

ETİK İKLİMİN SATIŞ ELEMANLARININ İŞ TUTUMLARINA VE İŞ PERFORMANSLARINA ETKİSİ: İLAÇ SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Yrd.Doç.Dr. Selim Said EREN
Abant İzzet Baysal Üniversitesi
İİBF İşletme Bölümü
sselimeren@gmail.com

Özgür HAYATOĞLU
Abant İzzet Baysal Üniversitesi
SBE İşletme ABD
ozgurhayatoglu@gmail.com

ÖZET

Bu makalenin amacı, ilaç sektöründe faaliyet gösteren firmalarda, etik iklimin; satış elemanlarının iş tutumlarına ve iş performanslarına etkisini incelemektir. Makalenin teorik bölümünde ortaya atılan hipotezler, Batı Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren ilaç firmalarında görev alan 206 satış elemanından toplanan verilerle test edilmektedir. Son bölümde ise araştırmada elde edilen genel sonuçlar, satış yöneticileri ve gelecekte yapılacak çalışmalar için öneriler yer almaktadır. Araştırma sonucunda satış elemanlarından elde edilen verilerle, etik iklimin; örgütsel bağlılık, yöneticiye güven ve iş performansı üzerinde pozitif yönde etkilerinin olduğu, yöneticiye güvenin; iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde, örgütsel bağlılığın da iş performansı üzerinde yine pozitif etkilerinin olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bunların yanı sıra etik iklimin iş tatmini üzerinde, iş tatmini ve yöneticiye güvenin de iş performansı üzerinde etkilerinin olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik İklim, Örgütsel Bağlılık, Yöneticiye Güven, İş Tatmini ve İş Performansı

THE EFFECT OF ETHICAL CLIMATE ON SALESPERSON'S JOB ATTITUDES, AND JOB PERFORMANCE: AN APPLICATION IN PHARMACEUTICAL SECTOR

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effects of ethical climate on job attitudes and job performances of salespersons in firms which operate in pharmaceutical sector. The hypotheses proposed in the theoretical section of the paper are tested by using data collected from 206 salespersons in drug firms operating in the West Black Sea Region in Turkey. General findings of the research and suggestions for sales managers and for future studies are involved in the final section. As a result of the research, the findings that ethical climate has positive effects on organizational commitment, supervisee trust and job performance; that supervisee trust has positive effects on job satisfaction and organizational commitment; that organizational commitment has positive effects on job performance have been obtained. In addition to these, the findings that ethical climate has no effect on job satisfaction; that job satisfaction and supervisee trust have no effect on job performance either.

Keywords: Ethical Climate, Organizational Commitment, Trust In Supervisor, Job Satisfaction and JobPerformance

1. GİRİŞ

Bilgiye ulaşmanın oldukça kolaylaştığı, teknolojiadaki baş döndürücü gelişmelerin yaşandığı bir ortamda, artık işletmeler de yoğun ve sürekli değişen bir rekabet ortamında faaliyetlerini sürdürmek durumundalar. Küresel rekabetin yeni dinamikleri işletmelerin başta yönetim olmak üzere pazarlama ve satış anlayışlarını da değiştirmektedir. Günümüzde satış anlayışı; kısa vadede satış yaparak gelir elde etme yerine, artan rekabet karşısında, daha uzun vadeli satış anlayışının benimsenmesini zorunlu kılmaktadır. İşletmelerin sürdürülebilir bir başarı elde etmesi, kendini diğer işletmelerden farklı kılan değerlerinin farkında olmalarıyla gerçekleşebilir. Söz konusu değerleri oluşturmak ve devamlılığını sağlamak, çalışanları etik davranışlara yönlendiren bir etik ortamın yaratılması ile mümkün olabilmektedir.

Globalleşmenin artması, etik sorunlarla yeni ve farklı temelerde uğraşma ihtiyacını da beraberinde getirmekte (Koh ve Boo, 2001: 310), son yıllarda etik ve etiksel davranış konularına duyulan ilgi de giderek artmaktadır. Nitekim iş hayatında karşılaşılan etik olmayan davranış ve kararların artması da bu konuyu gündeme taşımıştır. İçinde bulunduğumuz dönemde bilişim ve iletişim teknolojilerinin sağlamış olduğu avantajlardan biri de, kurumsal düzeyde her davranışın dışarıdan izlenebilmesidir. İşletmelerde zaman zaman karşılaşılan usulsüzlük, kayırmacılık ve adaletsizlik gibi etiğe aykırı davranışların bu ortamda daha çok dikkat çekeceği bir gerçektir. Bu gerçeklik, işletmelerin daha duyarlı olmalarına neden olmaktadır (Dönertaş, 2008: 1).

Kurum içerisinde üst düzey yöneticiler tarafından oluşturulacak etkin bir etik iklim, kurumun hem iç çevre faktörleri hem de dış çevre faktörleri üzerinde olumlu etkiler oluşturarak, toplum düzeyinde de olumlu ekonomik ve sosyal gelişmeler sağlayacaktır (Biçer, 2005: 2). Yapılan çalışmalar örgütteki etik iklimin, çalışanların etik davranışları üzerinde önemli bir etken olduğunu göstermektedir (Deshpande, 1996: 315).

