

İLAÇ VE SİGORTA SEKTÖRLERİNDE ÇALIŞAN SATIŞ ELEMANLARININ İŞ DAVRANIŞLARININ ÖRGÜTSEL ETİK İKLİM İLE İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Doç.Dr.Ünal AY
Çukurova Üniversitesi,
İİBF
İşletme Bölümü
unalay@cu.edu.tr

Yrd.Doç.Dr.
Kemal Can KILIÇ
Çukurova Üniversitesi,
İİBF
İşletme Bölümü
kcan@cu.edu.tr

Mehmet BİÇER
Çukurova Üniversitesi,
İİBF
İşletme Bölümü
mehmet_bicer@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmada Adana İl'inde ulusal ve çokuluslu olarak faaliyet gösteren ilaç ve sigorta şirketlerinin bölge müdürlüklerinde çalışan satış elemanlarının iş davranışlarının (iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti) örgütsel etik iklim ile ilişkisi incelenmiştir. Bu amaçla; 16'sı ilaç sektöründe, 14'ü sigorta sektöründe olmak üzere, 30 firmada toplam 186 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler önceki çalışmalardan (Charles H. Schwepker, 2001; Goodell, 1994; Kohlberg, 1976) yararlanılarak oluşturulmuştur. Katılımcılardan elde edilen verilere SPSS 15 programı yardımıyla güvenilirlik, anova, korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmış, elde edilen bulgular yönetim bakış açısıyla yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik, Etik Yönetim, Etik Davranışlar, Örgütsel Etik İklim, İş tatmini, Örgütsel Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti.

ABSTRACT

In this study the effects of ethical climate's to job satisfaction, organizational commitment and turnover intention among the employees in insurance and pharmaceutical industries was investigated. 186 surveys were sent to 30 firms to examine the hypothesised relationships. 16 of these firms are in the pharmaceutical sector and 14 of them are in insurance sectors in Adana, Turkey. The scales in this study were designed by various researchers before (Charles H. Schwepker, 2001; Goodell, 1994; Kohlberg, 1976). The results were transferred to Statistical Package for the Social Sciences 15. Reliability, Pearson Correlation and Regression analyses were used to analyzed and interpret the results in management perspectives.

Keywords: Ethics, Ethical Management, Ethical Behaviours, Organizational Ethical Climate, Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention.

1.Giriş

Örgüt iklimi çalışanlardan beklenen, desteklenen ve ödüllendirilen rutin davranış ve faaliyetlerle ilgilidir. Örgüt ikliminin algılanış biçimi aynı örgüt içinde bireyden bireye değişir. Çünkü bireylerin pozisyonu, üyesi, buldukları çalışma grupları, iş ile ilgili deneyimleri farklıdır. Ayrıca örgütün genelinde ve alt birimlerinde farklı iklimlerden söz edilebilir ve etik iklim de bu farklı iklim türlerine dahildir. Örgütün etik iklimini etik değerler belirler, örgüt üyelerinden beklenen davranışlara işaret eder. Dolayısıyla, örgüt üyelerinin etik değerlere ne kadar önem verdiği ile etik iklim arasında doğrusal bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Günümüzde çoğu işletme etik anlayışını bütün örgüt faaliyetleri ile bütünleştirme arayışı içindedir. Etik değerleri işletme faaliyetlerine dâhil etmenin bir yolu da etik iklim oluşturmaktır. Günümüzde işletmeler iş ahlakına, örgüt içi ve örgüt dışı kişi ve grupların istek ve gereksinimlerine uygun bir biçimde çalışmalıdır. Özellikle yerel koşullarda faaliyet gösteren işletmeler, içinde bulunup, faaliyetlerini sürdürdükleri toplumun yasa, yönetmelik ve diğer bir takım düzenlemeler ile örf ve adetlerine uygun faaliyet göstermelidirler. İşletmelerin adeta bir aynası ve kimliği niteliğinde olan ve taşıyıcı gücünü oluşturan çalışanlarının belirli bir sorumluluk ve ahlak çerçevesinde hareket etmelerini sağlamak amacıyla işletmenin olumlu bir etik iklimine sahip olması vazgeçilmezdir. Satış elemanları tarafından olumlu algılanan etik iklim firma değerinde ve firma imajında pozitif etkiler yaratacağı gibi; çalışanların iş tatminini artırıp örgüt bağlılığını yükseltmek için ayrılma isteğini en aza indirecektir. Kurum içerisinde üst düzey yöneticiler tarafından oluşturulacak etkin bir etik iklim, kurumun hem iç çevre faktörleri hem de dış çevre faktörleri üzerinde olumlu etkiler yaratarak toplum düzeyinde olumlu ekonomik ve sosyal gelişmeler gözle görülür bir şekilde hissedilecektir.

