

Rekabetçi Tutum Ölçeğinin Çalışanların İş Verimliliği Üzerine Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama*

The Effect of Competitive Attitude Scale on Work Efficiency of Employees: An Application in Service Sector

Hasan Murat Yıldız¹ İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi*

hasanmuratyildiz@hotmail.com

Murat Adil Salepçioğlu² İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

muratsalepcioglu@aydin.edu.tr

Özet

Firmalar açısından sürdürülebilirlik için rekabetçi olmak ne kadar gerekliyse, işgörenler için de çalıştığı firmada sürekli çalışmak için rekabeti iyi yönetmesi o kadar gereklidir. Bu çalışma, işgörenlerin rekabetçi tutum düzeylerinin iş verimlilikleri üzerindeki etkisini araştırmak için yapılmaktadır. Firmaların işgörenler arası rekabeti desteklemenin işgören verimliliğinde ne gibi değişiklikler oluşturacağını bilmeleri yönünden bu çalışma önem arz etmektedir. Çalışmada veri toplama metodu olarak anket tekniği tespit edildi, katılımcıları İstanbul ilinde hizmet sektöründe faaliyet gösteren kurumlardaki personeller oluşturmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik 6 adet soru vardır. İkinci bölümde rekabetçi tutum düzeyini ölçmek için rekabetçi tutum ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 20 ifadeden oluşmaktadır. Son olarak üçüncü bölümde çalışan verimliliğini ölçmek amacıyla 10 ifadeden oluşan çalışan verimlilik ölçeği kullanılmıştır. İfadeler 5'li likert tipi yapısında hazırlandı. Anket uygulaması offline olarak gerçekleştirilmiş olup ankete katılan 393 kişinin verileri SPSS 24.0 programında analiz edildi. Verilerin normal dağılıma uygunluğu sılandıktan sonra ölçeklere ilişkin fark testleri olan Levene Homojenlik Testi, Bağımsız Grup T Testi ve ANOVA T Testi uygulandı. Değişkenler arasındaki ilişkinin tespiti için Pearson Korelasyon Analizi kullanıldı.

Abstract

For companies to be competitive for sustainability, it is necessary to manage the competition well for the company in which it works. This study is carried out to investigate the effect of competitive attitude levels of the employees on job efficiency. This study is important in terms of knowing what kind of changes will be created in the employee productivity of the firms. In the study, the survey technique was determined as the data collection method and the participants formed the personnel working in the service sector in Istanbul. In the first part of the questionnaire, there are 6 questions to measure the demographic characteristics of the participants. In the second part, the competitive attitude scale was used to measure the competitive attitude level. The scale consists of 20 expressions. Finally, in the third part, employee productivity scale consisting of 10 expressions was used to measure employee productivity. Expressions were prepared in 5-point likert type structure. The questionnaire was conducted offline and the data of 393 people surveyed were analyzed in SPSS 24.0 program. Levene Homogeneity Test, Independent Group T Test and ANOVA T Test were applied to the scales. Pearson Correlation Analysis was used to determine the relationship between the variables.

* Bu makale 'Rekabetçi Tutum Ölçeğinin Çalışanların İş Verimliliği Üzerine Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama' adlı tezden üretilmiştir. Tez savunma onay tarihi (16.04.2019).

1. Giriş

Rekabet olgusu günümüzde çok önemli bir hal almıştır. Yapılan çalışmalarda kendine epeyce yer bulan rekabet genel olarak kurumlar arası veya öğrenciler arası olarak ele alınmıştır. Rekabet olgusunun kişisel bazda birçok şeyi etkilemesinden yola çıkarak verimlilik kavramını da etkilediği düşünülmektedir. Buradan hareketle kurum içi rekabet sürecine çalışmalarda çok değinilmemesinden dolayı bu çalışma yapılmıştır.

Küresel dünya ekonomisiyle firmalar rakiplerine karşı rekabet stratejileri geliştirerek faaliyetlerini sürdürmeye çalışmaktadır veya rekabet stratejileri geliştirerek büyük ölçekli firma yapısına gelmektedir. Dolayısıyla küresel dünyaya uyum sağlamak isteyen firmalarda personelin önemi artmaktadır ve firmalar personeline üst düzey verimlilik istemektedir. Firma gibi personelde bu durum karşısında kendilerini üstlere taşıyabilmektedir ve çalıştığı firmada sürekli çalışabilmesi için kendi aralarında rekabet içinde olmaktadır. Bu noktada çalışanların verimliliğini artırmak isteyen kurum yöneticileri ise onları ödüllendirme veya cezalandırma sistemleri ile koşulsuz bir şekilde rekabete sokmaktadır. Bu rekabet süreci boyunca yöneticilerin beklediği gibi bazı çalışanların verimlilik düzeyleri yükselmektedir. Fakat bazı çalışanlar ise bu süreçten olumsuz bir şekilde etkilenebilmektedir ve var olan verimliliği de düşmektedir. Bundan ötürü hem kurumların hem de yöneticilerin çalışanlar arası rekabet sürecini başlatırken dikkat etmesi ve çalışanlarını iyi tanınması gerekmektedir. Bu çerçevede oluşan rekabet ortamı bazı personelin verimliliğini olumlu yönde etkileyebilirken bazı personeliyse olumsuz şekilde etkileyebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı ise çalışanlar arası rekabet sürecinin çalışanların iş verimliliğine olan etkisi incelenerek yukarıda bahsedilen soruna cevap aramaktır. Araştırmadan elde edilen bulgular sayesinde kurumların ve yöneticilerin, rekabet sürecini desteklemelerinin ya da desteklememelerinin çalışan verimliliği açısından ne gibi olumlu veya olumsuz sonuçlar doğurabileceğini görme şansı olacak. Bu noktada çalışmanın önem kısmı ise elde edilen bulgular sayesinde çalışanlar arası rekabet sürecinin, verimliliğe olan etkisinin sonuçları görülerek rekabet sürecinin koşulsuz desteklenmesinin mi yoksa dikkatli davranılarak yönetilmesinin mi daha faydalı olabileceğidir.

2. Kuramsal Yaklaşımlar

2.1. Rekabet ve Rekabetçi Tutum Tanımı ve Gelişimi

Rekabet kavramı aynı amacı güden insanlar arasındaki çekişme, yarış, yarışma olarak tanımlanmaktadır. Köknel, rekabeti, bireyin kendi benliğinde doğuştan mevcut olan özelliklerinin sonucu olarak gerçekleşen bir girişim olarak ifade etmektedir. Bireylerin çocukluk çağında okula başlamasıyla beraber arkadaş ortamının getirdiği sosyalleşmeyle başarı, kazanma, ortak ilişkiler kurma faaliyetlerini anlaması sağlanmaktadır ve böylece rekabeti öğrenme süreci başlamaktadır. Bu öğrenme sonucunda birey yaşamının geri kalanında başarılı ve saygı duyulan biri olmak için çalışmaktadır. Bunun nedeni ise birey sahip olduğu özellikler ve geleceğe yönelik amaçlarıyla değişime açık olmaktadır. Bu özellikler ve amaçlar onu toplumsal yaşamda topluluk içinde rekabet etmeye ve başarıya isteğine yönlendirmektedir (akt. Yenidünya, 2005, s:1). Kültürden kültüre rekabet kavramı değişmekte her bir toplumda değişik değerleri ifade etmektedir. Bir toplumda rekabetçi tutum sergileyen başarılı birey örnek teşkil edilip desteklenirken, diğer bir toplumda o durum kişi için olumsuz bir hal almaktadır. Kişisel rekabetin olduğu bir kültürde birey ne kadar kişiyi geride bırakmışsa o kadar kendini başarılı sayar ve doyum elde eder (Şerif, 1985, s:144).

Rekabet, Rönesans ve reform döneminde insanların sosyal yaşamlarını büyük ölçüde değiştirmiştir. Rönesans hareketleri başlamadan önce bir kişi, belli ve sabit grup veya topluluğa ait olmasından dolayı rekabetçi tutum sergilemek ve bireysel başarı elde etmek yerine bulunduğu topluluğun dışına çıkmadan güven içinde hayatını devam ettirmekteydi. Bu durum da bulunduğu toplulukların sınırlılıkları içinde göz önünde olması ve saygınlık kazanmaları, parasal ve sosyal yönden bireye artı katmamaktadır. Reform ve Rönesans hareketlerinin başlaması, sanayi devriminde olunması, feodalitenin son bulması her anlamda birçok yenilik getirdiği gibi toplumsal yaşamda da yeni sınıfların oluşmasına neden olmuştur. Meydana gelen yenilik kapsamında insanın doğumu kişiden kişiye değişen sosyal ve varlık eşitsizliğinin, bireysel başarılarıyla dengelenebileceği görülmüştür. Bu olanağın bir birey tarafından kullanılması rekabetçiliği gündeme getirmiştir. Rekabetin oluşumuyla insanlar sahip oldukları bireysel özelliklerle kendini bir yarış içinde katmıştır. Parasal olarak varlıklı ve mal sahibi olan insanların özgüveni artmıştır. Bu farklılaşan toplumsal yapıda olumlu ya da olumsuz şekilde kişinin bireysel özellikleri, insanlara olan yaklaşımları ve mental sağlığı etkilenmiştir (Fromm, 1996, s:50-107).

