

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMELERİ'NDE ÇALIŞANLARIN
DEĞER ALGILAMALARININ İŞ DOYUMU ÜZERİNE
ETKİLERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sultan ÇOBAN

**Enstitü Anabilim Dalı: Turizm İşletmeciliği
Enstitü Bilim Dalı: Turizm İşletmeciliği**

Tez Danışman: Yrd. Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY

TEMMUZ-2010

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMELERİ'NDE ÇALIŞANLARIN DEĞER
ALGILAMALARININ İŞ DOYUMU ÜZERİNE
ETKİLERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sultan ÇOBAN

Enstitü Anabilim Dalı: Turizm İşletmeciliği
Enstitü Bilim Dalı: Turizm İşletmeciliği

Bu tez 12/07/2010 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı

Prof. Dr. Muhsin HALİS

- Kabul
 Red
 Düzeltme

Jüri Üyesi

Yrd. Doç. Dr. Nihal SÜTÜTEMİZ

- Kabul
 Red
 Düzeltme

Jüri Üyesi

Yrd. Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY

- Kabul
 Red
 Düzeltme

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Sultan ÇOBAN
12/07/2010

ÖNSÖZ

Bireyin yaşam değerleri; iş değerlerini etkilemektedir. Aynı zamanda iş değerleri de çalışanın iş doyumunu etkilemektedir. Emek yoğun bir sektör olan turizm sektörü açısından iş değerleri önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Turizm sektöründe çalışanın yaşam değerleri, iş değerleri ve iş doyumunu arasındaki etkilerini ölçmek amacıyla yaptığım çalışmamda bilgisini ve emeğini esirgemeyen çok değerli danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY'a, Turizm İşletmeciliği anabilim dalı bölüm başkanı Prof. Dr. Muhsin HALİS'e, okulumuz öğretim üyelerinden Doç. Dr. Orhan BATMAN'a ve Yrd. Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN'e manevi desteklerini esirgemeyen arkadaşlarım Necmettin BELLİ'ye, Nesrin KESER'e, Gamze TUĞRUL'a, Didem ÖZALP'a, Dr. Enver BELLİ'ye ve kardeşim Fatma ÇOBAN'a ve bu günlere gelmemde büyük emekleri olan annem ve babama sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Sultan ÇOBAN

12/07/2010

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ	iv
ŞEKİL LİSTESİ	v
ÖZET	vi
SUMMARY	vii

GİRİŞ	1
--------------------	----------

BÖLÜM 1: DEĞERLER VE İLGİLİ KAVRAMLAR

1.1. Değer Kavramının Tanımı	5
1.2. Değerlerin Özellikleri	8
1.3. Değerlerle İlgili Farklı Yaklaşım ve Sınıflandırmalar	9
1.3.1 England Değerler Kuramsal Modeli	9
1.3.2. Liedtka Değerler Benzeşim Modeli	10
1.3.3. Milton Rokeach Değerler Kuramsal Yaklaşımı	10
1.3.4. Geert Hofstede'nin Değerler Yaklaşımı.....	12
1.3.5. Vernon ve Lindzey'in Değer Sınıflandırması	13
1.3.6. Schwartz'ın Değer Sınıflandırması	14
1.4. Değerler ve İlgili Kavramlar	15
1.4.1. İnanç ve Değer	15
1.4.2. Tutum ve Değer	16
1.4.3. Normlar ve Değer.....	17
1.4.4. Değerler ve İhtiyaç	17
1.5. Değerlerin İşlevleri.....	18
1.6. Değerlerle İlgili Yapılan Bazı Çalışmalar.....	19

BÖLÜM 2: İŞ DEĞERLERİ: ETKENLERİ VE ETKİLERİ

2.1. İş Değerlerinin Etkenleri Olarak Yaşam Değerleri	21
2.2. İş Değerleri.....	21
2.2.1. İş Değerlerinin Tanımı	22
2.2.2. İş Değerlerinin Sınıflandırılması ve Ölçülmesi	24
2.2.3. İş Değerleri ile İlgili Çalışmalar.....	26
2.2.4.Çalışanların Sahip Olduğu İş Değerlerinin Turizm İşletmeleri İçin Önemi ..	29

2.3. İş Doyumu	30
2.3.1. İş Doyumunun Tanımı.....	30
2.3.2. İş Doyumunu Etkileyen Faktörler	31
2.3.2.1. İş Doyumunu Etkileyen Bireysel Faktörler	31
2.3.2.2. İş Doyumunu Etkileyen İş ve İş Ortamına Bağlı Faktörler	33
2.3.3. İş Doyumuna İlişkin Kuramlar	36
2.3.3.1. İki Etmen Kuramı.....	36
2.3.3.2. Beklenti Kuramı	37
2.3.3.3. Eşitlik Kuramı	37
2.4.4. İş Doyumu İle İlgili Yapılan Bazı Araştırmalar.....	37

BÖLÜM 3: TURİZM İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN DEĞER ALGILAMALARININ İŞ DOYUMUNA ETKİLERİ ÜZERİNE ALAN ÇALIŞMASI

3.1. Araştırma Alanının Tanıtılması	39
3.1.1. Turizm İşletmelerinin Tanımı	39
3.1.2. Turizm İşletmelerinin Özellikleri.....	39
3.1.3. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması	40
3.2. Araştırmanın Amacı	41
3.3. Araştırmanın Kısıtları.....	42
3.4. Araştırmanın Soruları ve Hipotezler	42
3.5. Araştırmanın Veri Toplama Aracı	43
3.6. Araştırma Evreni ve Örneklemi	43
3.7. Araştırmanın Bulguları	44
3.7.1. Demografik Özellikler	44
3.7.2. İş Değerleri Boyutlarının Belirlenmesine Yönelik Faktör Analizi	46
3.7.3. Yaşam Değerlerinin İş Değerleri Üzerine Etkisi	48
3.7.4. İş Değerlerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması	51

SONUÇ VE ÖNERİLER..... 61

KAYNAKÇA 65

EKLER..... 71

ÖZGEÇMİŞ..... 75

KISALTMALAR

ANOVA	: Varyanslar Arası Farklılık Analizi (Analysis of Variance)
A.B.D	: Amerika Birleşik Devletleri
ABD	: Anabilim Dalı
K.M.O	: Kaiser-Meyer-Olkin
s.	: Sayfa
SAÜ	: Sakarya Üniversitesi
SDÜ	: Süleyman Demirel Üniversitesi
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı (Statistical Package for the Social Sciences)
TDK	: Türk Dil Kurumu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Rokeach'ın Temel ve Aracı Değerleri	11
Tablo 2: Demografik Özellikler	45
Tablo 3: İş Değerlerinin Faktör Analizi Sonuçları.....	47
Tablo 4: Yaşam Değerlerinin Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerlerine Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları.....	48
Tablo 5: Yaşam Değerlerinin İş ve İş Ortamı İle İlgili İş Değerlerine Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları	49
Tablo 6: Yaşam Değerlerinin Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerlerine Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları	50
Tablo 7: İş Değerlerinin İş Doyumuna Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları ...	51
Tablo 8: İş Değerleri Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Farklılaşması Üzerine T – Testi Sonuçları	52
Tablo 9: İş Değerleri Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Farklılaşması Üzerine T- Testi Sonuçları.....	53
Tablo 10: İş Değerleri Alt Boyutlarının Yaş Aralığına Göre Farklılaşması Üzerine ANOVA Sonuçları	53
Tablo 11: İş Değerleri Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Farklılaşması Üzerine ANOVA Sonuçları	54
Tablo 12: İş Değerleri Alt Boyutlarının Çocuk Sayısına Göre Farklılaşması Üzerine ANOVA Sonuçları	55
Tablo 13: İş Değerleri Alt Boyutlarının Turizm Eğitimine Göre Farklılaşması Üzerine ANOVA Sonuçları	56
Tablo 14: İş Değerleri Alt Boyutlarının Çalışılan İşletmeye Göre Farklılaşması Üzerine ANOVA Sonuçları	57
Tablo 15: İş Değerleri Alt Boyutlarının Aylık Gelire Göre Farklılaşması Üzerine ANOVA Sonuçları	58

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Araştırma Sonuçları ve Tespit Edilen İlişkiler	59
--	----

Tezin Başlığı: Turizm İşletmeleri'nde Çalışanların Değer Algılamalarının İş Doymu Üzerine Etkileri: İstanbul Örneği	
Tezin Yazarı: Sultan ÇOBAN	Danışman: Yrd. Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY
Kabul Tarihi: 12/07/2010	Sayfa Sayısı: XI (Ön kısım)+ 70 (Tez) +5 (Ekler)
Anabilimdalı: Turizm İşletmeciliği Bilimdalı: Turizm İşletmeciliği	
<p>Değerler; bireyin yaşamdaki davranışlarına rehberlik eden ve toplum için en doğru, en faydalı olduğu kabul edilen ilkelerdir. Bu ilkeler, toplumdan topluma farklılık göstermektedirler.</p> <p>İş değerleri; çalışanın işe karşı tutumunu belirleyen, işin amaçlarına göre öne çıkan değerlerdir. İş değerleri, turizm işletmelerinde özellikle çalışanların iş doyumunu etkilemeleri açısından önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple turizm işletmelerinde yaşam değerlerinin ve iş değerlerinin iş doymu üzerinde yarattığı etkinin incelenmesi amaçlanmıştır.</p> <p>Bu konuda yapılmış araştırmalar incelendiğinde, turizm işletmelerinde çalışanların iş değerlerinin iş doyumuna etkileri üzerine uygulamaların yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu konu ile ilgili olarak literatür de bir eksiklik olduğu söylenebilir. Yaşam değerleri ve iş değerlerinin iş doymu üzerindeki etkilerine yönelik bu çalışmanın saha araştırması İstanbul'da bulunan bazı otellerde, seyahat acentelerinde ve restoranlarda gerçekleştirilmiştir.</p> <p>Alan araştırmasında turizm işletmelerinde çalışanlara yönelik anket tekniği kullanılmıştır. Ulaşılan anket sayısı 400'dür. Anketler yüzde dağılım, frekans, Regresyon, T- Testi, Oneway ANOVA testlerine tabi tutularak elde edilen veriler yorumlanmıştır.</p> <p>Bulgulara göre, turizm işletmelerinde çalışanların yaşam değerlerinin, iş değerleri üzerinde anlamlı bir belirleyici olduğu görülmüştür. İş değerleri ise iş doymu üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Ayrıca, bulgular iş değerlerinin demografik özelliklere bağlı olarak değişmediğini göstermektedir.</p>	
Anahtar Kelimeler: Yaşam Değerleri, İş Değerleri, İş Doymu, Turizm İşletmeleri, İstanbul.	

Title of the Thesis: Values of Employees Working in Tourism Enterprises and Their Effects on Job Satisfaction: Case of Istanbul	
Author: Sultan ÇOBAN	Supervisor: Asst. Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY
Date: 12/07/2010	Nu. of pages: XI (pre tex) + 70 (main body) + 5 (appendices)
Department: Tourism Management Subfield: Tourism Management	
<p>Values are principles which are accepted as guiding the behavior of individual in life and being the most accurate and useful for the society. These values vary from society to society.</p> <p>Work values are values that define the employee's attitude towards the work and come into prominence according to the aim of business. Work values have a key position especially in terms of affecting the employees' job satisfaction in tourism businesses. Therefore the affects of values and work values on job satisfaction in tourism businesses is aimed.</p> <p>Examined the researches made on this issue, it is determined that work values of the workers in tourism businesses and applications on job satisfaction are not made. It can be said that there is a deficiency in the literature with regard to this issue. Field research of this study on the affects of life and work values on job satisfaction is performed in hotels, travel agencies and restaurants in Istanbul.</p> <p>In the field research, a survey technique was used for workers in tourism enterprises. The number of surveys that was reached are 400. Surveys were put percent distribution, frequency, Regression, T- Test, and One way ANOVA test and commented.</p> <p>According the findings, the values of the employees in tourism businesses are seen that they were significant determinant on work values. And work values have significant influence on job satisfaction. In addition, findings are shown that work values are not changed according to the demographic characteristics.</p>	
Keywords: <i>Values, Work Values, Jop Satisfaction, Tourism Business, İstanbul.</i>	

GİRİŞ

Değer kavramı günlük dilde çok sık kullanılmaktadır fakat tanımlanması zor olan bir kavramdır. Değer kavramı, birey psikolojisi ile ilgilidir. Aynı zamanda toplumsal bir çerçeveye de sahiptir.

Değerler, insanlık tarihinde üzerinde sürekli konuşulan, her toplum ve her çağa özgü olan olgular bütünüdür. Değerin ne ve nasıl olduğu, konusu, içeriği, özellikleri, diğer kavramlarla olan ilişkisi düşünürler arasında her zaman tartışma konusu olmuştur. Bundan dolayı değerler, üzerinde sıklıkla ve derinlemesine araştırmalar yapılan bir konu olmuştur.

Değer kavramı, 1930'lerden beri sosyal bilimcilerin dikkatini çekmektedir. Değerlerin araştırılması; psikoloji, sosyoloji, siyasi bilimler, antropoloji ve ekonomi gibi disiplinlerde bilim adamlarınca ele alınmıştır. Değerler özellikle felsefe alanında tartışmalara konu olmuştur (Kubat,2007:2).

Son yıllarda yaşam değerleri ile iş değerleri hakkında yapılan araştırmalar artış göstermektedir. Değerlerle ilgili kapsamlı çalışmalara Schwartz (2003), Rokeach (1973) ve Hofstede'in (1980) çalışmalarını ve ülkemizden de Güngör'ün (2000) çalışmaları örnek olarak verilebilir.

Küreselleşen dünyada iş ortamları kültürler arası ilişkileri zorunlu hale getirmektedir. İşletmeler arasında; karşısındakinin yaşamını hiçe sayabilecek şekilde rekabet, kişisel değerlerle işletme amaçlarının çatışması ve kültürler arası çatışma şeklinde ortaya çıkan bu süreçler iş değerlerinin de incelenmesini zorunlu hale getirmiştir.

Bu araştırmada anket tekniği ile veri elde edilmiştir. Anket soruları İstanbul'da bulunan otel, seyahat acenteleri ve restoran çalışanlarına yapılmak üzere hazırlanmış ve düzenlenmiştir. Anket tekniği ile turizm işletmelerinde çalışanların yaşam değerlerinin iş değerlerine etkileri ve iş değerlerinin de iş doyumu üzerindeki etkileri ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Problemi (Sorunsalı)

Turizm sektörü emek-yoğun bir sektördür. Dolayısıyla müşteri memnuniyeti açısından çalışanın tutum ve davranışları büyük bir önem taşımaktadır. Çalışanların yaşam değerleri, iş değerleri üzerinde etkili olabilmektedir. Aynı zamanda iş değerlerinin iş doyumunu üzerinde etkili olduğu yapılan araştırmalarda belirtilmektedir. Bu çalışmada da çalışanların yaşam değerleri ve iş değerlerinin iş doyumunu üzerindeki etkilerini turizm sektöründe incelemek amaçlanmıştır.

İş değerleri ile ilgili yapılan çalışmaların birçoğunda yaş, cinsiyet gibi faktörlerin iş değerlerine etkisi incelenmiştir. Örneğin; Cherrington ve arkadaşları (1979) 53 şirketten 3053 çalışanın yaş ile iş değerleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Özkul (2007), yaşam ve çalışma değerlerini etkileyen faktörler SDÜ öğrencileri üzerine bir araştırma yapmıştır. Chusmir ve Parker (1991) cinsiyet farklılığının kadın ve erkek yöneticilerin iş değerlerini etkileyip etkilemediğini araştırmışlardır. Bu konuda turizm sektörünün ele alındığı az sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle çalışanların değer algılamalarının iş doyumuna etkilerinin araştırılması yoluna gidilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın temel problemi turizm işletmelerinde çalışanların yaşam değerlerinin iş değerlerine etkileri ve iş değerlerinin, iş doyumuna etkilerinin ölçülmesi olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı; İstanbul'daki turizm işletmeleri olan oteller (5 yıldızlı otel, 4 yıldızlı otel, 3 yıldızlı otel ve özel belgeli konaklama işletmeleri), seyahat acenteleri ve restoranlarda çalışanların değer algılamalarının iş doyumunu üzerine etkilerini belirlemektir. Ayrıca iş değerlerinin yaş, cinsiyet, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim düzeyi, çalışılan işletme türü, aylık gelir ile ilişkisini incelemek de araştırmanın bir diğer amacıdır.

Araştırmanın Önemi

İş değerleri, ABD ve Avrupa'da birçok araştırmacı tarafından ele alınan bir konudur. Chusmir ve Parker (1991)'in güneydoğu Florida'da çeşitli kuruluşlarda çalışanların cinsiyet farklılığının kadın ve erkek yöneticilerin iş değerlerini etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Kalleberg (1977) iş değerleri, iş ödülleri ve iş doyumunu arasındaki ilişkiyi

araştırmıştır. Çalışanlara verilen iş ödüllерinin iş doyumunu arttırdığını buna bağlı olarak iş değerlerinin olumlu yönde etkilendiğini belirtmiştir. Siu (2003) Çin’li çalışanlar üzerinde iş değerleri ve iş performansının ilişkisini ortaya koymaya yönelik bir araştırma yapmıştır. Çin iş değerleri ile iş performansı arasında olumlu ilişki olduğu tespit edilmiştir.

İş değerleri işletmeler için önemli bir yere sahiptir. İş değerlerinin işletmeler için önemi, bu değerlerin iş gören davranışına etkileri bağlamındadır. Türkiye’de turizm işletmelerinde çalışanlara yönelik yapılan araştırmaların yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Bu alanda yapılan çalışmalar özellikle örgütsel bağlılık ile iş değerleri arasındaki ilişkiyi incelemektedirler. Bu nedenle yapılan bu çalışmanın hem literatüre, hem de turizm işletmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamı İstanbul ilinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri olan oteller, seyahat acenteleri ve restoranlardır. Uygulama kolaylığı açısından seçilen bu işletmeler verilerin kolay ve hızlı bir şekilde geri dönüşünün sağlanacağına inanıldığından seçilmiştir. İki aylık süreçte İstanbul’daki otel işletmelerinde, seyahat acentelerinde ve restoranlarda çalışan kişilere yönelik bir anket çalışması yürütülmüştür.

Yapılan bu araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, yaşam değerlerinin tanımı, özellikleri ve değerlerle ilgili yaklaşımları, değerlerin sınıflandırılması, değerin ilgili kavramlarla ilişkisi, değerlerin işlevleri ve değerlerle ilgili yapılan bazı çalışmalara yer verilmiştir.

İkinci bölümde, ilk önce çalışmanın ana konusu olan iş değerleri, bu bağlamda iş değerleri etkenleri olan yaşam değerleri açıklanmıştır. İş değerlerinin tanımı, sınıflandırılması, ölçülmesi, iş değerleri ile ilgili yapılan çalışmalar ve iş değerlerinin turizm işletmeleri için önemi açıklanmıştır. Daha sonra iş doyumunun tanımı, iş doyumunu etkileyen faktörler, iş doyumunu ile ilgili kuramlar ve iş doyumunu ile ilgili yapılan bazı çalışmalara yer verilmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise, öncelikle araştırma alanının tanıtılmasına yer verilmiştir. Bu bağlamda turizm işletmelerinin tanımı, özellikleri ve sınıflandırılması kısaca açıklanmıştır. Araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları ve yöntemi ortaya

konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra araştırma verilerinden elde edilen analiz sonuçları tablo haline getirilerek yorumlanmıştır. Oluşturulan sorulara uygun cevapların elde edilip edilmediği ve bu sorulara bağlı olarak oluşturulan hipotezlerin kabul edilip edilmediği belirlenmeye çalışılmıştır.

Sonuç ve öneriler bölümünde ise elde edilen veriler ışığında araştırma sonuçları değerlendirilmiş ve bu kapsamda çeşitli öneriler sunularak araştırma tamamlanmıştır.

BÖLÜM 1: DEĞERLER VE İLGİLİ KAVRAMLAR

1.1. Değer Kavramının Tanımı

Değer kavramına ilişkin literatürde çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlarda değerlerin özellikle insanlar için neyin iyi, neyin kötü, neyin yararlı olduğunu belirlemek açısından önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiştir. Bu tanımlamalar şöyle sıralanmaktadır:

- “Değerler, toplum tarafından en iyi, en doğru ve en yararlı olduğu kabul edilen unsurlardır. Bunlar, insanların kişisel istekleri olmayıp, grupların ya da toplumların kabul ettikleri ve toplumlar arası geçerliliği olan özelliklerdir” (Silah, 2001:13).
- Türk Dil Kurumu değeri, “ bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçüdür. Bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünüdür“ şeklinde tanımlamaktadır (TDK Güncel Sözlük, 2010).
- Değer Psikolojisi üzerine çalışmalar yapan Güngör (2000) değeri, “bir şeyin arzu edilebilir veya edilemez olduğu hakkındaki inanç” şeklinde tanımlamaktadır.
- Lussier “değerleri bireyler için neyin doğru, neyin yanlış, neyin olması gerektiği hakkındaki hisleridir” şeklinde tanımlamıştır (Özcan, 2008:24).
- Değerler, insanların içinde buldukları durumları, eylemleri ya da diğer insanları değerlendirmede ve yargılamada benimsedikleri örüntüleri ifade eder. İyi ve kötü ayırımına temellik ederek alternatifler arasında tercih ve yargılama yapmayı sağlarlar. Değerler, olanı değil, olması arzulanan ideal hedefleri temsil ederler. Bu hedefler genellikle dürüstlük, saygınlık, başarı gibi kazanılması arzulanan soyut davranış biçimleridir (Kuvan,2007:75).
- Fichter (2004) değeri, sosyolojik açıdan, kişiye ve gruba yararlı, istenilen ve beğenilen şey olarak tanımlamaktadır. Buna göre değer, olgunun kendinden çok, ona transfer edilen önemi belirtmektedir.

