Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Mart 2018 22(1): 257-276

Kişisel Değerlerin Psikolojik Sermaye ve İş Tatmini İlişkisinde Moderatör Etkisi (*)

Vildan Hilal AKÇAY (**)

Öz: *Bu çalışmanın amacı, iş ortamında psikolojik sermaye ile iş tatmini arasındaki ilişkide çalışanların sahip oldukları kişisel değerlerin moderatör etkisini incelemektir. Bu amaçla, başta kişisel değerler olmak üzere değişkenler arasındaki ilişkiye dair teorik altyapının ardından yapılan araştırmaya ilişkin bulgular sunulmuştur. Yapılan araştırmaya, üretim sektöründe faaliyet gösteren köklü bir kamu kuruluşunda farklı görev ve statülerde çalışan 450 kişi katılmıştır. Çoğu 30-50 yaş aralığında, lise mezunu ve 11-15 yıllık tecrübe sahibi olan katılımcıların %59'unu işçiler, %41'ini memurlar; %6'sını kadınlar, %94'ünü erkekler oluşturmaktadır. Araştırmada Allport vd.nin (1960) kullandığı ve Güngör (2000) tarafından revize edilen Değerler Hiyerarşisi Ölçeği, Luthans vd.nin (2007a) geliştirdiği Psikolojik Sermaye Ölçeği ve Oshagbemi'nin (2000) kullandığı Genel İş Tatmini Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik katsayıları kabul edilebilir düzeydedir (0,72–0,97 arası). Yapılan analizlerden elde edilen bulgulara göre; değer türleri arasında iktisadi değerin psikolojik sermaye ile iş tatmini arasındaki ilişkide moderatör etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sonuç bölümüne bu bulguların olası gerekçeleri tartışılmıştır.*

Anahtar Kelimeler: *Kişisel değerler, psikolojik sermaye, iş tatmini, moderatör etki*

The Moderator Effect of Individual Values on The Relationship Between Psychological Capital and Job Satisfaction

Abstract: *The purpose of this stduy is to examine the moderator effect of individual values on the relationship between psychological capital and job satisfaction. To examine these relationships we studied 450 employees from a firm which is a well established in manufacturing sector. Of this smaple, 6% were female, 94% were male, most of whose ages ranged between 30-50 and experience ranged between 11-15, most of whom are high school graduate. A number of scales, such as Values Hierarchy Scale used by Allport et.al. (1960) and revised by Güngör (2000), Psychological Capital scale developed by Luthans et.al. (2007a), Job Satisfaction Scale used by Oshagbemi (2000). The internal consistency reliabilities of the scales were between 0,72 and 0,97. It was found that employees's economic value has an moderator effect on psychological capiatl and job satisfaction. Finally, the implications and limitations of the study were discussed.*

Keywords: *Individual values, psychological capital, job satisfaction, moderator effect*

Makale Geliş Tarihi: 17.02.2018
Makale Kabul Tarihi: 19.03.2018

---

*) Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi SBE İşletme (İktisat) ABD'de, Vildan Hilal Akçay tarafından hazırlanan ve 2011 yılında kabul edilen "Pozitif Psikolojik Sermayenin Kişisel Değerler Bakımından İş Tatminine Etkisi ve Bir Araştırma" konulu doktora tezinin araştırma verileri kullanılarak ve tezin bir bölümünün teorik altyapısı geliştirilip revize edilerek hazırlanmıştır.

**) Dr.Öğr.Üyesi, Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu (e-posta: hilalvildan@gmail.com)

I. Giriş

İşletmelerde insan gücünün değeri, yönetim biliminde neoklasik yaklaşımın ortaya çıkmasından günümüze kadarki süreçte incelenmiş ve önemini korumuştur. Çünkü ekonomik sermayenin yanı sıra insan kaynağını doğru şekilde yönetmek; rekabet üstünlüğü elde etmek, kurumsal verimlilik ve performansı artırmak bakımından önemli bir etken olagelmiştir. Geleneksel ekonomik sermaye kavramı dışında kalan ve işletme literatüründe giderek önemi artan sermayesi türleri; çalışanların kişisel sermayeleri olup çalıştıkları kuruma kazandırılması gereken ve dolayısıyla da insan kaynaklarını doğrudan ilgilendiren "sosyal kaynak" olarak değerlendirilmektedir. Bu sosyal kaynaklar insan sermayesi, sosyal sermaye ve psikolojik sermayedir. Sahip olduğu bu öneme istinaden, örgüt psikoloji literatüründe son 15 yılda popülaritesi artan bir kavram olan, "bireyin işine ilişkin özgüven, iyimserlik, umut ve esnekliği bakımından kendisini nasıl algıladığı ve tanımladığı" ile ilgili olan psikolojik sermaye kavramı, bu çalışmada bağımsız değişken olarak incelenmiştir.

Çalışmanın bağımlı değişkeni ise örgütsel davranış literatüründe işe karşı tutumlardan biri olarak yaklaşık 60 yıldır araştırmalara konu olan, "bireyin işini veya iş deneyimini değerlendirmesi neticesinde sahip olduğu pozitif duygu veya hoşnutluk hali" olarak tanımlanan iş tatmini kavramı incelenmiştir.

Araştırma kapsamında yer alan kişisel değerler kavramı, "alternatif davranış biçimleri arasından seçim yapmak ve bunları değerlendirmek için kullanılan normatif standartlar" olarak tanımlanır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere kişisel değerler; davranışın ve tutumun öncülü olduğu gerçeğinden hareketle, davranış ve tutum üzerinde yönlendirici etkiye sahip olduğu -teorik ve araştırmaya dayalı çalışmalarda belirlenmiş olan- psikolojik sermaye ile ilişkili olacağı düşünülerek bu araştırmada moderatör değişken olarak incelenmiştir.

Bu çalışma, iş ortamında çalışanların psikolojik sermayesi ile işlerinden duydukları tatmin düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemesi bakımından yerli literatürde bir ilk olma özelliği taşımaktadır. Bununla birlikte, çalışanları sahip oldukları kişisel değerlerin psikolojik sermaye ve iş tatmini arasındaki ilişkideki rolünü inceleyen başka hiçbir çalışma bulunmamaktadır. Bu bakımdan çalışmanın, literatürdeki bu boşluğu doldurma noktasında anlamlı bir katkı sunması umulmuş ve planlanmıştır.

II. Teorik Altyapı

A. Psikolojik sermaye ve iş tatmini ilişkisi

Örgütlere rekabet üstünlüğü sağlayan, çalışanların değerlendirilmesinde kullanılan ve her biri çalışan performansına kaldıraç etkisi yapan sermaye türleri literatürde; geleneksel ekonomik sermaye, sosyal sermaye, insan sermayesi ve psikolojik sermaye olarak geçmektedir (Luthans vd., 2004).

Goldsmith vd.ye göre (1998) psikolojik sermaye, kişinin kendisine olan saygısı yani öz saygı ile temsil edilir. Zira psikologlara göre öz saygı; kişinin çalışma anlayışı, sağlığı, dış görünüşü ve sosyal yeterliliğini kapsayan çok boyutlu bir kavram olmasından ötürü,

psikolojik sermaye ölçümünde kullanılabilecek ideal bir ölçüt olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla psikolojik sermaye ile verimlilik ilişkisi ölçülürken temel kıstas, çalışanların kendilerine olan saygıları olmuştur. Luthans ve arkadaşları (2007b) ise psikolojik sermayeyi "bireyin pozitif psikolojik gelişme hali" olarak tanımlamış ve psikolojik sermayenin bireyde "Ben kimim?" sorusunun cevabını aradığını, sosyal sermaye ve insan sermayesinin ötesinde, çalışanların kimi tanıdığı ya da neyi bildiği ile değil, "kendisini nasıl algıladığı ve tanımladığı" ile ilgili olduğunu ifade etmişlerdir.

