



T.C.

ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

**İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN
İLAÇ MÜMESSİLLERİNİN PAZARLAMA
PERFORMANSINA ETKİSİ**

Mustafa Burak PUTUR

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Doç. Dr. Dicle YURDAKUL

İstanbul, 2023

İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İLAÇ MÜMESSİLLERİNİN PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİSİ

Mustafa Burak PUTUR

İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ

2023

“Mustafa Burak PUTUR” tarafından hazırlanmış ve 07.08.223 tarihinde sunulmuş “İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İLAÇ MÜMESSİLLERİNİN PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİSİ” başlıklı tez İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak **oy birliği** ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Dicle YURDAKUL

Danışman

Tez Savunma Sınavı Jüri Üyeleri:

Doç. Dr. Dicle YURDAKUL

İşletme Bölümü,

Altınbaş Üniversitesi

Doç. Dr. Tutku EKER İŞCİOĞLU

Uluslararası Ticaret ve
İşletmecilik Bölümü,

Piri Reis Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tanyeri USLU

İşletme Bölümü,

Altınbaş Üniversitesi

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak bütün şartları sağladığımı beyan ederim.

Tezin Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne teslim tarihi: ____/____/____

Bu tezdeki tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik davranışlara uygun olarak edinildiğini ve sunulduğunu beyan ederim. Ayrıca, bu kuralların ve davranışların gerektirdiği şekilde, bu çalışmada, orijinal olmayan tüm materyalleri ve sonuçları tamamen alıntı yaptığımı ve referans gösterdiğimi de beyan ederim.

Mustafa Burak PUTUR

ÖZET

İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İLAÇ
MÜMESSİLLERİNİN PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİSİ

PUTUR, Mustafa Burak

Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı, Altınbaş Üniversitesi

Danışman: Doç. Dr. Dicle YURDAKUL

Tarih: Ağustos/2023

Sayfa: 92

Tüm dünyada ve ülkemizde ilaç sektörü kritik ve önemli bir faaliyeti sürdürmektedir. İlaç sektörünün pazarlama faaliyetleri tıbbi mümessillerce yürütülmektedir ve ilaç mümessillerinin performansları ilaç sektörünü yakından etkilemektedir. Bu nedenle ilaç mümessillerinin performanslarının yüksek olması beklenmektedir. Çalışan performansını etkileyen en önemli faktörlerden bir tanesi iş tatmini olduğundan bu araştırmada ilaç mümessillerinin iş tatminlerini etkileyen faktörlerin bu mümessillerin ilaç pazarlama performanslarına etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır ve araştırmanın verileri İstanbul ilinde görev yapan 385 ilaç mümessilinden anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırmanın verileri normallik ve güvenilirlik testleri yapıldıktan sonra t-testi, ANOVA testi, Pearson korelasyon testi ve çoklu regresyon kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörlerinden sadece ücret ve çalışma koşulları iş tatmini faktörlerinin ilaç mümessillerinin performansı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkisi olduğunu göstermiştir. İlaç mümessillerinin performanslarının göstergesi olarak ölçülen tamamlanan realizasyon oranlarının cinsiyete ve işteki pozisyonun yönetsel olma durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan, ilaç mümessillerinin performanslarının yaşa, medeni duruma, eğitim düzeyine, aylık gelire, mesleki tecrübeye ve şirket tecrübesine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İlaç Mümessilleri, Pazarlama Performansı, İş Tatmini, Ücret, Çalışma Koşulları.



ABSTRACT

**THE EFFECT OF FACTORS AFFECTING JOB SATISFACTION ON
THE MARKETING PERFORMANCE OF PHARMACEUTICAL
REPRESENTATIVES**

PUTUR, Mustafa Burak

MBA., Business Administration, Altınbaş University,

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Dicle YURDAKUL

Date: August/2023

Pages: 92

All over the world and in our country, the pharmaceutical industry maintains a critical and important activity. The marketing activities of the pharmaceutical industry are carried out by medical representatives and the performances of pharmaceutical representatives have a determining effect on the pharmaceutical industry. Therefore, the performance of pharmaceutical representatives is expected to be high. Since job satisfaction is one of the most important factors affecting employee performance, this study aimed to examine the effects of the factors affecting the job satisfaction of pharmaceutical representatives on the pharmaceutical marketing performance of these representatives. Quantitative research methods were used in the research and the data of the research were collected from 385 pharmaceutical representatives working in the province of Istanbul by questionnaire method. The data of the study were analyzed using Pearson correlation test, multiple regression, t-test and ANOVA test after testing normality and reliability. The findings of the study showed that only wages and working conditions, among the factors of wage, promotion, management, social benefits, rewards, colleagues and working conditions, have a significant and positive effect on the performance of pharmaceutical representatives. It has been determined that the completed realization rates, which are measured as an indicator of the performance of pharmaceutical representatives, do not differ significantly according to

gender and managerial status at work. On the other hand, it was determined that the performances of pharmaceutical representatives differed significantly according to age, marital status, education level, monthly income, professional experience and company experience.

Keywords: Pharmaceutical Representatives, Job Performance, Job Satisfaction, Wages, Working Conditions.



İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
TABLO LİSTESİ.....	xi
ŞEKİL LİSTESİ	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. İŞ TATMİNİ KAVRAMI VE ÖNEMİ.....	1
2.1 İŞ TATMİNİ ALT FAKTÖRLERİ.....	3
2.2 İŞ TATMİNİ GELİŞİMİ	4
2.3 İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	6
2.3.1 Kişisel Faktörler	8
2.3.2 Örgütsel Faktörler.....	12
2.4 İŞ TATMİN VE TATMİNSİZLİĞİNİN SONUÇLARI	15
2.4.1 İş Tatmini Sonuçları	15
2.4.2 İş Tatminsizliği Sonuçları.....	17
3. İLAÇ MÜMESSİLİ TANIMI VE GELİŞİMİ.....	19
3.1 SATIŞ	19
3.1.1 Kişisel Satış	19
3.2 TIBBİ SATIŞ.....	21
3.3 MÜMESSİLLİK MESLEĞİ.....	21
3.4 TIBBİ SATIŞ MÜMESSİLLİĞİ	22
3.5 TIBBİ MÜMESSİLLERİN GÖREVLERİ VE SORUMLULUKLARI	23
3.5.1 Hekim Ziyareti.....	24
3.5.2 Eczane Ziyareti	25
3.5.3 Rakip Firmaların Takibi.....	25
3.5.4 Grup Aktivitesi	26
3.5.5 Mesleki Gelişim.....	26
3.6 İLAÇ MÜMESSİLLERİNİN PAZARLAMA PERFORMANSI	26
3.6.1 İlaç Mümessillerinin Performanslarını Etkileyen Faktörler	30
3.6.1.1 Satış özendirme	32

3.6.1.2 Maddi imkanlar	33
3.6.1.3 Manevi imkanlar	33
3.6.1.4 Ekip çalışması	33
3.6.1.5 Yönetici tutumları	34
3.6.1.6 Hekim ve eczacı tutumları	35
3.6.1.7 Hedef	35
4. YÖNTEM	37
4.1 ARAŞTIRMANIN DESENİ	37
4.2 ARAŞTIRMANIN MODELİ	37
4.3 ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	38
4.4 ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ	39
4.5 VERİ TOPLAMA ARAÇLARI	40
4.6 VERİ TOPLAMA SÜRECİ	41
4.7 VERİLERİN ANALİZİ	41
5. BULGULAR	42
5.1 KATILIMCILARA AİT DEMOGRAFİK BULGULAR	42
5.2 ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLERİN GÜVENİRLİK ANALİZİ	43
5.3 NORMALLİK ANALİZİ VE BETİMSSEL İSTATİSTİKLER	44
5.4 İLİŞKİ ANALİZLERİ	46
5.5 ETKİ ANALİZLERİ	47
5.6 FARK ANALİZLERİ	48
5.7 HİPOTEZ TESTİ SONUÇLARI	62
6. TARTIŞMA VE SONUÇ	64
REFERANSLAR	74
EK A	80

TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 5.1: Katılımcılara Ait Demografik Bulgular	42
Tablo 5.2: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi	44
Tablo 5.3: Normallik Analizi ve Betimsel İstatistikler.....	45
Tablo 5.4: Değişkenler Arasındaki İlişkiler	46
Tablo 5.5: İş Tatmini Faktörlerinin Tamamlanan Realizasyon Oranı Üzerine Etkileri.....	47
Tablo 5.6: Cinsiyete Göre Fark Analizi.....	49
Tablo 5.7: Yaşa Göre Fark Analizi.....	50
Tablo 5.8: Medeni Duruma Göre Fark Analizi	51
Tablo 5.9: Eğitim Düzeyine Göre Fark Analizi	53
Tablo 5.10: Gelir Düzeyine Göre Fark Analizi	55
Tablo 5.11: İşteki Pozisyona Göre Fark Analizi	57
Tablo 5.12: Sektörel Tecrübeye Göre Fark Analizi	58
Tablo 5.13: İşletme Tecrübesi Göre Fark Analizi	60
Tablo 5.14: Hipotez Testi Sonuçları.....	63

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 4.2: Araştırma Modeli	37



1. GİRİŞ

İşletmelerin hedeflerine ulaşmalarında etkili rol oynayan kriterlerden birisi şüphesiz ki iş tatminidir. İş tatmininin yükseltilmesi için iş tatminini etkileyen faktörlerin neler olduğunun bilinmesi oldukça ön emlidir. İş görenin, işe karşı olumlu duyguların pekiştirilmesinde çok sayıda faktörün etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Çalışanların demografik bilgileri, kişilik özellikleri, kişisel yetenek ve eğitimleri, kültürel çevresi gibi faktörler iş tatmini üzerinde büyük rol üstlenmektedir (Akıncı, 2002).

Rekabetin oldukça yoğun bir şekilde yaşandığı işletmeler arasında yer alan ilaç satış firmaları, rekabet ortamı içerisinde yer elde etme, avantaj yakalama, karlılık elde etme, pazar lideri konumuna gelme gibi hedeflerin gerçekleşmesinde verimli çalışma büyük önem taşımaktadır. İş tatmini ve verimliliğin doğru orantılı seyrettiğini söylemek mümkündür. Çalışanların iş tatmini, verimlilik ve karlılık üçgeninde direkt olarak ilişkili olması nedeniyle ilaç firmalarının da iş görenlere gerekli hassasiyeti göstermesi oldukça önemlidir (Soyer & Can, 2007).

Gerek ülkemizde gerekse dünyada ilaç sektörü büyük önem teşkil etmektedir. Dünya ekonomisinde önemli bir pazar payına sahip olan ilaç endüstrisi oldukça dinamik bir yapıyı temsil etmektedir. Bu sektörün bel kemiği niteliği taşıyan tıbbi mümessillerin ilaç pazarlamasında üstlendiği rol çok önemlidir. Bu nedenle iş tatmin seviyesinin yüksek olması gerekmektedir (Eroğlu, 2011). Özellikle pazarlama alanında görevli olan mümessillerin iş tatminini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, bu faktörlerin iş tatminini hangi doğrultuda etkilediğinin tespit edilmesi ve ilgili faktörlerin pazarlama performansına ne şekilde etki ettiğini ortaya koymak araştırmanın problemini oluştururken araştırma sonuçları kapsamında yorumların ortaya konması amaçlanmıştır.

Tıbbi mümessillerin iş tatminini etkileyen faktörlerin pazarlama performansına etkisini ortaya koymak çalışmanın amacını oluştururken elde edilen sonuçlar ile ilaç sektörü içerisinde faaliyet sürdüren firmaların performanslarının güçlendirilmesinde çalışmanın önemli bir katkısının olacağı düşünülmektedir.

2. İŞ TATMİNİ KAVRAMI VE ÖNEMİ

"Çalışan bireylerin günlük yaşantılarında, büyük bir zaman dilimi iş yerinde geçmektedir. Bu nedenle iş tatmini, iş hayatıyla birlikte sosyal hayatı da önemli ölçüde etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır (Smither, 1998)."

İş tatminin olumlu yönde olması için iş gören tarafından sorunların tespit edilmesi, iş ile alakalı genel tutumun ve iletişimin güçlendirilmesi, eğitime yönelik gereksinimlerin saptanması, gerekli değişimlerin planlanması ve yönetilmesi gerek işletme gerekse istihdam sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. İş tatmininin yüksek olduğu kişilerde işe geç kalma durumlarının oldukça az olduğu, işten ayrılma isteklerinin düşük olduğu, sağlık problemlerinin de oldukça azaldığı dikkat çekmektedir. İş tatmininden yoksun kişilerde ise işlerde aksama, grev, eylem yanında verimsiz çalışma ve disiplinsiz davranışların olduğu gözlemlenmektedir (Erdoğan, 1996).

Kişilerin davranışlarının şekillenmesinde rol oynayan tutumlar ele alındığında çok fazla tutum ile karşı karşıya kalınırken örgütsel psikolojide üzerinde durulan en önemli tutum iş tatmini olarak dikkat çekmektedir. Kişilerin yaptıkları işe ilişkin inançları, bilgi birikimleri, duygu, davranış ve değerlendirmelerine yönelik tutumlarını kapsayan iş tatmini, işletme verimliliğini doğrudan etkilemektedir (Örücü, Kılıç, & Şimşir, 2016, s. 2).

Psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi insanları inceleyen bilim dalları iş tatmini konusunda literatüre büyük katkılar sağlamıştır. İş tatmini ile ilgili çeşitli tanımlamalardan bahsetmek mümkün olsa da Lawler tarafından iş tatmini, kişinin ne hak ettiği ve sonucun ne olduğu düşüncesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tanımlama kapsamında çalışanın hak ettiğini elde edemediği durumlarda iş tatminsizliğinin meydana geleceği savunulmaktadır (Lawler, 1973).

Oldukça dinamik bir tutum olarak ele alınan iş tatmin düzeyinin yükselmesi ve düşmesi değişkenlere bağlı olarak hızlı bir şekilde değişim gösterebilmektedir. Gerek endüstriyel gerek sosyal psikoloji gerekse örgütsel davranış literatürü içerisinde en çok araştırılan kavramlardan biri olan iş tatmini işletmelerin hedeflerine ulaşması hususunda örgütsel gelişimin ve personel verimliliğinin devamlılığının sağlanabilmesi açısından gereklidir. Bu bakımdan iş tatmini terimi araştırmacılar yanında işletmelerin de değerli bulduğu önemli

konular arasında yerini almıştır. İnsanların çalıştıkları işletmeye uygunluklarına yönelik yaptıkları değerlendirmeler tepkilerine dayanmaktadır. Bu tepkilerin pozitif veya negatif olması iş tatminin temelini oluşturan örgüt ve çalışanlar arasındaki mevcut ilişkinin gelişimini etkilemektedir. İnsanların işleriyle ilgili olumlu duygusal tepkileri, iş tatmini olarak tanımlanır. Bu, çalışanların işlerine karşı hissettikleri memnuniyet, mutluluk ve keyif gibi duygusal deneyimleri içerir. İş tatmini, çalışanların işe yönelik duygusal durumlarının bir ölçüsüdür ve iş yaşamlarındaki duygusal tepkilerini yansıtır. İş tatmininin yüksek olması kişilerin sevdiği işi yaptığının ve işine yönelik pozitif değerlere sahip olduğunun bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Özpehlivan, 2018, s. 45).

2.1 İŞ TATMİNİ ALT FAKTÖRLERİ

Tutumların birleşeni olarak kabul edilen iş tatmini, tutumlar arasındaki duygusal, bilişsel, ekonomik ve fiziksel alt faktörlerden meydana gelmektedir. Duygusal tatmin, çalışanın duygusal tepkilerini, bilişsel tatmin ise işle ilgili bilişsel değerlendirmelerini ifade eder. Ekonomik açıdan iş tatmini finansal unsurlarla ilgili tatmin düzeyini ifade ederken fiziksel iş tatmini ise çalışma ortamının fiziksel koşulları ve çalışanların fiziksel ihtiyaçlarının karşılanmasıyla ilgilidir. Çalışanların fiziksel ve zihinsel sağlıkları yanında kişisel fizyolojik ve psikolojik duygularının da belirtisi olarak kabul edilen iş tatmini, işten elde edilen sonuçlar ile ekip arkadaşlarıyla birlikte bir eser meydana koymanın hazzı olarak ifade edilmektedir (Şimşek, Akgemici, & Çelik, 2011).

Duygusal, bilişsel, ekonomik ve fiziksel alt faktörleri daha detaylı olarak açıklayacak olursak:

Duygusal Faktör: İş tatmininin duygusal yönü, çalışanın işle ilgili duygusal tepkilerini içerir. Bu tepkiler, çalışanın iş ortamında deneyimlediği duygusal durumları ve duygusal reaksiyonlarını kapsar. İyi bir iş tatmini, çalışanların işlerinden keyif almasını, mutlu olmasını ve duygusal olarak tatmin olmasını sağlar. Örneğin, işte başarı elde etmek, iş arkadaşlarıyla olumlu ilişkiler kurmak veya işten aldıkları takdir ve ödüller duygusal tatmini artırabilir. Aynı zamanda işle ilgili hayal kırıklığı, stres veya memnuniyetsizlik gibi olumsuz duyguları da kapsar.

Bilişsel Faktör: İş tatmininin bilişsel yönü, çalışanın işle ilgili bilişsel değerlendirmelerini ve algılamalarını içerir. Bu, çalışanın işini değerli, anlamlı ve tatmin edici bulduğu algısıyla ilgilidir. Bilişsel tatmin, işin gerekliliklerini karşılama, becerileri kullanma ve kişisel hedeflere ulaşma açısından tatmin duygusunu ifade eder. İyi bir iş tatmini, çalışanların kendilerini işlerine adanarak, motivasyonlu ve bağlı hissetmelerini sağlar.

Ekonomik Faktör: İş tatmininin ekonomik yönü, çalışanın işinden elde ettiği maddi kazançlarla ilgilidir. İyi bir iş tatmini, çalışanların maddi beklentilerini karşılama ve ekonomik açıdan tatmin olmasını sağlar. Bu, maaş, primler, yan haklar gibi ekonomik ödüllerin çalışanlar tarafından adil ve tatmin edici bulunmasını ifade eder.

Fiziksel Faktör: İş tatmininin fiziksel yönü, çalışanların iş ortamında fiziksel olarak sağlıklı ve güvende hissetmelerini içerir. İşin fiziksel koşulları, çalışanın işe olan fiziksel tatminini etkiler. Örneğin, iş ortamının güvenli olması, ergonomik çalışma koşullarının sağlanması ve işin fiziksel olarak yorucu olmaması çalışanların iş tatminini artırabilir.

Bu alt faktörler, iş tatminini farklı boyutlarda incelememize yardımcı olur ve çalışanların iş tatmini düzeylerini değerlendirmek için kullanılır.

İnsanların iş yaşamına girmeleri ardından yaşamlarında zamanlarının büyük bir bölümünün işte geçtiği aşıkardır. Bu kapsamda kişilerin yaptığı işler sonucunda beklentilerinin karşılanması kişileri çok daha mutlu ve ruhsal açıdan daha pozitif yapmaktadır. Bu nedenle iş tatmininin ekonomik yönü yanında psikolojik yönünün de oldukça önemli olduğunu söylemek mümkündür. Kişilerin iş tatmini iş hayatları kadar iş ortamı dışındaki hayatlarını da etkilemektedir (Bakan, Büyükmeşe, & Bedestenci, 2004, s. 77).

2.2 İŞ TATMİNİ GELİŞİMİ

Klasik yönetim anlayışında insan, mekanik bir unsur ile eş değer tutulmuştur. İşletmelerde kişiler, makine ve aletleri tamamlayan bir parça olarak kabul edilirken iş tatmini bilinen ve üzerinde durulan bir kavram değildir. Neoklasik yönetim anlayışının benimsenmeye başlamasıyla birlikte iş tatmini ilgi odağı haline gelmiştir. 1935 senesinde Hoppock tarafından yazılan “İş Tatmini” isimli kitapta ilgi çeken kavram, bu kitapta ortaya atılan “İş görenler mutlu mu?” gibi sorular ile küçük bir şehirde bulunan yetişkinler ile gerçekleştirilen

röportaj sonucunda ortaya çıkmıştır. Kitap içerisinde iş tatmini, kişilerin işinden mutlu olma durumu olarak ele alınmıştır (Ganguli, 1994).

Dönem içerisindeki en önemli isimlerinden biri olarak kabul edilen Henry Ford, 1914 senesinde montaj verimliliğinin artırılması hususunda çalışmalarını sürdürmüştür. Drucker tarafından Ford'un montaj hattını oluşturma aşamasında başlangıçta problemler yaşadığı belirtilmiştir. Henry Ford, iş görenin işini yerine getirirken acele etmemesi gerektiğini, ihtiyaç duyduğu zamana sahip olması ancak zaman israfı da yapmaması gerektiğini vurgulanmıştır (Drucker, 2000). Tecrübeli iş görenlerden faydalanabilmek için iş tatmini gereksinim duyulan bir faktördür. Gerçekleştirilen araştırmalarda sağlık çalışanlarının iş tatmin düzeyinin önem seviyesinin daha yüksek olduğu belirtilmiştir (Kavuncubaşı, 2000, s. 292).

Yönetim bilimlerinde meydana gelen gelişmeler, sürekli araştırma yapılan iş tatmini kavramına ilişkin ilk çalışmaların 1930'lu senelerin başında Mayo tarafından gerçekleştiği görülmektedir. Western Elektrik Firması tarafından Hawtorne fabrikasına yapılan çalışma ile başlayan çalışma, iş tatmini kavramının açıklanmasına yönelik gerçekleştirilen çalışmalara öncülük etmektedir. İş tatmini kavramına yönelik geliştirilen çalışmalarda kavramın içerik ve süreç teorileri olmak üzere iki temel gruba ayrıldığı göstermektedir. Gerçekleştirilen diğer çalışmalarda ise iş tatmini; içerik, süreç ve diğer teoriler olarak kategorize edilmiştir (Mattila, 2006); (Feldman & Arnold, 1985); (Locke, 1976).

Literatür içerisinde motivasyon olarak görülen ancak iş tatmini ile ilgili yapılan çalışmalarda iş tatminini açıkladığı düşünülen teoriler de genel olarak içerik ve süreç teorileri olmak üzere iki grup altında toplanmıştır (Worrell, 2004); (Koch & Steers, 1978). Örgüt içinde birey, genel olarak çevresini saran iş ve örgüt ile ilgili faktörlerin arasında onu davranışsal olarak belirli bir durum ve harekete sürükleyen bir ortam içerisinde. Bireyin bulunduğu bu çevresel yapı, onun davranışlarının oluşumuna, kişi ve olaylara verdiği tepkinin ve içsel bakış açısının oluşmasını sağlayan önemli unsurlardandır. Bu çevresel faktörlerin dışında, bireyin kişisel yaşamı ile ilgili sebep-sonuç ilişkilerine dayanan iç davranışsal özellikleri ise içerik teorileri ile ilgilidir. İçerik teorileri bu içsel faktörlere ağırlık verir ve bireyin kendi yaşamı ve koşulları içerisinde davranışsal durumunun ortaya çıkma süreci ile ilgilenmektedir. İçerik teorileri, kişinin içinde bulunan ve kişiyi belirli yönlerde davranışa

sevk eden faktörleri belirlemeye yöneliktir. Bu konudaki varsayıma göre; eğer yönetici personeli belirli yönlerde davranmaya zorlayan bu faktörleri anlayabilmekte ve kavrayabilirse, bu faktörleri kullanarak personelini daha iyi yönetebilmektedir (Koçel, 2007).

İçerik teorileri, birey iş tatmini oluşumunun kişisel açıdan hangi faktörlerin etkisiyle ortaya çıktığı ve ne tür bireysel etkenlerin birey iş tatminini etkilediği konularına değinmektedir. İçerik teorileri bireyin tatmin olması için temel gereksinimlerin neler olduğu, hangi tür dürtülerin bu noktada en güçlü olduğu sorularına yanıt aramaktadır. İçerik teorileri esas olarak bireyin kendisi ile ilgili olup onun iş tatminine etki ettiği düşünülen bireysel faktörlerin oluşum süreçleri ile ilgilidir. Bir diğer deyişle içerik teorileri birey iş tatminine etki eden kişisel faktörler üzerinde durmaktadır demek mümkündür (Baştumur, 2006).

Süreç teorileri, davranışın ortaya çıkmasından durulmasına kadar olan faaliyetlerdeki değişkenleri açıklamaktadır. Aynı zamanda bu teoriler bireysel farklılıkların motivasyondaki önemini de incelemişlerdir. Bu teorilere göre farklı kişiler değişik görüş ve değer yargılarına sahiptirler, ama hepsinde davranışı harekete geçiren güdüleme süreci aynıdır. Birey iş tatmini oluşumunun neden ve sonuçlarına dönük olarak yapılan araştırmalara göre süreç teorileri, iş görenlerin işlerinden tatmin olmaları ile ilgili kolayca anlaşılmayan eylemlerin süreçlerine ilişkin açıklama sağlamakla ilgilidir (Egbule, 2003).

Süreç teorileri başlığı altında toplanan motivasyon teorileri bireylerin hangi amaçlar tarafından ve ne şekilde motive edildikleri, bir başka deyişle belirli bir davranışı gösteren bireyin bu davranışı tekrarlaması ya da tekrarlaması nasıl sağlanabilir sorusuna cevap arar. Süreç teorilerine göre ihtiyaçlar bireyi davranışa sevk eden etmenlerden sadece birisidir. İçsel faktörlerin dışında birçok dışsal faktör de birey davranışı ve motivasyonunda etkili olmaktadır (Koçel, 2007).

2.3 İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Gerçekleştirilen çalışmalarda iş tatmininin birçok faktörden etkilendiği belirtilmektedir. Çevresel ve bireysel olabilen bu faktörler Mullins tarafından 1996 senesinde aşağıdaki şekilde sıralanmıştır; (Mullins, 1996, s. 337)

- a. Bireysel Faktörler: Cinsiyet, yaş, kişilik, eğitim seviyesi, medeni durum, işe uyum, zekâ ve yetenek gibi faktörler bu kategori içerisinde yer almaktadır.
- b. Sosyal Faktörler: Çalışma arkadaşları ile ilişki, grup çalışmasına uyum, etik değerler gibi faktörler bu kategori içerisinde yer almaktadır.
- c. Kültürel Faktörler: İnanç ve değer yargıları, bağlı olunan örf ve adetler bu kategori içerisinde yer almaktadır.
- d. Örgütsel Faktörler: İşletmenin hacmi, donanımı, çalışana yönelik prosedür ve politikaları, kurumsal dinamikler ve yapı, yönetici ve lider tutumları ve çalışma koşulları bu kategori içerisinde yer almaktadır.
- e. Çevresel Faktörler: Ekonomik, sosyal, teknik, idari ve yasal etkiler bu kategori içerisinde yer almaktadır.