- Hofstede'e göre ise; değerler kısaca belirli olayların diğerlerine tercih edilmesi eğilimi olarak tanımlanmaktadır ve davranış alternatifleri şeklinde kendilerini ortaya koyarlar. Bu bakımdan da davranışları anlama konusunda değer en önemli anahtarlardan biri olarak kabul edilmektedir (Kocaoğlu,2007:21).
- Konu ile ilgili önemli çalışmalar ortaya koymuş olan Rokeach (1973) değeri, yaşam amacına karşılık gelen bireysel veya sosyal olarak tercih edilen davranış biçimi veya yaşam amacına olan daimi bir inanç olarak tanımlamaktadır.
- Değerler, insanların veya toplumların davranışlarını oluştururken başvurdukları ilkelerdir. İnanılan, arzu edilen ve davranışlar için bir ölçek olarak kullanılan olgulardır. Özel eylemleri ve amaçları yargılamada temel bir standart sağlayan ve bir grubun üyelerinin güçlü duygusal bağlılıklarıyla oluşmuş, soyut, genelleştirilmiş davranış kurallarıdır (Abdullaeva, 2007:41).
- Kluckhohn değeri, "birey ya da grubu ayırt edici, mevcut durum, yol ve hareketin seçimini etkileyen dışsal veya içsel bir kavram" olarak tanımlamaktadır (Kubat,2007:2).

Markoviç, değer kavramı hakkında şöyle bir açıklama yapmıştır.“Değer kavramı ister bireyle ilgili olsun (kişisel değerler), ister herhangi bir toplumsal gruba ilgili olsun (aile, sınıf gibi), isterse genel anlamda insanla ilgili olsun, değeri belirleyen bir özneyle ilişkiyi içerir. Bir şeyin belirtilen özne için bir değer olduğu söylendiğinde, bu değerın sahip olduğu özelliklerin, öznenin gereksinimlerini (bilgi ile ilgili, duygusal, fiziksel, ya da her ikisi veya hepsiyle ilgili) gideren bir nesne (bir şey, bir şeyin durumu veya bir eylem) olduğu anlamına gelir” (Özkul,2007:6).

Harold Fallding, değer kavramı hakkında şöyle bir açıklama yapmıştır. “Pek çok kişi veya grup, aynı şeylere, yani paraya, yiyeceğe, bilgiye ve eğlenceye değer verir. Ayrıldıkları tek nokta, bunlardan birine verdikleri değerın, başkalarının buna verdikleri değerden farklı olmasıdır” (Kuvan, 2007:73).

Değerler, akıcı ve esnek olmaktan çok, nispeten istikrarlı ve kalıcı olmaya yatkındır. Değerlerin önemli bir bölümü hayatın başlangıcından ailede, okulda, öğretmenlerden, arkadaşlardan ve yakın çevreden kazanılmaktadır. Çocuk olarak bireye, bir dizi davranışın ve onların sonuçlarının istenilen veya istenilmeyen durumlar olduğu

öğretilir. Bu bakımdan da değerlerde çok az gri alan mevcuttur. Örneğin, dürüst ve sorumluluk sahibi olma değeri öğütlendiğinde, asla biraz dürüst veya biraz sorumluluk sahibi olmamız tavsiye edilmez. Değerlerin bu mutlak ya da siyah-beyaz öğretimi, onların istikrarını ve kalıcılığını belirleyen unsur olmaktadır (Kocaoğlu,2007:21).

Değerler, istenilen amaçlara ulaşmak için bazı kriterlerin seçiminde yol gösterici ve kişinin yaşam davranışına rehberlik eden ölçütlerdir. Bu ölçütler davranışlara yön vermekte ve planlara hizmet etmektedir. Değerler sosyal çevrenin etkisiyle geliştirilmekte ve paylaşılmaktadır (Selmer ve Waldstrom, 2007:435; Uçanok, 2008:9).

Yalçın (2002) “değerlerin başlı başına var olduklarını ifade etmektedir. Genelde insan zamanla var olan değerleri algılar. Ona göre insan değer yaratmaz, var olan değerleri keşfeder. Kanıt olarak da matematiği gösterir. Matematiksel kavramlar da vardır, insanların yaratması değillerdir” şeklinde açıklamaktadır. Bu bakımdan belli değerler vardır ve insanlar da işletmeler de bu değerleri benimsemektedirler.

Değerler bireylerin davranış tarzları veya yaşam amaçları hakkındaki inançları olup davranışa farklı şekillerde rehberlik eden çok yönlü standartlardır. Dolayısıyla Schwartz (2009)’ın deyiimiyle değerler insanlar için neyin önemli olduğu ile ilgilidir. Güngör (2000)’de değerleri, insanlar ve düşünceler hakkındaki “iyi” veya “kötü” hükümleri olarak ele almaktadır.

Schwartz,(2009) Değerleri tanımlamak bakımından kavramsal çerçeveyi çizen beş temel özelliği şu şekilde sıralanmaktadır:

- Değerler, soğuk, nesnel fikirlerle değil, duygularla ayrılmaz şekilde bağlı inançlardır.
- İnsanların ulaşmaya gayret ettiği ve arzu edilen hedeflere ulaşmaya motive eden yapılardır.
- Belirli eylem ve durumların ötesindedir. Hedeflerin bir özlü bir birleşimidir. Bu özelliği değerleri, belirli eylem veya olaylara yönelik olan tutum ve ilke gibi kavramlardan ayırmaktadır.
- Değerler eylem, politika, insan ve olayları seçme ve değerlendirme rehberi olarak işlev görür. Standartları ortaya koyar.

- Önemi görelî olarak değişmektedir. Kişilerin hangi değerlere öncelik verdikleri ve benimsedikleri değerler sistemi onları birey yapmaktadır. Bu görelî ve hiyerarşik yapı da değerleri ilke ve tutumlardan ayırmaktadır.

Değerler ve özellikle iş değerleri, iş doyumunu, iş motivasyonu, örgütsel bağlılık, iş performansı çalışmalarında fonksiyonel bir rol oynamaktadır (Berings ve diğerleri, 2004:351).

1.2. Değerlerin Özellikleri

Değer, anlaşılması güç olan bir kavramdır. Değerlerin kolay anlaşılabilmesi için temel özelliklerinin bilinmesi gerekir. Değerlerin belli başlı özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Özku, 2007: 7):

- ❖ Değerler değer yargılarının/değer hükümlerinin etkisi altındadırlar.
- ❖ Değerler, davranışların kaynaklarıdırlar.
- ❖ Değerler görecelidirler. Herhangi bir topluluğun sahiplendiği ideallerdir. Bu özelliği nedeniyle değerler, bir topluluğa özgüdürler. Bununla beraber belirli bir zaman aralığına göre kabul gören, benimsenen özelliklerdir.
- ❖ Değerler duygusal içeriğe sahiptirler. Değerler, zihinsel aşamalardan geçerek oluştuğu gibi, anlık oluşan bir özelliğe de sahiptirler. Anlık oluşumlarda duygusallık büyük rol oynamaktadır. Değerlerin duygu yüküne sahip olması değeri anlamlandırmakla birlikte değer, bireylerin ve grupların hareketlerini yönlendirmede önemli bir rol oynamaktadır.
- ❖ Değerler, hiyerarşik bir yapıdadırlar. Bu durum, insanların kabul ettikleri düşünce ve ideallerini adım adım gerçekleştirmek istedikleri bir hiyerarşik yapıyı ifade etmektedir.

Schalom Schwartz'a göre; bütün değerler için geçerli olan özellikler şöyle sıralanmaktadır (Schwartz, 2009):

- Değerler inançlardır. Fakat objektif, tarafsız ve soğuk bir inanç değil, güçlü duygularla bağlanmış inançlardır.

- Değerler, motivasyonel bir yapıya sahiptirler. Değerler, insanların ulaşmak için gayret ettikleri arzu edilen hedeflerini kapsarlar ve bu hedeflerle ilgilidirler.
- Değerler, soyut hedeflerdir. Bu soyut yapısı değerleri, genellikle özel hareketler, nesnelere veya durumlarla ilgili olan norm ve tutum gibi kavramlardan ayırt etmektedir.
- Değerler; olayların, insanların, davranış biçimlerinin, hareketlerin değerlendirilmesinde ve seçilmesinde rehberlik ederler. Bu durum değerlerin, yol gösteren standartlar ve kriterler olarak hizmet ettiğinin de göstergesidir.
- Değerler, bir durumun diğerine karşı göreceli önemliliğine göre sıralanır. Sıralanan bu değerler örgüsü, değer önceliklerinin oluşmasını sağlar. İnsanların değer şekilleri, onları bireysel olarak tanımlayan karakterize eden değer önceliklerinin düzenli bir sistemidir. Değerlerin bu hiyerarşik özelliği de onları normlardan ve tutumlardan ayırt etmektedir.

1.3. Değerlerle İlgili Farklı Yaklaşım ve Sınıflandırmalar

Bazı bilim adamları değerler ile ilgili çeşitli kuramlar geliştirmişlerdir. Ayrıca değerleri farklı açıdan sınıflandırmışlardır. Bunlardan bazıları aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

1.3.1. England Değerler Kuramsal Modeli

England (1967), değerlerin yöneticilerin davranışları ile olan ilişkileri konusunda kuramsal bir model geliştirmiştir. Bu model yöneticilerin özellikleri ışığında tasarlanan ve değerlerin davranışsal bağıntısını açığa çıkaran kişisel değer sistemlerine yönelik bir ölçme yaklaşımının geliştirilmesinde kullanılmıştır. Ayrıca model yöneticilerin kişisel değer sistemleri hakkındaki verilerin yorumlanmasında da kullanılmıştır (Silah, 2005:295-296).

Değerlerin davranışı etkilediği belli başlı iki yolu vardır. Bunlar; davranış yönünü değiştirme ve algılama durumunu örtmedir. Ayrıca model, bir bireyin belli koşullar altında şu ya da bu şekilde davranış hakkında kesin ifadelerde bulunmadan önce, değerlerin davranış üzerindeki etkisinin, diğer çevresel etkilere ve zorlamalara bağlı olarak düşünülmesi gerektiğini göstermektedir. Çünkü değerler olayın tümünü değil, yalnızca bir parçasını oluşturur. Toplam değer alanı, kişilerin sahip olabilecekleri tüm

potansiyel değerleri kuramsal olarak içerir. Potansiyel değer iki sınıftan oluşur. Bunlar (Kuvan, 2007:116):

- **İlgisi bulunmayan değerler;** bu değerlerin davranış üzerinde çok az etkisi vardır.
- **Yaratılan değerler;** bu değerler sözde değerlerdir. Yaratılan değerler üç ayrı gruba ayrılmıştır. Bunlar; işleyen değerler, adapte edilmiş değerler, niyet edilmiş değerlerdir.

1.3.2. Liedtka Değerler Benzeşim Modeli

Liedtka (1989), hem kişisel hem de örgütsel değer sistemleri arasındaki uyum ve açıklığın önemli olduğunu görerek konuyu incelemiş ve kuramsal bir model geliştirmiştir. Liedtka değerler benzeşim modelinde hem kişisel hem de örgütsel değerlerin karar almayı nasıl etkilediğine kavramsal bir açıklama getirmiştir. Kararın bu iki değer boyutu uyum ve farklılıktan etkilendiğini belirtmiştir. Değerler Benzeşme Modeli'nde yöneticilerin karar verme esnasında karşılaştıkları bütün zor durumlar incelenmiştir. Örgütsel ve bireysel karar ve sonuçlarla ilgili kişisel ve örgütsel değerlerin etkileşimi açıklanmıştır. Liedtka, yöneticiler tarafından en sık karşılaştıkları çatışmaların, örgütsel beklentiler konusunda (değerler açık fakat bu yöneticiler, beklentilerin kendi kişisel değerlerinde mevcut olup olmadığı konusunda emin olmadıkları zaman) olduğunu gözlemlemiştir. En sık rastlanan bir diğer çatışmanın kaynağı, kişisel değerleri hakkında açık fakat örgütün gerçekten ne beklediği konusunda emin olmayan yöneticiyle ilgilidir (Silah, 2005:297).

1.3.3. Milton Rokeach Değerler Kuramsal Yaklaşımı

Rokeach değer konusuna hiyerarşik bir yaklaşım getirmiştir. nce temel değerler ve aracı değerler sıralaması yapmış daha sonra her birini kendi arasında ikiye ayırarak temel değerleri bireysel değerler ve sosyal değerler diye gruplandırmıştır. Aracı değerleri ise beceri ve ahlaki değerler olarak iki grupta incelemiştir. Rokeach'a göre temel değerler yaşamın temel araçlarıyla ilgilidir. Araçsal değerler ise bu amaçlara ulaşmada kullanılabilecek davranış biçimleri ile ilgilidir (Silah,2005:298).

Tablo 1: Rokeach’ın Temel ve Aracı Değerleri

Temel Değerler	Aracı Değerler
AHİRET SELAMETİ (Öbür dünyadaki mutluluk, cennete gitme)	BAĞIMSIZ (Kendine güvenen, kendi kendine yeten)
AİLE GÜVENLİĞİ (Aile üyelerinin güvencesini sağlamak)	BAĞIŞLAYICI (Kin tutmayan)
BARİŞ İÇİNDE BİR DÜNYA (Savaşızsız, çatışmasız bir dünya)	CESARETLİ (İnançlarını çekinmeden savunan)
BAŞARI HİSSİ (Hayatta kalıcı, iyi şeyler yapmış olma duygusu)	DÜRÜST (Samimi, doğru sözlü)
BİLGELİK (Yaşama olgun, filozofça bakmak)	ENTELEKTÜEL (Aydın, zeki)
EŞİTLİK (Kardeşlik, herkese eşit fırsat)	GENİŞ GÖRÜŞLÜ (Açık fikirli, başka fikirlere ön yargısız bakan)
GERÇEK DOSTLUK (Yakın arkadaşlık)	HAYAL GÜCÜ KUVVETLİ (yaratıcı)
GÜZELLİKLER DÜNYASI (Doğası güzel, estetik değerlere ve güzel sanatlara önem verilen bir dünya)	HIRSLI (Amacına azimle sarılan, sebatkar, gayretli)
HEYECANLI BİR YAŞAM (Renkli, hareketli bir yaşam)	İTAATKÂR (Yumuşak başlı, kurallara uyan)
İÇ HUZUR (İç çatışmalardan uzak, kendisiyle barışık olmak)	KENDİNİ KONTROL EDEN (Ölçülü, kendisine hakim olabilen)
KENDİNE SAYGI (İnsanın kendine saygı duyması, özsaygı)	KİBAR (Nazik, terbiyeli)
MUTLULUK (Halinden memnun olmak)	MANTIKLI (Doğru, tutarlı akıl yürüten)
OLGUN SEVGİ (Cinsel ve ruhsal yakınlık)	MUKTEDİR (Yeterli, becerikli)
ÖZGÜRLÜK (Bağımsızlık, özgürce seçebilme)	NEŞELİ (Şen, sevinçli)
RAHAT BİR YAŞAM (Geçim sıkıntısı duymadan, refah içinde bir yaşam)	SEVECEN (Şefkatli, cana yakın, sevgi dolu)
SOSYAL ONAY (Diğerleri tarafından takdir edilmek, saygı görmek)	SORUMLULUK SAHİBİ (Güvenilir, emniyetli)
ULUSAL GÜVENLİK (Ülkenin saldırılardan korunması)	TEMİZ (Düzenli, tertipli)
ZEVK (Keyifli, haz duyulan bir yaşam)	YARDIMSEVER (Diğerlerinin iyiliğine çalışan)

Kaynak: Rokeach, M. (1973).

Rokeach (1973), “The Nature of Human Values” adlı kitabında, değerleri aracı ve temel değerler şeklinde iki gruba ayırmış ve 18’i temel, 18’i aracı değer olmak üzere toplam 36 değer belirlemiştir. Aracı değerler, ahlaki değerler ve beceri değerleri olarak ikiye ayrılır. Ahlaki değerler, toplumda mutlak doğru ve yanlış konusundaki inançlardır. Beceri değerleri ise kendini gerçekleştirme ile ilgili inançlardır. Hırs, yetenek, mantık ve kibarlık aracı değerlere örnek gösterilebilir. Temel değerler, değerlerin kişiye ya da topluma dönük olmasına göre sınıflandırılır. Bunları kişisel ve sosyal değerler olarak ikiye ayırabiliriz. Rahatlık, refah ve bağımsızlık bu gruba ait değerlerdir.

1.3.4. Geert Hofstede'nin Değerler Yaklaşımı

Hofstede'e göre değerler, insan hayatının ilk yıllarında programlanmıştır ve rasyonel değildir. İnsanın kendi özüyle ilgili bir rasyonellik tanımı, sahip olduğu değerler tarafından belirlenir. Hofstede'e göre değerler birbirleriyle ilişki içindedirler. Değerler, değer sistemi ve değerler hiyerarşisi oluştururlar. Değerlerin, yoğunluk (önem derecesi) ve yön (neyi ifade ettiği) olmak üzere iki özelliği de vardır. Eğer birey bir değeri kabul ediyorsa, bu değer onun için ne kadar önemli olduğu ve o birey için ne derece uygun olduğu konusundaki sorulara cevap verilmesi açısından bu özelliklerin önemli olduğunu ifade eder. Bireyin bazı davranışları iyi bazı davranışları kötü olarak tanımlaması değerlerin yön/yönelim özelliğinden kaynaklanmakta ve insanlar yoğunluk, yön veya bunların her ikisi açısından farklılık göstermektedirler. Hofstede yapmış olduğu kültürler arası çalışmalarda kültürel değer boyutlarını belirlemektedir. Hofstede'in kültürel boyutları işletme yönetimi alanında genel kabul görmüş ve geçerliliği olan bir yapıdadır. Hofstede'nin ifade ettiği kültürel boyutların ahlaki karar verme sürecinde etkinliği kabul edilmektedir. Hofstede'nin varsayımları; kültürel boyutların bireylerin yargılarıyla, davranışlarıyla ve algılarıyla güçlü bir ilişki içinde olduğu yönündedir. Hofstede bu boyutları dört kategoride toplamaktadır ve bunları şöyle sıralamaktadır (Özkul,2007:19-22):

- **Belirsizlikten Kaçınma**

Bir topluluğun, bilginin yeterli veya açık olmadığı ve değişimlerin belirsiz olarak geliştiği ortamlarda duyduğu tedirginliğin düzeyini ifade etmektedir.

- **Güç Mesafesi**

Bir toplumun birey ve örgütlerinde gücün eşit olarak dağılmış olmaması ile ilgilidir. Gücün bir toplumun bireyleri arasında neden olduğu mesafe o toplumun değer ve normlarına bağlılıkları seviyesinde gerçekleşmektedir.

- **Erillik-Dişillik**

Bu boyut bir toplumda baskın değerlerin ne oranda erkeğe veya kadına özgü olduğunu açıklamaktadır. Bu boyutta başarı, rekabet, kazanma tutkusu, güç, meydan okuma gibi erkeğe özgü değerlerin, iş birliği, güçsüzlere yardım, bireyler arası samimi ilişkiler gibi

kadınısı değerlere göre ne derece baskın olduğu tartışılmaktadır. Hofstede bu düşünceyle bir toplumun dişi veya erkek olduğunun belirlenebileceğini ifade etmektedir. Eğer bir toplumda para yönlü değerler daha baskın ise erkek, insana yönelik değerler baskın ise kadın kültürü ön plandadır.

- **Bireycilik ve Kolektivistlik**

Toplum ve birey arasındaki ilişkileri açıklayan önemli bir boyut olan bireycilik ve kolektivistlik boyutu toplumda egemen değerlerin bireyciliğe veya kolektivistliğe yöneldiğini ifade etmeye çalışmaktadır.

1.3.5. Vernon ve Lindzey'in Değer Sınıflandırması

Vernon ve Lindzey tarafından yapılmış olan çalışmalar sonucunda değerlerin sınıflandırması aşağıda sırayla açıklanmaktadır (Kuvan,2007:108-109):

a) Teorik değerler: Bu değer boyutunun belirgin ilgi alanı gerçeğin ortaya çıkarılmasıdır. Teorik değerler bakımından en çok önem verilen kavramlar, muhakeme, gözlem, eleştiri ve rasyonel düşüncedir. Bireyin amacı bilgi edinmek ve edinmiş olduğu bilgileri düzenli ve sistemli bir hale sokmaktır. Bu değere sahip olan bireylerin araştırmacılık yönü gelişmiştir.

b) Ekonomik değerler: Bireyin belirgin ilgi alanı fayda kavramına dayanır. Özellikle iş dünyasında faydacı ve pratik tavırlara önem verilir. Bireyin hayatındaki en önemli amacı servet edinmek ve bu alanda başkalarını geçmektir.

c) Siyasi değerler: Siyasi değerleri ağır basan bir bireyin belirgin amacı ise güç elde etmek ve bu gücü başkalarını etkileme yolunda kullanmaktır.

d) Estetik değerler: Bu değerin belirgin ilgi alanı Şekil ve ahenktir. Estetik değeri ağır basan birey için gerçek olan güzelliktir ve en çok önem verdiği kavramlar zarafet, simetri ve uyumdur. Bu değere sahip olan bireylerin sanatsal yönleri daha ağır basmaktadır.

e) Sosyal değerler: En çok önem verilen ve hayat biçimini belirleyen olgu sevgidir. Bu değer boyutunda birey için nazik, sempatik ve özverili olmak en çok önem verilen davranış biçimidir. Bireyin amacı, insanlarla sevgiye dayalı ilişkiler kurmak ve gerçek dostluğu yakalamaktır.

f) Dini değerler: Dini değerleri belirgin bir biçimde benimsemiş olan insanların ilgi alanı evrenin bütünlüğünü anlamak ve bunu tarif etmektir.

1.3.6. Schwartz'ın Değer Sınıflandırması

Schwartz'ın temel insan değerleri teorisi, iki bileşene sahiptir. İlk olarak teoride, on farklı değer türünün birçok toplumun üyeleri tarafından kabul edildiği varsayılmakta ve onlara rehberlik eden farklı değerleri de kapsadığı belirtilmektedir. İkinci olarak teoride, bir değer diğer bir değer türüyle nasıl bir dinamik ilişkisi olduğu belirtilmektedir. Bunun ifade edilmesi sonucunda, hangi değerlerin diğer değerler için karşılıklı yardımlaşan ve destekleyici durumda, hangi değerlerin de diğerleriyle zıtlık veya çatışma içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Schwartz, değerleri insanların hayatlarındaki farklı birçok önem derecesine sahip amaçlarına hizmet eden ve yaşamlarında onlara rehberlik eden arzu edilebilir hedefler olarak tanımlamaktadır. Schwartz değerlerin, toplumların ve bireylerin üstesinden gelmek zorunda oldukları evrensel gereksinimlerini bilinçli bir şekilde temsil ettiklerini ifade etmektedir (Ros ve diğerleri, 1999: 51).