Küreselleşen ekonomi ve teknolojik ilerlemeler ile 21.yüzyıl, toplumların ve firmaların birbirleriyle kıyasıya rekabet ettiği bir zamandır. Bu zaman, sadece firma ve toplum açısından değil bunlar arasında doğan ilişkileri ve rekabetleri yöneten kişilere de geçer. Kişiler, bu rekabetçi tutum ile okul yaşamının ilk zamanlarında tam olarak karşılaşılabilecek ve yaşlılarıyla bir yarışın içinde olacaktır. Ardından gelecekte çalışma yaşamında bu tutumu görececek ve bir şekilde buna reaksiyon verecektir. Bu reaksiyonlar yazı yazmaktan, okumayı öğrenmeye, iyi bir okula girecek puanı almaktan, güzel bir iş sahibi olmaya kadar birçok şekilde kendini gösterecektir (Yenidünya, 2005, s:1-2). Rekabet yönetiminin bireyin kendi elinde olduğunu, yukarıda anlatılanlar ışığında rekabetin iyi sonuçlarının olacağı gibi kötü sonuçlarının da olabileceğini birey unutmamalıdır.

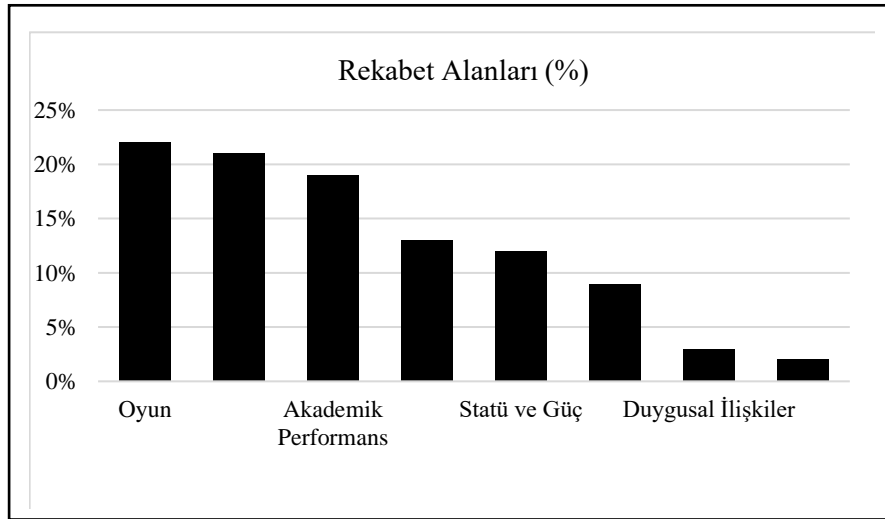
2.2. Kurumsal Rekabet ve Kurumiçi Rekabet

Kurum çalışanların düşünüp ortaya çıkardığı kendi aralarındaki ilişkilerde kullandıkları kuralların tümü olup, çalışanların davranış yapıları üzerine sınır koyulmasına anlamına gelen bir kavramdır. Ortaya çıkışı çalışanlar tarafından gerçekleşip, çalışanlara kurallar koyan kurum kavramı 'oynanan oyunun kuralları' olarak belirtilmektedir (North, 1990: 3). Williamson (2000, s:595-598) ise yine kurumu oyunun kuralları olarak tanımlamış ve insanların davranışlarını bu kurallara göre yön verdiğini belirtmiş ve neticesinde kurumların bu kurallar neticesinde piyasalar ve hiyerarşik firmasal sistemleri ortaya çıkardığını ifade etmiştir. Küresel ekonomide artış gösteren en önemli olgulardan biri rekabettir. Eskiden ekonomilerde, dış ülkelere kapalılık ve yerli malları kullanmaya yönelik koruyuculuk sonucunda aksayan, tam olarak işlevini gerçekleştiremeyen bir rekabet durumu vardı. Zamanla dış ülkelerle olan ithalat ve ihracat engelinin kalkması neticesinde ekonomide yeni pazarlar ortaya çıkmaya başladı. Ayrıca teknolojide oluşan büyük gelişmelerle bilgi alışverişi, ekonomik ilişkileri kurumlar açısından kolay hale getirdi. Sonuç olarak da bu küreselleşen ekonomide kurumların firmaların ayakta kalıp, devam ettirilebilir olması için rekabet önem kazandı. Küreselleşen ekonomi ve rekabet ortamı kurumların performansını ölçmeye yarayan 'rekabet gücü' kavramını ortaya çıkarmıştır (Aktan, 2011, s:1).

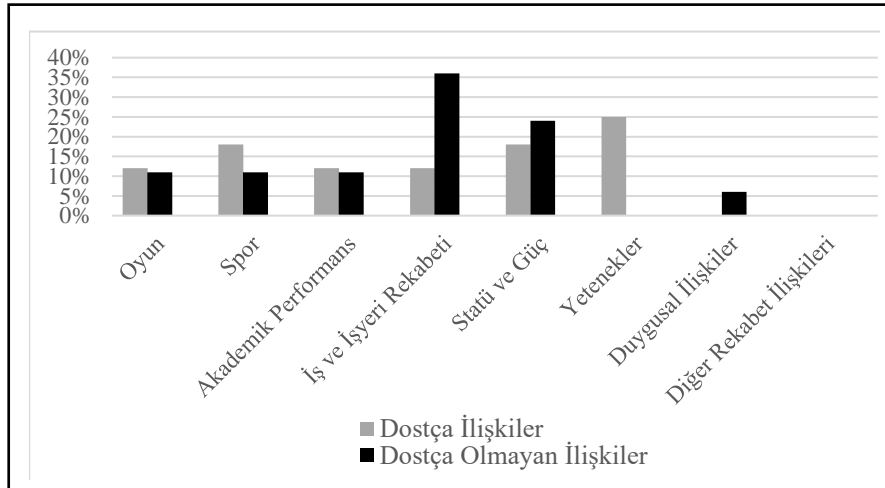
Rekabet gücü kurum düzeyinde daha iyi tanımlanmaktadır. Eğer bir kurum kar gütmüyorsa rekabet gücü de olmamaktadır. Diğer bir deyişle pazarda tam rekabet ortamında bir kurumun pazara sunduğu malın fiyatı, malı üretirken harcadığı maliyet fiyatından düşükse bu kurumun böyle bir pazarda rekabet etme gücü bulunmaktadır. Ayrıca üretimde harcadığı maliyet fiyatı malın pazar fiyatından düşük olsa bile, diğer kurumların maliyet fiyatının üstündeyse yine bu kurumun rekabet gücü olmamaktadır (McFetridge, 1995, s:3-4). Aktan ve Vural (2004, s:8) ise rekabet gücünü müşterilerin, kurumun sunduğu hizmet veya malları diğer kurumun ürettiği ürünlerle mukayese ederek tercih etmeleri ve bunun sürekliliğinin sağlanması kabiliyeti olarak tanımlamaktadır.

Kurumlar eğer rekabet gücünü arttırmayı hedefliyorsa devamlı farklılaşan teknolojik gelişmeleri takip etmeli, Ar-Ge ve üretim birimlerine yatırım yapıp, bu bölümleri güncellemelidir. Yine bir kurum iyi işgörenlere sahip olursa ve birim elemanları teknolojik düzeyde olursa bu kurumun rekabet gücü ve potansiyeli artacaktır. Ayrıca kurum sürdürülebilir olarak potansiyel bir rekabet gücüne sahip olacaktır (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008, s:107). Bir kurumun rekabet düzeyini, rekabet ettiği diğer kurumlara kıyasla piyasaya sunduğu ucuz ve kaliteli ürünleri yüksek karlılık oranıyla satması arttırmaktadır (Aktan ve Vural, 2004, s:8).