İş tatmin düzeyini etkileyen faktörlerin genellikle iki grup altında ele alındığı görülmektedir. Bu gruplar; örgütsel ve kişisel faktörler olarak belirtilmektedir. Kişisel faktörler, bireylerin değişen derecelerde tatmin olmalarını sağlayan faktörlerdir. Bireysel iş tatmininin belirlenmesinde farklı önceliklere sahip kaynaklar bulunmaktadır ve bu bağlamda bir sıralama yapılmıştır. Bu sıralama, genellikle içsel ve dışsal faktörler olarak adlandırılan kategorilere dayanmaktadır. İçsel faktörler, çalışanın kişisel davranışı gibi bireysel özellikleriyle ilgili olanları ifade ederken, dışsal faktörler daha çok durumsal ve değişken olanları içerir. Çevresel faktörler ise çalışma ortamı ve kişisel atmosferle ilgilidir. Dışsal faktörler teorileri ağırlıklı olarak ekonomistler tarafından tanımlanan varsayımları içerse ve belirli bir terime sahip olsa da içsel faktörler diğer sosyal bilimlerle ilgilidir (Eroğlu, 2011). Bireyin yaşam koşullarıyla ilişkili olan faktörler, bireyin özellikleri, duyguları, düşünceleri, arzuları, temel ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların ciddiyeti gibi unsurlardır. Bu faktörler büyük ölçüde bireyin fiziksel ve zihinsel durumuna, güvenlik beklentilerine ve önceliklerine bağlı olarak farklılık gösterir. Örgütsel faktör ise, bir organizasyonun bireye sağladığı çalışma koşullarıyla ilgilidir. Bu faktörler, çalışma ortamının niteliği, işin gerektirdiği kaynaklar, destek sistemleri, motivasyon unsurları gibi örgütsel unsurları içermektedir. İşyerindeki fiziksel ve psikolojik koşullar ve bu koşulların insan beklentilerine ne ölçüde karşılık geldiği ile ilgilidir. İş tatminini etkileyen birçok faktörün varlığı göz önüne alındığında, farklı

durumlar ve önlemlerden farklı sonuçlar elde edilebileceği ifade edilebilir. İş tatminini etkileyen faktörler arasında farklı değişkenlere bağlı olan etkenler yer alır. Bu faktörlerin etkisi altında, bireyler ve örgütler olarak iki ayrı grup düşünülebilir. Her iki grup da iş tatmini üzerinde farklı etkilere sahip olabilir ve bu da farklı sonuçlara yol açabilir. (Özpehlivan, 2018, s. 48-49).

2.3.1 Kişisel Faktörler

Hoppock tarafından 1935 senesinde, iş tatmini kavramının ilk kapsamlı çalışmasında, iş tatminini belirlemede bireyin zihinsel ve kişisel durumunun işin kendisi kadar etkili olduğunu belirtilmiştir. Yazarın ifadesine göre, bir bireyin iş tatmini, çalıştığı işin fiziksel özellikleri ve diğer iş koşullarıyla birlikte, kişisel nitelikleri ve zihinsel, psikolojik ve sosyal durumu gibi faktörlerden de etkilenmektedir. Bu durum, aynı şirkette çalışan bireylerin farklı memnuniyet seviyelerini açıklayabilir. İş tatmini, yalnızca işin kendisiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bireyin kişisel özellikleri ve psikolojik durumu gibi unsurlarla birlikte de şekillenen bir olgudur. İş tatmini kişisel ve işle ilgili olmak üzere iki başlık altında toplanmaktadır. Kişisel faktörler, esas olarak bireylerin iç yapısı ve kişisel özellikleri ile ilgili iken, işle ilgili faktörler, iş tatmin düzeyini belirleyen çeşitli faktörleri içermektedir. Bireysel faktörlerin iş tatmini üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir. Bu faktörler arasında cinsiyet, yaş, iş deneyimi, gelir düzeyi, medeni durum, eğitim düzeyi, kişilik özellikleri ve çalışma süresi önemli rol oynar. İş tatmini, bireyin bu faktörlerin kombinasyonu ile şekillenir ve farklı bir tatmin düzeyine sahip olabilir. Bu faktörler, iş tatmini üzerindeki etkileriyle ilgili olarak önemli bir araştırma alanı oluşturur ve iş tatmininin çeşitliliği ve değişkenliği açıklamada katkı sağlar. (Tütüncü & Kozak, 2007).

Kişilerin zihinsel açıdan sağlıklı olması ile yakından ilişkili olan iş tatmini bu yönüyle insan sağlığı ile bağlantılıdır. İş tatmini kavramı şirketin dengesini, performansını ve verimliliğini etkiliyor gibi görünse de aslında kişisel mutluluğun sağlanması ve iş tatmininin artırılması temel önceliklerden biri olarak kabul edilmektedir. Birçok bireysel faktörün iş tatminini etkilediğine dair çok sayıda çalışmadan bahsetmek mümkündür. Bu faktörlerden biri de cinsiyet faktörüdür. Cinsiyet, iş tatmininin önemli faktörlerinden biridir. Kesin olarak kanıtlanmamasına rağmen, cinsiyet, bireyin iş tatminini şekillendirmede etkili kabul edilmektedir. Chiu'nun (1998) çalışmasında, iş tatmininin profesyonel pozisyona bağlı

olduğu ve daha yüksek pozisyonlardaki kadınların terfi fırsatları nedeniyle erkeklere göre daha az iş tatminine sahip oldukları belirtilmiştir (Özpehlivan, 2018, s. 49). Yazıcıoğlu tarafından 2010 yılında gerçekleştirilen Türkiye ve Kazakistan'da iş tatmini ile iş performansı arasındaki ilişkiyi incelediği karşılaştırmalı bir çalışmada cinsiyetin iş tatmininin oluşumunda etkili olduğu bulunmuştur (Yazıcıoğlu, 2010).

Yaş faktörü, iş tatminini etkileyen kişisel faktörler arasında yer almaktadır. Şirketlerin işe alımlarında yaşa öncelik verdiği görülmektedir. Andres ve Grayson'ın (2002) çalışmalarında, yaşlı çalışanların genç çalışanlara kıyasla daha yüksek bir iş tatmini düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırmacılar, bu durumu üç farklı açıdan açıklamaktadır. İlk olarak, insanlar yaşlandıkça, azalan iş hayal kırıklığı ve artan tatmin duygusu ile deneyimledikleri diğer yaşam alanlarındaki tatmin arasında bir denge sağlamaktadırlar. İkincisi, yaşlı bireylerin iş seçimlerinde önceliklerini ve tercihlerini kendi lehlerine, sevdikleri işlere yönlendirdikleri ifade edilmektedir. (Andres & Grayson, 2002). Toker tarafından 2007 senesinde gerçekleştirilen çalışmada yaş faktörünün iş tatmin düzeyinde fark yarattığı tespit edilmiştir. Araştırmalara göre çalışanların yaşı arttıkça iş tatmininde de artış olduğu gözlemlenmektedir (Toker, 2007).

İşletmelerde çalışanların iş tatmin düzeyini etkileyen önemli kişisel faktörlerden birisi de işyerindeki hizmet süresi olarak dikkat çekmektedir. Pearson ve arkadaşları tarafından 2005 senesinde gerçekleştirilen çalışmada iş tatmini ile hizmet süresi arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (Pearson & Moomaw, 2005).

Kişilerin medeni durumlarının iş tatminini etkileme hususunda rol üstlendiği düşünülmektedir. Sevimli ve İşcan tarafından 2005 senesinde gerçekleştirilen çalışmada medeni durumu evli olan kişilerin bekar olan kişilere göre daha fazla iş tatmin düzeyine sahip oldukları görülmüştür (Sevimli & İşcan, 2005). Soyer ve arkadaşları tarafından 2009 senesinde gerçekleştirilen araştırmada ise kişilerin medeni durumunun iş tatmininde anlamlı bir farklılık yaratmadığı gözlemlenmiştir (Soyer & Can, 2007). Bu açıdan net bir yargıya varılması söz konusu olmamakla birlikte araştırmaların daha kapsamlı hale getirilmesinin gerektiği belirtilmektedir. Araştırmalar, iş tatmini ile bireylerin eğitim düzeyi arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyi, bireylerin iş yaşamlarında beklentilerinin oluşmasında önemli bir faktör olarak kabul edilir ve genel olarak, daha yüksek eğitim

düzeyine sahip olan bireylerin, daha düşük eğitim düzeyine sahip olanlara göre işlerinden daha az tatmin oldukları gözlenmektedir. İş tatmini ile ilgili yapılan araştırmalar, sosyoekonomik durum, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi faktörler ile iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Ayrıca, ücret, çalışma saatleri, sendika üyeliği ve şirket büyüklüğü gibi diğer faktörlerin de iş tatmini üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Burris tarafından 1983 senesinde gerçekleştirilen araştırmaya göre eğitim düzeyi çok yüksekse iş tatmini düzeyi azalmaktadır. Bu bağlamda araştırmacının eğitim düzeyi ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi alınan eğitim ve işin gerektirdiği bilgi ve beceriler açısından değerlendirdiğini söylemek mümkündür. Keser (2006) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işçiler arasında eğitim düzeyi yüksek olanların, eğitim düzeyi düşük olanlara göre işlerinden daha az tatmin oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. (Özpehlivan, 2018, s. 49-50).

İş deneyimi, bireyin iş tatmini üzerinde önemli bir etki göstermektedir. İş tecrübesi olan bireyler, iş beklentilerini ve işin kendilerinden ne beklediğini tecrübesiz çalışanlara göre daha objektif bir şekilde algılayabilmektedir. Bu durum, işveren ve çalışan arasında karşılıklı anlayışın oluşmasına ve etkileşimin daha verimli bir şekilde gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Bireysel iş tatmini ise zaman içinde oluşan bir süreçtir. Bu süreçte, çalışan işin farklı yönlerini kavramış ve içselleştirmiştir. Aynı zamanda mesleki deneyim kazanarak kişisel becerilerini geliştirmiştir. (Adıgüzel & Keklik, 2011).

Bireyin örgüt içindeki konumu da iş tatminini etkileyen kişisel faktörlerden biridir. Statü, bir kişinin sosyal sistemdeki konumu tarafından belirlenen hak ve görevleri kapsamaktadır. Resmi statü, bir organizasyon tarafından tanımlanan bir sırayla oluşturulmaktadır. Gayri resmi statü ise, toplumun bireye duyduğu saygı, sevgi ve sempatinin derecesine göre değişen ve toplumun iç dinamiklerinden kaynaklanan bir konumu ifade etmektedir. Resmi veya gayri resmi olsun statü her zaman bireysel iş tatmini sürecinde önemli faktörlerden biri olarak ele alınmıştır (Özpehlivan, 2018, s. 50).

Gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde iş tatmininin kişilik faktöründen de etkilendiği görülmektedir. Kişilerin sahip oldukları kişisel beceri ve yeteneklerde sınırlı olan ve topluma uyum sağlamada sıkıntı çeken kişilerde iş tatmininin düşük seviyelerde olduğu gözlemlenmiştir. Fakat bu durumun aksine araştırmalar, güçlü ve kararlı bireylerin iş tatmin

seviyesinin daha yüksek olduğunu ve bunun öz benlik duygusunun gelişmişliği ve yüksek özgüvenle ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu bireyler, kendilerine olan güvenleri ve kişisel yetenekleri sayesinde işlerinde daha başarılı olma eğilimindedirler. Kendine olan inançları ve güçlü öz benlik duyguları, işleriyle ilgili daha olumlu duygusal deneyimler yaşamalarına ve iş tatminlerinin artmasına katkıda bulunmaktadır. (Çalışkan, 2005).

İş tatminini de etkili rol üstlenen faktörlerden birisi de şüphesiz ki strestir. Her geçen gün artan rekabet ortamı içerisinde yoğun stres altında çalışmalarını devam ettiren kişiler soğuma ve bıkkınlık gibi faktörlerle karşı karşıya kalmaktadır. Bazı bireylerin stres unsurlarını daha fazla algılama eğiliminde olması daha fazla strese maruz kalmalarına yol açarken artan stres maruziyeti beraberinde iş tatminsizliği getirmektedir (Özpehlivan, 2018, s. 51).

Çalıştığı örgütten memnun olan bireyin sosyal yaşamı da olumlu yönde değişecek ve bireyin yaşamında olumlu bir farklılık oluşacaktır. Bu sayede işine karşı olumlu duygular besleyecek bireylerin iş ve sosyal yaşam kalitesi yükselecek ve bireyin örgüt içerisindeki performansı da yükselecektir. Zekâ ve yetenek, örgüt alanında bireylerin iş tatminini etkileyen faktörlerden biridir. Barutçugil (2002) tarafından ifade edildiği üzere, örgütsel hedeflere ulaşmanın sağlanması, çalışanların performans düzeyine bağlıdır. Çalışanların performans düzeyi ise, bireysel özelliklerine, zihinsel yeteneklerine, inançlarına ve değerlerine dayanmaktadır. Bu bağlamda, çalışanların kişisel özellikleri, zihinsel yetenekleri, inançları ve değerleri, onların performansını etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Şirketlerin başarısı, çalışanlarının bilgi, beceri, zekâ ve yeteneklerine bağlıdır. Ayrıca yetenekli çalışanları, yeteneklerini kullanabilecekleri ve işe en üst düzeyde katkı sağlayabilecekleri departmanlarda istihdam etmek, organizasyonun başarısını sağlayan en önemli faktörlerden biridir. Sonuç olarak, üzerinde çalıştığı ekip çalışanları bilgi ve becerilerini işe yansıtacak ve işletme bu şekilde başarılı olacaktır. Doğru işe alınan çalışanların iş tatmini, kapasite ve becerilerine uygun olmayan işe alınan çalışanlardan daha yüksek olacaktır. Değerlerin çalışanlar üzerinde doğrudan etkisi olduğuna inanılır ve kişiler arası ilişkilerde bireylerin paylaştığı değerlerin önemli olduğu tespit edilir. Değerlerle bütünleşen ve gruplanan bireyler, aralarındaki ilişkiler samimiyet ve anlayış temelinde oluştuğundan, esas olarak meslektaşlarından ve dolaylı olarak tüm organizasyondan memnun kalırlar. Bir organizasyona farklı beklentilerle katılan çalışanlar, bu beklentileri karşılayabildikleri ölçüde yaptıkları işten ve o işyerine ait olmaktan memnun olacaklar ve

bu sayede verimlilikleri ve performansları artacaktır. Öte yandan, bireyin kişiliği, değerleri, tutumları ve yetenekleri nedeniyle bireyin performansı düşecek veya ayarlanacaktır. (Barutçugil, 2002).

2.3.2 Örgütsel Faktörler

İş ve organizasyonel faktörler, çalışanların memnuniyet düzeyini belirleyen önemli etkenler arasında yer almaktadır. Çalışanların işleriyle ilgili içsel duyguları, dışsal faktörler ve koşullar tarafından büyük ölçüde şekillendirilir. İş tatminini etkileyen değişkenler arasında istihdam düzeyi, işin doğası, ödeme, terfi olanakları, çalışma şartları, iş arkadaşları ve yönetim gibi unsurlar genel olarak sıralanabilir. Bu faktörler, çalışanların işlerinden ne ölçüde memnun olduklarını belirlemede etkili rol oynamaktadır. Bireyin işine ilişkin olumlu veya olumsuz duygu ve beklentileri vardır, bu dış etkilere şirketin çalışma koşullarına göre değişiklik gösterir. Beklentilerini, bu beklentilerin karşılanma derecesi ile karşılaştırarak, işinden memnun olup olmadığına bakmaktadır. Bu süreçte beklentilerin karşılanması, iş desteği, meslektaşlarla ilişkiler ve maaş gibi birçok faktör, kariyer başarısını şekillendirmede işe ve örgütsel faktörlere örnek olarak gösterilebilir. Kurumun sistematik davranış ve uygulamalarını çalışanlara yansıttığımızda, çalışanların yaptıkları iş hakkında ortak bir algıya sahip olduklarını ve kaçınılmaz olarak grup davranışlarında benzerlikler gösterdiklerini görüyoruz. Çalışanlar açısından, örgütsel destek algısı yüksek olan kişilerin, örgüte faydalı olan tutum ve davranışları sergilemeye daha istekli oldukları tespit edilmiştir. Çalıştıkları şirketten yüksek düzeyde çalışan memnuniyeti, genel iş ortamından elde ettikleri sonuçlarla güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Birey, işini değerlendirirken, işin maddi ve yönetsel faktörlerinin kendisiyle etkileşime girdiği durumları dikkate almalı, böylece işine karşı bir tutum geliştirmelidir. Bu görüşe göre iş tatmini, işle bağlantılı bütün etkenlerin toplanmasıyla var olan maddi ve yönetsel koşullardan elde edilen kişisel tatmin olarak açıklanabilmektedir. Çalışanların çalışma ortamı, fiziksel özellikleri ve görsel detayları iş verimini büyük ölçüde etkiler. Uyarlanabilir bir çalışma ortamında birey daha üretken olacak, bu da işine kolayca uyum sağlamasına ve işe entegre olmasına olanak tanıyacaktır. İşine uyum sağlamış bireyler işlerine daha olumlu bakacak ve böylece birey asgari düzeyde iş tatmini yaşayacaktır. Bu sebeple, çalışanların görevlerinin hızını ve çalışma arzusunu artıracak şekilde düzenlenmesi, şirket ve çalışanlar açısından daha olumlu sonuçlara yol

açacaktır. Bu bağlamda, işyerindeki fiziksel koşulların iyileştirilmesinin, iş tatmini üzerinde olumlu bir etkisi olduğu söylenebilir. (Baş & Ardıç, 2002).

Kişilerin motivasyon ve başarısının artırılmasında ödüllendirme etkili bir rol oynamaktadır. Yüksek motivasyona sahip iş görenlerin işine bakış açısından da daha pozitif olacağı kaçınılmazdır bu açıdan düşünüldüğünde ödüllendirme faktörünün iş tatminini etkileyen önemli unsurlar arasında yer aldığını söylemek mümkündür. Örgütler açısından içsel ve dışsal olmak üzere ödüllendirmenin iki çerçevede ele alınması mümkündür. Terfi durumu, ücret artışı, sorumluluk kapsamının genişlemesi ve önemli kararlarda kişilerin kararlara ortak edilmesi gibi eylemler dışsal ödüllendirme örnek olarak gösterilirken; dostça yaklaşma, övme gibi eylemler de içsel ödüllendirme olarak değerlendirilmektedir. İş görenin işe karşı genel tutumu olarak kabul edilen iş tatmini, kişilerin işlerine karşı olumlu duygular beslemesi olarak kabul edilmektedir. İş tatminini sağlayan faktörlere dair gerçekleştirilen araştırmalarda özellikle işin kendisinin ücret ve terfi gibi ödüllendirmelerin önemli rol oynadığı görülmektedir. Özellikle çalışanların teşviğinde büyük önem taşıyan ücret faktörü, iş görenlerin gerek zihinsel gerekse bedensel olarak ortaya koyulan emeğin karşılığında ödenen bedel olarak tanımlanmaktadır (Akalp, 2003).

Bugüne kadar gerçekleştirilen araştırmaların çoğunda iş ve örgüt ile ilgili dışsal faktörlerden özellikle ücretin iş tatminini de önemli bir rol üstlendiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda iş görenler tarafından alınan ücretlerin çalıştıkları işletmeye sundukları hizmet ve emeklerin karşılığında aldıkları bir bedel olarak algıladıkları gözlemlenmektedir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde alınan ücret tutarının iş tatmininin seviyesinin azalmasına veya yükselmesinde anahtar görevi üstlendiği görülmektedir (Davis, 2004).

Özendirmenin de iş tatminini etkileyen örgütsel faktörler arasında önemli bir yerinin olduğunu söylemek mümkündür. İşletmeler tarafından özendirme faktörünün kullanımındaki en temel amaç iş görenlerin daha istekli, verimli ve etkili çalışmalarını güdülemektir. Bu amaca ulaşmak için gerek işletme yöneticileri gerek bilim insanları tarafından çok sayıda uygulama ve öneriler geliştirilmiştir. Fakat bu zamana kadar sunulan ve uygulanan örneklerin tam anlamıyla başarılı olduğunu söylemek mümkün değildir bu nedenle destekleme aracı olarak kullanılan özendirme faktörünün her zaman ve her yerde aynı etkiyi sağladığı doğru değildir. Her şeyden önce göz önünde bulundurulması gereken

en önemli etken ödöl niteliği taşıyan bir aracın diğer kişi için aynı niteliği taşımasıdır (Özpehlivan, 2018, s. 54).

İşin monotonluğu ve teknolojik düzeyi, bireysel iş tatminini etkileyen örgütsel faktörlerdir. Birey uzun süre aynı işte çalışarak bu işin artılarını eksilerini, inceliklerini ve olmazsa olmaz detaylarını öğrenir ve bu işte kendi mesleğini seçmişse zamanla uzmanlaşabilmektedir. Aynı işi aynı süreçte yapıyor ve uzun süre tekrar ediyorsa, her bireyde çalışma becerisi oluşturmaının yanı sıra can sıkıntısı ve mutsuzluk gibi sonuçlara da yol açabilmektedir. Bu durum, şirketlerin uzman personelinin ihtiyaçları ile her bireyin yaptığı işin psikolojik vizyonu arasında bir çelişkiye yol açmaktadır. Monotonluk, sanayi sektöründeki teknolojik gelişmeler, aşırı uzmanlaşma ihtiyacı ve iş bölümü gibi sorunların ortaya çıkardığı temel sorunlardan biridir. Yeni teknolojiler bir açıdan hayatı kolaylaştırıp hızlandırırken, her bireyin farklı düşünme yeteneğini ve yeteneğini öldüren önemli bir etkidir (Eren, 2008).

Organizasyon yapısı iş performansı açısından bireysel iş tatminini etkiler. Organizasyon yapısı, şirketin yönetim yöntemini ve tarzını gösteren temel araçlardan biridir. Kişiyi doğrudan ilgilendiren bu durum, iş tatmini düzeyini önemli ölçüde etkiler. Bir işletmenin organizasyon yapısı, şirket kuralları ve prosedürleri gibi birtakım kaynaklarla tanımlanabileceği gibi, organizasyon kültürünün getirdiği bazı gelenekler de olabilir. Günümüzde organizasyon yapısı, teknolojik ve sosyal gelişmelerden, ekonomi ve genel olarak yönetim alanındaki gelişmelerden derinden etkilenmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak, örgütlerin yapısı daha karmaşık hale gelmiştir. Bu durumun örgüt üyelerini işlerinden uzaklaştırdığı, bu yabancılaşmanın çalışan memnuniyet düzeylerini olumsuz etkilediği görölmektedir. İşlerinden memnun olmadığı gözlemlenen çalışanların zamanla işlerinden işten ayrılma eğilimine gösterdiği görölmüştür (Özpehlivan, 2018, s. 54).

Bireyin meslektaşlarıyla, örgütün diğer üyeleriyle olan ilişkisi, iş tatminini etkileyen faktörlerden biridir. Başarıya odaklanan bir çalışan, kendi bakış açısına sahip iş arkadaşlarıyla daha mutlu olabilmektedir. Çalışanların başarılı bir ekipte olmaları ve yaşam vizyonu kendilerine daha yakın olan kişilerle birlikte olmaları iş tatminini artırma etkisine sahiptir. Bir organizasyonda çalışanlar arasındaki ast-üst ilişkileri, kişisel tatminde etkili organizasyonel faktörlerdir. Yönetici-ast etkileşimi teorisine göre, yöneticisi ile yüksek kaliteli bir ilişkiye sahip olan bireyler, ilişkileri zayıf olan örgüt üyelerine göre daha fazla

sorumluluk gerektiren pozisyonlarda olacak ve çalışmaları hakkında daha fazla bilgi ve kaynağa sahip olma şansı elde edecektir. İyi iletişimin beraberinde getireceği olumlu görünüm, firmaların kendilerine olan güvenini pekiştirirken karşılıklı algı sorunlarının ortadan kalkmasında rol oynayacaktır. Sonuç olarak, yöneticileri ile kaliteli etkileşim ve iletişime sahip olan çalışanların iş tatmin düzeylerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür (Örücü, Kılıç, & Şimşir, 2016).

2.4 İŞ TATMİN VE TATMİNSİZLİĞİNİN SONUÇLARI

İş görenlerin duygu düşünce ve davranışlarında oldukça önemli bir etkiye sahip olan iş tatmini, araştırmacılarının son zamanda dikkatini çeken ve üzerinde durdukları önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. İş tatmininin örgüt açısından etkili sonuçları da beraberinde getireceği bir gerçektir. İş yaşamında elde edilen tatmin duygusunun yaşamın diğer aşamalarında da mutluluk getireceği bilinmektedir. İş tatminsizliğinin ise iş görenin hem fizyolojik hem de psikolojik açıdan kişide olumsuz etkilere neden olacağı belirtilmektedir (Başaran, 1992).

Örgütsel bağlılığın belirleyici olan iş tatmini aynı zamanda örgütsel bağlılığın bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Gerçekleştirilen çalışmaların çoğunda iş tatmininin örgütsel bağlılığın temel belirleyicisi olarak ele alındığı görülmektedir. İş tatmin düzeyinin yüksek olması işe devamsızlık ve iş gören devir hızı gibi örgütsel sorunların azaltılmasında önemli rol oynarken aynı zamanda çalışan performansı üzerinde de pozitif yönlü etkide bulunmaktadır. Bireyin verimliliğini artıran iş tatmini, işletmelerin mevcut rekabet gücünü desteklemektedir. Bu açıdan iş tatmin kavramı için diğer birçok yönetsel kavramın çıkış kaynağına veya sonucuna etki eden örgütsel faktörlerin başında geldiğini söylemek mümkündür (Feldman & Arnold, 1985); (Davis, 2004).

2.4.1 İş Tatmini Sonuçları

Yoon ve Jaebeom (2003) tarafından gerçekleştirilen çalışmada iş tatmini yüksek düzeyde olan çalışanların daha fazla çalıştıkları ve diğer çalışanlara göre iyi hizmet sunduklarını, aynı zamanda örgüt ile daha ilgili oldukları ve kendilerini daha kaliteli hizmet sunmaya adanmış oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Örgüt içindeki koşulların birey iş tatminini sağladığı bir ortamda yüksek moral seviyesine ulaşan iş gören, işine karşı pozitif duygular

besleyecektir. Bu olumlu iş ve ruh halleri ile bireye sürekli moral sağlayacak koşulların oluşturulması iş tatminini olumlu yönde etkileyecektir. Bu bağlamda bireyin, enerjisini arttıran, geleceği hakkında umut ve beklentilerini kuvvetlendiren, ona yaşama gücü sağlayan değerler bütününe kavramasına imkân verilmelidir (Eren, 2003).