Değerlerin kavramlaştırılması ve ölçülmesine ilişkin değişik yaklaşımlar bulunmaktadır. Schwartz'a göre değerler, görece olarak durağan ve yetişkinlik döneminde çok az gelişen motivasyonel unsurlardan oluşmaktadır. Değerleri birbirinden ayıran içeriğin, değerlerin ifade ettiği motivasyonel amaç tipleri olduğunu ifade eden Schwartz, değer tiplerinin üç evrensel gereksinimden kaynaklandığını varsaymaktadır. Bu temel varsayımları şu şekilde sıralamak mümkündür (Özkul,2007:24):

- 1. Bireyin organizmasının biyolojik kaynaklı temel gereksinimleri,**
- 2. Bireyler arasında başarılı sosyal etkileşim gereksinimleri,**
- 3. Toplumların ve grupların devamlılık ve refahını sağlayan sosyal gereksinimler.**

Schwartz'a (2003), göre değerler on grupta ele alınabilir. Bu on değer grubunu esas amaçları ve ne ifade ettikleri yönünden aşağıdaki gibi tanımlamak mümkündür:

- 1. Güç (Power):** Sosyal statü ve prestij, insanlar ve kaynaklar üzerine hâkimiyet kurma (Sosyal güç, otorite ve refah ve sosyal kabul).

- 2. Başarı** (Achievement): Sosyal standartlara göre yeterliliği gösteren, kişisel başarı, entelektüellik ve öz saygı (Başarılı, hırslı, kabiliyetli, etkili).
- 3. Hazcılık** (Hedonism): Mutluluk ve hislere ait memnuniyet, haz (Zevk, eğlenceli hayat).
- 4. Harekete Geçirme** (Stimulation): Heyecan, yenilik ve yaşamdaki sorunlar.
- 5. Kendi Kendini Yönlendirme** (Self-Direction): Bağımsız düşünen ve kendi davranışını seçen, açıklayan kişi (Özgürlük, bağımsız, meraklı, kendi amaçlarını belirleyen ve özsaygısı olan).
- 6. Evrensellik** (Universalism): Bütün insanları ve doğayı korumak, insanları anlamak ve hoşgörülü olmak (Açık fikirli, bilgelik, sosyal adalet, eşitlik, doğa ile bütünleşme, çevreyi koruma).
- 7. Bağlılık** (Benevolence): Yakın olan insanların refahını arttırmak ve korumak (Yardımsaver, dürüst, merhametli, vefalı ve sorumlu).
- 8. Gelenek** (Tradition): Geleneksel kültür ya da dinin bireylere sunduğu gelenekler ve düşüncelerin kabul edilmesi, saygı duyulması ve itaat edilmesi (Alçak gönüllü, dindar, samimi, geleneklerine saygı, kaderine razı olmak).
- 9. Uygunluk** (Conformity): Başkalarına zarar verebilecek davranış ve etkilerden veya sosyal beklentilerin, normların ihlal edilmesinden kaçınmak (Nezaket, itaatkâr, kendi kendini disipline eden, yaşlılara ve büyüklere saygılı).
- 10. Güvenlik** (Security): Toplumun, ilişkilerin ve kişiliğin güvenliği, uyumluluğu ve kararlılığı (Aile güvenliği, ulusal güvenlik, sosyal güven).

1.4. Değerler ve İlgili Kavramlar

Değerlerin; inanç, tutum, norm ve ihtiyaç gibi kavramlarla ilişkisi vardır. Değerlerin bu kavramlarla olan ilişkisi sırayla açıklanmıştır.

1.4.1. İnanç ve Değer

İnanç, bir bireyin eşya hakkında bilgisinin toplamı olmakla beraber, bir şeyin ifade ettiği manalar olarak da kabul edilmektedir. Dolayısıyla inanç, anlayışa ve bilgiye

dayalı olduğu müddetçe tamamlanmış veya yapılanmış bir organizasyon olarak kabul edilmektedir. Genel olarak inanç; bilgi, kanaat ve şüphe duymadan kabullenme anlamına gelmektedir (Özkul,2007:27).

Başka bir ifadeye göre inanç; kendisine bir önermeyi içerik olarak alan, fakat çözümlemesinin son halinde iradesine dayalı davranışlarla yönlendirilen zihin halidir (Cevizci, 2002: 552).

Rokeach, değeri inanç türlerinin üçüncüsü yani, davranış amaçlarının arzu edilebilir/edilemez oldukları hakkındaki sıkı kurallar koyucu veya yasaklayıcı inançlardan olduğunu söylemiştir (Özkul,2007:29).

Güngör, bir psikolog için değeri inanç olarak kabul etmenin yeterli olacağını ifade etmektedir. Ayrıca değerin bir inanç olmak bakımından, dünyanın belli bir kısmıyla ilgili idrak, duygu ve bilgilerimizin bir bileşimi olduğunu ifade eder. Değeri, inancın spesifik bir türü olmak açısından inançtan daha yüksek zihinsel bir organizasyon olduğunu belirtmektedir. İnançtan daha yukarıda olmasının nedenini ise sadece bir değıl organize olmuş birçok inancı kapsaması olarak açıklar. Örneğın, birisine iyilik yapmanın altında yatan inançta, insanlara yardımcı olmanın toplumsal yönden iyi olduğu inancı, iyiliğın insana vicdan huzuru vereceğı inancı, yardımseverliğın barışı netice vereceğı inancı ve Allah'ın yardım edicileri sevdiğine olan inanç gibi birçok inancın katkıları bulunmaktadır (Güngör, 2000: 28).

1.4.2. Tutum ve Değer

Değerlerin en çok ilişkili olduğu kavramlardan birisi tutumdur. Tutum, davranıştan önce gelen ve hareketlerimize rehberlik eden bir yapı olarak görülmektedir. Değerler tutumlardan kolayca ayrılabilir. Tutum, çok sayıda inancın özel bir objeye karşı yöneltilmesidir. Değerler, tek bir obje veya duruma karşılık gelmez. Bir birey, tutumlarından daha az sayıda değere sahiptir. Değerler standartlardır ancak tutumlar değildir. Değerler, bilişsel sistemde daha merkezi, genel ve hiyerarşik olarak daha fazla önem taşıyan tutumlar olarak tanımlanmıştır. Bir başka değerlendirmede ise değerler tutumların bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Silah, 2001,15).

Değerler, tek bir inançtır. Tutumlar belli bir obje ya da duruma yönelmiş inançlardan oluşur. Değerler obje ya da durumların üstündedir. Değerler ölçülerle belirlenmiş

standarttır. Tutumlar birçok obje ya da durumla ilgili lehte veya aleyhte yapılacak değerlendirmelerle değişir. Değerler kişilik yapısında ve bilişsel sistemde merkezi durumda olduklarından hem tutumları hem de davranışları belirleyici durumdadır. Tutumlar önceden var olan sosyal değerlere bağlıdır. Tutumlar değerlerin fonksiyonlarıdır. Değerler tutumlardan daha dinamik ve motivasyonla yakından ilgilidir. Tutumlar daha az dinamiktir. Değer kavramı, benliği savunma, bilgi ya da kendini gerçekleştirme fonksiyonları ile direkt ilgilidir. Tutum ile benliği savunma ve kendini gerçekleştirme fonksiyonları arasında dolaylı bir ilgi vardır (Kuvan, 2007:86).

1.4.3. Normlar ve Değer

Normlar, insanların nasıl ve ne şekilde davranacaklarını düzenleyen kurallar bütünüdür. Normlar değerlere dayanmaktadır. Diğer bir ifade ile değerler normların temelini oluşturmaktadır (Silah, 2001, 16; Özkul, 2007, 33).

Cevizci (2002), norm kelimesini, “her tür yargının gizli veya açık bir şekilde dayandığı ilke, sosyal bir grubun kendilerine ilke edindikleri eylemleri yönlendiren davranış kuralları” olarak tanımlanmaktadır. Ahlak alanında ise, eylemin doğruluğunu belirleyen kural, uygun davranış için standart, eylemde temel alınan davranış ilkesi ve değeri yargılamak ya da değer biçmek için kullanılan ölçü şeklinde ifade edilmektedir.

Rokeach değerler ve normlar arasında üç fark olduğunu belirtmiş ve bunları şu şekilde ifade etmiştir (Özkul, 2007, 34):

- ❖ Norm davranış biçimine, değer ise davranış biçiminin son ifadesine işaret eder.
- ❖ Değerler içsel ve kişiseldir, normlar ise dışsaldır.
- ❖ Değerler arzu edileni gösterirler, fakat normlar daha kısıtlayıcı olup belirli bir şekilde davranmak için emir ve yasaklamalardan ibarettirler.

1.4.4. Değerler ve İhtiyaç

İhtiyaçlar ve değerler benzer yapıdadır. İhtiyaçlar, bireyin pekiştiriciler için tercihleri olarak tanımlanmaktadır. Birey, bir şeyi yapmak zorunda olduğunda aynı zamanda bunu yapmaktan hoşlanıyorsa, o zaman değer ve ihtiyaçlar benzerdir. Dawis ve Lofquist değerleri ikinci dereceden ihtiyaçlar olarak tanımlamışlardır. Maslow, “kendini gerçekleştirme” hem bir ihtiyaç hem de yüksek düzeyli bir değer olarak düşünmüştür.

İhtiyaçlar, bireylerin hayatta kalması ve kendini iyi hissetmesi için nesnel gerekler anlamına gelirken değerler, öznel olup; bilişsel olarak oluşturulur. Locke, ihtiyaçların bütün insanlar için aynı olduğunu, değerlerin ise bireyler için farklılık gösterebileceğini belirtmiştir. Osipow ise değerler ve ihtiyaçlar arasındaki farkın esas olarak iki kavramın kökeninden kaynaklandığını, değerler için sosyal bileşen etkili iken; ihtiyaçların içsel olduğunu belirtmiştir (Kubat,2007:5).

1.5. Değerlerin İşlevleri

Değerler toplumsal yaşam içinde önemli etki alanlarına sahiptirler. Bu etkileri ortaya koyarken değerlerin birbirleri ile ilişki içerisinde olduğu unutulmamalıdır. Değerlerin toplumsal yaşam içinde önemli özellikleri ve bu özelliklere bağlı olarak yerine getirdiği çeşitli işlevleri vardır. Bu işlevler şöyle sıralanabilir (Abdullaeva, 2007:44; Özkul, 2007:35):

- a) Sosyal değerler, bilinçli ve amaçlı davranışın genel ölçütüdür. Bu bakımdan değer, sosyal eylemde bulunan bir kişinin sosyal olarak kabullenilebilen eylem ve istekleri için temel atıf noktası görevini görmektedir.
- b) Değerler, kültürel olarak şekillendirilmiştir ve aynı zamanda kültür üzerinde de yönlendirici olarak etki etmektedir. Bu bakımdan değerler, belli bir kültürün gelişme süreci içinde şekil almaktadır. Aynı zamanda değerler kültürün temelini oluşturmaktadır.
- c) Değerler, insanlarla özdeşleşmiştir. Değerler bu değerleri paylaşan kişileri birbirine yaklaştırır. Dolayısıyla, ortak değerler sosyal dayanışmayı yaratan ve sürekli kılan en önemli faktörlerden biridir. Dolayısıyla, değerler kişiler tarafından öğrenilmekte ve üstlenilmektedir. Bunun sonucu olarak değerler kişinin bir parçası olarak görülmektedir.
- d) Değerlerin, sosyal bir boyutu vardır. Değerler, kişilerin sosyal rollerini seçmesinde ve gerçekleşmesine rehberlik ederler.
- e) Değerler ayrıca onaylanmayan davranışları engeller, yasaklara işaret eder ve sosyal ihlallerden kaynaklanan utanma ve suçluluk duygularının anlaşılabilmesini sağlar.

1.6. Değerlerle İlgili Yapılan Bazı Çalışmalar

Posner ve Schmidt (1993) değerler benzeşmesi ve örgütsel, kişisel değer sistemleri arasındaki farkları incelemek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışma yöneticilerin iş davranışları ve firmalarındaki ahlaki uygulamaların, değer anlayışları üzerindeki etkilerini incelemiştir. Ülke genelinde çeşitli mesleklerdeki toplam 1059 yöneticiden kullanılabilir cevap alınmıştır. Hipotez olarak, kişisel değerlerin uyumlu ya da çatışan ve örgütsel değerlerin de uyumlu veya çatışan olabileceği ileri sürülmüştür. Sonuçta, bu çalışma ile hem örgütsel hem de kişisel değer sistemleri arasındaki uyumun önemli olduğu tespit edilmiştir.

Ralston ve arkadaşları (1993) yönetsel değerler arasındaki benzerlikler ve farklılıkları incelemiştir. Bu çalışmada, Batı kültürleri içinden dört değer ve Doğu kültürlerinden dört değer ölçüt olarak kullanılmıştır. Burada Hong Kong, A.B.D. ve Çin Halk Cumhuriyeti'nden yöneticilerin değerleri karşılaştırılmıştır. Bu çalışmada asıl amaç yönetsel değerlerin benzerlik ya da farklılıklarının anlaşılmasına yardım etmek ve üzerinde çalışılan ülkelerdeki yönetsel değerlerin benzerlik ve farklılıklarını araştırmaktır. Sonuçta, ülkeler arasında yönetsel değerlerde benzerlikler olduğu gibi önemli farklılıklar da görülmüştür. Hong Kong'un değerler yönünden A.B.D. ve Çin Halk Cumhuriyeti'nden farklı, kendi öz değerlerinde eşsiz olduğu görülmüştür. Ülkeler arasında farklılıkların olması bu toplumlarının yöneticilerinin kültürüne bağlanmıştır.

Barnett ve Karson (1989) yöneticiler, değerler ve yönetici kararlarında cinsiyetin rolü, mesleki kariyer, örgütsel deneyim, görev bilincinin etkileri ve ahlaki ilişkilerin önemi ve yönetsel karar vermenin sonuçları hakkında bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmada, 513 yöneticinin ahlaki ilişkiler ve sonuçlarını içeren kararlar incelenmiştir. Araştırmanın amacı, kişisel ahlak ve cinsiyet değerleri, iş kararları ve bunların değer-karar ilişkisi hakkında bir teori oluşturmaktır. Sonuçta, kadınların iş ilişkilerine erkeklerden daha fazla önem verdikleri görülmüştür. Cinsiyetin, iş çevresinde yapılan iletişim kararları üzerinde bir etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır. Kadınların daha fazla metotçu oldukları, erkeklerin ise daha çok görevin sonuçları ile ilgilendikleri açıklanmıştır. Ayrıca cinsiyetin iş ahlakı için bir faktör olduğu belirtilmiştir. Yaş ve tecrübenin değerleri belirlemede etkili bir faktör olduğu açıklanmıştır. Buna göre genç yöneticiler, yaşlı ve tecrübeli yöneticilere göre, güven ve onurdan daha çok paraya ve

terfi etmeye daha fazla önem göstermektedirler. Örgütsel seviyenin, yöneticilerin kişisel değerlerini ve iş ahlakı gerektiren kararlarını etkilediği açıklanmıştır.

BÖLÜM 2: İŞ DEĞERLERİ ETKENLERİ VE ETKİLERİ

2.1. İş Değerlerinin Etkenleri Olarak Yaşam Değerleri

Çalışanların yaşama bakış açıları ve davranışları yaşam değerlerini belirlemektedir. Dolayısıyla yaşam değerlerinin iş değerlerini etkilediğini söylemek mümkündür.

Yaşam değerleri iş görenlerin eylemlerini nitelendirmeye yarayan ölçütlerin kaynağıdır. Yaşam değerleri; çalışanların değer profillerini bilmek uygun örgütsel teknikleri kullanmak bakımından oldukça önemlidir. Örneğin; örgüt elemanlarının değer sistemleri hakkında fikir sahibi olmak, etkili güdüleme sistemleri oluşturabilmek için gerekli bir koşuldur (Kuvan, 2007:127; Başaran,1982:112).

Yaş bakımından karşılaştırmalı olarak yapılan araştırmalarda genç çalışanların çalışma sürecinde kendilerini ifade etmeye, para kazanmaya ve sosyal güvenliğe yaşlı çalışanlardan çok daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Yaşın yanı sıra cinsiyet, eğitim, işletme içindeki pozisyon, kültür, meslek gibi özelliklerin değer profillerinin biçimlendirilmesinde rol oynadığı saptanmıştır (Kuvan,2007:128).

İş değerleri ile ilgili yapılan bir çalışmaya göre; yöneticilerin işe alım sırasında kişilerin sahip oldukları yaşam değerlerine dikkat ettikleri belirtilmiştir. Örneğin; yöneticiler; kedisıyla barışık olan, iç huzuru olan, güler yüzlü olan, iletişimi iyi olan, müşteriye ve yöneticiye karşı saygılı olan kişileri işe alım konusunda seçtiklerini belirtmektedirler (Türkay ve Çoban, 2009:862). Bu çalışmadan da anlaşıldığı gibi işe alım konusunda bireylerin yaşam değerleri önemli bir etkidir.

2.2. İş Değerleri

Değerler insan davranışlarını şekillendiren bir tür inançlar sistemidir. Bu bakımdan insan davranışını önemli oranda açıklama gücüne sahiptir. Bu etki alanına bağlı olarak işletme bilimi dâhilinde değerlerin işe yansması konu edilmektedir. Değerlerin çalışanın davranışlarına etkisi ve bu bağlamda çalışanın sahip olduğu değerlerin kapsamı ve önemi ortaya koyulmaya çalışılmaktadır.

2.2.1. İş Değerlerinin Tanımı

Çalışanların iş yerindeki davranışlarını şekillendiren değerler, sosyal değerlerin bir alt kümesi olarak ele alınan iş değerleridir. Dolayısıyla iş değerleri, sosyal değerlerden bağımsız olmayan, çalışanın işe karşı pozisyonunu belirleyen değerler kümesini ifade etmektedir. Başka bir tanıma göre, yaşam değerlerinin içinde yer alan, onlarla ilişkisi olan, işin ve işyerinin amaçlarına uygun olarak öne çıkan, bireylere ya da gruplara özgü değerlere iş değerleri denmektedir (Abdullaeva, 2007:48).

Aralarında yapısal olarak bir benzerlik ve etkileşim olan, değerleri ele alırken onları iş değerleri ve iş dışı değerler olarak ele almanın işletme bilimleri için daha verimli olacağı Elizur ve Sagie (1999) tarafından ortaya koyulmaktadır.

Çalışma hayatının koşulları ile kişi etkileşimi çerçevesinde iş değerleri kavramı ortaya çıkmakta ve bu etkileşimin davranış üzerinde belirleyici olduğu düşünülmektedir. Kişinin sahip olduğu ekonomik, güvenlik değerleri yanında, toplumsal, estetik, yaratıcılık, prestij ve sağlık değerleri onun işe yaklaşımını belirlemektedir. Çalışma hayatı da çalışanın kişisel değerlerinde zamana bağlı olarak bir değişme ortaya koyabilir. Çünkü çalışma hayatının da kişiyi ekonomik bağımsızlığına kavuşturma, onu sosyalleştirme, toplumsal gücünü ve yaratıcılık yeteneğini geliştirme, onun kişiliğine güven ve saygısını arttırma gibi işlevleri vardır. Elizur ve Koslowsky, iş değerinin bireylerin iş bağlamında edinilen belli sonuçlara verdiği önem olarak tanımlanabileceğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla iş değerleri kişiyi iş yerinde tutan ödül ve amaçlardır (Kubat,2007:12).

İş değerlerinin işletmeler için önemi bu değerlerin iş gören davranışına etkileri bağlamındadır. Bu etkiler oldukça güçlüdür. İşten hoşlanmak, işe bağlılık, stres, performans, motivasyon ve ödüllendirme gibi özellikler işletme çalışanlarının işe bağlılığını etkilemektedir (Selmer ve Waldstrom, 2007:435).

Çalışanların benzer standartlarda ürün üretmesi aynı iş değerlerine bağlılık göstermesine, aynı tutum ve davranışlarda bulunmasına bağlıdır (Gürsoy ve diğ., 2008:450).

Değerler, bireyin çalışma yaşamında işiyle ilgili süre gelen eylemlerine yol gösteren standartlar olarak işlev görürler. Değer sistemleri ise, çalışma yaşamında, çatışmaları

çözmekte ve karar vermede uygulanan planlardır. Çalışma yaşamında bireyin değerlerinin etki alanı Abdullaeva, (2007:49)'ya göre aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- İş standardı olarak işlev görürler.
- Karar verme ve çatışmaları çözme planları olarak işlev görürler.
- Motivasyon aracı olarak işlev görürler.
- Davranış yaptırımları olarak işlev görürler.

Buna bağlı olarak yöneticiler personelin değerlere bağlılığını personelin davranışlarına göre ölçmektedirler. Çalışanların başarılarının derecelendirilmesinde onların iş ile ilgili tutum ve davranışları etkili olmaktadır (Gürsoy ve diğerleri, 2008: 450; Porfeli, 2008:144).

Çalışanların sahip olduğu iş değerleri yanında işletme içinde hâkim olan kültürün de işe yaklaşımını belirleyen bir yönü vardır. Bunu işletmenin değerleri olarak ele almak uygun olmaktadır. Her örgüt içerisinde, çalışanların ve yöneticilerin işletmede hakim olan değerleri önemsedikleri görülmektedir. Örgütsel amaçlar için hareket ederken bu değerlerin önemli oranda yol gösterici olduğu tespit edilmiştir. İşletmenin sahip olduğu değer sistemleri; çalışanların örgüte bağlanması, işine yönelmesi, üretimin ve yönetimin nitelikli, etkili ve verimli olması açısından önemlidir. Bunların sağlanabilmesi için de ortak değerlerin çalışanlar tarafından algılanması ve bunlara yeterince inanılması gerekir (Özkul, 2007:39).