Etik değerler ve etik iklim çerçevesinde ele alındığında satış personelinin örgütteki yeri farklılık arz etmektedir. Her şeyden önce satış personeli zamanının büyük kısmını örgüt içinde değil örgüt dışında harcamaktadır. Dolayısıyla bu elemanların sadece fiziksel olarak değil, sosyal ve psikolojik açılarından da örgütten uzak oldukları söylenebilir. Örgütten uzak çalışmaları ve daha nadiren denetime tabi olduklarından dolayı, satış personelinin diğer elemanlardan daha zayıf etik değerlerle işini yaptığı ileri sürülebilir mi? Eğer etik değerler etik iklim ile yakından ilişkiliyse, müşteri ile güvenli ilişki geliştirmek işletme için önemli ise, etik iklimin satış elemanlarının etik davranışına etkisi daha da önemli olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, ilaç ve sigorta sektöründe çalışan satış personellerinin, olumlu veya olumsuz etik iklim algılamalarının iş tatmini ve örgütsel bağlılıklarını ne düzeyde etkilediği ve bu etkinin onların işten ayrılma isteklerinde nasıl bir sonuç gösterdiğini incelemektir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle etik iklim kavramı tanımlanmakta daha sonra etik iklimin iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkileri konusunda bilgiler verilmektedir. Daha sonra bu kavramlar arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan anket çalışması doğrultusunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

2. Etik İklim

Etik konusunda ortak bir tanım geliştirmek her zaman oldukça zor olmuştur. Bugün etiğe ilişkin literatürde çeşitli tanımların yapıldığı görülmektedir. Bir görüş etiği “Bir bireyin izlemesi gereken ahlaki standartlar ve kurallar” şeklinde tanımlarken diğer bir görüş ise “Bireylerin doğru olarak nasıl davranacağını açıklayan ve tanımlayan ilkeler ve standartlar sistemi olarak” olarak tanımlamıştır (Schlegelmilch, 1998: 6).

Etik; iyi ve kötünün, doğru ve yanlışın ne olduğunu araştırma, doğru ile yanlış ayrıt etme yeteneği ve doğru olanı yapma sorumluluğu, insanlar için neyin doğru neyin yanlış olduğunun ortaya konulması ile birlikte özel değerler, ahlaki görevler ve erdemler temelinde nasıl davranılması gerektiğini gösteren standartlardır (Luthans, 1995: 65; Beauchamp ve Bowie, 1983; Mintz, 1992: 4-5; Şenver, 2002: 12).

İş ve işletme etiği, etik düşünce ve ilkelerin işletmecilik faaliyetlerine uygulanmasıyla ortaya çıkan bir kavramdır. Örneğin; insanın sözünde durmaması etik dışı bir davranış olarak görülüyorsa, iş ilişkilerinde çalışanlara, müşterilere, hissedarlara ve rakiplere karşı sözünde durmamak etik dışı bir davranıştır. Ya da genel anlamda, başkalarına zarar vermemek etik bir davranışsa, hatalı ürünleri piyasadan geri toplayan bir işletme de etik davranış içindedir. Etik davranış sınırları içinde kalmak için işletmeler de iyi ve kötünün, doğru ve yanlışın kaynağı olarak genel etik ve düşünce ilkelerine bakmalıdırlar (Ay, 2003: 82).

İş yaşamında neyin iyi neyin kötü, neyin doğru neyin yanlış olduğuna ilişkin inançlar bazı işletmelerde ciddi bir sorun haline gelmiştir. Mesleki etik ilkeleri ahlaki bir boyut içeren ve örgütün içinden ve dışından kaynaklanan sorunların çözümünde, işletme ve işgörenlerin gereksinim duydukları bir çerçeve çizer. Bu çerçeve, işgörenleri etik ilkeler uygun davranmaya güdüleyici bir etkiye sahiptir ve aynı zamanda örgüt kültürünü de önemli ölçüde etkileyerek, örgüt içinde bireylerin gerçekleştirmesi istenen davranışları tanımlar (Mc Kenna, 1994: 253-254).

İşletmeler, iş insanları ve yöneticiler, doğru ve yanlış kendilerine göre belirleyemezler. İş insanı, yönetici ve çalışan zaman zaman etik ilkeleri önemsemeyen davranma gereğine inanabilir. Ancak toplum böyle bir seçeneği hoş görmeyecektir. Kısacası iş dünyasının etik davranışlar açısından ayrıcalığı yoktur ve genel etik ilke ve standartları onun içinde geçerlidir (Ay, 2003: 82).

3. İş Tatmini

İş tatmini, işgörenin halen sahip olduğu iş rolüne dönük duygusal yönelimi veya onun, işine karşı gösterdiği duygusal bir tepki olarak tanımlanmaktadır (Balcı, 1985: 3). Bir başka tanıma göre iş tatmini, işgörenin işini veya iş yaşamını değerlendirmesi sonucu ulaştığı haz duygusudur (Glisson ve Durick, 1988: 64). İşgörenin ulaştığı haz duygusu ne oranda yüksek ise işinden sağladığı tatmin de o derece yüksek olur. Diğer yandan tatminsizlik, çalışanın, örgütün ödül politikası veya örgütsel gelişme düzeyinden hoşnut olmadığının işaretidir. İşgörenin yoksun bırakılma

duyguları veya yetersiz ödül ve özendirme politikasının tatminsizlik yaratacağı ve iş örgütünü değiştirme eğilimlerini güçlendireceğine dikkat çekilmektedir (Hrebiniak ve Alutto, 1972: 560). İş tatmini, işten elde edilen maddi çıkarlar ile çalışanın beraberce çalışmaktan zevk aldığı iş arkadaşları ve eser meydana getirmenin sağladığı bir mutlulukla gelir. Çalışan emeği sonucunda ortaya koyduğu eseri somut olarak görebiliyorsa, bundan duyacağı gurur onun için büyük bir tatmin kaynağı olacaktır. Personelde iş tatmininin olabilmesi için, yüksek moral ve motivasyon olmalı, kişiler sevdiği işi yapabilmeli, sorumluluğunu ve yetkisini alabilmelidirler. Onların yaratıcılıklarına saygı duyulmalı, değişik bilgi ve becerilerini kullanarak yeni şeyler tasarlamalarına izin verilmelidir. Bunların temelinde işgören ile örgüt arasındaki güven ilişkisi vardır (Tutum, 1979).

4. Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık bireyin örgütün hedeflerine ve değerlerine inancı; örgütün amaçlarını başarabilmesi için çaba sarf etmeye olan istekliliği; örgüt üyesi olarak kalmaya karşı duyduğu arzu, olarak tanımlanmaktadır (Hunter ve Morgan, 1994). Örgütsel bağlılık literatürü, bağlılık kavramının farklı biçimlerde kullanıldığını, bu konuda farklı tanımların ortaya çıktığını göstermektedir. Buna göre örgütsel bağlılık: İşgörenin örgütte kalma ve onun için çaba gösterme arzusu ile örgütün amaç ve değerlerini benimsemesidir (Morrow, 1983: 491; Randall ve Cote, 1991: 198). Diğer bir tanıma göre çalışanın örgütte kalma isteği duyarak, örgütün amaç ve değerleriyle, birincil hedef olarak maddi kaygılar gütmeksizin özdeşleşmesidir (Gaertner ve Nollen, 1989: 975). Başka bir tanıma göre ise çalışanın örgütün amaç ve değerlerine taraflı, duygusal bağlılığı, amaç ve değerler kapsamında bireyin rolünü örgütün iyiliği için yapmasıdır (DeCotiis ve Summers, 1987: 446). Yine başka bir tanıma göre de bir örgütün çoklu öğelerinin (üst yönetimi, müşterileri, sendikaları, ve genel anlamda toplumu içine alabilir) örgütün amaçlarıyla özdeşleşme süreci olarak tanımlanmıştır (Reichers, 1985: 465). Örgütsel bağlılık literatürü, araştırmacıların büyük ölçüde bireylerin bağlılık niteliği, kişinin örgütsel amaç ve çıkarları koruma isteği, örgüte dönük belli davranışsal gerekleri yerine getirme ve örgütle paylaşılan birlikteliğin daha çok moral psikolojik gücü üzerinde odaklandıklarını göstermektedir.

5. İşten Ayrılma Niyeti

Çalışanların işgücü devri hem endüstriyel hem de örgütsel psikolojide oldukça dikkat çeken bir konudur. İnsanların neden işlerinden ayrıldığını anlamaya çalışan araştırmaların bulguları oldukça ilginç sonuçlar ortaya koymaktadır (Ceylan ve Demircan, 2004: 4). Hardy'e (1987) göre çalışanlar, örgütün ve kendilerinin gelecekteki muhtemel başarılarına bakarlar; çalışanlar kendileri ve şirketleri için muhtemel başarıları yeterli görürler ise, işten ayrılma niyeti taşımazlar. Eğer başarı yeterli görülmez ise çalışanların verimlilikleri düşebilmekte, örgüte bağlılıkları azalabilmekte ve çalışanlar bu durumda örgüt dışında iş fırsatları araştırabilmektedirler. İşletmelerde çalışanların işten ayrılmak istemelerinin farklı nedenleri vardır. Kinnie ve diğerleri (1998) çalışanların işten ayrılma sebebini işten çıkarılma korkusuna ve stresine

bağlamaktadırlar. Çalışanlar işten çıkarılma korkusuyla ve stresten dolayı işe gelmek istememekte, kaliteyi düşürmekte, bazıları elinden geldiğince az çalışmakta ve dışarıda iş aramaktadırlar. Buna karşılık Armstrong-Stassen'e (1998) göre çalışanların beklentilerinin gerçekleşmemesi sonucunda iş tatminlerinin ve performanslarının düştüğü ve çalışanların işten ayrılma niyeti taşıdıkları belirtilmektedir.

6.Örgütsel Etik İklim ve Satış Gücü

Satış yöneticileri etiksel çatışmayı hafifletecek iş çevresini oluşturmakla yükümlüdürler. Etiksel çatışmalar tansiyon seviyesini arttırmakta, düş kırıklığı ve endişe yaratmaktadır. Bu istenmeyen sonuçlar azalan iş tatmini, düşük verimlilik, düşük iş performansı ve artan devir hızıyla sonuçlanmaktadır.

Satış yöneticilerinin karşılaştığı etik konular iki grupta incelenir: *müşterilerle ilgili etik* ve *personelle ilgili etik*. Müşterilerle ilgili etik konuları; rüşveti hediyeler, eğlenceler, zorlayıcı satış taktikleri ve çıkar çatışmasını içermektedir. Personelle ilgili etik konuları ise; arkadaş ilişkileri, işletmenin aktif varlıklarını kullanma, harcamalar, satış yarışmaları ve asıl işinde başka bir işte çalışmayı içermektedir (Ural, 20003: 187).