Moral kavramında, belirli ortak amaçlara bağlılık yoluyla bir gruba ait olma veya grup tarafından kabul edilmeyi hissetme algısı söz konusudur. Ortak yönde oluşturulan amaçları gerçekleştirmeyi isteme ve bu amaçlara inanma, grup tatmininin ya da moralin oluşması açısından önemlidir. Moral genel olarak bir grupla ilgili iken, iş tatmini daha çok işin kendisi ile ilgilidir ve biçimseldir. Moral, grup amaç ve hedeflerine bağlılık, bunlara inanma ve bunları istemekten doğan bir grup olgusudur. Bununla birlikte moral, iş tatminine, iş tatmini de morale katkıda bulunmaktadır (Llyod & Leslie, 2004).

İş tatmini, iş görenlerin işlerinden sağladıkları bir doyum sonucu olarak örgütsel anlamda birçok fayda sağlamaktadır. Bu açıdan uluslararası pazar ortamında başarılı olan işletmelerini çalışanlarına yaklaşım süreçlerinde üst düzey memnuniyet oluşturma eğiliminde olması oldukça önemlidir. İş tatmini çalışanların mutluluklarını artırırken, onların işlerine daha fazla bağlanmalarını sağlayarak verimliliklerin artmasında rol oynamaktadır. Aynı zamanda iş tatmin düzeyinin yüksek olması, örgütte iş devir oranının düşmesini de sağlamaktadır (Folger & Konovsky, 1989).

Gerçekleştirilen literatür incelemesinde yapılan araştırmaların bağlılık kavramı ile iş tatmini arasında güçlü ilişkiler olduğunu ortaya koyduğu görülmektedir. Çalışmalarda işinden beklentilerini karşılayacak düzeyde tatmin olan çalışanların işlerine daha fazla bağlı oldukları ve bulundukları örgüte karşı aidiyet duygusu hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır. İnsan faktörünün odak nokta olduğu günümüzde örgütlerin yüksek performans gösteren nitelikli elemanlarını tutabilme amacıyla onların tatmin düzeylerini yükselterek bağlılıklarını artırma yoluna gidebilmektedir. Örgütsel açıdan iş tatminin sağladığı faydalardan bir diğeri de iş ortamında bütünleşme ve birliğin sağlanmasıdır. Örgüt kadar birey açısından da kazanımlar içeren bu gelişme, yönetici ve diğer çalışanların örgüt tarafından öngörülen amaçlara doğru ilerlemeleri için büyük katkı sağlamaktadır. Kişi ve örgüt arasında yaşanan bütünleşme, çalışanlar arasındaki etkileşimi artırarak karşılıklı yardım ve sosyal tatmin derecesini yükseltmekte, işten kaçma ve iş gücü devrinin azaldığı,

üretim seviyesinin en üst düzeyde gerçekleştirdiği bir ortam oluşturma açısından oldukça önemlidir (Sevimli & Işcan, 2005).

İşletmeler için çalışanların uyum içerisinde hareket etmesi, onların hedeflerine ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çalışanların birlik ruhu ile hareket etmesi ve işletme amaçlarını benimsemeleri için de öncelikli olarak iş tatmininin sağlanması gerekmektedir. Kişisel anlamda tatmine ulaşan çalışan işini severek, işin ondan beklentilerini karşılamaya yönelik çalışma arkadaşları ile ahenk içerisinde hareket ederek görevini yerine getirecektir. İş yeri amaçlarını benimseyen çalışan, bu amaçların gerçekleşmesini de o ölçüde destekleyecektir. İş yavaşlatma, bölüm veya gruplar arası dengenin bozulması şeklinde görülebilecek bazı aksamlar yok edilecek, işyerinde verimlilik ve etkinlik artacaktır. Ayrıca, yöneten ve yönetilenler grubunun iş yerinde beklentilerine ulaşması sonucunda bu gruplar arasında uyum görülecek ve bu uyum neticesinde iki grup arasındaki sürtüşme ve çekişmeler asgari seviyeye inecek, iş yerinin devamlılığı sağlanacaktır (Baştemur, 2006).

2.4.2 İş Tatminsizliği Sonuçları

İş yerinde tatminsizlik durumunda ise örgüt ve birey açısından birçok olumsuz sonuçla karşılaşmak kaçınılmazdır. Özellikle kişiyi örgütten uzaklaştıran, örgütü iş sonuçları açısından zora sokan bu sonuçlar iş yeri devamlılığının sağlanmasına da köstek olacaktır. Personellerin iş tatminsizliği sonucunda devamsızlık, işe geç kalma, işi bırakma, disiplin kurallarını aksatma, itaatsizlik, konun dışı grevler ve sabotajlara yönelme gibi olumsuz davranışlar gösterirken bu durum örgüt ve personel arasındaki ilişkileri bozmakta ve örgütü mali açıdan zarara uğratmaktadır (Sertçe, 2003). Çalışan bireyler tarafından yapılan işlerden elde etmeyi umdukları çıktıları alamamaları işlerinden tatminsiz olmalarına neden olmaktadır. Bu durum işletme açısından çalışanların performanslarında ve bulundukları örgüte olan bağlılıklarında düşüş ile sonuçlanabilecek bir sürecin başlangıcı sinyalini verebilmektedir. Örgüte verdiği zarar yanında kişinin ruhsal sağlığını da olumsuz yönde etkileyen iş tatminsizliği, işletmeler açısından önemli kayıpları beraberinde getirebilmektedir. İş tatmin seviyesinin düşük olduğu çalışanlarda sinirsel çöküntülerin olduğu ve iş tatminsizliği ile sinirsel ve duygusal çöküntüler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit eden çalışmalar olduğu görülmüştür (Koch & Steers, 1978); (Akıncı, 2002).

Esas olarak iş tatminsizliği bir örgütün genel durumu ile ilgili çok sayıda bilgiyi gözler önüne sermektedir. Sağlıklı işleyen örgütler ile iş tatmin düzeyinin düşük olduğu örgütler arasında bariz farkların olduğu görülmektedir. Bir örgüt içerisinde çatlama ve çatlamaların başladığını gösteren en önemli kanıt iş tatmin düzeyinde yaşanan düşüştür. Bir örgütte koşulların bozulduğunu gösteren en önemli kanıt iş tatmininin düşük olmasıdır. İş tatminsizliği daha çok gizli biçimlerde; iş yavaşlatma, düşük verimlilik, disiplin sorunları ve diğer örgütsel sorunların arka planında yer almaktadır (Deniz, 2005).

İş tatminsizliği aynı zamanda çalışanların bazı sağlık sorunları ile karşı karşıya kalmalarına da yol açmaktadır. Çalışmalar, iş tatminsizliği arttıkça bir takım zihinsel ve fiziksel bozuklukların da arttığını göstermektedir (Bennett, 1997). Zihinsel ve fiziksel yorgunluk, istek eksikliği, basit hastalıklar ve kolesterol oranındaki değişiklikler, mide ve kalp sorunları gibi sorunlar iş tatminsizliği sonuçları olarak görülmektedir. Sinirsel ve duygusal sorunlara da neden olduğu bilinen iş tatminsizliği ile iştahsızlık, uykusuzluk ve duygusal depresyon gibi faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır. Böyle bir durum çalışan verimliliğinin düşmesine neden olabilmektedir (Karadal, 1999).

Sonuç olarak bireysel şikayetlerde ve iş şikayetlerinde artış, devamsızlıkta artış, iş gecikmesinde artış ve son olarak iş devir hızında artış gibi durumlara neden olan iş tatminsizliği, şirketlerin genel işleyişini olumsuz etkilemekle birlikte örgütün genel psikolojik yapısını bozmakta, motivasyonu zayıflatmakta, çalışanların katılım oranlarını olumsuz etkilemekte ve şirketteki düzeni bozmaktadır. Doğru yönetim politikaları ile çalışan memnuniyeti yüksek şirketlerin daha etkin bir iş profili oluşturabileceği düşünülmektedir.

3. İLAÇ MÜMESSİLLİĞİNİN TANIMI VE GELİŞİMİ

İşletmeler için oldukça önemli bir yeri olan pazarlama faaliyetleri içerisinde özellikle medikal pazarlamanın diğer sektörlerden ayrılan en önemli özelliği, ilaçların reçete ile satılması olarak dikkat çekmektedir. İlaç sektöründe tüketici tercihindan bahsetmek mümkün değildir. Sağlık sektörü içerisinde hizmet veren doktor ve eczacılar tarafından ürün tercihi belirlenmektedir (Varinli, Kacur, & Gökner, 2004). Bu kapsamda pazarlama tarafları doktor ve eczaneler olarak görülse de ilaç reklamlarının yasak olması ilgili ürünlerin tanıtımında ve pazarlamasında en büyük sorumluluğu ilaç mümessillerine yüklemektedir. İlaç sektörü ile doktor ve eczacılar arasındaki ilişkiyi koordine eden ilaç mümessilleri, ilaçlar hakkında bilgi vermek, tanıtmak ve ilaç pazarlamasını sağlamak ile görevlidir (Eren M. , 2012).

3.1 SATIŞ

Alışveriş sürecinde sıklıkla karşımıza çıkan bir kavram olan satış kelimesi, satıcı ile alıcı arasında herhangi bir mal veya ürünün alıcıya verilmesi ile bir fiyat karşılığında gerçekleşen işlem olarak ifade edilmektedir. Tüketiciye yarar sağlamaya yoğunlaşan ve müşterinin karar verme sürecinde yardımcı olan satış, belirli amaçlar doğrultusunda gerçekleşmektedir. Ürün veya hizmet özelliklerinin satış sürecinde bilinmesi, müşteriye sağlayacağı yararların müşteriye doğru bir şekilde ifade edilmesi, müşterinin ürün ya da hizmeti alma konusunda ikna edilmesi de oldukça önemlidir. Satış görüşmelerinde tüketicilerin satın alma kararının etkilenmesi amaçlanmaktadır (Özkelebek, 2019).

Satış işleminin başlaması için bazı faktörlerin yerine gelmesi önemlidir. Öncelikle tüketici gereksinimlerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Sonrasında tüketicinin satın alma gücü göz önünde bulundurularak satın alma arzusunun hangi seviyede olduğuna dikkat edilmelidir. Özellikle tüketici tarafından satın alınacak ürün veya hizmetleri sunan firmaya ve satış görevlisine güven duyulması büyük önem teşkil etmektedir. Tüm bu gerekliliklerin yerine gelmesi durumunda satış işlemi başarılı bir şekilde tamamlanabilmektedir (Özkelebek, 2019).

3.1.1 Kişisel Satış

Tutundurma karmasının unsurları arasında ilk sırada kişisel satış kavramı yer almaktadır. Tutundurma karmasının diğer unsurları reklam, halkla ilişkiler ve satış promosyonudur. Kişisel satış, bir pazarlamacının mevcut veya hedef müşterilere doğrudan, sözlü satış yaptığı bir yöntemdir (Çelik & Şimşek, 2012). Bir başka tanıma göre kişisel satış; satış elemanının potansiyel müşterilerle ilgilendiği ve onların satın alma ihtiyaçlarını kendi şirketinin mal ve hizmetlerine yönlendirmeye çalıştığı yüz yüze iletişim yöntemi olarak ifade edilmektedir (Civaner, 2006). Her iki tanımın da doğru olduğun söylemek mümkündür. Kişisel satış, üretilen mal ve hizmetlerin beden dili ve sözlü iletişim yoluyla hedef müşterilere etkin bir şekilde pazarlanabildiği ve hedef müşterinin ürün ve hizmet ihtiyaçlarını etkili bir şekilde açıklayabildiği bir pazarlama yöntemidir. Kişisel satış, yüz yüze görüştükten sonra karşılıklı etkileşimin yarattığı heyecan verici bir ortamı ifade etmektedir. Satıcı ile müşteri arasında bağ kurmak, bilgi alışverişinde bulunmak ve birbirini tanımak bir şekilde satış sürecinin başlamasına neden olmaktadır. Kişisel satış bu açılarından diğer promosyon ürünlerinden daha etkili olabilmektedir.

Kişisel satış, potansiyel müşterilerin satın alma kararları vermelerine yardımcı olmakta, müşteri memnuniyetini sağlamakta ve müşteri ile işletme arasında doğrudan iletişim kurmaktadır. Satıcı, sattığı mal veya hizmet hakkında diğerini bilgilendirmektedir. Sattığı ürünü sunmakta ve gerekli açıklamaları yapmaktadır. Satıcılar, satın alma yapacak olan tüketicinin duygu ve düşüncelerini anlayarak tüketicileri etkilemeye çalışmaktadır. Kişisel satış, mal veya hizmetler hakkında bilgi sağlamak, faiz oranlarını artırmak, ürün tercihlerini iyileştirmek, fiyat ve diğer şartları müzakere etmek, satışları kapatmak ve ticari işlemlerden önce toplu hale getirmek için kullanılabilir. Ancak doğrudan yanıt veren promosyon unsurlarından biri de kişisel satıştır. Başka bir deyişle, satıcılar stratejilerini anında değiştirebilmekte ve müşteri geri bildirimlerine göre verimliliği artırabilmektedir. Promosyon bir iletişim süreci olarak düşünüldüğünde, kişisel satışın müşteri ile doğrudan iletişim olması nedeniyle, beş duyunun kullanıldığı tek promosyon unsurunun kişisel satış olduğu ortaya çıkmaktadır (Karakaş, 2008).

3.2 TIBBİ SATIŞ

Satış sürecinde önemli olan müşteri gereksinimine yönelik tespitlerin yapılmasıdır. Satışı gerçekleştirecek olan ürünlerin somut bir ürün olması da satış yapmayı çok daha kolay hale getirmektedir. Ancak tıbbi satışlarda ürünlerin alınması veya satılması sırasında somut ürünlerden bahsetmek mümkün olmamakla birlikte tıbbi ürünlerin satış dinamikleri de farklılık göstermekte ve çok daha kompleks bir yapıda karşımıza çıkmaktadır (Özbucak, 2004).

Tıbbi satış mümessilleri tarafından gerçekleştirilen işlemlerde öncelikli olarak hekimlerin ikna edilmesi gerekmektedir. Sonrasında hekim tarafından reçete yazılarak hastaya verilmektedir. Satış işlemi hasta, eczaneye giderek reçetede yazılı ilacı talep etmekte ve son olarak reçetede yazılı ilaçların satın alınması ile süreç sonlanmaktadır. Tıbbi satışı diğer satışlardan ayıran temel farklılıklar söz konusudur. Bu farklılıkları aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Özbucak, 2004).

- a. Sağlık sektörü içerisinde ürün ve hizmetlere yönelik kalite anlayışı standarttır.
- b. İlaç sektörü direkt olarak insan sağlığı ile ilgili olmasından dolayı tanıtım ve satış süreçleri ahlaki sorumluluklara dayanmaktadır.
- c. Gerek ürünlerde gerekse sunulan hizmetlerde yoğun bir rekabet ortamından bahsetmek mümkündür.
- d. Ülkelerin ekonomilerine bağlı olarak şartların ağırlaşması mümkündür.

Tıbbi satış sürecinde doktorlar, eczacılar, ilaç firmaları ve hastalar yer alırken gerçekleştirilen çalışmaların üzerinde durduğu esas nokta hastalardır. Bu nedenle tıbbi satış sürecinin verimli bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için doktorlar, eczacılar, ilaç firmaları ve hastalar arasındaki iletişimin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi oldukça önemlidir.

3.3 MÜMESSİLLİK MESLEĞİ

Kökeni Arapçaya dayanan mümessil kelimesi, Türkçede temsilci olarak ifade edilmektedir. Üç farklı anlamı bulunan mümessilin birinci anlamı hak veya görev anlamında bir kişi veya topluluk adına davranan kişi olarak tanımlanmaktadır. İkinci tanımında ise benzerlerine

örnek olan anlamını taşımaktadır. Üçüncü tanımında ise mümessil, ürün satışı yapmakla yükümlü olan kişi olarak ifade edilmektedir. Satış ya da tanıtım yapma ile mükellef olma olarak ifade edilen tıbbi mümessillikte tıbbi ilaçlar, uygun özelliklere sahip olan kişiler tarafından tanıtılmaktadır (Özkelebek, 2019).

3.4 TIBBİ SATIŞ MÜMESSİLLİĞİ

İlaç laboratuvarları, doktorlar ve eczacılar ilaçların reklamı ve satışı ile ilgilenmektedir. Satış temsilcileri, ilaç şirketleri, doktorlar ve eczacılar arasındaki ilişkileri kuran kişilerdir. Bu nedenle tıbbi temsilci, ilaçların tanıtım ve satışında çok önemli bir konuma sahiptir. SGK kayıtlarında bu iş kolu 2433.01-İlaç Satış Temsilcisi / Tanıtım (Temsilci) olarak tanımlanmıştır. Aynı zamanda tıbbi satış temsilcileri, iş sağlığı ve güvenliği, sanayi, iş güvenliği ve çevre koruma gibi konuları dikkate alarak şirketin genel çalışma prensiplerine uygun araç, gereç ve enstrümanları kullanarak topluma fayda sağlamaktadır (Özkelebek, 2019).

İlaç firmaları kullanıma hazır ilaçlarını hekimlere sunmak ve bulunabilirliğini artırmak için tıbbi temsilcilerini görevlendirmektedir. Tıbbi temsilciyi görevlendiren ve yetkilendiren laboratuvar veya tesis, kibar ve saygılı tanıtımdan faydalanmayı arzulamaktadır. Tıbbi mümessiller; periyodik olarak bir doktor, cerrah, eczacı veya diş hekimini ziyaret etmekte ve temsil ettiği tüm kuruluşların ürünlerini tavsiye ederek, niteliklerini, faydalarını ve kullanımlarını açıklamakta ve onunla ilgili soru ve eleştirileri yanıtlamaktadır. Tıbbi mümessilliğin temel amacı, reklamını yaptığı ilaçların, kurduğu açıklamalarla beğenilmesini ve tavsiye edilmesini sağlamaktır. Aynı zamanda tıbbi mümessil, reklamını yaptığı ürünlerle ilgili eleştiri ve dileklerini sorumlu olduğu laboratuvar veya fabrikaya bildirerek bu kurumun gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bir satış temsilcisinin etkinliği, tanıtım ve reklam alanındaki satışların artmasıyla ölçülmektedir. Tıbbi satış temsilcileri diğer satış ve pazarlama işlerinden çok farklıdır. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de doktor başına çok fazla hasta düşmektedir. Bu durumda doktorlar ilaç sektöründeki yenilikleri ve gelişmeleri takip edecek zaman bulamayabilmekte ve hasta bakımında ilaç etkileşimleri gibi bilgileri elde edemeye bilmektedir. Tıbbi mümessil, ilacı, endikasyonu (kullanım alanı), yeri (kullanılacak dozaj), diğer aktif maddeler ve ilaçlar ile etkileşimleri vb. hakkında doktorlara

bilgi vererek insan sağığına hizmet etmektedir. Dolayısıyla bu meslek, misyonu olan bir meslek olarak ifade edilmektedir (Demirkıran & Şahin , 2010).

İlaç firmaları tarafından önemle üzerinde durulan tıbbi mümessiller, şirketlerin "saha" veya "sahra" (çalışma alanları) olarak adlandırdıkları bir ticaret organizasyonunun üyeleridir. Satış birimleri, temsilciler de dahil olmak üzere bölgesel olarak örgütlenmektedir. Türkiye için satış bölgeleri tanımlanmıştır ve her bölgenin bir bölge müdürü vardır. Grupların etki ettiği alan, ilaç sayısı ve ilacın niteliğine bağlı olarak değişebilmektedir. Bazı şirketlerde acenteler, ilaçlar ve buna göre grupları akut ve kronik olarak ayrılmıştır. Akut grup analjezikler, ateş düşürücüler, kas gevşeticiler, öksürük şurupları vb. ile çalışmaktadır. "Saha ekibi" olarak bilinen bu grubun liderine satış müdürü veya promosyon müdürü denmektedir. Satış veya promosyon müdürü ilgili her türlü işi yapmaktan, saha ekibine ve sorunlara çözüm bulmaktan sorumludur. Bir anlamda olay yeri koordinatörlüğü ve gözetmenliği görevini üstlenmiştir (Eren M. , 2012).

İlaç firmalarının doktorları, eczaneleri ve ecza depoları olan müşterilere ulaşma ihtiyacı, her firmanın kendi yapısına uygun bir iş ekibi kurmasını gerektirmektedir. Bu yerleşik satış ekipleri, tanımlanmış tanıtım stratejileri ve faaliyetleri aracılığıyla ürünleri doktorlara ve eczacılara tanıtmakta ve satmaktadır. Satış temsilcilerinin tanıtım ve satış faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için öncelikle şirketin belirlediği stratejiler çerçevesinde kendilerine uygun bir yöntem bulmaları gerekmektedir. Ayrıca ilk ziyaretlerde etkin iletişim kurulmalı, tanıtım sırasında ve sonrasında bu iletişim sürdürülmelidir. Çünkü iletişim bir anlamda kişisel kabule ve satış yoluna doğru bir yolculuğa izin veren en önemli husustur. Temel olarak, bu hedef kitle için doğru iletişim kanalını bulmak, müşterilerin gerçek ihtiyaçlarını karşılayan ürünleri satmak anlamına gelmektedir. Bu durum sadece satış yapmakla kalmamakta, müşterinin mevcut alışkanlıklarını da değiştirmekte ve harekete geçirmektedir. Bu nedenle satıcının hedef kitle önünde satış yapacak yeterli ürün bilgisine ve becerisine sahip olması gerekmektedir (Nayir, 2006).

3.5 TIBBİ MÜMESSİLLERİN GÖREVLERİ VE SORUMLULUKLARI

İlaç firmaları için satış temsilcilerinin maliyetleri göz önüne alındığında işlevlerinin neler olabileceğini öngörmek mümkündür. Bir sağık temsilcisinin asli görevi satış yapmaktır. Üç tür satış vardır. Bunlardan birincisi doktorların reçete yazdırarak aracı oldukları satışlardır.

Diğeri, eczanede kampanya yaparak veya eczaneden sipariş alarak satışın gerçekleşmesidir. Üçüncüsü, kendi reçetesi olmamasına rağmen kendi ürününü muadil (ticari isim olarak rakip) olarak satmaktadır. Satış temsilcileri, çalıştıkları ilaç firmalarının bir yansıması olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle özellikle Türk ilaç sektörünün pazar payı sıralamasında ilk sırada yer alan uluslararası ve bazı yerli ilaç firmaları marka değerine vurgu yapmaktadır (Kurt, 2010).

İlaç sektöründe marka tanıtımı konusunda yürütülen faaliyetler arasında son yıllarda sosyal sorumluluk projeleri yer almaktadır. Küresel iklim değişikliği ve vahşi yaşamı konu alan bilgiler, ayrıca küresel iklim değişikliğiyle mücadele çabalarını da destekleyen çalışmalar için ilaç şirketleri satış temsilcilerinin çalışmaları ile bu projelerde ve programlarda yer almaktadır. İlaç firmaları, tıbbi mümessillerin yaptıkları işlerin karmaşık yapısı nedeniyle kendilerini takip ve kontrol altında tutabilmelerine yönelik kullanılması kolay ve pratik olan yazılım programları satın almaktadırlar. Bu programlar online olarak kullanılabildiği için ilaç firmalarının donanım olarak satış temsilcilerine sağladıkları laptop ve tabletler üzerinden günlük olarak raporlanmaktadır. Birçok satış temsilcisi, rapordan sonra kendi kendini kontrol etmeye çalışmadıkları için bu aktiviteyi gereksiz görmektedir. Temsilcilerin her ay sonunda bir sonraki ayın gündemini oluşturup bölge müdürüne iletmekle sorumlu oldukları tespit edilmiştir. Bu program, satış temsilcilerinin işlerine göre planlama yapmalarını sağlamaktadır. Aynı zamanda bu program, planlamadaki olası kesintileri önceden tahmin etmek için çok uygundur. (Eren M. , 2012).

Mesleki deneyim açısından bakıldığında, tıbbi temsilcilerin temel görevleri aşağıdaki başlıklar altında sunulmuştur.

3.5.1 Hekim Ziyareti

Tıbbi satış mümessillerinin önemli görevlerinden birisi de hekim ziyaretinde bulunmaktır. Hekim ziyaretlerine ilişkin amaçları aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Özbucak, 2004).

- a. Gerek firma gerekse kendini tanıtmaya niteliğinde bilgi akışında bulunmak.
- b. İlaçlar hususunda hekim görüşlerini almak.

- c. Gereksinimlere yönelik tespitlerde bulunmak.
- d. Tanıtım malzemelerini sunmak.
- e. İlaç tanıtımlarını gerçekleştirmek.
- f. Tanıtımı gerçekleştirilen ilaçların reçetelenmesini sağlamak.

3.5.2 Eczane Ziyareti

Eczane ziyaretleri de tıbbi mümessillerin önemli görevleri arasında yer almaktadır. Eczane ziyaretlerine ilişkin amaçları aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Özbucak, 2004).

- a. İlaçların özellikleri konusunda eczacılara gerekli bilgileri sunmak.
- b. Eczanelerin reçete analizlerini yapmak.
- c. Eczanelerde stok kontrolünü gerçekleştirmek.
- d. İlaçların satış koşullarına dair eczacıya bilgi aktarmak.
- e. Eczanelerden yeni siparişler almak.
- f. Alınan yeni siparişler hususunda ilgilileri bilgilendirmek.

3.5.3 Rakip Firmaların Takibi

Rakip firmalara dair faaliyetlerin takip edilmesi de tıbbi satış mümessillerin diğer bir görevidir. Rakip firmaların faaliyetlerinin takibine yönelik amaçları aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Özbucak, 2004).

- a. Rakip firmaları izlediği satış politikalarını ve koşullarını gözden geçirmek.
- b. Rakip firmaların tanıtım faaliyetlerini incelemek.
- c. Rakip firmalara ilişkin tanıtım yöntemlerini öğrenmek.
- d. Rakip firmaların tanıtım hedeflerini gözden geçirmek.
- e. Rakip firmaların yürüttüğü faaliyetlere ilişkin bildirimlerde bulunmak.

3.5.4 Grup Aktivitesi

Grup aktiviteleri sağlamak tıbbi satış mümessillerinin bir diğer görevidir. Grup aktivitelerine ilişkin amaçları aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Özbucak, 2004).

- a. Aktiviteye katılıma dair organizasyonlar geliştirmek.
- b. Grup aktivitesinin yapılacağı mekanları ve ortamları incelemek.
- c. Grup aktivitesinin yapılacağı mekanları ve ortamları düzenlemek.
- d. Sunum yapılması halinde ilgili araçları hazırlamak.
- e. Katılımcılara yönelik sunum yapmak.

3.5.5 Mesleki Gelişim

Mesleki gelişim ile ilgili faaliyetlerde bulunmak medikal satış temsilcisinin bir diğer görevidir. Bu misyonun amaçlarını aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Özbucak, 2004).