Çalışanların kendilerini nasıl algıladıkları ve tanımladıkları sorusuna cevap aranırken ölçülmesi gereken özellikler, pozitif psikolojik sermayenin temel bileşenlerini oluşturur. Pozitif psikolojik sermaye Şekil 3'te de özetlendiği üzere şu bileşenlerden oluşmaktadır (Luthans ve Youssef, 2004): (1) Bireyin belli bir görevi başarıyla yerine getirmede kendisini yeterli hissetmesi, kendisine güvenmesini ifade eden özyeterlilik; (2) bireyin hedefe ulaşmak için azimli olması ve gerektiği taktirde hedefe ulaştıracak yeni yollar bulma becerisine sahip olmasını ifade eden umut, (3) bireyin halihazırda ve gelecekte işinde başarılı olacağına ilişkin iyimser bakış açısına sahip olması anlamına gelen iyimserlik, (4) bireyin tüm olumsuzluklardan kurtulmak için gerekli esnekliğe ve direnme gücüne sahip olmasını ifade eden esneklik. Bu dört bileşenin ortak özelliği; ölçülebilir, geliştirilebilir ve performans üzerinde etkili olmaktır (Luthans vd., 2006a).

Çalışanın iş hedeflerini gerçekleştirme hususunda birden fazla stratejik planı proaktif bir biçimde yapma becerisine ve isteğine (umut), iyimser bakış açısına (iyimserlik), önüne çıkan engel ve aksaklıklar karşısından yılmadan yeni çözüm yolları üretebilme kapasitesine sahip olduğuna (esneklik) kendisini yeterli hissetmesi (özyeterlilik), onun psikolojik sermayesinin yüksek olduğunun göstergesidir. Psikolojik sermaye bakımından zengin olan ya da zenginleştirilen çalışanların sadece performansı değil işe ve çalıştıkları örgüte yönelik tutum ve davranışlarında da pozitif gelişmeler olacağı beklenir. Bu beklentiye temel teşkil eden teori, genel geçer bir teori olan Sosyal Değişim Teorisinin örgütlerde de geçerli olması yatmaktadır. Teoriye göre kendilerine pozitif çalışma ortamını sağlayan işlerine ve işyerlerine karşı vefa duygusuyla daha iyi performans göstermeye eğilimli olabilirler (Van Dyne ve Soon, 1998). Son yıllarda psikolojik sermaye konusunda yapılan araştırmalarda (Nafei, 2015; Sharma ve Sharma, 2015; Abbas vd., 2012; Peterson vd., 2011; Sweetman, 2011; Norman vd., 2010; Avey vd., 2010; Luthans vd., 2008) işle ve örgütle ilgili birçok tutum (iş tatmini, örgüte sadakat, örgütsel sinizm, örgüte bağlılık gibi) ve davranışla (rol ötesi performans, rol ötesi olumsuz iş davranışları, işe devamsızlık gibi) ilişkilendirilmiş olan psikolojik sermaye konusunda Avey ve arkadaşları (2011), literatürdeki bu ilişkileri inceleyen 51 adet birbirinden bağımsız çalışmayı ele alan bir meta analizi çalışması yapmışlardır. Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre, psikolojik sermaye ile arzu edilen örgütsel tutumlar (iş tatmini, örgütsel bağlılık, psikolojik iyi olma gibi) ve arzu edilen örgütsel davranışlar (rol ötesi performans gibi) ve performans arasında anlamlı pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanısıra psikolojik sermaye ile arzu edilmeyen örgütsel tutumlar (örgütsel sinizm, işten ayrılma niyeti, iş stresi ve anksiyete gibi) ve arzu edilmeyen örgütsel davranışlar (rol ötesi olumsuz iş davranışları gibi) arasında anlamlı negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıda sayılan değişkenlerden biri de işe yönelik tutumlardan olan iş tatminidir. "Bireyin işini veya iş deneyimini değerlendirmesi neticesinde sahip olduğu pozitif duygu veya hoşnutluk hali" olarak yapılan iş tatmini tanımında, iş tatmininin bilişsel ve duygusal yönlerinin ikisine de değinilmiştir. Çünkü insan psikolojisinde, biliş ile duygular arasında varlığı yadsınamayan bir bağ vardır. Dolayısıyla işin değerlendirilmesinde hem duyguları hem de bilişi/düşünceleri değerlendirmeye dahil etmek gerekir. Bu bilişsel faktörlerden biri de psikolojik sermayedir. Yukarıdaki teorik ve araştırmaya dayalı gerekçelerden yola çıkılarak psikolojik sermaye ve iş tatmini arasındaki ilişkinin pozitif olması beklenmektedir. Bu açıklamalar ışığında araştırmanın hipotezi aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

H: Psikolojik sermaye ile iş tatmini arasında pozitif ilişki vardır.

B. Kişisel Değerler ve İş Tatmini İlişkisi

Çalışanların sahip oldukları değer profillerini bilmek, örgütlerde motivasyonel süreç, iş tatmini ve performans açısından önem arzeder. Çünkü kişisel değerler hayatın diğer alanlarında olduğu gibi çalışma ortamındaki davranış, tutum ve tercihlere rehberlik eder ve bunlara tutarlılık kazandırır.

Değer kavramı, insan davranışlarını konu alan bütün bilimler arasında merkezî bir yere sahiptir. Psikolog, sosyolog ve antropologlara göre değerler, insanların davranışlarını seçerken ve düzenlerken; kendilerini, başkalarını ve olayları değerlendirirken kullandıkları ölçütlerdir (Schwartz, 1992). Değer, "belli durumların diğer durumlara tercih edilmesi eğilimi" (Hofstede, 1998) veya "alternatif davranış biçimleri arasından seçim yapmak ve bunları değerlendirmek için kullanılan normatif standartlar" (Rokeach, 1973) olarak tanımlanmıştır. Hofstede'ye (2001) göre, insanlar zihinsel programlara sahiptirler ve belli koşullarda, belli olaylara karşı sergiledikleri davranışlar, zihinsel programlama sonucunda ortaya çıkar. Zihinsel programlama ise evrensel, kolektif ve bireysel olmak üzere üç düzeyde gerçekleşir. Evrensel düzey, bütün insanlar tarafından paylaşılan ve biyolojik sistemin kontrolünde olan gülmek, ağlamak, saldırganlık vb. davranışları kapsar. Kolektif düzey, belli bir grup insan topluluğu arasında paylaşılan davranışlardır. Aynı dili konuşmak, yaşlılara saygı göstermek, benzer yemek yeme alışkanlıkları, kolektif düzeyin etkisinde veya aynı grupta olmanın bir sonucu olarak ortaya çıkar. Bireysel düzey ise, kalıtsal özelliklerin de etkili olduğu düzey olup, insanların aynı kültür içinde davranışlarının farklılaştığı düzeydir. Bireyin belli durumları, diğer durumlara tercih etmesi, zihinsel programları sonucunda, farklı değer yargılarına bağlı olarak ortaya çıkar.

"Bir hedefe ya da davranış biçimine olan sürekli inanç" (Kreitner ve Kinicki, 2004) olarak da tanımlanan değerler, genellikle istikrarlı ve kalıcıdır. İnsanlar sahip oldukları değerlerin önemli bir bölümünü, küçük yaşlarda, aile, öğretmenler ve arkadaşlardan oluşan çevresel faktörler aracılığıyla kazanırlar. Küçük yaşlarda belli davranış ve sonuçların, istenen ve istenmeyen davranış ve sonuçlar biçiminde kesin olarak ayrılması, kazanılan değerlerin istikrarlı ve kalıcı olmasında belirleyici rol oynar (Robbins, 2005).

Değerler, davranışın öncülü olduğundan, bireyin sosyal faaliyet, tutum, ideoloji,

değerlendirme ve ahlaki yargılarında yani bütün sosyal davranışlarında belirleyici rol oynar (Rokeach, 1973).

Değerler, deneysel yöntemlerle incelendiği birçok araştırmada, farklı biçimlerde sınıflandırılmıştır (Rokeach, 1973; Spranger, 1928; Schwartz, 1992). Aşağıda, bu çalışmada kullanılan sınıflandırma biçimi ve bununla ilgili olan sınıflandırmalar yer almaktadır.

