

T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARA SAĞLANAN
EK FAYDALARIN İŞ MOTİVASYONUNA ETKİSİ: İSTANBUL MERTER
TEKSTİL BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Halil İbrahim CANBAY

Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı

Uluslararası Ticaret (Tezli) Yüksek Lisans Programı

EYLÜL 2024
İSTANBUL

T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARA
SAĞLANAN EK FAYDALARIN İŞ MOTİVASYONUNA ETKİSİ:
İSTANBUL MERTER TEKSTİL BÖLGESİNDE BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Halil İbrahim CANBAY
220005004
0009-0000-9079-3398

Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı
Uluslararası Ticaret (Tezli) Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Mehmet Naci EFE

İstanbul 2024



T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü

Jüri Tez Onay Formu

20.09.2024

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Bu çalışma 20.09.2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı, Uluslararası Ticaret ve Finansman (Tezli Yüksek Lisans) Programı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ

Doç. Dr. Mehmet Naci EFE

Danışman

İstanbul Gedik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Metin TOPTAŞ

Üye (İmza)

İstanbul Gedik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hasan

BOZTOPRAK

Üye (İmza)

İstanbul Beykent Üniversitesi

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Çalışanlara Sağlanan Ek Faydaların İş Motivasyonuna Etkisi: İstanbul Merter Tekstil Bölgesinde Bir Araştırma ” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya ’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim (20/09/2024).

Halil İbrahim CANBAY

ÖNSÖZ

Bu çalışma süresince bana danışmanlık yapan, tezimin bütün aşamalarında beni destekleyen yol gösteren kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Mehmet Naci EFE hocamıza, çalışmanın araştırma kısmında yol gösteren Dr. Öğretim Üyesi Metin TOPTAŞ hocamıza ve Dr. Öğretim Üyesi Hasan BOZTOPRAK hocamıza, çocukluğumdan bu yana eğitimim için hiçbir şeyden kaçınmayan sevgili Babam Kenan CANBAY'a, eğitimimden işime, hobilerimden yaşantıma her alanda arkamda duran biricik annem Fatma CANBAY'a, beni her konuda destekleyen fikir veren ikiz kardeşim gibi bağlı olduğum sevgili ablam Kübra Nur CANBAY'a özellikle verdiği akademik fikir ve desteğine, araştırma sürem boyunca destek ve fikir veren yanımda duran başta en yakın dostum Kubilay ŞAKAR ve yardımcı olan diğer arkadaşlarıma ve son olarak çalışmam süresince tüm organizasyonu üstlenen moral ve motivasyonumu arttırmak için elinden geleni yapan danışman hocamızın kıymetli asistanı Burcu AKKAYA'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eylül 2024

Halil İbrahim CANBAY

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR	viii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ.....	xi
ÖZET.....	xii
ABSTRACT	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1 Literatür Taraması	2
1.2 Araştırmanın Amacı	3
1.3 Araştırmanın Sınırlılıkları	4
1.4 Hipotezler	5
2. TEORİK ÇERÇEVE	6
2.1 Türkiye’de Tekstil Sektörünün ve Sektördeki İstihdamın Genel Durumu	6
2.1.1 Sektörlerin bölgesel yapısı	7
2.1.2 Sektörlerin işyeri ve istihdam sayısı	9
2.1.3 Tekstil ve hazır giyim sektöründe ihracatın güncel durumu	9
2.1.4 Sektörlerin dış ticareti.....	11
2.2 Motivasyonun Kavramı.....	18
2.2.1 Dışsal motivasyon	20
2.2.2 İçsel motivasyon	20
2.2.3 İş motivasyonu.....	21
2.2.4 Örgütsel motivasyon.....	21
2.2.5 Motivasyonun iş performansına etkisi.....	22
2.3 Motivasyonun Benzer Kavramlarla İlişkisi.....	23
2.3.1 Motivasyon ve amaçlar.....	23
2.3.2 Motivasyon ve iş tatmini	23

2.3.3 Motivasyon ve verimlilik	24
2.3.3.1 Fiziksel verimlilik	26
2.3.3.2 Parasal verimlilik	27
2.3.3.3 Verimliliğin işletmeler açısından önemi.....	28
2.3.3.4 Tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışan verimliliği.....	29
2.4 Çalışan Motivasyonuna Etki Eden Faktörler	32
2.4.1 Fiziki faktörler	32
2.4.2 Psikolojik ve sosyal faktörler	33
2.4.3 Ekonomik faktörler.....	36
2.4.3.1 Maaş ücretlendirmesi.....	36
2.4.3.2 Ödüllendirme sistemi.....	38
2.4.3.3 Pirim sistemi	39
2.5 Ek Faydalar ve Çalışan Motivasyonu.....	40
3. METODOLOJİ	43
3.1 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	43
3.2 Veri Toplama Yöntemleri	43
3.3 Örneklem Seçimi.....	44
3.4 Veri Analizi Teknikleri	44
3.5 Etik Onay ve Gizlilik.....	44
4. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR	45
4.1 Verilerin Analizi.....	45
4.2 Çalışanların Tanımlayıcı Özelliklerine Ait Bulgular	46
4.3 Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)	48
4.4 Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA).....	51
4.5 Çalışanların Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	53
4.6 Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ile İş Motivasyonu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi.....	59
4.7 Çalışanlara Sağlanan Ek Faydaların İş Motivasyonu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi.....	60
5. TARTIŞMA	62
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	71
KAYNAKÇA	75
EKLER.....	79

Ek-1: Demografik Bilgi Soruları.....	79
Ek-2: İş Motivasyonu Ölçeği	80
Ek-3: Ek Faydalar Ölçeği.....	82
ÖZGEÇMİŞ.....	84



KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	: Araştırma ve Geliştirme
HGS	: Hazır Giyim Sektörü
RFID	: Radyo Frekansı ile Tanımlama
SEM	: Arama Motoru Pazarlamacılığı
THGS	: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü
TÜİK	: Türk İş Kurumu

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa No:

Çizelge 2.1: THG Sektörleri Temel Göstergeleri	7
Çizelge 2.2: İstihdam Verileri	9
Çizelge 2.3: Türkiye'nin THG Sektörleri Dış Ticareti (2021, Milyon Dolar).....	12
Çizelge 2.4: En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığımız Ülkeler ve Değerleri (Milyon)....	14
Çizelge 2.5: En Fazla Hazır Giyim İhracatı Yapılan Ülkeler (Milyon Dolar).....	15
Çizelge 2.6: Türkiye'nin Örne Giyim İhracatı (Bin ABD Doları)	16
Çizelge 2.7: Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı (bin ABD doları, 2022)	17
Çizelge 4.1: Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ) ve İş Motivasyonu Ölçeğine (İMÖ) Ait Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	46
Çizelge 4.2: Çalışanların Tanımlayıcı Özelliklere Ait Bulgular	47
Çizelge 4.3: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Öz Değer ve Varyansları	49
Çizelge 4.4: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Madde Faktör Yükleri, Güvenirlilik ve Madde-Toplam Korelasyonu Analizi Sonuçları	50
Çizelge 4.5: Çalışanların Cinsiyetlerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması	53
Çizelge 4.6: Çalışanların Yaşlarına Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması	54
Çizelge 4.7: Çalışanların Eğitim Düzeylerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması	55
Çizelge 4.8: Çalışanların Gelir Düzeylerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması	56
Çizelge 4.9: Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması	57
Çizelge 4.10: Çalışanların Çalışma Sürelerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması	57

Çizelge 4.11: Çalışanların Departmanlarına Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	58
Çizelge 4.12: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ile İş Motivasyonu Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları	60
Çizelge 4.13: Çalışanların İş Motivasyonları Genel, İçsel ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Sağlanan Ek Faydaların Etkileri	61



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No:

Şekil 2.1: Tekstil Sektörü Sigortalı Çalışan ve İşyeri Yoğunluk Haritası.....	8
Şekil 2.2: Hazır Giyim Sektörü Sigortalı Çalışan ve İşyeri Yoğunluk Haritası	8
Şekil 2.3: Başlıca Tekstil İhracatçıları ve İhracat Miktarları (2021, Milyar Dolar) ..	10
Şekil 2.4: Başlıca Hazır Giyim İhracatçıları ve İhracat Miktarları (2021, Milyar Dolar)	11
Şekil 2.5: Yıl Bazında Tekstil Sektörü Dış Ticaretimiz.....	12
Şekil 2.6: Tekstil Sektörü Ürün Bazlı Dış Ticareti (Bin Dolar, 2021).....	13
Şekil 2.7: Hazır Giyim Sektörü Dış Ticaret Dengesi (Dolar)	14
Şekil 2.8: Hazır Giyim Sektörü Ürün Bazlı Dış Ticaret Dengesi (2021, Bin Dolar). 15	
Şekil 4.1: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Scree Plot Grafiği	49
Şekil 4.2: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları	51
Şekil 4.3: İş Motivasyonu Ölçeğine (İMÖ) Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları	52
Şekil 4.4: Çalışanların İş Motivasyonları Genel, İçsel ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Sağlanan Ek Faydaların Etkileri	60

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARA SAĞLANAN EK FAYDALARIN İŞ MOTİVASYONUNA ETKİSİ: İSTANBUL MERTER TEKSTİL BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Tekstil ve hazır giyim sektörü, istihdama ve ticarete yaptığı önemli katkılarla bilinen, küresel ekonomide önemli bir sektörü temsil etmektedir. Bu araştırma, bu sektördeki çalışanlara sağlanan ek faydaların iş motivasyonuna etkisini araştırmaktadır. İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'nde tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışanlara sunulan ek faydaların iş motivasyonu üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, sektördeki 10 farklı firmanın 150 çalışanıyla yapılan anketler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde, yan haklar olarak bilinen bu ek faydaların çalışanların işlerine olan bağlılıklarını, iş motivasyonlarını ve performanslarını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Sonuçlar, çalışanların iş motivasyonlarının, iş yerinde sunulan yan haklar ile önemli ölçüde arttığını ortaya koymaktadır. Çalışanlar, kendilerine sunulan ek faydalar sayesinde iş yerlerine daha fazla aidiyet hissi duymakta ve bu durum, iş yerindeki genel verimliliğin artmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, çalışanların işverenlerine olan güvenleri ve iş yerinde kalma eğilimleri de bu yan haklar sayesinde güçlenmektedir. Bu araştırma, işverenlerin çalışanlarına sundukları ek faydaların hem çalışan memnuniyeti hem de işletme başarısı üzerinde kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır. İşverenlerin bu tür faydaları stratejik bir şekilde kullanmaları hem çalışan bağlılığını hem de genel iş performansını artırmada önemli bir araç olabilir.

Anahtar Kelimeler: *Hazır Giyim, Tekstil, Ek Faydalar, İş Motivasyonu*

**THE EFFECT OF ADDITIONAL BENEFITS PROVIDED TO EMPLOYEES
IN THE TEXTILE AND READY-WEAR INDUSTRY ON WORK
MOTIVATION: A RESEARCH IN ISTANBUL MERTER TEXTILE**

ABSTRACT

The textile and ready-to-wear sector represents an important sector in the global economy, known for its significant contributions to employment and trade. This research investigates the effects of additional benefits provided to employees in this sector on work motivation. It aims to comprehensively examine the effects of additional benefits provided to employees in the textile and ready-to-wear sector in the Merter Textile District of Istanbul on work motivation. The study was conducted through surveys conducted with 150 employees of 10 different companies in the sector. During the research process, it was investigated how these additional benefits, known as fringe benefits, affect employees' commitment to their jobs, work motivation and performance. The results reveal that employees' work motivation increases significantly with fringe benefits offered at the workplace. Employees feel a greater sense of belonging to their workplaces thanks to the additional benefits offered to them, and this contributes to an increase in overall productivity at the workplace. In addition, employees' trust in their employers and their tendency to stay at work are strengthened thanks to these fringe benefits. This research emphasizes that the additional benefits offered by employers to their employees play a critical role in both employee satisfaction and business success. Employers' strategic use of such benefits can be an important tool in increasing both employee engagement and overall business performance.

Keywords: *Ready-made Clothing, Textile, Additional Benefits, Work Motivation*

1. GİRİŞ

Türkiye'nin ihracatta lokomotif sektörlerinden olan tekstil ve hazır giyim sektöründeki işletmeler, rekabet avantajı sağlamak ve yetenekli çalışanları bünyelerinde tutmak için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejilerin başında, çalışanlara sağlanan ek faydalar gelmektedir. Ek faydalar, çalışanların motivasyonunu artıran ve iş tatminini yükselten unsurlar olarak önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle tekstil ve hazır giyim sektöründe, çalışanların memnuniyeti ve motivasyonu, üretkenliği doğrudan etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Araştırma kapsamında İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve çalışanlarına ek faydalar sağlayan şirketlerde, bu faydaların çalışanların iş motivasyonuna olan etkilerini incelenecektir. 10 farklı şirketten toplam 150 çalışan ile anket yapılacaktır. Bu şirketler, çalışanlarına sağladıkları ek faydalar ile ön plana çıkan firmalar arasından seçilmiştir. Araştırma, iş motivasyonunu etkileyen unsurların belirlenmesi ve ek faydaların bu unsurlar üzerindeki rolünün ortaya konulması açısından önem taşımaktadır. Elde edilen bulguların, işletmelerin insan kaynakları politikalarını geliştirmelerine ve çalışan memnuniyetini artırmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda, araştırmanın ilk bölümünde, iş motivasyonu teorileri ve ek faydaların iş motivasyonuna etkisi üzerine literatürde yer alan çalışmalar incelenecektir. İkinci bölümde ise, araştırma yöntemi ve veri toplama süreci detaylandırılacaktır. Bulgular ve tartışma bölümlerinde, anket sonuçları analiz edilerek, ek faydaların çalışan motivasyonu üzerindeki etkileri değerlendirilecektir. Son bölümde ise, araştırmanın genel sonuçları ve pratik uygulamalar için öneriler sunulacaktır.

Bu araştırmanın, tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için değerli bilgiler sağlayacağı ve çalışanların iş motivasyonunu artırma konusunda yol gösterici olacağı ümit edilmektedir.

1.1 Literatür Taraması

Literatürü incelediğimizde iş motivasyonu üzerine yapılmış çalışmalar çıkmaktadır. Bu kısımda bu çalışmalar incelenecek ve üzerine tezin konusu olan araştırmanın sonuçları eklenerek tartışma kısmında değerlendirilecektir.

Çalışma hayatında motivasyon ve bir kişi motive eden faktörler üzerine yapılan bir alan araştırması neticesinde motivasyonun bireylerin iş performansı üzerindeki etkileri incelenmiş ve bu doğrultuda bir araştırması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, çalışanları en çok motive eden unsurların başında iş güvencesi, ücret, çalışma ortamı ve yönetici desteği gelmektedir. Bunun yanı sıra, çalışanların motive olmasında bireysel ihtiyaçların ve beklentilerin karşılanması da önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, iş yerinde etkin bir motivasyon yönetimi ile çalışan verimliliğinin ve iş tatmininin artırılabilirliğini ortaya koymaktadır (Ünsar, İnan, & Yürük, 2010).

Ölçer (2005) tarafından departmanlı mağazalarda motivasyon üzerine yapılan bir araştırmada, hizmet sektöründe çalışan personelin motivasyonunu etkileyen faktörleri incelenmiştir. Araştırma, departmanlı mağazalarda gerçekleştirilen bir anketle yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, iş güvencesi, amir ile iyi ilişkiler, adil performansa dayalı ücret ve takdir sistemi, iş arkadaşlarıyla güvene dayalı ilişkiler, uygun çalışma ortamı, ekip çalışması, bireye yeteneğine uygun ve çekici işler verilmesi ve iş rotasyonu, motivasyon düzeyini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca, motivasyon düzeyi ile performans düzeyi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Akçay ve Atilla (2019), iş motivasyon araçlarının ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin çalışanların iş üretkenliği üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma, Konya ilinde özel sektörde faaliyet gösteren ve eğitim-geliştirme faaliyetleri yürüten üç işletmede, 386 çalışana yönelik bir anket çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Veriler IBM SPSS 22 ve LISREL 8.8 programları kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler doğrulayıcı faktör, keşfedici faktör, korelasyon, regresyon, t-Testi ve tek yönlü ANOVA yöntemleriyle yapılmıştır. Araştırmanın bulguları, genel iş motivasyon araçlarının ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin iş üretkenliği üzerinde 0,05 anlam düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermiştir. Ayrıca, iş motivasyonunun ve eğitim-geliştirmenin tüm alt boyutlarının iş üretkenliği ile anlamlı pozitif ilişkiler taşıdığı saptanmıştır.

Örücü, Tokyay ve Hasırcı (2022), iş motivasyonu, alt boyutları ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma, Balıkesir'in Gönen ilçesindeki üretim sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın 145 personeli arasında yapılmış ve 134 çalışanın verileri anket yoluyla toplanmıştır. Elde edilen veriler, frekans analizi, normallik testi, güvenilirlik analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılarak değerlendirilmiştir. Sonuçlar, iş motivasyonunun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ve dışsal, içsel ve araçsal motivasyonun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkiler sağladığını göstermiştir. Ancak içgüdüsel motivasyon ve hedef içselleştirmenin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkileri bulunmamıştır. İçsel motivasyon sağlanan çalışanların örgüte daha fazla bağlılık gösterdiği sonucuna varılmıştır (Örücü, Tokyay & Hasırcı, 2022).

Eyitmiş, Yıldız ve Durmuş (2020) işgörenlerin öz yeterlilik ve motivasyonlarının çalışma yaşam kalitesine etkisini incelemiştir. Yapılan nicel çalışmada, veriler anket yoluyla toplanmış ve regresyon analizi kullanılarak öz yeterlilik ve motivasyonun çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Araştırma, her iki değişkenin de çalışma yaşam kalitesi üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir (Eyitmiş, Yıldız & Durmuş, 2020).

Ece, Tokgözoğlu ve Oğuz (2021) işyerinde kötü muamelenin motivasyon ve performans üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmada, farklı kurumlarda görev yapan çalışanlardan anket aracılığıyla veri toplanmış ve regresyon analizi kullanılarak hipotezler test edilmiştir. Sonuçlar, sözlü kötü muamelenin ve duygusal ihmalin motivasyon üzerinde negatif etkiler yarattığını, iş engelleme boyutunun ise anlamlı bir etkisi olmadığını göstermiştir. Ayrıca, motivasyonun çalışan performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur (Ece, Tokgözoğlu & Oğuz, 2021).

1.2 Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışanlara sunulan ek faydaların iş motivasyonu üzerindeki etkilerini derinlemesine incelemektir. İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'ndeki tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların sunduğu ek faydaların çalışanların motivasyon düzeyleri üzerindeki yansımalarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Ek faydalar, çalışanların iş yerindeki genel tatminlerini ve motivasyonlarını artırabilecek çeşitli avantajları

ifade etmektedir; bu avantajlar arasında sağlık sigortası, barınma desteği, ulaşım desteği, ücret artışları, ödüllendirme ve benzeri unsurlar yer almaktadır. Bu bağlamda, araştırma, bu tür ek faydaların çalışan motivasyonu üzerindeki etkilerini belirlemek ve bu etkilere yönelik kapsamlı bir anlayış geliştirmek için tasarlanmıştır.

Araştırmanın önemi, iş motivasyonunun, çalışan performansı ve genel iş verimliliği üzerinde kritik bir rol oynadığı gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Motivasyon, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını, iş tatminlerini ve genel iş verimliliklerini doğrudan etkileyen bir faktördür. Özellikle tekstil ve hazır giyim sektöründe, bu etkilerin daha belirgin ve çeşitli olabileceği düşünölmektedir. Çalışanların motivasyon seviyelerini artırmak, sadece bireysel performanslarını değil, aynı zamanda tüm organizasyonel verimliliği de olumlu yönde etkileyebilir. Bu nedenle, çalışanlara sağlanan ek faydaların bu etkilerini anlamak, sektörün dinamiklerini ve çalışan memnuniyetini iyileştirmek adına kritik bir bilgi kaynağı sunacaktır.

Ek faydaların motivasyon üzerindeki etkilerinin anlaşılması hem akademik literatüre hem de sektörel uygulamalara önemli katkılar sağlayabilir. Akademik açıdan, bu araştırma, çalışan motivasyonu ve ek faydalar arasındaki ilişkiyi aydınlatacak ve bu konudaki bilgi boşluklarını dolduracaktır. Sektörel açıdan ise, elde edilen bulgular, firmaların çalışan memnuniyetini artırmak ve iş gücü verimliliğini yükseltmek amacıyla uygulayabilecekleri stratejik yaklaşımlar geliştirmelerine yardımcı olabilir. Böylece, araştırma hem teorik hem de pratik açıdan önemli bir katkı sağlayarak, iş dünyasında çalışan motivasyonunu artırma yönündeki stratejilere ışık tutmayı amaçlamaktadır.

1.3 Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmanın çeşitli sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıklar, araştırmanın geçerliliğini ve genelleştirilebilirliğini etkileyebilir ve bu nedenle sonuçların yorumlanmasında dikkate alınmalıdır:

- 1. Coğrafi Sınırlılık:** Araştırma, yalnızca İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'ndeki tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalar ile sınırlıdır. Bu durum, bulguların yalnızca bu bölgeye özgü olabileceğini ve diğer bölgelerdeki uygulamalarla farklılık gösterebileceğini göstermektedir.

2. **Sektörel Sınırlılık:** Çalışma, sadece tekstil ve hazır giyim sektörüne odaklanmıştır. Bu nedenle, diğer sektörlerdeki çalışan faydaları ve motivasyon ilişkisi üzerinde herhangi bir değerlendirme yapılmamıştır. Sektörler arası farklılıklar, bulguların genel iş dünyasına uygulanabilirliğini sınırlayabilir.
3. **Örneklem Büyüklüğü ve Seçimi:** Araştırma, belirli bir örneklem büyüklüğü ile yapılmıştır. Örneklem büyüklüğünün sınırlı olması, bulguların tüm sektörel çalışanlar için geçerli olup olmadığını etkileyebilir. Ayrıca, örneklemin seçimi sırasında oluşabilecek önyargılar, sonuçların güvenilirliğini etkileyebilir.
4. **Veri Toplama Yöntemleri:** Veri toplama sürecinde kullanılan anketler ve mülakatlar, belirli yanlılıklar içerebilir. Katılımcıların samimiyeti, cevaplama dürüstlükleri ve anketlerin tasarımı gibi faktörler, elde edilen verilerin kalitesini ve geçerliliğini etkileyebilir.
5. **Zaman Sınırlamaları:** Araştırma belirli bir zaman dilimi içinde yapılmıştır. Bu süre zarfında oluşabilecek değişiklikler veya gelişmeler, bulguların güncelliğini etkileyebilir ve uzun vadeli eğilimleri yansıtmayabilir.

1.4 Hipotezler

Hipotez 1: Çalışanlara sağlanan ek faydalar, iş motivasyonunu olumlu yönde etkiler. Sağlanan ek faydalar (örneğin, sağlık sigortası, emeklilik planı, ulaşım desteği) çalışanların iş motivasyonunu artırabilir. Bu hipotez, genel olarak ek faydaların çalışanların iş yerindeki genel tatmin ve motivasyon düzeyleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu varsayar.

Hipotez 2: Sağlanan ek faydaların türü, iş motivasyonu üzerindeki etkisini değiştirir. Farklı türdeki ek faydalar (örneğin, maaş artışları, sağlık sigortası, eğitim fırsatları) iş motivasyonu üzerinde farklı derecelerde etkili olabilir. Bu hipotez, bazı ek faydaların motivasyon üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu öne sürer.

Hipotez 3: Çalışan memnuniyeti ile ek faydalar arasındaki ilişki, iş motivasyonu üzerindeki etkilerle olumlu bir şekilde korelasyon gösterir. Çalışanların iş memnuniyeti, sağlanan ek faydalar ile pozitif bir ilişki içindedir ve bu memnuniyet, iş motivasyonu üzerinde olumlu bir etki yaratabilir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

THGS teorik olarak ele alındığında Türkiye ekonomisi için büyük ve kritik bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu sektör özellikle ülke ihracatı açısından, Türkiye'nin en büyük ihracat kalemlerinden biridir. Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere birçok uluslararası pazara yapılan ihracat, ülkenin döviz gelirlerine önemli katkı sağlamaktadır. Sağlanan bu katkı, Türkiye'nin dış ticaret dengesi ve gider bilançosu üzerinde pozitif yönde etkiler yaratmaktadır. Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim endüstrisi, milyonlarca insana da iş olanağı sağlamaktadır. Teorik çerçeve ve literatür incelemesinde istihdam ve ihracat rakamları ile alakalı sayısal veriler çalışmanın devamında detaylıca yer alacaktır. Özellikle kadınlar ve gençler için önemli bir iş alanı sağlamakta ve böylece toplumsal ve ekonomik kalkınmaya da ayrıca katkıda bulunmaktadır.

Türkiye, tekstil ve hazır giyim alanında dünya genelinde bakıldığında rekabetçi bir konuma sahip olduğu görülmektedir. Ülkenin yüksek kaliteli ürünleri, hızlı ve esnek üretim kapasitesi ve stratejik olarak coğrafi konumu, global pazarda önemli bir avantaj sağlamaktadır. Ar-Ge ve yenilikçilik, sektörün sürekli gelişimini desteklemekte ve daha yüksek katma değerli ürünlerin üretilmesine olanak sağlamaktadır.

Tekstil, Türk kültürünün ve tarihinde de önemli bir konumda bulunmaktadır. Geleneksel el sanatları ve tekstil teknikleri, modern hazır giyim ürünlerine ilham kaynağı oluşturmakta ve Türkiye'nin kültürel mirasını uluslararası alanda tanıtmaktadır. Son yıllarda, THGS sürdürülebilir üretim pratiklerine daha fazla önem vermeye başlamıştır. Bu, hem global çevresel standartlara uyum sağlamayı hem de tüketici taleplerine cevap vermeyi amaçlamaktır.

2.1 Türkiye’de Tekstil Sektörünün ve Sektördeki İstihdamın Genel Durumu

THGS nin günümüzdeki gelişim düzeyi ABD ve AB pazarlarına yapılan ihracat ağırlıklı üretimle gerçekleşmiştir. 1996 yılında AB ile gerçekleştirilen

Gümrük Birliği Anlaşması aracılığı ile, bu tarihten itibaren AB pazarına kotasız ihracat yapma imkânı elde edilmiştir. 2007 yılı sonrasında AB pazarına tekstil ve hazır giyim sektörlerinde kotasız ihracat yapmaya başlayan Çin karşısında Türkiye, kaliteyi düşürerek fiyatta rekabet etme yolunu değil moda/marka eksenli ve katma değeri yüksek ürünler üreterek var olma yolunu seçmiştir. Sağladığı istihdam ve dış ticaret fazlası ile THD sektörleri, imalat sanayi üretim değerinin %15'ini oluşturmakta, imalat sanayinde yaratılan katma değer %16'sını sağlamaktadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2023).

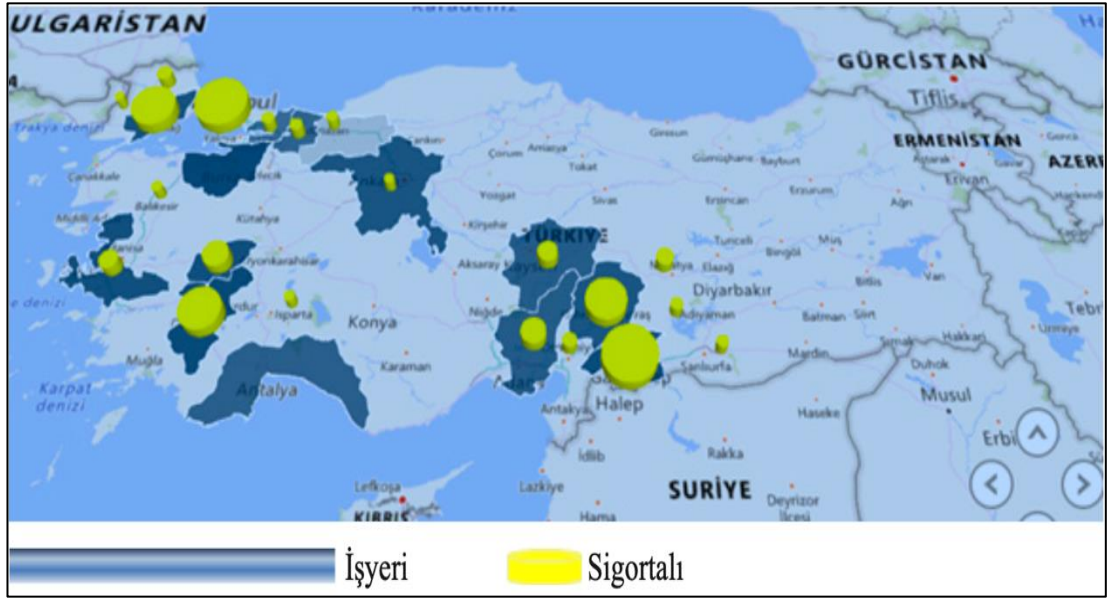
Çizelge 2.1: THG Sektörleri Temel Göstergeleri

	Üretim Değeri 2020 Milyar TL	İhracat 2021 Milyar Dolar	İstihdam 2021	İşyeri 2021
Tekstil	234,28	16,16	499.569	19.515
Hazır Giyim	153,60	18,30	677.395	39.973
Toplam	387,88	34,46	1.176.96	59.488

Türkiye, 2021 yılı dünya tekstil ihracatından aldığı %4,25'lik pay ile ülke bazlı sıralamada 4'üncü, dünya hazır giyim ihracatından aldığı %3,7'lik pay ile 6'ncı büyük ihracatçı konumundadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2023).