Drucker'a göre kurumların ve insanların değerleri olmak zorundadır. Bir kurumda başarılı olabilmek için, kişinin kendi değerlerinin iş değerleriyle uyumu gerekir. Bu değerler, aynı olmak zorunda değildir, fakat bir arada var olabilecek kadar birbirine benzer olmalıdırlar. Aksi durumda kişi, işletmede mutlu olmayacak ve bu durum iş doyumsuzluğuna neden olacaktır. Başka bir deyişle, bir işletme içinde belirli amaçları gerçekleştirmek için bir araya gelmiş, farklı değerlere sahip insanlar, bu amaçları gerçekleştirirken kendi değerleri ve öncelikleriyle, işletmenin değer ve öncelikleri uyuyorsa daha mutlu olacaklardır (Özkul, 2007:40).

Değerler, kültürün en önemli bileşenleri olarak çok değişik boyutlarda ele alınabilmektedirler. İş değerleri; toplumsal, estetik, siyasi değerler gibi kültürün kendi

özelinde oluşur ve kültürden kültüre farklılık gösterebilirler. Örneğin; Türk kültüründe alın teriyle yapılan her iş onur vericidir ve yapan için bir utanç kaynağı olamaz. Türk kültüründe bazı işler kadına özgü değerler içerirken, evrensel kültür açısından iyi bir ev kadını olma değeri, iyi bir iş kadını olmaya dönüşmüştür. Çalışanlardan da iş ahlakı, kalite, verimlilik ve rekabet gibi iş değerleri aranmaktadır. Genel olarak işletmelerin benimsediği iş değerleri; yaratıcılık, hayal gücü, vizyon sahibi olmak, girişimcilik, iş ahlakı, insan haklarına saygı, toplam kalite ve eğitim, sürekli kendini geliştirme gibi değerlerdir (Abdullaeva, 2007:51).

2.2.2. İş Değerlerinin Sınıflandırılması ve Ölçülmesi

İş değerleri konusunda çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Bunlardan bazıları şöyle sıralanmıştır (Kubat,2007):

- ❖ Mausner ve Synderman 13 değer belirlemiştir. Bunlar; firma politikası ve yönetimi, teknik denetim, iş güvenliği, çalışma koşulları, kişiler arası ilişkiler, ücret, başarı, gelişim, sorumluluk, fark etme, işin kendisi ve büyüme ihtimali ile statüdür.
- ❖ Vernon ve Lindzey altı temel değer belirlemiştir. Bunlar; teorik, ekonomik, estetik, sosyal, politik ve dini değerlerdir.
- ❖ Vroom, altı değerden bahsetmektedir: Denetim, çalışma koşulları, iş grupları, ödemeler, terfi imkânları ve işin içeriğidir.
- ❖ Wollack, çalışanların iş değerlerini ölçmek için üç yönlü bir anket oluşturmuştur (İş Değerleri Anketi):
 1. İşe içsel bakış: İşte gurur, işe katılım ve faaliyet tercihidir.
 2. İşe dışsal bakış: Para kazanma eğilimi ve işin sosyal statüsüdür.
 3. Karma karakter: Terfi etme ve sorumluluk almadır.

Kalleberg (1977), çalışmasında iş değerlerine ait altı boyut belirlemiştir. Bunlar:

- İçsel boyut (işin ilgi çekici olması, yeteneklerini kullanma),
- Uygunluk boyutu (çalışma koşulları),

- Maddi boyut (ücret ve ek faydalar),
- Çalışma arkadaşları ile ilişkiler (arkadaşlık kurma şansı, iş arkadaşlarının uyumlu olması),
- İşin kariyer adına sağladığı fırsatlar (terfi şansı, adil değerlendirmeler),
- Kaynak yeterliliğidir (işi yapmak için gerekli bilgi ve ekipmanın sağlanması).

Burada Manhardt (1972) ile Nevill ve Super (1989) tarafından geliştirilen ve iş değerlerini ölçmek amacı ile kullanılan çeşitli ölçeklere yer verilmiştir.

Manhardt “ İş Değerleri Envanteri (Work Value Inventory)” adında, 25 farklı iş özelliğini değerlendiren bir ölçek geliştirmiştir. Bu özelliklerin 21 tanesini üç boyutta gruplandırmıştır. Bu boyutlar “rahatlık ve güvenlik”, “yetenek ve büyüme”, “statü ve bağımsızlık” olarak adlandırılmıştır. Rahatlık ve güvenlik boyutu konforlu çalışma şartları, iş güvenliği ve düzenli rutinler gibi iş özelliklerini kapsamaktadır. Yetenek ve büyüme başarı hissi, becerileri geliştirmeye devam etme gibi iş özelliklerini içermektedir. Statü ve bağımsızlık boyutu ise yüksek gelir, yüksek yönetim kademelerine yükselmeye izin verme, bağımsız çalışmaya izin verme gibi iş özelliklerini içermektedir (Özcan, 2008:30).

Nevill ve Super, içsel ve dışsal değerleri ölçmek için “İş Önem Ölçeği” denilen bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu ölçek yeteneklerini kullanma, başarı, estetik, fedakarlık, otorite, bağımsızlık, yaratıcılık, ekonomik ödüller, yaşam tarzı, kişisel gelişim, fiziksel faaliyetler, prestij, risk, sosyal etkileşim, sosyal ilişkiler, çeşitlilik, çalışma koşulları, kültürel kimlik, fiziksel yetenekler ve ekonomik güvence şeklinde yirmi maddeden oluşmaktadır. Super’in “İş Değerleri Envanteri” ise on beş temel iş değerini tanımlamaktadır. Bunlardan sekizi içsel, yedisi ise dışsal değerlerdir. İçsel değerler, kişinin işe bakışını gösterir dışsal değerler işin sosyal yönü ve diğer kazanımlarla ilgilidir. İçsel değerler, fedakârlık, estetik, yaratıcılık, zihinsel uyarı, bağımsızlık, başarı, çeşitlilik ve otoritedir. Dışsal değerler ise işin ekonomik yönü, güvenlik, çevre, yönetimle ilişkiler, çalışma arkadaşları, prestij ve yaşam tarzını ifade etmektedir (Kubat,2007:16).

2.2.3. İş Değerleri ile İlgili Yapılan Çalışmalar

İş değerleri ile ilgili farklı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda genellikle iş değerleri ile yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Ayrıca dinsel değerler ile iş değerleri arasındaki ilişkide incelenmiştir. İş değerleri ile ilgili yapılan araştırmalardan bazıları aşağıda açıklanmıştır.

Miller, otel çalışanları üzerinde yaptığı çalışmalarında iş değerleri ile yaş arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiştir. Yaş değişkeninin iş değerleri ile ilişkisi nesiller arası farklılığı temel alarak da açıklanabilmektedir. Buna göre Eslinger, nesilleri iş değerleri açısından değerlendirmiş ve anlamlı farklılıklar bulmuştur. Cherrington, Conde and England (1979) yaşın ve eğitimin, işin ahlaki önemi ya da paranın önemi gibi çeşitli iş değerleriyle ilişkili olduğunu bulmuşlardır (Özcan,2008:31-32).

Furnham İngiltere ve Yunanistan'ı kapsayan beş yüzün üzerinde çalışanı kapsayan, kişilik özellikleriyle bireylerin iş değerlerini karşılaştırdığı iki çalışmada yaş ve cinsiyetin iş değerleri üzerindeki etkilerine de bakmıştır. Ancak iş değerleri ile yaş arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamıştır. Yaşın iş değerlerini açıklamada güvenilir bir değişken olmadığını belirtmiştir. Siu, Çinli çalışanlar üzerinde iş değerleri ve iş performansının ilişkisini ortaya koymaya yönelik bir araştırma yapmıştır. Sonuç olarak; Çinli çalışanların iş değerleri ile iş performansları arasında olumlu ilişki olduğunu bulmuştur (Özcan,2008:32).

Kalleberg (1977) iş değerleri, iş ödülleri ve iş doyumu arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışanlara verilen iş ödüllerinin iş doyumunu arttırdığını buna bağlı olarak iş değerlerinin olumlu yönde etkilendiğini belirtmiştir.

Warr (2008) demografik özellikler ve kültürel mirasın iş değerleri üzerine etkilerini incelemiştir. Bu araştırma 1999-2004 yılları arasında yapılmıştır. Aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 33 ülkede yapılmıştır. Yapılan bu araştırmada ülkelerin farklı kültürlere sahip olması iş değerlerini farklı etkilediği tespit edilmiştir. Yaş ile iş değerleri arasında farklılıklar olduğu görülmüştür. Yaşı büyük olan çalışanların iş değerlerine daha çok önem verdikleri belirtilmiştir. Ayrıca çalışanların çalışma süreleri ile iş değerleri arasında farklılık olduğu görülmüştür.

Taylor ve Thomson (1976) genç ve yaşlı çalışanlar arasındaki değer farklılıklarını belirlemek amacıyla 1058 çalışanın değer sistemlerini incelemişlerdir. Yaşa bağlı olan değerlerde farklılıklar tespit edilmiştir. Genç çalışanların çalışma sürecinde kendilerini ifade etmeye, para kazanmaya ve sosyal güvenliğe yaşlı çalışanlardan çok fazla değer verdiklerini saptamışlardır. Genç çalışanların iş değerlerine uymaya daha az eğimli oldukları görülmüştür.

Cherrington ve arkadaşları (1979) yaptıkları çalışmada 53 şirketten 3053 çalışanın yaş ile iş değerleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlar, iş değerleri ve yaş arasındaki ilişkinin; bireysel olgunlaşma, geçmiş olay ve deneyim farklılıkları, sosyalleşme ve eğitim gibi değişkenlerle ilgili olduğu belirtilmiştir. Yaşlı kişilerin iş ahlakına önem verdikleri, gençlerin ise daha çok paraya önem verdikleri görülmüştür.

Duffy (2010) 265 üniversite öğrencisinin dinsel değerler ile iş değerleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Katılımcılar farklı dinlere mensupturlar (Yahudi, Katolik, Protestan, Müslüman, Hindu). Dindarlık ile iş değerleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin ruhaniliği iş değerlerine bağlılığını olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Cassar (2008) Malta Üniversitesi öğrencilerinin cinsiyet ile iş değerleri arasında farklılık olup olmadığını incelemiştir. Ayrıca öğrencilerin eğitim gördükleri bölüm ile iş değerleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Cinsiyete bağlı değerlerde farklılık olduğu tespit edilmiş. Bayanların iş değerlerine daha duyarlı oldukları görülmüştür. Toplum Bilimi bölümündeki öğrencilerin iş değerlerine daha duyarlı oldukları görülmüştür. Biyoloji ve Matematik gibi bölümlerdeki öğrencilerin iş değerlerine daha az duyarlı oldukları tespit edilmiştir.

Funderburg, ortaokul-lise öğretmenlerinin iş değerleri üzerine yaptığı araştırmada, erkeklerin otorite, bağımsızlık, prestij, gelişme, risk, kültürel kimlik, fiziksel beceriye değer verdiklerini belirlenmiştir (Kubat,2007:20).

Chusmir ve Parker (1991) cinsiyet farklılığının kadın ve erkek yöneticilerin iş değerlerini etkileyip etkilemediğini araştırmışlardır. Güneydoğu Florida'da çeşitli kuruluşlarda çalışan 258 yönetici iş ve özel yaşamlarını Rokeach'ın " Değerler Anketi-Değer Ölçme Skalası" kullanılarak ölçülmüştür. Katılımcılardan 18 temel ve 18 aracı

değeri önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Aynı cinsteki yöneticiler benzer iş değerleri göstermiştir ve farklı kişisel değerler sergilemişlerdir. Sonuçta; iş pozisyonlarında kadın ve erkeğin yönetici değerlerinin birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Örneğin, kadın yöneticiler için “eşitlik” değeri erkek yöneticiler için olduğundan daha önemlidir.

Öğretmenlerin iş değerlerini araştıran Uyan (2002), başarıya boyutunda cinsiyetler bakımından farklılık olduğunu belirlemiştir. Kadın öğretmenlerin çalışma yaşamında başarılı olmaya verdikleri değer, erkek meslektaşlarından daha yüksektir. İlerlemeye verilen önem de kadın öğretmenlerde daha fazladır. Prestij kazanma, ekonomik güvence ve çalışma koşulları değerlerinde de kadınlar lehine anlamlı bir farklılık elde edilmiştir.

Türk inşaat sektöründe çalışan mimar ve inşaat mühendislerinin ideal işe ilişkin değerlerinin incelendiği çalışmada, erkekler ve kadınlar arasında iki değişken için önemli farklılıklar gözlenmektedir. Bu değişkenler “üstlerle iyi iş ilişkilerinin olması” ve üstlerin verdiği kararlarda çalışana danışması” dır. Bu soruya verilen cevaplarda frekans dağılımlarına ve ortalamalarına baktığımızda da kadınlar için üstlerle iyi iş ilişkisinin olması erkeklere oranla daha önemli görülmektedir. Benzer şekilde üstlerin verdiği kararlarda çalışana danışması ile ilgili ortalamalarda da kadınlar için erkeklerden daha önemli ve öncelikli olduğu sonuçları çıkmıştır (Kubat, 2007:21).

Lyons ve diğerleri, sektörlere göre iş değerlerini incelemiştir. Kamu sektörü, özel sektör ve yarı kamu olarak ele aldıkları üç farklı sektör çalışanlarının iş değerlerinde farklılıklar belirlemişlerdir. Yarı kamu sektöründe çalışanlar topluma katkı sağlayacak işlerde çalışmayı kamu sektörü çalışanlarına göre, kamu sektörü çalışanları ise özel sektör çalışanlarına göre daha fazla önemsemektedir. Yarı kamu sektöründe çalışanlar ilerleme fırsatlarına hem kamu hem özel sektör çalışanlarına göre daha az değer vermektedir. Kamu sektörü çalışanları teşvik edici ve zorlayıcı işle yarı kamu sektöründe çalışanlara göre daha fazla önem vermektedir. Bunun yanında prestij açısından karşılaştırıldığında özel sektör çalışanlarının kamu sektörüne göre prestije daha fazla önem verdiklerini bulmuşlardır (Özcan, 2008:32).

2.2.4. Çalışanların Sahip Olduğu İş Değerlerinin Turizm İşletmeleri İçin Önemi

Müşterilerle temas halinde çalışan personelin tutum ve davranışları müşteri memnuniyetini büyük ölçüde etkilemektedir (Tepeci ve Bartlett, 2002:151). Bu bakımdan çalışanların tutum ve davranışlarının kaynağı olarak değerlerin de müşteri memnuniyeti üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu düşünülebilir. Bu konunun önemli bir konu olmasına rağmen, turizm işletmelerini kapsayan ve değerleri konu alan çok fazla araştırmaya rastlanmamaktadır. Bu araştırmalardan birisi olarak Tepeci ve Bartlett iş değerlerini iş görenlerce arzu edilen örgüt kültürü boyutları olarak ele almaktadır. Bu kapsamda, turizm işletmelerinde çalışanlarının iş değerlerini (arzu edilen kültürel iş çevresi olarak); iş gören geliştirme, adil ücretlendirme, etik ve insan-yönlülük, müşteri değeri yaratma, yenilik, takım-yönlülük, detaylara dikkat etme ve sonuç-odaklılık boyutlarından oluşan bir yapı olarak algıladıkları ortaya koyulmuştur.

Turizm işletmelerinde çalışanın davranışlarını belirleme, çalışanın işletme amaçları ile hizmet politikası ile ve diğer çalışanlarla uyumunu sağlama gibi konularda değerler önemli ipuçları vermektedir.

İnsan unsuru organizasyonların başarısında oldukça önemli rol oynamaktadır. Özellikle konaklama ve yeme-içme işletmeleri gibi hizmet sektöründe çok daha önemlidir. Çünkü turizm işletmeleri büyük ölçüde insan gücüne dayanır. Bu işletmelerde iş görenlerin çoğu müşterilerle direk ilişki içerisinde. Müşterilerinin memnuniyetini sağlama açısından çalışanın rolü ve önemi çok büyüktür. Dolayısıyla, konaklama ve yeme-içme işletmelerindeki personelin müşterilere sunmuş olduğu hizmet, turistik tüketicilerin tatmininde direkt rol oynamaktadır. Örneğin otel işletmeleri için düşündüğümüzde otel odaları ne kadar konforlu olursa, odalar ne kadar temiz olursa olsun bu durum müşterinin çok da dikkatini çekmeyebilir. Fakat iş görenin müşteriyi sabırla dinlemesi, ona güler yüz göstermesi müşterinin o işletmeden memnun ayrılmasını sağlayabilir. Dolayısıyla müşterilerin memnuniyetini; konaklama ve yiyecek içecek standartları kadar, personelin kibarlığı, yardımseverliği ve kişisel özellikleri de etkilemektedir (Erdem,2009:39).

Müşteri önemsenmek ciddiye alınmak ve kendisine adıyla hitap edilmesini ister, hatta sipariş etmeden içtiği içkinin sorgusuz sualsiz kendisine servis edilmesini ister. Bunlar yapıldığı sürece müşteriler bu işletmelerden memnun ayrılmakta ve tekrar gitmek

istemektedir. Kendisi tekrar gitmek istediği gibi arkadaş çevresine de önermektedir. Çünkü yapısal güzelliklerden çok insanı cezbeden yine insandır (www.turizmdebusabah.com).

2.3. İş Doyumu

İş doyumu çalışanın işini sevip sevmemesi ile ilgilidir. İş doyumu çalışanın işinden, iş arkadaşlarından ve çalışma şartlarından memnun olduğu zaman gerçekleşir. İşinden memnun olan bir çalışandan yüksek düzeyde verim alınır.

İş, insan yaşamının önemli bir parçasıdır. İş görenin işinden sağladığı doyum yaşamını da etkilemektedir. Orpen'in yaptığı araştırmada çalışanın işteki doyum derecesi, iş dışı yaşamındaki doyum derecesini çok etkilediğini savunmuştur. İşini haz duyarak yapan bir iş görenin, ömrünün uzamasını sağlayacağı belirtilmiştir (Başaran, 2000:218; Orpen, 1978:531).

Vroom, iş doyumu kişinin iş içindeki rolüne karşı duyuşsal tutum ve yönelimini ifade ettiğini, kişinin işe karşı olumlu tutumu iş doyumunun varlığına, olumsuz tutumu ise iş doyumunun yokluğuna ya da düşük olduğunu belirtmektedir (Özgüven, 2003:127).

2.3.1. İş Doyumunun Tanımı

İş doyumu konusunda çeşitli tanımlar yapılmıştır. Yapılan tanımlara dayanarak iş doyumu; iş görenin işine karşı olan olumlu tutumu olduğunu söylemek mümkündür.

Lawler'e göre; "işten doyum, bir iş görenin işini ya da iş yaşamını değerlendirilmesiyle duyduğu haz ya da ulaştığı olumlu duygusal durumudur" şeklinde tanımlamaktadır. İşgörenin işinden duyduğu doyumun derecesi, iş görenin duyduğu haza ya da olumlu duygusal duruma bağlıdır (Başaran, 2000:215).

İş doyumu genel olarak, iş ortamını oluşturan durumlara karşı çalışanların gösterdikleri olumlu ya da olumsuz duygular veya tepkiler olarak tanımlanabilir. İş doyumu, çalışanların işlerine karşı tutumlarıdır. Başka bir tanıma göre; "iş doyumu bir kişinin iş deneyimlerini değerlendirmesi sonucu oluşan pozitif duygu ve heyecanlardır" şeklinde ifade edilmektedir (Özgüven, 2003:127).

Loche, iş doyumunu; “bireyin işinin ya da tecrübesinin takdir edilmesi üzerine ortaya çıkan hoş ya da olumlu duygusal durum” şeklinde tanımlamaktadır. İş doyumunu çalışanlar için hayatı önem taşımaktadır. İşletmelerin önceden belirlenen hedeflere ulaşması, çalışanların iş doyumunun sağlanması ve onların yaşam kalitesinin artırılması ile mümkündür. İş yaşamının kalitesinin artırılması; çalışma şartlarının ve iş çevresinin düzenlenmesi, çalışanların psikolojik, ekonomik ve toplumsal ihtiyaçlarının karşılanması ve iş hayatında ortaya çıkacak sorunların en aza indirilmesi iş doyumunun sağlanması ile mümkün olacaktır (Çetin ve diğerleri, 2008:109).

2.3.2. İş Doyumunu Etkileyen Faktörler

İş doyumunu etkileyen faktörleri kişiye ve işe bağlı faktörler olarak iki gruba ayırmak mümkündür. İşe bağlı faktörlerin kişisel yönü vardır. Çünkü faktörleri algılayan ve davranışı oluşturan faktörleri değerleyen kişi çalışandır. Bir iş yerindeki iki çalışana verilen eşit düzeydeki ücreti, çalışanlardan biri çok iyi olarak nitelendirirken, diğeri az olarak görebilmektedir. Bu nedenden dolayı iş doyumunu çalışanın beklentileri ile bulduklarının bileşimi olarak görülmektedir (Erdoğan,1996:233).

2.3.2.1. İş Doyumunu Etkileyen Bireysel Faktörler

Kişisel faktörler iş doyumunu etkilemektedir. Birey, kişisel faktörlerin (aldığı eğitimin, yeteneğinin, performansının) kendisinde ne kadar yüksek olduğunu görürse, elde etmesi gereken şeyin de o kadar yüksek olduğunu düşünmektedir. Girdisi (özellikleri) fazla olan birey fazla çıktı alamazsa işinden doyum duymamaktadır. İş doyumunu etkileyen bireysel faktörler; tecrübe, yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi olarak sayabiliriz (Sevimli,2004:20).

a) Yaş

Araştırmalar, yaş ile iş doyumunu arasında genellikle olumlu bir ilişki olduğunu göstermektedir. İş görenlerin yaşı artıkça işten aldıkları doyum da artmaktadır. Bu durum, deneyim nedeniyle uyumun artmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan, daha genç iş görenlerin yükselme ve diğer iş koşullarına ilişkin aşırı beklentilere sahip olmaları nedeniyle de, işe yeni başladıkları zaman doyumsuz olma olasılıkları oldukça yüksektir (Davis 1984, 99; Toker, 2006: 163).