Sonuç olarak yerel pazarlarda yer alan yerel firmaların sürekli artan sayısı ve baskısı, pazara dahil olan yabancı kurumların durmadan artması, çoğu ülke ve bu ülkelerdeki işletmeler için büyük rekabet ortamı sağlamaktadır. Bu durumu ortadan kaldırmak için hem iç hem dış pazarda rekabet gücünü arttıran önlemlerin alınması gerekmektedir (Marangoz vd., 2003: 115). Rekabet sürecinin başlaması için bazı koşulların oluşması gerekmektedir. Bu koşulların ilki en az iki tarafın olması ve bunlarında birbirlerini bilmesi mecburiyetindedir. Bu taraflar yalnızca bir kişiden oluşabileceği gibi bir birden fazla kişiden de oluşabilir. Bunun yanında firmayı kuranlar hem bireysel hem örgütsel düzeyde rekabet içinde olabilir. Dünya nüfusunun kalabalığı rekabet sürecinin farklı alanlardan yaşanmasına neden olmakta ve çok değişkenli olarak bu rekabet sürecinin başlamasını sağlamaktadır (Bakır, 2005, s:306). Fülöp vd. (2013, s:5-6) iş hayatındaki rekabeti birçok değişkenle karşılaştırmış ve aşağıda bulunan Çizelge 2.2 ve 2.3'ün sonuçlarını elde etmiştir.



Şekil 1: Rekabet Olaylarının Bölgelere ve Yaşam Alanlarına Göre Dağılımları



Şekil 2: Farklı Alanlardaki Rekabetin Dostça ve Dostça Olmayan İlişkileri

Şekil 1’de rekabetin oluşum alanları incelenmiş olup spor ve oyun alanları rekabetin en üst düzey olduğu alanlar olarak tespit edilmiştir. İş ve işyeri rekabetiyse ne fazla ne az düzeyde rekabet içeren bir alan olduğu belirlenmiştir. Şekil 2’de ise rekabet olgusunun yüksek olduğu yerler olan spor, oyun, akademik performans gibi alanlarda olan ilişkilerde dostça olan ilişkilerin dostça olmayan ilişkilerden bir puan önde olduğunu ve bu iki ilişkininde ortalama bir düzeyde yaşandığı görülmektedir. Bu çizelgenin en dikkat çeken yeri ise iş ve işyeri rekabetinde işgörenlerarası ilişkilerin dostça ilişkiler olmasından ziyade dostça olmayan ilişkiler şekilde yaşanmasıdır (Fülöp vd., 2013, s:5-6).

Sonuç olarak kurumsal ve kurum içi rekabetin ayrı ayrı etkileri vardır. Kurumsal rekabet, kuruma başarının getirisi, üretim ve ürün süreçlerinin gelişmesi, yapısal iyileşme gibi pozitif yönde etki etmektedir; başarısızlık firmasal çöküş gibi negatif etkileri de olmaktadır. Kurum içi işgörenler yönünden rekabette tecrübe, kendini geliştirme, kişisel ve grupça başarılar boyutunda pozitif etki gösterirken; çalışma alanında başarısızlık ve yalnızlık, iş kaybı gibi negatif sonuçlar ortaya çıkarabilir (Akkurt, 2013, s:4).

2.3. Verimlilik ve Çalışan (İşgören) Verimliliği

Verimlilik kavramı endüstri üretiminden, bankacılığa, tarımdan hukuk sistemine, belediye faaliyetlerinden eğitime kadar büyük çaplı ve neredeyse her çalışma ortamında görülen bir olgudur. Verimlilik, talep edilen bir üründe katma değeri üretebilme becerisi olarak ifade edilebilir (Okka, 2008, s:68). Verimlilik, girdilerde girdi miktarında değişiklik yapılmadan çıktı miktarında olan artış olarak nitelendirilebilir. Verimlilik, bir örgütün refah düzeyini ve ürün kalitesini yükselten bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Erol, 2001, s:134-135). Verimlilik kavramı 17. yüzyılın son çeyrek diliminde literatürde yer almaya başlamıştır (Gök, 2014, s:46). Verimlilik hususunda genel kanı, bu kavramının antik dönemlerden gelme bir kavram olduğudur. Ancak antik dönemin bütün ekonomik fikirleri, o döneme egemen olan ve anlaşılması oldukça güç bir felsefeden gelmekteydi. Verimlilik kavramı ile ilgili olanlar genel olarak Merkantilistler olmuştur. Merkantilistler yurtlarının zenginliğini ilerletme hususunda eğilmiş ve yaptıkları tüm uygulamaları üretkenlik düzeyde göstermişlerdir. Merkantilistlerden biraz daha ileriye giden Fizyokratlar, ekonomik faaliyet birimlerini düzenlerken üretkenlik düzeyini baz almışlardır. Bu ulaştıkları kuramla ekonomik uygulamaları kantitatif bir şekilde araştırma düşüncesini benimsemişlerdir. Bu kuram, okulunun tanıdığı Quesnay, toplumu genel olarak üretken sınıf yani çiftçiler sınıfı, toprak sahibi sınıfı, verimsiz sanat ve ticaretlerle uğraşanlar olarak üç ana gruba ayırmıştır (Aybar, 2011, s:38).

Türkiye’de 1923 yılında ilk defa verimlilik kavramı İktisat Kongresi’nde söz edilmiştir. 1930’lu senelerde kurulan büyük ölçekli firmalar kamu iktisadi teşebbüslerinin verimlilik esaslarına göre çalışması zorunluluğu 1939 senesinde çıkarılan 3460 sayılı kanun ile tüm firmaların ‘basiretli bir tüccar gibi verimli ve rasyonel hareket etme zorunluluğu’ nu beraberinde getirmiştir. Aynı kanunu baz alarak oluşturulan ilk verimlilik denetimleri ‘Başvekalet Umumi Murakebe Heyeti’ ile hayata geçmiştir. Amerika ile yapılan bir anlaşmayla ismi ‘Moody Fund’ olarak bilinen yardım programından Türkiye’ye gelecek nakitin verimlilik esasına uygun çalışmalarda kullanılması gerekliliği belirtilmiştir. Bu anlaşmayla, Türkiye’de verimlilik adına ilk kamu girişimi olan ‘Vekaletlerarası Üretkenlik Komitesi’ kurulmuştur. Bu komitenin kurulması ile beraber Türkiye’de verimlilik bilincini yaymak amacıyla ve toplum tarafından tanınmasıyla, verimlilik hakkında yapılacak olan çalışmalar belli bir kurumun görevi olmuştur (Baş ve Artar, 1991, s:15). Verimlilik tarihi devam etmektedir. Küreselleşme ve rekabet stratejilerindeki ileri gelişmelerin, verimliliğin tanımı ve tarihini tekrardan şekillendireceği sanılmaktadır (Büyükkılıç, 2004, s:72). Verimliliğin yapısı hizmet sektöründe karmaşıktır. Bu karmaşıklığın nedeniyse verimliliğin özellikleriyle hizmet sektörünün sahip olduğu özelliklerin entegrasyonundan kaynaklanmaktadır (Vatansever, 2005, s:19-20). Bu özellikler şunlardır: **Hizmetin görünmezliği:** Verilecek olan

hizmetin nesnel olarak tanımlanabilmesi ve ölçülebilmesindeki güçlük aşamasını belirtmektedir. **Hizmetin bozulabilirliği:** Hizmetin o anda tüketilmesinin mecburiyetinden kaynaklı olarak hizmetin depolanma ve saklanma sürecindeki güçlük derecesini belirtmektedir. **Hizmetin eşzamanlılığı:** Tüketicinin ve üreticinin iletişimi üretimin o an oluşturup tüketimi çevirmeye çalışması güçlüğüne belirtmektedir. **Hizmetin homojen olması:** Tüketicinin tüketime hazır olduğu zaman her daim farklı hizmetlerle karşılaşması neticesi beklentisinin de farklılık göstermesinden ötürü hizmet etkilenmektedir. Bu güçlükler ve hizmet sektörünün emek-yoğun bir sektör olmasından kaynaklı olarak, bu sektördeki verimliliği, verimli çalışan kişiler sağlayabilir. Verimli işgören ise işini hem severek yapan hem de işinden tatmin olandır. Verimlilik çoğu örgüt için hem basit bir ölçüt olmasından kaynaklı hem de kullanım kolaylığı yönünden yaygın olarak kullanılan bir performans ölçme sistemidir (Akdeniz ve Durmaz, 1998, s:87).

