışana dönülen geri bildirim şeklinde beş temel özelliğe sahip olunması gerektiğini belirtmişlerdir. (Telman ve Ünsal, 2004, s: 27).

Bu özelliklerin mevcudiyeti çalışanın işlerini keyifle yapmasına, işini sevmesine, kendisini kurumunun bir üyesi olarak kabul etmesine imkân vermektedir. (Yetim, 2001, s:16). İş tatminini etkileyen unsurlar sıralandığında; işin niteliği, organizasyonun yönetim şekli, çalışma ortamı, çalışanın iş arkadaş çevresi gibi etkenler dikkat çekmektedir. (Kanoğlu, 2007, s: 93-94) Piyasada çalışan memnuniyetine etki eden faktörlere ilişkin bir takım çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmada; bilgi çalışanlarının memnuniyetini etkileyen faktörlerin başında ücretin geldiği ve onu sırasıyla; iş arkadaşları, çalışma şartları ve iş güvencesinin takip ettiği görülmüştür (Zaim ve Koçak, 2010, s:2990).

ŞEKİL 1: Çalışan Memnuniyeti Modeli



4. ÇALIŞMA HAYATINDA ÖNE ÇIKAN İSLAMİ DEĞERLER

Özgün bir yaklaşımla “kutsal olan, kutsallık atfedilen” olguya değer denilmektedir. Değer; ahlâk felsefesinin en merkezî kavramlarından biri olarak bilinmektedir (Uysal, 2003, s:52). Bir başka deyişle değer kavramı; olaylar, nesnelere ve durumlar hakkında kişinin davranış ve düşüncelerini etkileyen inanç ve tutumlar olarak değerlendirilebilir (Çekin, 2012, s:140-151). Diğer bir açıdan baktığımızda değeri genel anlamda davranışlarımızı tesbite yarayan başlık şeklinde de tanımlamak mümkündür. (Arslan, 1998, s:108-109). Bu çerçevede; din ve ahlak eğitimi içerisinde değer eğitimi de özel bir alanı oluşturmaktadır (Çekin, 2012., s:140-151). Ayrıca İslami Değer ile ilgili olarak bazı yaklaşımlar şu şekildedir. Söz konusu değerleri; insanî erdemler (ya da ahlâkî değerler), İslâmî erdemler (ya da dinî değerler) şeklinde bir ayırıma tâbi tutmak mümkündür. Ahlâkî dediğimiz değerler, fitratımızda mevcut düşünme ve temyiz gücünü iyi kullanarak sahip olduğumuz erdemlerdir. Sonra, İhvân-ı Safâ'nın dediği gibi, dinî buyruk ve yasaklarla ise ahlâk güçlenmiş ve güzelleşmiş olur. Dinî ya da İslâmî dediğimiz değerler ise, bizim dindar olmamızın, Müslüman olmamızın sahip olmayı zorunlu kıldığı erdemlerdir. Bunların birbirinin tamamlayıcısı olduğunu biraz önce ifade etmiştik. “İnsanî” dediğimiz değerler, “İslâmî” değerlerle bütünleşememişse eksik, İslâmî değerler de tabanında insanî değerleri barındırmıyorsa havada kalmaktadır (Uysal, 2003, s: 51-69).

4.1. Gazzali'nin Ahlak Metodu

Gazzali; ahlak metodunu dört adet İslami değer üzerine kurmuştur. Gazzali bu değerleri; İslam dininin üzerine bina edildiği taşıyıcı ilkeler olarak nitelendirmiştir (Oruç, 2011, s:155). Söz konusu değerler; hikmet, şecaat, iffet ve adalettir. Hikmet ilim yoluyla, iffet takva yoluyla, şecaat nefis mücahadesi yoluyla, adalet ise insaf yoluyla doğar ve gelişir kanaatini taşımaktadır (Şahin, 1998, s: 24-282). Gazzali, Hikmet, Şecaat, İffet ve Adalet şeklinde olduğu ve bu özelliklerde olgunluk derecesine, Peygamber (SAV)'den başkasının ulaşamadığını ifade etmektedir (Arslan, A.(Çeviri), 1993, Gazzali, İhya I, s: 123).

4.1.1. Hikmet

Gazzali'ye göre ıstilahtaki anlamda hikmet değerinin içine aldığı alt değerler; tedbirli olmak, doğru düşünmek, sağlam görüş, zanda doğruluk şeklinde sayılmaktadır (Arslan A.(Çeviri) Gazzali, 1993, III, s;123-124). Onun en önemli eseri olan İhyaü Ulumud'din'de hikmete daha ziyade ilim kelimesinin kapsamı içinde anlam verilmektedir. Hatta İsfahani'nin yöneticilerle ilgili tasnifini hemen hemen aynen iktibas eden Gazzali, ez-Zeri'a müellifinin "ashabü'l-hikme" şeklinde adlandırdığı kesimi Allah'ı ve onun dinini bilen, nebilerin varisi alimler" olarak tanımlamakta. peygamberlerden sonraki en şerefli kesimin alimler olduğunu söylerken buna hikmetin akılla idrak edildiği ve üstünlüğünün buradan kaynaklandığı hususunu da ilave etmektedir. Nitekim İhya'daki "Kitabü'l-İlm" bölümünde hikmete yapılan atıflar ilim kelimesinin kapsamı içinde yer almaktadır. Gazzali'nin hikmete verdiği gerçek anlam onun tasavvufi epistemolojisine yansır. Buna göre insan ya beşeri yahut rabbani öğrenimle ilimleri tahsil edebilir. Hükemanın tefekkür yoluyla ortaya koyduğu nazari ve ameli ilimler bir kişiden öğrenilerek ve yeni birikimler ilave edilerek nesilden nesile intikal eder. Rabbani öğrenim ise ya vahiy yahut ilham yoluyla gerçekleşir. İlkine nebevi, ikincisine ledünni ilim denir. Hikmetin ne olduğu ledünni ilimle kavranabilir ve bu mertebeye ulaşmamış insana "hakim" denemez. Çünkü Bakara süresinin 269. ayetinde belirtildiği gibi hikmet Allah'ın bağışlarındandır. Böyle bir mertebeye ulaşanların ise artık çok fazla tahsile ihtiyaçları kalmaz Gazzali için hikmetin gerçek anlamı "ledünni ilim"dir (Arslan, A.(Çeviri), 1993, Gazzali, İhya I, s: 124).

4.1.2. Şecaat

Gazzali'ye göre ıstilahtaki anlamda şecaat; lütfkarlık, yardıma koşmak, sebatlı olmak, kadirşinaslık, vakarlı olmak şeklinde tanımlanmaktadır. Kaynaklarda faziletlere ancak insandaki duygusal eğilimlerin akla itaat etmesi sayesinde ulaşılabileceği, bu çerçevede şecaat erdemini kazanabilmek için gazap gücünü akla tâbi kılmak gerektiği üzerinde önemle durulur. Gazzâlî gibi bazı âlimler bu bağlamda aklın yanına dini de koymuşlardır. İbn Miskeveyh ve diğer bazı ahlâkçılar, şecaatle birlikte hilmi de nefsin gazap gücünün itidalli oluşuyla kazanılan temel erdemler arasında sayarken bazıları hilmi şecaatten kaynaklanan bir fazilet kabul etmiştir (Çağrı, 2010, s: 402).

Mâverdî ise hilmi gazabın zıddı olarak kullanmakta ve bu erdemi "gazap duygusu coştığında kendini zaptetme" şeklinde tanımlamaktadır. Ancak aynı âlim öfke duygusundan büsbütün yoksun kalmanın kişiyi şecaat, onur, hamiyet gibi erdemlerden de yoksun bırakacağına, sonuçta onu aşağılık bir duruma düşüreceğine dikkat çekmektedir. Bu görüşü Râgıb el-İsfahânî ve Gazzâlî gibi diğer ahlâkçılar da benimsemiştir (Çağrı, 2012, s:402).

4.1.3. İffet

İffet değerine bağlı nitelikler; hayâ, şehvi arzulara karşı iradeli hareket, kanaatkarlık, giyimde zerafet, sözü doğru olmak, itibar, güven, onur, saygınlık, iyi davranışlarla kişiliği süslemek, çirkin lezzetlerden korunup, heva/hevese karşı mukavemet göstermektir (Gazzali, 1988, s:268). İslâm ahlâkçıları, insanın aşırı

zevklerden uzak durmasının iffet ve erdem sayılabilmesi için bu tutumun bizzat kendi bilinçli tercihine dayanması ve güçlü bir iradî çaba ile gerçekleştirilmesi gerektiğini belirtirler (Çağrı, 2000, s: 506-507).