2.1.1 Sektörlerin bölgesel yapısı

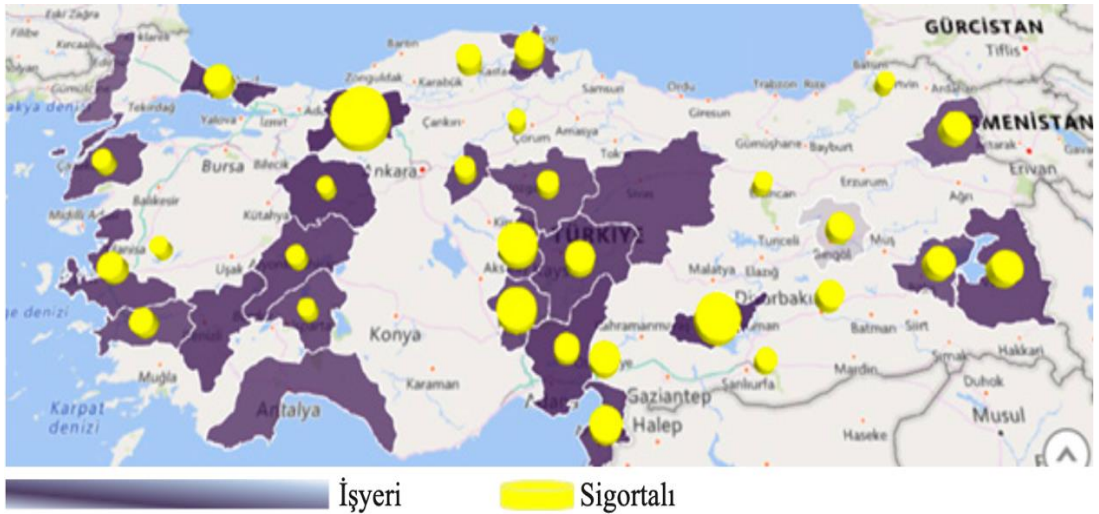
İplik üretimi Kahramanmaraş, İstanbul, Gaziantep, Bursa gibi illerde yoğun olarak yapılırken, Denizli'de havlu, bornoz, ev tekstili imalatı, Uşak'ta iplik, battaniye, geri dönüşüm, Çorlu ve Çerkezköy'de terbiye, Adana'da pamuklu dokuma ve terbiye, Gaziantep'te dokusuz yüzey, makine halıcılığı, İstanbul'da konfeksiyon ve örme imalatı ön plana çıkmaktadır. Sadece yuvarlak örme üretim kapasitesi dikkate alındığında ise İstanbul'u sırasıyla Tekirdağ, Maraş ve Bursa izlemektedir. Şanlıurfa pamuk üretiminde ön sıradadır. THGS'nin yanı sıra bu sektörle bağdaşık olana Deri işleme firmaları da İstanbul-Tuzla, İzmir-Menemen, Tekirdağ-Çorlu, Uşak, Bolu- Gerede, Balıkesir-Gönen, Manisa-Kula'da, ayakkabı firmaları İstanbul, İzmir, Konya ve Gaziantep'te, kürkten eşya imalatı yapan firmalar İstanbul'da, saraciye firmaları İstanbul ve Ankara'da yoğunlaşmıştır. Deri hazır giyim firmaları ise daha çok İstanbul ve İzmir'de yer almaktadır.



Şekil 2.1: Tekstil Sektörü Sigortalı Çalışan ve İşyeri Yoğunluk Haritası

Kaynak: (Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı, 2023: s36)

Gaziantep’te dokusuz yüzey, makine halıcılığı, İstanbul’da konfeksiyon ve örme imalatı ön plana çıkmaktadır. Sadece yuvarlak örme üretim kapasitesi dikkate alındığında ise İstanbul’u sırasıyla Tekirdağ, Maraş ve Bursa izlemektedir. Şanlıurfa pamuk üretiminde ön sıradadır. THGS’nin yanı sıra bu sektörle bağdaşık olana Deri işleme firmaları da İstanbul-Tuzla, İzmir-Menemen, Tekirdağ-Çorlu, Uşak, Bolu-Gerede, Balıkesir-Gönen, Manisa-Kula’da, ayakkabı firmaları İstanbul, İzmir, Konya ve Gaziantep’te, kürkten eşya imalatı yapan firmalar İstanbul’da, saraciye firmaları İstanbul ve Ankara’da yoğunlaşmıştır. Deri hazır giyim firmaları ise daha çok İstanbul ve İzmir’de yer almaktadır.



Şekil 2.2: Hazır Giyim Sektörü Sigortalı Çalışan ve İşyeri Yoğunluk Haritası

Kaynak: (Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı, 2023: s36)

2.1.2 Sektörlerin işyeri ve istihdam sayısı

THGS nin halihazırda işletmeleri ve bu işletmelerde istihdam edilen personel mevcudiyetine bakılacak olursa, 2021 yılı itibari ile özellikle pandemi sonrası yaşanan süreçte gerçekleşen değişimler, kapanan işletmeler, azalan istihdam gibi unsurlar incelenmelidir. Türkiye’de büyük bir ticari payı ve istihdam kapasitesi olan THGS nin mevcut personel ve işyeri sayısı aşağıdaki tabloda net rakamsal, oransal ve değişim düzeylerini kapsayacak şekilde detaylandırılmıştır.

Çizelge 2.2: İstihdam Verileri

	Mikro İşletme [1]	%	Küçük İşletme [2]	%	Orta Büyüklükte İşletme [3]	%	Büyük İşletme [4]	%	Toplam İşletme Sayısı	Çalışan Sayısı (kişi)
Tekstil	13.627	69,8	3.941	20,2	1.554	7,97	393	2,01	19.515	499.569
Hazırgiyim	29.360	73,4	7.704	19,3	2.596	6,5	313	0,8	39.973	677.395
Deri/Deri Ürünleri	5.649	79,8	1.227	17,3	185	2,6	25	0,3	7.086	71.685
THD Toplam	48.636	73,1	12.872	19,3	4.335	6,5	731	1,1	66.574	1.248.649
İmalat Sanayi	243.707	73,4	52.470	16,9	12.473	4	2.239	0,7	310.889	4.433.585
Tüm Sektörler	1.819.919	87,2	226.414	10,8	35.480	1,7	5.879	0,3	2.087.692	16.169.679

Kaynak: (Sosyal Güvenlik Kurumu Aylık İstatistik Bültenleri, 2021: s15)

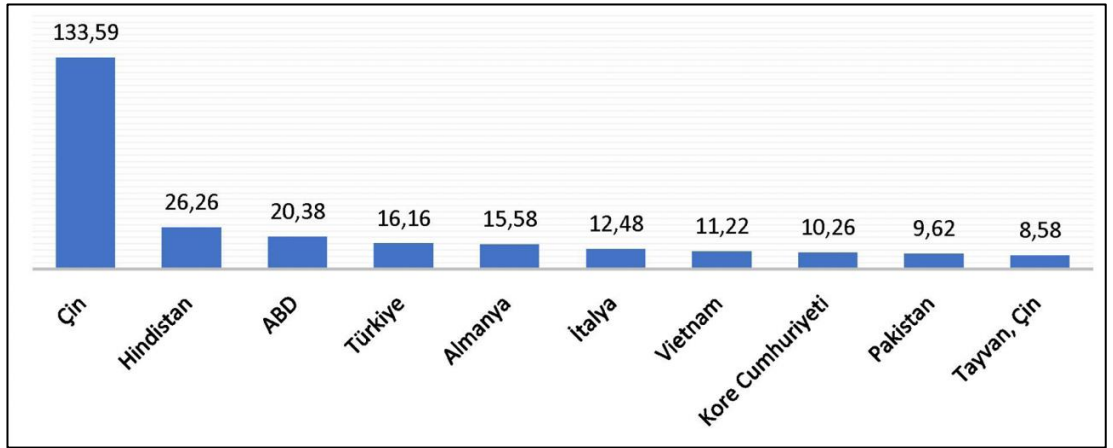
2.1.3 Tekstil ve hazır giyim sektöründe ihracatın güncel durumu

Uluslararası ticaret ve ekonomi alanında temel bir kavram olan ihracat, yurt içinde üretilen mal veya hizmetlerin tüketim, dağıtım veya yeniden satış amacıyla dış pazarlara satılması sürecini ifade etmektedir. Bu kavram, küresel ticaret modellerinin, ekonomik kalkınmanın ve refahın dinamiklerini analiz etmede bir temel taşı olarak hizmet ettiği uluslararası ekonomi çalışmalarında büyük öneme sahiptir. Mesela, Hecksher-Ohlin modeli ve Yeni Ticaret Teorisi gibi teorik çerçeveler, ülkelerin ihracat modellerini destekleyen karşılaştırmalı üstünlük ve uzmanlaşmayı yönlendiren faktörlere dair içgörü sağlamaktadır. Ayrıca ampirik araştırmalar, ticaretin serbestleştirilmesinin, döviz kuru dalgalanmalarının ve kurumsal faktörlerin ihracat performansı, ekonomik büyüme ve gelir dağılımı

üzerindeki etkilerini incelemek için ihracat verilerini kullanmaktadır. Ayrıca ihracat çalışmaları, ödemeler dengesi dinamikleri, verimlilik artışı ve teknolojik yenilikleri de içeren daha geniş makroekonomik konularla kesişmekte ve ihracat ile genel ekonomik refah arasındaki karmaşık ilişkileri açıklamaktadır. Hakemli dergiler, araştırma makaleleri ve ders kitapları gibi akademik kaynaklar, uluslararası ekonomi bağlamında ihracatın çok yönlü doğasına ilişkin anlayışımızı derinleştirmek için titiz analizler ve ampirik kanıtlar sunan değerli bilgi havuzları olarak hizmet vermektedir (Acaravcı ve Kargı, 2015).

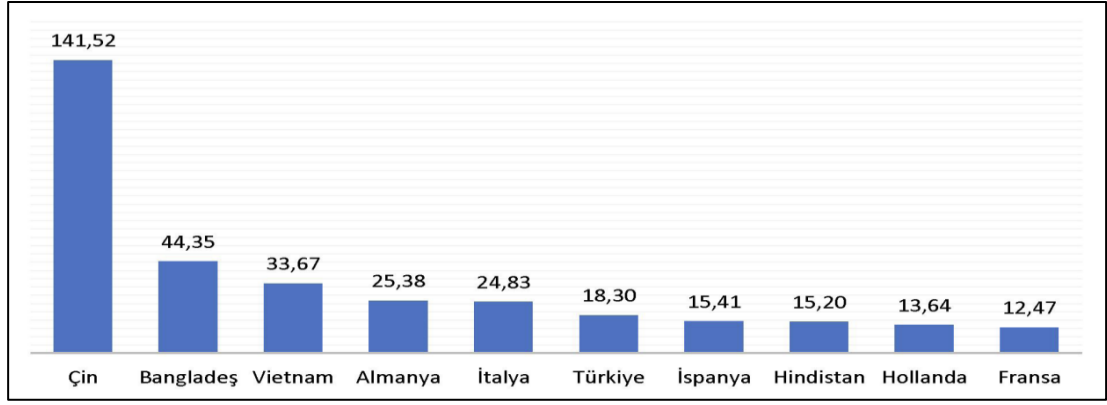
Son yıllarda Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, hem dış pazarlarda rekabet edebilirliğini artırmak için teknolojiye yatırım yapmış, hem de ürün çeşitliliğini ve kalitesini artırmıştır. Ancak, sektördeki ihracat performansı çeşitli faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir. Bunlar arasında döviz kurları, uluslararası talep ve arz dengesi, küresel ekonomik koşullar, politik gelişmeler ve benzeri faktörler yer almaktadır. Bu kısımda THGS ihracat durumunu sayısal veriler ışığında ele alınacaktır.

Dünya çapında tekstil sektörü ihracatı 2021 yılında 382 milyar dolar ve yine aynı senede hazır giyim sektörü ihracatı ise 490 milyar dolar olarak raporlara geçmiştir. Her iki sektörlerde de öne çıkan ülkeler aşağıda verilen şekil 2.3 ve 2.4 ile ifade edilmiştir.



Şekil 2.3: Başlıca Tekstil İhracatçıları ve İhracat Miktarları (2021, Milyar Dolar)

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s18)



Şekil 2.4: Başlıca Hazır Giyim İhracatçıları ve İhracat Miktarları (2021, Milyar Dolar)

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s19)

Şekillerden de anlaşıldığı üzere Çin birçok alanda üretim üssü olduğu gibi THG endüstrisinde de zirvededir. Bütünleşmiş üretim yapısına, büyük ölçekli siparişleri üretecek kapasite ve yetkinliği elinde tuttuğundan, uluslararası ticarete fiyat üstünlüğü avantajı ile ön planda bulunmaktadır. Fakat Çin’de de bir takım denge değişimleri görülmektedir. Dünya piyasalarındaki en büyük ve güçlü tekstil ve hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı olan Çin’in 2021 senesinde dünyadan tekstil sektöründe aldığı pay %35, hazır giyimde aldığı pay %29 civarlarındadır.

Dünya yapay elyaf (suni ve sentetik) üretiminin yarısından fazlasını gerçekleştiren Çin, aynı zamanda en büyük pamuk üreticisi ve en büyük pamuk tüketicisidir. Pamuk üretiminde en önemli ülkeler sırasıyla Çin, Hindistan, ABD, Brezilya, Pakistan, Avustralya ve Türkiye’dir. ABD, Brezilya ve Hindistan dünya pamuk ihracatının %60’ını gerçekleştirmektedir. Yalnızca organik pamuk üretimi dikkate alındığında ülkemiz, Hindistan’dan sonra ikinci büyük organik pamuk üreticisidir. Ülkemiz, pamuk üreten ülkeler sıralamasında 7. ve tüketen ülkeler sıralamasında 5. sırada yer almaktadır. Türkiye’nin yıllık pamuk üretimi 800 bin ton, tüketimi ise 1,9 milyon tondur. Türkiye 2021 yılında 2,5 milyar dolarlık pamuk ithalatı gerçekleştirmiştir. Bu ithalatın %65’i ABD, Brezilya, Yunanistan ve Azerbaycan’dan yapılmıştır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023: 29).

2.1.4 Sektörlerin dış ticareti

Türkiye’nin üretim sanayisinin temel taşlarından biri olan THG sektörlerinde birçok ürün çeşidinde Türkiye, dünya ihracat sıralamasında en üst sıralarda yer almaktadır. Ancak hammadde/ara malı arzı, sektörün yüksek üretim kapasitesini

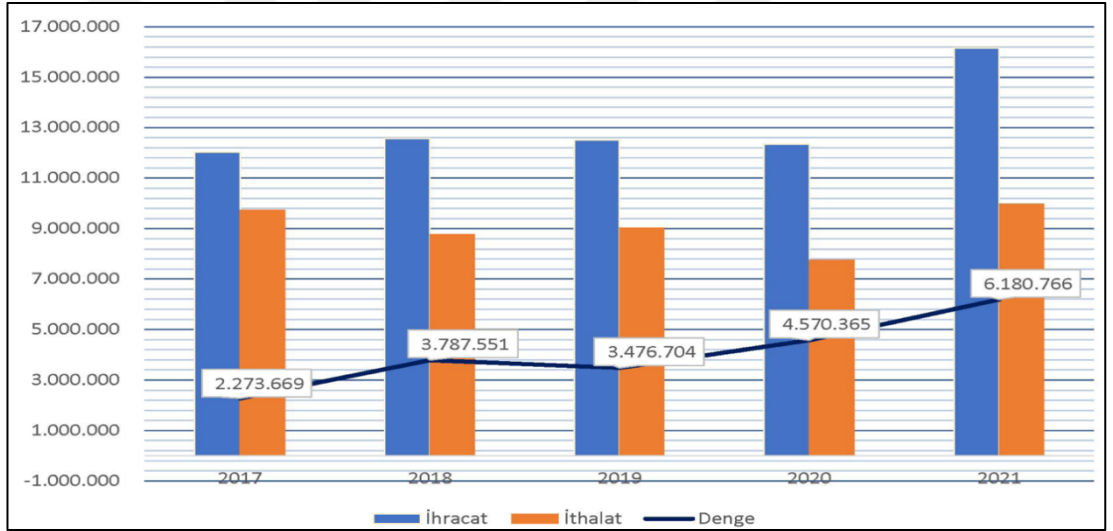
karşılayamamaktadır. Pandemi öneminden sonra doğal elyaflara geçiş ve çevreye duyarlı üretimin hızla yükseldiği göz önüne alındığında, tarım ve hayvancılık politikalarının da sektörü doğrudan etkileyebileceği değerlendirilmektedir.

Çizelge 2.3: Türkiye'nin THG Sektörleri Dış Ticareti (2021, Milyon Dolar)

	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Dengesi
Tekstil	16.163	9.983	6.180
Hazırgiyim	18.299	1.500	16.799

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s23)

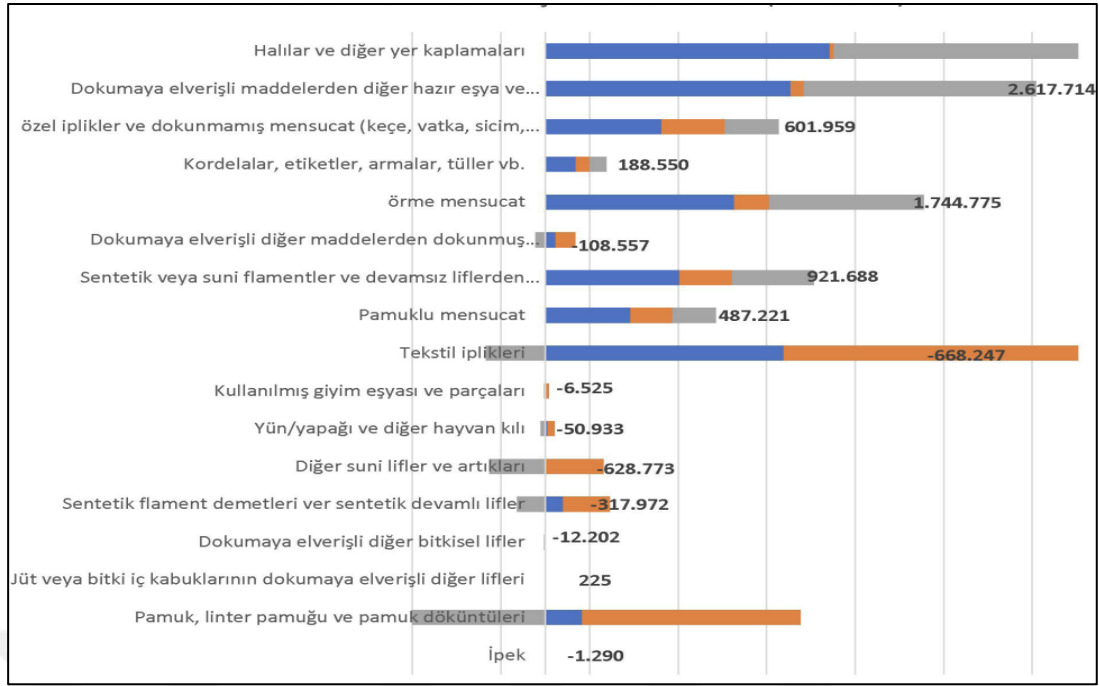
Türkiye, 2021 yılı dünya tekstil ihracatından aldığı %4,24'lük pay ile ülke bazlı sıralamada 4'üncü, dünya hazır giyim ihracatından aldığı %3,73'lük pay ile 6'ncı büyük ihracatçı konumundadır. Deri/ deri ürünleri ihracatında ise ülkemiz %0,73 paya sahip olup ülke bazlı sıralamada 18'inci ihracatçı konumundadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023:29).



Şekil 2.5: Yıl Bazında Tekstil Sektörü Dış Ticaretimiz

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s25)

Türkiye 2021 yılında yaklaşık olarak 8,1 milyar dolar değerinde; lif, iplik ve kumaş, 7,7 milyar dolar değerinde ev tekstili, halı/yer kaplamaları, teknik eşya ve etiket/tül ihracatı yapmıştır. Ürün bazında yapılan dağılım aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.



Şekil 2.6: Tekstil Sektörü Ürün Bazlı Dış Ticareti (Bin Dolar, 2021)

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s28)

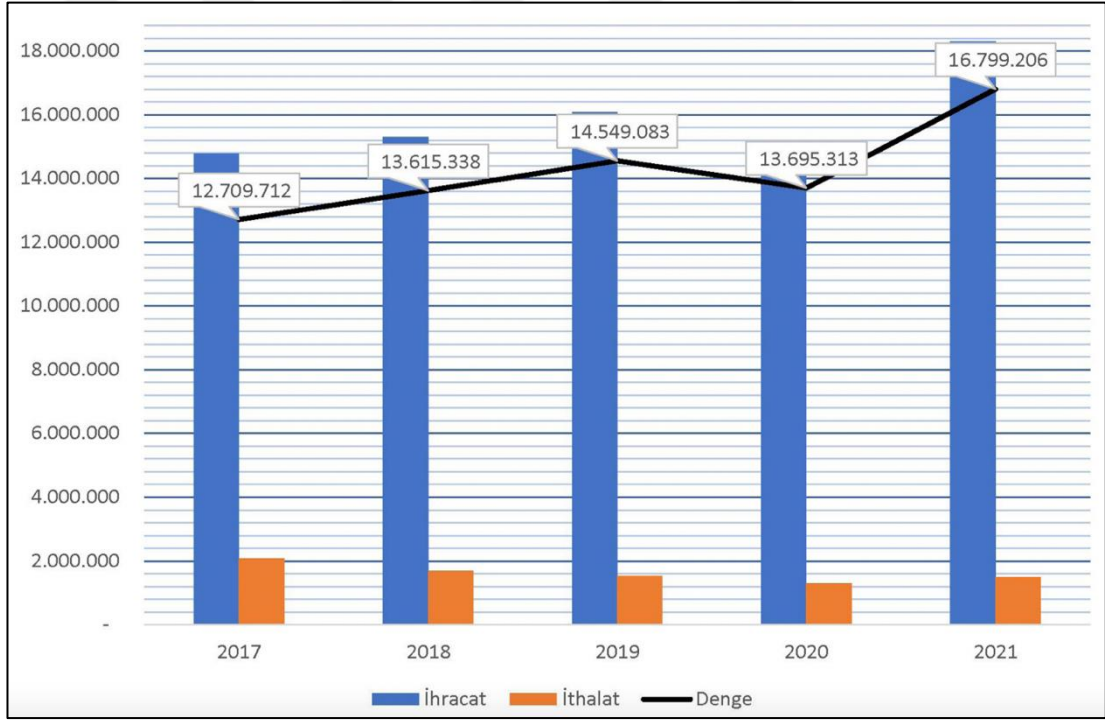
2021 yılında tekstil sektöründe ürün bazlı ihracat ve ithalat rakamları karşılaştırıldığında, dış ticaret dengesi pozitif yönde olan ürünler sırasıyla; halılar, ev tekstili ürünleri, örme mensucat, suni sentetik liflerden mensucat, teknik eşya, pamuklu mensucat ve etiket/tül grubu ürünlerdir. Dış ticaret dengemizin pozitif yönde olduğu halı ve yer kaplamaları ürün grubunda ülkemiz 2021 yılında, dünyanın 2'nci büyük halı ihracatçısı konumunu korumuştur.

Türkiye, ev tekstili/havlu/bornoz ürün grubunda dünyanın 4'üncü büyük ihracatçısı, örme mensucat ihracatında yine dünyanın 4'üncü büyük ihracatçısıdır. Ülkemiz, tekstil ve hazır giyim ihracatına bağlı hammadde ve ara malı ihtiyacını karşılamaya yönelik ithalat (lif ve iplik ithalatı) sebebiyle dünya tekstil ithalatında ön sıralarda yer almaktadır. 2021 yılında 10 milyar dolarlık tekstil sektörü ithalatımızda; pamuk elyafı ve ipliği, suni-sentetik elyaf ve iplik en önemli ithalat kalemlerimizdir. İplik ithalatımız 3,4 milyar dolar, pamuk lifi ithalatımız 2,5 milyar dolar, suni-sentetik elyaf ithalatımız 1,2 milyar dolardır. İplik ithalatımız içinde en önemli kalem ise suni/sentetik iplik ithalatımızdır. Tekstil iplikleri dış ticaret açığımız 0,7 milyar dolardır. Tekstil sektöründe ihracat ve ithalatımızın ağırlıklı olarak yapıldığı ülkeler aşağıdaki çizelgede yer almaktadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023:30).

Çizelge 2.4: En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığımız Ülkeler ve Değerleri (Milyon)

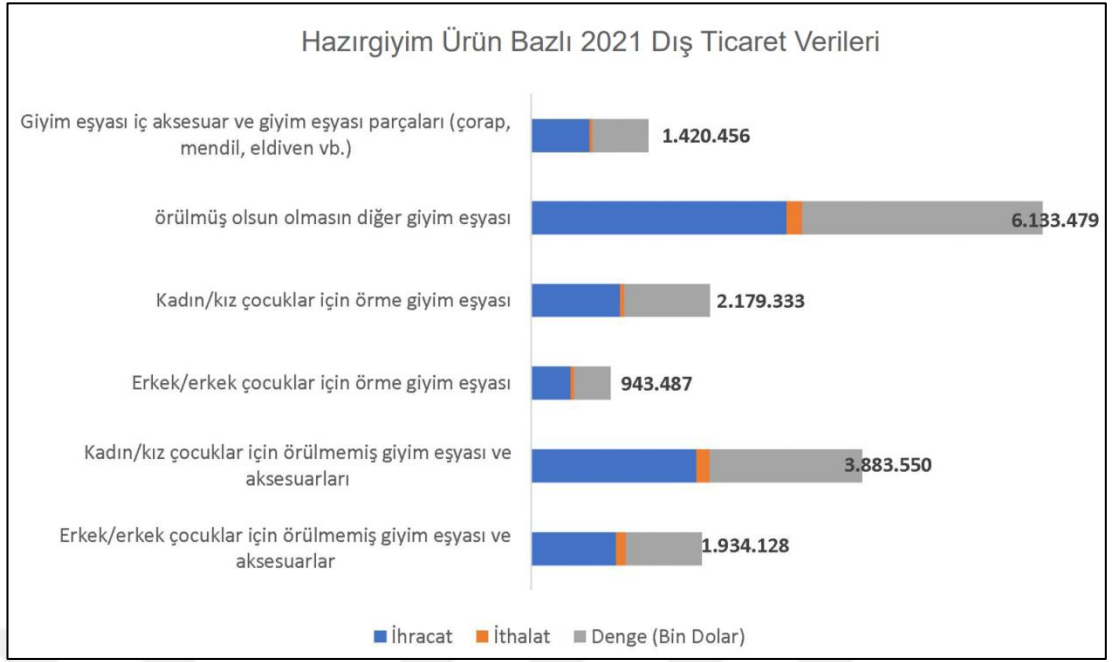
İhracat Yapılan Ülke	2019	2020	2021
<i>ABD</i>	1.262	1.585	2.085
<i>Almanya</i>	1.009	1.107	1.237
<i>İtalya</i>	829	765	1.169
<i>Birleşik Krallık</i>	591	628	783
<i>Bulgaristan</i>	442	384	550
<i>Mısır</i>	427	369	544
<i>İspanya</i>	348	324	521
<i>Belarus</i>	236	280	489
<i>Hollanda</i>	335	370	479
<i>Fransa</i>	263	286	387
<i>Rusya</i>	320	325	369
YIL TOPLAMI	12.511	12.342	16.163

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s34)



Şekil 2.7: Hazır Giyim Sektörü Dış Ticaret Dengesi (Dolar)

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s36)



Şekil 2.8: Hazır Giyim Sektörü Ürün Bazlı Dış Ticaret Dengesi (2021, Bin Dolar)

Kaynak: (Ticaret Merkezi, 2021: s40)

Şekil 2.7 ve 2.8’den de anlaşılacağı üzere, hazır giyim ihracatı ağırlıklı olarak AB üyesi ülkelere yapılmıştır. Üst sıralara bakıldığında sırasıyla; Almanya, İtalya, Hollanda ve Fransa almaktadır. Avrupa Birliği üyesi ülkelerin haricinde ise Birleşik Krallık, Irak ve ABD önde gelen pazarlardır.