Çalışanlar firmaların en önemli faktörleridir. Çalışanların yüksek performans göstermeleri firmaların büyüme ve gelişmeleri anlamına gelmektedir. Çalışanların performansının değerlendirilmesi, işgücünün kalitesiyle verimliliğinin ve firmanın verimliliğinin artırılması yöneticilerin en önemli hedefleridir. Çalışanların performans düzeyinin yüksek olması firmanın karlılığının yüksek olmasına eşittir. Diğer bir ifadeyle, çalışanların performansının yüksek olması maliyetlerin azalarak çıktı miktarının ve kalitesinin artmasına yol açmaktadır. İşgören verimliliği, istihdam edilen birey başına sahip olunan üretim değeri olarak ifade edilebilir. İşgücü, işin çalışma zamanına oranı veya işçinin saate oranı olarak fiziki birimle veya istihdam edilen işgücünün maliyetine eşit olacak para birimiyle belirtilir (İlgar, 1994, s:44-45). İşgören verimliliği bir işgörenin bedensel ve zihinsel gücünden en yüksek düzeyde faydalanılmasını ve elde edilen yüksek çalışma temposunu sürdürülebilir kılmayı ifade etmektedir (Sabuncuoğlu, 2005; akt. Yıldız, 2008, s:57). İşgücü verimliliği üretim sayısı ve bu sayının oluşmasında geçen süreye bölünmesi sonucu belirlenecektir. Firmalarda verimliliğe etki eden bir tek faktörü bilerek toplam verimliliği veya genel verimliliği bulmak mümkün olmamaktadır. Bu şekilde ulaşılabilecek verimlilik ancak kısmi verimlilik olacaktır. Ayrıca toplam verimliliğin doğru bir şekilde hesaplanabilmesi için verimliliğe etki eden faktörler açısından ayrı ayrı kısmi verimliliği hesaplamak daha mantıklı olacaktır (Vatansever, 2005, s:20). İşgören verimliliğini etkileyebilecek faktörleri ekonomik faktörler, fiziki faktörler, psiko-sosyal faktörler olarak üç şekilde ele alınmaktadır.

2.3.1. Ekonomik Faktörler

Bu başlık altında firmaların iş yaşamında çalışanların motivasyonu için ekonomik faktörler aşağıdaki şekilde anlatılmaktadır.

- **Ücret artışı:** Ücret, çalışanın bir firmaya girmesi kadar onun firmaya bağlılığı en kuvvetli olgudur. Ücretlerin yüksek olması, iş başvurusunu arttırmakta ve firmaların eleman alımında seçici olmasını sağlamaktadır. Çalışanların performansının ve ücretin yükselmesi arasında ki olumlu ilişki, çalışanı firmaya bağlayan en önemli durumdur. Verimlilik ve ücretler arasındaki etkiye bakıldığında ücretin çalışan verimliliğindeki en önemli faktörlerden biri olduğu sonucuna varılmaktadır. Verimlilik aslında maliyeti düşürücü boyutlardan kabul edilse de verimliliği yüksek firmalar çalışanlarına daha iyi ücret, zam, maddi yardımlar veya ikramiyeler vermektedir. Bu durum çalışana güven verip firmaya bağlı olma duygusunu arttırmaktadır. Firmadaki ücret artışı, çalışanların daha yüksek bir ücret için diğer firmalara geçmesinde engel olmaktadır ve eleman devir hızını azaltmaktadır (Selen, 2009, s:31-32).
- **Primli ücret:** Primli ücret sistemiyle gerçekleştirilen işle ücret arasında ilişki kurulmaktadır. Primli ücret çalışkan olan çalışanların ödüllendirilmesini sağlayıp onların verimini yükseltmektedir. Ayrıca işgörenin sürekli olarak denetlenmesini sona erdirir ve birim maliyetin olması gerekenden daha basit yolla hesaplanmasına yardım

eder (Mucuk, 2005, s:342). Primli ücret için farklı görüşler de mevcuttur. Bazıları primli ücret gibi ikramiyelerin çalışanın performansına zarar verdiğini düşünmektedir. Bireysel performansa dayalı derecelendirmenin yani prim ücretine dayalı bir çalışmanın, kısa dönemde performansı olumlu etkilediği düşünülse de planlamayı bozduğu, çalışanları endişelendirdiği, kaliteyi olumsuz şekilde etkilediği, meydana gelen iş kazaları oranını arttırdığı, ekip çalışmasını bitirdiği ve çalışanlar arasında düşmanlıklara neden olduğu savunulmaktadır (Pfeffer, 1995, s:38).

- **Kâra katılma:** Kâra katılma çalışanları daha verimli ve istekli olacak düzeyde çalışmaya teşvik etmek için uygulanan ve geçerli sayılan faktörlerden biridir. Kurumun her dönem sonunda kazandığı kârın bir kısmının, bu kârın kazanılmasında emeği geçen çalışanlara dağıtılması bu olgunun kaynağını kazandırmaktadır. Kâr paylaşımında, emek faktörünün en az sermaye faktörü kadar önemli olmasıdır. Çalışanlara yalnızca ücret ödemekle beraber özendirici bir yaklaşım olan kâra katılmaları hem eski hem de geçerli bir metottur. Performansa bağlı olan primli ücret yapısının tersine kâra katılma metoduyla çalışanlararası koordinasyon ve takım çalışması artmaktadır (Selen, 2009, s:33). Kârın artmasıyla her bir çalışanın gösterdiği başarı arasında eşitlik durumu olmayabilir. Toplanan tüm kârın çalışana eşit olarak dağıtılmasıyla verimsiz çalışanda ödüllendirilecektir (Sevinç, 2015, s:958).
- **Ekonomik ödül:** Doğru ve iyi yönetilen firmalarda başarı seviyesini arttırmada yardımcı olan önemli faktörlerden biride çalışanları bireysel veya toplu şekilde ödüllendirmektir. Bu ödüllendirmenin hizmet etmiş olduğu amaç ikiye ayrılır. Bunlardan ilki firmalar için maddi ve manevi değer olan hizmetlerin değerlendirilmesi yani bu hizmetlerin bedelinin ödenmesidir. İkincisi ise bu davranış aracılığıyla çalışanların motivasyonunu yükseltmektir (Selen, 2009, s:34). Firmalar çalışanlarının bir ödül ile ödüllendirilmesinde daha çok gayret göstereceklerini düşünmektedir. Verilecek ödülünde çalışanların gösterecekleri çabayla eşdeğer olması yani beklentiyi karşılayabilmesi gerekmektedir. Firmalar performansı arttırmak için hedeflenen amaca ulaşan, belirlenmiş üretim noktasını geçen, sürekliliğe sahip olan çalışanları ödüllendirmeleri gerekmektedir (Sevinç, 2015, s:958).

2.3.2. Fiziki Faktörler

Çalışanlar evinden sonra zamanlarının çoğunu işyerinde geçirir. Bu yüzden de çalışanlar iş ortamının iç açıcı olmasını beklemektedir. Çalışanın performansını etkileyen önemli unsurlardan bazıları ısınma, ışıklandırma, havalandırma, gürültü gibi faktörlerdir. Bu yüzden işyerinde gerekli olan bu ergonomik koşulların sağlanması gereklidir. İş alanında fiziki faktörler ve bu ortamın ergonomik şartlara uygunluğu, çalışanları motive etmeye ve kapasitelerin tümünü yaptıkları işe yoğunlaştırmaya başlamaktadır (Ersen, 1997; akt. Selen, 2009, s:53).

Firma yöneticilerinin en mühim görevleri verimliliği artırmaktır. Üretim sürecinde hem performans hem de verimliliği etkileyen birden çok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden en önemli olanı ise insandır. İnsanı çalışacağı işe ve iş ortamına uyumlu hale getirmeden, onun için optimum çalışma alanını hazırlamadan verimliliği artırma zordur. İş performansının düşmesi veya tamamen yok olmasına etki eden etkenler işin ağır olması, sağlıklı olmaması, ekipmanların çalışana göre olmaması veya uygunsuzluğu olarak sıralanabilir. Ayrıca çalışma alanında oluşacak gürültü, yetersiz aydınlatma ve havalandırma, fazla sıcaklık veya soğukluk, çalışma elemanlarının uygunsuzluğu, performansı negatif şekilde etkilemektedir Bu fiziki faktörler verimliliğe etki eden önemli birer olgu olsa da bunların iyileştirilmesi bile kendi başına yeterli değildir. Bu faktörler psiko-sosyal gibi diğer faktörlerle etkileşim içinde kullanılırsa o zaman firma verimli sonuçlar elde edecektir. Ayrıca verimliliği artırmanın ana metotlarından biri ise insan kaynakları düzeyini geliştirmek

olduğu bilinmeli ve firmalar bu yönde gayret göstermelidir (Yapıcı ve Baş, 2015, s:594). Çalışan çalıştığı yerin fiziksel koşullara uyum sağladığı kadar psiko-sosyal koşullara da uyum sağlamalıdır. İçine kapanık, asosyal çalışanlar uzun vadede firmalarına yararlı olamadıkları gibi bu davranışlar sayesinde kendilerine de faydalı olmayacaktır (Sevinç, 2015, s:960).