Psikolojik veya bedensel bir zafiyetten, âcizlik, korkaklık ve bilgisizlikten yahut başka bir engelden dolayı zevklerini terkeden kişi erdemli sayılmaz. Aynı şekilde ileride daha fazlasını elde etmek için mevcut bir zevkten feragat etmek de erdem değildir (Çağrı, 2012, Cilt.21, s.507).

4.1.4. Adalet

Gazzali'ye göre adalet; nefiste gazap ve şehveti, hikmete uygun olarak sevk ve yöneten; abartıya yönelmeyi engelleyen kuvvettir. Başka bir ifade ile; hikmet, şecaat ve iffet faziletlerini elde etmenin sonucu olarak kazanılan dördüncü bir faziletten daha bahseder ki o da adalettir. Adalet bu üç faziletin ahenginden doğan bir fazilettir. Adalet için diğer üç fazilette gördüğümüz ifrat ve tefrit söz konusu değildir. Onun sadece zıddı vardır ki, bu zulüm, reziletidir. Gazzali'ye göre adalet; ahlak, hukuk ve devlet idaresiyle ilgili siyasi konularda ahengin muhafazasıdır (Arslan, 1993: 123-124).

4.2. Sabahattin Zaim'in Ahlak Metodu

Gazzali'nin yanında "İslami değer" ile ilgili ikinci bir görüş, yaşadığımız dönemden bir isme aittir: Sabahattin Zaim. Zaim; insanın iktisadi hayatta yalnızca kişisel fayda maksimizasyonunu düşünen bir iktisadi adam gibi değil, Allah'ın ipine sınımsız sarılan, tercih ve davranışlarında İslam iktisadının pozitif yönü kadar normatif yönünü, değer hükümlerini ve ahlaki kaidelerini de dikkate alan bir "güzel insan" modelinde yaşamasını öngörmektedir. O'nun modeli; inanç, hilafet ve malikül mülkiyet değer'lerinden oluşmaktadır (Zaim, 2012, s:39).

4.2.1. İnanç

Sözlükte "tek ve bir olmak" anlamındaki vahd (vahdet, vühûd) kökünden türeyen tevhi'd "bir şeyin bir ve tek olduğunu kabul etmek" demektir. Allah'a kul olmak en büyük şeref, başkasına kul olmak en büyük zillettir. (Murad, 2012, s:18-20). İslam dini; iman ve ibadet ile muamelat, inanç ile hukuk, madde ile mana, iktisadi değerler ile manevi değerler dünya ile ahiret ve yeryüzü ile gökyüzü arasında vahdet (birlik) dinidir (Zaim, 2012, s:40).

4.2.2. Hilafet

İnsanın konumu yönüyle bakıldığında; İslam'ın iktisadi hayatla ilgili öne çıkardığı ikinci değer insanın en şerefli mahluk oluşu gerçeği görülmektedir. Bu durumda; insanlar arasında farklı maddi seviyeler söz konusu olmakta ve bu durumuyla denemelere tabi tutulmaktadır. Bu durum insanın mal ve mülkün mutlak maliki değil, fani yaşamıyla ancak kullanıcısı ve emanetçisi olduğunu ifade etmektedir (Zaim, 2012, s:41).

4.2.3. Malikül Mülkiyet

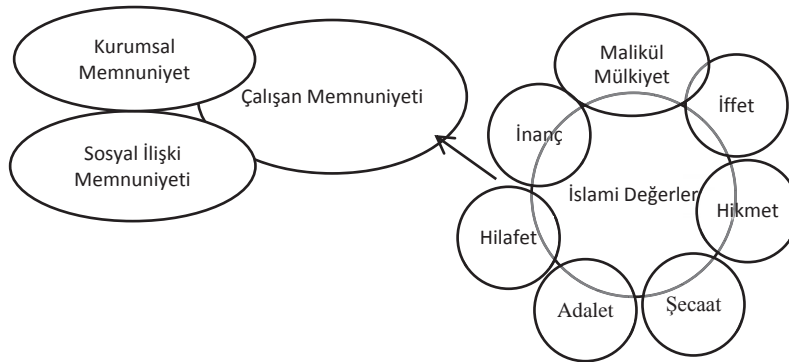
Allah, mutlak mülk sahibi iken, eşref-i mahluk olarak insan da mutlak Malik'in verdiği bir şahsi mülke sahiptir. İnsanın yapması gereken şey, şahsi mülkün kaynağını unutmamaktır. Bu bağlamda Zaim'e göre; İslam dininin iktisadi hayata bakışı açısından önem verdiği değerlerden bir diğeri de özel mülkiyet ve hür teşebbüs olarak anlatılmıştır. Daha önce de belirtildiği şekliyle, İslam dininde mülkiyet tamamen ve bütünüyle Allah'a aittir (malikül mülkiyet). Allah; halifesi (yeryüzündeki temsilcisi, değer atfedilen sorumluluk sahibi) göreviyle yarattığı insana, onu imtihan etmek üzere mal ve mülk vermekte ve imtihan gereği olarak dilediği kişiye, takdir ettiği miktarda mülk nasib etmektedir. Ancak kişi mülkün sahibi değil emanetçisidir ve onu dilediği yollardan elde edemez ve dilediği gibi kullanamaz. Faiz başta olmak üzere tefecilik, dolandırıcılık, haksız rekabet, karaborsacılık gibi yollarla mal ve servet elde edilmesi yasaklanmıştır. Diğer yandan israf, cimrilik, stokçuluk, malın bilerek zayi edilmesi, adam kayırma ve işi ehline vermeyerek kaynakların verimsiz biçimde kullanılması da yasaklanmıştır (Zaim H., 2012, s: 45).

Zekât bir lütuf değil fakirin zenginin malındaki hakkı olarak telakki edilmiş, karz-ı hasen ve borçluya mühlet verme, ihtiyaç sahiplerine yardım etme ve sadaka verme teşvik edilmiştir (Zaim S., 1992). Böylelikle bir yandan özel mülkiyetin serbest bırakılması ve ticaretin teşvik edilmesi ile iş hayatına esneklik ve dinamizm kazandırılması, iktisadi kaynakların verimli kullanılması, bireylerin ve kurumların iktisadi faaliyetlere motive edilmesi amaçlanmış, diğer yandan zekât, sadaka ve karz-ı hasen gibi hususlarla sosyal adaletin sağlanması hedeflenmiştir. Bu sayede bireyin çıkarları ile toplumun çıkarları arasında bir uyum gözetilmiş ancak bireysel çıkarlar sosyal öncelikler gözetilerek sınırlandırılmıştır (Zaim H., 2012, s: 44-45).

5. ARAŞTIRMANIN MODELİ

İslami değerlerin literatürde birçok alt boyutu bulunmakla birlikte, modelimiz kapsamında bunlardan Gazzali modelindeki dört ve Zaim modelindeki üç olmak üzere toplam yedi alt boyutu ele alınmıştır. Bunlar Gazzali'nin modelindeki; adalet, iffet, hikmet, şecaat ile Zaim'in; modelindeki inanç, malikül mülkiyet ve hilafet değerleridir. Çalışan memnuniyetinin iki alt boyutu kapsama dâhil edilmiştir.

ŞEKİL 2. Saha Çalışması, İslami Değerler Modeli



5.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Ölçek konusunda üç uzman akademisyenin görüşleri alınmıştır. 30 kişiyle yapılan pilot çalışmada ankete son şekli verilip, uygulamaya geçilmiştir. Çalışmanın evrenini katılım bankası çalışanları ve örneklemini hedef kitle olarak seçilen 360 adet Katılım Bankası çalışanı oluşturmaktadır. Çalışanlara e-posta yolu ile ulaşıp, eksik cevaplanan anketler değerlendirilmemiştir. Sonuçta 300 adet anket üzerinden nicel araştırma gerçekleştirilmiştir.

5.2. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın birden fazla kısıtı olup, ilk kısıt; saha çalışmasının sadece bir katılım bankasında yapılması ve diğer kurumların çalışanları ile karşılaştırmanın yapılamayışdır. Diğer ise; veri toplamak için kısa bir süreye sahip olunması ve bu nedenle sınırlı sayıda çalışana ulaşılmış olmasıdır. Mesai saatleri içerisinde anketlerin gönderilmesi, çalışanların tüm soruları yanıtlamaması ve bazı anketlerin analiz dışı tutulmasına neden olmuştur.