Lee ve Wilbur, 1707 kamu çalışanı üzerinde, iş doyumunu ile yaş ilişkisi üzerine araştırmalar yapmışlar ve yaş ilerledikçe iş doyumunda artış görüldüğünü ortaya koymuşlardır. Araştırmada, genç iş görenlerin, özellikle işin içsel özelliklerinden daha düşük düzeyde doyum sağladıkları görülürken; daha yaşlı iş görenlerin ise genç iş görenlere göre işin dışsal özelliklerinden daha doyumlu oldukları saptanmıştır. Glenn vd. yaptıkları çalışmada, yaşın hem kadın hem de erkek iş görenlerin iş doyumunu doğrudan etkilediğini saptamışlardır (Toker, 2006:164).

b) Cinsiyet

Yapılan araştırmalara göre cinsiyet iş doyumunda bir etken olduğu belirtilmiştir fakat hangi cinsin daha çok doyum sağladığı konusunda farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Örneğin, Hulin ve Smith'in, 295 erkek ve 163 kadın iş gören üzerinde yaptıkları araştırmada, kadınların erkeklere oranla daha az doyum elde ettiklerini saptamışlardır. Sauser ve York'un devlet memurları üzerinde yaptıkları çalışmada, kadınların elde ettikleri ücret ile erkeklere göre daha fazla tatmin oldukları görülmüştür (Toker, 2006: 164-165). Ayrıca, cinsiyet dengeli gruplarda çalışanların doyum seviyeleri, bir cinsiyet baskın gruplarda çalışanlara kıyasla daha yüksektir. Erkek ve kadınların eşit sayıda olduğu bir işletmede çalışan bir bireyin iş doyumunu, sadece erkeklerin çalıştığı bir işletmede çalışan başka bir bireyin iş doyumundan daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Fields ve Blum,1997:182).

İş yaşamında önem verilen değerlerin farklılığı kadın ve erkeğin iş doyum düzeyini farklı bir noktaya çekmektedir. Hofstede'nin araştırmasına göre kadınlar; örgütlerde iyi arkadaşlık ilişkileri, iyi çalışma koşulları gibi etmenlere değer verirlerken, erkekler ise; yüksek ücret, yeterli yükselme olanakları, hırs, rekabet, üstünlük gibi değerleri önemli bulmaktadırlar. Dolayısıyla kadın ve erkek çalışanlar, örgütlerinde kendilerince önemli gördükleri değerleri gerçekleştirebildikleri ya da o ortamı bulabildikleri ölçüde iş doyumuna ulaşabilmektedirler (Ersoy, 2006:92).

c) Tecrübe

İş görenin, iş tecrübesi iş doyumunu üzerinde etkili bir faktördür. Çalışma hayatına yeni atılan iş tecrübesi olmayan kişilerin gerçekçi olmayan beklentileri bulunmaktadır. Zamanla bulunduğu görev diliminde yükselme olanaklarının olmadığını, iş

arkadaşlarının geçimsiz olduğunu kavramaktadır. Bunun gibi iş gerçekleri, doyumsuzluk yaratmaktadır. Çalışanlar iş deneyimleri arttıkça beklentilerini iş hayatının gerçeklerine göre ayarladıkça iş doyumunu bulabilmektedirler (Erdoğan,1996:234).

d) Eğitim

İş doyumunu etkileyen bireysel faktörlerden biride çalışanın eğitim düzeyidir. Eğitim düzeyi yükseldikçe devamsızlık olgusunun azalacağı ifade edilebilir. Bunun gerekçesi, alt öğrenim düzeyinde bulunan çalışanlara verilen işin niteliğinin çok dar bir uzmanlık alanı ile ilgili olmasına ve çalışana tekdüzelik ve bıkkınlık vermesine bağlanmaktadır. Öğrenim derecesinin yükselmesi, çalışanın dar olan uzmanlık alanını genişletmektedir. Çalışanın öğrenim ve bilgi düzeyi yükseldikçe bireysel inisiyatif kullanma, sorumluluk alma ve daha bağımsız karar verme ve uygulama olanağı artmaktadır. Bu durum, çalışanların tekdüzelik ve bıkkınlık durumlarını ortadan kaldırarak işi benimsemelerine yardım etmekte, dolayısıyla iş doyumlarının artmasını sağlayabilmektedir. Bu durum göstermektedir ki, çalışanların eğitim düzeyleri ile iş doyumunu düzeyleri arasında doğru yönde bir ilişki bulunmaktadır (Ersoy,2006:82).

2.3.2.2. İş Doyumunu Etkileyen İş ve İş Ortamına Bağlı Faktörler

Çalışanın işinden doyum duymasında işin genel görünümü, çalışana sağladığı sosyal ve ekonomik yararlar ile iş ortamı şartları etkili faktörlerdir. İş doyumunu, çalışanın iş ve iş ortamına ilişkin bir dizi faktörün oluşturduğu tutumların bileşkesidir (Erdoğan, 1996:236). İş doyumunu etkileyen faktörleri şöyle sıralamak mümkündür:

a) İşin Niteliği

Çalışanların iş doyumunu ile ilgili araştırma yapan O'Toole bireyin iş doyum düzeyinin işin bazı nitelikleri ile iş ortamına ilişkin değişkenler tarafından etkilendiğini belirtmektedir. Bu nitelikleri şöyle sıralamak mümkündür (Özgüven,2003:133):

1. İşin, iş yerindeki ve toplumdaki prestiji,
2. Çalışma koşullarının kontrol edilebilmesi,
3. Yapılan işin ve görevin türü,
4. Örgütsel kararlara katılım düzeyi,

5. İşteki hareketlilik, beceriye ve çalışmaya göre kadroda yükselebilmek olanağı olup, olmaması,

6. Çalışma koşullarının doyuruculuk derecesi,

7. İş güvenliği,

İşin yapısal özelliği iş doyumunu etkileyen faktörlerdendir. İşin ilginç olması, kişiye öğrenme fırsatı vermesi, sorumluluk gerektirmesi birer doyum nedenidir. Bir çalışan için iş ne kadar ilginç ve yenilikçi gelmekte ise o derece doyum sağlayabilmektedir. İşin zorluk derecesi iş doyumunu genellikle olumlu yönde etkilemektedir. Zihinsel olarak zor olan bir iş çalışan tarafından başarıyorsa ve çevre bu başarıyı fark ediyorsa çalışan üst düzeyde doyum bulmaktadır. Çalışan bireysel özellik ve niteliklerinin üzerinde bir işi yapmak zorundaysa bu durumda sıkıntı ve moral bozukluğu ortaya çıkacaktır. Sıkıntı ve moral bozukluğu ise iş doyumsuzluğuna neden olacaktır (Erdoğan, 1996:237).

b) Ücret

İş doyumunu etkileyen temel faktörlerden biri de ücrettir. Ücret işin kişiden istediklerine, bireyin yeteneğine ve toplumun ekonomik yapısına göre adil ise çalışanın işine karşı tutumu olumlu olacaktır. Alınan ücretin iş doyumunu açısından diğer kişilere göre dengeli olması yüksek olmasından daha önemlidir (Erdoğan:1996:238). Ücret, sadece emeğin, işin karşılığı olarak değil, işteki başarının karşılığı olarak da görülmektedir. Bunların yanı sıra, ücretin doyum sağlamasında; iş görenin yaşı, kıdemi, yaşantısı gibi bireysel özellikleri, harcadığı çaba, üretimin niteliği, yaratıcılığı gibi bireysel eylemleri, sorumluluk, yeterlilik, bilişsel yük, gibi görev özellikleriyle elde ettiği ücret arasında bir dengenin olması ve bu dengenin iş gören tarafından algılanması önemli etkenlerdir (Başaran, 2000: 219).

İş gören, kendi ücretini, işletmedeki diğer iş görenlerin ve o sektörde faaliyet gösteren diğer işletmelerdeki iş görenlerinin ücretleri ile karşılaştırarak aldığı ücretin adilliklerini değerlendirir. Bu değerlendirme sonucunda kendisine verilen ücretin yetersiz veya adaletsiz olduğunu düşünen iş gören huzursuz olmakta ve iş doyumunu düzeyi de düşmektedir (Çolak, 2009: 23).

c) Yükselme Olanakları

Yükselme olanağı da, ücret kadar iş gören doyumunda önemli bir faktördür. Yükselme olasılığının fazla olması, sıklığı, adilliği ile yükselme isteğinin iş görence duyulması, bu etkenin doyum sağlayıcılık niteliğini arttıran unsurlardır. Araştırmalar, iş görenlerin istedikleri yükselme olanağına zamanında ulaşamamalarının iş doyumlarını olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir (Başaran, 2000: 219).

Terfilerin adil olması ve bir temele dayanması çalışanlar açısından önemlidir. Ayrıca çalışanların yaptıkları iş karşılığında takdir görmeleri iş doyumunu olumlu yönde etkilemektedir. Bir örgütte çalışanların yüksek iş doyumunu duymaları uygun ödül sistemlerinin geliştirilmesi ile sağlanabilir. Çalışanlar iş ortamı ve iş değerleri ile uyum içerisinde ise iş doyumları artmaktadır (Sevimli, 2004:27).

d) Çalışma Koşulları

Çalışma koşulları hem kişisel rahatlık, hem de işin yapılması açısından önemlidir. İşyerinin havalandırılması, gürültü seviyesi, çalışma saatleri ve dinlenme araları, işyerinin konumu, temizliği ve kalitesi, iş teçhizatı gibi çalışma ortamıyla ilgili unsurlar iş doyumuna etki etmektedir. Çalışma koşulları iş görenlerin iş dışı yaşamlarını da etkiler. Örneğin, fazla mesailer veya uzun çalışma saatleri insanların aile veya arkadaşlarına fazla zaman ayıramamasına ve kendilerini yenileyememelerine yol açar. Çalışma saatleri veya çalışma günündeki görece kısıklık, iş görenlerin kendilerine daha fazla zaman ayırmasını sağlar (Çolak, 2009: 24-25).

Çoğu iş gören için işyerinin eve yakın olması, iş yeri binasının yeni ve temiz olması, iş araç ve gereçlerinin yeni ve kullanılabilir durumda olması iş doyumunu açısından gereklidir. İş görenlerin fiziksel ihtiyaçlarını karşılayacak çalışma koşullarını aramaları hem verimlilik hem de iş doyumunu açısından önemlidir (Başaran, 2000: 220).

e) Politikalar ve Yönetim

İş doyumunu etkileyen faktörlerden biride yönetim tarzıdır. Yönetim tarzı gereğince, çalışanların kararlara katılması iş doyumunu yükseltecektir. Toplum tarafından tanınmış, önemli bulunan, hizmet çevresi geniş olan örgütler ve iş görenlerin yaratıcılığına yer veren, takım çalışmasına elverişli olan yönetim biçimleri ve

politikalar, iş görenlere yüksek düzeyde doyum sağlar. Bireyin grup içerisindeki doyum düzeyi ise iş arkadaşları, denetçiler veya yöneticiler tarafından etkilenebilir (Başaran, 2000: 220; Sevimli, 2004:29).

f) İş Arkadaşları

İş arkadaşları iş görenin iş doyumunu etkilemektedirler. İş görenin başarılı sayılan bir grup içerisinde yer alması ve hayat görüşü kendisine uygun iş arkadaşlarının bulunması onun iş doyumunu artırır. İş görenler, yaptıkları işten sadece para veya somut başarı beklemezler. Günlük yaşantısının yarısından fazlasını iş yerinde çalışarak geçiren birey, uyumlu iş arkadaşlarıyla birlikte sosyalleşme içerisinde. Bu nedenle çalıştığı işletmede dostlar ve destekleyici iş arkadaşları bulan iş görenin iş doyumunu artırır. Ayrıca iş güvenliğinin olması çalışanlar için önemli bir doyum faktörüdür. Kişi çalıştığı iş yerinin kendisine değer verdiğini, işini yapmak için gerekli özelliklere sahip olduğunu bilirse daha kolay doyum bulmaktadır (Erdoğan,1996:241-242). Yapılan araştırmalar da iş arkadaşlarının davranışları ile iş doyumunu arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermektedir (Çolak, 2009:26).

Bateman ve Strasser (1984) yüksek iş doyumunun yüksek kurumsal bağlılık oluşturacağını çünkü bağlılığın davranış-tutum tutarlılığının sağlanmasına ön ayak olacağını belirtmişlerdir.

2.2.3. İş Doyumuna İlişkin Kuramlar

Çalışanların iş doyumunu konusundaki ilk çalışmalar, 1930'lu yıllarda başlamıştır. Bu görüşlerin “kuram” niteliğini alması, Maslow'un “gereksinimler kuramına” dayalı olarak gelişmiştir. Maslow'un gereksinimler kuramına göre, iş doyumunu bireyin temel gereksinimlerinin doyurulması ile ilişkilidir (Özgüven,2003:131). İş doyumuna ilişkin kuramlar aşağıda sıralanmıştır:

2.3.3.1. İki Etmen Kuramı

Herzberg ve arkadaşları tarafından (1959) geliştirilmiştir. Bu kuramda çalışanın yaptığı işle ilgili doyum ve doyumsuzluk iki ayrı faktör olarak ele alınmıştır. Herzberg'in kuramına göre sadece işin içeriği ile ilgili güdeleyici etmenler iş doyumunu üzerinde etkili olmaktadır. İş ortamı ve çevre ile ilgili gözetim, çalışma arkadaşları, çalışma koşulları,

ücret gibi etmenler ise doyumsuzluğa yol açan etmenlerdir (Özgüven, 2003:132).

2.3.3.2. Beklenti Kuramı

Wroom'un beklenti kuramı iş doyumunu açıklamaya yöneliktir. Bu kurama göre bir çalışanı çaba harcamaya iten psikolojik güç, gelecek hakkındaki beklentilerin ve gelecekte elde edeceklerinin çekiciliğinin bir fonksiyonudur. Geleceğe yönelik amacının gerçekleşeceği yönünde bir beklentisinin olması gerektiği ileri sürülmektedir. Örneğin işinde yükselmek isteyen bir kişi eğer çalışırsa yükselebileceğine ilişkin bazı ipuçları ve beklentisi varsa, çok çalışarak performansını arttıracak ve işinden de doyum sağlayacaktır (Özgüven, 2003; Sevimli, 2004).

2.3.3.3. Eşitlik Kuramı

Adams'a göre, iş doyumunu kişinin algıladığı girdi-çıkıtı dengesine göre belirlenmektedir. Diğer bir ifadeyle, kişinin işi için bulunduğu fedakârlıklar ile sonuçta elde ettiği değerler arasındaki dengenin algılanışıdır. Bu denge gerçekleştiğinde doyum da sağlanabilmektedir. Kurama göre, iş görene hak ettiğinden fazla veya az ödül vermek de doyumsuzluğa neden olabilmektedir (Toker, 2006:176).

Eşitlik kuramının iş doyumunu açısından en önemli tarafı, organizasyonun sağladığı ödüller ve ödül sistemine olan etkisidir. Organizasyon sistemi içindeki herkesin ödül sisteminin esasını anlama ihtiyacı vardır. Örneğin kişi iş hacmine göre değil de yaptığı işin kalitesine göre ödüllendiriliyorsa, bu durum herkese açıkça duyurulmalıdır. Çalışanlar eylemlerini algıları üzerine oluştururlar. Örneğin iki mühendis tamamen aynı maaşı alsalar da her biri diğerinden daha fazla aldığını düşünür. Birçok özel sektör işletmelerinde maaşlar gizlidir. Bu gizlilik, kişilerin eşitlik deneyimini gerçeklerden çok algılar üzerine oluşturmasına yol açar (Sevimli,2004:16-17).

2.3.4. İş Doyumu ile İlgili Yapılan Bazı Araştırmalar

Davis (1988) iş doyumunu ile ilgili olarak uluslararası düzeyde, farklı ülkeleri kapsayan araştırmasında; iş görenlerin yaşları artıkça, işlerinden elde ettikleri doyumunda da arttığını belirtmiştir. İş doyumunu bireylerin hizmet süreleri fazlalaştıkça artmaktadır.

Schwab ve Menamen tarafından yapılan, yaş ile iş deneyiminin, iş doyumunu üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmaya çalışan araştırma yaşlı işçilerin genç işçilere göre daha fazla

iş doyumuna sahip olduğunu göstermiştir (Özgüven, 2003:134).

Hunt ve Saul araştırmalarında beyaz yakalı iş görenlerin genel iş doyumları ile yaş ve kıdemleri arasında pozitif, doğrusal bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Carrel ve Elbert da 397 posta memuru üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada iş doyumunu ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucunu elde etmişlerdir (Toker, 2006:163).

Demir – Çelik işletmelerinde çalışan işçiler üzerinde yapılan bir araştırmada Kepir ve Pazarcık yaş, cinsiyet ve eğitimin iş doyumunu ile ilişkisini incelemişlerdir. Kadınların erkeklere göre işlerinden daha az doyum elde ettikleri eğitim düzeyi düştükçe, çalışanların devamsızlığının arttığı ve iş doyumlarının da düştüğünü açıklamışlardır. Ayrıca işletmenin kuruluş amaçlarına doğrudan katkıda bulunma, yükselme, sorumluluk, katılım, kendini gerçekleştirme gibi etmenlerin iş doyumunu üzerine olumlu etkileri ve güdüleyici niteliklerinin yüksek olduğu bulunmuştur (Özgüven,2003:135).

Adsızın yaptığı bir araştırmada çalışanların kişisel olarak genel uyum düzeyi ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. İş doyumunu ile ilgili araştırmalarda, genel bir eğilim olarak, iş doyumunu ya da doyumsuzluğunun bireyin yaptığı işin nitelikleri ile yani iş değerleri ile ilgili olduğu, işin olumlu ya da olumsuz boyutlarının iş doyumunun kaynağı olduğu kabul edilmektedir (Özgüven,2003:136).

Meslek grupları ile iş doyumuna ilişkin yapılan araştırmalar, meslek düzeyi ile iş doyumunu arasında tutarlı bir ilişki bulunduğunu tespit edilmiştir. Toplumsal bakımdan daha yüksek düzeydeki mesleklerde daha fazla oranda iş doyumunu görülmüştür (Toker, 2006:164).

BÖLÜM 3: TURİZM İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN DEĞER ALGILAMALARININ İŞ DOYUMU ÜZERİNE ETKİLERİ ALAN ÇALIŞMASI

3.1. Araştırma Alanının Tanıtılması

Araştırma turizm işletmelerinde yapılmıştır. Dolayısıyla turizm işletmelerinin tanımı, özellikleri ve sınıflandırılması kısaca açıklanmıştır.

3.1.1. Turizm İşletmelerinin Tanımı

2634 sayılı Turizm Teşvik Kanuna göre turizm işletmeleri; “Türk veya yabancı uyruklu, gerçek veya tüzel kişilerce birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm sektöründe faaliyet gösteren ticari işletmelerdir” şeklinde tanımlanmaktadır (Sezgin, 2001:197).

Turizm işletmeleri, geçici bir süre için yer değiştirme olayının olduğu seyahat ve konaklama gereksinimlerinin ve buna bağlı diğer gereksinimlerin giderilmesini, mal ve hizmetlerin üretilmesini ve pazarlanmasını sağlayan ekonomik birimler olarak tanımlanmaktadır (Barutçugil,1989:52).

3.1.2. Turizm İşletmelerinin Özellikleri

Turizm işletmelerinin özelliklerini kısaca şöyle sıralayabiliriz; (Altınışık ve diğerleri, 2004:33)

- ❖ Turizm işletmeleri büyük ölçüde insan gücüne dayanır. Özellikle konaklama ve yeme-içme işletmelerinde hizmeti üreten ve müşterilere sunan temel öge insandır.
- ❖ Turizm sektöründeki tüm işletmeler, turizm hizmetlerinin niteliği gereği birbiriyle uyumlu olma, yakın bir işbirliği ve karşılıklı yardımlaşma içinde bulunma zorunluluğu duyarlar.
- ❖ Turizm işletmeleri, özellikle konaklama işletmeleri günün 24 saatinde ve haftanın yedi gününde faaliyet gösterirler.
- ❖ Turizm işletmelerinin kuruluşları sırasında ve faaliyetleri süresince önemli boyutlarda sermayeye ve çoğunlukla sabit sermaye varlıklarına gereksinim duyulur.

- ❖ Turizm sektöründe talep, ekonomik ve politik koşullara bağlı olduğundan önceden kesin bir biçimde belirlenmesi güçtür. Bu nedenle turizm işletmeleri talep dalgalanmalarından anında etkilendiğinden risk oldukça güçtür.

3.1.3. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması

Turizm işletmeleri çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bunları şöyle sıralamak mümkündür (Halis, 2009: 42-43):

- Turizm işletmeleri, turizme doğrudan hizmet eden işletmeler ve dolaylı olarak hizmet eden işletmeler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır.
- Yapılan faaliyetin üretime ve pazarlamaya yönelik olmasına bakılarak, turizm işletmeleri, turizm mal ve hizmetleri üreten ve bunları pazarlayan işletmeler olarak ikiye ayrılmaktadır.
- İşletmelerin faaliyet gösterdiği alan dikkate alınarak, ulusal turizm işletmesi ve uluslararası turizm işletmesi ayrımı da yapılmaktadır.
- Turizm işletmelerinin mülkiyeti esas alınarak; özel, kamu ve karma turizm işletmeleri olarak üç gruba ayrılmaktadır.