Çizelge 2.5: En Fazla Hazır Giyim İhracatı Yapılan Ülkeler (Milyon Dolar)

İhracat Yapılan Ülke	2019	2020	2021
<i>Almanya</i>	2.783	2.694	3.084
<i>İspanya</i>	2.351	2.007	2.691
<i>Birleşik Krallık</i>	1.860	1.767	1.991
<i>Hollanda</i>	1.060	1.148	1.429
<i>Fransa</i>	767	671	877
<i>ABD</i>	436	548	691
<i>İtalya</i>	506	487	580
<i>Irak</i>	647	492	511
<i>İsrail</i>	347	316	464
<i>Danimarka</i>	407	380	441
<i>Polonya</i>	278	284	363
<i>Belçika</i>	254	245	331
<i>Kazakistan</i>	156	207	315
<i>Rusya</i>	266	214	274
YIL TOPLAMI	16.081	14.988	18.300

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2021: s28)

“2005 ve 2006 yılında 11,5 milyar dolar civarında gerçekleşen hazır giyim ihracatı, 2010 yılında 12,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılında sektör ihracatımız bir önceki yıla göre %8,7 oranında artış göstermiş ve 16,3 milyar dolar olarak gerçekleşerek pandemiden önceki en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2018, 2019 yıllarındaki hazır giyim ihracatımızdaki artış trendi pandemi ile birlikte sekteye uğramıştır. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %22,1 oranında artarak 18,3 milyar dolar seviyesinde, 2022 yılında ise bir önceki yıla oranla %6,43 oranında artarak 19,5 milyar seviyesinde gerçekleşerek sektörün artış trendi devam etmiştir. Hazır giyim sektörünün toplam ihracat içerisindeki payı 2022 yılında %7,66 olarak gerçekleşmiştir.” (Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü 2023)

2021 yılında hazır giyim ihracatının 10,8 milyar doları örme giyim eşyasından, 7,5 milyar doları da örülmemiş giyim eşyasından oluşmuştur. 2022 yılında ise ülkemiz 11 milyar dolarlık örme giyim eşyasından, 8,5 milyar dolarlık da örülmemiş giyim eşyasından ihracatı gerçekleştirmiştir. 2,7 milyar tişörtler, 2,7 milyar dolarla kazaklar, 1,4 milyar dolarla kadın ve kız çocuklar için takımlar ve 1,3 milyar dolarla çoraplar örme ürünler arasında en öne çıkan ihracat kalemleridir.

Çizelge 2.6: Türkiye'nin Örme Giyim İhracatı (Bin ABD Doları)

GTİP	Ürün Tanımı	2020	2021	2022	Değişim (21/22)
6101	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	24.374	43.134	72.330	67,69%
6102	Kadın/kız çocuk için dış giyim	22.086	28.989	32.046	10,55%
6103	Erkek/erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	376.074	629.192	740.271	17,65%
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	1.126.791	1.514.801	1.403.204	-7,37%
6105	Erkek/erkek çocuk için gömlek	169.275	220.764	360.355	63,23%
6106	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek; bluz	338.995	398.674	368.493	-7,57%
6107	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	139.765	189.702	214.692	13,17%
6108	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası	280.013	357.738	302.384	-
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası	2.302.133	2.701.823	2.758.402	2,09%
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya	1.988.447	2.609.074	2.661.081	1,99%
6111	Bebek için giyim eşyası	215.803	284.152	278.304	-2,06%
6112	Spor kıyafetleri, kayak, yüzme kıyafetleri	158.427	234.285	201.384	-
6113	Emdirilmiş, sıvanmış mensucattan örülmüş giyim eşyası	3.469	3.989	5.655	41,78%
6114	Diğer giyim eşyası	118.833	151.856	207.886	36,90%
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler	1.048.293	1.312.020	1.334.463	1,71%
6116	Eldiven	5.483	6.975	7.404	6,15%
6117	Giyim eşyasının diğer aksesuarı; hazır aksesuar ve parçaları	66.551	93.639	58.674	-
	Toplam	8.384.813	10.780.807	11.007.029	2,10%

Kaynak: (Ticaret Bakanlığı, 2022: s19)

Türkiye 2022 yılı hazır giyim ihracatının %69,5'sini ilk 10'da yer alan Almanya (%17,6), İspanya (%13), İngiltere (%10,1), Hollanda (%8,4), Fransa (%5,2), ABD (%4,2), İtalya (%3,6), Irak (%2,5), Danimarka (%2,5) ve İsrail (%2,4) ülkelerine gerçekleştirmiştir. Bu ülkelerden Almanya, uzun yıllardır Türkiye'nin en önemli hazır giyim pazarı durumundadır. Son 10 yıldır diğer ülkelere yapılan ihracatın gelişmesiyle, Almanya'nın payı 1996 yılında %47,3 iken 2022 yılında %17,63'e kadar gerilemiştir. Uzun yıllar Almanya ve İspanya'nın ardından üçüncü önemli pazar olan İngiltere'ye yönelik ihracatımız 2021 yılında %12,7 oranında artış ile 1,99 milyar dolar tutarında gerçekleşmiştir. 2022 yılında ise anılan ülkeye hazır giyim ihracatımız %1,55 oranında azalış ile 1,96 milyar dolar tutarında gerçekleştirilmiştir. ABD'ye gerçekleştirilen hazır giyim ihracatımız, 2003 yılında 1,2 milyar dolarla en yüksek seviyesine ulaşmış, 2022 yılında bir önceki yıla oranla %19,15 artış ile 823 milyar dolar olarak gerçekleşmiş olup, ABD ülkemiz hazır giyim ihracatında %4,23 pay ile 6. sırada yer almaktadır. 2022 yılında hazır giyim ihracatımızda en fazla ihracat yapılan ilk 20 ülke arasında en fazla ihracat artışı sağlanan ülke Ukrayna olmuştur. Anılan ülkeye 2022 yılında %111,05 artış ile 428,2 milyon dolar hazır giyim ihracatı gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 2.7: Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı (bin ABD doları, 2022)

Ülkeler	2021	2022	Değişim (20/21)
Almanya	3.082.707	3.432.144	11,34%
İspanya	2.690.392	2.536.343	-5,73%
İngiltere	1.990.605	1.959.767	-1,55%
Hollanda	1.429.080	1.635.536	14,45%
Fransa	876.125	1.004.824	14,69%
ABD	690.437	822.688	19,15%
İtalya	579.544	693.760	19,71%
Irak	511.313	481.653	-5,80%
Danimarka	440.355	480.586	9,14%
İsrail	463.955	465.911	0,42%
Ukrayna	202.905	428.238	111,05%
Polonya	363.197	357.375	-1,60%
Rusya Federasyonu	273.934	337.452	23,19%
Belçika	331.411	330.549	-0,26%
Romanya	225.697	267.194	18,39%
İsveç	259.730	265.848	2,36%
Kazakistan	314.347	244.731	-22,15%
Libya	209.600	238.531	13,80%
BAE	165.493	170.974	3,31%

Çizelge 2.7: (Devamı) Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı (bin ABD doları, 2022)

Kırgızistan	97.736	162.571	66,34%
İlk 20 Ülke	15.198.563	16.316.672	7,36%
Diğer Ülkeler	3.095.470	3.152.806	1,85%
Avrupa Birliği 27 (AB 27)	11.184.346	11.829.306	5,77%
Genel Toplam	18.294.033	19.469.478	6,43%

Kaynak: (Ticaret Bakanlığı, 2022: s19)

Hazır giyim sektöründe Türkiye'nin en önemli rakipleri, özellikle düşük ihrac fiyatlarına sahip Uzakdoğu ülkeleridir. 2005 yılında tekstil ve hazır giyim ticaretindeki kotaların kalkmasıyla dünyanın en büyük hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı olan Çin, dünya tekstil ve hazır giyim pazarındaki liderliğini sürdürmekte iken, Bangladeş dünya ihracatındaki payını artırmaktadır. Diğer taraftan, 2007 yılının ortalarında ABD'de ortaya çıkan finansal kriz, 2009 yılında hem ABD'de hem de AB'de daha da derinleşmiş; büyük ölçüde bu pazarlara ihracat yapan gelişmekte olan ekonomilerde de daha yıkıcı etkiler yaratarak tüm dünyayı etkisine almıştır. 2020 yılında ise, bütün dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ile ülke ekonomileri ile küresel ekonomiyi derinden etkileyerek tüketici alışkanlıklarının değişmesine yol açmıştır. Bu olumsuz koşullarda özellikle gelişmiş ülkelerdeki tüketicilerin zorunlu olmayan mallardaki tüketimlerini büyük ölçüde kısmaları ve pandemi kısıtlamaları pek çok üründe olduğu gibi hazır giyim harcamalarının da azalmasına yol açmış ve bu durumdan ülkemiz hazır giyim ihracatı da çok olumsuz bir biçimde etkilenmiştir. AB pazarındaki olumsuz gelişmelerin yanı sıra, son yıllarda komşu ve çevre ülkelerde yaşanan siyasi istikrarsızlık hazır giyim ihracatımızı da olumsuz yönde etkilemiştir. Diğer taraftan; 2013 yılı itibarıyla AB ülkelerinin ekonomilerinde yaşanan toparlanmaya bağlı olarak daha önceki yıllarda %82 seviyelerinde olan AB ülkelerinin ihracatımızdaki payının azalma eğilimine girdiği gözlenmektedir. Birleşik Krallık'ın da Avrupa Birliği'nden ayrılmasıyla birlikte 2022 yılı itibarıyla AB'nin hazır giyim ihracatımızdaki payı %60,76'dır (Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü 2023).

2.2 Motivasyonun Kavramı

Bu bölümde iş görenlerin motivasyonunun iş performansına olan etkisi incelenmiştir. Motivasyon, bireylerin belirli bir yönde davranmasına neden olan içsel bir durum olarak tanımlanır ve bu durum iş görenlerin iş tatminini ve çabasını

artırmada önemli bir rol oynar. Motivasyon terimi, Fransızca ve İngilizce'deki "motive" kelimelerinden türemiş olup, Latince "movere" kökenlidir ve "harekete geçirme" olarak çevrilebilir. Motivasyon, kişiyi belirli bir amaca doğru harekete geçiren ve hareketi sürdüren bir güç olarak üç temel özelliğe sahiptir: harekete geçirici, harekete devam ettirici ve hareketi olumlu yöne yöneltici (Robinson & Judge, 2017).

Güney'e (2013) göre, motive olan çalışanlar işlerinden daha fazla tatmin olur ve işleri için daha çok çaba sarf ederler. Motivasyonun doğru yöntemlerle kullanıldığında, bireylerin motivasyonsuzluğunu gidererek onları harekete geçirebileceği belirtilmektedir. Ryan ve Deci (2000b) motivasyonsuzluğu, bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik içsel veya dışsal herhangi bir isteğin olmaması durumu olarak tanımlar. Motivasyonsuzluk, bireyin davranışa değer vermemesi, dışsal baskı hissetmemesi veya davranışın sonucuyla ilgili beklenti taşımaması durumunda ortaya çıkar. Bu durumda birey, kendini yetersiz hisseder ve davranışları üzerinde çok az kontrolü olduğu ya da hiç kontrolü olmadığı hissine kapılır. Motivasyonsuzluk içeren davranışlar zamanla azalarak kaybolur (Vallerand & Ratelle, 2004; Gdl, 2015).

İş görenlerin motivasyonunu sağlamak hem dışsal hem de içsel etkilerle mümkün olabilir. Çeşitli motivasyon araçları, iş görenlerin motive olmaları, iş tatminlerinin artması, verimli çalışmaları ve yüksek performans göstermeleri için kullanılır. İş görenler, işin niteliği, kişilik özellikleri gibi nedenlerle içsel olarak motive olabilecekleri gibi; ücret, ödül, ekstra imkanlar gibi dışsal faktörlerle de motive olabilirler. Bu nedenle, iş görenlerin performansını artırmak için hem içsel hem de dışsal motivasyon faktörlerinden yararlanılması gerekir.

Aslan ve Doğan'a (2020) göre, dışsal motivasyon, içsel motivasyon ve performans arasındaki etkileşim karmaşık bir yapıya sahiptir ve bu etkileşimler iş görenlerin tatmin düzeylerini ve performanslarını belirlemede kritik rol oynar. Dışsal motivasyon, iş görenlerin içsel motivasyonlarını olumlu yönde etkileyebilir ve bu da performans artışına yol açabilir. Bu dinamikler kuramsal çerçevede açıklanmış ve iş görenlerin motivasyonlarının nasıl optimize edilebileceği üzerine önemli çıkarımlar yapılmıştır.

2.2.1 Dışsal motivasyon

Dışsal motivasyon, bireylerin davranışlarını belirli sonuçlar elde etmek amacıyla gerçekleştirdiği bir motivasyon türüdür. Motivasyon kavramı, kişilerin beklentileri, ihtiyaçları, amaçları, davranışları ve performansları hakkında bilgi sağlama olarak tanımlanırken (Koçel, 2010), dışsal motivasyon, bireylerin bir davranışı, davranışın kendisinden ziyade, sonuçları için sergilemesini ifade eder (Deci, Vallerand, Pelletier, & Ryan, 1991).

Çocukluk döneminde bireyler genellikle içsel motivasyonla hareket ederken, zamanla çevresel etkenlerle sosyal kuralları öğrenir ve içsel motivasyon azalmaya başlar. Bu durumda bireyler, içsel tatmin sağlamak yerine ödül kazanmak veya ceza almaktan kaçınmak için davranış sergilemeye başlarlar (Deci & Ryan, 2000).

Öz Belirleme Kuramı, bireylerin motivasyonları ve kişilik gelişimleri üzerine odaklanır ve içsel kaynakların önemini vurgular. Dışsal motivasyonun kontrollü bir motivasyon türü olduğu belirtilir, çünkü bireyler bu tür motivasyonla davranış sergilemek için baskı hissederler. Ancak, Öz Belirleme Kuramı, dışsal nedenlerin içselleştirilmesi ve kontrollü motivasyonun özerk motivasyona dönüşmesi sürecine dikkat çeker. İnsanlar, başlangıçta ilgi duymadıkları fakat sosyal yaşamda önemli olan etkinlikleri içselleştirerek ve bütünleştirerek kendilerini motive ederler (Deci et al., 1991). İçselleştirme süreci, sosyal değerlerin ve düzenlemelerin bireyler tarafından yaşam boyunca içselleştirilmesi açısından büyük bir önem taşır (Ryan & Deci, 2000a).

2.2.2 İçsel motivasyon

İçsel motivasyon, bireylerin bir faaliyeti ilgi çekici ve doyurucu bulmalarından kaynaklanır; yani tatmin, faaliyetin kendisinden gelir. İçsel motivasyonla çalışan bireyler, yaptıkları işten doğrudan haz alır ve doyum sağlarlar (Aslan & Doğan, 2020). İçsel motivasyon, bireyin bir faaliyeti doğal bir şekilde gerçekleştirdiği ve bu faaliyetten doyum elde ettiği bir durumdur. İçsel motive olan bireyler, dışsal ödüller veya baskılardan ziyade, faaliyetin kendisinin ilgi çekici ve eğlenceli olmasına önem verirler. İnsanlar doğuştan gelen merak ve keşfetme duygularıyla, dışsal teşviklere ihtiyaç duymadan davranış sergilerler; bu doğal motivasyonel eğilim zihinsel, sosyal ve psikolojik gelişim için kritik öneme sahiptir (Aslan & Doğan, 2020).

Bireylerin bilgi ve yetenekleri, doğal ilgilerine uygun faaliyetler aracılığıyla gelişir. İçsel motivasyon, yalnızca yaşamın ilk yılları ile sınırlı kalmaz; yeniliklerle ilgilenmek, aktiviteleri özümsemek ve yaratıcılık yaşam boyu önemli kalır. Performans, kalıcılık ve genel iyi oluş hali, insan doğasının önemli belirleyicileridir. İçsel motivasyonla hareket eden bireyler, ödüllere veya baskılara ihtiyaç duymadan, kendi iradeleriyle faaliyetlerini gerçekleştirirler (Aslan & Doğan, 2020).

Farklı davranışlar için içsel motivasyon gereksinimi değişebilir ve hangi davranışların içsel motivasyona daha fazla ihtiyaç duyduğunu belirlemek zor olabilir. İçsel motivasyon, birey ve etkinlik arasında gerçekleşir; bir birey için bir davranış içsel motivasyona dayanırken, başka bir birey için aynı davranış içsel motivasyonla gerçekleştirilmeyebilir (Aslan & Doğan, 2020). Bilişsel Değerlendirme Teorisi'ne göre, sosyal çevre, bireyin temel psikolojik ihtiyaçlarını destekleyerek ya da engelleyerek içsel motivasyonu artırabilir veya azaltabilir (Aslan & Doğan, 2020).

2.2.3 İş motivasyonu

Bireyin işini arzu ve istekle yapması için harekete geçirme sürecidir. Burada motivasyon, belirli bir hareketin arkasındaki itici gücün, bazı ihtiyaçları tatmin etmeye yönelik bir dürtüden ibaret olduğunu belirtmektedir. İş motivasyonu, bir çalışanın işini yaparken gösterdiği çaba, istek ve bağlılık düzeyini ifade eder. Bu kavram, bir çalışanın hedeflerine ulaşma isteği ve işine yönelik pozitif bir tutum sergileme eğilimi ile ilişkilidir. İş motivasyonu, bireyin işteki performansını, üretkenliğini ve genel iş tatminini etkileyen önemli bir faktördür. Motivasyon, hem içsel (kişisel tatmin, gelişim isteği) hem de dışsal (maaş, yan haklar, takdir) faktörlerle desteklenebilir ve bu faktörlerin kombinasyonu, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını belirler.

2.2.4 Örgütsel motivasyon

Bir örgütte, üyelerin çalışmaya başlamalarını ve görevlerini istekle yerine getirmelerini sağlayan güçlerin tümünü kapsar. İşletmelerde motivasyon, bireylerin ihtiyaç ve arzularını karşılamaya yönelik iş ortamı oluşturarak etkilenme ve istek uyandırma sürecidir.

Motivasyon, bireylerin davranışlarını yönlendiren ve harekete geçiren bir etkidir. Bir gereksinimin tatmin edilmesi amacıyla başlayan bir davranış süreci, kişinin motivasyonunu anlamak açısından önemlidir. Bireyler, bir amaca ulaşarak

gereksinimlerini gidermeye çalışırken, motivasyon mekanizması tamamlanır. Bu bağlamda, insanların davranışlarını anlamak ve etkilemek için onların gereksinimlerini bilmek gereklidir. Gereksinimler, insan davranışlarının anahtarını oluşturur ve bireylerin davranışlarına yön veren faktörlerin başında gelir (Maslow, 1954).

Bir kuruluştaki motivasyon, örgüte hareket ve canlılık kazandırır. Çalışanların davranışları, genellikle ihtiyaç ve arzularını doyuma ulaştırmak amacıyla şekillenir. İşletmelerde, farklı bireylerin farklı motivasyon kaynaklarına sahip olması, yöneticilerin bu farklılıkları dikkate alarak motive edici stratejiler geliştirmelerini gerektirir. Çalışanlar, işyerinde kendilerine uygun ihtiyaçları karşılayabilecekleri iş seçeneklerini ararlar. Bu bağlamda, yöneticilerin çalışanların motivasyon kaynaklarını anlaması ve bu doğrultuda teşvik edici ortamlar yaratması gerekmektedir (Herzberg, 1966).

2.2.5 Motivasyonun iş performansına etkisi

İş performansı, çalışanların işlerini sevgi ve ilgiyle yapmalarına bağlıdır. Sevgiyle yapılan işler, kişilere yüksek enerji ve motivasyon sağlar, bu da işteki başarıyı artırır. Bunun tersi olarak, işten zevk almayan bireyler, düşük performans ve tembellik riski ile karşı karşıya kalabilirler. Bu nedenle, yöneticilerin çalışanları motive eden nedenleri belirlemeleri ve bu nedenleri dikkate alarak iş ortamını şekillendirmeleri gerekmektedir (Deci & Ryan, 2000).

Motivasyonun iş performansına etkisi, bireylerin iş ortamındaki verimlilik ve etkili çalışabilme düzeylerini belirleyen kritik bir faktördür. Motivasyon, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını ve bu bağlılık doğrultusunda gösterdikleri performansı doğrudan etkiler. Örgütsel davranış literatüründe, çalışan motivasyonunun iş performansı üzerindeki etkileri çeşitli teorilerle açıklanmıştır. Herzberg'in (1966) iki faktörlü teorisi, çalışanların iş tatmini ve motivasyonlarının artırılmasının, performanslarını önemli ölçüde iyileştirdiğini ifade eder. Herzberg, iş tatminini artıran faktörlerin (örneğin, işin kendisi, başarı hissi) ve iş tatminsizliğini artıran faktörlerin (örneğin, düşük maaş, yetersiz iş koşulları) performansı nasıl etkilediğini açıklar. Maslow'un (1954) ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi ise, bireylerin temel ihtiyaçlarının tatmin edilmesinin, yüksek motivasyon ve dolayısıyla iş performansını artıracağını vurgular. Maslow'a göre, çalışanların ihtiyaçlarının hiyerarşik bir sırayla tatmin edilmesi, onların iş performanslarını olumlu yönde etkiler. Locke ve

Latham'ın (2002) hedef belirleme teorisi, belirlenen hedeflerin, çalışanların motivasyonlarını artırarak iş performansını geliştirdiğini öne sürer. Ayrıca, Türk akademisyenlerin çalışmaları da, motivasyonun iş performansına etkilerini destekler. Örneğin, Acar (2014), iş tatmininin ve motivasyonun, çalışanların performansını artırmadaki rolünü vurgular. Bu doğrultuda, motivasyonun artırılması için uygulanan stratejiler ve yapılan düzenlemeler, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını ve performanslarını iyileştirerek, örgütsel verimliliği artırır.

2.3 Motivasyonun Benzer Kavramlarla İlişkisi

Motivasyonun, amaçlar, verimlilik, iş tatmini, moral ve iş başarısı gibi kavramlarla olan ilişkisi, motivasyon konusunun tüm yönlerini daha iyi anlamak için önemlidir.

2.3.1 Motivasyon ve amaçlar

Örgütler belirli amaçları gerçekleştirmek üzere kurulur ve bu amaçlar, bireysel hedeflerin kurumsallaşmış biçimidir. Örgütleri oluşturan insan gücünün de kendi amaçları vardır ve bu amaçların örgütün amaçlarıyla örtüşmesi önemlidir. İşgörenler, örgütün amaçlarını net bir şekilde bilmeli ve benimsemelidir. Örgütler, işgörenlerin gösterdiği çabaların örgüt amaçlarına uygun olmasını ve bu çabaların kalitesini dikkate almalıdır. Örgütsel motivasyon sürecinde üç temel unsur bulunur: organizasyonel amaçlar, kişilerin gösterdiği çaba ve kişilerin ihtiyaçları. Motivasyon, bireylerin çaba ve faaliyetlerini örgütsel amaçlar doğrultusunda yönlendirmeyi içermektedir. Bu yönlendirme, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması, beklentilerinin gerçekleştirilmesi ve uygun özendiricilerin sağlanması ile mümkündür. Örgüt yönetiminin görevi, örgüt amaçları ile işgörenlerin amaçları arasında denge sağlamaktır. İşgörenlerin amaçları ile örgütsel amaçlar arasında entegrasyon sağlanırsa, her iki taraf da kazançlı çıkar. Bu bağlamda yöneticilerin rolü, ortak amaç bilincini aşmak ve ortak çaba sağlamak üzerinde büyük önem taşımaktadır.

2.3.2 Motivasyon ve iş tatmini

Motivasyon ve iş tatmini, duygusal ve kişisel nitelikteki kavramlardır. İş tatmini, bireyin işten, yöneticilerden, çalışma grubundan ve iş organizasyonundan elde ettiği içsel huzur ve tatmini ifade eder. İş tatmini, bireylerin işlerinden ve işletmeden beklentilerini gerçekleştirdikleri oranda sağlanır. Ancak, yüksek iş

tatmini her zaman yüksek verimlilik anlamına gelmez; bu ilişki karmaşıktır. İş tatminini etkileyen faktörler, motivasyonla benzerlik gösterse de iş tatmini ve motivasyon özdeş değildir.

2.3.3 Motivasyon ve verimlilik

Verimlilik, üretim sürecine katılan faktörlerle elde edilen ürünler arasındaki ilişkiyi ifade eder ve belli bir kalitede çıktı sağlamak için kaynakların rasyonel kullanımıyla ölçülür. İnsan ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerin temel fonksiyonu üretim yapmak ve kar elde etmektir. Verimlilik, kaynakların en az harcama ile etkin kullanılmasını gerektirir. İşletmelerin başarılı olması için işgörenlerin etkinliğinin artırılması ve motivasyonun sağlanması şarttır. Küreselleşmenin getirdiği rekabet, işletmeleri daha kaliteli ve uygun fiyatlı üretim yapmaya zorlamaktadır. Motivasyon, işgörenlerin işlerinden tatmin olmalarını sağlar ve bu da verimliliği artırır. Motivasyon araçlarının etkin kullanımı, işgörenlerin işlerinden mutlu olmalarını sağlayarak verimliliklerini artırır. Ayrıca, verimliliği azaltan faktörler arasında eğitim eksiklikleri, yetersizlikler ve zayıf yönetim yer alır. Verimlilik, istenen sonuçlara ulaşmak için kaynakların en uygun şekilde tedarik edilmesi ve kullanılmasıyla ilgili çok yönlü bir kavramdır. Ekonomi ve mühendislikten stratejik yönetim ve çevre bilimine kadar geniş bir disiplin yelpazesini kapsamaktadır. Verimlilik özünde girdiyi en aza indirirken çıktıyı en üst düzeye çıkarmak ve belirli hedeflere ulaşmak için mevcut kaynakların en etkin şekilde kullanılması için çabalama kavramı etrafında toplanmaktadır. İktisat teorisinde verimlilik genellikle tahsis ve üretim verimliliği kavramları baz alınarak analiz edilmektedir. Tedarik verimliliği, kaynakların tüketici seçimlerini en iyi şekilde karşılayan mal ve hizmet ikilisini üretmek üzere, bir bütün olarak toplum için en arzu edilen sonucu elde edecek şekilde dağıtılmasını ifade etmektedir. Üretken verimlilik ise mevcut girdiler göz önüne alındığında mümkün olan en yüksek çıktıyı elde etmeye odaklanır ve kaynakların, diğer mal ve hizmetlerin üretiminden ödün vermeden hiçbir alternatifin daha fazla çıktı üretmeyeceği şekilde kullanılmasını sağlamaktadır (Çağlar, 1988).

Mühendislik açısından bakıldığında verimlilik, israfı en aza indirmek ve çıktıyı en üst düzeye çıkarmak için süreçlerin ve sistemlerin birbirleriyle uyumlu olarak çalışmasıyla karmaşık bir şekilde bağlantılıdır. Bu, yenilikçi teknolojilerin, metodolojilerin ve en iyi uygulamaların benimsenmesi aracılığıyla operasyonların kolaylaştırılmasını, verimsizliklerin azaltılmasını ve üretkenliğin artırılmasını

sağlamaktadır. Mühendisler, iyileştirme alanlarını belirlemek ve üretim, enerji üretimi, ulaşım ve telekomünikasyon gibi farklı alanlarda verimliliği artırmak için stratejiler geliştirmek amacıyla sıklıkla matematiksel modelleme, simülasyon ve veri analizi gibi çeşitli araçları kullanmaktadır (İleri 2014: 11).

Organizasyon yönetiminde verimlilik, etkili liderliğin ve operasyonel mükemmelliğin temel taşıdır. Organizasyonel hedeflere en uygun maliyetle ve zamanında ulaşmak için insani, finansal ve maddi kaynakların akılcı bir şekilde yönetilmesini gerektirmektedir. Bu, iş akışlarının optimize edilmesini, fazlalıkların ortadan kaldırılmasını, iletişim kanallarının iyileştirilmesini ve kuruluş içinde sürekli iyileştirme kültürünün teşvik edilmesini kapsamaktadır. Verimliliği artırmak, üretkenliği artırmak ve genel performansı artırmak için yalın yönetim, Altı Sigma ve çevik metodolojiler gibi teknikler yaygın olarak kullanılmaktadır (Çalışkan, 2006: 66).