İşletmelerin adeta bir aynası ve kimliği niteliğinde olan ve satış gücünü oluşturan çalışanlarının belirli bir sorumluluk ve ahlak çerçevesinde hareket etmelerini sağlamak amacıyla işletmenin olumlu bir etik iklimine sahip olması vazgeçilmezdir. Hızlı değişen, daha dinamik ve karmaşık bir çevrede faaliyet gösteren satış elemanlarının etik davranmalarının önemi de giderek artmaktadır. Özellikle kişisel satışın ön plana çıktığı ilaç sektöründe tıbbi satış mümessillerinin doktorlarla ilişkilerinden doğan bu tür davranışlar sürekli olarak bir tartışma konusu da olmaktadır. Satış elemanları tarafından olumlu algılanan etik iklim firma değerinde ve firma imajında pozitif etkiler oluşturacağı gibi, çalışanların örgütsel bağlılığını, iş tatminini ve yöneticiye duyulan güveni yükseltip; iş performanslarının artmasında da etkili olacaktır.

Bu düşünceden hareketle tasarlanan çalışmada, satış elemanlarının etik olmayan davranışlarının işletmeye önemli maliyetler yükleyeceği düşünülen ilaç sektörü uygulama örneklemleri olarak seçilerek, etik iklimin; örgütsel bağlılık, yöneticiye güven, iş tatmini ve iş performansı üzerindeki etkileri ortaya konmaktadır. Çalışanların iş performansını arttıran unsurlar bilindiği takdirde, yöneticiler iş ortamını çalışanları için daha verimli hale getirerek, bu bilgileri hem örgütün hem çalışanın lehine kullanabilecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Etik İklim

Etik iklim kavramı örgütlerdeki etik durumları tahmin etme ve açıklamaya yönelik bir yol olarak tanımlanabilir (Wimbush ve ark., 1997: 1707). Doğru ve yanlış sorusuyla ilgili olan tüm örgütsel değerler örgütün etik iklimine katkıda bulunmaktadır (Cullen, Victor ve Stephens, 1989: 50). Etik iklim, çalışanlara problemleri değerlendirip alternatifleri göz önünde tutmakta yardımcı olurken, kabul edilebilir olan ve olmayan davranışlar hakkında karar vermeleri konusunda da yol göstermektedir (Barnett ve Schubert, 2002: 281). Çalışanların hangi problemleri etik ile ilişkilendirdiğini belirlemekle kalmayıp, bu sorunları anlama, ölçme ve çözme konusunda hangi ahlak kriterlerini kullandıklarını da belirlemektedir. Bu süreç içerisinde örgütsel değerler, çeşitli çıktılara etkileyen eylemelere dönüşmektedir. Etik iklim, çalışanların ilişkilerinin doğasını da etkileyebilmektedir (Barnett ve Schubert, 2002: 289).

Bir örgütteki etik iklim, etik çatışmaların ele alınış biçimlerini, bu çatışmaların çözüm süreçlerini ve bu çözümlerin özelliklerini etkilemektedir (Victor ve Cullen, 1988: 105). Bir işletmede etik iklimin bilinmesi ile yönetim, örgütün etik ikliminin kendi kişisel değerleri ve örgütün stratejik amaçlarıyla uyumlu olup olmadığını belirleyebilmektedir (Cullen, Victor ve Stephens, 1989: 60). Yöneticiler stratejilerini yapılandırmadan ve çalışanların etik davranışlarını güçlendirmeye başlamadan önce kurumdaki etik iklim tipini belirlemelidirler. Çünkü farklı iklimler farklı etiksel yönetim stratejilerini gerektirecektir (Deshpande, 1996: 319).

Satış elemanlarının etik olmayan davranışlar sergilediği düşünülen firmaların ürünlerinin müşteriler tarafından daha az tercih edildiği söylenebilir. Bu, satış elemanının etik davranıp davranmamasının çalıştığı işletmenin ticari başarısı açısından oldukça önemli olduğunu göstermektedir (Trawick ve Swan, 1991: 18). Satış elemanlarında hatta bazen satış yöneticilerinin davranışlarında da görülebilecek etik problemler; rüşvet, doğruluk, dürüstlük, aldatıcı fiyat, aldatıcı mamul, mahremiyet, verilerin manipülasyonu, satın alma kararları şekilde sıralanabilir; (Chonko ve Hunt, 2000: 238- 239).