Pazarlama ve örgüt kuramı üzerine yapılan çalışmalar, satış yönetimi yapısının gücünün davranışlarının etik boyutuna etki ettiğini göstermektedir. Bu durumda satış gücünün davranışlarının etik açıdan doğru yöne yönlendirilmesi sürecinde en büyük görevin satış yönetimine düştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Satış yöneticileri, çalışanların işe alımından ücretlendirilmesine kadar olan tüm işlevlerinde oluşturacakları yapılarla örgütün ve toplumun faydası için etik ilkelere sahip bir satış gücü yaratmaya çalışmalıdırlar (Sığındı, 2002: 35-36).

Satış gücünün etik davranmasının sağlanması için öncelikle işletmenin etik ikliminin oluşturulması gerekmektedir. Bir işletmenin etik iklimi, o işletmedeki ahlak standartlarını ve beklenen davranışları ifade etmektedir. İşletme, etik davranışı tanımlayacak olan bir etik iklimine sahip değilse, çalışanlar kendi değerleriyle örgüt değerlerinin karşılaştırmasını yapamayacak ve belirsizlik doğacaktır. Etik iklimin oluşturulması için satış yönetimi öncelikle üst yönetimin tam desteğini sağlamalıdır. Daha sonra yapılması gerekenler ise *etik kurallar oluşturmak ve etkili bir denetim ve ödül-ceza sistemi kullanmaktır* (Schwepker ve diğ., 1997: 99-108).

7. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın kapsamının ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi aşamasında Adana İli'nde ilaç ve sigorta sektörlerinde faaliyet gösteren firmalarda çalışan satış personellerine ait istatistikî veriler, analiz ve değerlendirmeleri içeren raporlar ile birlikte daha önce yapılan araştırmalar da incelenmiştir. Bunun yanında farklı sektörlerde faaliyet gösteren satış çalışanları ve yöneticilerinin de görüşleri alınmıştır. Bu süreç sonunda araştırma örnekleminin ana kitleyi kapsayacak şekilde sektörde faaliyet gösteren Adana İli'nde yer alan ilaç ve sigorta şirketlerinin çalışanlarında

oluşmasının uygun olacağına karar verilmiştir. Bu firmaların seçiminde kurumsal ve etkin bir satış ekibine sahip olmaları kriter alınarak, Adana Ticaret Odası'ndan firma listeleri temin edilip, firmaların bölge müdürlüklerine ulaşılmasına çalışılmıştır. Araştırma verileri, Adana ilinde, ilaç ve sigorta sektöründe faaliyet gösteren toplamda 30 firmadan elde edilmiştir. Bu firmalardan 16'sı (%59,1) ilaç sektöründe, 14'ü (%40,9) sigorta sektöründe faaliyet göstermektedir. Araştırmanın amacı, bu iki sektörde çalışan satış elemanlarının iş tatmini, örgütsel bağlılıkları ve işten ayrılma niyetlerinin etik iklim ile ilişkilerini incelemektir. Bu amaçla araştırma kapsamına dâhil 30 firmada çalışan 186 katılımcıdan elde edilen veriler araştırmanın hipotezlerini test edebilmek için yeterlidir.

8.Verilerin Toplanması, Analizi ve Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Bu çalışmada hipotezleri test edebilecek birincil verileri toplayabilmek amacıyla bir bölümden oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket soruları, firmaların sahip oldukları etik iklimine ve satış elemanlarının etik iklim algılamalarına; satış elemanlarının iş tatminlerini direkt ve dolaylı olarak etkileyen faktörlere; örgütsel bağlılıklarına ve işten ayrılma niyetlerine ilişkin yargı (5'li Likert Ölçeği) ifadelerinden oluşmaktadır. Sorular, satış elemanlarının çalıştıkları kuruma yönelik etik iklim algılamaları ile iş tatminleri, örgütsel bağlılıkları ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamaktadır. Anketler araştırma kapsamındaki her firmada sadece satış elemanlarına uygulanmıştır. Anketlerdeki veriler SPSS 15 programına aktarılarak, kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi ve verilerin yorumlanmasına ilişkin tanımlayıcı istatistiksel analizler ile hipotezlerin sınanmasına, analiz ve yorumların yapılmasına esas oluşturan Pearson Korelasyon, Doğrusal Regresyon ve Anova Analizleri kullanılmıştır.

8.1. Güvenilirlik ve Korelasyon Analizi

Bu çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Alfa (Cronbach) modelinin değeri kullanılarak değerlendirilecektir. Alfa modeli, ölçek maddeleri arasındaki korelasyonun ortalamasına dayanan bir iç tutarlılık modelidir. Etik iklim ölçeğine yönelik yapılan güvenilirlik analizinde alfa değeri 0,8855, iş tatmini ölçeğinin doğrudan etkileyen faktörler için alfa değeri 0,7398, dolaylı etkileyen faktörler için alfa değeri 0,7894, örgütsel bağlılık ölçeğinin alfa değeri 0,8637, işten ayrılma niyeti ölçeğinin alfa değeri 0,7735 olarak bulunmuş, değerlerin ölçek güvenilirliğinin kabul edildiği 0,60'tan büyük olması nedeniyle tüm maddeler çalışmada kullanılmıştır.