2.3.3. Psiko-Sosyal Faktörler

Psiko-sosyal faktörler çalışanların psikolojik yönden iş tatminin sağlayan faktörlerdir. Ayrıca çalışanların boş vakitlerini değerlendirmesine, farklı şekilde sosyal faaliyetler yapmasına ve çalışanın verimliliğini daha doğru gerçekleştirmesine olanak sağlayan faktörlerdir (Vatansever, 2005, s:28). Psiko-sosyal faktörlerden en önemlilerini şu şekildedir:

- **İletişim:** Firmada etkili iletişim çalışan verimliliğini etkilemektedir. Yani çalışana, işyerinde daha sağlıklı olabilmesi için etkili iletişim gerekmektedir. Çalışana ait ücret yapısının işveren tarafından doğru hesaplanmasında yine ikili arasındaki etkili iletişim gerekmektedir. Tüm çalışanları etkileyecek faktörlerin hatasız bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için hem yatay olarak hem de dikey olarak var olan iletişim kanallarının etkili olması gerekmektedir (Vatansever, 2005, s:28). Çalışanların işverenlerden talebi iletişim kanallarının devamlı olarak açık olmasıdır. Bu şekilde firmalar düzenli bir şekilde bilgi alabilecekler, onlara sunulan bu bilgilerle kendilerini değerli görebileceklerdir. Oluşacak bu dikey ve yatay etkili iletişimle firmada güzel bir an yaşanacak ve çalışanlar daha etkin daha verimli şekilde yönetilebileceklerdir. Açık iletişim sayesinde firmada işbirliği ve dayanışma artacaktır (Selen, 2009, s:54).
- **Eğitim:** Çalışana eğer eğitim olanağı verilirse bu firmanın iş yeterliliği ve otonomi düzeyi güçlenecek bu sayede işini yapması için gerekli olan durumları rahat ve motive olmuş şekilde gerçekleştirecektir (Rego ve Cunha, 2008, s:741). İnsanın en önemli verimlilik etkeni olmasının yolu yeterli sayılabacak bir eğitim, öğretim ve gelişmeyle olmaktadır. Çalışanın daha verimli olması planlanıyorsa işbaşındaki çalışan eğitilmeli ve yetiştirilmelidir. Örgüt içinde kurslar veya seminerler düzenleyerek ya da örgüt dışında bulunan kurslara, seminerlere çalışanları yollayarak onların profesyonelleşmesi sağlanmalıdır. Bu kursların ve eğitimlerin neticesinde çalışanın hem performansı artacak hem de motivasyonu yükselecektir. Böylelikle bulunduğu örgütte daha başarılı ve verimli olacaktır. Verilen bu eğitim olanaklarıyla çalışan işini anlamlı olarak algılayacaktır. Firma içinde çalışanın verimliliğini yükseltmeye yönelik eğitim faaliyetleri değişim dönemine yönelik olmamalıdır. Çalışan işe yeni girdiğinde işgörene uygulanacak bir eğitim programıyla örgütü tanıması, örgüt kültürünü öğrenmesi sağlanmalıdır. Bu böylece çalışan ya örgüt kültürüne uyumlu olarak verimliliği artacaktır ya da diğer iş alternatiflerini değerlendirmeyi düşünecektir (Yıldız, 2008, s:59).
- **Motivasyon:** Motivasyon bir etkileme ve isteklendirme faaliyetidir. Bu faaliyetler hem insanların hem de firmaların ihtiyaçlarını tatmin edici bir şekilde yapacak bir çalışma ortamı sağlayacaktır. İnsanları da harekete geçirecektir (Güney, 2017, s:294). Çalışanlar yaptıkları iş veya çalışma alanından ne kadar memnun kalırlarsa o kadar da verimlilikleri artacaktır. Dolayısıyla yönetici kadrosu çalışanların yalnızca ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamaktan çok onların psikolojik ihtiyaçlarını da gidermek mecburiyetindedir. Bu durumdaysa yöneticiler rasyonel bir şekilde motivasyon sürecinden faydalanarak firmaları yönetir (Yüksel, 1998, s:45). Çalışanın motivasyon düzeyini artırıp yapılan işte alınabilecek en üst düzey verim alınmak isteniyorsa, çalışanın istekleriyle firmanın amaç ve hedefleri ortak bir noktada kesişmelidir. Firmalarda verimliliğin artması

amaç olduğuna göre, çalışanın kabiliyetlerinden üst düzey şekilde yararlanmak isteniyorsa, motivasyon çalışan üstünde etken bir araç olarak kullanılmalıdır (Sevinç, 2015, s:964).

- **İş güvencesi:** Çalışanlar için verimliliğin ve iş güvencesinin doğru orantılı olduğu savunulmaktadır. Eğer çalışan geleceğe yönelik güven hissini yitirirse, durmadan işini kaybetmeyi düşünürse oluşan bu olumsuz düşünceler çalışanın verimliliğini düşürecektir. Bunlar çalışanın kendini örgüte ait hissetmemesine yola açacak ve yaptığı işi verimli yapmamasına sebep olacaktır. Çalışan bakımından iş güvencesinin önemi ücretten daha önemli olmaktadır. Eğer çalışanın iş güvencesi hakkında oluşan endişeleri ortadan kaldırırsa içsel motivasyon ve verimlilikte artış olacaktır. İş hakkında güven hissetmeyen çalışan hissettiği iş kaybı endişesinden ötürü zaman içinde stres yoğunluğu yaşamaya başlayacaktır. Çalışma ortamında görülen stresle verimlilik arasında bir ilişki olduğu bilinmektedir. Eğer çalışanın verimliliği artırılmak isteniyorsa onun stresi azaltılmalı veya kontrol altına alınmalıdır (Hatipoğlu, 2016, s:28-30).

3. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmada hem rekabetçi tutum ile işgören verimliliğinin birbirine olan etkisi incelenecek hem de demografik veriler incelenerek, demografik farklılıkların rekabetçi tutum ve işgören verimlilikleri arasında nasıl bir değişime uğradığı gözlemlenmeye çalışılacaktır. Bugüne kadar sınırlı sayıda çalışanlar arası rekabetçi tutum ile ilgili araştırma yapılmıştır. Bu çalışma ise çalışanların verimlilikleri üzerinde rekabetin ne denli etkisi olduğunu ortaya çıkarmak için yapılmıştır. Veri kaynakları, hizmet sektöründe faaliyet gösteren birden çok firmanın çalışanlarının birleşiminden oluşacaktır. Araştırmanın ana kütesini, İstanbul'da hizmet sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. Hem maliyet hem de zaman kısıtlarından ötürü kolayda örnekleme yoluna başvurulmuştur. Ana kütle sayısının tam olarak bilinmediği çalışmalarda örneklem büyüklüğü, 384 olarak belirlenmiştir (Altunışık vd., 2007, s:68). Araştırmanın örneklemini hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalarda çalışan 393 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada nicel bir yöntem olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anketlerin geri dönüşlerinde bir takım aksaklık ve sıkıntıların yaşanabileceği varsayılarak örnek kütle hacmi 400 olarak belirlenmiş ve çalışma sonucunda toplam 393 anket elde edilmiştir Kullanılmış olan anketler Rekabetçi Tutum Ölçeği, İşgören Verimlilik Ölçeğidir.

Bu araştırmada test edilecek genel hipotezler aşağıda sıralanmıştır: **H₁:** Genel rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır. **H₂:** Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır. **H₃:** Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutum ile genel işgören verimliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır. **H₄:** Genel rekabetçi tutumun işgören verimliliği üzerinde etkisi vardır. **H₅:** Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi tutumun genel işgören verimliliği üzerine etkisi vardır. **H₆:** Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutumun genel işgören verimliliği üzerine etkisi vardır.

Bu araştırmada Birel (2012) tarafından kullanılan 25 maddelik "Rekabetçi Tutum Ölçeği" 20 maddeye düşürülerek bu tezde kullanılmıştır. Ölçek 5'li likert tipi ölçek şeklinde hazırlanmıştır. Kullanılan rekabetçi tutum ölçeğinin "2.Mükemmele ulaşmak benim için önemli değildir.", "3.Rakiplerimi yenmek benim için önemli değildir", "5.İşte ve oyunda kazanmak benim için önemli değildir", "7.Sınavlarda beklediğim notu almak benim için önemli değildir", "9.Sınav sonuçları ilan edildiğinde kaçınıcı olduğum benim için önemli değildir", "11.Çevremdeki kişilerin benden daha başarılı olmaları beni kıskandırmaz", "14.Başkaları ile rekabet kişinin asıl amacına ulaşmasını engeller", "16.Rakiplerimi alt edemesem de üzülmem" ve "19.Sınavlardan önce belirli bir not hedefim yoktur" maddeleri ters soru olarak ifade edilmektedir ve analiz edilmektedir. Bu çalışma için kullanılan ikinci ölçekte 10 maddeden oluşan "İşgören Verimliliği Ölçeği" 5'li likert ölçek şeklinde hazırlanmıştır ve Yılmaz (2016)'ın tezinden alınmıştır.