Değerler konusunda yaptığı araştırmalarıyla tanınan psikolog M. Rokeach, bir toplumda yer alan gruplar arasındaki kişisel değer farklılıklarını ortaya çıkarmak için otuz altı kalemden ve iki sınıftan oluşan bir değer sınıflandırması yapmıştır. Her biri on sekiz kalemden oluşan sınıflardan biri "amaçsal değerler", diğeri "araçsal değerler" olarak adlandırılmıştır. Rokeach'a (1973) göre hırs, açık fikirlilik, yeterlilik, temiz ve düzenli olma, cesaret, bağışlayıcı ve yardımsever olma, nezaket, dürüstlük, sorumluluk üstlenme, sadakat, entelektüel olma gibi araçsal değerler; fırsat eşitliği, konforlu ve heyecan verici bir hayat, fiziksel ve zihinsel sağlık, özgürlük, ailenin ve ulusun güvenliği, öz saygı, doğru arkadaşlık, mutluluk, sosyal tanınma, dünyada barış, dünyada güzellik gibi amaçsal değerlere ulaşmak için gerekli görülen değerlerdir.

E.Spranger ile G.W. Allport, P.E. Vernon, G. Linzey araştırmalarında altı kalemden oluşan bir değer sınıflandırması yapmışlardır. E. Spranger deneklerini, her birinde hâkim olan değere göre kişilik tiplerine ayırmaya çalışmış ve herkesin altı temel kişilik tipinden birine gireceğini belirtmiştir. Burada esas olan, her bireyin, kişiliğini biçimlendiren baskın değerlere sahip olduğudur. Ayrıca bu değer türleri, Rokeach'ın sınıflandırmasına göre, amaçsal değerler sınıfında yer alır (McDonalds ve Gandz, 1991). E.Spranger'in değer sınıflandırmasında, altı değer türüne göre belirlenen değer tipleri şunlardır (Allport vd., 1960; Guth ve Tagiuri, 1965; Güngör, 1997):

Estetik değer: Bireyin, hayatının her alanında güzellik, zarafet, simetri ve uyumu ön planda tutmasını sağlar. Estetik değere öncelik veren bireyler hayata sanatçı ruhuyla bakarlar, her şeyden zevk/tat almayı, her şeyde güzellik bulmayı gözetirler; sanatın toplum için bir gereklilik olduğu düşüncesini taşırlar. Örneğin, bir insanın resim sergilerini gezmesi, eğer prestij kazanmak gibi bir sosyal değer uğruna değilse, onun estetik değeri hakkında bilgi verir.

Teorik (bilimsel) değer: Bireyin, öncelikli olarak gerçeğin ortaya çıkmasıyla ilgilenmesini sağlar. Teorik değere öncelik veren bireyler, gerçeğe ulaşmak için nesnelerin güzelliğine ve işe yarayıp yaramamasına ilişkin yargılardan uzak durmayı, sadece gözlemleyip, gözlemlerinden bir sonuca varmayı gerektiren bilişsel bir yaklaşımı benimserler. Bu yaklaşım deneysel, eleştirel ve rasyonel bir yaklaşım olduğundan, teorik değere sahip birey aynı zamanda bir entelektüeldir ve çoğu zaman bir bilgin ya da filozof olur. Ayrıca teorik değere öncelik veren bir bireyin hayattaki temel amacı, sahip olduğu bilgiyi bir düzene koymak ve sistemleştirmektir.

İktisadi değer: Bireyin maddi fayda sağlamaya öncelik vermesine neden olur. İktisadi değere öncelik veren bir birey, malların üretimi, pazarlanması ve tüketiminde, iktisadi kaynakların kullanımında, maddi zenginlik elde etmede, kısacası iş hayatının her

alanında pratik olanı ve pratik olmayı tercih eder. İktisadi değer, yapılan sanatsal faaliyetler, ticari bir fayda sağlamadığı takdirde estetik değer ile çatışır. İktisadi değere öncelik veren bir bireyin kendi kişisel hayatında, lüks ile güzelliği karıştırması olasıdır. İnsanlarla olan ilişkilerinde ise siyasi değere önem verenler gibi, onlara hükmetmek ve onları yönlendirmek ya da sosyal değere önem verenler gibi, onlara hizmet etmek yerine, onları maddi zenginlik bakımından geride bırakmaya çalışırlar.

Dinî değer: Bireyin "birlik ve teklik"i öncelikli değer olarak görmesi anlamındadır. Dinî değere öncelik veren bireyin zihinsel yapısı, sürekli en yüksek ve tam anlamıyla tatmin edici değerin oluşmasına yönelmiştir. Bu kişi mistiktir, evreni bir bütün olarak algılamaya çalışır, kendisi ile evren arasında anlamlı ve mistik bir şekilde ilişki kurmayı ister. Bu mistiklerden bazıları hayatta aktif bir şekilde yer alır, her olayın ilahî bir tarafı olduğuna inanır. Daha ileri boyutta olan mistikler ise, daha yüksek bir gerçeklikle birleşmek uğruna, hayattan elini eteğini çekmeye çabalar, dünya zevke ve hazlarından feragat eder.

Siyasi değer: Bireyin "güç" unsuruna önem vermesine sebep olur. Siyasi değere öncelik veren bir birey için güç, sadece siyaset için değil, hayatın her alanında çok önemlidir. Siyasi değere öncelik veren bir birey, siyaset veya benzeri etkinliklerde her zaman güçlü ve lider olmayı ister; güç elde etmeyi, bu gücü başkalarının üzerinde kullanmayı ve başkalarını yönetmeyi sever.

Sosyal değer: Bireyin insanları sevmeyi ve onlara yardım etmeyi ön planda tutmasını sağlayan değerdir. Sosyal değere öncelik veren bir birey, başkalarına karşı kibar, özverili, cana yakın olmaya ve bencil olmamaya gayret eder; teorik, iktisadi ve estetik davranışların soğuk olduğunu ve insani olmadığını düşünür. Siyasi değere öncelik verenlerin aksine, insan ilişkilerinde en önemli unsurun sevgi olduğu kanaatindedir. En katıksız haliyle bu değere öncelik verenler, kendi çıkarını düşünmeyen ve dini değere öncelik veren bireylerle benzerlik arz eder.

Ahlaki değer[1]: Ahlak, "insanlar arasındaki ilişkileri düzenlemek için koyulmuş, toplumun bireyden uymasını beklediği kurallar bütünü" olarak tanımlanır. Bir inanç ve düşünce sistemi olan ahlak, neyin iyi neyin kötü olduğunu belirler. Toplum tarafından belirlenen sosyal ahlak kuralları doğrultusunda birey; olay, olgu, davranış ve kişileri, iyi-kötü, doğru-yanlış olarak değerlendirir. Ahlaki değere öncelik veren bir birey için ahlaki kurallar, hayatın bir düzene koyulması ve sürdürülmesinde en önemli değerlerdir. Bu kişiler, başkalarıyla uyumlu ve huzurlu bir hayat yaşayabilmek için ahlaka öncelik verilmesi gerektiği düşüncesini taşırlar.

Bu çalışmada, yukarıda sayılan yedi değerden oluşan ölçek kullanılarak çalışanların değerler hiyerarşisi tespit edilmiştir.

[1] Ahlaki değer; E. Spranger ile G. W. Allport, P. E. Vernon, G. Linzey tarafından oluşturulan altı değerden oluşan sınıflandırmanın kapsamında yer almamaktadır. E. Güngör tarafından yapılan Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar başlıklı çalışmada, E. Spranger'in diğer altı değer türüne ilave edilerek incelenmiştir.

"Hayatta ne için çabalamak ve nasıl davranmak gerektiği hakkında kişisel kanaatler" olarak tanımlanan değerler, örgütsel davranış alanında yapılan çalışmalar bakımından da önemlidir. Çünkü değerler, çalışanların algılarını, davranışlarını, motivasyonlarını, (Robbins, 2005) performanslarını ve işten tatmin olmalarını (Kreitner ve Kinicki, 2004), örgütün etkinliği ile ilgili stratejik karar alma, kurumsal etik, operasyonel karar alma, kişiler arası çatışma, iş ilişkilerinde kalite, kariyer seçimi ve gelişimi, çalışanların motivasyonu ve örgüte bağlılığını (McDonalds ve Gandz, 1991) etkiler.