Turizm olayı ile ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanması amacıyla yönelik olarak turistik mal ve hizmet üreten ve pazarlayan işletmeler, genellikle yerine getirdikleri fonksiyonlar açısından sınıflandırılırlar. Buna bağlı olarak turizm işletmeleri, konaklama ve yeme-içme işletmeleri, seyahat işletmeleri ve diğer işletmeler olarak üç gruba ayrılırlar. Bunları şöyle sıralamak mümkündür (Barutçugil,1989:53-60):

a) Konaklama ve Yeme-İçme İşletmeleri

- Otel
- Motel
- Pansiyon
- Oberj
- Kamping

- Tatil Köyü
- Kaplıcalar ve benzeri sağlık turizmi tesisleri
- Diğer konaklama işletmeleri
- Lokanta ve benzeri yeme-içme tesisleri

b) Seyahat İşletmeleri

- Ulaştırma ve konaklama hizmetlerinin pazarlanmasına aracılık eden ve çeşitli turizm hizmetlerini bir araya getirerek yeni bir ürün tasarlayan ve bunu satışa sunan perakendeci ve toptancı seyahat işletmeleri.
- Turistlerin bir yerden diğerine taşınmasını gerçekleştiren kara, hava, deniz ve demiryolları işletmeleridir.

c) Diğer Turizm İşletmeleri

- Turizm ile ilgili çeşitli ürünleri üreten işletmeler,
- Turizme bağımlı ticari işletmeler,
- Turizm ile ilgili özel hizmetleri üreten işletmeler,
- Turizm tanıtma ve reklamcılık işletmeleri,

3.2. Araştırmanın Amacı

Turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğu için çalışanlar ile müşteriler hep yüz yüze kalmak zorundadırlar. Aynı zamanda müşteri memnuniyeti büyük oranda çalışanın tutum ve davranışlarına bağlıdır. Dolayısıyla çalışanın yaşam değerleri ve iş değerleri önem arz etmektedir. Ayrıca çalışanın iş doyumu müşteri memnuniyetini dolaylı yoldan da olsa etkilemektedir.

Bu bağlamda alan araştırmasının amacı, İstanbul'daki turizm işletmelerindeki çalışanların değer algılamalarının iş doyumu üzerine etkilerini ölçmek ve iş değerlerinin yaş, cinsiyet, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim düzeyi, çalışılan işletme türü, aylık gelir ile ilişkisini incelemektir.

3.3. Araştırmanın Kısıtları

Anketi cevaplayan çalışanların verdikleri yanıtlarda sadece düşündükleri ve hissettiklerinin değil, bunun yanında olması gerektiğini düşündüklerinin de payının olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla tam olarak kişileri yansıtan cevaplar yerine özellikle anketlerin iş yerinde cevaplanması sebebiyle çevre baskısı gibi unsurlar nedeniyle çalışanların farklı seçimlere yönelebilmeleri mümkündür. Buda anketin en önemli kısıtlarından biri olarak görülmektedir. Anketle ilgili bir başka kısıt Likert ölçeği kullanılmasıdır. Bu sebeple cevaplayıcıların konuya ilişkin algılamalarının sadece ölçek kapsamında kalmıştır ve derinlemesine bir veri sağlanma imkanı yakalanamamıştır.

3.4. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Bu çalışma kapsamında cevap aranan sorular ve bu sorularla ilişkilendirilerek oluşturulan ve test edilen hipotezler şunlardır:

Araştırma Sorusu 1. Çalışanların yaşam değerleri, iş değerlerini etkilemekte midir?

Araştırma Sorusu 2. Çalışanların iş değerleri, iş doyumunu etkilemekte midir?

Araştırma Sorusu 3. Çalışanların iş değerleri ile ilgili tutumları demografik özellikler itibariyle farklılaşmakta mıdır?

Hipotez 3. 1. Çalışanların iş değerleri cinsiyet itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

Hipotez 3. 2. Çalışanların iş değerleri medeni durum itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

Hipotez 3. 3. Çalışanların iş değerleri yaş itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

Hipotez 3. 4. Çalışanların iş değerleri eğitim düzeyi itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

Hipotez 3. 5. Çalışanların iş değerleri çocuk sayısı itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

Hipotez 3. 6. Çalışanların iş değerleri turizm eğitimi itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

Hipotez 3. 7. Çalışanların iş değerleri çalışılan işletme itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

Hipotez 3. 8. Çalışanların iş değerleri aylık gelir itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır.

3.5. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırma ölçeği dört temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yaşam değerleri ifadeleri yer almaktadır. İkinci bölümde 21 maddelik iş değerleri ifadeleri bulunmaktadır. Üçüncü bölümde 14 maddelik iş doyumu ifadeleri bulunmaktadır. Dördüncü bölümde ise demografik özellikleri içeren maddeler yer almaktadır.

Birinci bölümde Rokeach (1973), “The Nature of Human Values” adlı kitabındaki 18 temel değerlerin Türkçeye çevrilmiş olan ifadeleri yer almaktadır. İkinci bölümde Manhardt (1972) tarafından geliştirilen iş değerleri ifadeleri bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ‘Minnesota İş Doyumu’ ölçeği kullanılmıştır. Ankette 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Anket uygulanacak çalışanların işaretlemeyi yapmaları için her bir soruya (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum, seçeneklerini işaretleyerek değerlendirmeleri istenmiştir. (1) En küçük değer olurken (5) en büyük değeri ifade etmektedir.

3.6. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evreni, İstanbul ilinde faaliyet gösteren oteller, seyahat acenteleri ve restoranların çalışanlarından oluşmaktadır. Evrenin belirlenmesinde İstanbul’un önemli bir turizm merkezi olması ve araştırmacı açısından ulaşım kolaylığı sunması önemli olmuştur. Bu durum araştırmanın yapılmasını kolaylaştırmıştır.

Araştırma örneğini otellerde, seyahat acentelerinde ve restoranlarda çalışan 400 çalışan oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme yöntemi kolayda örneklemedir. Bu yöntemde esas, ankete cevap veren herkesin örneğe dâhil edilmesidir. Denek bulma işlemi hedef alınan örnek büyüklüğüne ulaşıncaya kadar devam etmektedir. İnternet ortamında gerçekleştirilen ve giderek yaygınlaşan anketlerde de bu yöntem kullanılmaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2004:129-130).

Araştırmacı tarafından hazırlanan 550 anket, yine araştırmacı tarafından işletmelere dağıtılıp belirli aralıklarla toplanmıştır. Geri dönen anket sayısı 427 olmuştur. Fakat bunlardan 27 tanesi çeşitli nedenlerden dolayı değerlendirmeye alınmamış, 400 tanesi

araştırmada kullanılmıştır. Katılımcıların 277 tanesi otel çalışanı, 70 tanesi seyahat acentesi çalışanı ve 53 adet restoran çalışanıdır.

Araştırmanın yapıldığı dönemde Turizm Bakanlığı (2009) verilerine göre, İstanbul'da 371 adet işletme belgeli otel ve 770 adet belediye belgeli otel olmak üzere toplam 1141 adet otel, 2157 adet seyahat acentesi ve 190 adet restoran bulunmaktadır.

3.7. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine, iş değerlerinin boyutlarının belirlenmesine yönelik faktör analizine, yaşam değerlerinin iş değerleri üzerine etkisine, iş değerlerinin iş doyumunu üzerine etkisine, iş değerlerinin demografik özelliklere göre farklılaşmasına yer verilmiştir.

3.7.1. Demografik zellikler

Çalışanların iş değerleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişki ile ilgili yapılan çalışmalarda; iş değerleri ile yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışmada; iş değerleri ile medeni durum, çalışanların aldıkları turizm eğitimi, çalışanların ocuk sayısı, çalışılan işletme türü ve çalışanların aylık gelirleri arasında ilişki olabileceği düşünülerek bu demografik özelliklerde incelenmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, cinsiyetler açısından katılımcıların dağılımına baktığımızda % 27,25 bayan ve %72,25 baydır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğun bay olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlasının (% 53,25) 25-34 yaş arasında, %25'inin 15-24 yaş arasında ve %21,75'inin 35 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların %58'i bekâr, %42'si ise evlidir. Bekâr olan çalışanların oranı evli olanlardan görece yüksektir. Eğitim düzeylerine göre dağılımlar incelendiğinde katılımcıların %13,25 ilköğretim, % 36 lise, %15,75 ön lisans, % 26,5 lisans ve % 7,5 yüksek lisans eğitim seviyesine sahip ve dağılımın birbirine yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların turizm eğitimi alıp almadıkları incelendiğinde % 14,75 lise, %18 ön lisans, %16 lisans ve yüksek lisans düzeyinde turizm eğitimine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Demografik Özellikler

		Frekans	%
Cinsiyet	Bay	289	72,25
	Bayan	111	27,75
Yaş Aralığı	15-24	100	25
	25-34	213	53,25
	35 ve Üzeri	87	21,75
Medeni Durum	Evli	168	42
	Bekâr	232	58
Çocuk Sayısı	1- 4	147	36,75
	Hiçbiri	253	63,25
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	53	13,25
	Lise	144	36
	Ön Lisans	63	15,75
	Lisans	106	26,5
	Yüksek Lisans	30	7,5
	Diğer	4	1
Turizm Eğitimi	Lise	59	14,75
	Ön Lisans	72	18
	Lisans, Yüksek Lisans	64	16
	Hiçbiri	205	51,25
Çalışılan İşletme	5 Yıldızlı Otel	65	16,25
	4 Yıldızlı Otel	91	22,75
	3 Yıldızlı Otel	55	13,75
	Seyahat Acentesi	70	17,5
	Restoran	53	13,25
	Özel Belgeli Konaklama İşletmeleri	43	10,75
	Diğer	23	5,75
Aylık Gelir	500-750 TL	56	14
	751-1000 TL	136	34
	1001-1500 TL	131	32,75
	1501-2500 TL	52	13
	2501 +	25	6,25

Katılımcıların (%51,25) büyük bir çoğunluğun turizm eğitimi almadıkları görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları işletmelere göre dağılımlar incelendiğinde, % 16,25'inin 5 yıldızlı otellerde, % 22,75'inin 4 yıldızlı otellerde, % 13,75'inin 3 yıldızlı otellerde, % 17,5'inin seyahat acentelerinde, % 13,25'inin restoranlarda ve % 10,75'i özel konaklama belgeli işletmelerde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların % 14'ü 500-750 TL aralığında, % 34'ü 751-1000 TL aralığında, % 32,75'i 1001-1500 TL aralığında, % 13'ü 1501-2500 TL aralığında ve % 6,25'i ise 2501 ve üzeri gelire sahip olduğu görülmektedir.

3.7.2. İş Değerleri Boyutlarının Belirlenmesine Yönelik Faktör Analizi

Verilerin analizi bilgisayar ortamında SPSS 15,0 for Windows analiz programı kullanılarak yüzde dağılım, frekans analizi, regresyon analizi, faktör analizi, t- testi ve ANOVA testi ile değerlendirmeye tabi tutularak elde edilen veriler yorumlanmıştır.

İş değerleri ifadelerine faktör analizi yapılmıştır. Faktör Analizi; başlıca amacı aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için daha az sayıdaki temel boyuta indirgemek olan bir grup çok değişkenli analiz tekniğidir (Altunışık ve diğerleri, 2004:151).

Anketin güvenilirli Cronbach's Alpha değeriyle ölçülmüştür. Alpha değeri 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0,7 olması arzu edilmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2004:115). Ölçeğin alpha katsayısı 0,917'dir ve bu değer kabul edilir bir değerdir. İş değerlerinin alt boyuttu olan "iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerlerinin" alpha katsayısı 0,806, "kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin" alpha katsayısı 0,804 ve "saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerinin" alpha katsayısı ise 0,751'dir.

Literatürde iş değerlerine yapılan faktör analizleri sonucunda genellikle üç ayrı alt boyut elde edilmiştir. Bunlar araçsal iş değerleri, bilişsel iş değerleri ve duygusal iş değerleridir. Bu çalışmada yapılan faktör analizi sonuçlarına göre ifadeler üç faktöre ayrılmıştır. Bu faktörler Tablo 3'te olduğu gibi kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri, saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri şeklinde adlandırılmıştır. Tablo 3'te iş değerlerinin alt boyutlarına ait alpha değerleri, aldıkları varyans değerleri öz değeri 1'den büyük olan 3 faktör ve faktör yükleri gösterilmiştir.

Tablo 3: İş Değerlerinin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Varyans %	Cronbach's Alpha
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri		2,478	24,777	0,804
1.İşimde yaratıcılık ve kendime has yeteneklerimi kullanabilmeliyim.	0,775			
2.Yaptığım işin bana başarı duygusunu vermesini isterim.	0,752			
3.İşimde zihinsel ve düşünsel yeteneklerimi kullanabilmeliyim.	0,746			
4.İşim bilgi ve becerilerimi sürekli geliştirmelidir.	0,740			
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri		2,217	22,166	0,751
1.Yaptığım işten dolayı insanlar bana saygı duymalıdır.	0,861			
2.İşim çalıştığım kurum açısından yeterince önemli olmalıdır.	0,780			
3.İşim başkalarının işini yönetme ve denetleme fırsatı vermelidir.	0,769			
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri		2,062	20,617	0,806
1.Çalıştığım işletmede; düzenli iş programların olması önemlidir.	0,856			
2.Anlaşılır ve açık prosedürlerin olması işimi rahatlatmaktadır.	0,815			
3.Çalıştığım işletmede; bana iş güvencesi sağlanması önemlidir.	0,772			

Faktör analizi yapılırken KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değerinin hesaplanması gerekir. Çünkü KMO değerleri faktör analizinin iyi olup olmadığı hakkında bilgi verir. 60-69 arası KMO değerleri kötü, 70-79 arası KMO değerleri orta, 80-89 arası KMO değerler iyi, 90 ve üzeri değerler ise çok iyi olarak sınıflandırılmıştır (Semerci,2004:5). Çalışmanın faktör analizi KMO Değeri; 0,809'dur ve bu değer iyi olarak nitelendirilmektedir. Bartlett's Testi sonucu anlamlıdır (P<0,05). Ki-kare değeri, 1455, 224 olarak bulunmuştur.

Faktörler toplam varyansın % 67,5'ini açıklayabilmektedirler. Varyans değerlerini açıklamada en büyük pay % 24,777 ile kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerine aittir. Saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri %22,166 ve iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri de % 20,617 varyans değerlerini ifade etmektedirler.

3.7.3. Yaşam Değerlerinin İş Değerleri Üzerine Etkisi

Çalışmada bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki ilişkiyi belirlemek amacıyla, regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizi; bir bağımlı değişken ile bir veya daha fazla sayıda bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılan bir istatistiksel yöntemdir (Altunışık ve diğerleri, 2004:200).

R^2 değeri bağımlı değişkendeki varyansın (değişimin) % kaçının bağımsız değişken tarafından açıklandığını ifade etmektedir. Tablo 4'te yaşam değerlerinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerindeki etkiyi belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmada yaşam değerlerinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi bağlamında R^2 değeri 0,177'dir. Dolayısıyla yaşam değerleri saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerini % 17,7 oranında açıklamaktadır.

Tablo 4: Yaşam Değerlerinin Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerlerine Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları

İfadeler	Beta	T	Anlamlılık (t)	R^2	Anlamlılık (model)
İç Huzur	0,011	0,212	0,832	0,177	0,000
Sosyal Onay	-0,022	-0,391	0,696		
Heyecanlı Bir Yaşam	-0,024	-0,423	0,673		
Rahat Bir Yaşam	-0,041	-0,747	0,455		
Güzellikler Dünyası	-0,045	-0,830	0,407		
Gerçek Dostluk	-0,049	-0,887	0,376		
Ahret Selameti	-0,045	-0,913	0,362		
Barış İçinde Bir Dünya	0,053	0,951	0,342		
Olgun Sevgi	0,055	0,956	0,340		
Özgürlük	0,058	1,039	0,300		
Eşitlik	0,068	1,141	0,255		
Kendine Saygı	0,077	1,303	0,193		
Bilgelik	0,077	1,409	0,160		
Başarı Hissi	0,084	1,483	0,139		
Zevk	0,090	1,569	0,117		
Aile Güvenliği	0,107	1,990	0,047		
Mutluluk	0,110	2,011	0,045		
Ulusal Güvenlik	0,112	2,116	0,035		

Tablo 4’te belirtildiği gibi saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerinin, %17,7’si kadar yaşam değerleri değişkenince anlamlı düzeyde açıklandığı görülmektedir. Yaşam değerlerinin “beta” değerlerine bakıldığında aile güvenliğinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerindeki etkisinin %10 olduğu görülmektedir. Mutluluk değerinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerindeki etkisinin %11 olduğu ve ulusal güvenlik değerinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerindeki etkisinin %11 olduğu görülmektedir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde, aile güvenliği t=0,047, mutluluk t=0,045 ve ulusal güvenlik t=0,035 her üç yaşam değerinin de saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerinde anlamlı bir belirleyici olduğu görülmektedir (p<0,05).

Tablo 5: Yaşam Değerlerinin İş ve İş Yeri Ortamı İle ilgili İş Değerlerine Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları

İfadeler	Beta	T	Anlamlılık (t)	R ²	Anlamlılık (Model)
Mutluluk	-0,009	-0,157	0,876	0,097	0,002
Kendine Saygı	0,019	0,305	0,760		
Ahret Selameti	0,017	0,329	0,742		
Rahat Bir Yaşam	-0,019	-0,335	0,738		
İç Huzur	0,020	0,362	0,718		
Olgun Sevgi	0,022	0,371	0,711		
Gerçek Dostluk	0,027	0,466	0,641		
Sosyal Onay	-0,033	-0,581	0,561		
Barış İçinde Bir Dünya	0,038	0,647	0,518		
Güzellikler Dünyası	-0,038	-0,662	0,509		
Heyecanlı Bir Yaşam	0,040	0,677	0,499		
Bilgelik	-0,041	-0,715	0,475		
Zevk	-0,044	-0,734	0,464		
Ulusal Güvenlik	0,042	0,752	0,452		
Eşitlik	0,059	0,938	0,349		
Başarı Hissi	0,086	1,438	0,151		
Aile Güvenliği	0,127	2,253	0,025		
Özgürlük	0,144	2,475	0,014		

Tablo 5’te görüldüğü gibi R^2 değeri 0,097’dir. İş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerlerinin % 9,7’si kadar yaşam değerleri değişkenleri tarafından anlamlı düzeyde açıklandığı görülmektedir. Yaşam değerlerinin “beta” değerlerine bakıldığında aile güvenliğinin iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri üzerindeki etkisinin % 12 oranında olduğu görülmektedir. Özgürlük değeri ise % 14 oranında iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerlerini etkilemektedir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına baktığımızda, aile güvenliği $t=0,025$ ve özgürlük $t=0,014$ her iki yaşam değerinin iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri üzerinde anlamlı bir belirleyici olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

Tablo 6: Yaşam Değerlerinin Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerlerine Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları

İfadeler	Beta	T	Anlamlılık (t)	R^2	Anlamlılık (Model)
Kendine Saygı	-0,006	-0,104	0,917	0,183	0,000
İç Huzur	0,007	0,128	0,898		
Bilgelik	0,008	0,145	0,885		
Eşitlik	-0,009	-0,148	0,883		
Zevk	0,016	0,280	0,780		
Heyecanlı Bir Yaşam	0,026	0,467	0,641		
Güzellikler Dünyası	-0,032	-0,589	0,556		
Ahret Selameti	-0,029	-0,589	0,556		
Olgun Sevgi	0,049	0,849	0,396		
Özgürlük	-0,048	-0,873	0,383		
Barış İçinde Bir Dünya	-0,052	-0,925	0,356		
Mutluluk	0,061	1,110	0,268		
Rahat Bir Yaşam	0,076	1,385	0,167		
Gerçek Dostluk	0,081	1,454	0,147		
Ulusal Güvenlik	0,080	1,523	0,129		
Aile Güvenliği	0,115	2,147	0,032		
Sosyal Onay	0,138	2,513	0,012		
Başarı Hissi	0,166	2,922	0,004		

Tablo 6’da yaşam değerleri ile kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri arasındaki etkiye dair bilgiler yer almaktadır. Buna göre R^2 değeri 0,183’tür. Dolayısıyla kişisel gelişim ile

İlgili iş değerlerinin %18,3'ü kadar yaşam değerleri değişkenlerince anlamlı düzeyde açıklanmaktadır.

Yaşam değerlerinin "beta" değerlerine göre aile güvenliğinin kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi % 11 oranında, sosyal onay değerinin kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi % 13 oranında ve başarı hissi değerinin kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi % 16 oranında olduğu görülmektedir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, aile güvenliği $t=0,032$, sosyal onay $t=0,012$ ve başarı hissi $t=0,004$ değerlerini aldıkları görülmüştür. Her üç yaşam değerinin kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri üzerinde anlamlı bir belirleyici olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

İş değerlerinin alt boyutlarının iş doyumuna üzerindeki etkisi tablo 7'de gösterilmiştir. R^2 değeri 0,123'tür. İş değerleri iş doyumunun %12,3'ünü açıklama gücüne sahiptir. İş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerlerinin iş doyumuna üzerindeki etkisi %12 saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerinin iş doyumuna üzerindeki etkisi %15 ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin iş doyumuna üzerindeki etkisi %19 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla iş doyumuna etkilemedeki en büyük pay kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerine aittir.

Tablo 7: İş Değerlerinin İş Doyumuna Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları

İfadeler	Beta	T	Anlamlılık (t)	R^2	Anlamlılık (Model)
İş ve İş Ortamı İle İlgili İş Değerleri	0,123	2,266	0,024	0,123	0,000
Saygınlık ve Sosyal Etki İle İlgili İş Değerleri	0,150	2,646	0,008		
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	0,190	3,777	0,000		

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına bakıldığında iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri $t=0,024$, saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri $t=0,008$ ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri $t=0,000$ iş doyumuna üzerinde anlamlı belirleyiciler olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

3.7.4. İş Değerlerinin Demografik Özelliklere Göre Farklaşması

İş değerlerinin alt boyutları ile demografik özellikler arasında anlamlı bir fark olup olmadığını incelemek için bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA testi

kullanılmıştır.

T-testi; örnek boyutunun küçük olduğu ve evrene ait standart sapmaların bilinemediği durumlarda t-dağılımından yararlanarak, incelenen bir değişken açısından bağımsız iki grup arasında anlamlı bir farkın olup olmadığının incelenmesine yönelik hipotezleri test etmeye çalışan bir analiz yöntemidir. İki'den fazla grubun arasındaki farklılıkların incelenmesi gerektiği durumlarda ise ANOVA testi yapılmaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2004:170-171).