Etik iklim ile iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiye yönelik Pearson Korelasyon Analizi tablo 1'de gösterilmektedir. Tablo 1 incelendiğinde etik iklim düzeyinin 3,8674 değeriyle ortalamanın üstünde çıktığı görülmektedir. İş tatmini ortalaması 3,6804 olarak yani ortanın üzerinde, örgütsel bağlılık ortalamasının ise 3,7876 olarak ortanın üzerinde olduğu ve işten ayrılma niyetinin 2,3441 değeri ile ortalamanın altında olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre ilaç ve sigorta firmalarında etik iklimin mevcut olduğu, bu olumlu ortamın satış

personellerinin iş tatmin düzeylerini yükselttiği, örgütsel bağlılıklarını arttırdığı ve bunlara bağlı olarak işten ayrılma niyetlerinin azaldığı tespit edilmiştir.

Etik iklimin iş tatmini ile korelasyon derecesi ($,761^{**}$), örgütsel bağlılık ile korelasyon derecesi ($,762^{**}$) olarak belirlenmiştir. Bu sonuca göre, “**H₁**: Sigorta ve İlaç Sektöründe Çalışan Satış Elemanlarının Etik İklim Algılamaları ile İş Tatminleri ve Örgütsel Bağlılıkları Arasında Pozitif Bir İlişki Vardır” hipotezi tamamen desteklenmektedir. Etik iklim algılaması ile işten ayrılma niyeti arasında ($-,492^{**}$), iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında ($-,543^{**}$), örgütsel bağlılığı ile işten ayrılma niyeti arasında ($-,621^{**}$) olarak belirlenmiştir. Bu sonuca göre “**H₂**: Sigorta ve İlaç Sektöründe Çalışan Satış Elemanlarının Etik İklim Algılamaları, İş Tatminleri, Örgütsel Bağlılıkları ile İşten Ayrılma Niyetleri Arasında Negatif Bir İlişki Vardır” hipotezinin tamamen desteklendiği görülmektedir.

Tablo 1: Etik İklim ile İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkiye Yönelik Pearson Korelasyon Analizi

	Ortalama	Standart Sapma	1	2	3	4	5	6
(1) Etik iklim	3,8674	,6933	1,000	,802**	,618**	,762**	-,492**	,761**
(2) İş tatminini direkt etkileyen faktörler	3,6667	,5561	,802**	1,000	,664**	,840**	-,599**	,880**
(3) İş tatminini dolaylı etkileyen faktörler	3,6941	,7677	,618**	,664**	1,000	,597**	-,423**	,939**
(4) Örgütsel bağlılık	3,7876	,6588	,762**	,840**	,597**	1,000	-,621**	,765**
(5) İşten ayrılma niyeti	2,3441	1,0660	-,492**	-,599**	-,423**	-,621**	1,000	-,543**
(6) İş tatmini	3,6804	,6053	,761**	,880**	,939**	,765**	-,543**	1,000
N			186	186	186	186	186	186

**Korelasyon 0.01 seviyesinde anlamlıdır

8.2. Etik İklim, İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Değişkenleri Arasındaki İlişkiye Yönelik ANOVA Analizi

Tablo 2’de belirtildiği gibi; etik iklim algılaması ile örgütsel bağlılık arasındaki F derecesi (10,057), Sig. (.000); etik iklim ile işten ayrılma niyeti arasındaki F derecesi (6,750), Sig. (.000); etik iklim ile iş tatmini arasındaki F derecesi (8,371), Sig. (.000)’ dır. Bu sonuçlar çalışmanın temel değişkenleri arasındaki ilişkinin **0,05 ve ***0,01 düzeylerinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: Etik İklim, İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Değişkenleri Arasındaki İlişkiye Yönelik ANOVA Analizi

	Karelerin Toplamı	Serbest. Derecesi	Ortalama Kare	F	Sig.
Etik * örgütsel bağlılık	57,937	29	1,998	10,057	,000
Etik * işten ayrılma niyeti	40,018	20	2,001	6,750	,000
Etik * iş tatminini direkt etkileyen faktörler	60,683	25	2,427	13,751	,000
Etik * iş tatminini dolaylı etkileyen faktörler	52,585	27	1,948	8,467	,000
Etik * iş tatmini	68,946	54	1,277	8,371	,000

Not: Farklılıklar **0,05 ve ***0,01 düzeylerinde anlamlıdır

8.3. İlaç ve Sigorta İşten Ayrılma Niyeti İle Etik İklim, İş Tatminini Direkt/Dolaylı Etkileyen Faktörler ve Örgütsel Bağlılığa Yönelik Regresyon Analizi

Bu ilişkinin test edilmesinde H_3 hipotezi temel alınacaktır.

H3: Sigorta ve İlaç Sektöründe Çalışan Satış Elemanlarının İşten Ayrılma Niyetlerinde Etik İklim Algılaması Faktörü Doğrudan Etkilidir.