Değerler, çalışma hayatı söz konusu olduğunda, içsel ve dışsal iş değerleri olmak üzere iki temel grupta ele alınabilir (George ve Jones, 2005) İş değerleri, çalışanların işten ne gibi beklentileri olması gerektiği ve iş ortamında nasıl davranması gerektiği hususundaki kanaatlerinden oluşur; içsel ve dışsal iş değerleri olmak üzere iki gruba ayrılır. İçsel iş değerleri, işin doğası ile ilgili olan değerlerdir. Bu değerlere daha fazla önem veren çalışanlar; mücadele gerektiren, ilginç, yeni şeyler öğrenebilecekleri, önemli katkılar sağlayabilecekleri, bütün potansiyellerini kullanabilecekleri, sorumluluk yükleyen ve özerklik tanıyan, yaratıcı işleri tercih ederler. Dışsal iş değerleri ise, işin sonuçlarıyla ilgili değerlerdir. Bu değerlere daha çok önem veren çalışanlar ise; yüksek ücret, iş güvenliği, statü, sosyal ilişkilerin artmasını sağlayan, ailelerine ve özel zevklerine daha fazla zaman ayırmasına olanak tanıyan işleri tercih ederler.

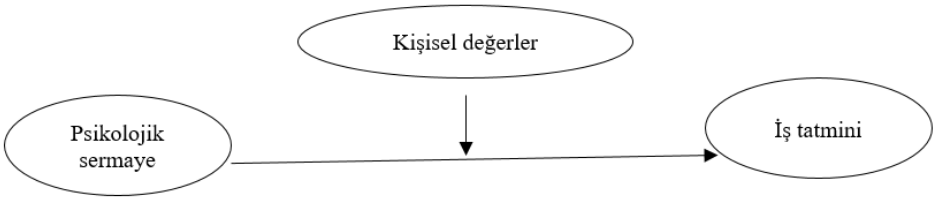
İş değerleri bir başka açıdan amaçsal ve araçsal değerler olmak üzere iki grupta incelenebilir: Amaçsal değerler, örgütün ulaşmak istediği sonuçlardır. Örneğin, bir örgütte kalite, sorumluluk, yenilikçilik, mükemmeliyet, ahlaklılık amaçsal değer olarak kabul edilebilir. Araçsal değerler ise, amaçsal değerlere ulaşmayı sağlayan ve örgütün çalışanlarından uymalarını beklediği davranış biçimleridir. Çalışanların çok çalışması, geleneklere ve otoriteye saygılı olmaları, muhafazakâr, temkinli, tutumlu, yaratıcı, cesur ve dürüst olmaları, risk almaları ve yüksek standartları korumaları gibi araçsal değerlere sahip olmaları, örgütün istediği değer türlerine örnek olarak gösterilmektedir (George ve Jones, 2005):

Kişisel değer türleri ile iş değerleri birlikte ele alındığında, ikisi arasında ilişki olduğu görülmektedir. Örneğin yukarıda açıklanan içsel iş değerleri, Rokeach'ın araçsal değerleri ile; dışsal iş değerleri ise, amaçsal değerler ile eşleştirildiğinde, iş değerlerinin kaynağının kişisel değerler olduğu ortaya çıkmaktadır. Benzer sonuç, araçsal ve amaçsal iş değerleri ile araçsal ve amaçsal kişisel değerler arasındaki eşleştirmeden de elde edilebilir. Örneğin çok çalışmak, sorumluluk sahibi olmak, yaratıcı ve cesur olmak, araçsal değerlerden türetilmiş iş değerleridir. İş değerleri ile Spranger'in kişisel değer türleri arasında eşleştirme yapıldığında, örneğin yüksek ücret ve statü gibi dışsal iş değerlerinin kaynağının iktisadi değer olduğu ortaya çıkmaktadır. Bireylerin sahip oldukları değer sistemlerinin, çalışma ortamındaki inanç, değer ve davranışlara öncülük ettiği gerçeği, bu eşleştirmeleri olağan kılmaktadır.

İş değerleri ile kişisel değerler arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırmada, Rokeach'ın kişisel değerleri ile ilişkisi incelenen değişkenlerden biri "örgütsel inanç sistemi"dir. Örgütsel inanç sistemine göre; çalışma, bireyin içinde bulunduğu grup ya da örgütün gelişmesine ve kendisinin örgütte terfi etmesine katkıda bulunuyorsa anlamlıdır,

dolayısıyla amaç değil, araçtır. Ayrıca çalışma, bireyin kişisel çabasından ziyade, grup veya örgüt normlarına adapte olmasına, arkadaşlarıyla uyumlu bir şekilde çalışabilmesine bağlıdır. Bu araştırmada elde edilen bulgulara göre; örgütsel inanç sistemi ile heyecan verici bir hayat, eşitlik, dürüstlük, itaatkar ve nazik olma değerleri arasında pozitif ilişki; güzel bir dünya, yeterlilik, özsaygı ve mantıklı olma değerleri arasında ise, negatif ilişki tespit edilmiştir (Furnham, 1987; Buchholz, 1977). Dolayısıyla örgütsel inanç sisteminin siyasi, iktisadi ve ahlaki değer ile doğru orantılı olduğu; estetik ve teorik değer ile ters orantılı olduğu sonucuna varılabilir.

Yukarıdaki teorik ve araştırmaya dayalı çıkarımlar bize, çalışanların kişisel değerlerinin iş ortamında psikolojik sermayeleri ve iş tatmini düzeyleri arasındaki ilişkiye etki edip etmeyeceği konusunda ışık tutmaktadır. Buna göre araştırmamızın sorusu şudur: "Çalışanların sahip oldukları kişisel değerler, psikolojik sermayeleri ile işten tatmin olma düzeyleri arasındaki ilişkide moderatör etkiye sahip midir? Sahipse, bu etki her bir kişisel değer açısından ne yöndedir (pozitif mi negatif mi)?"



Şekil 1: Araştırma modeli: Kişisel değerlerin[2] psikolojik sermaye ve iş tatmini ilişkisinde moderatör etkisi

III.Yöntem

A.Örneklem ve Veri Toplama

Bu çalışmada üretim sektöründe faaliyet gösteren, 1951 yılında faaliyete başlayan ve zamanla faaliyetlerini zenginleştiren, köklü bir kamu kuruluşu keyfî örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Örneklem seçiminde, incelenen işletmenin; köklü ve başarılı bir kuruluş olması, çalışanların özellikle teknik bilgiye sahip olmalarını gerektiren faaliyetleri gerçekleştirmesi ve işgücü devir hızının düşük olması dolayısıyla oturmuş ve istikrarlı bir yapıya, güçlü bir kültüre ve değerlere sahip olması, veri toplama bakımından kolay erişilebilir olması gibi faktörler göz önünde bulundurulmuştur.

Araştırmada tüm veriler, ana kütle olarak seçilen kamu kuruluşu çalışanları ve yöneticileriyle anket yapılmak suretiyle toplanmıştır. Ana kütle olarak alınan kamu kuruluşunda, araştırmanın yapıldığı dönemdeki veriler itibarıyla 1.205 kişi çalışmaktadır. Veri analizinde belli istatistik tekniklerinin uygulanabilmesi için gerekli olan asgari örnek büyüklüğü, %95 güven aralığında 1.205 kişiden oluşan bir anakütle için 292 kişi olarak tespit edilmiştir (Sekeran, 1992).

[2] Modelde, araştırmaya konu olan 7 adet kişisel değerin her biri ayrı ayrı gösterilmek yerine "kişisel değerler" başlığı ile sembolize edilmiştir.

Anket uygulamasına geçilmeden önce pilot çalışma yapılmak suretiyle ölçeklerde gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Pilot araştırma, araştırmanın yapıldığı kuruluşta çalışan rastgele seçilmiş 50 kişiye uygulanan, "değerler hiyerarşisi" ve "psikolojik sermaye" anketine verilen cevaplardan elde edilen verileri kapsamaktadır. Amaç, asıl araştırmadan önce bir ön araştırma yapmak suretiyle ölçeklerde gerekli düzenlemeleri yapmaktır[3].

Araştırmaya veri toplamak amacıyla üç ölçekten oluşan, 500 adet anket formu, çalışanlar tarafından doldurulması için kurumun ilgili bölüm yöneticilerine, formlar hakkında gerekli bilgiler verilerek dağıtılmıştır. Dağıtımı takip eden 25 günlük süre içerisinde anket formları (yıllık izinlerini kullanmakta olan personel haricindeki) görevi başında bulunan 478 çalışan tarafından cevaplandırılmıştır. İlgili bölüm yöneticilerinde biriktirilen çalışanlar tarafından doldurulmuş anket formları toplanmıştır.