Verimlilik aynı zamanda çevre bilimi ve sürdürülebilirlik çabalarında da kritik bir husus olarak görülmektedir. Bu bağlamda kaynak tüketiminin en aza indirilmesini, atık oluşumunun azaltılmasını ve insan faaliyetleriyle ilişkili çevresel etkilerin azaltılmasını içermektedir. Sürdürülebilir uygulamalar, doğal ekosistemlerin uzun vadeli yaşanabilirliğini ve gelecek nesillerin refahını sağlamak için ekonomik verimlilik, sosyal eşitlik ve çevre yönetimi arasında bir denge kurmayı amaçlamaktadır. Kaynakların korunması, geri dönüşüm, yenilenebilir enerjinin benimsenmesi ve kirliliğin önlenmesi gibi stratejiler, çevresel verimliliğin teşvik edilmesi ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılması açısından merkezi öneme sahiptir (İleri 2014: 15).

Genel olarak verimlilik kavramı, çeşitli disiplinlerdeki geniş bir ilke, metodoloji ve uygulama yelpazesine sahip bir kavramdır. Ekonomi, mühendislik, yönetim veya çevre bilimlerinde verimlilik arayışı, verimliliğin artırılması, kaynak kullanımının optimize edilmesi ve istenen sonuçlara sistematik ve etkili bir şekilde ulaşmanın merkezinde yer almaktadır. Çeşitli çalışma ve uygulama alanlarında yenilikçiliği, ilerlemeyi ve sürdürülebilirliği teşvik eden akademik sorgulama ve pratik problem çözümlerinin temel dayanağını temsil etmektedir.

Üretim süresi boyunca kullanılan girdiler ve neticesinde elde edilen çıktılar değişik şekillerde tanımlanabilmektedir. Buna bağlı olarak ölçüm birimlerinin cinsine göre iki verimlilik çeşidinden söz edilmektedir.

2.3.3.1 Fiziksel verimlilik

Ölçüm birimleri açısından fiziksel verimlilik, fiziksel bir sistemde kullanılan girdi veya kaynaklara göre üretilen çıktının veya yapılan işin niceliksel değerlendirmesini ifade etmektedir. Bu kavram, enerji tüketiminin ve çıktısının arasındaki uyumun büyük önem taşıdığı fizik, mühendislik ve biyomekanik gibi alanlarda sıkça karşımıza çıkmaktadır. Akademik anlamda, fiziksel verimlilik genellikle bir sistemin hem girdi hem de çıktı parametrelerini ölçen belirli ölçüm birimleri açısından tartışılmaktadır. Fiziksel verimliliği anlamak için enerji dönüşümü ve tasarrufunun temel prensiplerini anlamak önem taşımaktadır. Herhangi bir fiziksel sistemde enerji ne yaratılır ne de yok edilir, aksine bir formdan diğerine dönüştürülür. Bu ilke, kapalı bir sistemdeki toplam enerjinin zaman içinde sabit kaldığını öne süren enerjinin korunumu yasasında açıklanmıştır. Bu nedenle, fiziksel verimliliği değerlendirirken, sürtünme, ısı dağılımı ve sistemin doğasında bulunan verimsizlikler gibi faktörlerden kaynaklanan kayıpları en aza indirirken, girdi enerjisinin ne kadar etkili bir şekilde faydalı çıktı enerjisine dönüştürüldüğünü dikkate almak gerekmektedir (Yükçü ve Atağan, 2010).

Fiziksel verimliliğin değerlendirilmesi, genellikle yüzde olarak ifade edilen, çıktı enerjisinin girdi enerjisine oranının karşılaştırılmasından meydana gelmektedir. Verimlilik katsayısı olarak bilinen bu oran, bir sistem içinde enerjinin ne kadar etkili bir şekilde dönüştürüldüğünün niceliksel bir ölçüsünü sağlar. Yüksek bir verimlilik katsayısı, girdi enerjisinin büyük bir kısmının faydalı işe dönüştürüldüğünü gösterirken, daha düşük bir katsayı, girdi enerjisinin önemli bir kısmının atık olarak kaybolduğunu veya üretken olmayan süreçlerde harcandığını göstermektedir. Fiziksel verimliliğin değerlendirilmesi fizik, mühendislik ve fizyoloji ilkelerini bütünleştiren çok disiplinli bir yaklaşımı kapsamaktadır. Araştırmacılar, fiziksel sistemleri maksimum verimlilik için analiz etmek ve optimize etmek amacıyla çeşitli deneysel teknikler, hesaplamalı modeller ve teorik çerçeveler kullanmaktadır. Bu, daha verimli makineler tasarlamayı, enerji dönüşüm süreçlerini iyileştirmeyi veya ergonomik tasarım ve eğitim müdahaleleri yoluyla insan performansını arttırmayı hedeflemektedir (İleri, 2014: 20).

Fiziksel verimlilik, ölçüm birimlerine göre değerlendirildiğinde, fiziksel bir sistem içerisinde girdi-çıkıtı ilişkisinin niceliksel olarak değerlendirilmesini ifade etmektedir. Kayıpları ve verimsizlikleri en aza indirirken girdi enerjisinin ne kadar

etkili bir şekilde faydalı çıktı enerjisine dönüştürüldüğünü analiz etmeyi içerir. Bir sistemin giriş ve çıkış parametrelerini ölçmek için joule, watt ve kalori gibi ölçüm birimleri kullanılarak araştırmacıların verimlilik katsayılarını hesaplamasına ve performansı optimize etmesine olanak sağlanır. Fiziksel verimliliğe ilişkin akademik söylem birden fazla disiplini kapsar ve enerji tasarrufu, sürdürülebilirlik ve maksimum verimlilik için fiziksel sistemlerin optimizasyonu üzerine araştırmaları kapsamaktadır (Çağlar, 1988).

2.3.3.2 Parasal verimlilik

Parasal verimlilik, geniş anlamda, bir ekonomik sistem içinde istenilen sonuçlara veya hedeflere ulaşmak için finansal kaynakların sağlanmasını ve kullanımını ifade etmektedir. Bu kavram, maliyet etkinliği, karlılık ve genel finansal performans da dahil olmak üzere kaynak yönetiminin çeşitli yönlerini kapsamaktadır. Parasal verimlilik genellikle ekonomi teorileri ve finansal yönetim ilkeleri aracılığıyla analiz edilmekte ve maliyetleri ve verimsizlikleri en aza indirirken değer yaratımını en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır.

Temelinde parasal verimlilik, kaynakların mümkün olan en yüksek getiriye veya faydayı sağlayacak şekilde tahsis edilmesini sağlamayı gerektirir. Bu, istenen amaç ve hedeflere ulaşmak için fonların farklı faaliyetlere, projelere veya yatırımlara nasıl tahsis edileceği konusunda bilinçli kararlar almayı içerir. İşletmeler için parasal verimlilik, karları ve hissedar değerini en üst düzeye çıkarmanın yanı sıra pazardaki rekabet gücünü korumak için de gereklidir. Maliyet tasarrufu, gelir yaratma ve değer artırma fırsatlarını belirlemek için dikkatli planlama, bütçeleme ve finansal analiz gerektirir (Akyıldız ve Karabıçak 2002: 62).

Parasal verimliliğin önemli bir yönü, istenen sonuçların mümkün olan en düşük maliyetle elde edilmesini sağlamaktır. Bu, giderleri azaltma veya üretkenliği artırma fırsatlarını belirlemek için girdiler (finansal kaynaklar, emek ve sermaye gibi) ile çıktılar (mallar, hizmetler veya sonuçlar gibi) arasındaki ilişkinin analiz edilmesini gerektirmektedir. Maliyet etkinliği genellikle çıktı birimi başına maliyet, yatırım getirisi veya maliyet-fayda analizi gibi finansal ölçümler kullanılarak değerlendirilir; bu, karar vericilerin çeşitli seçeneklerin ekonomik uygulanabilirliğini değerlendirmesine ve bilinçli seçimler yapmasına yardımcı olmaktadır. Parasal verimlilik aynı zamanda bir kuruluşun veya ekonomik varlığın zaman içinde pozitif finansal getiri elde etme yeteneğini ifade eden karlılık kavramını da kapsamaktadır.

Kârlılık, bir işletmenin veya yatırımın maliyetleri aşan gelirler elde etme ve paydaşlara getiri sağlama yeteneğini yansıttığı için parasal verimliliğin önemli bir etkeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Kârlılığa ulaşmak, yalnızca iyi bir maliyet yönetimini değil, aynı zamanda stratejik karar almayı, pazar analizini, gelir artışı ve değer yaratma fırsatlarını belirleyip bunlardan yararlanmaya yönelik yenilikçiliği de gerektirmektedir (Akyıldız ve Karabıçak 2002: 68).

Ayrıca parasal verimlilik; likidite, ödeme gücü ve finansal istikrar dahil olmak üzere çeşitli boyutlarda finansal performansın optimize edilmesini içerir. Likidite, bir kuruluşun kısa vadeli finansal yükümlülüklerini yerine getirebilme ve devam eden operasyonları desteklemek için yeterli nakit akışını sürdürebilme yeteneğini ifade eder. Öte yandan ödeme gücü, bir kuruluşun uzun vadeli finansal sağlığı ve sürekliliği ile ilgilidir ve kuruluşun uzun vadeli yükümlülüklerini yerine getirebilecek kaynaklara ve kapasiteye sahip olmasını ve operasyonlarını zaman içinde sürdürebilmesini sağlamaktadır. Finansal istikrar, risk yönetimi, sermaye yeterliliği ve dış şoklara veya ekonomik dalgalanmalara karşı dayanıklılık gibi daha geniş hususları kapsar ve bunların tümü parasal verimliliğin ve genel finansal refahın korunması için önem arz etmektedir (Aksu, 2017: 52).

Yapılan araştırmaların neticesinde parasal verimliliğin; ekonomi, finans ve işletme gibi alanlardaki merkezi bir çalışma konusu olduğu görülmektedir. Akademisyenler ve uygulayıcılar, bireysel işletmelerden ve endüstrilerden ulusal ekonomilere ve küresel finansal piyasalara kadar farklı bağlamlarda parasal verimliliği analiz etmek ve geliştirmek için çeşitli teorik çerçeveler, niceliksel modeller ve yöntemler kullanmışlardır. Kuruluşlar ve politika yapıcılar, parasal verimlilik ilkelerini anlayarak ve bunları etkili bir şekilde uygulayarak kaynak tahsisini artırabilmekte ekonomik büyümeyi teşvik edebilir ve paydaşlar için sürdürülebilir değer yaratabilmektedir.

2.3.3.3 Verimliliğin işletmeler açısından önemi

Bilindiği üzere modern işletmecilik dediğimiz modern işletme anlayışının temelinde "verimlilik" olgusu yatmaktadır. Verimliliğin artırılması ve büyümesinin sağlanması, işletme yönetiminin öncelikli hedefi ve sorumluluğudur. Bu hedeflere ancak verimlilik artışı ile ulaşılabilir. Planlama ile üretim, pazarlama, finansman ve çalışma ilişkilerine ilişkin faaliyetlerin başarıyla yürütülmesi bu konuda kaçınılmazdır.

Bir işletme ne kadar verimli olursa, rekabet konumu da o kadar iyi olacaktır. Rekabet avantajı markalaşmanın ve ihracat artışının önünü açmaktadır. Birim maliyetlerin düşürülmesi, üretim için kullanılan girdi hacminin azaltılması anlamına gelir. Girdi ve çıktı arasındaki ilişki verimlilik olarak tanımlandığından işletmenin başarısı verimliliğin artmasına bağlıdır. Günümüzde, daha az para, zaman ve kaynakla daha fazla üretim talep edilmektedir. Bu nedenle serbest rekabete dayalı bir ekonomide, işletmenin uzun vadeli karlılık oranları, verimliliklerini yansıtan bir ölçü olarak kabul edilebilir. Serbest rekabet piyasasında tüm işletmeler aynı fiyatlarla karşı karşıya olduğundan, bu işletmelerin kar oranlarının artması, maliyetlerinin azalmasından, yani verimliliğin artmasından kaynaklanmaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektöründe bir önceki paragrafta bahsedildiği üzere; üretim, satış, pazarlama ve dağıtım alanında verimliliğin artışı doğrudan bu alanlarda istihdam edilen personelin verimliliğinin artırılması ile bağlantılıdır (Bilici, 2001).

2.3.3.4 Tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışan verimliliği

İşletmelerin büyüüp ve gelişmesinde verimlilik, fiziksel ve parasal olarak yukarıda da detaylandırıldığı üzere son derece önem arz etmektedir. Verimliliğin sağlanmasında fiziksel ve parasal unsurların yanı sıra insan kaynağına da önem verilmelidir. Bu kısımda tezin ana konusu olan çalışan verimliliğine değinilecektir. En temelde istihdam edilen personellerin yeteneklerinden en üst düzeyde faydalanmak ve ihtiyaca uygun donanımda personel seçmek gerektiği görülmektedir. Bunun sebebi ise bir üretim sisteminin başarı sağlayabilmesi için temelde insan gücü ve donanımı en etkili unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle üretim süreçlerinde mevcut olan tam otomatik üretim sistemlerinde dahi denetleme işlevini yürütmesi, sistemin başarılı bir şekilde işleminde temel belirleyici olmasına da neden olmaktadır. Çalışanların bir arada uyum içinde çalışıyor olması da ayrıca verimliliğe etki eden bir faktördür (Karakas ve Aytar, 2023).

THGS dünya çapında, özellikle de gelişmekte olan ülkelerde önemli bir istihdam kaynağıdır. Üretim tesislerinde çalışan vasıflı işçilerden, üretimin çeşitli aşamalarında yer alan zanaatkarlara kadar birçok insan geçim kaynağı olarak bu sektör görülmektedir. Dolayısıyla verimliliğin artırılmasının, bu bireylerin ve toplulukların yaşam kalitesinin iyileştirilmesiyle doğrudan ilişkisi bulunmaktadır. Daha yüksek üretkenlik, ücretlerin artmasına, daha iyi çalışma koşullarına ve genel sosyoekonomik kalkınmaya yol açabilmektedir (Kanat ve Güner, 2007: 283).

İstihdam edilen personel, yaptığı iş karşılığında işveren kişi veya kurumlardan maaş adı altında bir ücret almaktadır. Çalışanlara yaptıkları işin karşılığında aldıkları ücrete ek olarak, işteki performans düzeylerine göre ayrı ayrı ücret ödenmesi gerekmektedir. Buradaki temel amaç, çalışanların performanslarını artırmaya ve daha kaliteli ürünler üretmeye teşvik ederek iş gücü verimliliğini arttırmaktır. Ücret miktarının verimliliğe etkisini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada, ücretin çalışanların verimlilik düzeyini etkilediği ve özellikle ücretlerin yetersiz olmasının çalışma istekliliklerinde olumsuzluklara neden olduğu ortaya çıkmaktadır (Arslan, 2012: 40).

Üstelik tekstil ve giyim endüstrisindeki verimlilik kazanımları, diğer sektörlerde çarpan etkisi yaratarak daha geniş ekonomik kalkınmayı teşvik edebilmektedir. Örneğin, üretim süreçlerinde artan verimlilik, yenilikçiliği teşvik eden ve teknolojik transfer ve beceri geliştirme fırsatları yaratan ileri teknolojilerin benimsenmesine yol açabilmektedir. Ek olarak, artan ücretler işçilerin daha fazla mal ve hizmet alabilmesini sağlayarak ekonomik faaliyeti daha da teşvik ettiği için, daha yüksek üretkenlik yurt içi tüketimi artırabilmektedir.

THGS uluslararası ticarete önemli bir rol oynamaktadır. Ülkeler genellikle üretim zincirinin belirli bölümlerinde uzmanlaşarak karmaşık küresel tedarik ağları oluşturmaktadır. Bu zincirin herhangi bir aşamasındaki üretkenlik iyileştirmeleri, tüm endüstri boyunca dalgalı etkiler yaratarak; ticaret akışlarını, fiyatları ve pazar dinamiklerini etkileyebilmektedir. Bu nedenle politika yapıcılar ve sektör paydaşları, bu tedarik zincirlerinin sürdürülebilirliğini ve dayanıklılığını sağlamak için çalışanların verimliliğini dikkate almalıdır. Sektördeki verimlilik buna bağlı olarak küresel pazardaki rekabet gücünü direkt olarak etkilemektedir. Hızlı küreselleşme ve ticaretin serbestleşmesiyle birlikte üreticiler hem yerel hem de uluslararası rakiplerle yoğun bir rekabetle karşı karşıya kalmaktadır. Yüksek üretkenlik seviyelerini korumak, şirketlerin malları daha verimli üretmesini sağlamaktadır. Böylece üretim maliyetleri düşerken ve rekabet gücü de artacaktır. Bu artış ekonomik büyümeyi destekleyerek, yenilikçiliği teşvik etmekte ve sektöre yatırım çekmektedir (Kanat ve Güner, 2007: 279).

Tekstil sektöründe çalışan personeller genellikle mağaza, atölye, fabrika, depo ve ofis gibi kapalı alanlarda çalıştıkları için çalışma ortamları ergonomik açıdan değerlendirilmesine ihtiyaç duyulmuştur.

İşletmelerde çalışanları finansal açıdan ön plana çıkarmak verimliliği olumlu yönde etkilerken, aynı zamanda çalışanların daha rahat, daha az yorulmuş, iş kazalarına ve mesleki sorunlara daha az maruz kalarak çalışmalarını sağlayan bir bilim dalı olan ergonominin önemini de arttırmıştır. Bilindiği üzere ergonomi, endüstriyel çalışma ortamında sistem verimliliğini arttırmayı, insan, makine ve çevre arasındaki uyumu sağlamayı ve işi insanileştirmeyi amaçlayan bir çalışma disiplini. Özellikle çalışanların becerileri, motivasyonları ve eğitim düzeyleri kadar çalışma ortamının insani olması da önemlidir. İşyerinin aydınlatma, havalandırma, sıcaklık, soğukluk ve nem açısından yeterli olmasının yanı sıra, üretim sisteminin ve kullanılan ortamın fiziksel uygunluğu da ergonomik açıdan dikkate alınmalıdır (Arslan, 2012: 46).

Bu sektörde çalışanlar üzerinde olumsuz etkiler yaratabilecek tehlikelerin başında ergonomik tehlikeler de gelmektedir çünkü üretimin tüm aşamalarında dikkat gerektiren bir sektördür. Gözlerin ve ellerin yoğun olarak kullanılması, bu esnada sürekli aynı pozisyonda kalınması veya yanlış çalışmadan kaynaklanan sırt, bel, boyun, iskelet sistemi sorunları tehlikeler arasında önceliklidir. Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerde verimlilik artışlarının temelinde insan kaynaklarının kalitesi, akıllıca kullanımı ve işgücünün eğitim seviyesi gelmektedir. Yapılan araştırmalar eğitim katsımının önemi ortaya koymaktadır. Verimliliği artırıcı tedbirlerin alınması ve uygulanması işletmelerin temel görevlerindedir. Çalışanın motivasyonu, ücretinin yeterli seviyede olması, işyerinin fiziki ortamının personele uygun olarak düzenlenmesi, iş güvenliğinin sağlanması, sağlıklı ortamlarda çalışan, ücret bakımından tatmin edilen personelin daha verimli olduklarını ortaya koymaktadır (Çelebi,2018: 90).

Ayrıca sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için tekstil ve hazır giyim sektöründe verimliliğin ele alınması büyük önem taşımaktadır. Sektör, kaynakların tükenmesi, kirlilik ve işçi hakları ihlalleri de dahil olmak üzere çok sayıda çevresel ve sosyal sorunla karşı karşıyadır. Üretkenliğin artırılması, kaynak verimliliğini, atıkların azaltılmasını ve çalışma standartlarına uyumu teşvik ederek daha sürdürülebilir uygulamaları teşvik edebilmektedir. Sürdürülebilirlik hususlarını verimliliği artırma çabalarına entegre ederek endüstri, uzun vadeli sürdürülebilirliği sağlarken çevre ve toplum üzerindeki olumsuz etkisini azaltabilmektedir (Can ve Ayvaz, 2017).

Sonuç olarak tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışan insanların üretkenliği; istihdam, rekabet gücü, uluslararası ticaret, ekonomik kalkınma, sürdürülebilirlik ve sosyal refah üzerindeki etkisi gibi çeşitli nedenlerden dolayı hayati önem taşımaktadır. Bu sektördeki üretkenlik zorluklarının tanınması ve ele alınması, hükümetlerin, işletmelerin, çalışanların ve diğer paydaşların işbirlikçi çabalarını gerektirir. Verimliliği artırma stratejilerine öncelik vererek ve kapsayıcı ve sürdürülebilir büyümeyi sağlayarak tekstil ve hazır giyim endüstrisi, küresel refaha olumlu katkıda bulunurken gelişmeye devam edebilir.

2.4 Çalışan Motivasyonuna Etki Eden Faktörler

Mal ve hizmet üretiminin odak noktası, çalışanların performans ve motivasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. THGS başta olmak üzere birçok işletme amaçlarına ulaşmada temel kaynak olarak insan kaynaklarını önde tutmaktadır. Bir önceki değerlendirmede tekstil sektöründe çalışan verimliliği incelenmesi sonucunda insan kaynaklarının, istihdam edilen personelin titizlikle yönetilmesi ve üzerinde durulması gerektiğinin net olarak ifade edilmiştir. Bu aşamada araştırmaya, insan temeline inerek devam edilmektedir.

Çalışan verimliliğini arttırmaya yönelik adımlar; fiziki, sosyal ve ekonomik faktörler, olmak üzere 3 temel başlık kapsamında ele alınabilir.

2.4.1 Fiziki faktörler

Çalışanların motivasyonunu etkileyen fiziksel faktörler arasında çalışma ortamının kalitesi, düzeni ve ergonomisi gibi çeşitli unsurlar yer almaktadır. İşyeri tasarımı ve ortamı çalışanların motivasyonunda, odaklanmasında ve performansında önemli bir rol oynayabilir. Çalışan verimliliğini etkileyen bazı fiziksel faktörler şunlardır:

Aydınlatma: Doğal ışık almak veya doğal ışığı taklit eden aydınlatma çalışanların dikkatini ve enerjisini artırabilir. Yetersiz aydınlatma göz yorgunluğuna, baş ağrısına ve dikkatin dağılmasına neden olabilir.

Gürültü Seviyesi: Gürültülü bir ortam çalışanların odaklanmasını ve işlerini yapmasını zorlaştırabilir. Gürültüyü azaltmak için yalıtım, akustik malzemeler veya gürültü önleyici ekipmanlar kullanılabilir.

Sıcaklık ve İklimlendirme: Konforlu bir sıcaklık ve uygun iklimlendirme çalışanların konforunu artırabilir. Çok sıcak ya da çok soğuk ortamlar çalışanların dikkatini dağıtabilir ve performanslarını düşürebilir.

Masa ve Sandalye Ergonomisi: Doğru pozisyonda oturmak bel, boyun ve omuz sorunları gibi sorunların önlenmesine yardımcı olabilir. Ergonomik tasarımlı mobilyalar kullanılarak çalışanların fiziksel konforu artırılabilir.

Renkler ve Tasarım: Renklerin psikolojik etkileri vardır. Uygun renklerin kullanılması çalışma ortamının atmosferini etkileyebilir. Canlandırıcı veya sakinleştirici renklerin seçilmesi çalışanların ruh halini ve odaklanma yeteneğini etkileyebilir.

Alan Düzeni: Düzenli ve düzenli bir çalışma alanı, işin daha verimli bir şekilde yapılmasına yardımcı olabilir. Gereksiz karışıklık ve karışıklık odaklanmayı engelleyebilir.

Teknoloji ve Donanım: Hızlı ve güncel teknoloji işlerin daha verimli yapılmasını sağlayabilir. Ayrıca iş süreçlerini kolaylaştıran ve verimliliği artıran uygun donanımların kullanılması da önemlidir.

Bu faktörler işyerindeki fiziksel ortamın yanı sıra çalışma kültürü, liderlik tarzı, iş yükü ve işle ilgili diğer unsurlarla birlikte değerlendirilmelidir. Her çalışanın tercihleri ve ihtiyaçları farklı olabilir, bu nedenle çalışma ortamının esnek ve özelleştirilebilir olması önemlidir (Demirci ve Armağan, 2015).

2.4.2 Psikolojik ve sosyal faktörler

21. yüzyılın insanı, insan gibi davranılmak, fikirlerine, inançlarına ve kişiliğine saygı duyulmak, her şeyden mühim olarak yaptığı işi severek yapmak, benimsediği işte var olmak, ilerlemek ve kendini bu doğrultuda geliştirmek isteyen insandır. Bu değişim her şeyden öncelikli olarak, küresel bilgi dünyasının doğal ve arzu edilen bir neticesidir. Rekabet avantajına sahip olmanın yolu, kendini geliştirmek isteyen bu yaratıcı insanları motive etmekten ve onları işe bağlamaktan geçmektedir. Bu gerçeğin varlığını bilen ve kabul eden işletmeler gelecekte başarılı olacak, bazıları ise yıkıcı rekabetin bu temel gereğini yerine getirmediği için kaybolmaya yüz tutacaklardır (Yumuşak, 2008).

Diğer taraftan günümüzde personellerin çalıştıkları iş yerlerinden beklentileri de değişmektedir. Artık çalışan sadece aldığı ücret ile motive olmamakta, ayrıca işin sosyal ve psikolojik tarafı, tatmin olma derecesi, toplumda mevcut yeri gibi birçok faktör onun işi ile ilgili duygularını ve dolaylı olarakta verimliliğini etkilemektedir (Karahana, 2009).

İşgücü insanının bedensel, zihinsel, ruhsal ve kültürel özelliklerinden ve yeteneklerinden oluşmaktadır. İşgücünün verimli bir şekilde sağlanabilmesi için ise tüm bu elemanların doğru zamanda ve doğru yönde kullanılması gerekmektedir. Aksi takdirde kişi taşıdığı yetenekleriyle işe uygun olsa bile beklenen verim alınamayabilir (Kurt, 2012).

Çalışan verimliliğinin artışında motivasyon önemine değinecek olursak; Kurt (2012), İşyerinde personellerin motivasyonun artmasını sağlayacak kişiler yöneticiler olduğundan yöneticilerin motivasyon konusunda yapabilecekleri işyerine, ne üretildiğine, işgörenin kişiliğine ve beklentilerine, örgütsel iletişime, özel veya kamu da çalışıp çalışmaması gibi birçok unsura göre değişebilen farklı motive etme araçlarının var olduğundan bahsetmiştir.

Genelde çalışanın her işletmede veya kurumda motivasyonu; işyerinde haksız rekabeti ortadan kaldırmak, maddi ve manevi teşvikler vermek, iletişimin doğruluğu sağlamak, yönetici davranışlarının etige uygun şekilde olmasını sağlamak, takdir ve ödüllendirmeden kaçınmamak, kariyerlerinin önünü açmak, yaptığı işin önemini hissettirmek gibi unsurlara dikkat edilerek sağlanabilir.

Sosyal açıdan değerlendirildiğinde, sosyal ortam olarak atfedilen bu yapıda birbirleriyle etkileşim halinde bulunan kişi ve gruplar bulunmaktadır. Çalışanların sosyal ihtiyaçlarını iş ortamında karşılayabiliyor olması iş tatmini ve verimi açısından önem taşımaktadır. Verimlilik artışı sosyal barış ve düzenin egemen olduğu iş ortamlarında arttırılabilmektedir. İşletme içinde var olan çalışanların kendi aralarında veya ast ve üstleri ile etkileşimleri sırasında problemler yaşanması da doğal karşılanmaktadır. Çıkan bu sorunları en aza indirmek gerekmektedir. Aksi takdirde dedikodu, çatışma, tartışma, iletişim kargaşası gibi motivasyonu ve iş verimini düşürecek durumlarla karşılaşılabilir. Bu olumsuz durumların yaşanmaması ve bu durumların oluşumunun engellenebilmesi için, çalışanlar arasında çeşitli etkinliklere ve uğraşlara yer verilebilir. Bunlar; yemek ve eğlence organizasyonları, spor aktiviteleri, turistik geziler ve özel günlerin kutlanması gibi birçok farklı

yollasağlanabilir. Bu etkinlikler çalışma ortamındaki insanların kaynaşmasını ve bir takım ruhuna bürünmesini sağlayabilir. Netice olarak çalışanların arası bu tür etkinlikler iş motivasyonu arttırmada ve verimliği sağlamada önemli bir unsur olarak görölmektedir (Tapan, 2023).

Çalışanların sosyal ve psikolojik açıdan etkileyen başka önemli bir unsur ise streştir. şenyiğit (2004) iş stresini, işi yapan personel ile yaptığı iş arasında uyumsuzluk olması, işgörenin yetenekleri bakımından verilen iş için yetersiz olması, yapılan işin gerekleri ile ilgili kaynakları ya da gereksinimleri arasında uyum olmadığı taktirde ortaya çıkan içsel bir tepki olarak ele almıştır.