5.3. Veri Toplama Araçları

Anket demografik bilgi formu, Gazzali'nin dörtlü değerler modeli ile Zaim'in üçlü değerler modelinden oluşan modelimizdeki İslami değerler ölçeği ve çalışan memnuniyeti ölçeği bölümlerinden oluşmaktadır.

5.4. İslami Değerler Ölçeği Geçerliliği ve Güvenirliliği

Cronbach's Alfa değeri 0,9036 olarak bulunmuş olup, bu değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

TABLO 1: İslami Değerler Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	Soru Sayısı	C. Alpha
İslami Değerler	29	0,9036

Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği istatistiği 0.880 olarak hesaplanmış olup, bu değer verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

TABLO 2: İslami Değerler KMO ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterlilik Ölçütü	0,880	
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	3.692,346
	Serbestlik Derecesi	406
	Anlamlılık	,000

Yapılan analizde toplam varyansın %64,653'ünü açıklayan 29 madde ve 7 boyutlu ölçme aracı elde edilmiştir.

TABLO 3: İslami Değerler Faktör Analizi Açıklama Oranı

Faktör	Başlangıç Eigen Değerleri		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1 (İnanç)	9,107	31,403	31,403
2 (Adalet)	2,538	8,751	40,153
3 (İffet)	1,929	6,653	46,806
4 (Hikmet)	1,422	4,904	51,710
5 (Hilafet)	1,360	4,689	56,399
6 (Şecaat)	1,220	4,208	60,607
7 (Malikül Mülkiyet)	1,173	4,046	64,653

5.5. Çalışan Memnuniyeti Ölçeği Geçerliliği ve Güvenirliği

Cronbach's Alfa değeri 0,879 olarak bulunmuş olup, bu değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

TABLO 4: Çalışan Memnuniyeti Ölçeği Güvenilirlik Sonucu

Ölçekler	Soru sayısı	C. Alpha
Çalışan Memnuniyeti	8	0,879

Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği istatistiği 0,879 olarak hesaplanmış olup, bu değer verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

TABLO 5: Çalışan Memnuniyeti KMO ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterlilik Ölçütü	0,879	
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	1.024,058
	SD	28
	P	,000

Analiz sonucunda elde edilen Varyans değerleri ile 8 madde ve iki faktörden oluşan bir ölçeğe aracı elde edilmiştir.

TABLO 6: Çalışan Memnuniyeti Varyans Analizi

Faktör	Başlangıç Eigen Değerleri		
	Toplam	Variance (%)	Kümülatif (%)
1 (Kurumsal Memnuniyet)	4,249	53,110	53,110
2 (Sosyal İlişki Memnuniyeti)	1,132	14,153	67,264

6. Bulgular

Analizlerde anlamlılık düzeyi 0,05 olarak alınmıştır. Bu bölümde demografik bilgiler ve İslami değerler ile çalışan memnuniyeti ölçeklerine verilen cevaplar değerlendirilecektir.

TABLO 7: Kıdem ve Pozisyon İlişkisi Çapraz Tablosu

			Pozisyonunuz				Total
			Yetkili	Uzman	Yönetici/ Yönetmen	Müdür	
Meslekte Toplam Çalışma Yılı	0-1 arası	Sayı	25	9	0	1	35
		Satır (%)	71,4	25,7	,0	2,9	100,0
	1-3 arası	Sayı	35	53	0	0	88
		Satır (%)	39,8	60,2	,0	,0	100,0
	3-5 arası	Sayı	12	35	11	0	58
		Satır (%)	20,7	60,3	19,0	,0	100,0
	5 yıl ve üzeri	Sayı	12	20	60	27	119
		Satır (%)	10,1	16,8	50,4	22,7	100,0
	Toplam	Sayı	84	117	71	28	300
		Satır (%)	28,0	39,0	23,7	9,3	100,0

TABLO 8: Kıdem ve Pozisyon İlişkisi Ki Kare Tablosu

	Değer	SD	P (Çift Yönlü)
Pearson Ki-Kare	1,798E2 ^a	9	,000
Olabilirlik Oranı	206,560	9	,000
Toplam Sayı	300		

Ki-Kare tablosunda anlamlılık değeri $p=0,00$ olduğu görüldüğünden ve $0,05$ 'ten küçük olduğundan; kıdemle pozisyon arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu söylenebilir. İlk tabloda çalışma yılı ve pozisyon karşılaştırması çapraz tablo ile verilmiş ve kıdemleri 0-1 yıl arasında olan personelin %71,4'ü yetkili pozisyonunda, %25,7'si uzman pozisyonunda ve %2,9'u müdür pozisyonunda çalıştığı, 0-1 yıl arası kıdemli personel arasında yönetici veya yönetmen pozisyonunda kimsenin bulunmadığı görülmüştür. Kıdemleri 1-3 yıl arasında olan personelin %39,8'i yetkili, %60,2'si uzman pozisyonunda çalışmaktadır. 1-3 yıl arası kıdemli personel arasında yönetmen, yönetici veya müdür pozisyonunda olan kimse bulunmamaktadır. Kıdemleri 3-5 yıl arasında olan personelin %20,7'si yetkili, %60,3'ü uzman, %19'u yönetici veya yönetmen pozisyonunda olup, 3-5 yıl arası kıdemli personel arasında müdür pozisyonunda olan yoktur. Kıdemi 5 yıl üzeri personelin % 10,1'i yetkili, %16,8'i uzman, %50,4'ü yönetici/yönetmen ve %22,7'si müdür pozisyonunda çalışmakta ve çalışma yılı arttıkça, pozisyonun seviyesinde artış olduğu görülmektedir.

TABLO 9: Kıdem ve Eğitim Düzeyi İlişkisi Çapraz Tablosu

			Eğitim Düzeyi					Toplam (%)
			Lise	Ön lisans	Lisans	Yüksek	Doktora	
Meslekteki Toplam Çalışma Yılı	0-1 arası	Sayı	2	3	25	5	0	35
		Satır (%)	5,7	8,6	71,4	14,3	,0	100,0
	1-3 arası	Sayı	0	3	66	19	0	88
		Satır (%)	,0	3,4	75,0	21,6	,0	100,0
	3-5 arası	Sayı	1	1	33	21	2	58
		Satır (%)	1,7	1,7	56,9	36,2	3,4	100,0
	5 yıl ve üzeri	Sayı	8	6	73	32	0	119
		Sayı	6,7	5,0	61,3	26,9	,0	100,0
	Toplam	Satır (%)	11	13	197	77	2	300
			3,7	4,3	65,7	25,7	,7	100,0

TABLO 10: Kıdem ve Eğitim Düzeyi İlişkisi Ki Kare Tablosu

	Değer	SD	P (Çift Yönlü)
Pearson Ki-Kare	25,551 ^a	12	,012
Olabilirlik Oranı	26,513	12	,009
Toplam Sayı	300		

Ki-Kare test tablosunda anlamlılık değeri $p=0,012$ olduğu görüldüğünden ve $0,05$ 'ten küçük olduğundan; kıdemle, eğitim seviyesi arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu söylenebilir.

Toplam çalışma yılı ve eğitim düzeyi çapraz tablosuna göre; meslekteki kıdemleri 0-1 yıl arasında olan personelin %5,7'si lise, %8,6'sı ön lisans, %71,4'ü lisans, %14,3'ü yüksek lisans mezunudur. Kıdemleri 1-3 yıl arasında olan personelin %3,4'ü ön lisans, %75'i lisans, %21,6'sı yüksek lisans mezunu, 3-5 yıl arasında olan personelin %1,7'si lise, %1,7'si ön lisans, %56,9'u lisans, %36,2'si yüksek lisans ve %3,4'ü doktora mezunu ve kıdemleri 5 senenin üzerinde olan personelin %6,7'si lise, %5'i ön lisans, %61,3'ü lisans ve %26,9'u yüksek lisans mezunudur.