Uygunluk açısından değerlendirilen anket formlarının toplam 28 tanesi uygun şekilde doldurulmadığı için değerlendirme kapsamı dışında tutulmuştur. Dolayısıyla değerlendirmeye alınması uygun bulunan 450 anket formu, istatistiksel analizler için gerekli asgari sınırın (292) üstündedir.

Verilerin yeniden kodlanması aşamasında, psikolojik sermaye (PS) ölçeğinde yer alan 13., 20. ve 23. ifadeler tersine puanlama yapılması gereken sorular olduğundan, yeniden kodlanmak suretiyle analize uygun hale getirilmiştir. Örneğin bu sorulara verilen cevaplar 1=5, 2=4, 3=3, 4=2, 5=1 şeklinde tersine kodlanmıştır. Örnekleme ilişkin demografik özellikler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Örnekleme İlişkin Demografik Özellikler

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	Sayı	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	26	6
Erkek	424	94
Toplam	450	100
Yaş		
20-29	17	4
30-39	176	39
40-49	187	42
50-59	64	14
>59	6	1
Toplam	450	100
Görev süresi (yıl)		
<3	8	2
3-5	14	3
6-10	59	13
11-15	169	38

[3] Pilot araştırmaya ilişkin ayrıntılı bilgiye "Kişisel değerler hiyerarşisi" ve "Psikolojik sermaye" başlıklarında yer verilmiştir.

16-20	57	13
21-25	72	16
>25	71	15
Toplam	450	100
Medeni hal		
Evli	386	86
Bekar	64	14
Toplam	450	100
Eğitim		
İlköğretim	103	23
Lise	229	51
Lisans	85	19
Yüksek lisans	31	7
Toplam	450	100

B. Ölçekler

1.Kişisel Değerler Hiyerarşisi Ölçeği

Çalışanların sahip olduğu değerlerin, her bir çalışan tarafından nasıl bir hiyerarşik sıraya koyulduğunu tespit etmek amacıyla, E. Spranger ile Allport, Vernon, Linzey (1960) tarafından kullanılmış olan ve 6 kalemden oluşan ölçeğe, ahlaki değerin de eklenmesiyle toplam 7 değer türünden oluşan bir değerler hiyerarşisi ölçeği kullanılmıştır.

Ölçekte insanın hayatta ideal edinebileceği 14 farklı ifade bulunmaktadır ve bunlar 1'den 14'e kadar sıra ile yazılmıştır. Bu ifadelerden her iki tanesi, 7 değer kategorisinden birine girmektedir (Bknz. Tablo 2). Değerler hiyerarşisi ölçeğinde düzenleme yapma gereği olup olmadığını belirlemek amacıyla araştırmanın yapıldığı işletmede çalışan 50 kişi üzerinde pilot araştırma yapılmıştır. Cevaplayıcıların, sahip oldukları 7 değeri temsil eden 14 ifadeyi sıralamaları için hazırlanmış olan "değerler hiyerarşisi" anketine 50 kişinin verdiği yanıtlar faktör analizine tabi tutulduğunda, aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere söz konusu 14 ifade, sol sütunda belirtilen orijinal ölçekteki ilgili 7 değer kategorisine girmemiş, 7 yerine 5 kategori oluşturmuştur. Oysa ilgili konu başlığında da anlatıldığı üzere, 14 ifadeden her ikisinin tek bir değer kategorisine girmesi gerekmektedir. Şu halde orijinal ölçekte aynı değeri alternatif bir şekilde ifade eden her iki ifadenin, cevaplayıcılar tarafından böyle algılanmadığı ortadadır. Örneğin 1'den 5'e kadar olan ve orijinalinde sırasıyla dinî, ahlaki, iktisadi ve teorik değeri temsil eden ifadeler, cevaplayıcıların algısına göre tek bir kategoriye girmektedir.

Dolayısıyla her bir değeri temsilen 2 yerine 1 ifade belirleyebilmek ve böylece mevcut 14 ifadeyi 7'ye indirmek amacıyla, aynı cevaplayıcı grubuna uygulanmak üzere, hangi ifadenin hangi değer grubunu daha iyi temsil ettiğine dair yeni bir form düzenlenmiştir. Bu anket formunun mevcut 50 kişiye uygulanması neticesinde elde edilen cevaplara göre ortaya Tablo 3'teki veriler çıkmıştır. Tablodan da görüldüğü üzere örneğin, estetik değeri en iyi tanımlayan ifadenin "her şeyin ölçülü ve ahenkli olması" cümlesinden ziyade "güzelliklerle dolu bir dünya" cümlesi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi

İfadelerin orijinal ölçekte bulunması gerektiği kategoriler	**Değerleri temsil eden ifadeler**	**Bileşenler**				
		1	**2**	**3**	**4**	**5**
Dini değer	"Öbür dünyayı kazanmak"	**.762**	-.083	-.147	.076	.167
Dini değer	"Gunahlardan arinmak"	**.706**	-.258	-.321	-.145	.007
Ahlaki değer	"Yalansız bir dünya"	**.693**	.100	.129	-.289	-.132
İktisadi değer	"Konforlu bir hayat"	**-.641**	-.331	-.027	-.256	-.206
Teorik değer	"Bütün gerçeklerin bilinmesi"	**-.456**	-.101	-.186	-.223	.295
Sosyal değer	"İnsanlara yardım"	-.143	**.748**	-.055	-.240	-.180
İktisadi değer	"Ekonomik bağımsızlık"	-.389	**-.671**	.099	-.199	.082
Sosyal değer	"Gerçek dostluk"	.021	**.639**	-.117	.341	.418
Siyasi değer	"Hürriyet için mücadele"	-.045	**.610**	.276	-.167	.244
Estetik değer	"Güzelliklerle dolu bir dünya"	-.088	-.006	**-.746**	.061	.200
Siyasi değer	"Eşitliğin sağlanması"	-.327	.121	**.664**	-.183	.150
Teorik değer	"Cahillikten arınmış bir dünya"	.022	-.344	**.619**	.410	.187
Ahlaki değer	"Vicdan huzuru"	-.021	-.035	-.071	**.896**	-.043
Estetik değer	"Her şeyin ölçülü ve ahenkli olması"	-.068	-.049	-.018	.014	**-.898**

Tablo 3: Kişisel Değerleri En İyi Temsil Eden İfadeler

D.K.	**Değerleri temsil eden ifadeler**	**1 Estetik değer**	**2 Ahlaki değer**	**3 Teorik değer**	**4 İktisadi değer**	**5 Dini değer**	**6 Siyasi değer**	**7 Sosyal değer**
1	"Herşeyin ölçülü ve ahenkli olması"							
	"Güzelliklerle dolu bir dünya"	✓						
2	"Yalansız bir dünya"							
	"Vicdan huzuru"		✓					
3	Bütün gerçeklerin bilinmesi							

	"Cahillikten arınmış bir dünya"			✓				
4	**"Ekonomik bağımsızlık"**				✓			
	"Konforlu bir hayat"							
5	**"Öbür dünyayı kazanmak"**					✓		
	"Günahlardan arınma"							
6	"Eşitliğin sağlanması"							
	"Hürriyet için mücadele"						✓	
7	"Gerçek dostluk"							
	"İnsanlara yardım"							✓

Son tahlilde, orijinal anket formunda yer alan ifade sayısı 14'ten 7'ye düşürülmüş ve böylelikle 7 sorudan oluşan bir değerlendirme ölçeği oluşturulmuş ve bu ölçek esas araştırmada kullanılmıştır.