Günümüzde dinamik iş hayatı, işveren ve çalışanlar arasındaki rekabet, iş güvenliğindeki belirsizlik ve piyasadaki ekonomik farklılıklar insanların sürekli stres yaşamasına neden olmaktadır. Çalışma ortamındaki bu stres çalışanların verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. İş stresi; çalışma arkadaşları arasındaki çatışma, iş tatminsizliği, yöneticiyle çatışma, iş sorumluluklarının çalışanın kaldıramayacağından fazla olması, sosyal destek eksikliği, iş beklentilerinin belirsizliği ve zaman baskısı gibi nedenlerden kaynaklanabilmektedir. Bazı alışanlar işlerinde beklenen performansı gösterebilmek için gerekli eğitimi almadıklarını düşündükleri için strese girebilirler, bazıları ise işlerinin becerilerini kullanmalarına izin vermediğini hissedebilirler (İştar, 2012: 56).

İştar (2012) stres ile başa çıkılabilmesi için aşağdaki 4 temel maddeyi sıralamıştır:

- Bedenle başa çıkma yolları: Gevşeme teknikleri, çeşitli egzersizler ve beslenme programlarının uygulanması bu gruba dahil edilebilir.
- Zihinsel başa çıkma yolları: Gerilime ve uyumsuzluğa neden olan etkenlerden uzak durma, zihinsel düzenleme ve dönüşüm tekniklerini içerir.
- Davranışla başa çıkma yolları: Davranışla strese mücadelenin en etkin yolu “A” tipi davranış biçimlerinin değiştirilmesidir.
- İnançla başa çıkma yolları: İnsanın kendisini manevi olarak geliştiren, iç zenginlik kazandıran, etik değerlere uygun şekilde uygun yaşayarak içsel huzuru sağlaması ile strese başa çıkması mümkündür.

2.4.3 Ekonomik faktörler

Çalışan verimliliğini etkileyen en önemli ve sonuncu olarak ekonomik faktörler incelendiğinde, çalışanların motive olabilmesi ve verimlilik sağlanabilmesi için üst düzey bir önem arz etmektedir. Bunun temelinde çalışanların yaptığı iş neticesinde kazandığı para hayat kalitesini doğrudan etkilemekte özel ve iş hayatında konfor seviyesinde önemli bir rolü üstlenmektedir.

Ekonomik faktörler genel hatlarıyla ele alındığında; maaş ücretlendirmesi, ödüllendirme sistemi, prim sistemi ve kâr payı ortaklığı olmak üzere dört ana başlıkta incelenebilir.

2.4.3.1 Maaş ücretlendirmesi

İş hukukunda ücret kavramı genel olarak, işveren tarafından çalışana, yapılan iş veya verilen hizmet karşılığında ödenen ücret veya ücret olarak ifade edilmektedir. Bu tazminat genellikle iş sözleşmeleri, toplu iş sözleşmeleri ve yasal düzenlemeler dahil olmak üzere çeşitli yasal belgelerde belirtilir. "Ücret" terimi, temel maaş veya saatlik ücretler, ikramiyeler, komisyonlar, ödenekler, yan haklar ve diğer ücretlendirme türlerini içerebilecek farklı parasal ve parasal olmayan tazminat biçimlerini kapsamaktadır. İş kanunları genellikle ücretleri adaleti, eşitliği ve hükümet veya ilgili düzenleyici otoriteler tarafından belirlenen asgari standartlara uyumu sağlayacak şekilde tanımlar ve düzenler. Bu yasalar, işverenlerin çalışanlarına ödemesi gereken asgari ücret düzeylerini belirleyebilir ve ayrıca ücretlerin, fazla mesai oranlarının, kesintilerin ve tazminatın diğer yönlerinin hesaplanmasına ilişkin kural ve prosedürleri belirleyebilmektedir (Budak ve diğ. 2017).

Çalışan verimliliğini en üst düzeye çıkaran başarılı bir ücret politikası geliştirmek, bazı temel ilkelerin dikkatle değerlendirilmesini gerektirmektedir. Bu ilkeler adaletin, rekabetçiliğin, motivasyonun ve kurumsal hedeflerle uyumun sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Göz önünde bulundurulması gereken temel ilkelerden bazıları şunlardır:

Adillik ve Adalet: Çalışanlar ücret politikasını adil ve eşitlikçi olarak algılamalıdır. Bu, ücretin cinsiyet, ırk veya diğer alakasız özellikler gibi faktörlerden ziyade iş sorumlulukları, beceriler, deneyim ve performans gibi faktörlere dayalı olmasını sağlamak anlamına gelir. Ücretlerin nasıl belirlendiği ve iletildiği konusundaki şeffaflık aynı zamanda adalet algısına da katkıda bulunur.

Rekabetçilik: Ücret politikası, yetenekli çalışanları çekmek ve elde tutmak için ilgili işgücü piyasasında rekabetçi olmalıdır. Bu, ücret paketlerinin yüksek kaliteli adayları çekecek ve en iyi performans gösterenleri tutacak kadar rekabetçi olmasını sağlamak için ücretlerin endüstri standartları ve rakiplerle karşılaştırılmasını içermektedir.

İç Eşitlik: İç eşitlik, iş rolleri, sorumluluk düzeyleri ve performans gibi faktörler dikkate alınarak kuruluş içinde ücretlerin adil ve tutarlı olmasını sağlamak anlamına gelir. Benzer roller için ücretlerdeki eşitsizlikler çalışanlar arasında motivasyon kaybına ve kopuşa neden olabilir; bu nedenle, dahili iş değerlendirmeleri ve performans değerlendirmelerine dayalı olarak net ve tutarlı ücret yapılarının oluşturulması çok önemlidir.

Performansa Dayalı Ücret: Ücretleri bireysel veya ekip performansına bağlamak, daha yüksek üretkenliği teşvik edebilir ve çalışanların çabalarını kurumsal hedeflerle uyumlu hale getirebilir. Liyakate dayalı zamlar, ikramiyeler veya kar paylaşımı düzenlemeleri gibi performansa dayalı ücret sistemleri, çalışanları kuruluşun başarısına yaptıkları katkılardan dolayı ödüllendirir ve performansın iyileştirilmesi için açık bir teşvik sağlar.

Esneklik: Başarılı bir ücret politikası, kuruluş içindeki değişen ihtiyaçlara ve koşullara uyum sağlayacak kadar esnek olmalıdır. Bu, ücret seviyelerini ve ayarlamaları belirlerken piyasa koşulları, bütçe kısıtlamaları ve organizasyonel önceliklerdeki değişiklikler gibi faktörlerin dikkate alınmasıdır. Değişken ücret veya teşvik programları gibi esnek ücret yapıları, performansı ödüllendirirken ve çalışanları motive ederken değişen koşullara uyum sağlamaya yardımcı olabilmektedir.

Çalışan Katılımı: Ücret politikasının geliştirilmesi ve uygulanmasına çalışanların dahil edilmesi, ücretlendirme sistemiyle ilgili anlayışlarını, katılımlarını ve memnuniyetlerini artırabilir. Ücret politikalarına girdi sağlamak için çalışanlardan geri bildirim istemek, anketler düzenlemek veya çalışan komiteleri oluşturmak, sistemin onların ihtiyaçlarını ve tercihlerini karşılamasını sağlamaya yardımcı olmaktadır.

İletişim ve Şeffaflık: Ücretlerin nasıl belirlendiği, ücret yapılarındaki değişiklikler ve ilerleme fırsatları da dahil olmak üzere ücret politikası hakkında net iletişim, çalışanlar arasında güven ve itimat oluşturulmasına yardımcı olur. Şeffaf

iletişim, adalet duygusunu ve tazminat kararlarının nasıl alındığına dair anlayışı teşvik eder; bu da çalışanların moralini ve üretkenliğini olumlu yönde etkileyebilmektedir.

Kuruluşlar, bu ilkeleri bir ücret politikasının geliştirilmesine ve uygulanmasına dahil ederek, çalışanların üretkenliğini, motivasyonunu ve katılımını destekleyen, aynı zamanda kurumsal hedefler ve değerlerle uyumlu bir ücretlendirme sistemi oluşturabilir (Yumuşak, 2008: 243).

2.4.3.2 Ödüllendirme sistemi

Çalışanların yaptığı işe karşı olan özenini arttırmak ve işletmeye/markaya olan bağlılığını güçlendirmeye yönelik olarak, üstün başarı gösterenlere maddi değer taşıyan ödüller verilebilir. Örnek vermek gerekirse, çalıştığı alanda işi kolaylaştıracak, işletmeye veya markaya kolaylık sağlayacak bir yenilik önerisinde bulunan çalışana ödül verilebilir. Bu davranış biçimini benimseyen işletmeler, personelerinden aldığı verimi en üst düzeye çıkartmayı amaçlamaktadır (Yumuşak, 2008: 244).

Çalışanlar yaptıkları işin karşılığında maddi bir karşılık alsalar da insani vasıflarından dolayı yaptıkları başarılı işlere karşı olumlu tepkiler de beklemektedir. Ödüllendirme, üstün bir performans gösteren bir personele takdir edildiğini aktarmanın başarılı ve anlamlı bir yoludur. Ödül fonksiyonunun sağladığı faydalar ve örgüt için taşıdığı anlamlar şu şekilde ifade edilebilir:

- Kurumumuz yapılan her başarılı çalışmaya duyarlıdır.
- Yapılan işleri takip ederek bizi ve çalışanlarımızı farklılaştıracak aksiyonlar alırsınız.
- Faaliyetlerinizi takdir ediyoruz.
- Çalışanlarımızı başarılı çalışmaya teşvik ederiz.
- Çalışanlarımızı işlerini geliştirmeye ve ellerinden gelenin en iyisini yapmaya davet ederiz.

Ödüllendirme, çalışanları cesaretlendirmesi ve diğer çalışanlara örnek olması açısından da önemlidir. Ödül almayan çalışanların organizasyon üzerinde olumlu bir etkisi olabilir. Bu tür ödül sistemlerinin başarılı olabilmesi için duygusuz ve objektif olması, ödül kriterlerinin açıkça belirtilmesi gerekmektedir (Kurt, 2012).

2.4.3.3 Pirim sistemi

Fazladan çalışma ve çabanın getirdiği tüm faydalar sadece üst yönetime veya hissedarlara giderse, çalışanlar bu durumu adaletsiz bulmaya, motivasyonlarını kaybetmeye ve işlerini ihmal etmeye başlarlar. Bu nedenle başarıyı asgari performansın üzerinde değerlendirmek için işletmeler arasında farklı teşvik ücret sistemleri kullanılmaktadır. Prim sistemi, çalışanlara ek gelir sağlayan bir teşvik sistemidir ve işletmelerin performansını artırmak, motivasyonu yükseltmek, hedeflere ulaşmayı teşvik etmek ve çalışan bağlılığını güçlendirmek için kullanılır. Çalışanlar açısından prim sisteminin önemini şu şekilde açıklayabiliriz:

Motivasyon ve Performans Artışı: Prim sistemi, çalışanlara belirlenen hedefleri aşmaları durumunda ek ödüller kazanma fırsatı sunar. Bu, çalışanların motivasyonunu artırır ve daha yüksek performans göstermeye teşvik eder.

Bağlılık ve Sadakat: Prim sistemi, çalışanların işletmeye bağlılıklarını artırabilir. Ödül kazanma şansı, çalışanları işletmeye daha bağlı hale getirir ve uzun vadeli iş ilişkilerini güçlendirebilir.

Hedeflere Odaklanma: Prim sistemi, çalışanların bireysel veya takım hedeflerine odaklanmalarını sağlar. Bu da işletmenin stratejik hedeflerine ulaşma konusunda daha etkili bir çalışma ortamı yaratır.

Rekabetçilik ve Performans Kültürü: Prim sistemi, rekabetçi bir ortam oluşturabilir ve performans kültürünü teşvik edebilir. Çalışanlar, diğerleriyle rekabet ederek daha iyi sonuçlar elde etme çabası içine girebilir.

Ekonomik Motivasyon: Prim, çalışanlar için ekonomik bir motivasyon kaynağıdır. Daha fazla gelir elde etme şansı, çalışanların maddi ihtiyaçlarını karşılama konusundaki motivasyonlarını artırabilir.

Adil Performans Değerlendirmesi: Prim sistemi, performansa dayalı bir ödül sistemini temsil eder. Bu, çalışanların katkılarına göre adil bir şekilde ödüllendirilmesini sağlar ve performans değerlendirmelerinin daha objektif olmasına yardımcı olabilir.

İnovasyon ve İyileştirme: Prim, çalışanların sürekli olarak iş süreçlerini iyileştirme ve inovasyon yapma konusundaki çabalarını artırabilir. Çünkü daha iyi sonuçlar, daha yüksek ödüllerle ödüllendirilebilir.

Ancak, prim sistemlerinin başarıyla uygulanabilmesi için adil, şeffaf ve açık bir yapıya sahip olmaları önemlidir. Ayrıca, sadece prim sistemine dayalı bir motivasyonun sürdürülebilir olmadığını ve diğer motivasyon unsurlarının da dikkate alınması gerektiğini unutmamak önemlidir. Çalışanlara aldıkları sabit ücretlerin yanı sıra onları daha çok ve verimli çalışmaya teşvik etmek amacıyla verilen ek ücrete prim denir. Bazı işletmeler çalışanların daha verimli çalışmasını teşvik etmek amacıyla bu sistemi uygulamaktadır (Yumuşak 2008: 245).

2.5 Ek Faydalar ve Çalışan Motivasyonu

Daha öncesinde çalışanlara sağlanan ek faydaların motivasyonla ilişkisini ele almış çalışmalar değerlendirilmiştir. Bu çalışmalardan ilki yaygın olarak kullanılan ve bilinen örnek bir yan hak sağlayıcısı şirketin bu konu hakkındaki değerlendirmeleridir.

Yan haklar, çalışanların iş motivasyonunu artırmada önemli bir etkiye sahiptir. Çeşitli yan haklar, çalışanların iş tatminini ve bağlılıklarını artırarak genel iş performanslarını iyileştirebilir (Multinet, 2024).

Sodexo'nun (2024) raporuna göre çalışan yan hakları, iş yerinde çalışanlara sunulan özel hakları ve maaş dışındaki ek yardımları ifade etmektedir. Bu haklar genellikle yasal düzenlemelerle belirlenir ve çalışanların çalışma koşullarını iyileştirmeyi ve motivasyonlarını artırmayı amaçlar. Yasal olarak zorunlu tutulan yan hakların yanı sıra, işverenin inisiyatifinde sunulan çeşitli yan haklar da bulunmaktadır. Bazı iş yerlerinde, çalışanlar kendi ihtiyaç ve beklentilerine göre yan hakları seçme esnekliğine sahip olabilirler; bu tür yan haklar "esnek yan haklar" olarak adlandırılır.

Esnek yan haklar, çalışanların maaşlarına ek olarak sunulan ve kişisel tercihlere göre seçilebilen haklardır. Bu uygulama, Avrupa ve Kuzey Amerika'da uzun yıllardır popüler olup, Türkiye'de ise özellikle son yıllarda yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Esnek yan haklar, çalışanların motivasyonunu artırmak ve iş tatminini yükseltmek için etkili bir araç olarak görülmektedir.

Yan hakların çalışan motivasyonu ve iş verimliliği üzerindeki etkilerini anlamak, işverenler açısından büyük önem taşımaktadır. Çalışanlar, iş yerinde sahip oldukları haklardan memnun olduklarında, adil bir iş ortamında bulduklarını

hissettiklerinde ve değer gördüklerini fark ettiklerinde, motivasyonları ve iş tatminleri artacaktır. Bu durum, nihayetinde işverenlerin de daha mutlu olmasını sağlar. Dolayısıyla, işverenlerin yan hakların varlığını ve çalışanlar üzerindeki olumlu etkilerini göz ardı etmemeleri gerekmektedir.

Yan hakların çalışan motivasyonuna olumlu etkileri şu şekilde özetlenebilir:

Çalışanın İşverene Duyduğu Güvenin Artması: Çalışanlar, yan haklar sayesinde işverenlerinin kendilerine değer verdiğini ve adil bir çalışma ortamı sağladığını gördüklerinde hem işverene hem de iş yerine duydukları güven artar ve pekişir.

Çalışan Motivasyonunun Artması: Yan haklar, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını ve iş yerine duydukları aidiyet duygularını güçlendirir. Adil ücretlendirme, prim, hediye kartları, ek izinler gibi yan haklar, çalışan motivasyonunu doğrudan artırır.

İş Yerinde Verimliliğin Artması: Çalışanlar, kendilerine sunulan hakların farkında olduklarında ve bu haklardan tatmin olduklarında, eşit bir şekilde muamele gördüklerini hissederler ve genellikle daha iyi performans gösterirler. Motive olmuş ve mutlu çalışanlar, işlerinde daha başarılı olma eğilimindedirler; bu da iş yerinde verimliliğin artmasını sağlar.

İşten Ayrılma Oranının Azalması: Özenle seçilen ve sunulan yan haklar, çalışanların iş yerinde kalma eğilimlerini artırır. Değerli olduklarını hisseden çalışanların işlerini terk etme olasılıkları daha düşüktür.

Çalışan-İşveren İlişkisinin İyileşmesi: Yan haklar, çalışan-işveren arasındaki ilişkiyi doğrudan olmasa da dolaylı olarak iyileştirir ve daha güçlü bir bağ kurulmasına yardımcı olur. Yan haklar, işverenin çalışanına verdiği değeri ifade etmenin önemli bir aracıdır.

Sonuç olarak, iyi tasarlanmış yan haklar çalışan motivasyonunu artırabilir, iş verimliliğini yükseltebilir ve iş yerinde memnuniyeti sağlayabilir. Bu da hem çalışanların hem de işverenlerin mutluluğunu artırmaktadır.

En çok tercih edilen yan haklar nelerdir?

Ülkemizde en çok tercih edilen yan haklardan bazıları şunlardır: Yemek yardımı, akaryakıt yardımı, çeşitli mağazalarda kullanılabilen hediye kartları, ek

izinler, ilave sağlık hizmetleri, elektronik cihaz yardımları, kreş imkanları ve spor kulübü üyelikleri.

Yan haklar zorunlu mudur?

Yan hakların zorunlu olduğunu söylemek doğru değildir. Yan haklar, çalışan ile işveren arasında yapılan sözleşmeye göre belirlenir. Ancak, işveren, çalışanından yazılı onay almadan -iş sözleşmesinde olsun ya da olmasın- hiçbir yan hakkı sunmaktan vazgeçememektedir.

Ek izin nedir?

Doğum izni, evlilik izni, taşınma izni gibi bazı izinler 4857 sayılı İş Kanunu tarafından belirlenir. Ancak, bazı işverenler bu sürelere ekleme yapabilir. Örneğin, 4857 sayılı İş Kanunu gereğince analık izni 16 haftadır. İşveren bu izin süresini daha uzun tutarsa, bu "ek doğum izni" olmaktadır.

Prim yan hak mıdır?

Yan hakların tanımı maaş dışındaki ek yardımları içerdiği için primler de yan hak olarak kabul edilebilir. Prim, genellikle çalışan başarısına göre yılda düzenli olarak bir veya iki kere uygulanmaktadır.

Esnek yan haklar nelerdir?

Esnek yan haklar, işverenin çalışanlarına belirli avantajlar veya seçenekler sunarak iş yaşamı ile kişisel yaşamları arasında denge kurmalarını sağlayan haklardır. Ek izinler, ek tatil hakkı, uzaktan çalışma imkânı, performans primi, kira yardımı ve hediye kartlar birer esnek yan hak olabilmektedir.

3. METODOLOJİ

Bu araştırmanın temel amacı, İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'nde faaliyet gösteren tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışanlara sağlanan ek faydaların, çalışanların iş motivasyonu üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırmada, sektörde faaliyet gösteren ve çalışanlarına ek faydalar sağlayan 10 şirketten toplam 150 çalışan seçilmiştir. Katılımcılar, farklı departmanlarda görev yapmakta olup, çalışma süreleri ve departman dağılımları dikkate alınmıştır.

Veri toplama aracı olarak, literatürde yaygın olarak kullanılan ve geçerliliği kanıtlanmış "Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)" ile "İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)" kullanılmıştır. Anketler, katılımcıların ek faydalar ile motivasyon düzeylerini ölçmek amacıyla uygulanmıştır.

Verilerin analizinde, SPSS 26.0 programı kullanılmıştır. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirlik analizleri, faktör analizi ve Cronbach Alpha katsayısı ile test edilmiştir. Ayrıca, grup karşılaştırmaları için Independent Sample T Testi ve One Way ANOVA Testi uygulanmış, gruplar arasındaki farklar Post Hoc Testleri ile belirlenmiştir. Son olarak, ölçek alt faktörleri arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon Analizi ile incelenmiştir.

3.1 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma, İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'nde faaliyet gösteren çeşitli tekstil işletmelerinde çalışan bireyleri kapsamaktadır. Bu kapsamda, çalışanlara sağlanan ek faydaların iş motivasyonu üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir.

3.2 Veri Toplama Yöntemleri

Araştırmada birincil veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket, üç farklı ölçek kullanılarak hazırlanmıştır. Anket, çalışanların sağlanan ek faydalardan memnuniyet düzeylerini, bu faydaların iş motivasyonu üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin verimlilik, iş tatmini ve stres düzeyleri üzerindeki

yansımalarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Anket soruları, her biri 5’li likert ölçekten oluşmaktadır. Demografik bilgiler, ek faydalar ölçeği ve iş motivasyonu ölçeği olmak üzere toplamda 3 bölümden oluşmaktadır.

3.3 Örneklem Seçimi

Araştırmanın rneklemi, İstanbul Merter Tekstil Bölgesi’nde 10 farklı şirkette çalışan 150 kişiden oluşmaktadır. Örneklem seçimi, tesadüfi örnekleme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem, bölgedeki çeşitli tekstil işletmelerinde çalışanların farklı demografik özelliklere sahip olmasını ve bu sayede elde edilen verilerin daha genel bir sonuç vermesini sağlamıştır.

3.4 Veri Analizi Teknikleri

Toplanan veriler, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizi için tanımlayıcı istatistikler (frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma) ve ileri analiz teknikleri (regresyon analizi, korelasyon analizi) kullanılmıştır. Bu analizler, ek faydaların çalışan motivasyonu üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin iş tatmini, verimlilik ve stres düzeyleri üzerindeki yansımalarını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Detaylı olarak 4. Bölüm’de aktarılmıştır.

3.5 Etik Onay ve Gizlilik

Gedik Üniversitesi Etik Kurulu’nun 28.06.2024 tarihli ve 2024/6 sayılı toplantısında; 338449 barkod numaralı kararı ile araştırmanın etik kurul onayı da alınmıştır. Araştırma, katılımcıların gönüllü olarak katıldığı ve kişisel bilgilerinin gizli tutulduğu etik kurallara uygun olarak yrtlmştir. Anket formu, katılımcılara araştırmanın amacı, içeriği ve veri gizliliği hakkında bilgi verilerek uygulanmıştır.

4. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR

Bu bölümde, araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizine ve bu analizler sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmektedir. Verilerin analizi için SPSS 26.0 programı kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 150 çalışanın tanımlayıcı özellikleri sayı ve yüzde olarak ifade edilmiştir. Ölçek ve faktör puanları ise ortalama ve standart sapma şeklinde sunulmuştur.

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanmış ve histogram grafikleri incelenmiştir. Ayrıca, güvenilirlik analizi kapsamında Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmış ve ölçeklerin iç tutarlılığı değerlendirilmiştir. Ölçekler arası farkları incelemek için bağımsız örneklem T-testi ve tek yönlü ANOVA testleri uygulanmıştır. Sonuçlar tablolar halinde sunulmuş ve analiz edilen değişkenlerin gruplar arası farkları ile bu farkların hangi gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

4.1 Verilerin Analizi

Veriler, *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 26.0 Statistics Paket Programı* aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan çalışanların tanımlayıcı özellikleri sayı ve yüzde, ölçek ve faktör puanları ortalama ve standart sapma şeklinde verilmiştir. Sayısal değişkenlerde normal dağılım çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanarak bulunmuş olup Çizelge 4.1'de gösterilmiştir. Tüm ölçek ve alt faktörleri çarpıklık değerlerinin normal dağılım sınırları içinde olduğu görülmüştür. Ancak içsel motivasyon alt faktörünün basıklık değerlerin beklenen sınırlar içinde olmadığı görülmüştür, bu durumda faktöre ait verilerin histogram grafikleri incelenerek, verilerin normal dağılım kurallarına uyduğuna karar verilmiştir. Alınan referans değer $\pm 1,96$ arasındadır (Kalaycı, 2005).

Çizelge 4.1: Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ) ve İş Motivasyonu Ölçeğine (İMÖ) Ait Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçekler ve Alt faktörler	Skewness		Kurtosis	
	Çarpıklık±S.H		Basıklık±S.H	
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	-0,11	0,20	-1,12	0,39
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	-1,10	0,20	1,54	0,39
İçsel motivasyon	-1,74	0,20	3,34	0,39
Dışsal motivasyon	-0,41	0,20	-0,50	0,39

S.H.: Standart hata

Sağlanan ek faydalar ölçeği geneli için 0,952; iş motivasyonu ölçeğinin geneli için 0,960; içsel motivasyon için 0,955 ve dışsal motivasyon için güvenilirlik katsayısı (cronbach alpha değeri) için 0,936 bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyet gibi iki gruplu değişkenleri ile ölçek puanlarının karşılaştırılmasında *Independent Sample T testi* kullanılmıştır. Katılımcıların üç veya daha fazla gruplu değişkenleri ile ölçek puanlarının karşılaştırılmasında *One Way ANOVA* kullanılmıştır. Gruplar arasında farklılık görülen değerlerin hangi grup bileşeninden kaynaklandığını belirlemek içinde *Post Hoc Testleri* kullanılmıştır. Ölçek alt faktörleri arasındaki ilişkinin incelenmesinde *Pearson Korelasyon Analizi* kullanılmıştır. Korelasyon katsayısı; 0.00-0.30 arası düşük, 0.30-0.70 arası orta ve 0.70-1.00 arası ise yüksek düzeyde bir ilişki olarak değerlendirilmiştir (Büyüköztürk, 2020). Çalışanlara sağlanan ek faydaların iş motivasyonu üzerindeki etkisi *Yol Analizi (Regresyon analizi)* ile gerçekleştirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizleri ve yol analizi *AMOS 24 programı* ile gerçekleştirilmiştir. Tüm çalışmada anlamlılık düzeyleri 0,05 ve 0,01 değerleri dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir

4.2 Çalışanların Tanımlayıcı Özelliklerine Ait Bulgular

Çalışanların tanımlayıcı özelliklerine ait bulgular aşağıdaki Çizelge 4.2’de detaylıca ifade edilmiştir.

Çizelge 4.2: Çalışanların Tanımlayıcı Özelliklere Ait Bulgular

<i>Tanımlayıcı özellikler</i>		<i>f</i>	<i>%</i>
Cinsiyet	Kadın	75	50,0
	Erkek	75	50,0
Yaş	18-25 yaş	33	22,0
	26-35 yaş	76	50,7
	36-45 yaş	28	18,7
	46 yaş ve üzeri	13	8,7
Eğitim durumu	Ön lisans	44	29,3
	Lisans	84	56,0
	Lisans üstü	22	14,7
Medeni durum	Evli	48	32,0
	Bekar	102	68,0
Gelir düzeyi	30.000 TL ve altı	42	28,0
	30.001 - 45.000 TL	30	20,0
	45.001 - 60.000 TL	32	21,3
	60.001 TL ve üzeri	46	30,7
Çalışma süresi	1 yıldan az	12	8,0
	1-3 yıl	35	23,3
	3-5 yıl	39	26,0
	5-10 yıl	33	22,0
	10 yıldan fazla	31	20,7
Departman	Üretim	22	14,7
	Kalite Kontrol	12	8,0
	Satış ve Pazarlama	45	30,0
	İnsan Kaynakları	18	12,0
	Finans	14	9,3
	Lojistik	15	10,0
	Diğer	24	16,0
	Toplam	150	100

Bu çalışmaya katılan toplam 150 çalışanın tanımlayıcı özelliklerine bakıldığında, cinsiyet dağılımının eşit olduğu görülmektedir; çalışanların %50'si kadın, %50'si erkektir. Yaş gruplarına göre dağılımda, çalışanların çoğunluğu (%50,7) 26-35 yaş aralığındadır.