Tablo 8: İş Değerleri Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Farklılaşması Üzerine

T - Testi Sonuçları

İfadeler	Levene Testi Anlamlılığı	t Değeri	Anlamlılık	Cinsiyet	N	Ortalama
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	0,611	0,788	0,431	Bay	289	4,3986
				Bayan	111	4,3495
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	0,818	0,252	0,801	Bay	289	4,3934
				Bayan	111	4,3760
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	0,291	1,414	0,158	Bay	289	4,1411
				Bayan	111	4,0254

Tablo 8’de cinsiyet itibariyle iş değerlerinin alt boyutları arasında bir farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla t-testi yapılmıştır. Tablo 8’deki anlamlılık oranlarına bakıldığında saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri (p) 0,431, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri (p) 0,801 ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri (p) 0,158’dir. Görüldüğü gibi p değeri 0,05’in üstündedir. Bu ise bay çalışanlarla bayan çalışanların iş değerlerinin alt boyutlarına yönelik tutumlarında farklılık olmadığı yönündeki bir durumu ifade eder. Çalışanların bay ya da bayan olması saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri açısından farklı bir özellik göstermemektedir. Dolayısıyla 3.1 hipotezi “Çalışanların iş değerleri cinsiyet itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır” ret edilmiştir.

Tablo 9: İş Değerleri Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Farklılaşması Üzerine T- Testi Sonuçları

İfadeler	Levene Testi Anlamlılığı	t Değeri	Anlamlılık	Medeni Durum	N	Ortalama
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	0,442	0,273	0,785	Evli	168	4,3542
				Bekâr	232	4,3696
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	0,845	0,113	0,910	Evli	168	4,3849
				Bekâr	232	4,3779
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	0,023	0,380	0,713	Evli	168	4,0734
				Bekâr	232	4,0460

İş değerlerinin alt boyutları ile medeni durum arasındaki farklılıkları incelemek için t-testi yapılmıştır. Tablo 9'daki anlamlılık oranlarına bakıldığında saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri (p) 0,785, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri (p) 0,910 ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri (p) 0,713'dür. İş değerleri alt boyutlarının p değerleri 0,05'in üstündedir. Dolayısıyla medeni durum itibariyle saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak 3.2 hipotezi "Çalışanların iş değerleri medeni durum itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır" ret edilmiştir.

Tablo 10: İş Değerlerinin Alt Boyutları İle Yaş Aralığı Arasındaki ANOVA Sonuçları

İfadeler	F Değeri	Anlamlılık	Yaş Aralığı	N	Ortalama
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	0,706	0,494	15-24	101	4,3267
			25-34	211	4,3945
			35+	88	4,3295
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	0,045	0,956	15-24	101	4,3828
			25-34	211	4,3870
			35+	88	4,3636
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	0,478	0,621	15-24	101	4,0198
			25-34	211	4,0490
			35+	88	4,1212

İş değerlerinin alt boyutları ile yaş aralığı arasındaki farklılığı incelemek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Tablo 10'daki anlamlılık oranlarına bakıldığında saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değeri 0,494, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri 0,956 ve

kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri 0,621’dir. Anlamlılık değerleri 0,05’in üzerindedir. Yaş aralığı itibariyle saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri açısından istatistiksel bir farklılık yoktur. Dolayısıyla çalışanların farklı yaş aralığı gruplarında “15-24, 25-34, 35 yaş ve üzeri” olması saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri değişkenlerince farklı bir özellik göstermemektedir. Dolayısıyla hipotez 3.3 “Çalışanların iş değerleri yaş itibariyle anlamlı düzeyde bir farklılaşır” ret edilmiştir.

Tablo 11: İş Değerlerinin Alt Boyutları İle Eğitim Düzeyi Arasındaki ANOVA Sonuçları

İfadeler	F Değeri	Anlamlılık	Eğitim Düzeyi	N	Ortalama
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	2,847	0,015	İlköğretim	53	4,4151
			Lise	144	4,2587
			Ön Lisans	63	4,3929
			Lisans	105	4,5000
			Y. Lisans	31	4,2742
			Diğer	4	4,0625
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	0,901	0,481	İlköğretim	53	4,4528
			Lise	144	4,3472
			Ön Lisans	63	4,4339
			Lisans	105	4,3841
			Y. Lisans	31	4,2473
			Diğer	4	4,7500
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	2,283	0,046	İlköğretim	53	4,2516
			Lise	144	4,9606
			Ön Lisans	63	4,1958
			Lisans	105	4,0159
			Y. Lisans	31	4,1075
			Diğer	4	3,500

Tablo 11’de iş değerlerinin alt boyutları olan saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri ile çalışanların eğitim düzeyleri arasındaki farklılaşmayı test eden ANOVA sonuçları yer almaktadır. Tablo 11’deki anlamlılık oranlarına bakıldığında saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri 0,015, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri 0,481 ve kişisel

gelişim ile ilgili iş değerleri 0,046'dır. Anlamlılık değerleri saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin oranları 0,05'in altındadır. Farlılığın hangi alt gruplar arasında ortaya çıktığını test etmek için varyans eşitliği durumunda Tukey, varyansın eşit dağılmaması halinde Tamhane testi uygulanmıştır. Varyansın eşit dağıldığı saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri için Tukey sonuçlarına göre saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri açısından lise ve lisans mezunları arasında anlamlı farklılık vardır. Lisans mezunları daha yüksek oranda saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerine sahiptir. (Fark 0,241).

Kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri açısından ANOVA sonucu farklılık olduğu yönünde sonuç üretse de Post Hoc analizi ve Tamhane testi sonucunda hiçbir alt grup arasında fark ortaya çıkmamıştır. ANOVA sonucunda anlamlılık değerinin 0,05'e yakın olması bu sonucu doğurmuş olabilir. Bu bakımdan kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin eğitim düzeyi itibariyle farklılaşmasının detayı analiz edilememiştir. Ayrıca iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri eğitim düzeyleri itibariyle farklılaşmamaktadır. Dolayısıyla 3.4 hipotezi kısmen kabul edilir. "Çalışanların iş değerleri eğitim düzeyi itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır."

Tablo 12: İş Değerlerinin Alt Boyutları İle Çocuk Sayısı Arasındaki ANOVA Sonuçları

İfadeler	F Değeri	Anlamlılık	Çocuk Sayısı	N	Ortalama
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	0,481	0,489	1-4	148	4,3378
			Hiç	252	4,3780
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	0,030	0,863	1-4	148	4,3739
			Hiç	252	4,3849
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	0,401	0,527	1-4	148	4,0878
			Hiç	252	4,0397

Tablo 12'de çocuk sayısı açısından saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri arasında farklılık olup olmadığını gösteren ANOVA testi sonuçları gösterilmiştir. Tablo 12'deki anlamlılık değerlerine bakıldığında saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri 0,489, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri 0,863 ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri 0,527'dir. Anlamlılık değerleri 0,05'in üzerindedir. Dolayısıyla katılımcıların çocuk sayısının "1-4 veya hiç çocuğu olmayan" saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri,

iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri açısından anlamlı düzeyde farklılık olmadığını göstermektedir. Katılımcıların çocuk sahibi olması ya da çocuk sahibi olamaması iş değerleri alt boyutları açısından farklı bir özellik sergilememektedir. Dolayısıyla 3.5 hipotezi “Çalışanların iş değerleri çocuk sayısı itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır” ret edilmiştir.

Tablo 13: İş Değerlerinin Alt Boyutları İle Turizm Eğitimi Arasındaki ANOVA Sonuçları

İfadeler	F Değeri	Anlamlılık	Turizm Eğitimi	N	Ortalama
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	1,738	0,159	Lise	59	4,2161
			Ön Lisans	72	4,4236
			Lisans-Y. Lisans	64	4,3906
			Hiçbiri	205	4,3756
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	1,693	0,168	Lise	59	3,9435
			Ön Lisans	72	4,1065
			Lisans - Y. Lisans	64	4,2135
			Hiçbiri	205	4,0244
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	1,014	0,386	Lise	59	4,3277
			Ön Lisans	72	4,3981
			Lisans - Y. Lisans	64	4,2813
			Hiçbiri	205	4,4211

Tablo 13’te iş değerlerinin alt boyutları ile katılımcıların aldıkları turizm eğitimleri arasında farklılık olup olmadığını gösteren ANOVA sonuçları bulunmaktadır. Tablo 13’teki anlamlılık değerlerine bakıldığında saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri 0,159, kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri 0,168 ve iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri 0,386’dır. Her üç değişkeninde anlamlılık değerleri 0,05’in üzerindedir. Saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri ve iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri için çalışanların aldıkları turizm eğitimi anlamlı bir fark oluşturmamaktadır. Katılımcıların“lise düzeyinde, ön lisans, lisans- yüksek lisans düzeylerinde turizm eğitimi almış olmaları ya da hiç turizm eğitimi almamış olmaları” saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri, kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri ve iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri değişkenleri açısından anlamlı bir farklılaşmaya yol açmamaktadır. Dolayısıyla 3.6 hipotezi “Çalışanların iş değerleri turizm eğitimi itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır” ret edilmiştir.

Tablo 14: İş Değerlerinin Alt Boyutları İle Çalışılan İşletme Arasındaki ANOVA Sonuçları

İfadeler	F Değeri	Anlamlılık	Çalışılan İşletme	N	Ortalama
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	1,820	0,094	5 Yıldızlı Otel	65	4,0410
			4 Yıldızlı Otel	91	4,1502
			3 Yıldızlı Otel	55	4,0121
			Seyahat Acentesi	70	3,9048
			Restoran	53	4,2830
			Özel Belgeli Konaklama İşletmesi	43	3,9690
			Diğer	23	3,9565
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	1,127	0,345	5 Yıldızlı Otel	65	4,3692
			4 Yıldızlı Otel	91	4,5128
			3 Yıldızlı Otel	55	4,3333
			Seyahat Acentesi	70	4,2762
			Restoran	53	4,3962
			Özel Belgeli Konaklama İşletmesi	43	4,3488
			Diğer	23	4,3478
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	0,591	0,738	5 Yıldızlı Otel	65	4,3692
			4 Yıldızlı Otel	91	4,3736
			3 Yıldızlı Otel	55	4,3409
			Seyahat Acentesi	70	4,4179
			Restoran	53	4,2830
			Özel Belgeli Konaklama İşletmesi	43	4,3023
			Diğer	23	4,4891

Tablo 14’te iş değerlerinin alt boyutları ile katılımcıların çalıştıkları işletmeler açısından farklılık olup olmadığını gösteren ANOVA sonuçları yer almaktadır. Tablo 14’teki anlamlılık değerlerine bakıldığında kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri 0,094, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri 0,345 ve saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri 0,738 olduğu görülmektedir. Anlamlılık değerleri 0,05’in üzerindedir. Dolayısıyla kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri değişkenleri katılımcıların çalıştıkları işletme türüne göre farklılaşmamaktadır. Çalışanların “5 yıldızlı otel, 4 yıldızlı otel, 3 yıldızlı otel, seyahat acentesi, restoran, özel belgeli konaklama işletmesi ve diğer” işletmelerde

çalışması kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri ve saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri değişkenlerince farklı bir özellik sergilememektedir. Dolayısıyla 3.7 hipotezi “ Çalışanların iş değerleri çalışılan işletme itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır” ret edilmiştir.

Tablo 15: İş Değerlerinin Alt Boyutları İle Aylık Gelir Arasındaki ANOVA Sonuçları

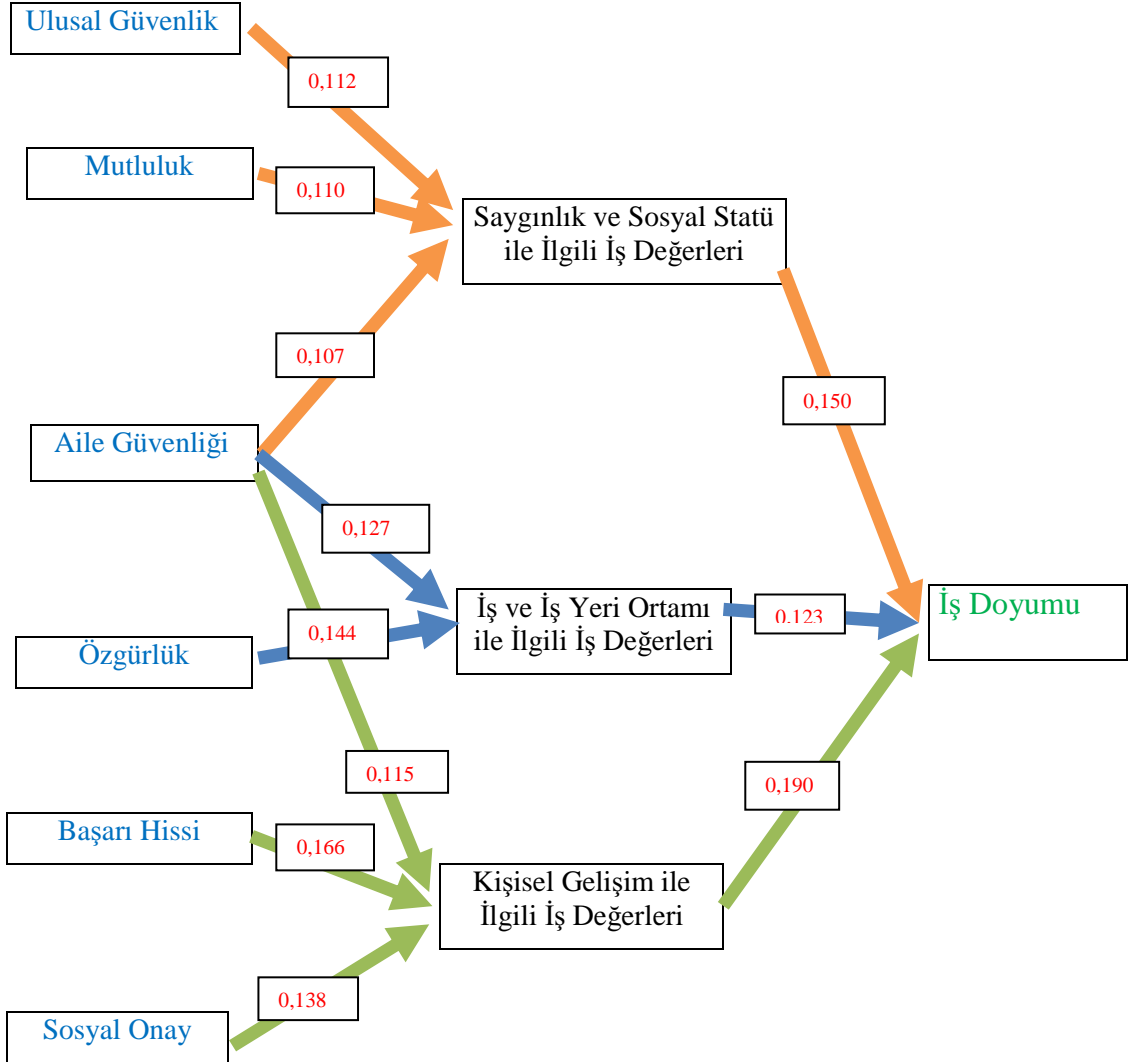
İfadeler	F Değeri	Anlamlılık	Aylık Gelir	N	Ortalama
İş ve İş Yeri Ortamı İle İlgili İş Değerleri	1,614	0,170	500 – 750	56	4,3095
			751 – 1000	136	4,4265
			1001 – 1500	131	4,3791
			1501 – 2500	52	4,4615
			2501+	25	4,1333
Saygınlık ve Sosyal Statü İle İlgili İş Değerleri	1,474	0,209	500 – 750	56	4,2411
			751 – 1000	136	4,4154
			1001 – 1500	131	4,3302
			1501 – 2500	52	4,4567
			2501 +	25	4,3300
Kişisel Gelişim İle İlgili İş Değerleri	0,601	0,662	500 - 750	56	3,9702
			751 - 1000	136	4,0123
			1001 – 1500	131	4,1145
			1501 - 2500	52	4,1090
			2501 +	25	4,0933

İş değerlerinin alt boyutları ile çalışanların aylık gelir arasında yapılan ANOVA sonuçları tablo 15’te gösterilmektedir. Bu tabloya göre anlamlılık değerlerine bakıldığında iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri 0,170, saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri 0,209 ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri 0,662’dir. Anlamlılık değerleri 0,05’in üzerindedir. Buna göre çalışanların iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri, saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri aylık gelirlerine göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.

Çalışanların aylık gelirlerinin “500-750, 751-1000, 1001-1500, 1501-2500, 2501 ve üzeri” gruplarda olması iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri, saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri değişkenlerinde anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Dolayısıyla 3.8 hipotezi “Çalışanların iş değerleri

aylık gelir itibariyle anlamlı düzeyde farklılaşır” ret edilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Sonuçları ve Tespit Edilen İlişkiler



Şekil 1’de yaşam değerlerinin iş değerlerinin alt boyutlarını hangi oranlarda etkilediğini gösterilmiştir. Ayrıca iş değerlerinin her bir alt boyutunun iş doyumunu ne ölçüde etkilediği belirtilmiştir. Ulusal güvenlik değerinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerine etkisi %11 oranında, mutluluk değerinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi %11 oranında ve aile güvenliğinin saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi %10 oranında olduğu görülmektedir. Aile güvenliğinin iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi %12 oranında ve özgürlük

değerinin iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi %14 oranındadır. Aile güvenliğinin kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi %11 oranında, sosyal onay değerinin kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi %13 oranında ve başarı hissi değerinin kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri üzerine etkisi %16 oranında olduğu görülmektedir.

Şekil 1'den de anlaşıldığı gibi aile güvenliği değeri iş değerlerinin her bir alt boyutunu farklı düzeylerde etkilemektedir. Çalışanlar için "aile güvenliği" değeri önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Türk toplumunda aile olgusu çok önemlidir. Her birey aile üyelerinin maddi güvencesini sağlamak ile kendisinin sorumlu olduğunu düşünmektedir.

"Çalışanların yaşam değerleri, iş değerlerini etkilemekte midir?" sorusuna çalışanların yaşam değerleri; aile güvenliği, ulusal güvenlik, mutluluk, özgürlük, başarı hissi ve sosyal onay değerleri iş değerlerini belirleyici anlamlılık düzeyinde etkilemektedir şeklinde cevaplanabilir.

"Çalışanların iş değerlerinin alt boyutları iş doyumunu nasıl etkilemektedir?" sorusuna ise iş değerlerinin alt boyutları iş doyumunu anlamlı düzeyde etkilemektedir şeklinde cevap verilebilir.

Saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri %15, iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri %12 ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri %19 oranında iş doyumunu etkilemektedirler. İş doyumunu en fazla etkileme gücüne sahip olan kişisel gelişim ile ilgili iş değerleridir. Dolayısıyla; "işimde yaratıcılık ve kendime has yeteneklerimi kullanabilmeliyim, yaptığım işin bana başarı duygusunu vermesini isterim, işimde zihinsel ve düşünsel yeteneklerimi kullanabilmeliyim, işim bilgi ve becerilerimi sürekli geliştirmelidir" gibi kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri faktörleri iş doyumunu daha fazla etkilemektedir.

İş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri; "çalıştığım işletmede düzenli iş programların olması önemlidir, anlaşılır ve açık prosedürlerin olması işimi rahatlatmaktadır, çalıştığım işletmede bana iş güvencesi sağlaması önemlidir" gibi faktörlerin katılımcıların iş doyumunu saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerine oranla daha az etkilediği ortaya çıkmıştır

SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşen dünyada; işletmelerin rekabeti sağlayabilmeleri ve kaliteli ürün elde edebilmeleri için çalışanların yaşam değerleri ile iş değerleri arasındaki ilişki üzerinde durmaları gerekmektedir. Ayrıca işletmeler için çalışanların işlerinden aldıkları doyum da önemli olan bir diğer konudur.

Turizm sektöründe müşteri ile çalışan temas halinde olduğundan turizm işletmeleri için çalışanın davranışları, tutumları çok önemlidir. Turizm işletmelerinin rekabet edebilmeleri ve kaliteli hizmet üretebilmeleri için çalışanların yaşam değerleri ile iş değerleri arasındaki etkiyi ve iş değerleri ile iş doyumunu arasındaki etki üzerinde önemle durmaları gerekmektedir.

Turizm işletmelerinde çalışanların yaşam değerlerinin iş değerlerinin alt boyutları üzerinde nasıl bir etki yaratıldığını ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonuçları şu şekilde sıralanmıştır:

- Yaşam değerleri iş değerlerinin alt boyutu olan saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerinin %17,7'sini açıklama gücüne sahip olduğu ortaya çıkmıştır. (Tablo 4) yapılan regresyon analizlerinde “beta” değeri 0,1'den büyük olan yaşam değerleri dikkate alınmıştır. Aile güvenliği “ ailenin maddi güvencesi”, mutluluk “halinden memnun olma”, ulusal güvenlik “ülkenin saldırılardan korunması” değerlerinin saygınlı ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerini etkilediği tespit edilmiştir.
- Yaşam değerleri ile iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değeri arasında yapılan regresyon analizi sonucuna göre, yaşam değerleri iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerlerinin %9,7'sini açıklamaktadır. Aile güvenliği “aile üyelerinin maddi güvencesini sağlamak” ve özgürlük “bağımsızlık, özgürce seçebilme” değerleri iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerlerini anlamlı düzeyde etkilemektedir.
- Yaşam değerleri ile iş değerlerinin alt boyutu olan kişisel gelişim ile ilgili iş değeri arasında yapılan regresyon analizi sonucuna göre yaşam değerleri kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin %18,3'ünü açıklamaktadır. Aile güvenliği “aile üyelerinin maddi güvencesini sağlamak”, sosyal onay

“diğerleri tarafından takdir edilmek, saygı görmek” ve başarı hissi “hayatta iyi şeyler yapma duygusu” değerleri kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerini anlamlı düzeyde etkilemektedir.

İş değerlerinin alt boyutları ile iş doyumunu arasında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre iş değerlerinin alt boyutları iş doyumunun %12,3’ünü açıklamaktadırlar. İş değerlerinin alt boyutları olan iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri, saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri iş doyumunu anlamlı düzeyde etkilemektedir. Çalışanın yaratıcılık ve kendine has yeteneklerini kullanabilmesi, işin çalışana başarı duygusu vermesi, iş görenin çalıştığı işte zihinsel ve düşünsel yeteneklerini kullanabilmesi, işin çalışanın bilgi ve becerilerini sürekli geliştirmesi gibi kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin iş doyumunu üzerindeki etkisi; saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri ve iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerlerine oranla daha yüksektir.