Kişisel değerler hiyerarşisi ölçeğinin güvenilirliğini tespit etmek amacıyla pilot araştırma aşamasında katılımcı olan 50 kişi üzerinde iki hafta arayla uygulanmış, bu iki ölçüm arasındaki korelasyon değerlerine bakılmıştır. Fakat bundan evvel ölçeğin parametrik teste (Pearson korelasyon testine) uygun olup olmadığını tespit etmek amacıyla normal dağılıp dağılmadığına ilişkin çarpıklık-basıklık değerleri belirlenmiştir. Gerek ilk ölçüm ve gerekse iki hafta sonra yapılan ikinci ölçüm neticesinde elde edilen verilere göre, dinî değer dışındaki diğer değer ifadelerinin çarpıklık-basıklık değerleri +/-2.0 aralığındadır. Bu durumda dinî değerde görülen sapma nedeniyle, iki hafta arayla uygulanan bu ölçek sonucunda toplanan veriler, hem parametrik (Pearson) hem de parametrik olmayan (Spearman) korelasyon analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 4: Kişisel Değerlerin 1. ve 2. Ölçümleri Arasında Pearson Korelasyon Analizi

2.ölçüm / 1.ölçüm	1	2	3	4	5	6	7
1	**.915(**)**	-.092	.190	-.062	-.316(*)	.172	-.011
2		**.921(**)**	.069	-.032	.147	-.060	.138
3			**.942(**)**	-.361(*)	-.364(**)	.181	.028
4				**.977(**)**	-.206	-.329(*)	-.201
5					**.983(**)**	-.359(*)	-.329(*)
6						**.964(**)**	.356(*)
7							**.961(**)**

***p<0.01* N=50
1:Estetik d., 2: Ahlaki d., 3:Teorik d., 4:İktisadi d., 5:Dini d., 6:Siyasi d., 7:Sosyal d.

Tablo 5: Kişisel Değerlerin 1. ve 2. Ölçümleri Arasında Spearman Korelasyon Analizi

2.ölçüm / 1.ölçüm	1	2	3	4	5	6	7
1	**.887(**)**	-.078	.157	-.044	-.242	.143	-.034
2		**.920(**)**	.109	-.120	.163	.002	.213
3			**.948(**)**	-.364(**)	-.325(*)	.245	.028
4				**.976(**)**	-.095	-.350(*)	-.222
5					**.924(**)**	-.322(*)	-.235
6						**.953(**)**	.329(*)
7							**.955(**)**

***p<0.01* N=50

1:Estetik d., 2: Ahlaki d., 3:Teorik d., 4:İktisadi d., 5:Dini d., 6:Siyasi d., 7:Sosyal d.

Yukarıdaki Tablo 4 ve Tablo 5'te görüldüğü üzere, birinci ölçümle ikinci ölçüm arasındaki korelasyon değerleri ortalaması (her iki analiz için anlamlılık düzeyi p=0,01 iken); Pearson korelasyon analizine göre %95,1; Spearman korelasyon analizine göre % 93,7 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla ölçeğin yüksek seviyede güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır. İki analiz sonucu arasında %25'i geçmeyen (%1,4'lük) bir farklılık vardır. Ölçekten elde edilen kişisel değerlere ilişkin verilerin çarpıklık-basıklık değerleri, +/-2.0 aralığında; ölçekte yer alan ve 7 değeri temsil eden 7 ifadeden her biri yapılacak analizlere uygun olduğu tespit edilmiştir.

2. İş Tatmini Ölçeği

Çalışanların iş tatmini düzeyleri, T. Oshagbemi (2000) tarafından kulanılmış olan ölçekle tespit edilmeye çalışmıştır. Araştırmada katılımcıların işlerinin hangi yönlerinden tatmin olduklarına değil, işlerinden ne kadar tatmin olduklarına önem verilmiş olmasından dolayı genel iş tatmini ölçümü yapılmıştır. Ölçekte, çalışanların iş tatmini düzeylerini ölçmek amacıyla 4 soru yer almaktadır. Her bir soru için birbirinden farklı 1'den 5'e kadar seçenek kullanılmıştır. Ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin bulgular şöyledir:

Tablo 6: İş Tatmini Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi

	Soru silindiğinde alfa ortalaması	Soru silindiğinde alfa varyansı	Düzeltilmiş değer-toplam korelasyon	Soru silindiğinde alfa değeri
1.soru	11.7400	3.4712	.5282	.6115
2.soru	11.6533	4.8595	.3165	**.7254**
3.soru	11.4733	3.4837	.5431	.6008
4.soru	11.8600	3.4792	.5728	.5807
Güvenilirlik (Alfa) Değeri = .7017				

Tablo 6'da belirtildiği üzere, iş tatmini ölçeğinin güvenilirlik düzeyi %70'tir. 2.sorunun ölçekten çıkarılması halinde bu oran %72 olacağından, 2.soru ölçekten çıkarılmıştır. Bu durumda ölçek iyi derecede güvenilirdir. Ölçekteki 4 sorudan 2. soru

haricindeki 1., 3. ve 4. sorulara ilişkin çarpıklık-basıklık değerleri, +/-2.0 aralığında olup, bunlar yapılacak analizlere uygundur. 2. soru ise normal dağılmadığından analizlere uygun değildir.

3. Psikolojik Sermaye Ölçeği

Psikolojik sermaye ölçümü için kullanılan bu ölçek Luthans vd. (2007a) tarafından geliştirilmiştir, 24 sorudan oluşmakta ve her bir bileşeni 6'şar soru ile temsil edilmektedir.

Psikolojik sermaye (PS) ölçeğinde düzenleme yapma gereği olup olmadığını belirlemek amacıyla araştırmanın yapıldığı işletmede çalışan 50 kişi üzerinde pilot araştırma yapılmıştır. PS anket formuna katılımcıların verdiği cevapların faktör analizine tabi tutulması için öncelikle PS sorularının analize uygun olup olmadığını tespit etmek amacıyla KMO ve Bartlett's testi yapılmıştır. Testin sonuçlarına göre; KMO değeri = 0,801 > 0,50 ve Bartlett P = 0,00 < 0,05 şartlarının her ikisi de sağlanmıştır. Dolaysıyla 50 kişilik anket faktör analizi için yeterli olup, daha fazla anket yapılmasına gerek yoktur ve bu soru grubu faktör analizine uygundur.

Ayrıca bütün soruların anti-image korelasyon değerlerinin 0,05'in üstünde olduğu gözlenmiştir (tamamı 0,90'dan büyüktür). Dolayısıyla bütün sorular modele dahil edilmiştir. PS anket formuna 50 kişinin verdiği cevaplar faktör analizine tabi tutulduğunda, ankette yer alan 24 ifadenin 6'lı gruplar halinde 4 kategoride toplandığı görülmüştür (Tablo 7).

Şu halde 24 ifadenin her biri, orijinal ölçekte bulundukları kategoridedir. Şöyle ki; 1-6 arası ifadeler "özyeterlilik" kategorisinde, 7-12 arası ifadeler "umut" kategorisinde, 13-18 arası ifadeler "esneklik" kategorisinde, 19-24 arası ifadeler ise "iyimserlik" kategorisindedir. Yapılan pilot çalışmadan elde edilen verilere uygulanan faktör analizi neticesine göre katılımcılar, PS anket formundaki ifadeleri aynı anlamda algılamışlar ve olması gereken kategoriler (alt ölçekler) açısından değerlendirmişlerdir. Dolayısıyla PS ölçeği bu haliyle, temel araştırmada kullanılabilir niteliktedir. Ayrıca faktörlerin açıklayıcılık düzeyi %74 olarak belirlenmiştir.

Yapılan güvenilirlik analizi bulgularına göre PS ölçeğinin güvenilirliği 0,97; özyeterlilik boyutunun 0,95, umut boyutunun 0.94, iyimserlik boyutunun 0,91, esneklik boyutunun ise 0,92 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu ölçekler yüksek derecede güvenilirdir.