6.1. Çalışanların Meslekteki Pozisyonlarına Göre Dağılımı

TABLO 11: Çalışanların Mesleki Pozisyonlarına Göre Frekans Dağılımı

	Sıklık	Yüzde
Yetkili	84	28,0
Uzman	117	39,0
Yönetici/ Yönetmen	71	24,0
Müdür	27	9,0
Toplam	300	100,0

Katılımcıların çalıştığı yerdeki pozisyonu incelendiğinde %28'inin yetkili, %39'unun uzman, %24'ünün yönetici-yönetmen, %9,0'nının müdür konumunda görev aldığı tespit edilmiştir.

TABLO 12: Meslekteki Pozisyon ve Yaş İlişkisi Çapraz Tablosu

Pozisyonunuz		Yaşınız Nedir			Toplam
		20-30	30-40	40 ve üzeri	
Yetkili	Sayı	74	9	1	84
	Satır (%)	88,1	10,7	1,2	100,0
Uzman	Sayı	94	22	1	117
	Satır (%)	80,3	18,8	,9	100,0
Yönetici / Yönetmen	Sayı	12	51	8	71
	Satır (%)	16,9	71,8	11,3	100,0
Müdür	Sayı	0	9	19	28
	Satır (%)	,0	32,1	67,9	100,0
Toplam	Sayı	180	91	29	300
	Satır (%)	60,0	30,3	9,7	100,0

TABLO 13: Meslekteki Pozisyon Ve Yaş İlişkisi Ki Kare Tablosu

	Değer	SD	P (Çift Yönlü)
Pearson Ki-Kare	2,279E2 ^a	6	,000
Olabilirlik Oranı	197,986	6	,000
Toplam Sayı	300		

Ki-Kare test tablosunda anlamlılık değeri $p=0,00$ olduğu görüldüğünden ve $0,05$ 'ten küçük olduğundan; meslekteki pozisyon ile yaş arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu söylenebilir. Pozisyon ve yaş düzeyi çapraz tablosuna göre, yetkili pozisyonunda çalışan personelin %88,1'i 20 – 30 yaş arasında, %10,7'si 30-40 yaş arasında, %1,2'si 40 yaş ve üzerinde bulunmaktadır. Pozisyon ve yaş düzeyi çapraz tablosuna göre, uzman pozisyonunda çalışan personelin %80,3'ü 20 – 30 yaş arasında, %18,8'i 30-40 yaş arasında, %9'u 40 yaş ve üzerinde, yönetici / yönetmen pozisyonunda çalışan personelin %16,9'u 20 – 30 yaş arasında, %71,8'i 30-40 yaş arasında, %11,3'ü 40 yaş ve üzerinde, müdür pozisyonunda çalışan personelin %32,1'i 30-40 yaş arasında, %67,9'u 40 yaş ve üzerinde bulunmaktadır.

6.2. Çalışanların Yaşı ve İslami Değerler Arasındaki İlişkiler

Çalışanların yaşı ve İslami değerlere yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H_0 : İslami değerler alt boyutları ile çalışanların yaşları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : İslami değerler alt boyutları ile çalışanların yaşları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların İslami değerlere yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 15: İslami Değerler Anova Testi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	Anlamlılık
Hikmet	Gruplar Arası	3,195	2	1,598	8,526	,000
	Gruplar İçi	55,652	297	,187		
	Toplam	58,847	299			
Şecaat	Gruplar Arası	,383	2	,192	,576	,563
	Gruplar İçi	98,830	297	,333		
	Toplam	99,213	299			
İffet	Gruplar Arası	,548	2	,274	1,791	,169
	Gruplar İçi	45,394	297	,153		
	Toplam	45,942	299			
Adalet	Gruplar Arası	1,058	2	,529	2,204	,112
	Gruplar İçi	71,287	297	,240		
	Toplam	72,346	299			
Hilafet	Gruplar Arası	,030	2	,015	,071	,932
	Gruplar İçi	63,405	297	,213		
	Toplam	63,435	299			
Malikül Mülkiyet	Gruplar Arası	2,848	2	1,424	8,871	,000
	Gruplar İçi	47,671	297	,161		
	Toplam	50,519	299			
İnanç	Gruplar Arası	,685	2	,342	1,538	,216
	Gruplar İçi	66,116	297	,223		
	Toplam	66,801	299			

Yukarıdaki ANOVA tablosunda sig. (anlamlılık) değerleri görülmektedir. Bu değerlere göre çalışanların yaşları ile İslami değerler ölçeğinin alt boyutları olan hikmet ve malikül mülkiyet değerleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < \alpha = 0,05$). Farklılığın kaynağını belirlemek amacıyla Tukey testi yapılmıştır.

TABLO 16: Hikmet ve Malikül Mülkiyet Tukey Testi Sonuçları, Tukey HSD

Bağımlı Değişken	(I) Yaşınız Nedir	(J) Yaşınız Nedir	Ortalamalar Arası Fark (I-J)	Standart Hata	P
Hikmet	20 30	30 40	-,2060(*)	,05568	,001
		40 ve üzeri	-,2243(*)	,08662	,027
	30 40	20 30	,2060(*)	,05568	,001
		40 ve üzeri	-,0183	,09231	,979
	40 ve üzeri	20 30	,2243(*)	,08662	,027
		30 40	,0183	,09231	,979
		30 40	,0159	,09853	,986
Malikül Mülkiyet	20 30	30 40	-,1762(*)	,05153	,002
		40 ve üzeri	-,2517(*)	,08017	,005
	30 40	20 30	,1762(*)	,05153	,002
		40 ve üzeri	-,0755	,08543	,651
	40 ve üzeri	20 30	,2517(*)	,08017	,005
		30 40	,0755	,08543	,651

* Anlamlılık düzeyi % 5 alınmıştır.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde; 30-40 yaş arası çalışanın 20-30 yaş arası çalışandan hikmet puanı yüksektir ve ($p < \alpha = 0,05$) olması nedeniyle istatistiksel olarak anlamlıdır. 40 ve üzeri yaştakilerin de 20-30 yaş arası çalışandan hikmet puanları yüksek çıkmaktadır ve ($p < \alpha = 0,05$) olması nedeniyle istatistiksel olarak anlamlıdır. 30-40 yaş arası çalışanın 20-30 yaş arası çalışandan malikül mülkiyet değerine ait puanı yüksektir ve ($p < \alpha = 0,05$) olması nedeniyle istatistiksel olarak anlamlıdır. 40 ve üzeri yaştaki çalışanların 20-30 yaş arası çalışanlardan malikül mülkiyet puanı yüksektir ve ($p < \alpha = 0,05$) olması nedeniyle istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuçlar; İslami Değerler ile yaş arasındaki ilişkinin benzeri biçimde bir sonuç içermekle birlikte, yıllar geçtikçe bir takım yan hakları da elde ettikçe ve piyasadaki işyerleri ile kendi işyerini mukayese ettikçe çalışan memnuniyetinin arttığını göstermektedir. Diğer yandan; İslami literatürde Peygamberlere kırk yaşından itibaren kitap ve hikmetin verildiğinin anlatılması ve modellenmesi ışığında, kırk yaşından sonra olgunlukta ve tecrübelerle yetişmişlikte yeterli bir seviyeye gelinmesiyle, insanlarda hikmet olgusunun temayüz ettiğini görmekteyiz. Ayrıca kişilerin yaşları ilerledikçe biraz daha empati yapma ve masanın yavaş yavaş çalışan memnuniyeti oluşturma açısından alan tarafından, tahsis eden tarafına geçtikçe memnuniyetinin artması tabii hale gelmektedir.