3.1. Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları

Rekabetçi tutum ölçeği ve alt boyutları ile işgören verimliliği ölçeği ve alt boyutlarının güvenilirliğini tespit etmek için Cronbach's Alpha yöntemine göre değerler 0 ve 1 arasında değişkenlik gösterir. Alpha değerinin 0,60-0,70 arasında çıkması, ölçeğin güvenilir olduğunu ispatlar. Bu değer 0,70 üzerinde çıkması yüksek düzeyde güvenilir göstergesidir. Alpha değerinin 0,60'ın altında çıkması ölçek sorularının yeterince güvenilir olmadığı anlamına gelir, hatta ölçekten çıkarılması gerekebilir. Ölçek ve alt boyutlarının puanlarının güvenilirliklerinin yüksek olduğu görülmektedir. Rekabetçi tutum ölçeğinde "18.Bir ödül ya da oyun kazandığımda bu, benim diğerleri arasında en iyi olduğum anlamına gelir. Adil olan en iyinin kazanmasıdır" ifadesi genel ölçek güvenilirliği düşürdüğü için ölçekten çıkarılmaktadır. Genel rekabetçi tutum ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,96 ile alt boyutları olan rekabetçi tutum boyutu 0,93, rekabetçi olmayan tutum boyutu 0,92'dir. Genel işgören verimliliği ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,73, alt boyutları olan işgören iş tatmini boyutu 0,78, kendini gerçekleştirme boyutu 0,68, işgören ödüllendirme boyutu 0,60'dır. Kuruma yönelik tatmin ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0,808 ve örgütsel bağlılık güvenilirlik katsayısı ise 0,872'dir.

"Rekabetçi Tutum Ölçeğinin" geçerliliğinin 0,960 ve anlamlılığının $p = 0,000 \leq 0,01$ olması sebebiyle ile bu ölçek faktör analizi için uygundur denilmektedir. Bu ölçekte "16.Rakiplerimi alt edemesem de üzülmem iki faktör olduğu ortaya çıkmaktadır" ve "20.Kendimi başkaları ile kıyaslama eğilimindeyim" ifadelerin faktör yükleri düşük olduğu için ölçekten çıkarılmaktadır. Sonuçta "Rekabetçi Tutum Ölçeğinin iki faktörden oluştuğu tespit edilmektedir. Ölçekte birinci faktör tek başına varyansın %34,8'lik kısmını, iki faktör birlikte ise varyansın %64,5'lik kısmını oluşturmaktadır. Birinci faktör rekabetçi tutumu ve ikinci faktörde rekabetçi olmayan tutumu içeren ifadelerden oluşmaktadır. Birinci faktör içinde yer alan ifadeler ve geçerlilik puanları; "15.Sınavlardan hep 100 almak isterim çünkü bu alınabilecek en iyi puandır" ifadesinin geçerlilik puanı 0,79, "1.Sınavlardan hep yüz almak isterim" ifadesinin geçerlilik puanı 0,75, "10.Katıldığım yarışmalarda sonuçlar ilan edileceği zaman heyecanlanırım" ifadesinin ve "8.Rakiplerimi yenmekten hoşlanırım" ifadelerinin geçerlilik puanı 0,73, "12.Kazanmak her zaman kaybetmekten daha iyidir" ifadesinin ve "13.Arkadaşlarımdan cevaplayamadığı soruları ben cevaplamak isterim" ifadelerinin geçerlilik puanı 0,72, "4.Yarışmanın söz konusu olduğu durumlarda daha başarılı olurum" ifadesinin ve "6.Her zaman diğerlerinden daha iyi olmak isterim" ifadelerinin geçerlilik puanı 0,68, "17.Yaptığım her şeyde mükemmel olmak isterim" ifadesinin geçerlilik puanı 0,61, "11.Çevremdeki kişilerin benden daha başarılı olmaları beni kıskandırmaz" ifadesinin geçerlilik puanı 0,54'dür. İkinci faktör içinde yer alan ifadeler ve geçerlilik puanları, "14.Başkaları ile rekabet kişinin asıl amacına ulaşmasını engeller" ifadesinin geçerlilik puanı 0,77, "2.Mükemmele ulaşmak benim için önemli değildir" ifadesinin geçerlilik puanı 0,75, "3.Rakiplerimi yenmek benim için önemli değildir" ifadesinin geçerlilik puanı 0,74, "5.İşte ve oyunda kazanmak benim için önemli değildir" geçerlilik puanı 0,70, "19.Sınavlardan önce belirli bir not hedefim yoktur" ifadesinin geçerlilik puanı 0,69, "9.Sınav sonuçları ilan edildiğinde kaçınıcı olduğum benim için önemli değildir" ifadesinin geçerlilik boyutu 0,67, "7.Sınavlarda beklediğim notu almak benim için önemli değildir" ifadesinin geçerlilik boyutu 0,65'dir.

"İşgören Verimlilik Ölçeğinin" geçerliliğinin 0,751 ve anlamlılığının $p = 0,000 \leq 0,01$ olması sebebiyle ile bu ölçeğinde faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılmaktadır. İşgören verimlilik ölçeği "21.Görevlerimi tam zamanında tamamlarım" ifadesinin faktör yükü düşük olduğu için ölçekten çıkarılmaktadır. Sonuçta İşgören verimliliği ölçeğinin üç faktörden oluştuğu tespit edilmektedir. Ölçekte birinci faktör tek başına varyansın %26,2'sini, birinci ve ikinci faktör birlikte varyansın %47,0'ını ve üç faktör ise birlikte varyansın %65,6'ını oluşturmaktadır. Birinci faktör işgören iş tatmini, ikinci faktör kendini gerçekleştirme ve üçüncü faktörde işgören ödüllendirme ifadelerinden oluşmaktadır. Birinci faktör (iş tatmini) içinde yer alan ifadeler ve geçerlilik puanları; "28.Kurumumuzda ödüller

personeler adil bir şekilde verilmektedir” ifadesinin ve “27.Kurumumda daha çok manevi nitelikli (terfi, takdir, yetki aktarımı...) ödülleri verilmektedir” ifadelerinin geçerlilik puanı 0,78, “30.Kurumumun değerlendirme ve terfi sisteminden memnunum” ifadesinin geçerlilik puanı 0,75, “25.Kurumumda ödüllendirme kriterleri personele açıkça aktarılmaktadır” ifadesinin geçerlilik puanı 0,73’dir. İkinci faktör (kendini gerçekleştirme) içinde yer alan ifadeler ve geçerlilik puanları; “23.Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim” ifadesinin geçerlilik puanı 0,81, “24.Bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim” ifadesinin geçerlilik puanı 0,77, “22.İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum” ifadesinin geçerlilik puanı 0,74’dir. Üçüncü faktör (işgören ödüllendirme) içinde yer alan ifadeler ve geçerlilik puanları; “26.Kurumumda daha çok maddi nitelikli (ücret, fiziksel koşullar...) ödülleri verilmektedir” ifadesinin geçerlilik puanı 0,84, “29.Kurumum yılsonu prim ve ikramiye vermektedir” ifadesinin geçerlilik puanı 0,70’dir.