Tablo 7: Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi

İfadelerin orijinal ölçekte bulunması gereken kategoriler	**PS'yi ölçen ifadeler**	**Bileşenler**			
		1 Esneklik	**2 Özyeterlilik**	**3 Umut**	**4 İyimserlik**
Esneklik	14. ifade	**.832**	.277	.121	.179
Esneklik	15. ifade	**.828**	-.003	.166	.139
Esneklik	17.ifade	**.824**	.211	.287	.028

Esneklik	13. ifade	**.742**	.309	.011	.217
Esneklik	16. ifade	**.736**	.149	.188	.139
Esneklik	18. ifade	**.621**	.362	.412	.062
Özyeterlilik	3. ifade	.224	**.752**	.182	.350
Özyeterlilik	4. ifade	.318	**.728**	.362	.262
Özyeterlilik	1. ifade	.421	**.679**	.305	.119
Özyeterlilik	5. ifade	.508	**.585**	.226	.166
Özyeterlilik	2. ifade	.491	**.570**	.381	.108
Özyeterlilik	6. ifade	.472	**.513**	.366	.206
Umut	10. ifade	.265	.107	**.805**	.253
Umut	12. ifade	.024	.311	**.775**	.164
Umut	11. ifade	.250	.151	**.761**	.322
Umut	9. ifade	.379	.236	**.750**	.163
Umut	8. ifade	.153	.557	**.707**	.108
Umut	7. ifade	.214	.585	**.705**	.007
İyimserlik	20. ifade	.031	.094	.109	**.803**
İyimserlik	22. ifade	.012	.436	.254	**.681**
İyimserlik	19. ifade	.432	.101	.408	**.641**
İyimserlik	21. ifade	.386	.532	.194	**.614**
İyimserlik	24. ifade	.448	.349	.127	**.612**
İyimserlik	23. ifade	.051	.292	.214	**.540**

PS'nin alt bileşenlerini oluşturan özyeterlilik, umut, iyimserlik ve esneklik değişkenlerine ilişkin çarpıklık-basıklık değerleri +/-2.0 aralığında olup, yapılacak analizlere uygundur.

C. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin ardından, araştırmanın hipotezini test etmek amacıyla iş tatmini ve psikolojik sermaye değişkenleri arasında korelasyon analizi yapılmış¬tır. Araştırma değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve bunlar arasındaki korelasyon değerleri Tablo 8'de gösterilmiştir.

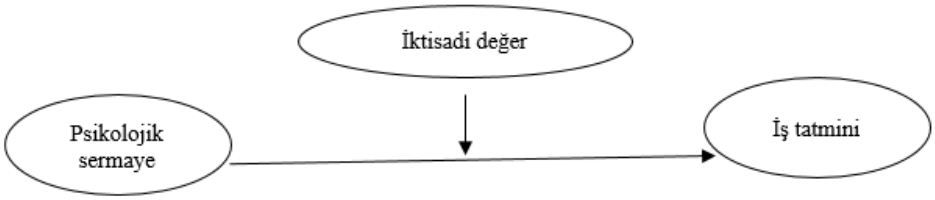
Tablo 8: Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Analizi Bulguları

Değişkenler	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1- Özyeterlilik	1	.795(**)	.831(**)	.788(**)	.876(**)	.261(**)
2- Umut		1	.757(**)	.776(**)	.857(**)	.313(**)
3- Esneklik			1	.780(**)	.836(**)	.187(**)
4- İyimserlik				1	.850(**)	.295(**)
5- PPS					1	.351(**)
6- Tatmin						1

Yapılan Pearson korelasyon analizine göre, katılımcıların PS düzeyleri ile iş tatmini düzeyleri arasında pozitif ve 0,01 anlamlılık düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı bir

ilişki olduğu gözlenmiştir (r=0,351, p<0,01). Dolayısıyla araştırmanın hipotezi desteklenmiştir. Elde edilen bu bulgu, PS ile iş tatmini ve PS bileşenleri ile iş tatmini ilişkisini konu alan diğer araştırmalardan (Luthans, 2007a) elde edilen bulgularla örtüşmektedir.

Bu araştırmanın temel sorusu, çalışanların sahip oldukları kişisel değerlerin, PS ve iş tatmini arasındaki ilişkide moderatör etkiye sahip olup olmadığına ilişkindi. Bu soruyu cevaplamak amacıyla bütün kişisel değerlerin moderatör etkiye sahip olup olmadığı analiz edilmiş, iktisadi değer dışındaki hiçbir değer türünün anlamlı etkisi gözlenmemiştir. Yapılan hiyerarşik regresyon analizine ait şematik gösterim Şekil 2'deki gibi geliştirilmiştir:



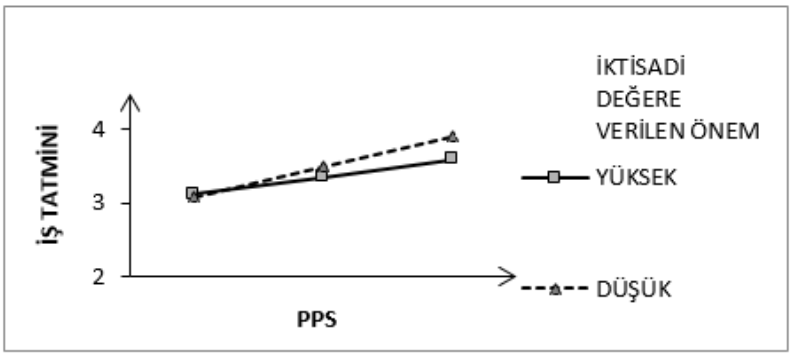
Şekil 2: İktisadi değerin psikolojik sermaye ve iş tatmini ilişkisinde moderatör etkisi

Yapılan analizden elde edilen veriler Tablo 9'da görülmektedir. Tabloya göre, iktisadi değerin ve psikolojik sermayenin ortalanmış değerlerinin çarpımından elde edilen 'çarpım terimi (kukla değişken)' modele üçüncü adımda ilave edilmiş ve modelin açıklayıcılık düzeyinde anlamlı bir artış meydana getirmiştir (ΔF=4.379, p<0,05). Dolayısıyla iktisadi değer değişkeni, PPS ve iş tatmini arasındaki ilişkide moderatör etkiye sahiptir.

Tablo 9: İktisadi Değerin Psikolojik Sermaye ve İş Tatmini İlişkisinde Moderatör Etkisi

Adım	Değişken Adı	Değişken		Model	
		β	t	R^2	ΔF
1	PPSc (ort.)	.351	7.934	.123	0
2	PPSc (ort.)	.356	8.055	.129	2.992
	İktisadi değerD (0:az önemli, 1:çok önemli)	-.077	-1.730		
3	PPSc (ortalanmış)	.432	7.582*	.138	4.379*
	İktisadi değerD (0:az önemli, 1:çok önemli)	-.075	-1.697		
	PPSc x İktisadi değerD	-.119	-2.093*		

N= 450; * p< 0.05; Bağımlı değişken: İş tatmini



Şekil 3: İktisadi Değerin PPS-İş tatmini İlişkisinde Moderatör Etkisi

Psikolojik sermaye ile iş tatmini arasında iktisadi değerin moderatör etkisini belirlemek amacıyla eğim testi (simple slope) analizi de yapılmıştır. Eğim testi grafiği Şekil 3'te gösterilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, psikolojik sermaye ile iş tatmini arasındaki ilişki, iktisadi değere daha az önem veren çalışanlarda, daha fazla önem veren çalışanlara nazaran daha güçlüdür. İktisadi değere daha çok önem veren bireyler faydacı, pratik ve tutumlu olmak, maddi zenginlik sağlamak gibi değerlere öncelik verirler. İktisadi değerin psikolojik sermaye ile pozitif, iş tatmini ile negatif ilişkili olduğu bulgusuyla birlikte değerlendirildiğinde, iktisadi değere çok önem veren çalışanların, sayılan bu değerleri elde edemedikleri ve dışsal iş değerleri bakımından zayıf bir işten duydukları tatmin ile psikolojik sermaye düzeyleri arasındaki ilişkinin daha zayıf olması, çalışanların psikolojik sermayelerinin, iş tatminsizliğini azaltmaya yeterli olmadığını göstermektedir.

IV.Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada psikolojik sermaye ve iş tatmini arasındaki ilişkide kişisel değerlerin moderatör etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre psikolojik sermaye ve iş tatmini pozitif ilişkilidir, bu bulgu ile daha önce yapılan çalışmalar desteklenmektedir (Luthans, vd., 2007a; Luthans, vd., 2006b; Judge, vd.2003; Luthans ve Youssef, 2004; Luthans, vd. 2004).

Bu çalışma, önceden yapılmış olan araştırmalardan elde edilen bulguların aynısını ortaya koymakla ve yukarıda belirtilen teorik iddiaların doğruluğunu desteklemekle birlikte, önceki araştırmalardan farklı olarak çalışanların kişisel değerlerini ele almıştır.