6.3. Çalışanların Cinsiyeti ve İslami Değerler Arasındaki İlişkiler

Çalışanların cinsiyeti ve İslami değerlere yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada iki farklı grup arasında karşılaştırma imkânı sağlayan bağımsız örneklem t testi yöntemi uygulanacaktır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: İslami değerler alt boyutları ile çalışanların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: İslami değerler alt boyutları ile çalışanların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların İslami değerlere yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 17: İslami Değerler T Testi

		F	P	t	SD	P (Çift Yönlü)
Hikmet	Eşit Varyans Varsayımı	,006	,940	,246	298	,806
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı			,237	76,838	,814
Şecaat	Eşit Varyans Varsayımı	,048	,826	,381	298	,704
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı			,371	77,934	,712
İffet	Eşit Varyans Varsayımı	,106	,745	-,195	298	,845
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı			-,193	79,268	,847
Adalet	Eşit Varyans Varsayımı	,342	,559	-,997	298	,319
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı			-1,019	82,007	,311
Hilafet	Eşit Varyans Varsayımı	1,214	,272	-1,035	298	,302
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı			-1,082	84,264	,282
Malikül Mülkiyet	Eşit Varyans Varsayımı	,083	,774	,161	298	,872
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı			,168	84,251	,867
İnanç	Eşit Varyans Varsayımı	,253	,615	-1,015	298	,311
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı			-1,072	85,326	,287

Yukarıdaki t testi sonuçlarına göre bayan ve bay çalışanların, İslami değerler boyutuna ait değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Sigma 0,05'ten büyük). Bu da; aynı sosyal ve İslami değerlerin kazandırıldığı ortamlarda yetişmiş bulunan bay ve bayanların islami değerlere bakış açıları ve değerlendirmelerinin doğal olarak aynı düzeyde olduğunu göstermekte ve herhangi bir uyumsuzluk içermemektedir. Ayrıca; üstünlüğün x, y, z şahıslarında değil, İslami değerlerden takva ile donanmış erkek-kadında olması baz alınarak, ileri düzeyde araştırma konusu ortaya çıkmaktadır.

6.4. Çalışanların Eğitim Düzeyi ve İslami Değerler Arasındaki İlişkiler

Çalışanların eğitim düzeyi ve İslami değerlere yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: İslami değerler alt boyutları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: İslami değerler alt boyutları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Hipotezlere göre çalışanların İslami değerlere yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda bulunmaktadır.

TABLO 18: Çalışanların Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Testi

		Kareler Toplamı	SD	Kareler	F	P
Hikmet	Gruplar Arası	,272	4	,068	,342	,849
	Gruplar İçi	58,575	295	,199		
	Toplam	58,847	299			
Şecaat	Gruplar Arası	,601	4	,150	,449	,773
	Gruplar İçi	98,612	295	,334		
	Toplam	99,213	299			
İffet	Gruplar Arası	,947	4	,237	1,551	,187
	Gruplar İçi	44,995	295	,153		
	Toplam	45,942	299			
Adalet	Gruplar Arası	,750	4	,188	,773	,544
	Gruplar İçi	71,596	295	,243		
	Toplam	72,346	299			
Hilafet	Gruplar Arası	,613	4	,153	,720	,579
	Gruplar İçi	62,822	295	,213		
	Toplam	63,435	299			
Malikül Mülkiyet	Gruplar Arası	,763	4	,191	1,131	,342
	Gruplar İçi	49,755	295	,169		
	Toplam	50,519	299			
İnanç	Gruplar Arası	1,245	4	,311	1,401	,234
	Gruplar İçi	65,556	295	,222		
	Toplam	66,801	299			

Yukarıdaki ANOVA tablosunda da anlamlılık (P) sütunundaki değerlerin 0,05 düzeyinden yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum çalışanların eğitim düzeyleri ile İslami değerlere yönelik algıları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki ANOVA tablosunda da anlamlılık (P) sütunundaki değerlerin 0,05 düzeyinden yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum çalışanların eğitim düzeyleri ile İslami değerlere yönelik algıları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu göstermektedir. Buna göre; Kurumun personel istihdamında kurum kültürüne uygun aday profilinde istihdam yapmasının ve çalışanlara İslami değerlere değinilerek verilmekte olan Kurum ve Hizmet kültürü eğitimlerinin katkılarıyla, eğitim altyapılarının sağlam zeminde, sürekli zinde tutulmasının etkilerinin olduğunu söyleyebiliriz. Eğitim düzeyi ile ilgili bakış açısının daha istikrarlı zemine oturması ve ayrımcı yönelişlere meyil oluşmaması için Kurum içerisindeki sosyal hobi ve uğraş birlikteliklerinin artırılması ve desteklenmesi, personelin farklı güçlü sanatsal yetkinliklerinin ön plana çıkarılarak, odaklanmanın ağırlık merkezinin sadece eğitim düzeyi gibi şartlanmalardan uzaklaştırılıp, her türlü sosyal alandaki yetkinliğin de önemli birer değer ifade ettiğinin kabullenilmesini sağlayabilecektir.

6.5. Çalışanların Kıdemleri ve İslami Değerler Arasındaki İlişkiler

Çalışanların kıdemleri ve İslami değerlere yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: İslami değerler alt boyutları ile çalışanların kıdemleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: İslami değerler alt boyutları ile çalışanların kıdemleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların İslami değerlere yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 19: Çalışanların Kıdemlerine Göre Anova Testi

		Kareler	SD	Kareler	F	P
Hikmet	Gruplar Arası	4,028	3	1,343	7,250	,000
	Gruplar İçi	54,819	296	,185		
	Toplam	58,847	299			
Şecaat	Gruplar Arası	1,669	3	,556	1,689	,170
	Gruplar İçi	97,544	296	,330		
	Toplam	99,213	299			
İffet	Gruplar Arası	,436	3	,145	,945	,419
	Gruplar İçi	45,506	296	,154		
	Toplam	45,942	299			
Adalet	Gruplar Arası	,583	3	,194	,802	,494
	Gruplar İçi	71,763	296	,242		
	Toplam	72,346	299			
Hilafet	Gruplar Arası	,067	3	,022	,104	,957
	Gruplar İçi	63,368	296	,214		
	Toplam	63,435	299			
Malikül Mülkiyet	Gruplar Arası	1,908	3	,636	3,873	,010
	Gruplar İçi	48,610	296	,164		
	Toplam	50,519	299			
İnanç	Gruplar Arası	,469	3	,156	,697	,554
	Gruplar İçi	66,332	296	,224		
	Toplam	66,801	299			

Yukarıdaki tabloda çalışanların kıdemlerinin İslami değerler alt boyutlarına ilişkin algılarının ANOVA testi sonuçları görülmektedir. Tablolar incelendiğinde hikmet ve malikül mülkiyet değerlerine ait anlamlılık düzeylerinin 0,05'ten küçük olduğu bulunmuştur. Buna göre çalışanların hikmet ve malikül mülkiyet değerlerine yönelik algı ortalamaları kıdemlerine göre paralellik göstermektedir. Bu paralellik istatistiki olarak anlamlıdır. Buna göre çalışanların hikmet ve malikül mülkiyet değerlerine yönelik algıları kıdemlerindeki artışa göre paralellik göstererek artmaktadır. Kurum çalışanlarının gün geçtikçe bilgi birikimi ve tecrübelerinin artması ve bu durumun da sektör bazında kararlarına etki ettiği ve ayrıca çalışanların, çalışma evrelerinin ilk adımlarında birikim ve yatırım yapmaya daha fazla odaklandıkları ve zamanla mülk edindikçe de bu mülkün aslında geçici olduğu ve sonsuza kadar bu mülke sahip olamayacağı hissini ağır bastığı söylenebilecektir. Burada yine eğitim programları

ve yönetim mesajlarında; sürekli şahsi mal ve mülk edinmekten ziyade, toplumsal sosyal sorumluluk projeleri ve paylaşımlarına ağırlık verilmesinin hem dünya hem de ahiret yaşamına sağlayacağı katkılar işlenmeli ve sağlam çalışma ilkelerinin yanısıra sağlam yaşam ilkelerinin önemli bir parçası olan hikmet ve malikül mülkiyet bilincinin yerleşmesine öncelik verilmesine gayret edilmesi önem arz etmektedir.