4. Bulgular

4.1. Demografik Özelliklerin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmaya katılan çalışanların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, mesleki kıdemi ve aylık ortalama gelir frekans ve yüzde dağılımları tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Demografik Özelliklerin Frekans ve Yüzde Dağılımları

		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	189	48,1
	Erkek	204	51,9
Yaş	18-25 yaş	90	22,9
	26-35 yaş	128	32,6
	36-45 yaş	73	18,6
	46-55 yaş	61	15,5
	56 yaş ve üzeri	41	10,4
Medeni Durum	Evli	221	56,2
	Bekar	172	43,8
Eğitim Durumu	İlkokul	40	10,2
	Ortaokul	29	7,4
	Lise	77	19,6
	Yüksek Okul	45	11,5
	Üniversite	144	36,6
	Yüksek Lisans ve Doktora	58	14,8

Tablo 1: Demografik Özelliklerin Frekans ve Yüzde Dağılımları (Devamı)

		Frekans (n)	Yüzde (%)
Mesleki Kıdem	0-5 yıl	118	30,0
	6-10 yıl	82	20,9
	11-15 yıl	66	16,8
	16-20 yıl	56	14,2
	20 yıl ve üzeri	71	18,1
Aylık Ortalama Gelir	1500-2000 TL	41	10,4
	2001-3000 TL	96	24,4
	3001-4000 TL	121	30,8
	4001-5000 TL	73	18,6
	5001 TL ve üzeri	62	15,8

Ankete katılanların %51,9'u (n=204) erkek ve %48,1'i de (n=189) kadın çalışandır. Çalışanların %32,6'sı (n=128) 26-35 yaş arasında, %22,9'u (n=90) 18-25 yaş arasında, %18,6'sı (n=73) 36-45 yaş arasında, %15,5'i (n=61) 46-55 yaş arasında ve %10,4'ü (n=41) ise 56 yaş ve üzerindedir. Bu kişilerin %56,2'si (n=221) evli, %43,8'i (n=172) bekar. Katılımcıların %36,6'sı (n=144) üniversite mezunu, %19,6'sı (n=77) lise mezunu, %14,8'i (n=58) yüksek lisans ve doktora mezunu, %11,5'i (n=45) yüksek okul mezunu, %10,2'si (n=40) ilköğretim mezunu, %7,4'ü de (n=29) ortaokul mezunudur. Çalışanların %30,0'ı (n=118) 0-5 yıl arasında, %20,9'u (n=82) 6-10 yıl arasında, %18,1'i (n=71) 20 yıl ve üzeri, %16,8'i (n=66) 11-15 yıl arasında, %14,2'si de (n=56) 16-20 yıl arasında mesleki tecrübeye sahiptir. Bu kişilerin %30,8'i (n=121) 3001-4000 TL arasında, %24,4'ü (n=96) 2001-3000 TL arasında, %18,6'sı (n=73) 4001-5000 TL arasında, %15,8'i (n=62) 5001 TL ve üzeri, %10,4'ü de (n=41) 1500-2000 TL arasında ortalama aylık gelir almaktadır.

4.2. Analiz Sonuçlarının Değerlendirmesi

Genel rekabetçi tutum, alt boyutu olan rekabetçi tutum ve rekabetçi olmayan tutum ile genel işgören verimliliği, işgören iş tatmini, kendini gerçekleştirme ve işgören ödüllendirme arasında ilişkinin varlığını tespit edilmek ve genel işgören verimliliğinin ve alt boyutlarının genel rekabetçi tutum ve alt boyutlarına olan etkisini tespit etmek için yapılan analizlerin sonuçları tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Analiz Sonuçları

HİPOTEZLER	ANALİZ	DEĞER	ANLAMLILIK	KABUL/RED
H ₁ : Genel rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon	0,011	0,827	Red
H _{1a} : Genel rekabetçi tutum ile işgören verimliliği alt boyutu olan işgören iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.		-0,146	0,004	Kabul
H _{1b} : Genel rekabetçi tutum ile işgören verimliliği alt boyutu olan kendini gerçekleştirme arasında anlamlı bir ilişki vardır.		0,291	0,000	Kabul
H _{1c} : Genel rekabetçi tutum ile işgören verimliliği alt boyutu olan işgören ödüllendirme arasında anlamlı bir ilişki vardır.		0,036	0,483	Red
H ₂ : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon	0,022	0,670	Red
H _{2a} : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği alt boyutu olan işgören iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.		-0,133	0,000	Kabul
H _{2b} : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği alt boyutu olan kendini gerçekleştirme arasında anlamlı bir ilişki vardır.		0,263	0,000	Kabul
H _{2c} : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği alt boyutu olan işgören ödüllendirme arasında anlamlı bir ilişki vardır.		0,058	0,252	Red
H ₃ : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutum ile genel işgören verimliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon	-0,005	0,920	Red
H _{3a} : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutum ile genel işgören verimliliği alt boyutu olan işgören iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.		-0,149	0,003	Kabul
H _{3b} : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutum ile genel işgören verimliliği alt boyutu olan kendini gerçekleştirme arasında anlamlı bir ilişki vardır.		0,298	0,000	Kabul
H _{3c} : Genel rekabetçi tutum alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutum ile genel işgören verimliliği alt boyutu olan işgören ödüllendirme arasında anlamlı bir ilişki vardır.		0,000	0,998	Red
H ₄ : Genel rekabetçi tutumun işgören verimliliği üzerinde etkisi vardır.	Çoklu Regresyon	0,136	0,892	Red
H _{4a} : Genel rekabetçi tutumun işgören verimliliği alt boyutu olan işgören iş tatmini üzerine etkisi vardır.		-3,595	0,000	Kabul
H _{4b} : Genel rekabetçi tutumun işgören verimliliği alt boyutu olan kendini gerçekleştirme üzerine etkisi vardır.		6,382	0,000	Kabul
H _{4c} : Genel rekabetçi tutumun işgören verimliliği alt boyutu olan işgören ödüllendirme üzerine etkisi vardır.		0,607	0,544	Red
H ₅ : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi tutumun genel işgören verimliliği üzerine etkisi vardır.	Çoklu Regresyon	0,292	0,770	Red
H _{5a} : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi tutumun genel işgören verimliliğinin alt boyutu olan işgören iş tatmini üzerine etkisi vardır.		-3,740	0,000	Kabul

H5_b : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi tutumun genel işgören verimliliğinin alt boyutu olan kendini gerçekleştirme üzerine etkisi vardır.		5,462	0,000	Kabul
H5_c : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi tutumun genel işgören verimliliği alt boyutu olan işgöreni ödüllendirme üzerine etkisi vardır.		1,908	0,057	Red
H6 : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutumun genel işgören verimliliği üzerine etkisi vardır.	Çoklu Regresyon	-0,105	0,917	Red
H6_a : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutumun genel işgören verimliliği alt boyutu olan işgören iş tatmini üzerine etkisi vardır.		-3,671	0,000	Kabul
H6_b : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutumun genel işgören verimliliği alt boyutu olan kendini gerçekleştirme üzerine etkisi vardır.		6,556	0,000	Kabul
H6_c : Genel rekabetçi tutumun alt boyutu olan rekabetçi olmayan tutumun işgören verimliliği alt boyutu olan işgöreni ödüllendirme üzerine etkisi vardır.		0,408	0,684	Red

5. Sonuç ve Öneriler

Küresel dünyada rekabet içinde olan büyük, küçük ve orta ölçekteki firmaların sürdürülebilir bir yapıya sahip olabilmeleri için öncelikle güçlü bir ekonomik yapıya sahip olmaları gerekmektedir. Bu güçlü ekonomik yapının temelinde ise firmaların sahip olduğu işgörenlerin verimliliğidir. Çalışan verimliliği işgörenlerin firma içinde sergiledikleri tutumların bilhassa rekabetçi tutumlarının verimliliklerini ne derece etkilediği merak konusu olmaktadır. Bireylerarası rekabetin onların içinde bulunduğu psikolojik durumdan etkilendiği ve verimlilik, performans gibi birçok faktör üzerinde etkisi olabileceği düşünüldüğünde bu rekabetin olumlu sonuçlandırılabilmesi için iyi bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla yapılan çalışmada rekabet, rekabetçi tutum ve işgören verimliliğinin kuramsal çerçevesi ele alınmış ve bu değişkenlerin birbirleri ve demografik değişkenler ile ilişkileri açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi anket formudur. Bu yöntemle İstanbul ilinde hizmet sektöründe çalışan 393 kişiye ulaşılmıştır. Toplanan verilerin analizi ile oluşturulan 6 ana hipotez ve 18 alt hipotezin son durumları aşağıdaki gibidir. Hipotez 1-3: Genel rekabetçi tutum ile genel işgören verimliliği arasında anlamlı bir ilişki bulunamamasına rağmen genel rekabetçi tutum ile işgören verimliliği alt boyutları olan işgören tatmini ve kendini gerçekleştirme arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda rekabetçi tutum sergileyen bir bireyin rekabet tutumu artıktıkça işinden duyduğu tatmin oranı azalmaktadır. Rekabetçi tutumu azaldıkça bu oran tam tersi olarak artmaktadır. Yani 'Yaptığım her şeyde mükemmel olmak isterim' ifadesine katılan bireylerin, çalıştığı kurumun ona sağladığı imkanlardan pek memnun olmadığı gözlemlenmekte ve tatmin derecesi azalmaktadır. Sonuç olarak negatif yönlü anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Rekabetçi tutum ile işgören verimliliği alt boyutu olan kendini gerçekleştirme arasında ise pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. 'Her zaman diğerlerinden daha iyi olmak isterim' ifadesine katılan birey, iş hedeflerine fazlasıyla ulaşan, sunduğu hizmet kalitesinden memnun olan, problemlere anında yanıt üretebildiğini düşünen bir bireydir. Hipotez 4-6: Genel rekabetçi tutumun işgören verimliliği üzerinde etkisi olmamasına karşın genel rekabetçi tutumun işgören verimliliği alt boyutu olan iş tatmini ve kendini gerçekleştirme boyutlarına etkisi vardır. Araştırma sonucuna göre genel rekabetçi tutumu yüksek olan işgörenin takındığı rekabetçilik tutumu, iş tatminini ve kendini gerçekleştirmesini etkilemektedir.