Elde edilen sonuçlar, kişisel değer türlerinden biri olan iktisadi değere daha az önem veren çalışanlarda, daha fazla önem verenlere nazaran, psikolojik sermaye ile iş tatmini ilişkisinin daha güçlü olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, iktisadi değere daha az önem verenlerde, yüksek düzeyde psikolojik seremayeye, özyeterliliğe, umuda, iyimserliğe ve esnekliğe sahip olmanın, iş tatminini daha çok artırdığını ifade eder. Bu bulgu ışığında, tespit edilen farklılığın olası sebeplerinden biri şudur: İktisadi değere daha çok önem veren çalışanlarda, psikolojik sermaye düzeyinin yüksek olması, iş tatminin yüksek

olmasını sağlamaya yetmeyecektir. Bu sonuca göre, örneğin, halihazırda çalıştıkları firmada yaptıkları işte hedeflerine ulaşacaklarına inanmak, değişen çalışma koşullarına ayak uydurabilme ve meydana gelebilecek aksaklık ve sorunlarla reaktif ve proaktif olarak başedebilme esnekliğine ve becerisine sahip olmak, işi konusunda iyimser olmak, yani kısaca psikolojik sermaye bakımında zengin olmak, çalışanları işten daha çok tatmin olmalarını sağlamada yetersiz kalır. Çünkü iktisadi değeri çok önemli bulan, maddi zenginlik elde etmeye öncelik veren, hayatın her alanında faydacı ve pratik bir mantıkla hareket eden çalışanların, bu önceliklerini elde etmelerine olanak tanımayan bir işte çalışmaktan dolayı yaşadıkları iş tatminsizlikleri yüksektir ve bunu azaltmak için psikolojik sermaye bakımından zengin olmak yetersiz kalmaktadır.

İş tatminini sağlamak açısında psikolojik sermayenin artırılması gereği bu araştırmanın sonuçları arasındadır. Fakat bundan daha önemlisi, iş tatmini için çalışanları iktisadi açıdan tatmin edici çalışma koşullarının sağlanmasının gereğine vurgu yapan bulguya ulaşılmış olmasıdır.

Çalışmamızdan elde ettiğimiz çıkarımları, önemli olmakla beraber, araştırmamızın kısıtlarından ötürü desteklenmeye muhtaçtır. Şöyle ki, bu araştırma bir üretim sektöründe ve çoğu erkek olan sadece bir firma çalışanları üzerinde yapılmıştır. Dolayısıyla farklı sektörlerde, cinsiyet dağılımının daha dengeli olduğu örneklemler üzerinde yapılacak çalışmalar ile desteklenebilir ve bunlardan elde edilecek bulgular kıyaslanabilir.

Kaynaklar

Abbas, M., Raja, U., Darr, W.A., Bouckenooghe, D. (2012). "Combined Effects of Perceived Politics and Psychological Capital on Job Satisfaction, Turnover Intentions, and Performance", Journal of Management, DOI: 10.1177/0149206312455243.

Allport, G.W., Vernon, P.E., Linzey, G. (1960). A Study of Values, Boston: Houghton Miffli.

Avey, J.B., Luthans, F., & Youssef, C.M. (2010). "The additive value of psychological capital in predicting workplace attitudes and behaviors", Journal of Management, 36 (2), 430-452.

Avey J.B., Reichard, R., Luthans, F., Mhatre, K.H. (2011). "Meta-Analysis of the Impact of Positive Psychological Capital on Employee Attitudes, Behaviors, and Performance". Human Resource Development Quarterly, 22 (2), 127-152.

Buchholz, R.A. (1977). "The Belief Structure of Managers Relative to Work Concepts Measured by a Factor Analytic Model", Personnel Psychology, 30, 567-587.

Furnham, A. (1987). "Work Related Beliefs and Human Values", Journal of Personality and Individual Differences", 8, 627-637.

George, J.M., Jones, G.R. (2005). Understanding and Managing Organizational Behavior, Fourth Edition, New Jersey: Pearson-Prentice Hall.

Goldsmith, A.H., Darity, W., Veum, J.R. (1998). "Race, Cognitive Skills, Psychological

Capital and Wages", Review of Black Political Economy, 26(2), 13-22.

Guth,W.D., Tagiuri, R. (1965). "Personal Values and Corporate Strategy", Harvard Business Review, 123-132.

Güngör, E. (1997). Ahlâk Psikolojisi ve Sosyal Ahlâk, İstanbul: Ötüken.

Güngör, E. (2000). Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar- Ahlak Psikolojisi, Ahlaki Değerler ve Ahlaki Gelişme, İstanbul: Ötüken.

Hofstede, G. (1998). "Attitudes, Values and Organizational Culture: Disentangling the Concepts", Organization Studies, 19 (3), 477-492.

Hofstede, G. (2001). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations, Second Editon, Lodon: Sage Publication.

Judge, T.A., Erez, A., Bono, J.B., Thoresen, C.J. (2003). The Core Self Evaluation Scale: Development of A Measure, Personnel Psychology, 56, 303-331.

Kreitner, R., Kinicki, A. (2004). Organizational Behavior, Sixth Edition, New York: McGraw-Hill.

Luthans, F., Avey, J.B., Avolio B.J., Norman, B.J., Combs, G M. (2006a). "Psychological Capital Development: Toward a Micro Intervention", Journal of Organizational Behavior, 27, 387-393.

Luthans, F., Avolio, B.J., Avey, J.B., Norman, S.M. (2007a). "Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction", Personnel Psychology, 60, 541-572.

Luthans, F., Luthans, K.W., Luthans, B.C. (2004). "Positive Psychological Capital: Beyond Human and Social Capital", Business Horizons, 47 (1), 45-50.

Luthans, F., Norman, S.M., Avolio, B.J., Avey, J.B. (2008). "The Mediating Role of Psychological Capital in the Supportive Organizational Climate: Employee Performance Relationship", Journal of Organizational Behavior, 29 (2), 219-238.

Luthans, F., Youssef, C.M. (2004). "Human, Social and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage", Organizational Dynamics, 33 (2), 143-160.

Luthans, F., Youssef, C.M., Avolio, B.J. (2007b). Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge, New York: Oxford University Press.

Luthans, F., Zhu, W., Avolio, B. J. (2006b). The Impact of Efficacy on Work Attitudes across Cultures, Journal of World Business, 41, 121-132.

McDonalds, P., Gandz, J. (1991). "Identification of Values Relevant to Business Research", Human Resource Management, 30 (2), 217-236.

Nafei, W. (2015). "Meta-Analysis of the Impact of Psychological Capital on Quality of

Work Life and Organizational Citizenship Behavior: A Study on Sadat City University", International Journal of Business Administration, 6 (2), 42-59.

Norman, S. M., Avey, J. B., Nimnicht, J. L., & Pigeon, N. G. (2010). "The interactive effects of psychological capital and organizational identity on employee organizational citizenship and deviance behaviours". Journal of Leadership & Organizational Studies, 17, 380–391.

Oshagbemi, T. (2000). "Satisfaction with Co-Workers' Behavior", Employee relations, 22 (1), 88-10.

Peterson, S.J., Luthans, F., Avolio, B.J., Walumbwa, F.O., Zhang, Z. (2011). "Psychological Capital and Employee Performance: A Latent Growth Modeling Approach", Personnel Psychology, 62 (2), 427-450.

Robbins, S.P. (2005). Essentials of Organizational Behavior, Eight Edition, New Jersey: Pearson-Prentice Hall.

Rokeach, M. (1973). The Nature of Human Values, New York: Free Press.

Saari, L.M., Judge, T.A. (2004). "Employee Attitudes and Job Satisfaction", Human Resource Management, 43 (4), 395-407.

Schwartz, S.H. (1992). "Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries", Advances in Experimental Social Psychology, 25, 1-64.

Sekeran, U. (1992). Research Methods for Business: A Skill Building Approach, Second Edition, USA: John Wiley&Sons.

Sharma, S. K. & Sharma, S. (2015). "Psychological capital as a predictor of workplace behavior". Journal of Management Research, 15, 60-70.

Spranger, E. (1928). Types of Men: The Psychology and Ethics of Personality, Halle, M. Niemeyer.

Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J.B., Luthans, B.C. (2011). "Relationship between positive psychological capital and creative performance", Canadian Journal of Administrative Sciences, 28 (1), 4 -13.

Van Dyne, L., Soon, A. (1998). "Organizational Citizenship Behavior of Contingent Workers in Singapore", Academy of Management Journal, 41, 692-796.