Eğitim durumu açısından, çalışanların %56'sı lisans mezunu, %29,3'ü ön lisans mezunu ve %14,7'si lisansüstü eğitim almıştır. Medeni durum incelendiğinde, çalışanların %68'inin bekar olduğu, %32'sinin ise evli olduğu saptanmıştır. Gelir

düzeyleleri açısından dağılımda, çalışanların %30,7'si 60.001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahiptir. Çalışma süresi açısından çalışanların %26'sı 3-5 yıl arasında çalışmış, %23,3'ü ise 1-3 yıl aralığında çalışmıştır. Departman bazında incelendiğinde ise, çalışanların %30'u Satış ve Pazarlama, %14,7'si Üretim, %12'si İnsan Kaynakları departmanında çalışmaktadır. Diğer departmanlar ise daha düşük yüzdelik dilimlerde yer almaktadır.

4.3 Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

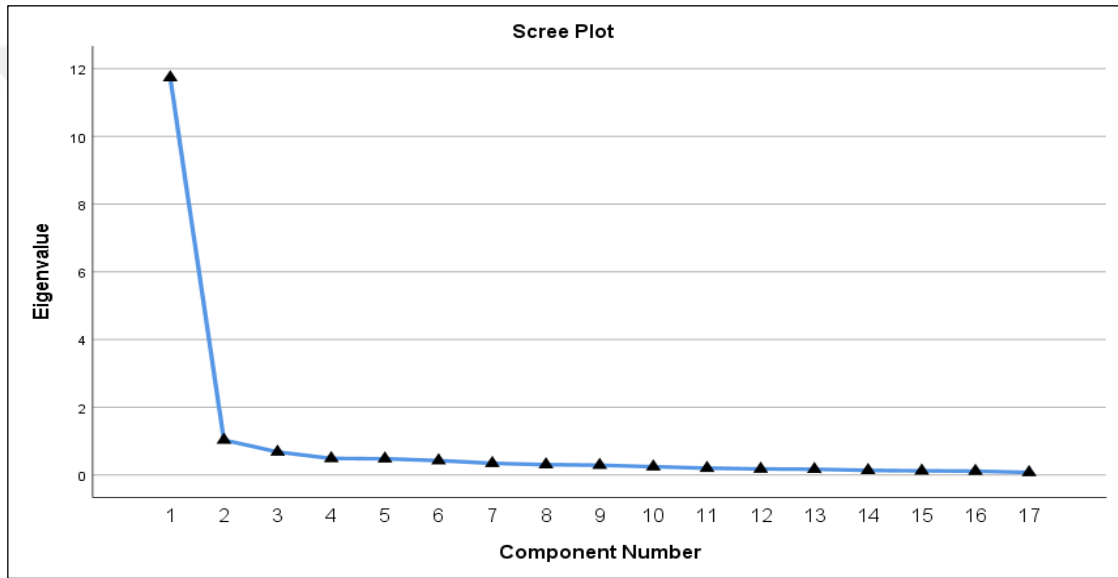
Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ) için 17 maddelik soru havuzu oluşturulmuştur. 17 madde açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Açıklayıcı faktör analizinde faktör yüklerinin hesaplanmasında temel bileşen *Principal Axis Analysis* yöntemi ve *Varimax Döndürme Tekniği* uygulanmıştır. Ölçeğin faktör sayısının tek olması ve faktör yük değerlerinin (*Faktör Loadings*) en düşük 0.30 üzerinde olması istenmiştir.

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett's Testi ile veri setinin faktör analizi için uygunluğu kontrol edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda *KMO* (*Kaiser-Meyer-Olkin*) değeri 0,952 bulunmuştur. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri, bir faktör analizi öncesi kullanılan bir ölçüdür ve faktör analizinin ne kadar uygun olduğunu değerlendirmeye yönelik bir istatistiksel ölçüdür. KMO değeri, veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılır. KMO değeri, 0 ile 1 arasında bir değer alır. KMO değeri 0,90 ve üzeri olduğunda faktör analizi için mükemmel; 0,80-0,90 arası faktör analizi için iyi; 0,70-0,80 arası faktör analizi için orta; 0,60-0,70 arası faktör analizi için zayıf; 0,50-0,60 arası faktör analizi için kötü ve 0,50 ve altı faktör analizi için uygun değildir (Karagöz, 2021; Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu nedenle, KMO değeri 0,952 olarak verildiğinde, bu değer faktör analizi için iyi bir uygunluk göstermektedir. Yani, veri setinizin faktör analizi için uygun olduğu ve değişkenler arasında belirli bir düzenin olduğu söylenebilir.

Bartlett's testi, bir faktör analizi yapmadan önce kullanılan bir testtir ve seçilen değişkenler arasında anlamlı bir kovaryans matrisi olup olmadığını değerlendirir (Karagöz, 2021). Eğer Bartlett's testi istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç verirse, bu durumda faktör analizi için uygun bir durum olduğu düşünülür. Bartlett's testinin sonucu Ki-kare değeri ($\chi^2=2733,304$); serbestlik derecesi ($df=136$)

ve $p=0,000$ olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, Bartlett's test istatistiksel olarak anlamlıdır ve p değeri oldukça küçüktür ($p<0,001$). Bu durum, seçilen değişkenler arasında anlamlı bir kovaryans matrisinin olduğunu gösterir. Yani, faktör analizi yapmak için veri setinizin uygun olduğunu ifade etmektedir.

17 maddelik Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ) ait öz değer ve varyansları Çizelge 4.3'de ve Scree Plot grafiği ise Şekil 4.1'de gösterilmiştir. Özellikle scree plot grafiği incelendiğinde, 1. faktörden sonra olan varyansların katkısı çok düşük olduğundan ölçeğin tek faktörlü yapıya uygun olduğu değerlendirilmiştir. Tek faktörlü ölçeğin döndürme sonrasındaki öz değeri 11,74 ve bu faktör toplam varyansın %69,05'ini açıklamaktadır.



Şekil 4.1: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Scree Plot Grafiği

Çizelge 4.3: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Öz Değer ve Varyansları

Faktör	Döndürme öncesi			Döndürme sonrası		
	Öz değerler	Varyans (%)	Kümülatif varyans (%)	Öz değerler	Varyans (%)	Kümülatif varyans (%)
1	11,74	69,05	69,05	11,74	69,05	69,05

Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) ait madde faktör yükleri, güvenilirlik ve madde-toplam korelasyonu analizi sonuçları Çizelge 4.4'de

gösterilmiştir. Ölçeğin madde faktör yükleri 0,684-0,897 arasında, madde-toplam korelasyonu 0,654-0,879 arasında değişmektedir. Her bir madde de olması beklenen faktör yükü ve madde-toplam korelasyon değeri 0,3 üzerinde olmasının ideal bir madde olduğu belirtilmiştir (Karagöz, 2021). Bu çalışmadaki tüm faktör yük ve madde-toplam korelasyon değerlerinin oldukça yüksek olduğu görülmüştür.

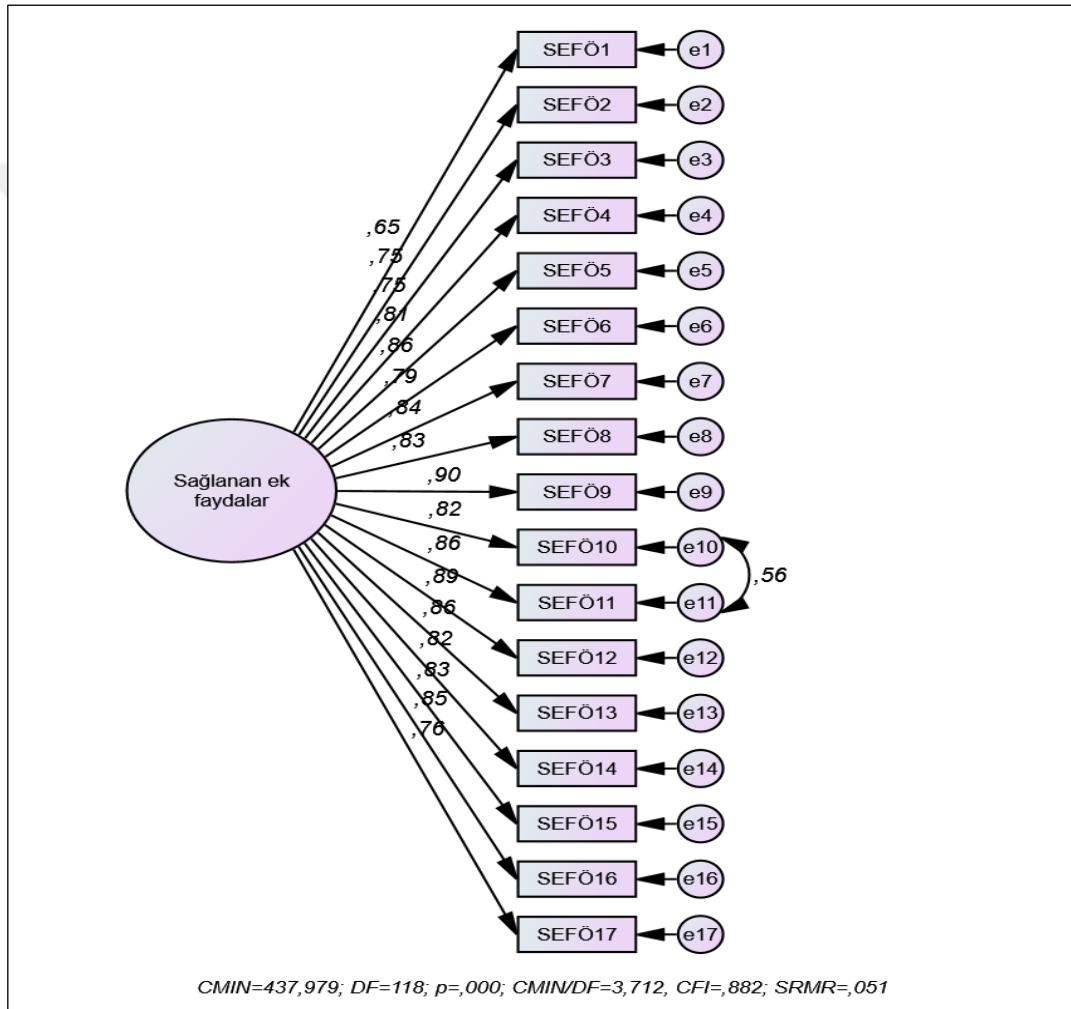
Çizelge 4.4: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Madde Faktör Yükleri, Güvenirlik ve Madde-Toplam Korelasyonu Analizi Sonuçları

Sıra no	Ölçeğe ait maddeler	Faktör yükleri	Madde-toplam korelasyon	Cronbach alpha
1	[Şirketim sağlık sigortası olanakları sağlar.]	0,684	0,654	0,972
2	[Şirketim çalışanlarına kapsamlı emeklilik planları sunar.]	0,764	0,736	
3	[Şirketim, çalışanlarına tatil ve hastalık izni gibi ücretli izin olanakları sunar.]	0,779	0,754	
4	[Şirketim, esnek çalışma saatleri ve uzaktan çalışma gibi iş-yaşam dengesi programları sunar.]	0,829	0,807	
5	[Şirketim, çalışanlara yönelik bir dizi fayda paketi sunar ve bu paketler arasında esnek çalışma saatleri, tatil günleri ve sağlık sigortası gibi olanaklar bulunur.]	0,872	0,855	
6	[Şirketim maaş ve ikramiyeler sağlar.]	0,812	0,789	
7	[Şirketim, çalışanların iş performansını tanır ve ödüllendirir.]	0,845	0,822	
8	[Şirketim, çalışanlara eğitim fırsatları sunar.]	0,844	0,820	
9	[Şirketim, maaş, faydalar, performans tanıma ve gelişimi içeren toplam ödüller programı sunar.]	0,897	0,879	
10	[Şirketim, iş yerinde kişisel gelişim için fırsatlar sağlar.]	0,846	0,821	
11	[Şirketim, çalışanlar için çeşitli kariyer gelişimi ve ilerleme fırsatları sunar.]	0,876	0,854	
12	[Şirketim, çalışanların iş yerinde kendilerini değerli hissetmeleri için çeşitli tanıma programları uygular.]	0,894	0,874	
13	[Şirketim, çalışanların fiziksel ve zihinsel sağlığını desteklemek amacıyla sağlık ve wellness programları sunar; bu programlar spor salonu üyelikleri, danışmanlık hizmetleri ve sağlık taramaları gibi imkanları içerir.]	0,860	0,836	
14	[Şirketim, iş yerinde çeşitliliği ve dahil etme politikalarını aktif olarak uygular, bu sayede farklı kültürel ve sosyal geçmişlerden gelen çalışanların kendilerini değerli ve kapsanmış hissetmelerini sağlar.]	0,819	0,790	
15	[Şirketim, çalışanların kişisel ve profesyonel hedeflerine ulaşmalarını destekleyen mentorluk ve koçluk programları sunar.]	0,830	0,802	
16	[Şirketim, çalışanlarına sağladığı sosyal etkinlikler ve takım oluşturma faaliyetleriyle iş yerinde sosyal bağları güçlendirir.]	0,859	0,837	
17	[Şirketim, çalışanlarının iş yerinde kendilerini güvende ve rahat hissetmeleri için iş sağlığı ve güvenliği programları uygular.]	0,789	0,763	

Not: Faktörlere ait ters maddeler bulunmamaktadır.

Korelasyon değerlerine göre güvenilirlik katsayıları incelendiğinde; 0,00-0,40 arası ölçeğin güvenilir olmadığı, 0,40-0,60 arası ölçeğin güvenilirliğinin düşük olduğu, 0,60-0,80 arası ölçeğin oldukça güvenilir olduğu ve 0,80-1,00 arası ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Karagöz, 2021). Bu çalışmada sağlanan ek faydalar ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,952 olup, ölçeğin oldukça güvenilir olduğu görülmüştür.

4.4 Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

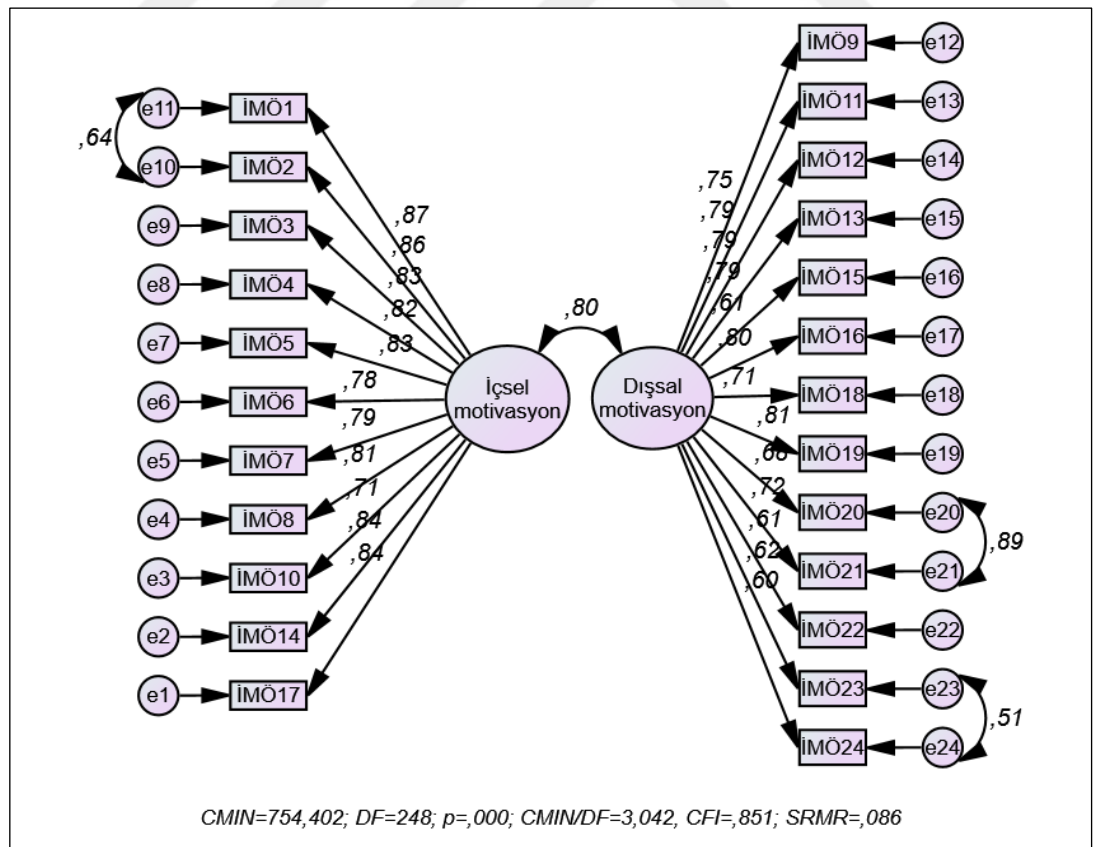


Şekil 4.2: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğine (SEFÖ) Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar Ölçeğinin (SEFÖ) bu çalışmadaki geçerliliğini belirlemek üzere yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre belirlenen tek boyutlu yapının doğruluğunu sınamak için doğrulayıcı faktör analizine başvurulmuştur.

Doğrulayıcı faktör analizinde e10 ile e11 arasında modifikasyon düzeltme işlemi gerçekleştirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda Ki Kare ($\chi^2=437,979$), serbestlik derecesi (df=118, p=0.000) oranının $\chi^2/df=3,712$; CFI=0,882 ve SRMR=0,051 olduğu görülmüştür. Ki kare serbestlik derecesi oranında 5'ten düşük, SRMR değerlerinin 0.00 ile 0.08 arasında olması ve CFI değerlerinin .85'ten büyük olması kabul edilebilir uyum iyiliğini göstermektedir (Karagöz, 2021; Gürbüz, 2021). Bu doğrultuda çalışanlara sağlanan ek faydalar ölçeğinin tek boyutlu yapısının uygun olduğu söylenebilir. Doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan standardize edilmiş beta değerleri (madde faktör yükleri) Şekil 4.2' de sunulmuştur. Bu faktör analizi sonuçları, belirli maddelerin belirli faktörlerle olan ilişkilerini ve tahmini faktör yüklerini göstermektedir. Çalışanlara sağlanan ek faydalar ölçeğinin faktör yüklerinin 0,649-0,893 arasında değiştiği ve bu faktör yüklerinin anlamlı olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

İş Motivasyonu Ölçeğinin (İMÖ) orijinal formundaki 2 boyutlu yapının bu çalışmadaki geçerliliğini belirlemek üzere doğrulayıcı faktör analizine başvurulmuştur.



Şekil 4.3: İş Motivasyonu Ölçeğine (İMÖ) Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Doğrulamalı faktör analizinde e20 ile e21, e23 ile e24, e10 ile e11 arasında modifikasyon düzeltme işlemi gerçekleştirilmiştir. Doğrulamalı faktör analizi sonucunda Ki Kare ($\chi^2=754,402$), serbestlik derecesi ($df=248$, $p=0.000$) oranının $\chi^2/df=3,042$; CFI=0,851 ve SRMR=0,086 olduğu görülmüştür. Ki kare serbestlik derecesi oranında 5'ten düşük, SRMR değerlerinin 0.00 ile 0.08 değerlerine yakın olması, CFI değerlerinin .85'ten büyük olması kabul edilebilir uyum iyiliğini göstermektedir (Karagöz, 2021; Gürbüz, 2021). Bu doğrultuda iş motivasyonu ölçeğinin iki boyutlu yapısının uygun olduğu söylenebilir. Doğrulamalı faktör analizi ile hesaplanan standardize edilmiş beta değerleri (madde faktör yükleri) Şekil 4.3' te sunulmuştur.

İçsel motivasyon faktör yüklerinin 0,711-0,874 arasında, dışsal motivasyon faktör yüklerinin 0,603-0,795 arasında değiştiği ve bu faktör yüklerinin anlamlı olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Ayrıca, içsel motivasyon ile dışsal motivasyon arasındaki korelasyon katsayısı 0,801'dir.

4.5 Çalışanların Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Çalışanların cinsiyetlerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ve iş motivasyonu düzeylerinin karşılaştırılması Çizelge 4.5'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.5: Çalışanların Cinsiyetlerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Cinsiyet	n	Ort.	S.S	t	p
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	Kadın	75	3,00	1,19	-1,43	0,156
	Erkek	75	3,26	1,07		
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	Kadın	75	3,59	0,88	-1,86	0,065
	Erkek	75	3,84	0,80		
İçsel motivasyon	Kadın	75	3,88	0,96	-1,54	0,125
	Erkek	75	4,10	0,79		
Dışsal motivasyon	Kadın	75	3,29	0,96	-1,87	0,064
	Erkek	75	3,58	0,93		

* $p<0,05$, ** $p<0,01$, Independent Sample T Testi

Çalışanların cinsiyetlerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ait puanlar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$). İstatiksel olarak farklılık

görülme de erkek çalışanlara sağlanan ek faydaların, kadın çalışanlara göre yüksek olduğu söylenebilir.

Çalışanların cinsiyetlerine göre iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$). İstatiksel olarak farklılık görülme de, erkek çalışanların iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri, kadın çalışanlara göre yüksek olduğu söylenebilir.

Çalışanların yaşlarına göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ve iş motivasyonu düzeylerinin karşılaştırılması Çizelge 4.6'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.6: Çalışanların Yaşlarına Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Yaş	n	Ort.	S.S	F	p	Fark
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	18-25 yaş ^a	33	2,86	1,06	2,3 8	0,072	
	26-35 yaş ^b	76	3,08	1,14			
	36-45 yaş ^c	28	3,61	1,11			
	46 yaş ve üzeri ^d	13	3,07	1,19			
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	18-25 yaş ^a	33	3,39	0,91	3,6 6	0,014 *	c>a,b, d
	26-35 yaş ^b	76	3,79	0,76			
	36-45 yaş ^c	28	4,02	0,73			
	46 yaş ve üzeri ^d	13	3,42	1,13			
İçsel motivasyon	18-25 yaş ^a	33	3,69	1,01	3,2 5	0,024 *	c>a,b, d
	26-35 yaş ^b	76	4,08	0,81			
	36-45 yaş ^c	28	4,26	0,67			
	46 yaş ve üzeri ^d	13	3,64	1,15			
Dışsal motivasyon	18-25 yaş ^a	33	3,10	0,92	3,0 1	0,032 *	c>a,b, d
	26-35 yaş ^b	76	3,50	0,91			
	36-45 yaş ^c	28	3,77	0,90			
	46 yaş ve üzeri ^d	13	3,21	1,16			

* $p<0,05$, ** $p<0,01$, F: One Way ANOVA, Fark: Post Hoc Testleri

Çalışanların yaşlarına göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ait puanlar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$). İstatiksel olarak farklılık görülme de 36-45 yaş arasındaki çalışanlara sağlanan ek faydaların, diğer çalışanlara göre yüksek olduğu söylenebilir.

Çalışanların yaşlarına göre iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür ($p<0,05$). 36-45 yaş arasındaki çalışanların iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri, diğer yaş gruplarına göre yüksektir.

Çalışanların eğitim düzeylerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ve iş motivasyonu düzeylerinin karşılaştırılması Çizelge 4.7’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.7: Çalışanların Eğitim Düzeylerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Eğitim düzeyi	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>Fark</i>
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	Ön lisans ^a	44	2,90	1,16	2,95	0,056	-
	Lisans ^b	84	3,13	1,11			
	Lisans üstü ^c	22	3,61	1,10			
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	Ön lisans ^a	44	3,33	0,93	8,70	0,000**	c>a,b
	Lisans ^b	84	3,80	0,80			
	Lisans üstü ^c	22	4,15	0,50			
İçsel motivasyon	Ön lisans ^a	44	3,56	1,05	9,08	0,000**	c>a,b
	Lisans ^b	84	4,11	0,78			
	Lisans üstü ^c	22	4,38	0,49			
Dışsal motivasyon	Ön lisans ^a	44	3,10	0,99	6,04	0,003**	c>a,b
	Lisans ^b	84	3,49	0,93			
	Lisans üstü ^c	22	3,91	0,70			

* $p<0,05$, ** $p<0,01$, *F*: One Way ANOVA, *Fark*: Post Hoc Testleri

Çalışanların eğitim düzeylerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ait puanlar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$). İstatiksel olarak farklılık görülmesine de çalışanların eğitim düzeyleri arttıkça, sağlanan ek faydaların arttığı söylenebilir.

Çalışanların eğitim düzeylerine göre iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür ($p<0,05$). Lisansüstü eğitim düzeylerine sahip çalışanların iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri, lisans ile ön lisans altı mezuniyete sahip çalışanlara göre yüksektir.

Çalışanların gelir düzeylerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ve iş motivasyonu düzeylerinin karşılaştırılması Çizelge 4.8’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.8:Çalışanların Gelir Düzeylerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Gelir düzeyi	n	Ort.	S.S	F	p	Fark
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	30.000 TL ve altı ^a	42	2,64	1,05	5,18	0,002**	b,d>a
	30.001 - 45.000 TL ^b	30	3,23	1,10			
	45.001 - 60.000 TL ^c	32	3,09	1,08			
	60.001 TL ve üzeri ^d	46	3,55	1,14			
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	30.000 TL ve altı ^a	42	3,22	0,86	10,91	0,000**	b,c,d>a
	30.001 - 45.000 TL ^b	30	3,82	0,57			
	45.001 - 60.000 TL ^c	32	3,63	0,91			
	60.001 TL ve üzeri ^d	46	4,15	0,70			
İçsel motivasyon	30.000 TL ve altı ^a	42	3,48	1,02	9,03	0,000**	b,c,d>a
	30.001 - 45.000 TL ^b	30	4,18	0,49			
	45.001 - 60.000 TL ^c	32	3,95	1,01			
	60.001 TL ve üzeri ^d	46	4,36	0,61			
Dışsal motivasyon	30.000 TL ve altı ^a	42	2,97	0,90	9,44	0,000**	b,c,d>a
	30.001 - 45.000 TL ^b	30	3,45	0,77			
	45.001 - 60.000 TL ^c	32	3,31	0,94			
	60.001 TL ve üzeri ^d	46	3,95	0,89			

* $p<0,05$, ** $p<0,01$, F: One Way ANOVA, Fark: Post Hoc Testleri

Çalışanların gelir düzeylerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ait puanlar arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür ($p<0,05$). 30000 tl altında gelire sahip çalışanların sağlanan ek faydalar puanları, diğer gelir gruplarına göre düşüktür.

Çalışanların gelir düzeylerine göre iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür ($p<0,05$). 30000 tl altında gelire sahip çalışanların iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri, diğer gelir gruplarına göre düşüktür. Bu verilere göre, çalışanların gelir

düzeyleri arttıkça iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri artış göstermiştir.

Çalışanların medeni durumlarına göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ve iş motivasyonu düzeylerinin karşılaştırılması Çizelge 4.9’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.9: Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Medeni durumu	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	Evli	48	3,12	1,06	-0,05	0,96
	Bekar	102	3,13	1,18		
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	Evli	48	3,75	0,76	0,33	0,741
	Bekar	102	3,70	0,89		
İçsel motivasyon	Evli	48	4,08	0,77	0,82	0,415
	Bekar	102	3,95	0,93		
Dışsal motivasyon	Evli	48	3,42	0,89	-0,17	0,866
	Bekar	102	3,45	0,99		

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, Independent Sample T Testi

Çalışanların medeni durumlarına göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ait puanlar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$).

Çalışanların medeni durumlarına göre iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$).

Çalışanların çalışma sürelerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ve iş motivasyonu düzeylerinin karşılaştırılması Çizelge 4.10’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.10: Çalışanların Çalışma Sürelerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Çalışma süreleri	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>Fark</i>
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	1 yıldan az	12	2,71	0,99	0,64	0,633	-
	1-3 yıl	35	3,11	1,02			
	3-5 yıl	39	3,30	1,15			
	5-10 yıl	33	3,07	1,25			
	10 yıldan fazla	31	3,17	1,19			
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	1 yıldan az	12	3,23	0,83	1,83	0,127	-
	1-3 yıl	35	3,63	0,88			
	3-5 yıl	39	3,94	0,62			
	5-10 yıl	33	3,68	0,88			
	10 yıldan fazla	31	3,74	0,98			

Çizelge4.10: (Devamı) Çalışanların Çalışma Sürelerine Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Çalışma süreleri	n	Ort.	S.S	F	p	Fark
İçsel motivasyon	1 yıldan az	12	3,52	0,89	1,64	0,168	-
	1-3 yıl	35	3,88	0,93			
	3-5 yıl	39	4,17	0,61			
	5-10 yıl	33	3,93	0,94			
	10 yıldan fazla	31	4,13	1,01			
Dışsal motivasyon	1 yıldan az	12	2,94	0,90	1,74	0,144	-
	1-3 yıl	35	3,39	0,91			
	3-5 yıl	39	3,71	0,72			
	5-10 yıl	33	3,43	1,06			
	10 yıldan fazla	31	3,36	1,09			

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, F: One Way ANOVA, Fark: Post Hoc Testleri

Çalışanların çalışma sürelerine göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ait puanlar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$). İstatiksel olarak farklılık görülmesi de 1 yıldan az çalışma süresi olan çalışanlara sağlanan ek faydaların, diğer çalışma sürelerinde çalışanlara göre düşüktür.