H3 hipotezinin test edilmesinde ilaç ve sigorta sektörüne ayrı ayrı regresyon analizi yapılacaktır. Tablo 3’de ilaç sektörü, tablo 4’te sigorta sektörü için yapılan regresyon analizleri görülmektedir.

Tablo 3: İlaç Sektöründe İşten Ayrılma Niyeti İle Etik İklim, İş Tatminini Direkt/Dolaylı Etkileyen Faktörler ve Örgütsel Bağlılığa Yönelik Regresyon Analizi

	Standart Hata	t	Sig.
Etik iklim	,009	-2,702	,008
İş tatminini direkt etkileyen faktörler	,009	-,917	,361
İş tatminini dolaylı etkileyen faktörler	,009	-,380	,705
Örgütsel bağlılık	,098	1,149	,253
İş tatmini	,012	-,374	,709

Bağımlı Değişken: **İŞTEN AYRILMA NİYETİ**

Tablo 3’de uygulanan regresyon analizinde işten ayrılma niyeti bağımlı değişken, etik iklim, iş tatminini direkt/dolaylı etkileyen faktörler ve örgütsel bağlılık bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Analiz sonucuna göre etik iklim algılamasının t (-2,702) ve Sig. (.008), satış personelinin işten ayrılma niyetinde en belirleyici faktör olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Sigorta sektöründe İşten Ayrılma Niyeti İle Etik İklim, İş Tatminini Direkt/Dolaylı Etkileyen Faktörler ve Örgütsel Bağlılığa Yönelik Regresyon Analizi

	Standart Hata	t	Sig.
Etik İklim	011	-1,043	,301
İş tatminini direkt etkileyen faktörler	,014	-2,512	,014
İş tatminini dolaylı etkileyen faktörler	,012	-,459	,648
Örgütsel bağlılık	,120	-1,881	,064
İş tatmini	,012	-1,503	,137

Bağımlı Değişken: **İŞTEN AYRILMA NİYETİ**

Tablo 4’de uygulanan regresyon analizinde işten ayrılma niyeti bağımlı değişken, iş tatminini direkt etkileyen faktörler ve örgütsel bağlılık bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Analiz sonucunda sigorta sektöründe çalışan satış elemanlarının işten ayrılma niyetlerinde iş tatminini direkt etkileyen faktörler t (-2,512), Sig. (.014) ve örgütsel bağlılık faktörleri t (-1,881), Sig (.064) doğrudan etkili olduğu belirlenmiştir.

Dolayısıyla **H₃** kısmen ilaç sektörü için desteklenirken, sigorta sektörü için desteklenmemektedir. Buradan etik iklim ortamının farklı sektörlerde çalışanlarca farklı algılandığı, işten ayrılma niyetinin ilaç sektörüne göre sigorta sektöründe daha çok iş tatmini ve örgütsel bağlılık faktörlerinden etkilendiği kısaca her sektörün etik kodlarının o sektörde çalışanlarca farklı algılandığı ve etkilerinin farklı sonuçlar doğurduğu söylenebilir.

8.4. İlaç ve Sigorta Sektörlerinde İşten Ayrılma Niyeti, Etik İklim, İş Tatminini Direkt/Dolaylı Etkileyen Faktörler ve Örgütsel Bağlılığa Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 5’de ilaç ve sigorta sektörlerinde, işten ayrılma niyeti, etik iklim, iş tatminini direkt/dolaylı etkileyen faktörler ve örgütsel bağlılığa yönelik tanımlayıcı istatistikler (ortalama, standart hata, minimum ve maksimum değerler) gösterilmektedir.

H4: *İlaç Sektöründe Çalışan Satış Elemanlarının İşten Ayrılma Niyetleri Sigorta Sektöründe Çalışanlarınkinden Daha Düşüktür.*

Tablo 5: İlaç ve Sigorta Sektörlerinde, İşten Ayrılma Niyeti, Etik İklim, İş Tatminini Direkt/Dolaylı Etkileyen Faktörler ve Örgütsel Bağlılığa Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

		N	Ort.	Std. Hata	95% Ort. İçin Güven Aralığı	Upper Bound	Min.	Max.
					Lower Bound			
Etik iklim	İlaç sektörü	110	3,8495	,7267	3,7122	3,9868	2,33	5,00
	Sigorta sektörü	76	3,8933	,6457	3,7457	4,0408	2,44	5,00
İş tatmini	İlaç sektörü	110	3,6419	,5232	3,5430	3,7408	2,22	4,67
	Sigorta sektörü	76	3,7361	,7075	3,5744	3,8978	2,17	7,44
İşten ayrılma niyeti	İlaç sektörü	110	2,3982	1,0743	2,1952	2,6012	1,00	6,60
	Sigorta sektörü	76	2,2658	1,0560	2,0245	2,5071	1,00	4,60
Örgütsel bağlılık	İlaç sektörü	110	3,7282	,6617	3,6031	3,8532	2,10	5,00
	Sigorta sektörü	76	3,8737	,6494	3,7253	4,0221	2,20	4,80

Tablo 5’de, çalışanların etik iklim algılama ortalamasının ilaç sektöründe 3,8495, sigorta sektöründe 3,8933 olduğu görülmektedir. Bunun yanında, ilaç sektöründe işten ayrılma niyeti ortalamasının (2,3982), sigorta sektöründe ise (2,2658) olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre “**H4:** *İlaç Sektöründe Çalışan Satış Elemanlarının İşten Ayrılma Niyetleri Sigorta Sektöründe Çalışanlarınkinden Daha Düşüktür*” hipotezi reddedilmektedir.