- a. Mesleğe dair gerçekleştirilen toplantı, seminer ve benzeri faaliyetlere katılım göstermek.
- b. Mesleğe dair yaşanan dijital gelişmeleri ve yayınları takip etmek.
- c. Mesleğe dair hizmet içi eğitim, pratik ve uygulama eğitimleri gibi programlara katılım sağlamak.

3.6 İLAÇ MÜMESSİLLERİNİN PAZARLAMA PERFORMANSI

Pazarlama kavramı, tüketicilerin veya kullanıcıların mal ve hizmetleri kolayca elde etmelerini sağlayan ticari faaliyetlerin gerçekleştirilmesidir. Bu tanım dar bir tanım olup, sadece pazarlamanın tüketicilere ulaşması için dağıtım boyutunu ifade etmektedir. Başka bir deyişle pazarlama, mevcut ve potansiyel hedef gruplardaki tüketicilere mal ve hizmet sunmak ve bu anlamda diğer işletme faaliyetlerini etkilemek amacıyla planlama, tanıtım ve dağıtım amaçlarıyla yürütülen çalışmalar bütünüdür. Bu tanım ilkinden daha geniş ve

eksiksizdir. Pazarlama, dağıtım, planlama ve promosyon hizmetleri sağlama işlevinin tamamını içermektedir (Bakan, 2011).

Sağlık hizmetleri, bireylerin ve toplumun sağlığını korumak, hasta olduklarında teşhis ve tedavi etmek, tam olarak iyileşmeyenlerin sağlığına kavuşmasını sağlamak, başkalarına bağlı olarak yaşamını sürdürmek ve sağlık düzeyini yükseltmek için yürütülen süreçlerin tümüne aittir. Önemi nedeniyle sağlık hizmetleri, ekonomide üretilen diğer hizmetlerden farklı şekilde ele alınmalıdır. Sağlık sektöründe sunulan hizmetler, genel olarak ekonomik faaliyetlerden belirli farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar sağlık hizmetlerinin doğal yapısından kaynaklanmaktadır. Yirmi dört saat kesintisiz hizmet veren sağlık kuruluşları göz önünde bulundurulduğunda tıbbi hizmetlere olan ihtiyacının ertelenmesi asla söz konusu değildir. Tıbbi tesislerde verilen birçok hizmet acildir ve ertelenemez (Ayhan, 2011).

Tıbbi hizmetlere duyulan ihtiyaç da aniden ortaya çıkmaktadır. Hastalığın ne zaman ne ölçüde ve kimde ortaya çıkacağını önceden tahmin etmek imkansızdır. Tıbbi hizmetlerin pazarlanması, tıbbi hizmet ihtiyaçlarının belirlenmesi, bu ihtiyaçların karşılanması için sunulan tıbbi hizmetlerin oluşturulması ve hastaların bu hizmetleri kullanmaya teşvik edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Sağlıkta pazarlamanın uygulanamayacağına dair bazı görüşler olsa da günümüzde özel sağlık tesislerinin faaliyete geçmesiyle birlikte sağlıkta pazarlamanın önemi artarak devam etmektedir (Aktan & Işık, 2007).

Sağlık hizmetlerinin pazarlanması, sağlık hizmetleri pazarındaki bir dizi benzersiz farklılıktan kaynaklanan özelliklere sahiptir. Sağlık hizmetleri, insanların yaşam tarzlarını etkileyecek konularla ilgili hizmetlerde bulunduğundan tüketiciler için bir belirsizlik ve tehlike söz konusudur. Sağlık hizmeti kullanıcıları, sunulan hizmetlerin doğruluğu ve kalitesi hakkında yargıya varmak için bu konuda yeterli bilgiye sahip değildir. Tıbbi hizmetlerin sunumunda sürekli olarak standart kaliteyi sağlamak neredeyse imkansızdır. Sunulan ve gelecekte alınabilecek hizmetlerin birçoğu ertelenemez niteliktedir (Köseoglu, 2007).

Sağlık hizmetlerinde sunulan hizmet düzeyi ve bu hizmetler sonucunda elde edilen başarı ve memnuniyet, farklı hizmet türleri için son derece karmaşık ve belirsizdir. Sağlık hizmetlerinden yararlanan tüketiciler bazen mantıksız davranabilmektedir. Bazı hasta yakınları ve hasta grupları tek başına seçim yapamadığı için nadir de olsa hastanın yakınları

tercih edilir. Sağlık hizmetlerinde görülen bu özellik o kadar önemlidir ki, tıbbi hizmetlerin bu özelliği dikkate alınmadan pazarlama çalışmaları yapıldığına şüphe yoktur (Güler, 2006).

Çağımızda modern pazarlama görselleştirme anlayışı, sadece ürün, çıktı, satış ve kar değil, iç ve dış müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkararak iş faaliyetlerini sürdürmekte ve bu doğrultuda bir strateji geliştirilmekte ve uygulanmaktadır. Sağlanan iç ve dış müşteri memnuniyeti faktörleri hem çalışanın şirketteki iş performansını hem de organizasyonun performansını olumlu yönde etkiler. Performansta gözlenen artış birçok faktöre bağlıdır, fiziksel ve zihinsel faktörlerin etkileri yadsınamaz. Birçok araştırmacının öne sürdüğü gibi, şirketler çalışan performansını artırmak istiyorsa hem yöneticinin hem de organizasyonun yapısının etik olarak kabul edilmesi gerekir. Etik yapı, uzun vadede işletmeye fayda sağlayan bir kavramdır. Çalışanların yöneticilerine olan güvenini ve kurumlarına bağlılıklarını artırırken, bir şirketin istediği durumlardan ayrılma niyetlerini de azaltır. Bu doğrultuda bir strateji geliştirmek ve bu faktörlere odaklanmak için şirket performansını etkileyen faktörleri özel olarak anlamak gerekmektedir (Ullah, Ullah, & Durrani, 2011).

2020 yılına kadar Türkiye dahil olmak üzere E7 ülkelerinin, dünyada pazarlanan ilaçların beşte birinin alıcısı olması beklenmektedir. Türkiye ilaç pazarında beklenen bu büyüme ile birlikte pazar payını ve rekabet gücünü artırmak isteyen ilaç firmaları için ilaç satış temsilcileri giderek önemli hale gelmektedir. Çünkü Ar-Ge'de geliştirilen ürün ve bilgiler tıbbi temsilciler (ilaç temsilcileri) aracılığıyla sektöre aktarılmaktadır. Mesleki Standartlar Kuruluna göre, satış temsilcileri veya tıbbi temsilciler, doktor ziyaretlerini, eczane ziyaretlerini ve operasyonları izlemek için gerekli bilgi ve becerilere sahip nitelikli kişilerdir. İlaç sektöründe ürün farklılaşmasının giderek azalması ve ürün çeşitliliğinin artması rekabeti promosyon ve satışa yöneltmiştir. Bu bağlamda satış temsilcilerinin bilgi, beceri, farkındalık düzeyleri ve kariyer beklentileri ürettikleri hizmetin kalitesini ve ulaştıkları satış hedeflerinin başarısını belirlemektedir (Ercan & Top, 2016).

Tıbbi ürün temsilcisinin reklamını yaptığı ve pazarladığı ilacın müşterileri doktor, diş hekimi veya eczacıdır, ancak hasta ilacı kullanılmaktadır. Hastanın ilaç seçme becerisinin olmaması nedeniyle; karar verici bir doktor, diş hekimi veya eczacıdır. Tıbbi ürünlerin tanıtımını yapan temsilci, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütürken Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenen yasal kurallara uymak zorundadır. 3 Temmuz 2015 tarihli Tıbbi Ürünlerin

Tanıtımı Hakkında Yönetmelikte ürün temsilcisi, üniversite fakülteleri mezunlarına, ürün ürünlerini tanıtacak eğitim temsilcilerine veya üniversite ve üzeri mezunlara diploma ibraz edilmesi halinde olunabilmektedir. Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu, sertifikayı veren kurum tarafından düzenlenen veya yetkilendirilen bir sınavdan başarılı bir şekilde mezun olmak zorundadır. Tıbbi ürün reklamı yapan temsilcilerin herhangi bir veya benzeri ürünün tanıtımını yapamayacakları ve tıp dışı profesyonellere tanıtım malzemesi sağlayamayacakları ilgili mevzuatta belirtilmiştir. Terfi sırasında sağlık profesyonelleri, ilaç veya ilaçların yan etkileri/komplikasyonları ile ilgili şikâyet, öneri ve yorumlarını şirketlerinin ilgili bilimsel bölümlerine veya etkilenen kişilere iletmekle yükümlüdür (Özkelebek, 2019).

İlaç şirketlerinde satış temsilcilerinin, işe alma, seçme, eğitim, performans değerlendirme ve ücretlendirme gibi faaliyetlerle istenilen nitelikleri kazanmaları ve istenen başarıya ulaşmaları hususunda sorumluluğun büyük kısmı insan kaynaklarına aittir. Tıbbi temsilcilerin kariyerlerini şirket içinde sürdürme istekleri, kuruluşun amaç ve değerlerinin benimsenmesinde oldukça önemlidir. Kişisel hedeflerine ulaşma isteklerini organizasyonunkilerle bütünleştirmek, farmasötik temsilcilerinin işte beklenen çabayı ve performansı göstermesine neden olur. Ancak ilaç sektöründe satış temsilcilerinin devir hızı oldukça yüksektir. Özellikle ilaç temsilcilerinin kurum içinde kariyerlerine devam etmelerini sağlamak ve bu amaca yönelik duygusal bir bağlılık geliştirmek insan kaynakları yöneticilerinin görevidir. Duygusal bağlanma, çalışanların kariyer hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için çalışanlar ve organizasyon arasındaki sevginin gelişmesidir. Hal böyle olunca da çalışanlar gönüllü olarak kendi istekleri ile örgütte çalışmaya devam etmektedirler. Çalışanlar, şirketin insan kaynakları yönetimi, işe alım, eğitim, performans değerlendirme, ücretlendirme ve kariyer planlaması gibi faaliyetlerle kariyer hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olduğu görülmektedir (Gümüş, 2014).

Türkiye'de ve dünyada önemi her geçen gün artan Türk ilaç sektörü, istihdam yaratma ve katma değer açısından önemli pazarlardan biridir. Dünyanın önde gelen ilaç pazarlarından biri olan Türkiye, sağlık hizmetlerinin büyümesi ve pazar genişlemesi ile pazar payını her geçen gün artırmaktadır. Pazarı geliştirmekte olan bu alan, büyüme ile birlikte iş fırsatlarını da katlamakta ve pazarda önemli bir konuma sahip olan bu alanda yüzlerce kişi farklı pozisyonlarda çalışmaktadır. Ağırlıklı olarak terfiye dayalı olan ilaç sektöründe nitelikli insan

kaynağı önemli bir güçtür. Özellikle satış ve tutundurma faaliyetleri yürüterek sektörde itici güç olarak bilinen satış temsilcileri, rakiplerin çok olduğu pazarda rekabet avantajı yaratmanın etkili araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle bu önemli kaynağın eğitilmesi, eğitilmesi ve her şeyden önce tanıtılması gerekmektedir. Duyguların yoğun olarak düşüncelerle birlikte kullanıldığı satış işinde, satış elemanının başarısında motivasyonun önemli bir etkisi vardır. Satış elemanlarını organizasyonda tutmak ve istenilen satış hedeflerine ulaşmak isteyen firmalarda pazarlama performansının artırılması için çalışanların motivasyonlarına daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. Ayrıca, özellikle rekabetin ve işgücü rotasyonunun çok şiddetli olduğu ilaç endüstrisinde satış personeli elde tutmanın çok zor olduğu da bir gerçektir. Tüketimi artan ilacın doğru ve etik bir şekilde pazara sunulmasının tek yolu tıbbi satış mümessillerinden geçmektedir. Firmaların verimliliklerinin artması için tıbbi satış mümessilleri tarafından gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri büyük önem teşkil etmektedir (Ercan & Top, 2016).

Bu anlamda performans analizinin de yapılması kaçınılmazdır. İlaç firmalarının maddi ve manevi açıdan uygun, pazarlama performansını artıracak kaynaklarını belirlemeleri tıbbi ilaç mümessillerinden verim almaları konusunda etkili bir yol olacaktır. Ancak günümüz rekabet koşullarında satış elemanını elde tutmanın tek yolunun maddi motivasyon kaynakları olmadığı bilinmektedir (Nayir N. , 2010). Hem maddi hem de manevi motivasyon teşvikleri ile tıbbi satış mümessillerinin pazarlama performanslarının artırılmasında etkili yollar izlenmesi gerekirken bu performansı etkileyecek çok sayıda faktörden bahsetmek mümkündür.

3.6.1 İlaç Mümessillerinin Performanslarını Etkileyen Faktörler

Çalışanların hem maddi hem de manevi olarak çalışmalarının karşılığını almaları iş performansları açısından oldukça önemlidir. Önem derecesine göre çalışan beklentilerini aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Barutçugil, Performans Yönetimi, 2002).

- a. Övülmek ve takdir edilmek,
- b. Tasdik edilmek,
- c. Maddi ödüller elde etmek,

- d. Terfi elde etmek,
- e. Öneride bulunmak ve verilen önerilerin değerlendirildiğini görmek,
- f. Performansa yönelik geri dönüşler almak,
- g. Ücret artışları elde etmek,
- h. Kişisel gelişime yönelik destek görmek,
- i. Kişisel gelişim için zaman elde etmek.

İlaç firmaları, ücretlendirme sistemi, araç teslimi, ara sınav ve yılsonu toplantıları gibi saha personelinin pazarlama etkinliğini artıracak yöntemlerden bahsetmek mümkündür. Ücretler, çalışanları sahada çalışmaya motive eden faktörlerden biridir. Bu sektördeki maaşlar için yaygın bir rakam olsa da maaş ve ikramiye sistemleri şirketten şirkete değişiklik göstermektedir. Başka bir deyişle, saha çalışanı sabit bir ücret almakta, ancak bu ücrete ek olarak satışları için ek bir ücret daha almaktadır. İlaç sektörünün doğası gereği bu alanın organizasyonuna özel önem verilmektedir. Saha organizasyonu şirketin en önemli noktasıdır. Çünkü ticari faaliyetin tüm aşamalarını yürüten ve şirkete kar sağlayan saha organizasyondur. Saha çalışanlarının motivasyonları ne kadar yüksek olursa, başarıları ve kazançları da o kadar yüksek olmaktadır. Bu anlamda bireylerin istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik finansal ve etik imkanların sağlanması onların motivasyonunun artmasında, pazarlama performansının yükseltilmesinde ve korunmasında etkili olacaktır. Pazarlama performansı, motivasyonu artırma, takım oluşturma, ödül, takdir ve övgü gibi duygusal desteklerle sağlanabileceği gibi zam, ikramiye, araba çekilişi gibi duygusal desteklerle de sağlanabilmektedir. Bu çalışmalar mümessillerin kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlayacak, çalışma istekleri ve şirkete olan güvenlerini artıracaktır (Nayir N. , 2006). Tüm bu koşullar sağlandığında mümessillerin hedeflerine ulaşmaları kolaylaşacak ve böylece karlı satışlar yapılacaktır. Yukarıdaki açıklamalara ek olarak, bir satış temsilcisinin pazarlama performansını etkileyen faktörler aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilebilir.

3.6.1.1 Satış özendirme

İlaç sektöründe kişisel satışı destekleyen en önemli araçlar görsel materyaller, broşürler, ürün numuneleri ve iş olarak tanımladığımız satış organizasyonu için gerçekleştirilen diğer faaliyetlerdir. İlaç sektörüne baktığımızda satış geliştirme araçlarının diğer sektörlerden farklı olduğu dikkat çekmektedir. Çünkü promosyonlar tüketicilerden çok, satın alma kararı veren doktorlar ve eczacılar için yapılmaktadır. Ayrıca dağıtım kanalı olarak ecza depolarına yönelik satış geliştirme faaliyetleri bulunmaktadır. Tüm bu satış promosyonu eylemleri, satışları istenen hedeflere doğru geliştirmeyi ve artırmayı amaçlamaktadır. Kullanılan görsel yardımcılar (broşür, çalışma yaprağı vb.), promosyonlar ve şablonlar, doktora ve eczacıya her gittiğinizde ürünün geri çağrılmasını kolaylaştıracaktır. Bu nedenle satış temsilcisinin ürünün hatırlandığını ve tanındığını bilmesi daha kolaydır ve ilaçları reçeteye dönüştürmek için güçlü bir teşvike sahip olacaktır (Gül & Oktay, 2009).

Bir satış temsilcisi için en önemli satış tutundurma araçları, satış organizasyonu için gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Ticaret organizasyonu, ürünlerin satışa sunulmasının her aşamasına müdahale ettiği için, bu kadroyu uygun şekilde yönetmek ve verimliliği artırmak için ticaret ekibinin her bir üyesinin farklı sorunlarını tespit etmek ve bu sorunlara çözüm bulmak gerekmektedir. Bu bağlamda, motivasyon ve motivasyonun korunması konularına odaklanmak oldukça önemlidir. Çünkü motivasyon, çalışanı işine bağlayan ve yaptığı işten tatmin duymasını sağlayan her şeydir. Çalışma motivasyonunu kaybeden bir çalışan, işe olan ilgisini kaybetmektedir. Böyle bir çalışanın üretken olması ve pazarlama performansının yüksek olmasını beklemek doğru değildir (Kaplan, 2007). Ticari organizasyon, ilaç şirketlerinin kalbidir. Bu nedenle ekipteki her tıbbi temsilcinin bireysel istek ve beklentilerini karşılayacak finansal ve etik imkanların sağlanması motivasyonun sağlanmasında, geliştirilmesinde, korunmasında ve pazarlama performanslarının artmasında etkili olacaktır. Bu anlamda maaş ve ikramiye gibi finansal fırsatların yanı sıra ekip oluşturma, ödüllendirme, takdir ve övgü gibi fiziksel olmayan fırsatlarla da çalışanların desteklenmesi önemlidir. Tüm bu çabalar kendilerini daha iyi hissetmelerine yardımcı olacak, çalışma isteklerini artıracak ve şirkete olan güvenlerini ve güvenlerini artıracaktır (Yurteri, 2014).

3.6.1.2 Maddi imkanlar

Bir işi yapma isteği olarak tanımlanan motivasyon, çalışanların işlerini etkin ve verimli bir biçimde yapmalarını sağlayacak, dolayısıyla performanslarını olumlu etkileyecek bir araçtır. Pazarlama performansını artırma hususunda maddi ve manevi çok sayıda kriterden bahsetmek mümkündür. İş görenlerin performanslarını artırmada sıklıkla kullanılan faktörlerden biri ise ücrettir. Çünkü iş görenler ihtiyaçlarını giderebilecekleri miktarda bir ücret elde etmek için çalışmaktadır. Bu nedenle işletmelerin büyük bir bölümü çalışanlarını motive etmede ve performanslarını artırmada bu yöntemden yararlanmaktadır. Özellikle tıbbi mümessiller için ücret önemli bir kriterdir. Çünkü çoğu tıbbi satış elemanı aldığı temel ücreti dışında, hedefi üzerinde sattığı her miktar için prim adı verilen ek ücret almaktadır. Böylelikle temel ücreti dışında aldığı bu ek ücret kendisi için önemli bir motivasyon kaynağı olmakla birlikte daha fazla satış için onu kamçılamakta ve pazarlama performansını olumlu etkilemektedir. Maddi unsurlara, prim ve ücret dışında satışı teşvik edici maddi katkıları da ekleyebilmek mümkündür. Maddi motivasyon araçlarının temel amacı; çalışanlara maaş ödemelerinin dışında ek parasal ödemeler de sunarak çalışanın performansını ve verimliliğini arttırmaktır (Yurteri, 2014).

3.6.1.3 Manevi imkanlar

Günümüzde bireylere finansal olanaklar sağlamak tek başına bir çözüm değildir. Çalışanların gelişmelerini sağlamak, hatta onları gelişmeye zorlamak ve çalışanlarına dış dünyada iş arama fırsatı vermek, performansı artırmak ve fikirleri motive etmek için kritik öneme sahiptir (Tütüncü & Küçükusta, 2009). Eğitim ve gelişim faaliyetleri, kariyer, sosyal olanaklar ve çalışma ortamı gibi soyut fırsatlar çalışanın performansını etkileyen önemli araçlar olarak günümüz koşullarında önemini artırmıştır. Satış temsilcisi olan satış temsilcileri açısından duruma baktığımızda eğitim ve kişisel gelişim fırsatları, iyi bir kariyer planı ve çalışma ortamı gibi soyut fırsatların da pazarlama performansında önemli bir yeri olduğu görülmektedir (Sezgin, 2013).

3.6.1.4 Ekip çalışması

Ekip, şirketin stratejik amacına ulaşmak için birbirini teşvik ederek ve bilgi performansı sağlayarak ortak iş başarısı elde etmeye çalışan iki veya daha fazla kişiden oluşan

operasyonel bir birimdir. Firmaların takım çalışmasını destekleme nedenleri; çıktıyı artırmak, çalışan motivasyonunu sağlamak ve artırmak, kaliteli ürünler yaratmak, organizasyon yapısında esneklik yaratmak, fonksiyon ve performans artışı olarak sıralanabilir. Ayrıca işletme yönetiminin etkinliğinin artırılması, Ar-Ge kapasitesinin sağlanması ve pazarda rekabet avantajı elde edilmesi de ekip çalışmasını teşvik etmek için etkili nedenlerdir. Grup organizasyon modelinin şirketlerde uygulanması, beklenen verimlilik seviyesini getirecektir. Çünkü grup halinde çalışan bireyler kendilerini daha az stresli bulmaktadır. Takımdaki rollerinden bireysel olarak sorumlu olsalar da başarının genel sorumluluğu takıma aittir. Bu paylaşılan sorumluluk, yalnız çalışan kişi için stresi azaltmada önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca takım içerisindeki ekip çalışması, hedeflere daha verimli ve hızlı bir şekilde ulaşılmasına da yardımcı olacaktır. Ekip üyeleri arasındaki ilişkiler, grup uyumunu arttırmakta ve ortak hedeflere yönelik çalışmayı teşvik etmektedir. Günümüzde çalışan performansındaki artış, şirket performansındaki artışa eşdeğer kabul edilmektedir. Son yıllarda özellikle çalışan performansını artırmak için ekip çalışması önem kazanmıştır. Şirketler, ekip çalışması çalışan performansını ortaya çıkarmanın ve yaptıkları işi sahiplenmelerini sağlamada daha verimli ve daha ucuz bir yolu olarak görmektedir (Nayir N. , 2010).

Takım ruhu, ilaç sektöründe de hedeflere ulaşmada önemli bir motivasyon kaynağı olarak bilinmektedir. Satış temsilcilerine verilen bireysel hedefler, ilgili ekibin temel amaçlarını oluşturmakta ve bu bireysel hedeflere ulaşılması, birincil hedeflere ulaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ortak bir akılla hedeflere ulaşmak için birlikte çalışmak ekip performansının iyileştirilmesinin ana kaynağıdır. Ekip çalışmasıyla motive olan satış temsilcileri, hedeflere ulaşmak için daha büyük bir kararlılıkla çalışarak sorumluluğu paylaşabilmektedir. Bu durumda bölge ve şirket hedeflerine ulaşmada başarıya ulaşırken satış temsilcilerinin pazarlama performanslarında artış görmek mümkündür (Nayir N. , 2010).

3.6.1.5 Yönetici tutumları

Yöneticilerin çalışanlarının sakin ve mutlu olacağı bir çalışma ortamı sağlamaları önemlidir. Çünkü ihtiyaçları karşılanan bireyler huzurlu ve mutlu olabilmektedir. Ancak böyle bir çalışma ortamının sağlanabilmesi için bireyin ihtiyaçlarının, motivasyonlarının ve

davranışlarının yönetici tarafından iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Yöneticiler, çalışan ilişkilerini güçlendiren faktörleri titizlikle belirleyerek çalışan motivasyonunu ve performansını artırmalıdır. Yöneticiler motivasyon konusunda titiz olmalıdır. Çünkü bir yöneticinin başarısı, ekibin örgütün hedefleri doğrultusunda yüksek performansla çalışmasına bağlıdır. Desteklenmeyen ve motive edilmeyen bir çalışandan başarı beklenemez. Bir yönetici, çalışanlarının şirketin hedeflerine ulaşacak şekilde davranmasını sağlamak zorunda olduğundan, çalışanları için motivasyon kaynaklarını belirlemeli ve ortadan kaldırmalıdır. Ancak yöneticiler, çalışanların tutum ve davranışlarına özellikle dikkat etmelidir. Çünkü bir yöneticinin bir çalışana karşı tutum ve davranışı da o çalışanın iş performansı için çok önemlidir. Yöneticinin benimsediği yönetim tarzı ve çalışma ortamı dışında iş arkadaşlarına karşı sergilediği davranışlar, iş görenler üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiler yaratmaktadır (Örücü & Kanbur, 2008). Özellikle bölge yöneticilerinin tıbbi satış temsilcileri ile yakın temaslı çalışması nedeniyle iş ve iş dışındaki tutum ve davranışları çalışanları için güçlü bir motivasyon ve başarı performansı etkisi yaratmaktadır (Nayir N. , 2010).

3.6.1.6 Hekim ve eczacı tutumları

İlaç endüstrisinin hedef kitlesi hekimler, eczacılar ve hastalardır. İlaç sektöründe çeşitli tanıtım faaliyetleri bu hedef kitleye sunulmakta ve bu hedef kitleye satış yapılmaktadır. Satış temsilcileri, satış ve pazarlama hedeflerine göre her gün belirli doktorları ve eczaneleri ziyaret etmek zorundadır. Bu ziyaretler sırasında hekim ve eczacılarla olan ilişkileri, muayene edenlerin verimli ve etkili bir ziyaret yapabilmesi için son derece önemlidir. Satış temsilcisinin hekim ve eczacılarla olan ilişkisinde doktor ve eczacıların olumlu davranış ve tutumları, onlarda motivasyonu geliştirerek işlerini daha iyi ve olumlu bir şekilde yapmalarını sağlamak ve pazarlama becerilerini de artırmaktadır (Nayir N. , 2010).