İş değerlerinin alt boyutları ile demografik özellikler arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığını ölçmek için t-testi ve Oneway ANOVA testleri yapılmıştır. Yapılan bu testlerin sonuçları aşağıda sıralanmıştır:

- İş değerlerinin alt boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını ölçmek için t-testi yapılmıştır. T-testi sonuçlarına göre cinsiyet değişkenince iş değerlerinin her bir alt boyutu arasında anlamlı bir fark yoktur. Çalışanların bay ya da bayan olması iş değerlerinin alt boyutları için farklı bir özellik sergilememektedir.
- İş değerlerinin alt boyutları ile çalışanların medeni durumları arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını ölçmek için t-testi yapılmıştır. Yapılan t-testi sonucuna göre iş değerlerinin her bir alt boyutu için çalışanların evli ya da bekâr olması arasında anlamlı bir fark yoktur.
- İş değerlerinin alt boyutları ile çalışanların yaş aralığı arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını ölçmek için ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA sonucuna göre iş değerlerinin her alt boyutu için çalışanların farklı yaş aralığı gruplarında olması anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

- İş değerlerinin alt boyutları ile çalışanların çocuk sayıları arasında farklılığın olup olmadığını ölçmek için yapılan ANOVA testinin sonucuna göre çalışanların çocuk sayısı ile iş değerlerinin her bir alt boyutu arasında anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir.
- İş değerlerinin alt boyutları ile çalışanların aldıkları eğitim düzeyleri arasındaki anlamlı farklılığı ölçmek için ANOVA testi yapılmıştır. Anlamlılık değerleri saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri ve kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin oranları 0,05'in altındadır. Saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri için Tukey sonuçlarına göre saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri açısından lise ve lisans mezunları arasında anlamlı farklılık vardır. Lisans mezunları daha yüksek oranda saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerlerine sahiptir. Kişisel gelişim ile ilgili iş değerleri açısından ANOVA sonucu farklılık olduğu yönünde sonuç üretmiştir. Fakat Post Hoc analizi ve Tamhane testi sonucunda hiçbir alt grup arasında fark ortaya çıkmamıştır. Bu bakımdan kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin eğitim düzeyi itibariyle farklılaşmasının detayı analiz edilememiştir. Ayrıca iş ve iş yeri ortamı ile ilgili iş değerleri eğitim düzeyleri itibariyle farklılaşmamaktadır.
- Yapılan analizler sonucunda iş değerlerinin her bir alt boyutu için çalışanların aldıkları turizm eğitimleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- İş değerlerinin alt boyutları ile çalışılan işletmeler arasında yapılan ANOVA testinin sonuçlarına göre iş değerlerinin her bir alt boyutu için çalışanların farklı işletmelerde çalışması anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.
- Çalışanların aylık gelirleri ile iş değerlerinin alt boyutları arasında yapılan ANOVA testinin sonuçlarına göre iş değerlerinin her bir alt boyutu için aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

“Çalışanların iş değerleri ile ilgili tutumları demografik özellikler itibariyle farklılaşmakta mıdır?” sorusuna, genel itibariyle çalışanların iş değerleri ile ilgili tutumları demografik özellikler itibariyle anlamlı düzeyde bir farklılık göstermemektedir. Fakat çalışanların aldığı eğitim düzeyi ile iş değerlerinin alt boyutu

olan saygınlık ve sosyal statü ile ilgili iş değerleri değişkenince anlamlı düzeyde farklılık olduğu görülmektedir.

Yapılan analizler ve yorumlar göz önüne alınarak turizm işletmelerine sunulacak öneriler ve ileride yapılacak akademik çalışmalar için öneriler sıralanabilir:

Turizm İşletmeleri İçin Öneriler

- ❖ Turizm işletmelerinin çalışanlarını turizm eğitimi almış iş görenlerden seçmeleri gerekir. Böylece çalışanlar daha kaliteli hizmet sunacaklardır.
- ❖ Çalışanların yaşam değerleri iş değerlerini etkilediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla turizm işletmeleri özellikle personel işe alırken; personelin tutum ve davranışlarına dikkat etmelidirler.
- ❖ Kişisel gelişim ile ilgili iş değerlerinin, iş doyumu en fazla etkileme gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, turizm işletmelerinde çalışanların yaratıcılık ve kendine has yeteneklerini, zihinsel ve düşünsel yeteneklerini kullanabildiği, bilgi ve becerilerini sürekli geliştirebildiği ortamlar hazırlanmalıdır.

İleride Yapılacak Akademik Çalışmalar İçin Öneriler

- ❖ İş değerleri ile ilgili araştırmalarda uygulama farklı sektörlerde de yapılabilir. Ayrıca turizm işletmeleri ile farklı sektörlerdeki işletmeleri iş değerleri konusunda karşılaştırma yapılacak şekilde araştırmaların yapılması daha yararlı olabilir.
- ❖ Örneklem seçme tekniğinin daha sistematik yapılması da daha sağlıklı sonuçlar alınması bakımından önemlidir.
- ❖ İş değerleri ile ilgili çalışmaların belirli iş gören grupları gibi daha spesifik örneklemeler üzerinde yapılması daha yararlı olabilir.

KAYNAKÇA

- ABDULLAEVA, Feruzahon (2007), “*Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ve İş Değerleri: Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırılması*”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Sakarya.
- ALTINIŞIK, Remzi, Avcıkurt, C., Batman, O., Demirkol, Ş., Sarışık, M., Uçkun, G., Uçkun, S., Zengin, B. (2004), *Turizm İşletmeciliği*, Değişim Yayınları, İstanbul.
- ALTUNIŞIK, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2004), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık, 3. Baskı, Sakarya.
- BARNETT, John H., Karson, Marvin J., “Managers Values and Executive Decisions: An Exploration of The Role of Gender, Career Stage, Organizational Level, Function and The Importance of Ethics, Relationships and Results in Managerial Decision-Making”, *Journal of Business Ethics*, 8, no.10, 747-771.
- BARUTÇUGİL, S. İsmet (1989), *Turizm İşletmeciliği*, Beta Basım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- BAŞARAN, İbrahim (2000), *Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü*, Üçüncü Baskı, Feryal Matbaası, Ankara.
- BATEMAN, T.S, Straser, Sarah (1984), A Longitudinal Analysis of The Antecedents of Organizational Commitment, *Academy of Management Journal*, 27: 95-112.
- CASSAR, Vincent (2008), “The Maltese university student’s mind-set: a survey of their preferred work values” *Journal of Education and Work* Vol. 21, No. 5, 367–381.
- CEVİZCİ, Ahmet (2002), *Paradigma Felsefe Sözlüğü*, Beşinci Baskı, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- CHERRINGTON, J. D., C.J. Spencer ve J.L. England, “Age and Work Values”, *Academy of Management Journal*, 22, (3), 617-623.
- CHUSMİR, Leonard H. ve Barbara Parker (1991), “Gender and Situational Differences

- in Managers Values: A Look at Work and Home Lives”, *Journal of Business Research*, 23, 325-335.
- ÇETİN, Canan, M. Tikici, B. Akdemir, H. Ünal (2008), ‘*İş Doyumu İle Tükenmişlik Sendromu İlişkisinin Aile İşletmelerindeki Görümüne İlişkin Bir Araştırma*’, Üçüncü Aile İşletmeleri Kongresi, İstanbul.
- ÇOLAK, Gökhan (2009), “*İş Gören Motivasyonu İle İş Doyumu Arasındaki İlişki-Kuşadası’ndaki Beş ve Dört Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma*” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ABD, Aydın.
- DAVİS, Keith (1988), *İşletmelerde İnsan Davranışı Örgütsel Davranış*, Çeviren: Kemal Tosun, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- DUFFY, D. Ryan (2010), Spirituality, Religion and Work Values, *Journal of Psychology and Theology* 2010, Vol. 38, No. 1, 52-61.
- ELİZUR, D. ve Sagie A. (1999), “Facets of Personal Values: A Structural Analysis of Life and Work Values”, *Applied Psychology: An International Review*, 48(1): 73-87.
- ELİZUR, D. (1984), “Facets of Personal Values: A Structural Analysis of Work outcomes, *Journal of Applied Psychology*, 69,379-389.
- ERDEM, Barış (2009), “*Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi*”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, No:7\11.
- ERDOĞAN, İlhan (1996), *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*, Avcıol Basım Yayın, İstanbul.
- ERSOY, Berkan (2006), “*Toplumsal Değerler ve Çalışanların İş Doyumu Arasındaki İlişki: Ampirik Bir Uygulama*” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Kütahya.
- FINDIKÇI, İlhami (2000), *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Alfa Yayınevi, İstanbul.
- FİCHTER, Joseph (2004), *Sosyoloji Nedir*, Çeviren: Nilgün Çelebi, Yedinci Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara.

- FIELDS, Dall L.,Blum Terry C. (1997), “Employee Satisfaction in Work Groups with Different Gender Composition”, *Journal of Organizational Behavior*, 18: 181-196.
- GÜNGÖR, Erol (2000), *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, 3. Baskı, Ötüken Neşriyat, İstanbul.
- GÜRSOY, Doğan, Maier, T.A. ve Chi, C.G. (2008), “Generational Differences: An Examinations of Work Values and Generational Gaps in The Hospitality Workforce”, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 448-458.
- HALİS, Muhsin (2009), “ Temel İşletmecilik Kavramları ve Turizm”, Editörler: DEMİRKOL, Ş., ve B. Zengin, *Turizm İşletmeciliği*, Değim, s. 41-43.
- KALLEBERG, L. Arne (1977), “Work Values and Job Reward: A Theory of Job Satisfaction”, *American Sociological Review* 1977, Vol. 42 (February):124-143.
- HANÇARLIOĞLU, Orhan (2008), *Felsefe Sözlüğü*, On altıncı Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- KOÇAOĞLU, H. Neşe (2007), “*Toplumsal Kültür Değerlerinin Örgüt Kültürüne Etkisi Türkiye-İtalya Değerlendirilmesi*” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji ABD, Sakarya.
- KUBAT, Umut (2007), “*İmalat Sektöründe İş Değerleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Antalya.
- KUVAN, Hakan (2007), “*Türk Girişimcilerinin Yaşam ve Çalışma Değerleri Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*” Basılmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Isparta.
- ORPEN, Christopher (1978), “Work and Nonwork Satisfaction: Causal Correlational Analysis”, *Journal of Applied Psychology* ,63:530-532.
- ÖZCAN, E. Burcu (2008), “*Örgütsel Bağlılık ve İş Değerleri Arasındaki İlişki: Adana İlinde Bir İnceleme*”, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Adana.

- ÖZENSEL, Ertan (2003), ‘ Soslolojik Bir Olgu Olarak Değer’, *Değerler Eğitim Dergisi*, Selęuk Üniversitesi, Fen Edebiyat Fak. 1(3),217-239.
- ÖZGÜVEN, Bilal M. (2003), *Toplum Bilimlerine Giriş*, 2. Baskı, Ata Ofset, Yenişehir.
- ÖZKUL, A. Sait (2007), “*Yaşam ve Çalışma Değerlerini Etkileyen Faktörler: SDÜ Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD, Isparta.
- PORFELİ, E.J. (2008), “The Dynamic Between Work Values and Part-Time Work Experiences Across The High School Years”, *Journal of Vocational Behavior*, 73: 143-158.
- POSNER, Barry Z. And Warren H. Schmidt (1993), “Values Congruence and Differences Between The Interplay of Personal and Organizational Values Systems”, *Journal of Business Ethics*, 12, (5), 341-347.
- RALSTON, D.A., D. J. Gustafson, F.M. Cheung ve R.H. Terpstra (1993), “Differences in Managerial Values: A Study of U.S., Hong Kong and PRC Managers”, *Journal of International Business Studies*, 24, (2), 249-275.
- ROKEACH, M. (1973) “*Nature of Human Values*” New York: The Free Press.
- ROS, M., Schwartz, S.H., Surkiss, S. (1999), “Basic Individual Values, Work Values and the Meaning of work Applied Psychology: *An International Review*, 48 (1), 49-71.
- SCHWARTZ, S.H. (2009), “*Basic Human Values: An Overwiev*”, <http://www.yourmorals.org/schwartz.2006.basic%20human%20values.pdf>, Erişim: 05.07.2009.
- SCHWARTZ, S.H. (2003), “*A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations*”, The Hebrew University of Jerusalem.
- SELMER, J. ve Waldstrom, C. (2007), “Work Values of Surviving and Non-Surviving Managers During Economic Recession”, *Career Development International*, 12(5):433-445.

- SEMERCİ, Çetin (2004), “*Araştırma Görevlilerinin Öğretim Üyeliğine İlişkin Tutum Ölçeğinin Üçlü, Beşli ve Yedili Derecelemede Geçerlilik ve Güvenirliği*” XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya.
- SEVİMLİ, Figen (2004), “*Erzurum’da Çalışan Hekimlerde İş Doyum İle İlgili Etmenler*”, Basılmamış Uzmanlık Tezi, Atatürk Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı ABD, Erzurum.
- SEZGİN, M. Orhan (2001), *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- SİLAH, Mehmet (2001), *Çalışma Psikolojisi*, Selim Kitapevi Yayınları, Ankara.
- SİLAH, Mehmet (2005), *Sosyal Psikoloji Davranış Bilimi*, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- TAYLOR, N. Ronald ve Mark Thompson (1976), “ Work Value Systems of Young Workers”, *Academy of Managment Journal*, 19, (4), 522-535.
- TEPECİ, M. ve Bartlett A.L.B. (2002), “The Hospitality Industry Culture Profile: a Measure of Individual Values, Organizational Culture, and Person-orgnaization Fit as Predictors of Job Satisfaction and Behavioral Intentions”, *International Journal of Hospitality Management*, 21: 151-170.
- TOKER, Boran (2006), “*Konaklama İşletmelerinde İşgören Motivasyonu ve Motivasyonun İş Doyumuna Etkileri – İzmir’deki Beş ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama*” Basılmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD, İzmir.
- TÜRKAY, Oğuz ve Sultan Çoban (2009), “*İş Değerlerinin İKY Süreçleri Kapsamındaki Rolü: Sakarya Otelleri Üzerine Nitel Bir Araştırma*” 10. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Mersin.
- UÇANOK, Başak (2008), “The Effects of Work Values, Work Centrality and Person-Job Fit on Organizational Citizenship Behaviour”, Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme ABD, İstanbul.

UYAN, Gül (2002), “Öğretmenlerin İş Değerleri, Kişilik Özellikleri ve İş Tatminleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

WARR, Peter (2008), “Work values: Some Demographic and Cultural Correlates” *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81, 751–775.

YALÇIN, Şahabettin (2002), *Bilgi ve Değer*, Vadi Yayınları, Ankara.

ŞİMŞEK, Volkan (2010), www.turizmdebusabah.com. E.T. 22.06.2010.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009),
www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx E.T. 20.06.2010.

Türk Dil Kurumu, Güncel Sözlük.

<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=de%F0er&ayn=tam> E.T. 05.02.2010

EKLER

EK-1: Çalışanların Değer Algılamalarının İş Doyumuna Etkilerine Yönelik Anket Formu

TURİZM İŞLETMELERİ'NDE ÇALIŞANLARIN DEĞER ALGILAMALARININ İŞ DOYUMUNA ÜZERİNE ETKİLERİ ALAN ARAŞTIRMASI

Sayın Katılımcı,

Bu ankette yaşam değerleri, iş değerleri ve iş doyumuna ile ilgili ifadeleri değerlendirmeniz istenmektedir. Anket sadece bilimsel amaçlar çerçevesinde değerlendirilecektir. Ankete katıldığınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Sultan Çoban - Yrd. Doç. Dr. Oğuz Türkay, E-Posta: sti-nc@hotmail.com, Tel: 0544 252 47 83

I.BÖLÜM	'1'	'2'	'3'	'4'	'5'
Özel yaşamınızda sizin için önemli olan değerler hangileridir? Aşağıdaki ifadelerden size uygun olanın karşısına (X) işaretini koyarak ifadelerin sizin için ne kadar önemli olduğunu belirtiniz. Yaşam Değerleri	İlkelerime Ters Düşer	Önemli Değil	Kısmen Önemlidir	Önemlidir	Çok Önemlidir
AHİRET SELAMETİ (öbür dünyadaki mutluluk, cennete gitme)					
AİLE GÜVENLİĞİ (aile üyelerinin maddi güvencesini sağlamak)					
BARIŞ İÇİNDE BİR DÜNYA (savaşızsız, çatışmasız bir dünya)					
BAŞARI HİSSİ (hayatta kalıcı, iyi şeyler yapmış olma duygusu)					
BİLGELİK (yaşama olgun, filozofça bakmak)					
EŞİTLİK (kardeşlik, herkese eşit fırsat)					
GERÇEK DOSTLUK (yakın arkadaşlık)					
GÜZELLİKLER DÜNYASI (estetik değerlere ve güzel sanatlara önem verilen bir dünya)					
HEYECANLI BİR YAŞAM (renkli, hareketli bir yaşam)					
İÇ HUZUR (iç çatışmalardan uzak, kendisiyle barışık olmak)					
KENDİNE SAYGI (insanın kendine saygı duyması, özsaygı)					
MUTLULUK (halinden memnun olmak)					
OLGUN SEVGİ (cinsel ve ruhsal yakınlık)					
ÖZGÜRLÜK (bağımsızlık, özgürce seçebilme)					
RAHAT BİR YAŞAM (geçim sıkıntısı duymadan, refah içinde bir yaşam)					
SOSYAL ONAY (diğerleri tarafından takdir edilmek, saygı görmek)					
ULUSAL GÜVENLİK (ülkenin saldırılardan korunması)					
ZEVK (keyifli, haz duyulan bir yaşam)					

II. BÖLÜM	'1'	'2'	'3'	'4'	'5'
Aşağıdaki ifadelerden size uygun olanın karşısına (X) işaretini koyarak katılma düzeyinizi belirtiniz.					
İş Değerleri	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Çalıştığım işletmede; düzenli iş programlarının olması önemlidir.					
2. Çalıştığım işletmede; bana iş güvencesi sağlanması önemlidir.					
3. Anlaşılır ve açık prosedürlerin olması işimi rahatlatmaktadır.					
5. Çalışma şartlarının rahat olmasını önemsiyorum.					
6. Çalışma arkadaşlarımla konuşma fırsatı bulabilmeliyim.					
7. İşimde zihinsel ve düşünsel yeteneklerimi kullanabilmeliyim.					
8. İşimde yaratıcılık ve kendime has yetenekleri kullanabilmeliyim.					
9. Yaptığım işin topluma da bir katkısı olmalıdır.					
10. İş yerimde sosyal etkinliklerin olması benim için önemlidir.					
11. İşim bilgi ve becerilerimi sürekli geliştirmelidir.					
12. İşimi yaparken inisiyatif kullanabilmeliyim.					
13. Yaptığım işin bana başarı duygusunu vermesini isterim.					
14. İşimin gerektirdiği faaliyetlerdeki çeşitlilik beni mutlu eder.					
15. İşimde yükselme olanaklarının olması benim için önemlidir.					
16. İşim bana iyi bir gelir sağlamalıdır.					
17. İşim başkalarının işini yönetme ve denetleme fırsatını vermelidir.					
18. Yaptığım işten dolayı insanlar bana saygı duymalıdır.					
19. İşim çalıştığım kurum açısından yeterince önemli olmalıdır.					
20. İşim benim bağımsız çalışmama olanak vermelidir.					
21. İşimde risk ve sorumluluk üstelenebilmeliyim.					

III. BÖLÜM	'1'	'2'	'3'	'4'	'5'
İş Doyumu	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.İşim bana bağımsız çalışma fırsatı vermektedir.					
2.İşimde farklı şeyler yapma fırsatım vardır.					
3.İşim bana statü kazandırmaktadır.					
4.Yaptığım iş vicdanımı rahatlatmaktadır.					
5.İşimde iş güvencesi konusunda garantim vardır.					
6.İşim yardımlaşma olanağı sağlamaktadır.					
7. İşim yeteneklerimi kullanmama olanak sağlamaktadır.					
8. Aldığım ücret adildir.					
9. İşimde terfi olanağım vardır.					
10.İşimi yaparken inisiyatif kullanabilmeliyim.					
11.Çalışma koşullarım iyidir.					
12.İşim, işe ve iş arkadaşlarıma uyum olanağı sağlamaktadır.					
13.Gerekli durumlarda takdir edilmekteyim.					
14.İşimde başarılı olduğumu hissediyorum.					

IV. BÖLÜM	Demografik Özellikler
------------------	------------------------------

- Cinsiyetiniz?
 Bayan Bay
- Yaşınız hangi aralıkta yer almaktadır?
 15-24 25-34 35+
- Medeni durumunuz?
 Evli Bekâr
- Çocuk sayınız kaçtır?
 1-4 Hiçbiri
- Eğitim düzeyiniz nedir?
 İlköğretim Lise Ön Lisans Lisans
 Yüksek Lisans Diğer (Lütfen belirtiniz!.....)

6. Turizm eğitimi aldınız mı?

Lise Ön Lisans Lisans Yüksek Lisans Hiçbiri

7. Çalıştığınız işletmeyi tanımlayınız.

5 Yıldızlı Otel Seyahat Acentesi
 4 Yıldızlı Otel Restoran
 3 Yıldızlı Otel
 Özel Belgeli Konaklama İşletmeleri
 Diğerleri (Lütfen Belirtiniz!.....)

11. Aylık geliriniz hangi aralıkta yer almaktadır?

500-750 TL 751-1000TL 1001- 1500TL
 1501-2500T 2501 +

Anket sonuçları hakkında bilgilendirmek için E-posta adresinizi yazınız!

..... @

ÖZGEÇMİŞ

Sultan ÇOBAN İlköğretim eğitimini Gümüşlü Köyü İlköğretim Okulunda ve Şambayat Atatürk İlköğretim Okulunda, Lise eğitimini Besni Mustafa Erdemoğlu Anadolu Lisesinde Adıyaman da tamamladı. 2008 yılında Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünden mezun oldu. Yine, 2008 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği anabilim dalında Yüksek Lisans eğitimine başladı.