8.5.Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Etik İklim İlişkisine Yönelik Regresyon Analizi

Örgütsel bağlılık, iş tatmini ve etik iklim ilişkisine yönelik regresyon analizi Tablo 6'da görülmektedir. Buna göre H_5 test edilmektedir.

H5: Sigorta ve İlaç Sektöründe Algılanan Etik İklim, Çalışanların İş Tatminini ve Örgütsel Bağlılıklarını Doğrudan, İşten Ayrılma Niyetlerini ise Bu Faktörler Aracılığıyla Dolaylı Yönden Etkilemektedir.

Tablo 6 (a)'da örgütsel bağlılık, iş tatminini direkt ve dolaylı etkileyen faktörler bağımlı değişken etik iklim ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Tablo 6 (a)'da örgütsel bağlılık ve etik iklime yönelik regresyon sonucuna göre t (15,983), Sig (.000)'dır.

Tablo 6: Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Etik İklim İlişkisine Yönelik Regresyon Analizi (Coefficients Tabloları)

a	Std. Hata	t	Sig.
Etik iklim	,045	15,983	,000
Bağımlı Değişken: ÖRGÜTSEL BAĞLILIK			
b	Std. Hata	t	Sig.
Etik iklim	,035	18,229	,000
Bağımlı Değişken: İŞ TATMİNİNİ DİREKT ETKİLEYEN FAKTÖRLER			
C	Std. Hata	t	Sig.
Etik iklim	,064	1	,000
Bağımlı Değişken: İŞ TATMİNİNİ DOLAYLI ETKİLEYEN FAKTÖRLER			

Tablo 6 (b)'de iş tatminini direkt etkileyen faktörler bağımlı değişken, etik iklim ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Burada regresyon sonucuna göre t (18,229), Sig. (.000)'dır. Tablo 6 (c)'de ise iş tatminini dolaylı etkileyen faktörler bağımlı değişken etik iklim ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Yapılan regresyon sonucuna t (10,675), Sig. (.000)'dır.

Regresyon analizi sonucunda sigorta ve ilaç sektöründe algılanan etik iklim, çalışanların iş tatminini ve örgütsel bağlılıklarını doğrudan, işten ayrılma niyetlerini ise bu

faktörler aracılığıyla dolaylı yönden etkilediği görülmektedir. Bu sonuca göre “**H₅**: *Sigorta ve İlaç Sektöründe Algılanan Etik İklim, Çalışanların İş Tatminini ve Örgütsel Bağlılıklarını Doğrudan, İşten Ayrılma Niyetlerini ise Bu Faktörler Aracılığıyla Dolaylı Yönden Etkilemektedir*” hipotezi tamamen desteklenmektedir. Bu sonuçlar literatürü desteklemektedir.

9.SONUÇ

Örgütsel etik iklim alanındaki çalışmalar firmalarda kurum içi belirlenmiş yazılı ve yazılı olmayan kurallar, takip edilen politikalar ve normlarla oluşturulan etik kodların işletilmesiyle yaratılan etik iklim ortamının, kurum içerisindeki etik olmayan davranışları önleme, yönlendirme ve düzeltme gibi bir işlevi yerine getirdiğini savunmaktadır. Bu çalışma, literatürde bahsedilen şekilde oluşturulmuş bir etik ortamın satış gücünün iş tatminini arttıracak, örgüte olan bağlılıklarını güçlendireceği ve işten ayrılma isteğini azaltacağı gibi olumlu etkilerinin olabileceğini göstermektedir. Araştırma bulguları, örgütte yaratılan etik iklimin, fiziksel, psikolojik ve sosyal olarak organizasyondan ayrılmış kabul edilen satış gücünü bir arada tutan önemli bir oluşum olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, satış performansının kritik olduğu sektörlerde faaliyet gösteren firmaların, etik iklim oluşturmaya yönelik profesyonel adımlar atması gerekmektedir.

Bu çalışmanın bulgularına göre satış elemanlarının etik iklim algılamalarının en önemli sonuçlarından birisi örgüte olan bağlılıkları diğeri ise iş tatminleridir. İş ortamının iş tatmini üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. İş tatmini kısmen işletme politikaları ve denetçiler tarafından şekillendirilmektedir. Bununla birlikte her iki faktörün de kurumun etik iklimini önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir.