6.6. Çalışanların Bulunduğu Pozisyon ve İslami Değerler Arasındaki İlişkiler

Çalışanların pozisyonları ve İslami değerlere yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: İslami değerler alt boyutları ile çalışanların pozisyonları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: İslami değerler alt boyutları ile çalışanların pozisyonları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda; çalışanların İslami değerlere yönelik algılarının değerleri, aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 20: Çalışanların Pozisyonlarına Göre Anova Testi

		Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P
Hikmet	Gruplar Arası	2,427	3	,809	4,245	,006
	Gruplar İçi	56,419	296	,191		
	Toplam	58,847	299			
Şecaat	Gruplar Arası	,643	3	,214	,644	,587
	Gruplar İçi	98,570	296	,333		
	Toplam	99,213	299			
İffet	Gruplar Arası	,339	3	,113	,734	,532
	Gruplar İçi	45,603	296	,154		
	Toplam	45,942	299			
Adalet	Gruplar Arası	,458	3	,153	,628	,597
	Gruplar İçi	71,888	296	,243		
	Toplam	72,346	299			
Hilafet	Gruplar Arası	,085	3	,028	,132	,941
	Gruplar İçi	63,351	296	,214		
	Toplam	63,435	299			
Malikül Mülkiyet	Gruplar Arası	2,162	3	,721	4,412	,005
	Gruplar İçi	48,356	296	,163		
	Toplam	50,519	299			
İnanç	Gruplar Arası	,777	3	,259	1,161	,325
	Gruplar İçi	66,024	296	,223		
	Toplam	66,801	299			

Yukarıdaki tabloda çalışanların pozisyonları ile İslami değerler alt boyutlarına ilişkin algılarının ANOVA testi sonuçları görülmektedir. Tablo incelendiğinde hikmet ve malikül mülkiyet değerlerine ait anlamlılık düzeylerinin 0,05'ten küçük olduğu bulunmuştur. Buna göre çalışanların hikmet ve malikül mülkiyet değerlerine yönelik algı ortalamaları pozisyonlarına göre paralellik göstermektedir. Bu paralellik istatistikî olarak anlamlıdır. ANOVA testi tablosunda gruplar arası farklılık bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Hangi ikili gruplar arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmek için TUKEY testi yapmak gerekir.

TABLO 21: Hikmet ve Malikül Mülkiyet Tukey Testi Sonuçları

Bağımlı	(I) Yaşınız Nedir	(J) Yaşınız Nedir	Ortalamalar	Standart	P
Hikmet	Yetkili	Uzman	,0124	,06244	,997
		Yönetici/Yönetmen	-,1909(*)	,07038	,036
		Müdür	-,1637	,09527	,316
	Uzman	Yetkili	-,0124	,06244	,997
		Yönetici/Yönetmen	-,2033(*)	,06568	,012
		Müdür	-,1761	,09185	,223
	Yönetici/ Yönetmen	Yetkili	,1909(*)	,07038	,036
		Uzman	,2033(*)	,06568	,012
		Müdür	,0272	,09743	,992
	Müdür	Yetkili	,1637	,09527	,316
		Uzman	,1761	,09185	,223
		Yönetici/Yönetmen	-,0272	,09743	,992
Malikül Mülkiyet	Yetkili	Uzman	-,0153	,05780	,994
		Yönetici/Yönetmen	-,1928(*)	,06516	,017
		Müdür	-,1786	,08820	,181
	Uzman	Yetkili	,0153	,05780	,994
		Yönetici/Yönetmen	-,1776(*)	,06080	,020
		Müdür	-,1633	,08503	,222
	Yönetici/ Yönetmen	Yetkili	,1928(*)	,06516	,017
		Uzman	,1776(*)	,06080	,020
		Müdür	,0143	,09020	,999
	Müdür	Yetkili	,1786	,08820	,181
		Uzman	,1633	,08503	,222
		Yönetici/Yönetmen	-,0143	,09020	,999

* Anlamlılık düzeyi % 5 olarak alınmıştır.

Tukey tablosuna göre yönetici/yönetmen pozisyonundaki çalışanların hikmet değerine ait puanları uzmanlardan yüksektir. Aynı tabloya göre, yönetici/yönetmen pozisyonundaki çalışanların malikül mülkiyet değerine ait puanları yetkili ve uzmanlardan yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu istatistikî sonuçlar itibariyle; Yönetici/Yönetmen pozisyonunda iken çalışanların verecekleri kararları duygusallık boyutundan öte, daha ziyade İslami değerler ekseninde vermeye başlaması ve yaşantısında daha gerçekçi davranışlar sergilemesi, aynı zamanda; bulunduğu makam ve imkânların kendisi için geçici olduğu, terfi edebilme yolunda dini değerlerin

gereklerinden fedâkarlık yapmayacağı şeklindeki tercihlerinde diğer ünvanlarda yer alanlardan daha fazla İslami değerleri ölçü alarak hareket ettikleri söylenebilir

6.7. Çalışanların Yaşları ve Çalışan Memnuniyeti Arasındaki İlişkiler

Çalışanların yaşları ve memnuniyetlerine yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların yaşları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların yaşları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların çalışan memnuniyetine yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 22: Çalışanların Yaş ve Meslekleri Arasındaki İlişkinin Anova Testi

	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	4,603	2	2,301	2,981	,052
Gruplar İçi	229,265	297	,772		
Toplam	233,868	299			

ANOVA tablosuna göre anlamlılık değeri 0,05'ten küçük değildir. Bu nedenle çalışanların yaşları ile memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olduğunu söylemek mümkün değildir.

6.8. Çalışanların Cinsiyetleri ve Çalışan Memnuniyeti Arasındaki İlişkiler

Çalışanların cinsiyetleri ve memnuniyetlerine yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada iki farklı grup arasında karşılaştırma imkânı sağlayan bağımsız örneklem t testi yöntemi uygulanacaktır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların çalışan memnuniyetine yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 23: Bağımsız Örneklem t Testi Tablosu

		T	SD	P (Çift Yönlü)	Ortalamalar Arası Fark	Standart Hata
MEMNUN	Eşit Varyans Varsayımı	,680	298	,497	,0899	,13208
	Eşit Olmayan Varyans Varsayımı	,678	79,735	,500	,0899	,13260

Bağımsız örneklem t testi tablosundaki anlamlılık değeri 0,05'ten büyük olduğu için çalışanları cinsiyeti ile çalışan memnuniyeti arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu söyleyebiliriz.

6.9. Çalışanların Eğitim Düzeyleri ve Çalışan Memnuniyeti Arasındaki İlişkiler

Çalışanların eğitim düzeyleri ve memnuniyetlerine yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların çalışan memnuniyetine yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 24: Unvan Grupları Arası Anova Testi

	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	1,199	4	,300	,380	,823
Gruplar İçi	232,669	295	,789		
Toplam	233,868	299			

ANOVA tablosunda anlamlılık sütunundaki değer 0,05'ten büyük olduğu görülmektedir. Buna göre çalışanların eğitim düzeyleri ile çalışan memnuniyeti arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu söylemek mümkündür.

6.10. Çalışanların Kıdemleri ve Çalışan Memnuniyeti Arasındaki İlişkiler

Çalışanların kıdemleri ve çalışan memnuniyetine yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların kıdemleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların kıdemleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların çalışan memnuniyetine yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 25: Kıdem ve Çalışan Memnuniyeti Arası İlişki Anova Testi

	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	4,308	3	1,436	1,852	,138
Gruplar İçi	229,560	296	0,776		
Toplam	233,868	299			

ANOVA tablosunda anlamlılık sütunundaki değer 0,05'ten büyük olduğu görülmektedir. Buna göre çalışanların kıdemleri ile çalışan memnuniyeti arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu söylemek mümkündür.

6.11. Çalışanların Pozisyonları ve Çalışan Memnuniyeti Arasındaki İlişkiler

Çalışanların buldukları pozisyon ve çalışan memnuniyetine yönelik bakışlarının karşılaştırmasını yapabilmek amacıyla burada bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hususta oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların pozisyonları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Çalışan memnuniyeti ile çalışanların pozisyonları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ortaya konulan hipotezler doğrultusunda çalışanların çalışan memnuniyetine yönelik algılarının değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

TABLO 26: Çalışanların Pozisyonlarına Göre Memnuniyet Düzeyleri Anova Testi

	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	6,879	3	2,293	2,990	,031
Gruplar İçi	226,989	296	,767		
Toplam	233,868	299			

Yukarıdaki tabloda anlamlılık sütunundaki değer 0,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Buna göre çalışanların pozisyonları ile çalışan memnuniyeti arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir. ANOVA tablosu gruplar arasındaki farklılıkları bir bütün olarak incelemektedir. Hangi ikili gruplar arasındaki farklılığın anlamı olduğuna ilişkin bilgiyi TUKEY testi tablosuna bakarak edinebiliriz.