3.6.1.7 Hedef

Hedefler, özellikle satış kotaları, bir satış temsilcisinin performansının en önemli göstergelerinden biridir. Tıbbi satış temsilcileri, kendilerine verilen hedefler doğrultusunda sorumlu oldukları alanlarda ticari hedeflerine ulaşmaya çalışmaktadır. Her şirket bu hedefleri farklı şekillerde belirlemektedir. Ancak, satış temsilcilerinin çalıştıkları alanlarda ulaşılabilir makul hedefler belirlemesi önemlidir. Makul hedefler için çalışan satış

temsilcileri, bu hedeflere ulaşmak için daha çok çalışacaklardır ve eğer hedefe ulaşırlarsa ve ikramiye alırlarsa, bu durum onlar için büyük bir motivasyon kaynağıdır. Hedefine ulaşan bir tıbbi satış temsilcisi bölgeye ve dolayısıyla şirketin genel gelirin katkıda bulunacaktır. Ancak, hedeflerini mantıksız gören ve gerçekte makul hedeflerine ulaşamayan satıcıların pazarlama faaliyetleri de olumsuz etkilenecek, motivasyonları düşecek ve ürünlerini tanıtmak ve satmak için çaba sarf etmeyeceklerdir. Bu nedenle makul ve ulaşılabilir, hedeflere kısa sürede ulaşan ve satış elemanlarını motive etmede ve pazarlama performanslarını artırmada etkili olan hedefler belirlemek, şirketlerin dikkat etmesi gereken önemli unsurlardan biridir (Aksu, 2006).

Gerçekleştirilen literatür incelemesinde günümüz iş ortamında çalışanın performansını verimli kullanabilmesinin büyük ölçüde kurum içinde yaşadığı iş tatminine bağlı olduğu görülmektedir. Günümüz işletmelerinde meydana gelen devamsızlık, yüksek iş gücü devir hızı, disiplinsiz davranışlar ve iş bırakma gibi olumsuz davranış ve yaklaşımların temelinde iş tatminsizliğinin yattığını söylemek mümkündür. Bu açıdan işletmelerin hangi sektör olursa olsun çalışanları ile mutlu bir çalışma ortamı oluşturabilmek için yapı, yöntem ve süreçlerinde kalite felsefesini temel alan iş tatmini uygulamalarını artırmaları, iş tatmin düzeyini olumlu etkileyen faktörlere ağırlık vererek iş tatminsizlik düzeyini yükselten faaliyetlerden kaçınmaları gerekmektedir. Ancak birçok işletmenin konu ile ilgili akademik bilgisinin oldukça sınırlı olduğu, iş tatminini etkileyen faktörlere ilişkin sektörel bazlı araştırmaların da literatür içerisinde oldukça kısıtlı olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda gerçekleştirilen bu tez çalışmasında iş tatminini etkileyen faktörlerin ilaç mümessillerinin pazarlama performansına etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. İlaç mümessillerinin pazarlama performanslarının iş tatmini ile arasındaki ilişkinin ölçüldüğü bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4. YÖNTEM

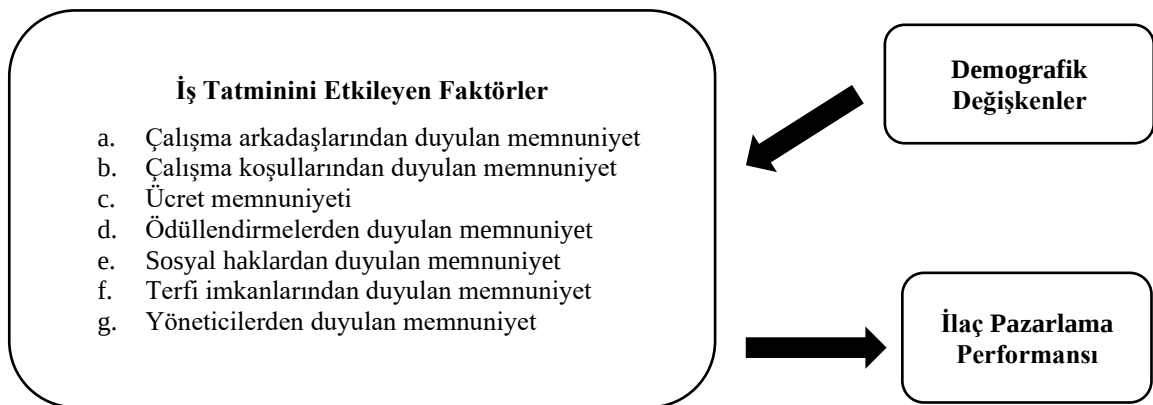
Bu bölümde; araştırmanın deseni, araştırmanın modeli, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın evren ve örnekleme, araştırmanın veri toplama araçları, verilerin toplanma süreci ve veri analiz yöntemine ilişkin bilgiler verilmiş ve bu kapsamda araştırmanın nasıl gerçekleştirildiği anlatılmıştır.

4.1 ARAŞTIRMANIN DESENİ

Bu araştırmada ilaç pazarlaması yapan ilaç mümessillerinin iş tatminlerini etkileyen faktörlerin, mümessillerin ilaç pazarlama performansı üzerindeki etkisinin incelenmesi hedeflenmektedir. Araştırmada aynı zamanda cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, aylık gelir, işteki pozisyon, sektörel tecrübe ve işletme tecrübesi durumlarına göre ilaç mümessillerinin iş tatminlerini etkileyen faktörlerin ve mümessillerin ilaç pazarlama performanslarının farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Araştırmanın bu amacına uygun olarak araştırmada nicel bir araştırma deseni kullanılmıştır. Araştırmanın modeli ise ilişkisel tarama modelidir. İlişkisel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımına denir. İlişkisel tarama modelinde, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği; değişme varsa bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır (Karasar, 2011).

4.2 ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan araştırma modeli Şekil 4.2’de gösterilmiştir.



Şekil 4.2: Araştırma Modeli.

4.3 ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışmamızda bağımlı değişken pazarlama performansıdır. Pazarlama performansı, ilaç mümessillerinin satış hacmi, pazar payı, müşteri memnuniyeti gibi ölçümlerdir. Çalışmamızdaki bağımsız değişkenler ise iş tatmini üzerinde etkisi olduğu düşünülen faktörlerdir. Bu faktörler; çalışma koşulları, ücret ve maaş düzeyi, terfi olanakları, çalışma arkadaşları ve yönetim ilişkileri, iş güvenliği, işin kendisi (çalışma yoğunluğu, iş yükü, sorumluluk düzeyi vb.), kariyer imkanları, iş yaşam dengesi, çalışma ortamı ve kültürü gibi unsurlardır. Bu faktörlerin, ilaç mümessillerinin pazarlama performansı üzerindeki etkisini inceleyen araştırmada, iş tatmini bağımlı değişkenin yanı sıra yukarıda belirtilen faktörler bağımsız değişken olarak kullanılmaktadır. Böylece bu faktörlerin ilaç mümessillerinin pazarlama performansını nasıl etkilediği ortaya konmaktadır.

Araştırmanın amacına ve araştırma modeline uygun olarak bu araştırmanın 9 ana hipotezi ve 14 alt hipotezi bulunmaktadır:

H1: Çalışma arkadaşlarından duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler.

H2: Çalışma koşullarından duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler.

H3: Ücret memnuniyeti ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler.

H4: Ödüllendirmelerden duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler.

H5: Sosyal haklardan duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler.

H6: Terfi imkanlarından duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler.

H7: Yöneticilerden duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler.

H8: İş tatmini düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılaşır.

H8a: İş tatmini düzeyleri cinsiyete göre farklılaşır.

H8b: İş tatmini düzeyleri yaşa göre farklılaşır.

H8c: İş tatmini düzeyleri medeni duruma göre farklılaşır.

H8d: İş tatmini düzeyleri eğitim düzeyine göre farklılaşır.

H8e: İş tatmini düzeyleri işteki pozisyona göre farklılaşır.

H8f: İş tatmini düzeyleri mesleki tecrübeye göre farklılaşır.

H8g: İş tatmini düzeyleri işletme tecrübesine göre farklılaşır.

H9: İlaç pazarlama performansı demografik değişkenlere göre farklılaşır.

H9a: İlaç pazarlama performansı cinsiyete göre farklılaşır.

H9b: İlaç pazarlama performansı yaşa göre farklılaşır.

H9c: İlaç pazarlama performansı medeni duruma göre farklılaşır.

H9d: İlaç pazarlama performansı eğitim düzeyine göre farklılaşır.

H9e: İlaç pazarlama performansı işteki pozisyona göre farklılaşır.

H9f: İlaç pazarlama performansı mesleki tecrübeye göre farklılaşır.

H9g: İlaç pazarlama performansı işletme tecrübesine göre farklılaşır.

4.4 ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’de görev yapan ilaç mümessilleri oluşturmaktadır. Mümessil Dayanışma Derneği’ne (MÜDAD) göre Türkiye’de kayıtlı yaklaşık 25 bin mümessil bulunmaktadır. Araştırmanın örneklemini bu evren içerisinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Bu araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde görev yapan 385 mümessil oluşturmuştur. Bu bölge en yoğun pazarın olduğu ve bölgede çalışan

müessil sayısı fazla olduğu için tercih edilmiştir. Örneklem içerisinde farklı cinsiyetten, yaş grubundan ve mesleki tecrübeden müessil bulunmasına dikkat edilmiştir.

4.5 VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmanın verileri anket yöntemiyle toplanmıştır. İlgili literatür dikkatli şekilde taranarak araştırmanın amacına uygun bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu hazırlanırken uzman görüşü de alınmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmuştur: Kişisel bilgi formu, ilaç müessilleri performans ölçeği ve iş tatmini ölçeğidir.

Kişisel bilgi formu: Anket formunun bu bölümünde araştırmaya katılan ilaç müessillerinin demografik bilgilerini hedefleyen 8 soru yöneltilmiştir. Bu sorular ile cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, aylık gelir, işteki pozisyon, sektörel tecrübe ve işletme tecrübesi hakkında bilgiler elde edilmiştir.

İlaç müessilleri performanslarını ölçmek için anket formunda tek bir soru yöneltilmiştir. Bu soru ilaç müessillerinin tamamlanan realizasyon oranlarıyla ilişkilidir. Müessil hedef realizasyon oranı müessilin performansını ölçen ve buna bağlı olarak prim almasını sağlayan bir ölçüm skorudur. Tamamlanan realizasyon oranı %90 altında kalan müessiller prim hak edemezler. Prim hak ediş %90'da başlar ve %100 tamamlanan realizasyon oranlarda firmanın belirlediği yıllık primin tamamı alınır. %100'ün üzerinde olan oranlarda ise şirketlerin belirlediği oranda prim katlanarak hesaplanır. Anket formunda her katılımcı kendisi için belirlenen hedefleri hangi oranda tamamlandığını performansının bir göstergesi olarak belirtmiştir.

İş Tatmini Ölçeği: Bu çalışmada kullanılan iş tatmini ölçeği Spector (1997) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe 'ye uyarlaması Sun (2002) tarafından yapılmıştır. Orijinal ölçek 76 maddeden oluşmakta ve hem genel iş tatminini ve hem de iş tatminini etkileyen faktörleri ölçmektedir. Bu araştırmanın amacına ve araştırma modeline uygun olarak ölçek revize edilmiştir. Ölçek 59 maddeden ve 7 alt boyuttan oluşmuştur. Alt boyutlar; ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları alt boyutlarıdır. Sun (2002) alt boyutlar için Cronbach Alfa güvenirlik katsayılarını 0,57 ila 0,92 arasında rapor etmiştir. Ölçekte 29 madde negatif yönlü olarak yöneltilmiş ve analizlerden önce bu maddelerin skorları tersine çevrilmiştir. Ölçek 5'li Likert tipinde bir ölçektir. Ölçek

maddeleri; (1) “hiç katılmıyorum”, (2) “katılmıyorum”, (3) “kararsızım”, (4) “katılıyorum” ve (5) “tamamen katılıyorum” olmak üzere beş seçenekli olarak cevaplanmaktadır.

4.6 VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Araştırmanın verileri 2022 yılı Kasım, Aralık ayı ve 2023 yılı Ocak aylarında toplanmıştır. Anket formlarının dağıtılmasında birden fazla yöntem kullanılmıştır. Doğrudan ulaşılabilen mümessillere anket formları elden dağıtılmış ve toplanmıştır. Bazı anket formları firmaların yöneticileri vasıtası ile çalışanlara ulaştırılmıştır. Diğer bazı anket formları ise mümessil dayanışma derneğinin dernek üyelerine iletilmiştir. Son olarak, çeşitli mümessil WhatsApp grupları aracılığıyla bazı anket formları da çevrim içi olarak dağıtılmıştır.

4.7 VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmanın anket formları aracılığıyla toplanan verileri IBM SPSS 26.0 programı üzerinde analiz edilmiştir. Frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistikler katılımcılara ait demografik bulguları ve ölçekleri tanımlayıcı bulguları sunmak için kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği iç tutarlılık katsayıları (Cronbach's Alpha) hesaplanarak analiz edilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerleri kullanılarak ölçeklere ait verilerin dağılımlarının normallığı analiz edilmiştir. Bağımsız örneklem *t* testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi gruplar arası farklılıkları analiz etmek için kullanılmıştır. Post Hoc analizleri için Bonferroni testi kullanılmıştır. Karşılaştırmaları yapılan alt gruplardaki katılımcı sayılarının birbirlerinden çok farklı olması ve bazı durumlarda 30'un altında olması nedeniyle Bonferroni Post Hoc testi tercih edilmiştir. Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkileri analiz etmek için Pearson korelasyon testi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerini analiz etmek için ise çoklu regresyon analizleri kullanılmıştır. İstatistiki anlamlılık %95 güven aralığında aranmıştır.

5. BULGULAR

Tez çalışmasının bu bölümünde anket formları aracılığıyla elde edilen veriler istatistiki yöntemlerle analiz edilmiş ve analizlerin bulguları sunulmuştur. Bulgular ilgili başlıklar altında Tablolar aracılığıyla sunulmuş ve bu sunulan Tablolar açıklanmıştır.

5.1 KATILIMCILARA AİT DEMOGRAFİK BULGULAR

Aşağıda Tablo 5.1’de katılımcıların demografikleriyle ilgili elde edilen bulgular sunulmuştur.

Tablo 5.1: Katılımcılara Ait Demografik Bulgular.

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	246	63,9
	Kadın	139	36,1
Yaş	20-30 yaş	143	37,1
	31-40 yaş	165	42,9
	41 yaş ve üzeri	77	20,0
Medeni Durum	Bekar	152	39,5
	Evli	182	47,3
	Boşanmış	39	10,1
	Ayrı yaşıyor	12	3,1
Eğitim Durumu	Lise-Ön lisans	31	8,1
	Lisans	270	70,1
	Yüksek lisans-Doktora	84	21,8
Gelir Düzeyi	6000TL ve daha az	16	4,2
	6001-9000TL	62	16,1
	9001-12000TL	98	25,5
	12001-15000TL	140	36,4
	15000TL ve daha fazla	69	17,9
Pozisyon	Yönetsel	64	16,6
	Yönetsel olmayan	321	83,4

Tablo 5.1: Katılımcılara Ait Demografik Bulgular (Devam).

Sektörel Tecrübe	0-5 yıl	130	33,8
	6-10 yıl	142	36,9
	11-15 yıl	50	13,0
	16 yıl ve üzeri	63	16,4
İşletme Tecrübesi	0-5 yıl	238	61,8
	6-10 yıl	90	23,4
	11-15 yıl	38	9,9
	16 yıl ve üzeri	19	4,9

Tablo 5.1'deki bulgulara göre;

Katılımcıların %63,9'u erkek ve %36,1'i kadındır. Katılımcılardan yaşları 20-30 arasında olanların oranı %37,1, 31-40 arasında olanların oranı %42,9 ve 41 yaş ve üzeri olanların oranı da %20,0'dır. Katılımcıların %39,5'i bekar, %47,3'ü evli, %10,1'i boşanmış ve %3,1'i de ayrı yaşıyor. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%70,1) lisans mezunu olduğu bulunmuştur. Yüksek lisans ve doktora mezunu olanların oranı %21,8 iken ön lisans veya lise mezunu olanların oranı ise %8,1'dir. Katılımcıların gelir düzeylerine bakıldığında, 6000TL ve daha az aylık gelire sahip olanların oranının %4,2, 6001-9000TL arası aylık gelire sahip olanların oranının %16,1, 9001-12000TL arası aylık gelire sahip olanların oranının %25,5, 12001-15000TL arası aylık gelire sahip olanların oranının %36,4 ve 15001TL ve üzeri aylık gelire sahip olanların oranının ise %17,9 olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %16,6'sının yönetsel bir pozisyonda ve %83,4'ünün ise yönetsel olmayan bir pozisyonda çalıştığı bulunmuştur. Katılımcıların %33,8'in 0-5 yıl, %36,9'unun 6-10 yıl, %13,0'ının 11-15 yıl ve %16,4'ünün de 16 yıl ve üzeri sektörel tecrübeleri olduğu bulunmuştur. İşletme tecrübesine bakıldığında ise katılımcıların %61,8'in 0-5 yıl, %23,4'ünün 6-10 yıl, %9,9'unun 11-15 yıl ve %4,9'unun da 16 yıl ve üzeri sektöre tecrübeleri olduğu bulunmuştur.

5.2 ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLERİN GÜVENİRLİK ANALİZİ

Araştırmada kullanılan iş tatmini ölçeğinin 7 alt boyutu için güvenilirlik analizleri yapılmıştır ve sonuçları Tablo 5.2'de gösterilmiştir. Güvenirlik analizleri iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alfa) hesaplanarak yapılmıştır.

Tablo 5.2: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlik Analizi.

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Ücret	7	0,69
Terfi	10	0,79
Yönetim	13	0,85
Sosyal haklar	10	0,72
Ödüllendirme	7	0,70
Çalışma arkadaşları	6	0,74
Çalışma koşulları	6	0,62

Tablo 5.2'deki bulgulara göre;

Ücret, terfi, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları alt boyutu için hesaplanan iç tutarlılık katsayıları (Cronbach's Alpha) değerleri 0,62 ila 0,79 arasında değişmektedir. İç tutarlılık katsayıları 0,60 ila 0,80 arasında olan ölçekler orta güvenirlikte ölçekler olarak değerlendirildiğinden (Nakip ve Yaraş, 2017) ücret, terfi, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları ölçekleri orta güvenirlikte ölçekler olarak kabul edilmişlerdir. Yönetim ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı ise 0,85 olarak ölçüldüğünden bu ölçek yüksek güvenirlikli bir ölçek olarak kabul edilmiştir (Nakip ve Yaraş, 2017).

5.3 NORMALLİK ANALİZİ VE BETİMSSEL İSTATİSTİKLER

Araştırmada kullanılan iş tatmini ölçeğinin 7 alt boyutu için ve tamamlanan realizasyon oranı için minimum, maksimum, aritmetik ortalama, standart sapma değerleri ve çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanmış, sonuçları da Tablo 3'te gösterilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerleri ölçeklerin dağılımlarının normal olup olmadığını analiz etmek için hesaplanmıştır. Hair vd. (2010) ve Byrne (2010) sosyal bilimlerde çarpıklık değerinin ± 2 aralığında olması durumunda ve kurtosis değerinin de ± 7 aralığında olması durumunda dağılımların normal kabul edilebileceğini belirtmişlerdir. Bu kriterlere göre dağılımların normal olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 5.3: Normallik Analizi ve Betimsel İstatistikler.

Değişkenler	Min.	Max.	$\bar{X}$	Ss	Çarpıklık	Basıklık
Ücret	1,43	4,86	2,88	0,66	0,19	-0,06
Terfi	1,00	4,80	2,86	0,65	-0,41	0,42
Yönetim	1,00	5,00	3,39	0,66	-0,80	1,14
Sosyal haklar	1,00	5,00	2,94	0,63	-0,14	0,82
Ödüllendirme	1,00	5,00	3,05	0,64	-0,20	0,65
Çalışma arkadaşları	1,00	5,00	3,59	0,67	-1,11	1,73
Çalışma koşulları	1,00	5,00	3,03	0,66	0,17	0,51
Tamamlanan realizasyon oranı	58,00	167,00	100,28	12,69	1,16	4,55

Tablo 5.3'teki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen 7 faktörün ortalama değerlerinin 2,86 ila 3,59 arasında değiştiği görülmektedir. Anket formunda İş tatminini etkileyen faktörler için 3 değerinin “kararsızım” ve 4 değerinin de “katılıyorum” ifadesini karşıladığı hatırlanırsa katılımcıların anket formunda kendilerine iş tatmini faktörleriyle ilgili sunulan ifadelerle katılma düzeylerinin düşük olduğu ve katılım düzeylerinin çoğunlukla “kararsız” düzeyinde kaldığı söylenebilir. Bir diğer deyişle, katılımcıların işleriyle ilgili ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörlerinden tatmin düzeylerinin düşük olduğu çıkarımı yapılabilir. Bununla birlikte, terfi (2,86) ve ücret (2,88) faktörleriyle ilgili tatmin düzeyinin daha düşük, diğer taraftan çalışma arkadaşları (3,59) ve yönetim (3,39) faktörleriyle ilgili tatmin düzeylerinin ise daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranlarıyla ilgili bulgulara bakıldığında %58 değerinin en düşük değer ve %167 değerinin de en yüksek değer olduğu bulunmuştur. Katılımcıların ortalama tamamlanan realizasyon oranlarını ise %100,28 olarak tespit edilmiştir ki bu oran prim hak ediş kriter değeri olan %90'ın oldukça üzerindedir.

Araştırmada kullanılan iş tatmini ölçeğinin 7 alt boyutu için ve tamamlanan realizasyon oranı için çarpıklık değerlerinin kriter değerler olan ± 2 aralığında olduğu ve basıklık değerlerinin de kriter değerler olan ± 7 aralığında olduğu görülmektedir. Bu nedenle araştırmanın verilerinin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Bu sebeple araştırmanın analizlerine parametrik testlerle devam edilmiştir.

5.4 İLİŞKİ ANALİZLERİ

Araştırmada kullanılan iş tatmini faktörlerinden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşullarının birbirleri arasındaki ve tamamlanan realizasyon oranı arasındaki ilişkiler Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi testiyle analiz edilmiş ve sonuçları aşağıda Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 5.4: Değişkenler Arasındaki İlişkiler.

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7
1.Ücret	1						
2.Terfi	0,62**	1					
3.Yönetim	0,52**	0,64**	1				
4.Sosyal haklar	0,58**	0,64**	0,64**	1			
5.Ödüllendirme	0,60**	0,68**	0,75**	0,68**	1		
6.Çalışma	0,37**	0,42**	0,62**	0,39**	0,45**	1	
7.Çalışma koşulları	0,45**	0,53**	0,60**	0,67**	0,61**	0,42**	1
8.Tamamlanan realizasyon oranı	0,57**	0,35**	0,34**	0,34**	0,36**	0,28**	0,34**

** . Değişkenler arasındaki ilişki 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5.4’teki bulgulara göre;

İş tatmini faktörlerinden olan ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörlerinin tamamı arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu bulunmuştur (tüm r değerleri için $p<0,05$). Bir diğer deyişle, ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörlerinden herhangi biriyle ilgili katılımcıların tatmin düzeyi arttığı zaman diğer faktörlerle ilgili tatmin düzeyi de artmaktadır.

İş tatmini faktörlerinden olan ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri ile katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı arasında istatistiki olarak anlamlı pozitif yönlü ilişkiler olduğu bulunmuştur (sırasıyla; $r=0,57$ ve $p<0,05$, $r=0,35$ ve $p<0,05$, $r=0,34$ ve $p<0,05$, $r=0,34$ ve $p<0,05$, $r=0,36$ ve $p<0,05$, $r=0,28$ ve $p<0,05$, $r=0,34$ ve $p<0,05$). Bir diğer deyişle, ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörlerinden herhangi biriyle ilgili

katılımcıların tatmin düzeyi arttığı zaman katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı da artmaktadır.

5.5 ETKİ ANALİZLERİ

Bu kısımda ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları iş tatmini faktörlerinin tamamlanan realizasyon oranı üzerine olan etkileri çoklu doğrusal regresyon analizi testiyle analiz edilmiş ve sonuçları aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5.5: İş Tatmini Faktörlerinin Tamamlanan Realizasyon Oranı Üzerine Etkileri

Bağımlı Değişken: Tamamlanan Realizasyon Oranı							
Bağımsız Değişken	B	S. Hata	β	t	p	VIF	D-W
Sabit	64,09	3,40		18,82	0,00		
Ücret	10,68	1,09	0,56	9,77	0,00	1,87	
Terfi	-1,19	1,26	-0,06	-0,95	0,34	2,38	
Yönetim	-0,06	1,46	0,00	-0,04	0,97	3,22	
Sosyal haklar	-1,25	1,38	-0,06	-0,91	0,37	2,65	0,47
Ödüllendirme	0,09	1,46	0,00	0,06	0,95	3,08	
Çalışma arkadaşları	1,46	1,02	0,08	1,43	0,15	1,66	
Çalışma koşulları	2,40	1,16	0,12	2,07	0,04	2,05	
R: 0,59		F: 27,87					
Düzeltilmiş R²: 0,33		p: 0,00					

Tablo 5.5'teki bulgulara göre;

Durbin Watson değerinin 1,0'den küçük olarak bulunmuş ve bu bulgu oto-korelasyon olabileceği ve hataların bağımsız olma şartının sağlanmadığı şeklinde yorumlanmıştır. VIF değerleri ise kriter değer olan 10'dan küçük olarak bulunmuş ve çoklu regresyon analizlerinin çoklu bağlantı (multicollinearity) probleminden etkilenmediğini şeklinde yorumlanmıştır (Nimon, 2010). Tablo 5'teki bulgular ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları iş tatmini faktörlerinin tamamlanan realizasyon oranı üzerinde %33'lük bir varyans açıkladığını ve açıklanan bu varyans miktarının da istatistikî olarak anlamlı olduğunu göstermiştir ($F = 27,87$, $p < 0,01$). Bir diğer

deyişle, ilaç mümessillerinin hedef realizasyon oranlarını tamamlama düzeyleri %33 oranında ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları iş tatmini faktörleri tarafından açıklanabilmektedir. Bununla birlikte, 7 iş tatmini faktörü içerisinde sadece 2 tanesinin ilaç mümessillerinin hedef realizasyon oranlarını üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Ücret ve çalışma koşulları iş tatmini faktörlerinin tamamlanan realizasyon oranları üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi bulunurken ($\beta=0,56$ ve $p<0,05$, $\beta=0,12$ ve $p<0,05$), diğer taraftan, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları iş tatmini faktörlerinin tamamlanan realizasyon oranları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır (sırasıyla; $\beta=-0,06$ ve $p>0,05$, $\beta=0,00$ ve $p>0,05$, $\beta=-0,06$ ve $p>0,05$, $\beta=0,00$ ve $p>0,05$, $\beta=0,08$ ve $p>0,05$). Bir diğer deyişle, ilaç mümessillerinin ücret ve çalışma koşullarıyla ilgili tatmin düzeyleri arttığı zaman onların tamamlanan realizasyon oranları da artmaktadır. Diğer taraftan, ilaç mümessillerinin terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşlarıyla ilgili tatmin düzeyleri arttığı zaman onların tamamlanan realizasyon oranlarında anlamlı bir farklılık meydana gelmemektedir.