Alanda yapılan çalışmalar işletme politikaları ve denetimin işle ilişkili etik durumlardaki belirsizlikleri ortadan kaldırmada etkili olduğunu göstermektedir. Örgütlerde oluşturulan etik iklimin belirsizlikleri ortadan kaldırmasından dolayı çalışanların iş tatminlerini artırdığı belirlenmiştir. Yine alanda farklı meslek grupları üzerinde yapılan çalışmalar, bireylerin iş tatmininin firmalarındaki örgüt iklimi algılamaları ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bunun yanında sınırlı deneysel kanıtlar da firmaların etik iklimi ile çalışanlarının iş tatmini arasındaki ilişkiyi desteklemektedir. Satış elemanlarının etik iklim algılamalarıyla ilişkili olduğu belirlenen önemli bir diğer değişken de çalışanların örgüte bağlılıklarıdır. Ancak örgüte bağlılığın bazı çalışanları kurumlarındaki etik problemlere karşı körleştirebileceği de literatürde belirtilmektedir. Bu durumlarda birey yoğun bağlılık sebebiyle problemler de dahi kurumun ortamını etik olarak algılayacaktır. Bunun sonucunda kurumlarına daha fazla bağlı olan çalışanların kurumlarındaki etik iklim düzeyini yüksek olarak algıladıkları görülmektedir. Dolayısıyla kurumun üst yönetimi tarafından oluşturulacak etik iklim ortamın genel kabul görmüş meslek ilkeleriyle ve bireyin hak ve özgürlükleriyle çelişmemesi gerekmektedir. Aksi takdirde birey ve kurum arasındaki uyum bozulur ve işten ayrılma niyeti artar.

KAYNAKLAR

- ARMSTRONG-STASSEN, M.**(1998), “Downsizing the Federal Government: A Longitudinal Study of Managers’ Reactions”, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol.15, No.4, pp.310-321.
- AY, Ünal** (2003), *İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk*, 1. Basım, Nobel Kitabevi, Adana.
- BEUCHAMP, T.L** ve N.E. Bowie (1983), *Ethical Theory and Business*, 2 nd ed., Prentice Hall Inc, Englewood Cliffs, N.J., der: Chryssides, G.D. ve J.H. (1999), *An Introduction to Business Ethics*, International Thomson Publishing inc, London, 118.
- CEYLAN, Adnan** ve Nigar DEMİRCAN (2004), “Çalışanların Örgüte Bağlılığı ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki ilişkilere yönelik Bir Araştırma”, <http://www.ceterisparibus.net/isletme/makaleler.htm>, (Erişim Tarihi: 08.07.2004).
- DECOTIIS, T. A.** ve T.P. Summers (1987), A path analysis of a model of the antecedents and consequences of organizational commitment. *Human Relations*, 40, 7: 445-470.
- GEARTNER, K. N.** ve S.D. Nollen (1989), Career experiences, perceptions of employment practices and psychological commitment to the organization. *Human relations* 42, 11: 975-991.
- GLISSON, C., M. Durick** (1988), Predictors of Job Satisfaction and organizational commitment in human service organizations. *Administrative science quarterly* 33: 61-81.
- GOODELL, R.** (1994), National business survey findings. *Ethics J.* (Fall/Winter);1,3,5.
- HARDY, C.** (1987), “Investing in Retrenchment: Avoiding the Hidden Costs”, *California Management Review*, Vol.29, no4, pp. 111-125.
- HREBINIAK, L.G;** J.A. Alutto (1972), Personel and role related factors in the development of organizational commitment, *Administrative science quarterly* 17, 4: 555-5573.
- HUNT, Shelby, D. Morgan** (1994), Organizational commitment: One way of Many Commitments or Key Mediating Construct. *Academy of Management Journal*, Vol 37, Is.6: 1568-1587.
- KINNIE, N.;** S. Hutchinson & J. Purcell (1998), “Downsizing: It is Always Lean and Mean?”, *Personal Review*, Vol.27, No.4, pp.296-311.
- KOHLBERG, L.** (1976), “Moral stages and moralization”, Aktaran: Longston J.M. ve K.Yuthas (1997), “Corporate social performance, stakeholder orientation, and organizational moral development”, *Journal of Business Ethics*, Kluwer Academic Publishers, 16, 1213-1226.
- LUTHANS, Fred** (1995), *Organizational Behaviour*, Seventh Edition, McGraw-Hill, Inc., Newyork.
- MC KENNA, Eugene** (1994), *Business Psychology and Organizational Behaviour*, East Sussex: Lawrance Earlbaum Associates Ltd.

- MINTZ**, Steven (1992), *Cases in Accounting Ethics and Professionalism*, Second Edition McGraw-Hill Inc., USA.
- MORROW**, P.C. (1983), Concept redundancy in organizational research: The case of work commitment. *Journal of occupational behaviour* 7: 139-145.
- RANDALL**, D.M. ve J.A. Cote (1991), *Interrelationships of work commitment constructs*. *Work and occupations* 18, 2: 194-211.
- REICHERS**, A. E. (1985), A review and reconceptualization of organizational commitment. *Academy of management review*, Vol 10 : 465-476
- SCHLEGELMILCH**, B. (1998), *Marketing Ethics*, International Thomson Business Press, UK 1.ed, 3-134.
- SCHWEPKER**, Jr. Charles H. (2001), "Ethical Climate's Relationship to Job Satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention In The Salesforce", *Journal of Business Research*, 54, Pp.39-52.
- ŞENVER**, Bülent (2002), "Şirketler Etik Kültürü Oluşturmak Zorunda" Dünya: Ekonomi-Politika, 19-20 Ocak.
- TUTUM**, Cahit (1979), *Personel Yönetimi*, Türkiye ve Ortadoğu Amme idaresi Enstitüsü Yayınları, No: 179, Ankara.