TABLO 27: Unvan Grupları Arası TUKEY Testi

(I) pozisyonunuz	(J) Pozisyonunuz	Ortalamalar Arası Fark (I-	Standart	P
Yetkili	Uzman	,2179	,12523	,305
	Yönetici/	-,0284	,14117	,997
	Müdür	-,2738	,19109	,480
Uzman	Yetkili	-,2179	,12523	,305
	Yönetici/	-,2463	,13174	,243
	Müdür	-,4917(*)	,18423	,040
Yönetici/	Yetkili	,0284	,14117	,997
	Uzman	,2463	,13174	,243
	Müdür	-,2454	,19542	,592
Müdür	Yetkili	,2738	,19109	,480
	Uzman	,4917(*)	,18423	,040
	Yönetici/	,2454	,19542	,592

TUKEY tablosundaki anlamlılık sütunundaki değerlerden uzman ve müdür pozisyonları arasındaki memnuniyet farkının istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer tüm gruplar arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

6.12. İslami Değerler Alt Boyutlarının Çalışan Memnuniyetine Etkisi

Çalışmamızda öne sürülen modelin test edilmesi amacıyla Smart-PLS 2.0 programı kullanılmıştır.

Bu bağlamda evvela ölçüklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri, sonrasında ise hipotezler test edilerek sonuçlar sıralanmıştır.

6.13. Ölçüm Geçerliliği ve Güvenirliliği

Modeldeki değişkenlerin ayrışma geçerliliği ile ilgili olarak çeşitli istatistiki değerler kontrol edilmiştir. Tablo X, dokuz değişken arasındaki korelasyon değerlerini göstermektedir. Nitekim düşükten ortaya seviye değere sahip korelasyonlar ayrışma geçerliliği için önemli bir kanıttır. Ayrıca, her bir değişken için çıkarılan ortalama varyans (AVE), birleşik güvenirlilik ve Cronbach alfası gibi tüm güvenirlilik tahminleri

tarafından belirlenen eşik seviyelerinin üzerindedir. Dahası, Fornell ve Larcker (1981) tarafından önerilen her bir değişken için AVE'nin karekökü, değişken çiftleri arasındaki korelasyonlardan daha büyüktür (bknz., parantez içerisinde kalın punto ile yazılı olan değerler), bu da ayırışma geçerliliği için başka bir kanıttır. Bu istatistiki veriler vasıtasıyla ölçeklerin tek boyutlu oldukları ve yeterli geçerlilik ile güvenilirliğe sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

TABLO 28: Korelasyonlar ve Tanımlayıcı İstatistikler

	1	2	3	4	5	6	7	7	8
1 Hikmet	(.78)								
2 Şecaat	.45**	(.84)							
3 İffet	.45**	.42**	(.75)						
4 Adalet	.42**	.40**	.59**	(.85)					
5 Hilafet	.36**	.31**	.38**	.46**	(.74)				
6 Malikül Mülkiyet	.31**	.25**	.44**	.46**	.41**	(.75)			
7 İnanç	.35**	.31**	.38**	.39**	.51**	.39**	(.77)		
8 Kurumsal Memnuniyet	.15**	.15*	.17**	.14*	.30**	.14*	.24**	(.82)	
9 Sosyal İlişki	.27**	.23**	.25**	.26**	.52**	.22**	.41**	.54**	(.81)
Ortalama	1.54	1.72	1.34	1.49	1.47	1.29	1.68	2.40	1.66
Std. Sapma	.43	.54	.39	.47	.46	.39	.46	.86	.53
Çıkarılan Ortak	.61	.71	.56	.72	.55	.57	.60	.67	.65
Cronbach Alfa	.79	.80	.81	.87	.73	.63	.87	.88	.73

* $p < .05$, ** $p < .01$

Diagonal her bir değişkene ait AVE'nin karekökünü göstermektedir

6.14. Hipotez Testleri

Kuramsal modeli oluşturan ilişkilerin değerlendirilmesi maksadıyla her bir değişken skorlarının net bir şekilde hesaplanmasına izin veren *kısmi en küçük kareler* (PLS) yol analizi çalıştırılmıştır. Tanımlanan ilişkilerin istatistiksel yönden anlamlılıklarını değerlendirme gayesiyle Smart-PLS 2.0 programında *önyükleyerek yeniden-örnekleme metodu* kullanılmıştır.

Bu prosedür, orijinal verinin yerini almak üzere rastgele seçilmiş 500 alt-örneklem vakası doğurmayı içermektedir. Rastgele seçilen her bir alt-örneklem için *yol katsayıları* (β) oluşturulmuş ve *t*-istatistiği değerleri hesaplanmıştır. Hipotez testlerinin sonuçları sırasıyla şu şekildedir. Hikmet, şecaat, iffet, adalet ve malikül mülkiyet sırasıyla kurumsal memnuniyet ve sosyal ilişki memnuniyeti üzerine anlamlı bir etkisi mevcut değildir. Buna karşın hilafet ve inancın hem kurumsal memnuniyete hem de sosyal ilişki memnuniyetine anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. Detaylandırarak olursak, hem hilafet ve kurumsal memnuniyet arasında ($\beta = .25$, $p < .01$) hem de hilafet ve sosyal ilişki memnuniyeti ($\beta = .41$, $p < .01$) arasında anlamlı ve pozitif bir etki mevcuttur. Yine, hem inanç ve kurumsal memnuniyet arasında ($\beta = .12$, $p < .10$) hem de inanç ve sosyal ilişki memnuniyeti arasında ($\beta = .19$, $p < .01$) anlamlı ve pozitif bir etki mevcuttur. Bu sonuçlara göre, H1, H2, H3, H4 ve H6 desteklenmezken, H5 ve H7 desteklenmiştir.

TABLO 29: Hipotez Sonuçları

	Yol		Beta	Hipotezler	Sonuçlar
Hikmet	→	Kurumsal Memnuniyet	.03	H1a	Desteklenmedi
Hikmet	→	Sosyal İlişki Memnuniyeti	.06	H1b	Desteklenmedi
Şecaat	→	Kurumsal Memnuniyet	.03	H2a	Desteklenmedi
Şecaat	→	Sosyal İlişki Memnuniyeti	.03	H2b	Desteklenmedi
İffet	→	Kurumsal Memnuniyet	.06	H3a	Desteklenmedi
İffet	→	Sosyal İlişki Memnuniyeti	.04	H3b	Desteklenmedi
Adalet	→	Kurumsal Memnuniyet	-.07	H4a	Desteklenmedi
Adalet	→	Sosyal İlişki Memnuniyeti	-.05	H4b	Desteklenmedi
Hilafet	→	Kurumsal Memnuniyet	.25***	H5a	Desteklendi
Hilafet	→	Sosyal İlişki Memnuniyeti	.41***	H5b	Desteklendi
Malikül Mülkiyet	→	Kurumsal Memnuniyet	-.03	H6a	Desteklenmedi
Malikül Mülkiyet	→	Sosyal İlişki Memnuniyeti	-.04	H6b	Desteklenmedi
İnanç	→	Kurumsal Memnuniyet	.12*	H7a	Desteklendi
İnanç	→	Sosyal İlişki Memnuniyeti	.19***	H7b	Desteklendi

* $p < .10$; ** $p < .05$; *** $p < .01$

SONUÇ

İslami değerlerden bazıları, diğer dinlerdeki bir kısım değerlerle örtüşmekle birlikte, birçoğunun literatürde ve tarih boyunca toplumların örf ve an'anelerinde önemli etkileri olmuştur. Çalışan memnuniyeti kavramı; geçmişten bugüne çalışma hayatında ve akademik alanda yaşanan gelişmelerle ve özellikle saha çalışmalarının literatüre sunduğu güçlü ve etkili önerilerle ilgi alanı haline gelerek, önemini arttırmaya devam etmektedir. Çalışanların yaşlarına bağlı olarak hikmet ve hilafet değerleri değişiklik göstermektedir. Yaş arttıkça; alınan eğitimler ve edinilen tecrübelerin, global medya vb. etkenlerin yaş ilerledikçe tesirini arttırmasının, ayrıca bu değerleri besleyen STK ve vakıflar gibi kurumlarla ilişkinin (bu konu örneklem içerisinde yeni bir araştırma konusu olabilecektir) etkileri söz konusudur. Cinsiyet ile İslami değerler boyutuna ait değerler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Eğitim düzeyi ile İslami değer algılamalarına ilişkin çalışan puan ortalamaları arasında bir paralellik görülmemiştir. Kurumun kendi kimliğini açık bir şekilde ortaya koymak üzere vizyonunu, misyonunu, stratejilerini ve politikalarını şeffaf bir biçimde belirlemiş olması; çalışan memnuniyetinin oluşmasına güçlü bir zemin hazırlamıştır. Kıdemle İslami değerler alt boyutlarına ilişkin, hikmet ve malikül mülkiyet değerleri algılarında farklılık görülmektedir. Kurum çalışanlarının gün geçtikçe bilgi ve tecrübelerinin artması ve bunun sektör bazında kararlarına etki ettiği, ayrıca çalışanların çalışma evrelerinin ilk adımlarında birikim ve yatırım yapmaya daha fazla odaklandıkları ve mülk edindikçe de bu mülkün aslında geçici olduğu duygusunun ağır bastığı söylenebilecektir. Pozisyon ile İslami değerler alt boyutlarına ilişkin algıları, hikmet ve mülk değerleri düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermektedir. Buna göre; çalışanların hikmet ve malikül mülkiyet değerlerine

yönelik algıları pozisyonlarındaki yükselmelerine göre paralellik göstererek artmaktadır.