5.6 FARK ANALİZLERİ

Bu kısımda, iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların cinsiyetine, yaşına, medeni durumuna, eğitim düzeyine, aylık gelirine, işteki pozisyonuna, sektörel tecrübesine ve işletme tecrübesine göre farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiştir.

Aşağıda Tablo 5.6'da iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların cinsiyete göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.6: Cinsiyete Göre Fark Analizi.

	Cinsiyet	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Ücret	Erkek	246	2,86	0,63	4,77	0,03	-0,51	0,61
	Kadın	139	2,90	0,72				
Terfi	Erkek	246	2,84	0,65	0,15	0,69	-0,76	0,45
	Kadın	139	2,89	0,66				
Yönetim	Erkek	246	3,36	0,65	0,18	0,67	-1,48	0,14
	Kadın	139	3,46	0,67				
Sosyal haklar	Erkek	246	2,91	0,61	0,88	0,35	-1,39	0,17
	Kadın	139	3,00	0,65				
Ödüllendirme	Erkek	246	3,02	0,61	1,00	0,32	-1,22	0,22
	Kadın	139	3,11	0,68				
Çalışma arkadaşları	Erkek	246	3,56	0,66	0,21	0,65	-1,18	0,24
	Kadın	139	3,64	0,68				
Çalışma koşulları	Erkek	246	2,97	0,62	3,51	0,06	-2,60	0,01
	Kadın	139	3,15	0,71				
Tamamlanan realizasyon oranı	Erkek	245	99,60	15,26	0,91	0,34	-1,42	0,16
	Kadın	138	101,51	16,54				

Tablo 5.6'daki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri düzeylerinin katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (t değerleri için $p>0,05$). Diğer taraftan, çalışma koşullarından tatmin düzeyinin katılımcıların cinsiyetine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($t=-2,60$ ve $p<0,05$). Bir diğer deyişle, kadınların çalışma koşullarından tatmin düzeyinin erkeklerinkinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur ($t=-1,42$ ve $p>0,05$). Bir diğer deyişle, müessislerin cinsiyetleri farklılaşsa dahi tamamlanan realizasyon oranları anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.

Aşağıda Tablo 5.7'de iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve

tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların yaşına göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.7: Yaşa Göre Fark Analizi.

	Yaş	n	$\bar{X}$	Ss		K.T.	sd	K.O.	F	p
Ücret	20-30	143	2,87	0,61	G.A.	0,26	2	0,13	0,30	0,7 4
	31-40	165	2,86	0,71	G.İ.	169,11	382	0,44		
	41 ve	77	2,93	0,68	Top.	169,37	384			
Terfi	20-30	143	2,87	0,65	G.A.	0,86	2	0,43	1,01	0,3 6
	31-40	165	2,90	0,62	G.İ.	162,88	382	0,43		
	41 ve	77	2,77	0,71	Top.	163,74	384			
Yönetim	20-30	143	3,36	0,67	G.A.	0,74	2	0,37	0,86	0,4 3
	31-40	165	3,38	0,66	G.İ.	164,30	382	0,43		
	41 ve	77	3,48	0,62	Top.	165,04	384			
Sosyal haklar	20-30	143	2,92	0,62	G.A.	0,18	2	0,09	0,23	0,8 0
	31-40	165	2,95	0,65	G.İ.	150,06	382	0,39		
	41 ve	77	2,97	0,58	Top.	150,24	384			
Ödüllendirme	20-30	143	3,04	0,68	G.A.	0,24	2	0,12	0,29	0,7 5
	31-40	165	3,05	0,61	G.İ.	156,66	382	0,41		
	41 ve	77	3,10	0,63	Top.	156,90	384			
Çalışma arkadaşları	20-30	143	3,51	0,68	G.A.	2,14	2	1,07	2,41	0,0 9
	31-40	165	3,61	0,64	G.İ.	169,90	382	0,44		
	41 ve	77	3,71	0,69	Top.	172,04	384			
Çalışma koşulları	20-30	143	3,04	0,70	G.A.	1,35	2	0,67	1,57	0,2 1
	31-40	165	2,97	0,65	G.İ.	163,96	382	0,43		
	41 ve	77	3,13	0,57	Top.	165,31	384			
Tamamlanan realizasyon oranı	20-30	143	98,78	10,01	G.A.	1128,86	2	564,43	3,55	c>a 0,0 3
	31-40	164	100,07	14,08	G.İ.	60413,12	380	158,98		
	41 ve	76	103,54	13,60	Top.	61541,98	382			

Tablo 5.7'deki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin katılımcıların yaşına göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (F değerleri için $p>0,05$). Bir diğer deyişle, mümessillerin yaşları farklılaşsa dahi işleriyle ilgili ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları tatmin düzeyleri anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin ise yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($F=3,38$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın 41 yaş ve üzeri grubu ile 20-30 yaş grubu arasında ve 41 yaş ve üzeri grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, 41 yaş ve üzeri mümessillerin tamamlanan realizasyon oranları 20-30 yaş grubu mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Aşağıda Tablo 5.8'de iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların medeni durumuna göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.8: Medeni Duruma Göre Fark Analizi.

	Medeni Durumu	n	$\bar{X}$	Ss	K.T.	sd	K.O.	F	p
Ücret	Bekar	152	2,88	0,65	G.A.	4,14	3	3,18	0,02
	Evli	182	2,85	0,66	G.İ.	165,23	381		
	Boşanmış	39	2,80	0,66	Top.	169,37	384		
	Ayrı	12	3,44	0,69					
Terfi	Bekar	152	2,93	0,63	G.A.	1,38	3	1,08	0,36
	Evli	182	2,82	0,64	G.İ.	162,36	381		
	Boşanmış	39	2,76	0,78	Top.	163,74	384		
	Ayrı	12	2,92	0,63					

Tablo 5.8: Medeni Duruma Göre Fark Analizi (Devam).

Yönetim	Bekar	152	3,38	0,66	G.A.	4,56	3	1,52	3,61	0,0	d>a
	Evli	182	3,40	0,60	G.İ.	160,48	381	0,42			d>b
	Boşanmış	39	3,21	0,85	Top.	165,04	384				d>c
	Ayrı	12	3,92	0,49							
Sosyal haklar	Bekar	152	2,90	0,64	G.A.	2,69	3	0,90			
	Evli	182	2,96	0,58	G.İ.	147,55	381	0,39	2,32	0,08	
	Boşanmış	39	2,89	0,73	Top.	150,24	384				
	Ayrı	12	3,38	0,74							
Ödüllendirme	Bekar	152	3,05	0,67	G.A.	2,83	3	0,94			
	Evli	182	3,06	0,58	G.İ.	154,06	381	0,40	2,34	0,07	
	Boşanmış	39	2,90	0,74	Top.	156,90	384				
	Ayrı	12	3,45	0,68							
Çalışma arkadaşları	Bekar	152	3,53	0,67	G.A.	2,88	3	0,96			
	Evli	182	3,66	0,62	G.İ.	169,17	381	0,44	2,16	0,09	
	Boşanmış	39	3,44	0,82	Top.	172,04	384				
	Ayrı	12	3,79	0,67							
Çalışma koşulları	Bekar	152	3,02	0,71	G.A.	6,98	3	2,33			d>a
	Evli	182	2,99	0,55	G.İ.	158,33	381	0,42	5,60	0,00	d>b
	Boşanmış	39	3,03	0,75	Top.	165,31	384				d>c
	Ayrı	12	3,78	0,72							
Tamamlanan realizasyon oranı	Bekar	152	99,78	10,60	G.A.	1406,6	3	468,			d>a
	Evli	180	100,55	13,70	G.İ.	60135,	379	158,	2,96	0,03	d>c
	Boşanmış	39	98,00	12,41	Top.	61541,	382				
	Ayrı	12	110,08	18,37							

Tablo 5.8'deki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden terfi, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri düzeylerinin katılımcıların medeni durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (F değerleri için $p>0,05$). Diğer taraftan, katılımcıların ücret, yönetim ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin katılımcıların medeni durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=3,18$ ve $p<0,05$, $F=3,61$ ve $p<0,05$, $F=5,60$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında ücret, yönetim ve çalışma koşulları faktörleri için anlamlı farklılığın ayrı

yaşıyor grubu ile diğer medeni durum grupları arasında ve ayrı yaşıyor grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, ayrı yaşayan mümessillerin işeriyle ilgili ücret, yönetim ve çalışma koşulları tatmin düzeyleri diğer mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin ise medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=2,96$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın ayrı yaşıyor grubu ile bekar ve boşanmış grupları arasında ve ayrı yaşıyor grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, ayrı yaşayan mümessillerin tamamlanan realizasyon oranı düzeyleri bekar ve boşanmış mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Aşağıda Tablo 5.9’da iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların eğitim düzeyine göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.9: Eğitim Düzeyine Göre Fark Analizi.

	Eğitim Düzeyi	n	$\bar{X}$	Ss		K.T.	sd	K.O.	F	p
Ücret	Lise-ÖnL.	31	2,89	0,72	G.A.	2,16	2	1,08	2,47	0,09
	Lisans	270	2,83	0,64	G.İ.	167,20	382	0,44		
	YL-Doc.	84	3,02	0,71	Top.	169,37	384			
Terfi	Lise-ÖnL.	31	2,88	0,74	G.A.	0,42	2	0,21	0,49	0,61
	Lisans	270	2,84	0,64	G.İ.	163,32	382	0,43		
	YL-Doc.	84	2,92	0,66	Top.	163,74	384			
Yönetim	Lise-ÖnL.	31	3,39	0,66	G.A.	1,30	2	0,65	1,51	0,22
	Lisans	270	3,36	0,65	G.İ.	163,74	382	0,43		
	YL-Doc.	84	3,50	0,66	Top.	165,04	384			
Sosyal haklar	Lise-ÖnL.	31	3,08	0,71	G.A.	1,34	2	0,67	1,73	0,18
	Lisans	270	2,91	0,61	G.İ.	148,90	382	0,39		
	YL-Doc.	84	3,01	0,63	Top.	150,24	384			

Tablo 5.9: Eğitim Düzeyine Göre Fark Analizi (Devam).

	Lise-ÖnL.	31	3,04	0,77	G.A.	1,20	2	0,60		
Ödüllendirme	Lisans	270	3,02	0,62	G.İ.	155,70	382	0,41	1,47	0,23
	YL-Doc.	84	3,16	0,63	Top.	156,90	384			
	Lise-ÖnL.	31	3,70	0,65	G.A.	0,47	2	0,24		
Çalışma arkadaşları	Lisans	270	3,57	0,64	G.İ.	171,57	382	0,45	0,53	0,59
	YL-Doc.	84	3,61	0,76	Top.	172,04	384			
	Lise-ÖnL.	31	3,34	0,81	G.A.	3,72	2	1,86		a>b
Çalışma koşulları	Lisans	270	2,98	0,63	G.İ.	161,60	382	0,42	4,39	0,01
	YL-Doc.	84	3,07	0,65	Top.	165,31	384			
	Lise-ÖnL.	31	98,06	12,39	G.A.	1253,30	2	626,65		c>b
Tamamlanan realizasyon oranı	Lisans	268	99,50	11,00	G.İ.	60288,68	380	158,65	3,95	0,02
	YL-Doc.	84	103,62	16,79	Top.	61541,98	382			

Tablo 5.9'daki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri düzeylerinin katılımcıların eğitim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (F değerleri için $p>0,05$). Diğer taraftan, katılımcıların çalışma koşulları faktörü düzeylerinin katılımcıların eğitim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=4,34$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın lise-önlisans grubu ile lisans grubu arasında ve lise-önlisans grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, lise-önlisans mezunu mümessillerin işleriyle ilgili çalışma koşulları tatmin düzeyleri lisans mezunu mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin ise eğitim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=3,95$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın ayrı yüksek lisans grubu ile lisans grubu arasında ve yüksek lisans grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, yüksek lisans mezunu mümessillerin tamamlanan realizasyon oranı düzeyleri lisans mezunu mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Aşağıda Tablo 5.10'da iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve

tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların gelir düzeyine göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.10: Gelir Düzeyine Göre Fark Analizi.

	Gelir Düzeyi	n	$\bar{X}$	Ss	K.T.	sd	K.O.	F	p
Ücret	6000TL-	16	3,03	0,72	G.	10,23	4	2,56	e>b
	6001-9000	62	2,57	0,64	G.İ.	159,14	380	0,42	d>b
	9001-12000	98	2,80	0,58	Top	169,37	384	6,10	0,00
	12001-15000	140	2,95	0,60					
	15001TL +	69	3,07	0,81					
Terfi	6000TL-	16	3,11	0,62	G.	4,94	4	1,24	a>b
	6001-9000	62	2,74	0,72	G.İ.	158,80	380	0,42	a>c
	9001-12000	98	2,73	0,60	Top	163,74	384	2,96	0,02
	12001-15000	140	2,93	0,60					e>c
	15001TL +	69	2,96	0,74					
Yönetim	6000TL-	16	3,30	0,59	G.	4,48	4	1,12	e>b
	6001-9000	62	3,18	0,79	G.İ.	160,56	380	0,42	
	9001-12000	98	3,38	0,62	Top	165,04	384	2,65	0,03
	12001-15000	140	3,44	0,59					
	15001TL +	69	3,53	0,68					
Sosyal haklar	6000TL-	16	2,98	0,67	G.	4,15	4	1,04	e>b
	6001-9000	62	2,83	0,70	G.İ.	146,09	380	0,38	
	9001-12000	98	2,87	0,61	Top	150,24	384	2,70	0,03
	12001-15000	140	2,94	0,51					
	15001TL +	69	3,14	0,75					
Ödüllendirme	6000TL-	16	3,08	0,68	G.	4,76	4	1,19	e>b
	6001-9000	62	2,88	0,67	G.İ.	152,13	380	0,40	
	9001-12000	98	2,97	0,62	Top	156,90	384	2,97	0,02
	12001-15000	140	3,11	0,55					
	15001TL +	69	3,21	0,76					

Tablo 5.10: Gelir Düzeyine Göre Fark Analizi (Devam).

	6000TL-	16	3,56	0,68	G.	4,23	4	1,06		d>b
Çalışm	6001-9000	62	3,39	0,73	G.	167,82	380	0,44		
a	9001-12000	98	3,55	0,65	To	172,04	384		2,39	0,05
arkadaş	12001-15000	140	3,68	0,62						
ları	15001TL +	69	3,67	0,70						
	6000TL-	16	3,13	0,64	G.	2,01	4	0,50		
Çalışm	6001-9000	62	2,96	0,78	G.	163,30	380	0,43		
a	9001-12000	98	3,00	0,66	To	165,31	384		1,17	0,32
koşulla	12001-15000	140	3,00	0,52						
rı	15001TL +	69	3,17	0,77						
	6000TL-	16	101,75	10,34	G.	5809,5	4	1452		e>b
Tamam	6001-9000	62	95,15	12,65	G.	55732,	378	147,	9,85	e>c
lanan	9001-12000	98	98,17	10,44	To	61541,	382			e>d
realizas	12001-15000	139	100,29	10,76						
yon	15001TL +	68	107,66	16,32						
oranı										

Tablo 5.10'daki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden çalışma koşulları faktörü düzeylerinin katılımcıların gelir düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (F değerleri için $p>0,05$). Diğer taraftan, katılımcıların ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri düzeylerinin katılımcıların gelir düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=6,10$ ve $p<0,05$, $F=2,96$ ve $p<0,05$, $F=2,65$ ve $p<0,05$, $F=2,70$ ve $p<0,05$, $F=2,97$ ve $p<0,05$, $F=2,39$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında ücret faktörü açısından anlamlı farklılığın 6001-9000TL grubu ile 6000TL ve altı ve 12001-15000TL grupları arasında ve 6001-9000TL grubu aleyhine olduğu bulunmuştur. Terfi faktörü açısından anlamlı farklılığın 9001-12000TL grubu ile 6000TL ve altı, 12001-15000TL ve 15001TL ve üzeri grupları arasında 9001-12000TL grubu aleyhine olduğu bulunmuştur. Ayrıca, 6001-9000TL grubu ile 6000TL ve altı arasında ve 6001-9000TL grubu aleyhine olduğu bulunmuştur. Yönetim, sosyal haklar ve ödüllendirme faktörü açısından anlamlı farklılığın 6001-9000TL grubu ile 15001TL ve üzeri grubu arasında ve 6001-9000TL grubu aleyhine olduğu

bulunmuştur. Çalışma arkadaşları faktörü açısından anlamlı farklılığın 6001-9000TL grubu ile 12001-15000TL grubu arasında ve 6001-9000TL grubu aleyhine olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin ise gelir düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=9,85$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın 15001TL ve üzeri grubu ile 6000TL ve altı grubu hariç diğer gelir grupları arasında ve 15001TL ve üzeri grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, 15001TL ve üzeri aylık geliri olan mümessillerin tamamlanan realizasyon oranı düzeyleri 6000TL ve altı grubu hariç diğer gelir gruplarından olan mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Aşağıda Tablo 5.11’de iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların işteki pozisyonuna göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.11: İşteki Pozisyona Göre Fark Analizi.

	Pozisyon	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Ücret	Yönetsel	64	3,03	0,64	0,05	0,82	2,08	0,04
	Yönetsel Değil	321	2,85	0,67				
Terfi	Yönetsel	64	3,05	0,67	0,88	0,35	2,60	0,01
	Yönetsel Değil	321	2,82	0,64				
Yönetim	Yönetsel	64	3,38	0,62	0,18	0,67	-0,21	0,84
	Yönetsel Değil	321	3,40	0,66				
Sosyal haklar	Yönetsel	64	2,97	0,65	0,45	0,50	0,37	0,71
	Yönetsel Değil	321	2,94	0,62				
Ödüllendirme	Yönetsel	64	3,12	0,63	0,13	0,72	0,92	0,36
	Yönetsel Değil	321	3,04	0,64				
Çalışma arkadaşları	Yönetsel	64	3,62	0,73	0,51	0,48	0,38	0,70
	Yönetsel Değil	321	3,58	0,66				
Çalışma koşulları	Yönetsel	64	3,05	0,57	1,35	0,25	0,33	0,75
	Yönetsel Değil	321	3,03	0,67				

Tablo 5.11: İşteki Pozisyona Göre Fark Analizi (Devam).

Tamamlanan realizasyon oranı	Yönetmel	64	102,75	11,35	1,39	0,24	1,71	0,09
	Yönetmel Değil	319	99,79	12,90				

Tablo 5.11'deki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin katılımcıların işteki pozisyonuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (t değerleri için $p>0,05$). Diğer taraftan ücret ve terfi faktörlerinden tatmin düzeyinin katılımcıların işteki pozisyonuna göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($t=2,08$ ve $p<0,05$, $t=2,60$ ve $p<0,05$). Bir diğer deyişle, yönetmel pozisyonda çalışan mümessillerin ücret ve terfi faktörlerinden tatmin düzeyinin yönetmel pozisyonda olmayanlarınkinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların işteki pozisyonuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur ($t=1,71$ ve $p>0,05$). Bir diğer deyişle, mümessillerin işteki pozisyonu farklılaşsa dahi tamamlanan realizasyon oranları anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.

Aşağıda Tablo 5.12'de iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların sektörel tecrübesine göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.12: Sektörel Tecrübeye Göre Fark Analizi.

	Sektörel Tecrübe	n	$\bar{X}$	Ss	K.T.	sd	K.O.	F	p
Ücret	0-5 yıl	130	2,85	0,67	G.A.	0,35	3	0,12	0,26
	6-10 yıl	142	2,87	0,57	G.İ.	169,02	381	0,44	
	11-15 yıl	50	2,92	0,81	Top.	169,37	384		
	16 yıl ve +	63	2,92	0,73					

Tablo 5.12: Sektörel Tecrübeye Göre Fark Analizi (Devam).

Terfi	0-5 yıl	130	2,87	0,69	G.A.	1,22	3	0,41	0,96	0,4 1
	6-10 yıl	142	2,91	0,55	G.İ.	162,52	381	0,43		
	11-15 yıl	50	2,80	0,65	Top.	163,74	384			
	16 yıl ve +	63	2,76	0,78						
Yönetim	0-5 yıl	130	3,35	0,73	G.A.	0,89	3	0,30	0,69	0,5 6
	6-10 yıl	142	3,37	0,59	G.İ.	164,15	381	0,43		
	11-15 yıl	50	3,47	0,60	Top.	165,04	384			
	16 yıl ve +	63	3,46	0,69						
Sosyal haklar	0-5 yıl	130	2,95	0,63	G.A.	0,39	3	0,13	0,33	0,8 1
	6-10 yıl	142	2,91	0,60	G.İ.	149,86	381	0,39		
	11-15 yıl	50	2,99	0,67	Top.	150,24	384			
	16 yıl ve +	63	2,98	0,65						
Ödüllendirme	0-5 yıl	130	3,10	0,65	G.A.	1,46	3	0,49	1,20	0,3 1
	6-10 yıl	142	2,97	0,60	G.İ.	155,43	381	0,41		
	11-15 yıl	50	3,09	0,63	Top.	156,90	384			
	16 yıl ve +	63	3,11	0,70						
Çalışma arkadaşları	0-5 yıl	130	3,49	0,65	G.A.	2,15	3	0,72	1,61	0,1 9
	6-10 yıl	142	3,63	0,62	G.İ.	169,89	381	0,45		
	11-15 yıl	50	3,64	0,69	Top.	172,04	384			
	16 yıl ve +	63	3,67	0,77						
Çalışma koşulları	0-5 yıl	130	3,11	0,72	G.A.	4,78	3	1,59	3,78	a>b 0,0 1 d>b
	6-10 yıl	142	2,90	0,59	G.İ.	160,54	381	0,42		
	11-15 yıl	50	3,02	0,64	Top.	165,31	384			
	16 yıl ve +	63	3,18	0,62						
Tamamlanan realizasyon oranı	0-5 yıl	130	98,70	9,46	G.A.	1986,0	3	662,	4,21	d>a 0,0 1 d>b
	6-10 yıl	141	99,11	13,61	G.İ.	59555,	379	157,		
	11-15 yıl	50	102,02	13,15	Top.	61541,	382			
	16 yıl ve +	62	104,89	14,94						

Tablo 5.12'deki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri düzeylerinin katılımcıların sektörel tecrübesine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (F değerleri için $p>0,05$). Diğer taraftan, katılımcıların çalışma koşulları faktörü düzeylerinin katılımcıların sektörel tecrübesine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=3,78$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın 6-10 yıl grubu ile 0-5 yıl ve 16 yıl ve üzeri grupları arasında ve 6-10 yıl grubu aleyhine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, 6-10 yıl sektörel tecrübesi olan mümessillerin işleriyle ilgili çalışma koşulları tatmin düzeyleri 0-5 yıl ve 16 yıl ve üzeri sektörel tecrübesi olan mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin ise sektörel tecrübeye göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=4,21$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın 20 yıl ve üzeri grubu ile 0-5 yıl ve 6-10 yıl grupları arasında ve 20 yıl ve üzeri grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, 20 yıl ve üzeri sektörel tecrübesi olan mümessillerin tamamlanan realizasyon oranı düzeyleri 0-5 yıl ve 6-10 yıl sektörel tecrübesi olan mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Aşağıda Tablo 5.13'te iş tatminini etkileyen faktörlerden ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin ve tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin katılımcıların işletme tecrübesine göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 5.13: İşletme Tecrübesine Göre Fark Analizi.

	İşletme Tecrübesi	n	$\bar{X}$	Ss		K.T.	sd	K.O.	F	p
Ücret	0-5 yıl	238	2,82	0,63	G.A.	7,25	3	2,42	5,68	c>a
	6-10 yıl	90	2,94	0,66	G.İ.	162,12	381	0,43		c>d
	11-15 yıl	38	3,23	0,81	Top.	169,37	384			
	16 yıl ve +	19	2,59	0,49						

Tablo 5.13: İşletme Tecrübesine Göre Fark Analizi (Devam).

Terfi	0-5 yıl	238	2,84	0,64	G.A.	8,66	3	2,89	7,09	0,00	a>d
	6-10 yıl	90	3,01	0,60	G.İ.	155,08	381	0,41			b>d
	11-15 yıl	38	2,91	0,63	Top.	163,74	384				c>d
	16 yıl ve +	19	2,27	0,81							
Yönetim	0-5 yıl	238	3,37	0,67	G.A.	5,08	3	1,69	4,03	0,01	c>a
	6-10 yıl	90	3,39	0,59	G.İ.	159,96	381	0,42			c>d
	11-15 yıl	38	3,69	0,55	Top.	165,04	384				
	16 yıl ve +	19	3,11	0,80							
Sosyal haklar	0-5 yıl	238	2,92	0,61	G.A.	1,90	3	0,63	1,63	0,18	
	6-10 yıl	90	2,97	0,65	G.İ.	148,34	381	0,39			
	11-15 yıl	38	3,12	0,58	Top.	150,24	384				
	16 yıl ve +	19	2,77	0,73							
Ödüllendirme	0-5 yıl	238	3,04	0,62	G.A.	4,77	3	1,59	3,98	0,01	c>d
	6-10 yıl	90	3,07	0,68	G.İ.	152,12	381	0,40			
	11-15 yıl	38	3,30	0,59	Top.	156,90	384				
	16 yıl ve +	19	2,71	0,69							
Çalışma arkadaşları	0-5 yıl	238	3,55	0,65	G.A.	4,72	3	1,57	3,59	0,01	c>a
	6-10 yıl	90	3,57	0,71	G.İ.	167,32	381	0,44			c>b
	11-15 yıl	38	3,92	0,52	Top.	172,04	384				
	16 yıl ve +	19	3,48	0,87							
Çalışma koşulları	0-5 yıl	238	2,99	0,66	G.A.	1,35	3	0,45	1,04	0,37	
	6-10 yıl	90	3,08	0,66	G.İ.	163,97	381	0,43			
	11-15 yıl	38	3,18	0,61	Top.	165,31	384				
	16 yıl ve +	19	2,99	0,68							
Tamamlanan realizasyon oranı	0-5 yıl	236	98,53	11,15	G.A.	2557,41	3	852,47	5,48	0,00	c>a
	6-10 yıl	90	102,11	13,69	G.İ.	58984,57	379	155,63			
	11-15 yıl	38	106,63	15,76	Top.	61541,98	382				
	16 yıl ve +	19	100,68	14,69							

Tablo 5.13'teki bulgulara göre;

İş tatminini etkileyen faktörlerden sosyal haklar ve çalışma koşulları faktörleri düzeylerinin katılımcıların işletme tecrübesine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur (F değerleri için $p>0,05$). Diğer taraftan, katılımcıların ücret, terfi, yönetim, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörlerinin işletme tecrübesine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=5,68$ ve $p<0,05$, $F=7,09$ ve $p<0,05$, $F=4,03$ ve $p<0,05$, $F=3,98$ ve $p<0,05$, $F=3,59$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında, ücret ve yönetim faktörleri için anlamlı farklılığın 11-15 yıl grubu ile 0-5 yıl ve 16 yıl ve üzeri grupları arasında ve 11-15 yıl grubu lehine olduğu bulunmuştur. Terfi faktörü için 16 yıl ve üzeri grubu ile diğer gruplar arasında ve 16 yıl ve üzeri grubu aleyhine olduğu tespit edilmiştir. Ödüllendirme faktörü için 16 yıl ve üzeri grubu ile 11-15 yıl grubu arasında ve 16 yıl ve üzeri grubu aleyhine olduğu tespit edilmiştir. Çalışma arkadaşları faktörü için ise 11-15 yıl grubu ile 0-5 yıl ve 6-10 yıl grupları arasında ve 11-15 yıl grubu lehine olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların tamamlanan realizasyon oranı düzeylerinin ise işletme tecrübesine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F=5,48$ ve $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna Bonferroni Post Hoc testiyle bakıldığında anlamlı farklılığın 11-15 yıl grubu ile 0-5 yıl grubu arasında ve 11-15 yıl grubu lehine olduğu bulunmuştur. Bir diğer deyişle, 11-15 yıl işletme tecrübesi olan mümessillerin tamamlanan realizasyon oranı düzeyleri 0-5 yıl işletme tecrübesi olan mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

5.7 HİPOTEZ TESTİ SONUÇLARI

Aşağıda Tablo 5.14'te araştırmada test edilen hipotezlerin test sonuçları gösterilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre H1, H4, H5, H6 ve H7 hipotezleri reddedilmiştir. H2, H3 hipotezleri kabul edilmiştir. H8 ve H9 hipotezleri ise kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 5.14: Hipotez Testi Sonuçları.