Çalışanların çalışma sürelerine göre iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$) İstatiksel olarak farklılık görülmesi de 1 yıldan az çalışma süresi olan çalışanların iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri, diğer çalışma sürelerinde çalışanlara göre düşüktür.

Çalışanların departmanlarına göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ve iş motivasyonu düzeylerinin karşılaştırılması Çizelge 4.11’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.11: Çalışanların Departmanlarına Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Departman	n	Ort.	S.S	F	p	Fark
Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	Üretim	22	2,87	0,93	1,33	0,248	-
	Kalite Kontrol	12	3,14	1,41			
	Satış ve Pazarlama	45	3,05	1,10			
	İnsan Kaynakları	18	3,11	1,07			
	Finans	14	3,48	1,19			
	Lojistik	15	3,75	1,00			
	Diğer	24	2,93	1,28			

Çizelge 4.11: (Devamı) Çalışanların Departmanlarına Göre Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ve İş Motivasyonu Düzeylerinin Karşılaştırılması

Ölçekler ve faktörler	Departman	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>Fark</i>
İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	Üretim	22	3,54	0,80	1,59	0,154	-
	Kalite Kontrol	12	3,42	1,23			
	Satış ve Pazarlama	45	3,56	0,95			
	İnsan Kaynakları	18	3,95	0,71			
	Finans	14	4,12	0,52			
	Lojistik	15	3,88	0,47			
	Diğer	24	3,79	0,82			
	Üretim	22	3,80	0,78			
Kalite Kontrol	12	3,67	1,39				
Satış ve Pazarlama	45	3,77	1,08				
İnsan Kaynakları	18	4,27	0,50				
Finans	14	4,32	0,41				
Lojistik	15	4,11	0,47				
Diğer	24	4,25	0,75				
İçsel motivasyon	Üretim	22	3,28	0,90	1,25	0,283	-
	Kalite Kontrol	12	3,17	1,18			
	Satış ve Pazarlama	45	3,35	1,01			
	İnsan Kaynakları	18	3,64	1,00			
	Finans	14	3,92	0,69			
	Lojistik	15	3,66	0,59			
	Diğer	24	3,32	1,00			
	Dışsal motivasyon	Üretim	22	3,28			
Kalite Kontrol		12	3,17	1,18			
Satış ve Pazarlama		45	3,35	1,01			
İnsan Kaynakları		18	3,64	1,00			
Finans		14	3,92	0,69			
Lojistik		15	3,66	0,59			
Diğer		24	3,32	1,00			

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *F*: One Way ANOVA, *Fark*: Post Hoc Testleri

Çalışanların departmanlarına göre çalışanlara sağlanan ek faydalar ait puanlar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$).

Çalışanların departmanlarına göre iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$).

4.6 Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ile İş Motivasyonu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Çalışanlara sağlanan ek faydalar ile iş motivasyonu arasındaki korelasyon analizi sonuçları Çizelge 4.12’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.12: Çalışanlara Sağlanan Ek Faydalar ile İş Motivasyonu Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

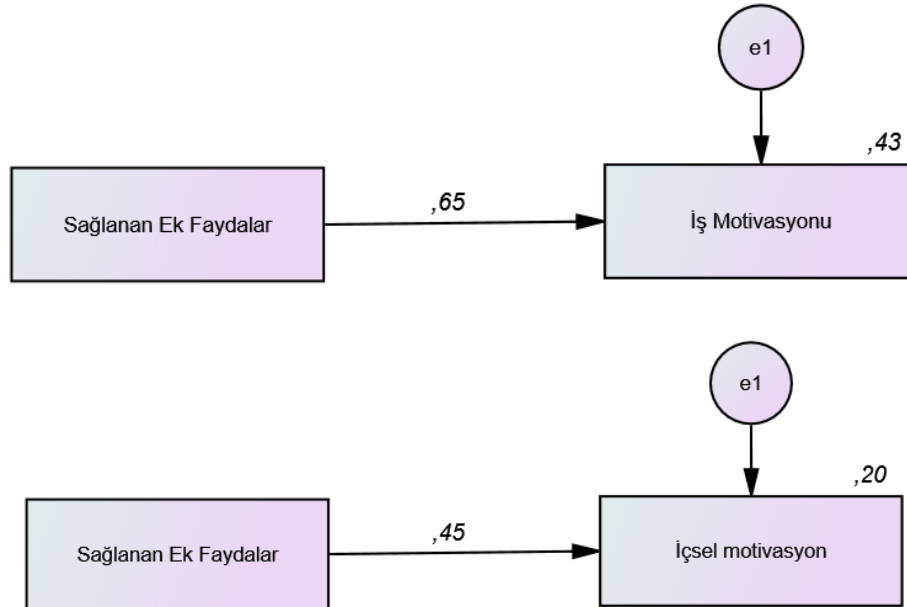
Değişkenler		1. SEFÖ	2. İMÖ	3. İM	4. DM
1. Sağlanan Ek Faydalar Ölçeği (SEFÖ)	r	1			
	p				
2. İş Motivasyonu Ölçeği (İMÖ)	r	,652**	1		
	p	0,000			
3. İçsel motivasyon	r	,450**	,916**	1	
	p	0,000	0,000		
4. Dışsal motivasyon	r	,742**	,928**	,700**	1
	p	0,000	0,000	0,000	

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

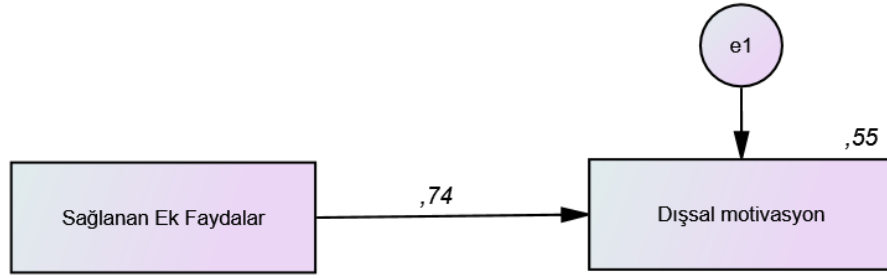
Çalışanlara sağlanan ek faydalar ile iş motivasyonu genel ve içsel motivasyon arasında orta düzeyde, dışsal motivasyon arasında ise yüksek düzeyde pozitif ilişki görülmüştür ($p < 0,05$). Bu verilere göre, çalışanlara sağlanan ek faydalardaki artış, çalışanların iş motivasyonu genel, içsel ve dışsal motivasyonlarındaki artışa neden olacaktır. Özellikle de dışsal motivasyonlardaki artış yüksek düzeyde olacaktır.

4.7 Çalışanlara Sağlanan Ek Faydaların İş Motivasyonu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi

Çalışanların iş motivasyonları genel, içsel ve dışsal motivasyonları üzerine sağlanan ek faydaların etkileri Çizelge 4.13'te ve Şekil 4.5'te gösterilmiştir.



Şekil 4.4: Çalışanların İş Motivasyonları Genel, İçsel ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Sağlanan Ek Faydaların Etkileri



Şekil 4.5: (Devamı) Çalışanların İş Motivasyonları Genel, İçsel ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Sağlanan Ek Faydaların Etkileri

Çizelge 4.13: Çalışanların İş Motivasyonları Genel, İçsel ve Dışsal Motivasyonları Üzerine Sağlanan Ek Faydaların Etkileri

Faktör	Path	Faktör	B	S.E.	β (Beta)	p	R ²
İş motivasyonu genel	<---	Sağlanan ek faydalar	0,485	0,046	0,652	0,000**	0,425
İçsel motivasyon	<---	Sağlanan ek faydalar	0,349	0,057	0,450	0,000**	0,202
Dışsal motivasyon	<---	Sağlanan ek faydalar	0,621	0,046	0,742	0,000**	0,550

B: Standardize edilmemiş yol katsayısı, β (Beta): Standardize edilmiş yol katsayısı, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Bağımlı faktörlerde açıklanan varyans oranı: İMÖ $R^2 = 0,425$; İM $R^2 = 0,202$; İD $R^2 = 0,550$.

Bu sonuçlar doğrultusunda sağlanan ek faydaların çalışanların iş motivasyonları genel düzeylerindeki değişimlerin %42,5'ini açıklamaktadır. İş motivasyonu genel puanları üzerinde, sağlanan ek faydaların ($\beta = 0,652$, $p < 0,01$) puanlarının etkisinin anlamlı olduğu görülmüştür ($p < 0,05$).

Sağlanan ek faydaların çalışanların içsel motivasyon düzeylerindeki değişimlerin %20,2'sini açıklamaktadır. İçsel motivasyon puanları üzerinde, sağlanan ek faydaların ($\beta = 0,450$, $p < 0,01$) puanlarının etkisinin anlamlı olduğu görülmüştür ($p < 0,05$).

Sağlanan ek faydaların çalışanların dışsal motivasyon düzeylerindeki değişimlerin %50,5'ini açıklamaktadır. Dışsal motivasyon puanları üzerinde, sağlanan ek faydaların ($\beta = 0,742$, $p < 0,01$) puanlarının etkisinin anlamlı olduğu görülmüştür ($p < 0,05$).

Bu verilere göre, çalışanlara sağlanan ek faydalar en fazla etkilediği değişken dışsal motivasyon ($\beta = 0,742$) ve en az etkilediği değişken ise içsel motivasyondur ($\beta = 0,450$).

5. TARTIŞMA

Bu bölümde, iş motivasyonu ve çeşitli faktörlerin iş performansı üzerindeki etkilerini ele alan literatür araştırmalarının sonuçları, mevcut çalışma ile karşılaştırılmış ve tartışılmıştır. Motivasyon, iş yaşamında önemli bir rol oynar ve çalışanların iş tatmini, performansı ve örgütsel bağlılıkları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Çalışmada, iş güvencesi, ücret, çalışma ortamı, yönetici desteği gibi çeşitli motivasyon faktörlerinin yanı sıra, işyerinde kötü muamele, öz yeterlilik ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin etkileri de incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda elde edilen bulgular, motivasyonun çalışanların iş performansını ve genel iş yaşam kalitesini nasıl etkilediğini anlamada önemli bilgiler sunmaktadır.

Çalışma hayatında motivasyon ve kişiyi motive eden faktörler üzerine yapılan araştırmalar, motivasyonun bireylerin iş performansı üzerindeki etkilerini geniş bir perspektiften incelemektedir. Ünsar, İnan ve Yürük (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, çalışanları en çok motive eden unsurların başında iş güvencesi, ücret, çalışma ortamı ve yönetici desteği gelmektedir. Bu bulgular, bizim araştırmamızla da örtüşmektedir ve motivasyonun temel unsurlarını anlamada önemli bir temel sunmaktadır.

İş Güvencesi ve Ücret: Ünsar ve arkadaşlarının bulguları, iş güvencesinin ve ücretin, çalışanların motivasyonunda kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç, araştırmamızda da benzer şekilde tespit edilmiştir. Çalışanların iş güvencesi ve rekabetçi ücretler ile daha yüksek motivasyon ve iş tatmini sağladıkları gözlemlenmiştir. Bu durum, iş güvencesinin ve uygun ücretlerin, çalışanların psikolojik güvenlik hissini artırarak iş performansını olumlu yönde etkilediğini gösterir.

Çalışma Ortamı ve Yönetici Desteği: Çalışma ortamı ve yönetici desteği, motivasyon üzerinde önemli bir etkiye sahip olarak bulunmuştur. Ünsar ve arkadaşlarının çalışmasında vurgulanan bu faktörler, bizim araştırmamızda da motivasyonun güçlü belirleyicileri olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma ortamının fiziksel ve sosyal koşullarının iyileştirilmesi, yönetici desteğinin artırılması, çalışanların iş

tatmini ve verimliliğini olumlu yönde etkileyebilir. Bu bulgular, iş yerlerinde etkili bir motivasyon yönetimi için bu faktörlerin göz önünde bulundurulması gerektiğini desteklemektedir.

Bireysel İhtiyaçlar ve Beklentiler: Ünsar ve arkadaşlarının araştırmasında bireysel ihtiyaçların ve beklentilerin karşılanmasının önemine vurgu yapılmıştır. Bu sonuçlar, bizim bulgularımızla paralellik göstermektedir. Çalışanların kişisel ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak, bireylerin motivasyonunu artırmak için önemli bir strateji olabilir. Bu bağlamda, işverenlerin çalışanların bireysel farklarını ve ihtiyaçlarını dikkate alarak daha kişiselleştirilmiş motivasyon stratejileri geliştirmeleri gerekebilir.

Motivasyon Yönetiminin Etkinliği: Ünsar ve arkadaşlarının çalışması, etkili bir motivasyon yönetiminin çalışan verimliliği ve iş tatmini üzerinde olumlu etkiler yarattığını göstermektedir. Bu bulgular, bizim araştırmamızla da uyumlu olup, iş yerlerinde motivasyon yönetiminin ne kadar kritik olduğunu ortaya koymaktadır. İşverenler, çalışanların motivasyonunu artırmak için çeşitli stratejiler geliştirmeli ve uygulamalıdır.

Sonuç olarak, Ünsar, İnan ve Yürük'ün (2010) bulguları, bizim araştırmamızla uyumlu olarak, iş güvencesi, ücret, çalışma ortamı ve yönetici desteğinin, çalışan motivasyonunu artırmada önemli rol oynadığını ve bu unsurlara odaklanmanın iş performansı ve iş tatmini üzerinde olumlu etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Bu bulgular, işverenlerin çalışanlarının motivasyonunu artırmak için çeşitli stratejiler geliştirmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Ölçer (2005) tarafından departmanlı mağazalarda yapılan araştırma, hizmet sektöründe çalışan personelin motivasyonunu etkileyen faktörleri geniş bir çerçevede ele almaktadır. Bu çalışmanın bulguları, iş güvencesi, amir ile iyi ilişkiler, adil performansa dayalı ücret ve takdir sistemi, iş arkadaşlarıyla güvene dayalı ilişkiler, uygun çalışma ortamı, ekip çalışması, bireye yeteneğine uygun ve çekici işler verilmesi, iş rotasyonu gibi faktörlerin motivasyon düzeyini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, motivasyon düzeyi ile performans düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulgusu, çalışanların motivasyonlarının iş performansını artırabileceğini göstermektedir.

İş Güvencesi ve Adil Ücret: Ölçer'in bulguları, iş güvencesinin motivasyon üzerindeki olumlu etkisini vurgulamaktadır. Araştırmamızda da benzer şekilde, iş

güvencesi motivasyonun önemli bir belirleyicisi olarak tespit edilmiştir. Ayrıca, adil performansa dayalı ücret ve takdir sistemlerinin motivasyonu artırdığı görülmektedir. Bu durum, çalışanların performanslarının adil bir şekilde ödüllendirilmesi ve takdir edilmesinin, iş tatmini ve motivasyonu artırabileceğini gösterir. Özellikle ücret ve takdir sistemlerinin şeffaf ve adil bir şekilde uygulanması, çalışanların motivasyonunu olumlu yönde etkileyebilir.

İyi İlişkiler ve Güven: Amir ile iyi ilişkiler ve iş arkadaşlarıyla güvene dayalı ilişkiler, motivasyon düzeyini artıran diğer önemli faktörler olarak bulunmuştur. Ölçer'in araştırmasında vurgulanan bu faktörler, bizim çalışmamızla da örtüşmektedir. Sosyal destek ve iyi ilişkiler, çalışanların kendilerini değerli hissetmelerine ve daha motive olmalarına katkı sağlar. İş yerinde pozitif sosyal ilişkilerin teşvik edilmesi, motivasyonu ve genel iş tatmini artırabilir.

Uygun Çalışma Ortamı ve Ekip Çalışması: Uygun çalışma ortamı ve ekip çalışmasının da motivasyon üzerinde olumlu etkiler yarattığı bulunmuştur. Bu bulgular, çalışmamızla benzerlik göstermektedir. Çalışma ortamının fiziksel ve sosyal koşullarının iyileştirilmesi, ekip çalışmasının teşvik edilmesi, çalışanların daha iyi performans göstermesine ve daha yüksek motivasyon seviyelerine ulaşmasına yardımcı olabilir.

Bireye Uygun İşler ve İş Rotasyonu: Bireye yeteneğine uygun ve çekici işlerin verilmesi ile iş rotasyonunun motivasyon üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular, çalışanların yeteneklerine uygun görevlerde bulunmalarının ve iş çeşitliliğinin motivasyonlarını artırabileceğini desteklemektedir. İş rotasyonu ve bireysel yeteneklerin dikkate alınması, çalışanların işteki memnuniyetlerini ve bağlılıklarını artırabilir.

Motivasyon ve Performans İlişkisi: Ölçer'in çalışması, motivasyon düzeyi ile performans düzeyi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, çalışmamızla da uyumlu olup, çalışanların motivasyon seviyelerinin yüksek olması durumunda iş performanslarının da artacağını göstermektedir. Motivasyonu artırmak için alınacak önlemler, aynı zamanda performansı da olumlu yönde etkileyebilir.

Sonuç olarak, Ölçer (2005) tarafından elde edilen bulgular, motivasyon düzeyini etkileyen birçok faktörü kapsamlı bir şekilde incelemekte ve bu faktörlerin iş performansı üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, iş

yerlerinde motivasyonu artırmak için çeşitli stratejilerin uygulanmasının önemini vurgulamaktadır ve bizim araştırmamızla benzer sonuçlar göstermektedir.

Akçay ve Atilla (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırma, iş motivasyon araçlarının ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin iş üretkenliği üzerindeki etkisini kapsamlı bir şekilde incelemiştir. Çalışma, Konya ilindeki özel sektörde faaliyet gösteren üç işletmede, 386 çalışana yönelik bir anket çalışmasıyla yapılmış ve veriler çeşitli istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları, genel iş motivasyon araçlarının ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin iş üretkenliği üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Motivasyon Araçları ve İş Üretkenliği: Akçay ve Atilla'nın bulguları, iş motivasyon araçlarının iş üretkenliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bizim araştırmamızda da benzer şekilde, motivasyon araçlarının çalışanların iş performansını ve genel iş tatmini artırmada önemli bir rol oynadığı gözlemlenmiştir. Bu bulgular, motivasyon araçlarının iş gücü verimliliğini artırma potansiyeline sahip olduğunu ve işverenlerin bu araçları etkili bir şekilde kullanarak çalışanlarının üretkenliğini artırabileceğini desteklemektedir.

Eğitim ve Geliştirme Faaliyetleri: Akçay ve Atilla'nın araştırmasında eğitim-geliştirme faaliyetlerinin iş üretkenliği üzerindeki etkisi de incelenmiştir. Bu bulgular, eğitim ve gelişim faaliyetlerinin, çalışanların yetkinliklerini artırarak iş üretkenliğini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bizim çalışmamızda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Eğitim ve gelişim faaliyetlerinin, çalışanların beceri ve bilgi seviyelerini artırarak iş performanslarını olumlu yönde etkileyebileceğini ve iş yerinde daha yüksek bir üretkenlik sağlayabileceğini göstermektedir.

İş Motivasyonu ve Eğitim-Geliştirme Alt Boyutları: Akçay ve Atilla'nın çalışmasında, iş motivasyonunun ve eğitim-geliştirmenin tüm alt boyutlarının iş üretkenliği ile anlamlı pozitif ilişkiler taşıdığı belirtilmiştir. Bu bulgu, bizim araştırmamızla da uyumludur. Motivasyon ve eğitim-geliştirme alt boyutlarının her biri, çalışanların iş üretkenliğini artırmada farklı derecelerde etkili olabilir. Çalışanların iş motivasyonunu artırmak ve onları eğitim ve gelişim fırsatları ile desteklemek, iş üretkenliğini olumlu yönde etkileyebilir.

İstatistiksel Analiz ve Sonuçlar: Akçay ve Atilla'nın kullandığı istatistiksel yöntemler (doğrulayıcı faktör analizi, keşfedici faktör analizi, korelasyon, regresyon, t-Testi ve tek yönlü ANOVA) bulguların geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmıştır.

Bizim çalışmamızda da benzer analitik yaklaşımlar kullanılarak elde edilen sonuçlar, motivasyon araçlarının ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin iş üretkenliği üzerindeki etkilerini daha anlamlı hale getirmiştir. Bu sonuçlar, iş yerlerinde kullanılan çeşitli analiz yöntemlerinin, motivasyon ve eğitim stratejilerinin etkinliğini değerlendirmede önemli olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, Akçay ve Atilla'nın (2019) araştırması, iş motivasyon araçlarının ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin iş üretkenliği üzerindeki olumlu etkilerini desteklemekte ve bu bulgular, bizim çalışmamızla paralellik göstermektedir. Bu sonuçlar, işverenlerin, çalışan motivasyonunu artırmak ve üretkenliği yükseltmek için etkili motivasyon araçları ve eğitim-geliştirme stratejilerini uygulamalarının önemini vurgulamaktadır.

Örücü, Tokyay ve Hasırcı (2022) tarafından yapılan araştırma, iş motivasyonu, alt boyutları ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Balıkesir'in Gönen ilçesindeki üretim sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın 145 personeli arasında yapılan bu çalışma, iş motivasyonunun örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur. Araştırmanın bulguları, iş motivasyonunun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ve dışsal, içsel ve araçsal motivasyonun örgütsel bağlılık üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ancak içgüdüsel motivasyon ve hedef içselleştirmenin etkileri anlamlı bulunmamıştır.

İş Motivasyonunun Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Örücü ve arkadaşlarının bulguları, iş motivasyonunun örgütsel bağlılık üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç, bizim çalışmamızla da paralellik göstermektedir. Çalışanların iş motivasyonları yüksek olduğunda, örgütsel bağlılıklarının da artabileceği gözlemlenmiştir. İş motivasyonunun güçlü bir şekilde artırılması, çalışanların örgüte olan bağlılıklarını da güçlendirebilir.

Dışsal, İçsel ve Araçsal Motivasyonun Etkileri: Araştırmada, dışsal, içsel ve araçsal motivasyonun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkiler yarattığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, bizim çalışmamızla benzer sonuçlar göstermektedir. Özellikle içsel motivasyonun, çalışanların örgüte daha fazla bağlılık göstermelerine neden olduğu vurgulanmıştır. İçsel motivasyon, çalışanların kişisel tatmin ve başarı duygusu ile bağlılıklarını artırabilir. Ayrıca, dışsal ve araçsal motivasyonun da

örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri, çeşitli teşvikler ve ödüller aracılığıyla çalışan bağlılığının artırılabilceğini göstermektedir.

İçgüdüsel Motivasyon ve Hedef İçselleştirmenin Etkileri: Örücü ve arkadaşlarının bulguları, içgüdüsel motivasyon ve hedef içselleştirmenin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkiler yaratmadığını göstermektedir. Bu sonuç, motivasyonun diğer boyutlarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin daha belirgin olduğunu, içgüdüsel motivasyonun ise bu bağlamda yeterince güçlü bir etki yaratmadığını ortaya koymaktadır. İçgüdüsel motivasyon ve hedef içselleştirmenin etkileri üzerine daha fazla araştırma yapılması, bu boyutların örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak açısından faydalı olabilir.

Analiz Yöntemleri ve Sonuçlar: Verilerin frekans analizi, normallik testi, güvenilirlik analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yöntemleriyle değerlendirilmiş olması, bulguların geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmaktadır. Bizim araştırmamızda da benzer analitik yaklaşımlar kullanılarak, motivasyon ve bağlılık arasındaki ilişkiler daha anlamlı hale getirilmiştir. Bu sonuçlar, motivasyonun farklı boyutlarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini değerlendirirken kullanılan çeşitli yöntemlerin önemini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak, Örücü, Tokyay ve Hasırcı'nın (2022) araştırması, iş motivasyonunun örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini ve motivasyonun çeşitli boyutlarının bu bağlamdaki rollerini vurgulamaktadır. Bu bulgular, bizim çalışmamızla uyumlu olarak, iş motivasyonunun artırılmasının ve motivasyonun farklı boyutlarının dikkate alınmasının, örgütsel bağlılık üzerindeki olumlu etkilerini desteklemektedir. İşverenlerin, çalışanların örgütsel bağlılıklarını artırmak için motivasyon stratejilerini çeşitlendirmeleri ve uygulamaları gerektiğini göstermektedir.

Eyitmiş, Yıldız ve Durmuş (2020) tarafından yapılan araştırma, işgörenlerin öz yeterlilik ve motivasyonlarının çalışma yaşam kalitesine etkilerini incelemiştir. Bu nicel çalışmada, anket yoluyla toplanan veriler regresyon analizi kullanılarak değerlendirilmiş ve her iki değişkenin de çalışma yaşam kalitesi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu bulgular, öz yeterlilik ve motivasyonun işgörenlerin genel yaşam kalitesine olan katkılarını anlamada önemli bilgiler sunmaktadır.

Öz Yeterlilik ve Çalışma Yaşam Kalitesi: Eyitmiş, Yıldız ve Durmuş'un bulguları, öz yeterlilik duygusunun çalışma yaşam kalitesi üzerinde pozitif bir etkisi

olduğunu göstermektedir. Öz yeterlilik, bireylerin kendi yeteneklerine olan inançlarını ifade eder ve bu inanç, iş yaşamında daha etkili ve başarılı olmalarına yardımcı olabilir. Bizim araştırmamızda da benzer şekilde, öz yeterliliğin çalışanların iş motivasyonunu ve genel iş performansını artırmada önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Öz yeterliliği destekleyen stratejiler, çalışanların kendilerine olan güvenlerini artırabilir ve bu da iş yaşam kalitesini olumlu yönde etkileyebilir.

Motivasyon ve Çalışma Yaşam Kalitesi: Eytmiş, Yıldız ve Durmuş'un çalışmasında motivasyonun da çalışma yaşam kalitesi üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, bizim araştırmamızla uyumlu olarak, motivasyonun işgörenlerin genel yaşam kalitesini artırmada önemli bir faktör olduğunu desteklemektedir. Yüksek motivasyon seviyeleri, çalışanların işteki tatminlerini ve genel yaşam kalitelerini olumlu yönde etkileyebilir. Motivasyon artırıcı uygulamaların, çalışanların iş yaşam kalitesini geliştirmede etkili olabileceğini göstermektedir.

Regresyon Analizi ve Sonuçlar: Verilerin regresyon analizi kullanılarak değerlendirilmiş olması, öz yeterlilik ve motivasyonun çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkilerini daha kapsamlı bir şekilde anlamamıza olanak tanımaktadır. Regresyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkilerin yönünü ve gücünü belirlemede etkili bir yöntemdir. Bizim çalışmamızda da benzer analitik yöntemler kullanılarak, motivasyonun ve diğer faktörlerin etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu, çalışma yaşam kalitesini artırmaya yönelik stratejilerin belirlenmesinde önemli bir adım olabilir.

Genel Değerlendirme: Eytmiş, Yıldız ve Durmuş'un (2020) bulguları, öz yeterlilik ve motivasyonun çalışma yaşam kalitesi üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır. Bu bulgular, işverenlerin çalışanlarının öz yeterliliklerini ve motivasyonlarını artırmak için çeşitli stratejiler geliştirmelerinin önemini göstermektedir. Çalışanların öz yeterliliklerini desteklemek ve yüksek motivasyon seviyelerini teşvik etmek, onların genel yaşam kalitesini artırmada etkili olabilir. Bizim araştırmamız da bu sonuçları desteklemekte ve öz yeterlilik ve motivasyonun iş yaşam kalitesini artırmadaki rollerini vurgulamaktadır.

Ece, Tokgözoğlu ve Oğuz (2021) tarafından yapılan araştırma, işyerinde kötü muamelenin motivasyon ve performans üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemiştir. Farklı kurumlarda görev yapan çalışanlardan anket yoluyla veri

toplanmış ve regresyon analizi kullanılarak hipotezler test edilmiştir. Araştırmanın bulguları, sözlü kötü muamalenin ve duygusal ihmalin motivasyon üzerinde negatif etkiler yarattığını, iş engelleme boyutunun ise anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Ayrıca, motivasyonun çalışan performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur.