Çalışanların yaşları ilerledikçe memnuniyet düzeylerinin artmış olduğu görülmektedir. Buna göre, yıllar geçtikçe bir takım yan haklar elde edilip, piyasadaki işyerleri ile çalıştığı şirketi mukayese ettikçe, çalışan memnuniyetinin arttığı görülmektedir. Bayların çalışan memnuniyeti ortalamalarının, bayanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Bayanların; çocuk yapma, büyütme ve aile içerisinde ev ve alışveriş işlerini de takip etmesi ve sürekli yorgunluğa mahkum olmaları esnada, aynı zamanda çalışma hayatında memnun ve mutlu olabilmemesinin zorluğu görülmektedir. Ayrıca; bayanların baylara göre, kariyer, ücret vd. kazanımlar açısından rekabet dezavantajlarının olması, bu memnuniyetsizliği tetiklemektedir. Çalışanların memnuniyetinde en yüksek memnuniyet ön lisans mezunlarında olduğu görülürken, en düşük memnuniyetin yüksek lisans mezunlarında olduğu görülmüştür. Burada; ön lisans mezunlarının kendilerini geliştirme ve kariyer imkânlarını elde edebilme hedeflerine odaklandıkları ve buna dair ümitlerinin de onların memnuniyetlerini arttırdığı söylenebilir. Yüksek lisans mezunlarının aldıkları eğitim ile Kurum içerisinde gelmeyi hedefledikleri kariyer noktasına ulaşamamalarından dolayı memnuniyetsizliklerinin olduğu söylenebilir.

İslami değerlerin çalışan memnuniyetine etkileri ele alındığında; hilafet ve İnanç'ın hem kurumsal memnuniyete hem de sosyal ilişki memnuniyetine anlamlı etkileri olduğunu görmekteyiz. Hilafetin (insanın değeri) kurum içi hizmet kültürü ve kurum kültürü eğitimlerinde yoğun biçimde ele alınması, çalışanların sosyal memnuniyet temelinde; aile, okul ve işyeri içerisinde sürekli bu değere dayanan davranış biçimleriyle karşılaşması ve kurumsal memnuniyet özelinde Kurum vizyonunun bu değeri yaşatmak üzere tesis edilmiş olması bu anlamlı ilişkinin algısını görünür hale getirmektedir. Kurum yönetiminin çalışanlarına değer verdiğini hissettirecek düzeyde; ortam, politika ve stratejiler oluşturması, maddi ve manevi tüm haklarının piyasa gerçekleri düzeyinde gözetilip, hakkaniyet ve adalet sınırları çerçevesinde dağıtımını gerçekleştirebilmek üzere mevcut değerlendirme sisteminin içerdiği aksaklıkların da giderilmesi yönünde somut adımlar atması ve personelin Kurumu tarafından uygulamaya esas alınan tüm kararlarına olan inancını pekiştirmek üzere sık sık görüşlerine başvurması, her iki İslami değerın çalışanlar nezdinde olumlu algısının süreklilik kazanmasına ve Kurum imajının ve itibarının güçlenmesine ve kurum kültürünün tüm çalışanlar ve piyasa algısıyla takdir edilmesine ve ölçülebilen (suiistimal vd.) ve ölçülemeyen (güven kaybı vd.) zararların risklerinden iş ortamlarının korunmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ARSLAN, A.(Çeviri), 1993, GAZZALİ, Muhammed Ebu Hamid, “İhya-i Ulum’id-Din”, *Arslan Yayınları*, Cilt I, Cilt III, s: 123-124.
- ARSLAN, A., 1998, “Felsefeye Giriş”, Ankara, s: 108-109.
- AYDIN, Ş., 2005, “İşgören Devri, Nedenleri ve Sonuçları”, *Editör: Cengiz Demir, Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi, Nobel Yayınları, Ankara*, s: 283.
- ÇABUKEL, R., 2008, “Çalışan Memnuniyeti Analizleri, İstanbul.” *T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, s: 29-33.
- ÇAĞRICI M., 2012, “**Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi**”, 38 s: 400-510.
- ÇEKİN, A., 2012, “Değer Açısından İlköğretim Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Dersi Kazanımları: Bir İçerik Analizi”, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, s: 140-151.
- ÇELİK, S., 2010, “*İş Ahlakı Uygulamalarının Çalışan Memnuniyeti ile İlişkisi*”, *İş Ahlakı Dergisi İGİAD*, Cilt:3, Sayı:5, s: 21-40.
- DOĞAN, S. ve ABDULLAH K., 2011, “Örgütsel Etiğin Çalışan Memnuniyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 37, s: 1-35.
- EMHAN, A. ve GÖK, R., 2011 , “*Bankacılık Sektöründe Personel Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Araştırılması*” *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s: 161.
- GÜLAKAN, G., 2013, “Kamu Hizmet Sektöründe Çalışan Memnuniyeti”, Kamu Hizmet Sektöründe Çalışan Memnuniyeti: Yalova Örneği, Yüksek Lisans Tezi, s: 10-38.
- KANOĞLU, B., 2007, “*Çalışan Memnuniyeti ve Motivasyonuna Etki Eden Unsurlar, İstanbul.*”, *T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, İstanbul*, Yüksek Lisans Tezi, s: 93-95.
- KESER, A., 2005/4, “*İşdoymu Ve Yaşam Doyumu İlişkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama*”, *Çalışma ve Toplum*, s: 53-66.
- KOSTAK, F., 2014, “*Çalışan Memnuniyeti*”, *Etika Danışmanlık ve Eğitim Ltd. Şti.*, s: 1.
- KURT, A, 2009, “İslam Çalışma Ahlakı”, Bursa, s: 1-204.
- KÜSKÜ, F., 2001, “Dimensions of Employee Satisfaction: A State University Example, İstanbul” *İstanbul Technical University, Faculty of Management, METU Studies in Development*, 28 (3-4), 2001, 399-430, s: 144-163.
- Murad, S., 2012, “**Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi**”, 41 s: 18-20.

ORUÇ, C., 2011, “Gazzali’de Ahlaki Değerler Eğitimi”, *Muş Alparslan Üniversitesi Eğitim Fakültesi, TYB AKADEMİ*, s: 155.

TORLAK Ö., ÖZDEMİR Ş., ERDEMİR E., 2013, “*İş Ahlakı Raporu*”, İstanbul İGİAD, s: 74-80.

ŞAHİN, A., 1998, “Gazzali’nin Ahlak ve İktisat Görüşü, Kayseri.”, *Erciyes Üniversitesi, Gevher Nesibe Tıp Tarihi Enstitüsü Yayınları*, 7.3, s: 24-282.

TELMAN, N. ve ÜNSAL, P., 2004 , “Çalışan Memnuniyeti” *Epsilon Yayınevi*, s: 13-27.

TUNÇAY, S., 2009, “İş Ahlakı Uygulamalarının Çalışanlar Üzerine Etkileri ve Bir Uygulama”, *Fatih Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yüksek Lisans Tezi*, s: 79-81.

UYSAL, E., 2003, “Değerler Üzerine Bazı Düşünceler ve Bir Erdem Tasnifi Denemesi: İnsanî Erdemler–İslâmî Erdemler”, *T.C. Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Cilt: 12, Sayı:1, s: 51-69*.

YETİM, Ü. 2001, “Toplumdan Bireye Mutluluk Resimleri” İstanbul, *Bağlam Yayınları*.

ZAIM, H., and ORHAN K. 2010, "Bilgi Çalışanının Memnuniyeti." *Journal of Yasar University*, s: 2985-2994.

ZAIM, H. 2012, “İş Hayatında Erdemli İnsan”, *UTESAV Yayınları*, İstanbul, s: 38-118.