No	Hipotez	Sonuç
H1	Çalışma arkadaşlarından duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler	Ret
H2	Çalışma koşullarından duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler	Kabul
H3	Ücret memnuniyeti ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler	Kabul
H4	Ödüllendirmelerden duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler	Ret
H5	Sosyal haklardan duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler	Ret
H6	Terfi imkanlarından duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler	Ret
H7	Yöneticiler duyulan memnuniyet ilaç pazarlama performansını olumlu yönde etkiler	Ret
H8	İş tatmini düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H8a	İş tatmini düzeyleri cinsiyete göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H8b	İş tatmini düzeyleri yaşa göre farklılaşır	Ret
H8c	İş tatmini düzeyleri medeni duruma göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H8d	İş tatmini düzeyleri eğitim düzeyine göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H8e	İş tatmini düzeyleri aylık gelire göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H8f	İş tatmini düzeyleri işteki pozisyona göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H8g	İş tatmini düzeyleri mesleki tecrübeye göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H8h	İş tatmini düzeyleri işletme tecrübesine göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H9	İlaç pazarlama performansı demografik değişkenlere göre farklılaşır	Kısmen Kabul
H9a	İlaç pazarlama performansı cinsiyete göre farklılaşır	Ret
H9b	İlaç pazarlama performansı yaşa göre farklılaşır	Kabul
H9c	İlaç pazarlama performansı medeni duruma göre farklılaşır	Kabul
H9d	İlaç pazarlama performansı eğitim düzeyine göre farklılaşır	Kabul
H9e	İlaç pazarlama performansı aylık gelire göre farklılaşır	Kabul
H9f	İlaç pazarlama performansı işteki pozisyona göre farklılaşır	Ret
H9g	İlaç pazarlama performansı mesleki tecrübeye göre farklılaşır	Kabul
H9h	İlaç pazarlama performansı işletme tecrübesine göre farklılaşır	Kabul

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de ilaç sektörü kritik ve önemli bir faaliyeti sürdürmektedir. İlaç sektörünün ekonomik pazarda da önemli bir payı bulunmaktadır. İlaç sektörünün pazarlama faaliyetleri tıbbi mümessillerce yürütülmektedir ve ilaç mümessillerinin performansları ilaç sektörünü yakından etkilemektedir. Bu nedenle ilaç mümessillerinin performanslarının yüksek olması beklenmektedir. Çalışan performansını etkileyen en önemli faktörlerden bir tanesi iş tatminidir. Bu kapsamda bu araştırmada ilaç pazarlaması yapan ilaç mümessillerinin iş tatminlerini etkileyen faktörlerin bu mümessillerin ilaç pazarlama performanslarına etkilerini incelenmek amaçlanmıştır. Ayrıca cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, aylık gelir, işteki pozisyon, sektörel tecrübe ve işletme tecrübesi durumlarına göre ilaç mümessillerinin iş tatminlerini etkileyen faktörlerin ve mümessillerin ilaç pazarlama performanslarının farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için nicel araştırma yöntemleri kullanılarak İstanbul ilinde görev yapan 385 ilaç mümessilinden anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Araştırmanın verileri, normallik ve güvenirlik testleri yapıldıktan sonra araştırmanın hipotezlerini test etmeye yönelik olarak nicel yöntemlerle analiz edilmiştir.

Araştırmanın bulguları değerlendirildiğinde; iş tatminini etkileyen ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörleri ile ilaç mümessillerinin tamamlanan realizasyon oranı arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, iş tatminini etkileyen ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşulları faktörlerinin de kendi aralarında pozitif yönlü anlamlı ilişkilere sahip olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer deyişle, bu faktörlerin herhangi birisiyle ilgili ilaç mümessillerinin memnuniyet düzeyi değiştiği zaman diğer faktörlerle ilgili memnuniyet düzeyinin de aynı yönde değişeceği saptanmıştır. Bu faktörlerin kendi aralarındaki ilişkiler nedeniyle hangi faktörün ilaç mümessillerinin performansı üzerinde anlamlı etkisi olduğunu tespit etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir ve test edilen yedi faktör arasında sadece ücret ve çalışma koşulları iş tatmini faktörlerinin ilaç mümessillerinin performansı üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlaç mümessillerinin ücretle ve çalışma koşullarıyla ilgili olarak memnuniyet düzeyleri arttığı zaman performanslarının da arttığı anlaşılmıştır. Ücretin performans üzerindeki etkisinin çalışma koşullarından daha yüksek olduğu

belirlenmiştir. İlaç mümessillerinin yaptıkları işin karşılığı olarak tatmin edici bir ücreti düzenli olarak aldıklarında ve bu ücretin koşullara uygun olarak artması durumunda performanslarının yüksek olacağı yorumu yapılabilir. Benzer olarak, ilaç mümessillerinin çalışma koşullarının hem fiziksel olarak hem de işleyiş olarak tatmin edici olması durumunda ilaç mümessillerinin performanslarının yükseleceği öngörülebilir.

Literatürde ilaç mümessillerinin iş tatminleri ile performansları arasındaki ilişkiyi inceleyen bilimsel araştırmalara rastlanmamıştır. Diğer taraftan ilaç mümessillerinin iş tatminleri ile başka değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen sınırlı sayıda araştırma olduğu görülmüştür. Yapraklı ve Yılmaz (2010) Erzurum'daki ilaç mümessillerinin iş stresleri ile iş tatminleri arasındaki ilişkiyi incelemişler ve iş stresi ile iş tatmini arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Efeoğlu ve Özgen (2007) ilaç sektöründe çalışan Adana ilindeki ilaç mümessillerinin iş tatminleri, iş stresi ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlar, iş tatmini ile örgütsel bağlılık arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını göstermiştir. Ayrıca iş stresi ile iş tatmini arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Oralhan ve İbili (2019) tıbbi mümessillerin iş tatmini seviyesini ve iş tatminini etkileyen faktörleri belirlemek için yaptıkları araştırmada Kayseri'deki ilaç mümessilleri incelemişlerdir. İlaç mümessilleri için iş tatmini kriterlerinin sırasıyla iletişim, yönetim, işin kendisi, ücret ve çalışma şartları olduğunu bulmuşlardır. Şencan, Aydınhan ve Yeğenoğlu (2017) Türk ilaç sanayinde çalışan yöneticilerin örgütsel bağlılık ve iş tatminleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlar ve Elde edilen sonuçlar, iş tatmini ile örgütsel bağlılık arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını göstermiştir. Literatürdeki bu araştırmaların bulguları bu araştırmanın bulgularıyla paralellik göstermektedir.

İlaç mümessilleri dışında başka örneklem gruplarıyla gerçekleştirilen araştırmalar iş tatmini ile performans arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir. Tatar ve Çamkerten (2021) hemşirelerde iş performansı, iş tatmini, yaşam tatmini ve iş stresi arasındaki ilişkileri incelediği araştırmalarında iş tatmini ile iş performansı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu bulmuşlardır. İş stresi ile iş tatmini arasında ise negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Öktem ve Öztoprak (2020) Ankara'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışanlar üzerinde yaptıkları araştırmada iş tatmini, yaşam tatmini ve iş gören performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bulgular iş tatmini ile çalışan performansı arasında pozitif yönlü

anlamli bir ilişki olduğunu göstermiştir. Ayrıca, iş tatmini ile yaşam tatmini arasında da pozitif yönlü ve anlamli bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Öztürk ve Okçu (2020) banka çalışanlarının iş tatmini ve iş gören performansı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmanın bulguları iş tatmininin iş gören performansı üzerinde pozitif yönlü anlamli bir etkisi olduğunu göstermiştir. Tekingündüz, Top ve Seçkin (2015) hastane çalışanlarının iş tatmini, performans, iş stresi ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkileri incelemek için gerçekleştirdikleri araştırmalarında iş tatmininin iş performansını anlamli bir düzeyde ve pozitif yönlü olarak etkilediği tespit edilmiştir. Türkoğlu ve Yurdakul (2017) mobilya endüstrisinde çalışanların iş tatmini ile iş performansı arasındaki ilişkiyi incelemişler ve iş tatmini ile iş performansı arasında pozitif yönlü anlamli ve güçlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.  etin ve Varoğlu (2015) psikolojik sermaye, performans, ayrılma niyeti ve iş tatmini arasındaki ilişkileri araştırmışlardır. Araştırmanın verileri Ankara’da özel sektör çalışanlarından toplanmıştır. Elde edilen bulgular, kadınların iş tatmini ile iş performansı arasında pozitif ve anlamli bir ilişki olduğunu gösterirken, erkekler arasında iş tatmini ile performans arasında anlamli bir ilişki saptanamamıştır. Eskibağ (2014)  ğretmenlerin örgütsel bağlılıkları, iş tatminleri ve mesleki performansları arasındaki ilişkileri analiz etmiştir. İş tatmininin ve iş performansının örgütsel bağlılığı pozitif yönlü olarak etkilediğini tespit etmiştir. Akkoç,  alışkan ve Turunç (2012)  rg tlerde gelişim kültürü ve algılanan örgütsel desteğin iş tatmini ve iş performansına etkisini araştırmışlardır. Araştırmanın bulguları iş performansının önde gelen belirleyicilerinden birisinin iş tatmini olduğunu göstermiştir. Literatürdeki bu araştırmaların bulguları bu araştırmanın bulgularıyla uyumludur.

İlaç mümessillerinin performanslarının göstergesi olarak ölçülen tamamlanan realizasyon oranlarının cinsiyete ve işteki pozisyonun yönetsel olma durumuna anlamli düzeyde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer deyişle, kadın ve erkek ilaç mümessillerinin ve yönetsel pozisyonda olan ve yönetsel pozisyonda olmayan ilaç mümessillerinin performanslarının benzer düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Literatürdeki araştırmaların bulguları cinsiyet ve performans ilişkili açısından farklılık göstermektedir. Bazı araştırmalarda bu araştırmada olduğu kadın ve erkek çalışanların performanslarının anlamli düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir (Eskibağ, 2014; Tekingündüz vd., 2015;  zt rk ve Okçu, 2020). Diğer taraftan,  ktem ve  ztoprak (2020) kadınların iş performansının

erkeklerle göre daha yüksek olduğunu bulmuştur. Tersine, Türkoğlu ve Yurdakul (2017) erkeklerin iş performansının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

Yaş faktörü açısından değerlendirildiğinde, 41 yaş ve üzerinde olan ilaç mümessillerinin performanslarının 20-30 yaşında olanlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yaşla ilgili bu performans farklılığının nedeninin iş tecrübesinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Çünkü 16 yıl ve üzerinde mesleki tecrübesi olanların performanslarının 10 yıl ve altında mesleki tecrübesi olanlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İşletme tecrübesi açısından da 11-15 yıl tecrübesi olanların performansının 1-5 yıl tecrübesi olanlardan daha yüksek olduğu şeklinde bulunmuştur. İşletme tecrübesi açısından 16 yıl ve üzerinde işletme tecrübesi olanların performans düzeyleri aslında yüksektir ancak bu süreçte işletme tecrübesine sahip olanların sayısı az olduğundan (16 kişi) istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Literatürdeki araştırmaların çoğunluğu iş performansının yaşa göre farklılaşmadığını göstermektedir (Akkoç vd., 2012; Eskibağ, 2014; Türkoğlu ve Yurdakul, 2017; Öktem ve Öztoprak, 2020; Öztürk ve Okçu, 2020). Benzer olarak, literatürdeki araştırmaların çoğunluğu iş performansının mesleki tecrübeye göre de farklılaşmadığını işaret etmektedir (Akkoç vd., 2012; Eskibağ, 2014; Tekingündüz vd., 2015; Öktem ve Öztoprak, 2020; Öztürk ve Okçu, 2020). Sınırlı sayıda araştırmada yaşla ilgili farklı bulgulara ulaşılmıştır. Tekingündüz vd. (2015) bu araştırmanın bulgularıyla uyumlu olarak 45 yaş ve üzeri çalışanların 35-44 yaş aralığında olan çalışanlara göre performanslarının daha yüksek olduğunu ve Türkoğlu ve Yurdakul (2017) 16-20 yıl mesleki tecrübesi olanların yüksek iş performansına sahip olduklarını bulmuştur.

Medeni durum açısından ilaç mümessillerinin performansları incelendiğinde ayrı yaşayan mümessillerin performanslarının bekar ve boşanmış olanlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir, ancak evlilerle benzer düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu sonucun nedenleri daha detaylı araştırmalarla incelenmelidir, ancak henüz boşanmamış olup ayrı yaşayan bu bireylerin kendilerini ispat etmek veya içinde bulundukları durumun yıkıcı etkilerinden kaçınmak için işlerine daha fazla yönelmiş olabilecekleri öngörülebilir. Literatürdeki araştırmaların çoğunluğu iş performansının medeni duruma göre farklılaşmadığını göstermektedir (Türkoğlu ve Yurdakul, 2017; Öktem ve Öztoprak, 2020; Öztürk ve Okçu, 2020). Bu araştırmaların tersine Eskibağ (2014) bekarların iş performansının evlilerden daha yüksek olduğunu bulmuştur.

Eğitim düzeyi açısından ilaç mümessillerinin performansları incelendiğinde yüksek lisans mezunu olanların performansının lisans mezunu olanların performansından daha yüksek olduğu saptanmıştır. Yüksek lisans mezunu olan ilaç mümessillerinin performans düzeyinin, lise ve ön lisans mezunu olanlara kıyasla daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Bununla birlikte, bu gruptaki ilaç mümessillerinin sayısı sınırlı olduğundan (31 kişi), istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu bulguyu eğitim düzeyi yüksek olan ilaç mümessillerinin iş performansın da daha yüksek olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür. Literatürdeki araştırmalar eğitim düzeyi ve iş performansı ilişkisi açısından farklı bulgular elde etmişlerdir. Öktem ve Öztoprak (2020) Tekingündüz vd. (2015) eğitim düzeyine göre iş performansının farklılaşmadığını bulmuşlardır. Öztürk ve Okçu (2020) lise mezunlarının performansının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Türkoğlu ve Yurdakul (2017) lisansüstü mezunlarının performansının daha yüksek olduğunu bulurken Eskibağ (2014) lisans ve yüksek lisans mezunlarının performansının doktora mezunlarından yüksek olduğunu saptamışlardır.

Aylık gelir düzeyi açısından ilaç mümessillerinin performansları incelendiğinde en yüksek aylık gelir grubu olan 15001TL ve üzerinde aylık geliri olan ilaç mümessillerinin performanslarının diğerlerinin performansından daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Regresyon analizinde de ücretin ilaç mümessillerinin performansını etkileyen en belirleyici faktör olduğu tespit edilmişti. Literatürde performans ve aylık gelir ilişkisini araştıran nadir çalışmaların birinde Eskibağ (2014) aylık gelire göre performans farkı oluşmadığını bulmuştur.

Araştırmanın bulguları iş tatminini etkileyen faktörler açısından değerlendirildiğinde; kadın ve erkek ilaç mümessillerinin ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri açısından benzer bir memnuniyet düzeyine sahip oldukları, diğer taraftan kadın ilaç mümessillerinin çalışma koşullarıyla ilgili memnuniyet düzeyinin erkeklerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Kadın ilaç mümessilleri doktorlarla daha kolay iletişim kurabildikleri için çalışma şartlarını daha olumlu değerlendirmiş olabilirler. Gelecekteki araştırmaların bu konuyu daha detaylı araştırmaları faydalı olacaktır. Literatürdeki araştırmaların çoğunluğu iş tatmininin cinsiyete göre farklılaşmadığını göstermektedir (Yapraklı ve Yılmaz, 2010; Eskibağ, 2014; Şencan vd., 2017; Varol vd., 2018; Oralhan ve İbili, 2019; Hassoy ve Özvurmaz, 2019; Öztürk ve Okçu, 2020; Akyol vd.,

2022). Farklı alanlarda gerçekleştirilen pek çok araştırma ise erkeklerin iş tatminlerinin kadınlarınkinden daha yüksek olduğunu göstermektedir (Tekingündüz vd., 2015; Türkoğlu ve Yurdakul, 2017; Çelikkalp, Temel ve Bilgiç, 2019; Öktem ve Öztoprak, 2020).

Yaş açısından ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri değerlendirildiğinde; iş tatminini etkileyen faktörlerden hiç birisinin yaşa göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer deyişle yaş etkeninin ilaç mümessillerinin iş tatmini belirleyici bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürdeki farklı örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmiş olan araştırmaların bulguları da bu araştırmanın bulgularıyla uyumlu olarak iş tatmin düzeylerinin yaşa göre farklılaşmadığını göstermiştir (Akkoç vd., 2012; Eskibağ, 2014; Tekingündüz vd., 2015; Şencan vd., 2017; Varol vd., 2018; Korkmaz ve Baykal, 2018; Oralhan ve İbili, 2019; Çelikkalp vd., 2019; Hassoy ve Özvermaz, 2019; Öztürk ve Okçu, 2020; Öktem ve Öztoprak, 2020; Akyol vd., 2022). Sınırlı sayıda araştırma ise iş tatmininin yaşa göre farklılaştığı sonucuna ulaşmıştır (Yapraklı ve Yılmaz, 2010; Türkoğlu ve Yurdakul, 2017; Akyol vd., 2022).

Medeni durum açısından ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri değerlendirildiğinde; bekar, evli, boşanmış ve ayrı yaşayan ilaç mümessillerinin terfi, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri açısından benzer bir memnuniyet düzeyine sahip oldukları sonucu elde edilmiştir. Diğer taraftan, ayrı yaşayan mümessillerin işleriyle ilgili ücret, yönetim ve çalışma koşulları tatmin düzeylerinin diğer mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrı yaşayan ilaç mümessillerinin bu sonuçlarının daha kapsamlı araştırmalarla incelenmesi gerekmektedir, bununla birlikte ayrı yaşadığı için birtakım sorumluluklardan sıyrılmış olan çalışanın ücret ve çalışma koşullarını daha tatmin edici olarak algılamış olabileceği söylenebilir. Literatürde farklı örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmiş olan araştırmaların bulguları iş tatmini düzeylerinin medeni duruma göre farklılaşmadığını göstermiştir (Yapraklı ve Yılmaz, 2010; Şencan vd., 2017; Türkoğlu ve Yurdakul, 2017; Varol vd., 2018; Korkmaz ve Baykal, 2018; Oralhan ve İbili, 2019; Çelikkalp vd., 2019; Hassoy ve Özvermaz, 2019; Öztürk ve Okçu, 2020; Öktem ve Öztoprak, 2020). İş tatmininin medeni duruma göre farklılaştığını tespit eden nadir araştırmaların birinde Eskibağ (2014) bekarların iş tatmin düzeylerinin evlilerinkinden daha yüksek olduğunu belirlemiştir.

Eğitim düzeyi açısından ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri değerlendirildiğinde; lise-ön lisans, lisans ve yüksek lisans mezunu olan ilaç mümessillerinin ücret, terfi, yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörleri açısından benzer bir memnuniyet düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir. Bir diğer deyişle eğitim düzeyi çoğunlukla ilaç mümessillerinin iş tatminleri açısından belirleyici bir etken değildir. Diğer taraftan, lise-ön lisans mezunu mümessillerin işleriyle ilgili çalışma koşulları tatmin düzeyleri lisans mezunu mümessillerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksek olarak tespit edilmiştir. Lise-ön lisans mezunu ilaç mümessilleri başka sektörlerdeki lise-ön lisans mezunu çalışanların çalışma şartlarıyla kendilerinininkini karşılaştırdıklarına daha iyi şartlara sahip olduklarını değerlendirdikleri için çalışma şartlarından memnuniyetleri daha yüksek olabilir. Literatürde farklı örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmiş olan araştırmaların bulguları iş tatmini düzeylerinin eğitim düzeyine göre farklılaşmadığını göstermiştir (Eskibağ, 2014; Tekingündüz vd., 2015; Şencan vd., 2017; Varol vd., 2018; Korkmaz ve Baykal, 2018; Oralhan ve İbili, 2019; Hassoy ve Özvurmaz, 2019; Öztürk ve Okçu, 2020; Öktem ve Öztoprak, 2020; Akyol vd., 2022). Diğer taraftan, Yapraklı ve Yılmaz (2010) eğitim düzeyine göre iş tatmininin anlamlı düzeyde farklılaştığını ve Türkoğlu ve Yurdakul (2017) ise lisansüstü mezunlarının ve ilkokul mezunlarının iş tatmin düzeylerinin diğer eğitim düzeyine sahip çalışanların iş tatmin düzeylerinden daha yüksek olduğunu belirlemiştir.

Aylık gelir açısından ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri değerlendirildiğinde; çalışma koşullarından duyulan memnuniyet hariç aylık gelirin iş tatmini açısından belirleyici bir etken olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ücret, terfi imkanları, yönetim desteği, sosyal haklar, ödüllendirme sistemleri ve çalışma arkadaşları gibi faktörler bağlamında, aylık geliri daha yüksek olan bireylerin memnuniyet düzeylerinin aylık geliri daha düşük olanlara kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu faktörlerin perspektifinden, aylık gelirin yüksek olması, olumlu yönde bir etki taşımaktadır. Bu araştırmanın bulgularıyla uyumlu olarak literatürdeki araştırmalarda aylık gelir düzeyine göre iş tatmininin farklılaştığını bulmuşlardır (Yapraklı ve Yılmaz, 2010; Oralhan ve İbili, 2019; Çelikkalp vd., 2019). Aylık gelir düzeyi yüksek olanların iş tatminlerinin de yüksek olduğu belirlenmiştir (Varol vd., 2018; Hassoy ve Özvurmaz, 2019).

İşteki pozisyon açısından ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri değerlendirildiğinde; çalışılan pozisyonunun iş tatmini faktörlerinden sadece ücret ve terfi açısından duyulan memnuniyet üzerinde bir farklılaşmaya neden olduğu tespit edilmiştir. Yönetmel pozisyonda çalışan ilaç mümessillerinin ücret ve terfi faktörlerinden memnuniyet düzeylerinin yönetmel pozisyonda çalışmayanlara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Yönetmel pozisyonda çalışanların aldıkları sorumluluklar karşısında elde ettikleri ücret ve terfi imkanlarından memnun oldukları yorumu yapılabilir. Diğer taraftan yönetim, sosyal haklar, ödüllendirme, çalışma arkadaşları ve çalışma koşullarından duyulan memnuniyet açısından çalışılan pozisyonun belirleyici bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde sınırlı sayıda araştırmanın çalışılan pozisyona göre iş tatmininin farklılaşmasını araştırdığı görülmüştür ve bu araştırmalar çalışılan pozisyona göre iş tatmininin farklılaşmadığını tespit etmişlerdir (Korkmaz ve Baykal, 2018; Varol vd., 2018).

Mesleki tecrübe açısından ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri değerlendirildiğinde; terfi, sosyal haklar, yönetim, ödüllendirme, ücret ve çalışma arkadaşları faktörleri açısından mesleki tecrübenin ilaç mümessillerinin iş tatminleri üzerinde belirleyici olmadığı belirlenmiştir. Çalışma koşulları açısından ise 6-10 mesleki tecrübesi olanların kendilerinden daha az ve daha fazla mesleki tecrübesi olanlara göre iş tatmin düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Bu grup ilaç mümessillerinin çalışma koşulları açısından iş tatminleri düzeylerinin düşük olması mesleki tecrübe açısından orta bir grup olmalarıyla açıklanabilir. 0-5 yıl tecrübesi olanlar bir işe sahip olmanın verdiği heyecan ve mutlulukla çalışma koşullarını önemsemiyor olabilirler. Aynı şekilde meslekte 11 yılın üzerinde tecrübesi olanlarda çalışma koşullarına alışmış olabilirler ve değişeceğine dair ümitlerini kaybettiklerinden önemsemiyor olabilirler. 5-10 yıl mesleki tecrübesi olan grup ise mesleğin acemiliğini üzerinden atmış ve mesleğin geleceğine ait ümitleri olan bir grup olarak çalışma koşullarını daha çok önemsiyor olabilirler. Mesleki tecrübenin etkileri açısından gelecekteki araştırmalar daha fazla inceleme yapmalıdırlar. Literatürdeki farklı örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmiş olan araştırmaların bulguları iş tatmini düzeylerinin mesleki tecrübeye göre farklılaşmadığını göstermiştir (Akkoç vd., 2012; Eskibağ, 2014; Tekingündüz vd., 2015; Şencan vd., 2017; Varol vd., 2018; Korkmaz ve Baykal, 2018; Oralhan ve İbili, 2019; Hassoy ve Özvurmaz, 2019; Çelikkalp vd., 2019; Öztürk ve Okçu, 2020; Öktem ve Öztoprak, 2020). Diğer taraftan, Akyol vd. (2022) yönetim ve ek imkanlar faktörlerinin

mesleki tecrübeye göre anlamlı düzeyde farklılaştığını ve Türkoğlu ve Yurdakul (2017) ise 11-15 yıl mesleki tecrübesi olanların kendilerinden daha az ve daha fazla mesleki tecrübesi olanlara göre Görülen o ki, iş tatmini seviyesinin daha düşük olduğunu belirlemişlerdir.