Sözlü Kötü Muamele ve Duygusal İhmalin Etkileri: Ece ve arkadaşlarının bulguları, sözlü kötü muamele ve duygusal ihmalin motivasyon üzerinde negatif etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, bizim araştırmamızla da uyumludur. Çalışanlar üzerindeki olumsuz etkiler, motivasyonlarını azaltabilir ve genel iş tatminlerini olumsuz yönde etkileyebilir. Sözlü kötü muamele ve duygusal ihmalin, çalışanların işyerindeki psikolojik güvenliklerini tehdit ettiği ve motivasyonlarını düşürdüğü gözlemlenmiştir. Bu durum, işverenlerin, çalışanlara karşı saygılı ve destekleyici bir iletişim ortamı sağlamalarının önemini vurgulamaktadır.

İş Engelleme Boyutunun Etkisi: Araştırma, iş engelleme boyutunun motivasyon üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını belirtmektedir. Bu bulgu, iş engelleme ile motivasyon arasındaki ilişkinin karmaşık olabileceğini ve diğer faktörlerin bu ilişkiyi etkileyebileceğini düşündürmektedir. İş engelleme, bazı durumlarda çalışanların motivasyonunu dolaylı yoldan etkileyebilir, ancak bu etki doğrudan ve anlamlı olmayabilir. Çalışanların motivasyonunu etkileyen faktörler arasında iş engellemenin etkisinin daha sınırlı olabileceği anlaşılmaktadır.

Motivasyonun Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisi: Ece, Tokgözoğlu ve Oğuz'un bulguları, motivasyonun çalışan performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, bizim araştırmamızla da uyumludur. Motivasyon, çalışanların iş performansını artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek motivasyon seviyeleri, çalışanların daha yüksek performans göstermelerine ve iş hedeflerine daha etkili bir şekilde ulaşmalarına yardımcı olabilir. Motivasyon stratejilerinin, çalışan performansını iyileştirmek için etkili bir araç olduğunu desteklemektedir.

Analiz Yöntemleri ve Sonuçlar: Verilerin regresyon analizi kullanılarak değerlendirilmiş olması, sözlü kötü muamele, duygusal ihmal, iş engelleme ve motivasyon arasındaki ilişkilerin daha detaylı bir şekilde anlaşılmasını sağlamaktadır. Regresyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemede etkili

bir yöntemdir ve bizim çalışmamızda da benzer analitik yaklaşımlar kullanılarak motivasyon ve performans arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu, işyeri koşullarının ve motivasyon stratejilerinin çalışan performansı üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak açısından önemlidir.

Sonuç olarak, Ece, Tokgözoğlu ve Oğuz'un (2021) araştırması, işyerinde kötü muamalenin motivasyon üzerindeki olumsuz etkilerini ve motivasyonun çalışan performansı üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır. Bu bulgular, işverenlerin olumsuz davranışlardan kaçınmaları ve çalışan motivasyonunu artırmak için etkili stratejiler geliştirmeleri gerektiğini göstermektedir. Bizim çalışmamız da bu sonuçları desteklemekte ve işyerindeki çeşitli faktörlerin çalışan motivasyonu ve performansı üzerindeki etkilerini anlamada önemli bir katkı sağlamaktadır.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'ndeki tekstil sektöründe çalışanların iş motivasyonlarını etkileyen ek faydaları inceleyerek iş motivasyonu ve performansı üzerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma bulguları, çalışanların iş güvencesi, ücret, çalışma ortamı, ve yönetici desteği gibi ek faydalardan olumlu yönde etkilendiğini ve bu unsurların motivasyon ve performans üzerinde anlamlı etkiler yarattığını göstermiştir. Literatürdeki diğer çalışmalarla paralellik gösteren bu bulgular, motivasyonun çalışan performansı ve iş yaşam kalitesi üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Ünsar, İnan ve Yürük (2010) gibi araştırmalar, iş güvencesi ve yönetici desteği gibi faktörlerin motivasyonu artırabileceğini ve iş performansını olumlu yönde etkileyebileceğini desteklemektedir. Ölçer (2005) ve Akçay ve Atilla (2019) tarafından yapılan çalışmalar, iş ortamı, adil ücret ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin motivasyonu ve performansı artırmada önemli olduğunu vurgulamaktadır. Örucü, Tokyay ve Hasırcı (2022) içsel ve dışsal motivasyonların örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini incelemiş ve motivasyonun yüksek olduğu durumlarda örgütsel bağlılığın da arttığını göstermiştir. Eytmiş, Yıldız ve Durmuş (2020) öz yeterlilik ve motivasyonun iş yaşam kalitesini artırmada etkili olduğunu belirtmiştir. Ece, Tokgözoğlu ve Oğuz (2021) ise işyerinde kötü muamalenin motivasyon üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamış ve motivasyonun performans üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koymuştur.

Bu sonuçlar, iş motivasyonunun ve çeşitli destekleyici faktörlerin, çalışanların iş performansı ve genel iş yaşam kalitesini önemli ölçüde etkileyebileceğini göstermektedir. Ayrıca, işyerinde sağlıklı bir çalışma ortamı yaratmanın ve çalışanların motivasyonunu artıran stratejilerin uygulanmasının önemini vurgulamaktadır.

Ayrıca çalışma sonuçları istinaden öneriler birtakım öneriler geliştirilmiş ve aşağıda ifade edilmiştir.

Motivasyon Stratejilerinin Geliştirilmesi: İşverenler, çalışanların motivasyonunu artırmak için çeşitli stratejiler geliştirmelidir. İş güvencesi, adil ücret, uygun çalışma ortamı ve yönetici desteği gibi faktörler ön planda tutulmalıdır. Ayrıca, içsel motivasyonu artıracak programlar ve teşvikler sağlanmalıdır.

Eğitim ve Gelişim Faaliyetleri: Eğitim ve gelişim programları, çalışanların beceri ve bilgi seviyelerini artırarak motivasyonu ve performansı olumlu yönde etkileyebilir. İşverenler, sürekli eğitim fırsatları sunarak çalışanlarının profesyonel gelişimini desteklemelidir.

İşyeri Ortamının İyileştirilmesi: Pozitif ve destekleyici bir işyeri ortamı oluşturmak, çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını artırabilir. İşyerinde kötü muamele ve duygusal ihmal gibi olumsuz durumların önlenmesi için gerekli önlemler alınmalıdır.

Performans ve Motivasyon Arasındaki İlişkinin İzlenmesi: İşverenler, çalışanların motivasyon seviyelerini düzenli olarak izlemeli ve performans ile motivasyon arasındaki ilişkiyi değerlendirmelidir. Motivasyonu artırmak için etkili stratejiler uygulamak, çalışan performansını iyileştirebilir.

Öz Yeterlilik Desteği: Öz yeterliliği artırıcı programlar ve teşvikler, çalışanların kendi yeteneklerine olan inançlarını güçlendirebilir ve bu da iş yaşam kalitesini artırabilir. Öz yeterlilik duygusunu destekleyen liderlik ve yönetim stratejileri benimsenmelidir.

Sonuç olarak, iş motivasyonu ve ek faydaların çalışan performansı ve iş yaşam kalitesi üzerindeki etkilerini anlamak, işverenler için önemli bir fırsat sunmaktadır. Çalışanların motivasyonunu ve iş tatminini artırmak için uygulanacak stratejiler, hem bireysel hem de kurumsal başarıyı destekleyebilir. Bu çalışma, iş motivasyonunun ve destekleyici faktörlerin etkilerini daha iyi anlamak için temel bir kaynak sağlamaktadır ve gelecekteki araştırmalar için bir temel oluşturmaktadır.

Gelecek Araştırmalara Tavsiyeler

Bu çalışma, iş motivasyonu ve ek faydaların çalışan performansı üzerindeki etkilerini ele almıştır. Elde edilen bulgular, çeşitli motivasyon faktörlerinin ve destekleyici stratejilerin çalışan performansı ve iş yaşam kalitesi üzerindeki önemini ortaya koymaktadır. Gelecek araştırmaların bu alanda derinlemesine incelemeler yapması ve yeni bakış açıları sunması, iş motivasyonu ve çalışan verimliliği

konusundaki anlayışımızı daha da geliştirebilir. Bu bağlamda, aşağıdaki tavsiyeler gelecekteki araştırmalar için önerilmektedir:

Farklı Sektörlerde ve Coğrafi Bölgelerde Araştırmalar: Bu çalışmada, İstanbul Merter Tekstil Bölgesi'ne odaklanılmıştır. Gelecek araştırmalar, farklı sektörlerde ve coğrafi bölgelerde yapılabilir. Örneğin, hizmet sektörü, teknoloji sektörü gibi diğer sektörlerde ve kırsal bölgelerde yapılan araştırmalar, sektöre özgü motivasyon faktörlerini ve farklı bölgelerdeki motivasyon dinamiklerini anlamaya yardımcı olabilir.

Nitel Araştırma Yöntemleri Kullanımı: Nicel araştırmaların yanı sıra, nitel araştırma yöntemleri de kullanılabilir. Derinlemesine mülakatlar, odak grup görüşmeleri ve vaka çalışmaları, çalışanların motivasyon faktörlerini ve deneyimlerini daha detaylı ve kapsamlı bir şekilde anlamaya olanak tanıyabilir.

Uzun Dönemli Araştırmalar: Çalışan motivasyonunu etkileyen faktörlerin uzun vadeli etkilerini incelemek, daha kapsamlı bir anlayış sağlayabilir. Uzun dönemli çalışmalar, motivasyon stratejilerinin zaman içindeki etkilerini ve çalışan bağlılığındaki değişimleri takip edebilir.

Psikolojik ve Sosyal Faktörlerin İncelenmesi: Motivasyon ve performans üzerine yapılan araştırmalarda, psikolojik ve sosyal faktörlerin etkilerini incelemek önemlidir. Özellikle stres, iş tatmini, liderlik tarzları gibi psikolojik ve sosyal faktörlerin motivasyon üzerindeki etkileri araştırılabilir.

Teknoloji ve Dijital Araçların Etkileri: Teknoloji ve dijital araçların motivasyon üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar, özellikle dijital çağda işyerlerinde motivasyon yönetimini anlamak açısından önemlidir. Çalışanların uzaktan çalışma, dijital iletişim araçları ve teknoloji destekli motivasyon stratejilerine nasıl tepki verdiğini araştırmak faydalı olabilir.

Çeşitli Motivasyon Teorilerinin Karşılaştırılması: Motivasyon teorilerini karşılaştıran araştırmalar, farklı motivasyon yaklaşımlarının etkinliğini değerlendirebilir. İçsel ve dışsal motivasyon, ödül sistemleri, ihtiyaç teorileri gibi farklı teorilerin işyerindeki uygulamaları karşılaştırılarak hangilerinin daha etkili olduğu analiz edilebilir.

Motivasyon Stratejilerinin Etkililiğinin Ölçülmesi: Motivasyon stratejilerinin etkinliğini ölçmek ve bu stratejilerin iş performansına olan katkılarını

detaylı bir şekilde değerlendirmek önemlidir. Ölçüm araçları ve performans göstergeleri geliştirilerek, stratejilerin başarısı ve etkililiği daha objektif bir şekilde değerlendirilebilir.

Bu tavsiyeler, gelecekteki araştırmaların iş motivasyonu ve çalışan performansı konularında daha geniş ve derinlemesine bilgi sağlamasına katkıda bulunabilir. Motivasyon faktörleri ve stratejileri üzerine yapılacak ek araştırmalar, iş dünyasında daha etkili ve verimli uygulamaların geliştirilmesine yardımcı olacaktır.



KAYNAKÇA

- Acaravcı, A. Kargı, G.** (2015). Türkiye’de ihracatın çeşitlendirilmesi ve ekonomik büyüme. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1(1), 1-16.
- Acar, P.** (2014). *İş tatmini ve çalışan performansı üzerine bir araştırma*. Yönetim ve Ekonomi, 21(2), 45-58.
- Akçay, A., & Atilla, G.** (2019). İş motivasyon araçlarının ve eğitim-geliştirme faaliyetlerinin çalışanların iş üretkenliğine etkisi. *Sosyal Bilimler ve Strateji Dergisi*, 31, 1459-1488. <https://doi.org/10.26449/sss.1370>
- Akkoyunlu, G. Kalyoncuoğlu, S.** (2014). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının marka algısı üzerine etkisinin değerlendirilmesi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 125-144.
- Aksu, L.** (2017). “Türkiye’de istihdam verimlilik ve iktisadi büyüme işlerinin analizi”, *Journal of Economic Policy Researches*, 4(1), 39-94.
- Akyıldız, H. Karabıçak, M.** (2002). Verimlilik ücret ilişkisinin analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2).
- Alav, O.** (2024) “Açık kültür: Dijital kültürel miras ve kültürel mirasa açık erişim”, *Art-E Sanat Dergisi*, 16(32), 605-625.
- Albayrak, N. C. Ağazade, S.** (2017). Emek verimliliği ve ihracat ilişkisi: Türk imalat sanayi örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (53), 11-25.
- Altun, A. B. Çağhyan, V.** (2023). Sürdürülebilir giyim markalarında algılanan kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçilik bağlamında marka imajının davranışsal niyet üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (50), 219-236.
- Ar, A. A. Tokol, T.** (2010). Tekstil sektöründeki işletmelerin yeşil pazarlamadan kaynaklı kazanımları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(31), 148-168.
- Arslan, A.** (2012) “Hazır giyim işletmelerinin ergonomik olarak düzenlenmesinin çalışma verimliliği ve kalite üzerindeki etkisi”, *Verimlilik Dergisi*, 4, 35-46.
- Aslan, M., & Doğan, S.** (2020). Dışsal motivasyon, içsel motivasyon ve performans etkileşimine kuramsal bir bakış. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(26), 291-301.
- Aslantaş, M.** (2024) “Yetenek yönetimi ve performans ilişkisi üzerine bir araştırma”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 466-499.
- Bakış, K. G.** (2023) “Gelenekselden moderne eğitim yönetimi içinde education, training ve development”, *IJSS*, 7(31), 785-797.

- Bal, M.** (2012) “Çalışan personelin kurumsal imaj oluşumuna etkisi”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 219.
- Balçak Girgin, A. Ulçay, Y.** (2024). Türk tekstil ve hazır giyim sektörü inovasyon sisteminin güncel durumu. *Journal of Innovative Engineering and Natural Science*, 4(1), 38-58. <https://doi.org/10.61112/jiens.1356199>
- Bardakçı, A.** (2004). *Marka ve ortak marka*. Denizli Sanayi Odası
- Basmihov, G.** (2017) “Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücü: ASEAN-5 ülkeleri ile karşılaştırmalı analiz”, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 1-15. <https://doi.org/10.30803/adusobed.297810>
- Baumöl, U. Hollebeek, L. and Jung, R.** (2016). Dynamics of customer interaction on social media platforms. *Electronic Markets*, 26, 199-202.
- Bilici, H.** (2001). *İşgücü Verimliliğini Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Bursa Ticaret Odası 2023, Tekstil Sektörü Raporu 2023**, Bursa Ticaret Odası, Bursa.
- Can, Ö. Ayvaz, K.** (2017). Tekstil ve modada sürdürülebilirlik. *Akademia Doğa ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 3(1), 110-119.
- Çağlar, Y.** (1988) “Verimlilik ve orman işletmelerinde verimlilik düzeyinin ölçümü”, *Orman Fakültesi Dergisi*, 38(2), 108- 111.
- Çalışkan, G.** (2006) “Altı sigma ve toplam kalite yönetimi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(17), 60-75.
- Çelebi, E. S.** (2018) “Ergonomik iyileştirmenin çalışan psikolojisi ve verimliliğe etkisi: Elektrikli ev aletleri üreticisinde bir araştırma”, *Journal of Life Economics*, 5(1), 83-94.
- Deci, E. L., Vallerand, R. J., Pelletier, L. G. ve Ryan, R. M.** (1991). Motivation and education: The selfdetermination perspective. *Educational Psychologist*, 26(3-4), 325-346.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M.** (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Demirci, K. Armağan, K.** (2015). Bürolarda fiziksel ortamın düzenlenmesi ve olumsuz çevresel faktörlerin çalışanlar üzerinde etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 22(7).
- Doğruyürür, G.** (2021). *Örgütsel stres ve iş motivasyonunun iş performansına etkisi ve bir araştırma* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı.
- Ece, S., Tokgözoğlu, S., & Oğuz, D.** (2021). İşyerinde kötü muamele, motivasyon ve performans ilişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(21), 108-125. <https://doi.org/10.53092/duiibfd.876963>

- Eyitmiş, A. M., Yıldız, C., & Durmuş, A.** (2020). Öz yeterlilik ve çalışma yaşam kalitesinin motivasyon üzerine etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 103-114.
- Gemci, R. Gülşen, G. and Kabasakal, F. M.** (2009). Markalar ve markalaşma şartları. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 14(1).
- Girgin, A. B. Ulcay, Y.** (2024). Türk tekstil ve hazır giyim sektörü inovasyon sisteminin güncel durumu. *Journal of Innovative Engineering and Natural Science*, 4(1), 32-52.
- Görgülü, A.** (2006). *Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Markalama ve İhracata Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye.
- Herzberg, F.** (1966). *Work and the nature of man*. World Publishing Company.
- İleri, H.** (2014) “Verimlilik, verimlilik ile ilgili kavramlar ve işletmeler açısından verimliliğin önemi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1(2), 9-24.
- İşmal, Ö. E. Yüksel, E.** (2016). Tekstil ve moda tasarımına teknolojik bir yaklaşım: akıllı ve renk değiştiren tekstiller. *Yedi Dergisi*, (16), 87-98.
- İştar, E.** (2012) “Stres ve verimlilik ilişkisi”, *Akademik Bakış Dergisi*, 33(1), 1-21.
- Kanat, S. Güner, M.** (2007). Tekstil ve konfeksiyon işletmelerinde verimlilik ölçümü. *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*, 17(4), 279-283.
- Karahan, A.** (2009) “Demografik farklılıkların işgücü verimliliğine etkisi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (21), 269-281.
- Karakaş, A. Aytar, E.** (2023). Tekstil sektörü çalışanlarının memnuniyetlerinin örgütsel bağlılığa etkisi: Bartın ili örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(28), 246-271.
- Kurt, L.** (2012). *İşgücü Verimliliğinin Göstergesi Olarak İş Çıktısı Miktarına Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi- ODTÜ Kütüphanesi’nde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Locke, E. A., & Latham, G. P.** (2002). *Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey*. *American Psychologist*, 57(9), 705–717. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.9.705>
- Mangır, A. F.** (2023) “Araştırma makalesi döngüsel ekonomi özelinde tekstil ve hazır giyim sektöründe sürdürülebilirliğin temel belirleyicileri: dünya ve Türkiye örnekleri”, *Deripark*, 22(2).
- Maslow, A. H.** (1954). *Motivation and personality*. Harper & Row.
- Multinet.** (2024, 25 Temmuz). Yan haklar ile çalışanlarınızın motivasyonunu artırın. Multinet Blog. <https://multinet.com.tr/blog/insan-kaynaklari/yan-haklar-ile-calisanlarinizin-motivasyonunu-artirin>
- Odabaşı, S.** (2017). *Sürdürülebilir moda döngüsünde moda tasarımcısının rolü*. PhD thesis, Anadolu University, Turkey.

- Ölçer, F.** (2005). Departmanlı mağazalarda motivasyon üzerine bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25, 1-21.
- Örücü, E., Tokyay, M., & Hasırcı, I.** (2022). İş motivasyonu-örgütsel bağlılık ilişkisi: Bir alan araştırması. *Akademik Hassasiyetler: The Academic Elegance*, 9(18), 177-198. <https://doi.org/10.26449/sss.1370>
- Özüren, E.** (2023) “Liderlik yönelimleri ve markalaşma ilgi düzeyi ilişkisinde duygusal zekânın aracılık rolü: Hazır giyim sektöründe bir araştırma”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 628-648.
- Pektaş, H.** (1987) “Reklam nedir? İşlevi ve etkileri nelerdir?”, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 222-231.
- Polat, A.** (2022) “Nitel araştırmalarda yarı-yapılandırılmış görüşme soruları: soru form ve türleri, nitelikler ve sıralama”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 161-182.
- Saatçioğlu, K. Yıldırım, A.** (2022). İnsan kaynakları yönetimi fonksiyonlarından eğitim ve geliştirme uygulamalarının çalışan performansına etkileri: tekstil ve hazır giyim sektöründe bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 123-141.
- Şenyiğit, G.** (2004) “Çalışma hayatında stres”, *Verimlilik Dergisi*, 3, 104.
- Sodexo.** (2024, 26 Nisan). Yan haklar nelerdir? Çalışan motivasyonu için yan hakların önemi. Sodexo Avantaj. 25 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.sodexoavantaj.com/blog/yan-haklar-nelerdir/#:~:text=Yan%20Haklar%C4%B1n%20%20C3%87al%C4%B1%20C5%9Fan%20Motivasyonundaki%20Etkileri&text=Bir%20C3%A7al%C4%B1%20C5%9Fan%20i%C5%9F%20yerinde%20sahip,mutlu%20i%C5%9Fveren%20Fi%C5%9Fverenler%20anlam%C4%B1na%20gelir> adresinden erişildi.
- Tapan, İ.** (2023) “Tekstil Sektöründe İstihdam: Esenler Atışalanı İstanbul Örneği”, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 13(1), 52-83.
- T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü** 2024, *Hazır Giyim Sektör Raporu 2024*, T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, Türkiye
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı** 2021, *Tekstil Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu 2021*, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye
- Ünsar, A. S., İnan, A., & Yürük, P.** (2010). Çalışma hayatında motivasyon ve kişiyi motive eden faktörler: Bir alan araştırması. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 248-262.
- Vardarlier, P.** (2017) “İşveren markası ve yetenekli çalışan etkileşimi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 628-648.
- Yumuşak, A.** (2008) “İşgören verimliliğini etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir alan araştırması”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 241-251.
- Yükçü, S. Atağan, G.** (2010). Etkinlik, etkililik ve verimlilik kavramlarının yarattığı karışıklık. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 1-13.

EKLER

Ek-1: Demografik Bilgi Soruları

1. Yaşınız nedir?

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56 ve üzeri

2. Cinsiyetiniz nedir?

- Kadın
- Erkek

3. Eğitim durumunuz nedir?

- İlköğretim
- Lise
- Ön lisans
- Lisans
- Yüksek lisans/Doktora

4. Medeni durumunuz nedir?

- Bekar
- Evli

5. Aylık gelir düzeyiniz nedir?

- 17.002 TL ve altı
- 17.003- 30.000 TL
- 30.001- 45.000 TL
- 45.001- 60.000 TL
- 60.001 TL ve üzeri

6. Çalışma süreniz nedir?

- 1 yıldan az
- 1-3 yıl

- 3-5 yıl
- 5-10 yıl
- 10 yıldan fazla

7. Hangi departmanda çalışıyorsunuz?

- Üretim
- Kalite Kontrol
- Satış ve Pazarlama
- İnsan Kaynakları
- Finans
- Lojistik
- Diğer (lütfen belirtiniz)

Ek-2: İş Motivasyonu Ölçeği

Aşağıdaki ifadelere ne derece katıldığınıza ilişkin görüşünüzü 1-Kesinlikle Katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Kararsızım 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum'a doğru uzanan ölçek üzerinde belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
İŞ MOTİVASYONU ÖLÇEĞİ						
1	Yaptığım işte başarılıyım	1	2	3	4	5
2	Yaptığım işle ilgili sorumluluğa sahibim	1	2	3	4	5
3	Çalışma arkadaşlarım çalışmalarımın dolaylı beni takdir ederler	1	2	3	4	5
4	Yaptığım işin yapılmaya değer bir iş olduğuna inanıyorum	1	2	3	4	5
5	İşimi tam anlamıyla yapabilecek yetkiye sahip olduğuma inanıyorum	1	2	3	4	5
6	Yaptığım işin saygın olduğuna inanıyorum	1	2	3	4	5
7	Kendimi işletmenin önemli bir çalışanı olarak görüyorum	1	2	3	4	5
8	Yaptığım işle ilgili bir konuda karar verme hakkına sahibim	1	2	3	4	5

9	Yöneticilerim çalışmalarından dolayı her zaman beni takdir ederler	1	2	3	4	5
10	Yönetim, izin isteğimi olumlu karşılar ve reddetmez	1	2	3	4	5
11	Çalışma ortamımda fiziksel şartlar uygundur	1	2	3	4	5
12	İşletmede, yemek, çay gibi yiyecek içecek ikramları yapılır	1	2	3	4	5
13	İş yerindeki araç ve gereçler yeterlidir	1	2	3	4	5
14	Çalışanlarla ilişkilerim iyi düzeydedir	1	2	3	4	5
15	Konularında uzman olan kişiler tarafından toplantı, seminer, konferans gibi eğitim faaliyetleri yapılmaktadır	1	2	3	4	5
16	Çalışmakta olduğum işletmenin ileride şu anki durumundan daha iyi olacağına inanıyorum	1	2	3	4	5
17	Yöneticilerim ile ilişkilerim iyidir	1	2	3	4	5
18	İşimde terfi imkânım vardır	1	2	3	4	5
19	Yöneticilerim çalışma arkadaşlarımla veya müşterilerle olan anlaşmazlıklarımı çözmekte yardımcı olurlar	1	2	3	4	5
20	Başarımdan dolayı ekstra ücret alırım	1	2	3	4	5
21	Başarımdan dolayı ödüllendirilirim	1	2	3	4	5
22	Kişisel ve ailevî sorunlarımın çözümünde çalışma arkadaşlarım her zaman yanımdadır	1	2	3	4	5
23	Bu iş yerinden emekli olacağıma inanıyorum	1	2	3	4	5
24	Yaptığım işten aldığım ücretin yeterli olduğunu düşünüyorum	1	2	3	4	5

Ek-3: Ek Faydalar Ölçeği

	Aşağıdaki ifadelere ne derece katıldığınıza ilişkin görüşünüzü 1-Kesinlikle Katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Kararsızım 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum'a doğru uzanan ölçek üzerinde belirtiniz. EK FAYDALAR ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Şirketim sağlık sigortası olanakları sağlar.	1	2	3	4	5
2	Şirketim çalışanlarına kapsamlı emeklilik planları sunar.	1	2	3	4	5
3	Şirketim, çalışanlarına tatil ve hastalık izni gibi ücretli izin olanakları sunar.	1	2	3	4	5
4	Şirketim, esnek çalışma saatleri ve uzaktan çalışma gibi iş-yaşam dengesi programları sunar.	1	2	3	4	5
5	Şirketim, çalışanlara yönelik bir dizi fayda paketi sunar ve bu paketler arasında esnek çalışma saatleri, tatil günleri ve sağlık sigortası gibi olanaklar bulunur.	1	2	3	4	5
6	Şirketim maaş ve ikramiyeler sağlar.	1	2	3	4	5
7	Şirketim, çalışanların iş performansını tanırlar ve ödüllendirir.	1	2	3	4	5
8	Şirketim, çalışanlara eğitim ve kariyer gelişimi fırsatları sunar.	1	2	3	4	5
9	Şirketim, maaş, faydalar, performans tanıma ve gelişimi içeren toplam ödülleri programı sunar.	1	2	3	4	5
10	Şirketim, iş yerinde kişisel gelişim için fırsatlar sağlar.	1	2	3	4	5
11	Şirketim, çalışanlar için çeşitli kariyer gelişimi ve ilerleme fırsatları sunar.	1	2	3	4	5
12	Şirketim, çalışanların iş yerinde kendilerini değerli hissetmeleri için çeşitli tanıma programları uygular.	1	2	3	4	5
13	Şirketim, çalışanların fiziksel ve zihinsel sağlığını desteklemek amacıyla sağlık ve	1	2	3	4	5

	wellness programları sunar; bu programlar spor salonu üyelikleri, danışmanlık hizmetleri ve sağlık taramaları gibi imkanları içerir.					
14	Şirketim, iş yerinde çeşitliliği ve dahil etme politikalarını aktif olarak uygular, bu sayede farklı kültürel ve sosyal geçmişlerden gelen çalışanların kendilerini değerli ve kapsanmış hissetmelerini sağlar.	1	2	3	4	5
15	Şirketim, çalışanların kişisel ve profesyonel hedeflerine ulaşmalarını destekleyen mentorluk ve koçluk programları sunar.	1	2	3	4	5
16	Şirketim, çalışanlarına sağladığı sosyal etkinlikler ve takım oluşturma faaliyetleriyle iş yerinde sosyal bağları güçlendirir.	1	2	3	4	5
17	Şirketim, çalışanlarının iş yerinde kendilerini güvende ve Rahat hissetmeleri için iş sağlığı ve güvenliği programları uygular.	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

ÖĞRENİM DURUMU

- **Ön Lisans** : 2017, Piri Reis Üniversitesi, Denizcilik Meslek Yüksekokulu, Deniz Ulaştırma ve İşletme
- **Lisans** : 2020, Piri Reis Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi
- **Yüksek Lisans** : 2023, İstanbul Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Finans Anabilim Dalı, Uluslararası Ticaret Programı