Hizmet sektöründe rekabetin üst seviyede olduğu günümüzde, şirketler kendi farklılıklarını yaratabilmek ve vazgeçilmez müşteri memnuniyeti sunabilmek için çalışanlarına önem vermelidirler. Memnuniyeti yüksek çalışan, memnuniyeti yüksek müşteri demektir. Bu bağlamda rekabetin iş görenin tatmin ve kendini gerçekleştirme boyutu ile ilişkisi olduğundan dolayı, şirketler çalışanlar arası rekabeti iyi bir şekilde yönetmelidirler. Çünkü çalışanlar arası rekabet şirketlere her zaman fayda sağlayan bir durum değildir. Bu konuda eksik olduğunu düşünen şirketler hem kendileri rekabeti yönetmede dikkat edilmesi gereken noktalar için paket eğitimler veya seminerler alabilir hem de çalışanlarına bu tarz eğitimler verebilir.

Bireyin kendisine ve çevresindekilere zarar verebilecek davranışlara yönelmesine neden olabileceği bilinen rekabetin, saldırgan boyutlara ulaşmasına ortam hazırlayabilecek faktörlerin hatta çalışma ortamlarının araştırılarak bu olumsuzluğu engelleyebilmek adına, kurumların ve yöneticilerin hangi tutumları benimsemelerinin yararlı olacağı konusunda çalışanlarla, onların tutumlarını anlayabilmek açısından aylık düzenli olarak bireysel toplantılar yapılabilir.

Uygun seviyede rekabet etmenin çalışanların gelişmelerine olumlu etki ettiği düşünülmektedir. Fakat her bireyin rekabetçi tutumları ve bu rekabetçilikten etkilenmek suretiyle başarılı olma durumları farklılık gösterebilir. Bu nedenle kurumlarda ki yöneticilerin rekabetçilik hakkında bilgilendirilerek, çalışanların makul düzeyde rekabetçilik göstermeleri için uygun bölüm ve çalışma ortamları oluşturmak için ne gibi tedbirler alınması yararlı olabileceği ortaya konulabilir.

Gelecek çalışmalara yönelik öneriler şu şekilde sıralanabilir;

- Araştırma daha geniş bir örneklem kitlesiyle tekrarlanabilir.
- Her ne kadar hizmet sektörü İstanbul çevresinde yoğunlaşsa da farklı bir çalışma Türkiye genelinde yapılabilir. Yine farklı bir çalışma da sektör olarak hizmet sektörü yerine farklı bir sektör kullanılabilir.
- İstanbul genelinde bir kuruma bağlı kalmadan yapılan bu anket çalışması, sadece bir kuruma bağlı kalarak da yapılabilir ve kurumla ilgili farklı sonuçlar elde edilebilir.
- Rekabetle ilgili çalışanlar arası yapılan çalışmalar çok kısıtlı olduğu için rekabet faktörü sabit tutulup, farklı bir faktör belirlenerek rekabetin çalışanlar üzerinde bu faktöre olan etkisi veya ilişkisi incelenebilir.

Kaynakça

- Akdeniz, A. H. ve Durmaz, F. (1998), Verimliliğin Genel Performans Üzerindeki Yansımalarının Uygulaması, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 13(2), s. 85-99.
- Akkurt, D. (2013), Kurumiçi Rekabet Yönetimi, <http://www.ak-kurt.com/KurumiciRekabet.shtml> (Erişildiği Tarih: 20.09.2018).
- Aktan, Ç. C. (2011), Global Rekabet Gücü ve İşletmeler, Mercek Dergisi, s. 1-12.
- Aktan, Ç. C., ve Vural, İ. Y. (2004), Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri, Türkiye İşveren Sendikaları Federasyonu Yayınları, Ankara.
- Altunışık, R., Çoşkun, R. ve Bayraktaroğlu, S. (2007), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (5. baskı), Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Aybar, S. (2011), İşletmelerde Öğrenen Örgütler ve İş Verimliliği İlişkisinin Analizi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bakır, U. (2005), Kişilerarası İlişkilerde Rekabet ve İşbirliği. D. Gürüz, & A. Temel içinde, İletişime Yeni Yaklaşımlar (s. 303-335). Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Baş, İ. M. ve Artar, A. (1991), İşletmelerde Verimlilik Denetimi: Ölçme ve Değerlendirme Modelleri, Milli Produktivite Merkezi Yayınları, Ankara.
- Büyükkılıç, D. (2004), Kar Amacı Gütmeyen Örgütlerde Verimlilik, Milli Produktivite Merkezi Yayınları, Ankara.
- Erol, M. (2001), Sosyal Entropi'nin Verimlilik Üzerindeki Etkileri, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 2(1), s. 127-143.
- Fromm, E. (1996), Özgürlükten Kaçış (3. baskı). (Ş. Yeğin, Çev.) Payel Yayınevi, İstanbul.
- Fülöp, M., Takacs, S. ve Büki, N. (2013), What Does It Take to Promote Cooperative Competitive Citizenship in a Community, Identities and Citizenship Education: Controversy, Crisis and Challenges (s. 1-12), London Metropolitan University.
- Gök, D. (2014), Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Özel Sağlık Kuruluşlarında İş Verimliliği Üzerine Etkisi: Elazığ Medikal Park Hastanesi Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güney, S. (2017), Yüksek Lisans, Doktora Yeterlilik ve Doçentlik Sınavları İçin Yönetim ve Organizasyon El Kitabı (Genişletilmiş 2. baskı). Nobel Yayınları, İstanbul.
- Gürpınar, K. ve Sandıkçı, M. (2008), Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter'ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye'deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11(2), s. 106-125.

- Hatipoğlu, G. (2016), Liselerde Görev Yapan Öğretmenlerin İş Güvencesi ile İş Verimliliği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- İlgar, L. (1994), İşgören Performansının İşletmenin Toplam Faktör Verimliliği Üzerindeki Etkisinin İstanbul Deri Sanayinde Faaliyet Gösteren İşletmelerde Araştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Marangoz, M., Doğan, Ö. ve Topoyan, M. (2003), İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 114-139.
- McFetridge, D. G. (1995), Competitiveness: Concepts and Measures, Industrie Canada Occasional Paper Number 5.
- Mucuk, İ. (2005), Modern İşletmecilik (15. baskı), Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- North, D. C. (1990), Institutions, Institutional Change and Economic performance (1. baskı) Cambridge University Press, New York.
- Okka, Ö. F. (2008), Bireysel Performansa Dayalı Ücret ve Verimlilik: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Pfeffer, J. (1995), Rekabette Üstünlüğün Sırrı : İnsan, (S. Gül, Çev.) Sabah Kitapları, İstanbul.
- Rego, A. ve Cunha, M. P. (2008), Authentizotic Climates and Employee Happiness Pathways to Individual Performance? Journal of Business Research, 61, p.732-752.
- Selen, U. (2009), İşletmelerde Motivasyon Sistemi, Araçları ve Yardımcı Öğeler; Ar-Ge Şirket Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Sevinç, H. (2015), Kamu Çalışanlarının Motivasyonunda Kullanılan Araçlar, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(39), s.944-964.
- Şerif, M. (1985), Toplumsal Kuralların Psikolojisi, (İ. Sandıkçıoğlu, Çev.) Alan Yayıncılık, İstanbul.
- Vatansever, N. (2005), Örgüt İçi İletişimin İşgören Verimliliği Üzerindeki Etkisine İşgörenlerin Bakış Açısı: Ankara'daki 5 Yıldızlı Otel İşgörenleri Üzerine Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Williamson, O. E. (2000), The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead, Journal of Economic Literature, 38, s. 595-613.
- Yapıcı, F. ve Baş, H. (2015), Verimlilikte Ergonomik Faktörler, Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi, 3(3), s.591-595.
- Yenidünya, A. (2005), Lise Öğrencilerinde Rekabetçi Tutum, Benlik Saygısı ve Akademik Başarı İlişkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldız, S. (2008), Örgüt Kültürünün, İşten Ayrılma Eğilimi ve Çalışan Verimliliği Üzerindeki Etkisi: Bir Ara Değişken Olarak Örgütsel Destek Algısı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Yüksel, Ö. (1998), İnsan Kaynakları Yönetimi (2. baskı), Gazi Kitabevi, Ankara.