Mesleki tecrübe açısından ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri değerlendirildiğinde mesleki tecrübe sonuçlarından çok farklı sonuçlar elde edildiği görülmüştür. Çalışma koşullarından duyulan memnuniyet açısından mesleki tecrübe belirleyici bir etken olarak tespit edilmişken şirket tecrübesi çalışma koşullarından duyulan memnuniyeti etkilememektedir. Bir diğer deyişle şirket tecrübesi farklılaşsa dahi çalışma koşullarından ve sosyal haklardan duyulan memnuniyet farklılaşmamaktadır. Diğer taraftan, mesleki tecrübenin aksine şirket tecrübesinin iş tatmini faktörlerinin çoğunun belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şirket tecrübesi farklılaştığında ilaç mümessillerinin ücret, terfi, yönetim, ödüllendirme ve çalışma arkadaşları faktörlerden duydukları memnuniyetin de farklılaştığı saptanmıştır. Genel olarak bakıldığında, şirket tecrübesi 6-15 yıl arasında olanların memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu ve özellikle 16 yıl ve üzerinde şirket tecrübesi olanların memnuniyet düzeylerinin ise daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. 6-15 yıl şirket tecrübesi olanlar şirketin şartlarına alışmış ve bir şekilde şirketten ayrılmamış tecrübeli çalışanlar olarak tatmin düzeyleri daha yüksek bulunmuş olabilir. 5 yıl ve altında şirket tecrübesi olanlar henüz şirketi yeterince tanımadıkları ve koşullarına alışmadıkları için memnuniyet düzeyleri daha düşük çıkmış olabilir. 16 yıl ve üzerinde şirket tecrübesi olanların memnuniyet düzeylerinin düşük olması şirkete çok emek vermiş olmalarına rağmen karşılığını alamıyor olmaktan kaynaklanıyor olabilir. Bu bulgular ayrıca, ilaç mümessillerinin meslek aidiyeti ile şirket aidiyetlerinin birbirinden farklı olduğunu da göstermiştir. Literatürdeki işletme tecrübesine göre iş tatmin düzeylerinin farklılaşmasını inceleyen nadir araştırmalardan birisinde Oralhan ve İbili (2019) işletme tecrübesine göre iş tatmininin farklılaşmadığını bulmuşlardır.

Araştırmanın bu bulgularına dayanılarak uygulayıcılar ve gelecekteki araştırmalar için şu önerilerde bulunulabilir:

- a. Ücret ve çalışma koşullarından duyulan memnuniyet ilaç mümessillerinin performansını etkileyen faktörler olarak bulunduğu için ilaç mümessillerinin ücret ve çalışma koşullarından duydukları memnuniyetini artıracak çözümler geliştirmelidir.

- b. İş tatminini etkileyen faktörlerden duyulan memnuniyetin birbiriyle ilişkili olduğu bulunduğu bir faktörden duyulan memnuniyetin diğeri üzerinde de pozitif yönlü etki yapacağı düşünülerek tüm faktörlerden duyulan memnuniyeti artırmak için uygulamalar geliştirilmelidir.
- c. Erkek ilaç mümessillerinin, lisans mezunu ilaç mümessillerinin ve 6-10 yıl mesleki tecrübeye sahip ilaç mümessillerinin çalışma koşullarından neden daha az memnun oldukları araştırılmalı ve buna uygun çözümler üretilmelidir.
- d. 5 yıl ve altında ve 16 yıl ve üzerinde şirket tecrübesi olan ilaç mümessillerinin genel olarak iş tatmini düzeylerinin neden daha az olduğu araştırılmalı ve buna uygun çözümler üretilmelidir.
- e. Gelecekteki araştırmalar ilaç mümessillerinin iş tatmini düzeyleri ile performansları arasındaki ilişkiyi daha sıklıkla incelemelidirler. Bu tür araştırmalar farklı ve daha geniş örneklem gruplarıyla tekrarlanmalıdır. Gelecekteki araştırmalar nicel yöntemlerin yanında nitel yöntemleri de kullanmalıdırlar. Kullanılan nitel yöntemlerle cinsiyet, eğitim ve şirket tecrübesi açısından ortaya çıkan iş tatmini farklılıklarının nedenleri belirlenebilir.

REFERANSLAR

- Adıgüzel, O., & Keklik, B. (2011). Sağlık Kurumlarındaki İşgörenlerin Tatmini ve Bir Uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 305-318.
- Akıncı, Z. (2002). Turizm sektöründe işgören iş tatminini etkileyen faktörler: beş yıldızlı konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Akdeniz İİ BF Dergisi*.
- Akalp, G. (2003). İnsan Kaynakları Yönetiminde Ücret Sistemine Genel Bir Bakış. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*.
- Aksu, H. (2006). İlaç Mümessillerinin İlaç Tanıtımında Kullandıkları Kişisel Satış Yöntemleri ve Etkileri: Sivasta Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Aktan, C. C., & Işık, A. (2007). *Sağlık Hizmetlerinin Finansmanında Alternatif Yöntemler*. Ankara: Aura Yayınları.
- Andres, L., & Grayson, J. P. (2002). Educational Attainment, Occupational Status and Job Satisfaction: A Ten Year Portratit of Canadian Young Women and Men. *aper presented at the annual meeting of American Educational Research Association*.
- Ayhan, E. (2011). Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında İnovasyonun Önemi Malatya’da Faaliyet Gösteren Hastanelerde Bir Uygulama. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Baş, T., & Ardıç, K. (2002). Yüksek Öğretimde İş Tatmini ve Tatminsizliği. *İktisat, İşletme ve Finans, İnceleme ve Araştırma*, 71-73.
- Başaran, İ. E. (1992). *Yönetimde İnsan İlişkileri*. Ankara: Human Relations in Administration), Kadioglu Matbaası.
- Baştemur, Y. (2006). İş Tatmini ile Yaşam Tatmini Arasındaki İlişkiler: Kayseri Emniyet Müdürlüğü’nde Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri*.
- Bakan, İ. (2011). *Yöneticiler İçin Başarı Stratejileri*. İstanbul.
- Bakan, İ., Büyükmeşe, T., & Bedestenci, H. Ç. (2004). *Örgüt sınırlarının çözümünde örgüt kültürü: Teorik ve ampirik yaklaşım*. İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Barutçugil, İ. (2002). *Performans Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Barutçugil, İ. (2002). *Performans Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayınları.

- Bennett, R. (1997). Job Satisfaction among Police Constables: A Comparative Study in Three Developing Nations. *Justice Quarterly*, 295-323.
- Civaner, M. (2006). *Türkiye'de İlaç Şirketlerinin Kullandıkları Pazarlama Yöntemleri ve Hekimlerin Bu Konudaki Değerlendirmelerinin Etik Açısından Sorgulanması*. Ankara: AÜ, SABE, YDT.
- Çalışkan, Z. (2005). İş Tatmini: Malatya'da Sağlık Kuruluşları Üzerine Bir Uygulama. *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 11-33.
- Çarıkçı, İ. H. (2000). Çalışanların İş Tatminlerini Etkileyen Kişisel Özellikler Süpermarket Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBD*, 5(2).
- Çelik, A., & Şimşek, M. Ş. (2012). *İşletme Bilimine Giriş*. Konya.
- Davis, G. (2004). Job Satisfaction Survey Among Employees in Small Business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(4), 491-513.
- Demirkıran, M., & Şahin , B. (2010). Pratisyen Hekimlerin İlaç Seçimlerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Değerlendirmeleri. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13(1).
- Deniz, M. (2005). *Bir Tutum Çeşidi Olarak İş Tatmini*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Drucker, P. (2000). *Yeni Gerçekler (Çev. Birtane Karanakçı)*. Ankara: Baskı Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Egbule, P. E. (2003). Factors Related to Job Satisfaction of Academic Staff in Nigerian Universities. *Journal of Further and Higher Education*, 27(2), 157-166.
- Ercan, T., & Top, M. (2016). İlaç Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerinin Önemi. *Cumhuriyet Üniv. Sağ. Bil. Enst. Derg.*, 1(2).
- Erdoğan, İ. (1996). *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Eren, M. (2012). Sağlık Biraz Da Kirlenmiş Bir Alan Türkiye Sağlık Sektörü İçerisinde Mümessiller. *Çalışma Ve Toplu Dergisi*, 2012(1).
- Eren, T. A. (2008). Onkoloji Hemşirelerinin İş Doyumu ve Yaşam Doyumunun İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul*.
- Erogluer, K. (2011). Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Kuramsal Bir İnceleme. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11(1), 121-136.
- Feldman, D. C., & Arnold, H. J. (1985). Managing Individual and Group Behavior in Organizations. *McGraw-Hill Book Company*.
- Folger, G., & Konovsky, M. A. (1989). Effects of Procedural and Distributive Justice on Reactions to Pay Raise Decisions. *Academy of Management Journal*, 115-130.

- Gül, H., & Oktay, E. (2009). Relations Between Pay, Career, Job Satisfaction and Performance: An Application In Karaman Governorship. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(21), 223-238.
- Güler, E. (2006). Sağlık Sektöründeki Mal ve Hizmetler için Yapılan Reklamların Hukuksal Boyutunun Türkiye'deki Durumu. *Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Kurumları Yöneticiliği Anabilim Dalı. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi.*
- Gümüş, S. (2014). *Sağlıkta İlaç Pazarlaması*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Ganguli, H. C. (1994). Job satisfaction scales for effective management: Manual for managers and social scientists. *Concept Publishing Company*.
- İbili, Ç. (2017). Tıbbi Mümessillerin İş Tatmini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. *Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.*
- Köseoğlu, P. (2007). Aydın ve İzmir'deki Periton Diyaliz Hastalarının Memnuniyet Durumlarının Değerlendirilmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*
- Kaplan, M. (2007). Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İşgören Performansına Etkisi ve Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Karadal, H. (1999). Yönetici Yaşam Biçimleri ile Yöneticinin Etkinliği ve İş Tatmini Arasındaki İlişki: Bazı Sektörlerde Bir Araştırma. *Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana.*
- Karakaş, G. H. (2008). Satış Yönetiminde Etik; Satışçıların Etik Algılamalarının Demografik Faktörleri İle İlişkisini Ölçmeye Yönelik İlaç Sektöründe Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi, SBE, YYLT.*
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kavuncubaşı, Ş. (2000). *Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Koçel, T. (2007). *İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar*. İstanbul: Arıkan Basım Yayın Dağıtım.
- Koch, J., & Steers, R. (1978). Job Attachment, Satisfaction and Turnover Among Public Sector Employees. *Journal of Vocational Behavior*, 12(1), 119-128.
- Kurt, D. (2010). İlaç Sektöründe Marka Yönetimi ve Bilim İlaç Örneği. *Beykent Üniversitesi, SBE, YYLT.*

- Lawler, E. E. (1973). *Motivation in work organizations*.
- Llyod, L. B., & Leslie, W. R. (2004). *Human Resource Management*. New York: International Edition.
- Locke, E. A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. *The Handbook of Industrial and Organizational Pyschology, IL: Rand McNally, Chicago*.
- Mattila, R. R. (2006). The Relationship Between Burnout, Job Satisfaction, Turnover Intention, and Organizational Commitment in Its Workers. *Disertation. UMI Number 3206570*.
- Mullins, J. L. (1996). *Management and Organizational Behaviour*. London: Pitmon Publishing.
- Nayir, N. (2006). Türk İlaç Sektöründe Tutundurma Faaliyetleri:"Hekim Gözüyle Bir Bakış". *Sakarya Üniversitesi(SAÜ), SBE, YYLT*.
- Nayir, N. (2010). Tıbbi Satış Temsilcilerinin Motivasyonu: "X İlaç Firması Üzerine Bir Araştırma". *Sakarya Üniversitesi Sosya Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*.
- Örücü, E., & Kanbur, A. (2008). Örgütsel-Yönetmel Motivasyon Faktörlerinin Çalışanların Performans ve Verimliliğine Etkilerini İncelemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma: Hizmet ve Endüstri İşletme Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Celal Bayar Üniversitesi İİBF, 15(1)*.
- Örücü, E., Kılıç, R., & Şimşir, S. (2016). Organizasyonlarda İş Tatmini Uygulamaları ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Fener Dergisi*.
- Özbucak, B. (2004). İlaç Mümessillerinin Çalışma Koşulları (Sivas Örneği). *Yüksek Lisans Tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas*.
- Özkelebek, M. G. (2019). İlaç Mümessillerinin İlaç Tanıtımında Kullandıkları Kişisel Satış Yöntemleri ve Etkileri: Mersin İlinde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı, Toros Üniversitesi, Mersin*.
- Özpehlivan, M. (2018). İş Tatmini: Kavramsal Gelişimi, Bireysel ve Örgütsel Etkileri, Yararları ve Sonuçları. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2)*.
- Pearson, L. C., & Moomaw, W. (2005). The Relationship Between Teacher Autonomy And Stress, Work Satisfaction, Empowerment, And Professionalism. *Educational Research Quarterly, 29(1), 36-58*.
- Pekel, H. N. (2001). İşletmelerde Motivasyon-Verimlilik İlişkisi Devlet Hava Meydanları İşletmesi Antalya Havalimanı Çalışanları Arasında Bir Örnek Olay Araştırması.

*Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi.*

- Sertçe, S. (2003). Kamu Kuruluşlarında Yöneticilerin İş Doyumu Üzerine Araştırma, İzmir Emniyet Teşkilatı Örneği. *Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.*
- Sevimli, F., & İşcan, Ö. F. (2005). Bireysel ve İş Ortamına Ait Etkenler Açısından İş Doyumu. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 5(1-2), 49-68.
- Sezgin, S. (2013). İlaç Sektöründe Kişisel Satış ve Tıbbi Mümessiller. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.*
- Smither, R. D. (1998). *The Psychology of Work and Human Performance*. New York: Longman.
- Soyer, F., & Can, Y. (2007). İş Tatmini ile Mesleki Beklenti ve Mesleki Destek Algılaması Arasındaki İlişki: Beden Eğitimi Öğretmenleri Üzerinde Bir Araştırma. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*(3), 23-36.
- Şimşek, M. Ş., Akgemici, T., & Çelik, A. (2011). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Tütüncü, Ö., & Kozak, M. (2007). An Investigation of Factors Affecting Job Satisfaction. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(1), 1-19.
- Tütüncü, O., & Küçükusta, D. (2009). Organizasyonlarda Bireyler: Tutum, Davranış ve Motivasyon. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlıkta Kalite Geliştirme ve Akreditasyon Anabilim Dalı*.
- Temir, A. (2002). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Kara Harp Okulu Basım Evi.
- Toker, B. (2007). Demografik Değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmir'deki Beş ve Dört Yıldızlı Otelere Yönelik Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(1), 92-107.
- Ullah, A., Ullah, S., & Durrani, B. (2011). Effect of Leadership On Employees Performance in Multinational Pharmaceutical Companies in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 286-299.
- Varinli, İ., Kacur, L. L., & Göknar, H. (2004). Eczacıların İlaç Reklamlarına Karşı Tutumlarının Belirlenmesi-Kayseri'de Faaliyet Gösteren Eczacılar Üzerine Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(23), 17-33.

- Worrell, T. G. (2004). School Psychologists' Job Satisfaction: Ten Years Later. *Doktora Tezi. Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia.*
- Yazıcıoğlu, İ. (2010). Örgütlerde İş Tatmini ve İş gören Performansı İlişkisi: Türkiye ve Kazakistan Karşılaştırması. *Bilig*(55), 243-264.
- Yoon, M. H., & Jaebeom, S. (2003). Organizational Citizenship Behaviours And Service Quality As External Effectiveness of Contact Employees. *Journal of Business Research*, 597- 611.
- Yurteri, M. K. (2014). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Uluslararası İlaç Firmalarındaki Tıbbi Mümeslllere Yönelik Terfi Uygulamaları ile Motivasyon ve Performans İlişkisi. *Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.*



EK A

İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İLAÇ MÜMESSİLLERİNİN PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİLERİ ANKETİ

Sayın Katılımcılar,

Sizi, “iş tatminini etkileyen faktörlerin ilaç mümessillerinin pazarlama performansına etkileri” çalışmasına katılmaya davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı, ilaç mümessillerinin iş tatminlerini etkileyen faktörlerin onların pazarlama performansı üzerine etkilerini araştırmaktır. Bu kapsamda ilaç mümessillerinin iş tatminlerini etkileyen faktörler ve bu faktörlerin hangilerinin hangi oranda pazarlama performansını etkilediği incelenecektir. Araştırmadan elde edilecek sonuçların ilaç mümessillerinin iş tatminlerini ve onların pazarlama performanslarını artırmakta katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Anket 2 bölümden ve 5 sayfadan oluşmaktadır. Anketi doldurmanın 15 dakika sürmesi tahmin edilmektedir.

Bu anket çalışması Altınbaş Üniversitesi izni ve bilgisi dâhilinde yapılmaktadır. Bu ankete katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanır. Anketi doldurarak bu çalışmaya katılmayı kabul etmiş olmaktadır. Size rahatsızlık veren soruları cevaplamak zorunda değilsiniz. İstedığınız zaman da anketi doldurmayı bırakabilirsiniz.

Anket kâğıtlarına lütfen isminizi ve kimlik tespiti sağlayabilecek herhangi bir bilgiyi yazmayınız. Bu çalışmaya katılanların bilgileri kesinlikle gizli tutulacak ve üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır.

Saygılarımızla,

Mustafa Burak PUTUR
Altınbaş Üniversitesi

İşletme Yüksek lisans öğrencisi

BÖLÜM 1: KİŞİSEL BİLGİLER

Açıklama: Lütfen aşağıdaki soruların karşılığını sizi en iyi yansıtacak şekilde veriniz.

1. Yaşınız:

2. Cinsiyetiniz:

1.() Erkek

2.() Kadın

3. Medeni haliniz:

1.() Bekar

2.() Evli

3.() Boşanmış

4.() Ayrı yaşıyor

4. Eğitim durumunuz:

1.() Lise

2.() Ön lisans

3.() Lisans

4.() Yüksek lisans

5.() Doktora

5. Aylık Geliriniz:

1.() 3000TL ve daha az

2.() 3001 – 6000TL

3.() 6001 – 9000TL

4.() 9001 – 12000TL

5.() 12001 – 15000TL

6.() 15000TL ve daha fazla

6. Sektör tecrübeniz:

1.() 0-5 yıl

2.() 6 – 10 yıl

3.() 11 – 15 yıl

4.() 16 – 20 yıl

5.() 21 yıl ve üzeri

7. İşletmedeki tecrübeniz:

1.() 0-5 yıl

2.() 6 – 10 yıl

3.() 11 – 15 yıl

4.() 16 – 20 yıl

5.() 21 yıl ve üzeri

8. İşletmedeki pozisyonunuz:

1.() Yönetmel

2.() Yönetmel değil

9. Tamamladığınız son dönem hedef realizasyon oranı %....

BÖLÜM 2: İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ANKETİ

Açıklama: Lütfen, aşağıdaki ifadelerin karşılığı olarak sizin görüşünüzü en iyi yansıtan ve en uygun olan seçeneği daire içine alınız						
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katlıyorum	Tamamen Katlıyorum
1	İşimdeki maaş artış olanaklarından memnunum.	1	2	3	4	5
2	İşimde yükselebilmek şansım oldukça az.	1	2	3	4	5
3	Amirim işinin ehlidir.	1	2	3	4	5

4	Buradaki sosyal haklardan herkes eşit düzeyde yararlanmaktadır.	1	2	3	4	5
5	Burada çalışanlar için çok az ödüllendirme var.	1	2	3	4	5
6	Yaptığım işin çoğu formaliteden ibaret.	1	2	3	4	5
7	Burada çok fazla rekabet ve kavga var.	1	2	3	4	5
8	İşimin can sıkıcı olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
9	Buradan her çıkışta yazılı izin almak zorunda kalmaktan rahatsızım.	1	2	3	4	5
10	Burada sosyal, sportif, sanatsal ve kültürel ortamların yeterli olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
11	Yaptığım işten gurur duyuyorum.	1	2	3	4	5
1: Hiç katılmıyorum, 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen katılıyorum						
12	İş arkadaşlarımı eğlenceli buluyorum.	1	2	3	4	5
13	Buradaki gereksiz kurallar nedeniyle işim başımdan aşkın.	1	2	3	4	5
14	Yaptığım işin takdir edilmediğini hissediyorum.	1	2	3	4	5
15	Sahip olmadığımız ama olmamız gereken sosyal haklar var.	1	2	3	4	5
16	Amirim bana karşı adil değil.	1	2	3	4	5
17	Burada işini iyi yapanlar adil bir şekilde yükselme şansına sahip olurlar.	1	2	3	4	5
18	Aldığım maaşı düşündüğümde kurumca takdir edilmediğimi hissediyorum.	1	2	3	4	5
19	Yaptığım iş karşılığında hak ettiğim maaşı aldığımı düşünüyorum.	1	2	3	4	5
20	İnsanlar burada en az diğer kurumlarda olduğu kadar hızlı yükselirler.	1	2	3	4	5
21	Amirim astlarının duygularını pek dikkate almaz.	1	2	3	4	5
22	Sahip olduğumuz sosyal haklar diğer pek çok kurumda sağlananlardan daha	1	2	3	4	5
23	Verilen bir işi iyi yaptığımda hak ettiğim takdiri görüyorum.	1	2	3	4	5
24	Ne zaman iyi bir iş yapmaya çalışsam gereksiz kurallarla karşılaşırım.	1	2	3	4	5
25	Birlikte çalıştığım insanların yetersizliklerinden dolayı daha fazla çalışmak zorunda kalıyorum	1	2	3	4	5
26	Burada yapmakta olduğum işlerden hoşlanmıyorum.	1	2	3	4	5
27	Çalıştığım ortamın sağlıklı ve rahat olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
28	İşimi yaparken kullandığım araç-gereç ve teknolojinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
29	İşim bana anlamsız geliyor.	1	2	3	4	5
30	Birlikte çalıştığım insanlardan hoşnut değilim.	1	2	3	4	5
31	Buradaki kurallar işimi doğru dürüst yapmamı engellemiyor.	1	2	3	4	5
32	Çabalarımın yeterince desteklendiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5

33	Amirimi seviyorum.	1	2	3	4	5
34	Amirim kendisine ilettiğim sorunlarla yakından ilgilenir.	1	2	3	4	5
35	Burada terfi etmek için başarılı olmaktan çok yöneticilerle iyi ilişkiler kurmak gerekiyor.	1	2	3	4	5
36	Sahip olduğum yükselme olanaklarından memnunum.	1	2	3	4	5
37	Amirimin yaptığım işle ilgili düşüncelerime önem vermediğini	1	2	3	4	5
38	Burada sahip olduğum sosyal haklardan memnun değilim.	1	2	3	4	5
39	Yaptığım iş karşılığında sık sık övgü alırım.	1	2	3	4	5
40	Burada hiyerarşik kademenin çok fazla olması işlerin yapılmasını	1	2	3	4	5
41	İşle ilgili kararlara katılabiliyorum.	1	2	3	4	5
1: Hiç katılmıyorum, 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen katılıyorum						
42	Yaptığım iş sayesinde kendimi geliştirebiliyorum.	1	2	3	4	5
43	Öğle tatillerinde dışarı çıkmak için izin almak zorunluluğu beni rahatsız	1	2	3	4	5
44	Maaş artış oranları yeterli değil.	1	2	3	4	5
45	Amirinin her istediğini yapanların yükselebileme şansı iyi çalışanların yükselebileme şansından daha fazladır.	1	2	3	4	5
46	Amirimin üstündeki yöneticilerin yaptığım işle ilgili düşüncelerime önem vermediklerini hissediyorum.	1	2	3	4	5
47	Burada iyi bir iş yapıldığında hemen fark edilir.	1	2	3	4	5
48	İşimi farklı bir şekilde yaptığımda olumlu tepki alırım.	1	2	3	4	5
49	Amirimin üstündeki yöneticiler işlerinin ehlidir	1	2	3	4	5
50	Buradaki güvenlik önlemlerinin onur kırıcı olduğunu düşünüyorum	1	2	3	4	5
51	Türkiye koşullarında iyi bir maaş aldığımı düşünüyorum	1	2	3	4	5
52	Burada dalkavuklardan ziyade işini iyi yapanlar terfi ederler	1	2	3	4	5
53	Amirimin üstündeki yöneticiler astlarına karşı adil davranmazlar	1	2	3	4	5
54	Burada sosyal haklardan her unvan düzeyindekiler eşit olarak yararlanır	1	2	3	4	5
55	Burada kişilere yaptıkları işlerden memnun kalındığı belli edilmez	1	2	3	4	5
56	Burada yaşadığım sorunları çalışma arkadaşlarımla paylaşıyorum	1	2	3	4	5
57	Burada yapmakta olduğumdan başka bir iş yapmayı tercih ederim	1	2	3	4	5
58	Burada birbirimizin işini kolaylaştıracak bir çalışma düzenimiz var	1	2	3	4	5
59	Unvan grupları arasında çok fazla maaş farkı olması beni rahatsız ediyor	1	2	3	4	5
60	Burada terfi edebilmek için işini iyi yapmaktan çok iyi pazarlamak	1	2	3	4	5

61	Amirimin üstündeki yöneticiler kendilerine ilettiğimiz sorunlarla yakından ilgilenirler	1	2	3	4	5
62	Burada sosyal haklardan yararlanma derecesi ilgili birimlerde çalışan görevlilerle kurulan yakınlığa bağlıdır	1	2	3	4	5
63	Burada unvan arttıkça yapılan işler karşılığında alınan övgü de artar	1	2	3	4	5
64	İşle ilgili olmayan konularda bile ne zaman ihtiyacım olsa çalışma arkadaşlarım yardıma koşarlar	1	2	3	4	5
65	Bundan sonra da şu an yapmakta olduğum işi yapmaya devam etmeyi	1	2	3	4	5
66	Burada her izin alışımında açıklama yapmaktan rahatsızım	1	2	3	4	5
67	Her ay düzenli maaş almaktan memnunum	1	2	3	4	5
68	Mesleğinde gerekli ve yeterli bilgiye sahip olanlar burada kolay terfi	1	2	3	4	5
1: Hiç katılmıyorum, 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen katılıyorum						
69	Burada karşılaştığımız sorunları çözmek için çalışma arkadaşlarımla birlikte hareket ederiz	1	2	3	4	5
70	İşimi seviyorum	1	2	3	4	5
71	Bu işi bırakmayı düşünmüyorum	1	2	3	4	5
72	İşimin bana sağladığı imkanlardan memnunum	1	2	3	4	5
73	Başkalarına bu işi tavsiye ederim	1	2	3	4	5