2.2. Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık literatüründe belki de en fazla kabul gören tanımlama Porter, Steers ve Mowday (1974) tarafından yapılmıştır. Yazarlar örgütsel bağlılığı, bireyin belirli bir örgütle özdeşleşme ve bu örgüte güçlü bağlanma derecesi olarak tanımlamışlardır. Bu tanıma göre örgütsel bağlılık, bireyler örgütle özdeşleştiklerinde ve de örgütsel amaç ve değerler yönünde çaba sarf ettiklerinde ortaya çıkmaktadır. Örgütsel bağlılık, genel olarak “belirli bir örgütün üyesi olarak kalmaya yönelik güçlü bir istek”; “örgüt adına yüksek düzeyli çaba gösterme isteği” ve “örgütün değerlerine ve hedeflerine inanılması, benimsenmesi” biçiminde tanımlanmaktadır (Mowday ve diğ., 1979: 226). O’Reilly ve Chatman (1986: 494) de, örgütsel bağlılığı, bireyin örgütteki araçsal birlikteliğini anlatan bireysel çıkar ve kazanımlara ulaşmayı amaçlayan “uyum” boyutu, örgütteki diğer bireylerle yakın olma duygusuyla kendini ifade ettiği “özdeşleşme” boyutu ile bireysel ve örgütsel amaç ve değerlerin uygunluğu olan “içselleşme” boyutunu içeren ve bireyin örgütle bütünleşme derecesini ifade eden bir

kavram olduğunu belirtmektedir. Bir başka tanıma göre örgütsel bağlılık, örgüte yönelik pozitif bireysel tutumlar olarak tanımlanabilir. Bu kavram, firmanın değerleri ile kişisel özdeşleşme, hedeflerine kişisel bağlılık ve firmaya yönelik önemli düzeydeki bağlılığa işaret etmektedir (Le Bon ve Merunka, 2006: 399). Satış elemanlarının örgütsel bağlılığı, onların örgüte olan sadakatlerinin güçlülüğüne işaret etmektedir. Yüksek düzeyde bağlı olan çalışanlar, örgütün hedeflerini içselleştirmiş ve örgütün iyiliği için kendilerini adanmışlardır (Agarwal, 1999: 4).

2.3. Yöneticiye Güven

Örgütlerin hayatta kalması ve başarılı olması için güven hayati bir konudur. Güven olmadan fikir paylaşımı, yenilik, iş tatmini ve motivasyon da olamayacaktır. (Hurley ve Siebers, 2007: 7). Yöneticiye güven kavramında, temel kamu yöneticinin davranışlarının çalışanın zararına değil, yararına olacağı yönündedir (Perry ve Mankin, 2007: 166).

Güvenilir bir yönetici, “sözüne inanılan, sadık, dürüst, tutarlı, kendisinden zarar gelmeyen, iyiliksever, ayrımcılık yapmayan, yaptığı her şey açık olan ve denetlenebilen kişidir” (Gökırmak, 2003: 138). Bir örgütte çalışanların yöneticilerine olan güvenleri, yöneticinin teknik ve kavrayabilme yeteneğine, doğruluk ve dürüstlüğüne, yaptığı işlerdeki başarıları ve kararlarındaki isabet derecesine bağlı olmaktadır. Bu da çalışanların yöneticiye olan güvenlerini etkilemektedir (Zaheer ve diğ., 1998: 148).

Yöneticiyi örgüt üyelerinin gözünde güvenilir yapan, onun kişisel bütünlüğü ve yönetsel etkililiğidir. Yetkinlik, tutarlılık, dürüstlük, yardımseverlik, ilgi gösterme özellikleri, yöneticinin çalışanın gözünde güvenilirliğini arttıran, sadece kendi çıkarını düşünmediğini gösteren, dolayısıyla bir etik zemine dayalı kişisel bütünlüğü belirlerken, diğer yandan kontrolün paylaşımı, iletişimin kalitesi ve yetki güçlendirmeye gönüllülük, yöneticinin yönetsel etkililiğini belirleyerek ona yönelik güvenilirlik algısını etkilemektedir (Whitener, 1998; Erdem, 2003: 173).

2.4. İş Tatmini

Locke (1969) iş tatminini, kişinin işini başarısından veya işin yapılması için başkalarına yardımcı olmasından kaynaklanan memnuniyet verici duygusal durum olarak açıklamaktadır. İş tatmini, kişinin iş durumuna karşı hissetmiş olduğu olumlu duygusal tepkilerin bir yansıması olarak da tanımlanabilir. İş tatmini kişinin işinden hoşlanması, işine karşı olumlu duygular beslemesidir (Brooke Jr. ve diğ., 1988: 141). Ayrıca iş tatmini, işgörenin işini veya iş yaşamını değerlendirmesi sonucu ulaştığı haz duygusudur (Glisson ve Durick, 1988: 64). Diğer yandan tatminsizlik, çalışanın, örgütün ödül politikası veya örgütsel gelişme düzeyinden hoşnut olmadığını işaretidir. İşgörenin yoksun bırakılma duyguları veya yetersiz ödül ve özendirme politikasının tatminsizlik yaratacağı ve örgütünü değiştirme eğilimlerini güçlendireceğine dikkat çekilmektedir (Hrebiniak ve Alutto, 1972: 560).

İş tatmini, çalışanların bedensel ve zihinsel sağlıkları yanında, bireysel, fizyolojik, ve ruhsal duygularının bir belirtisidir. İş tatmini denince, işten elde edilen maddi çıkarlar ile işçinin, “beraber çalışmasından zevk aldığı iş arkadaşları ve eser meydana getirmesinin sağladığı mutluluk” akla gelmektedir (Şimşek ve diğ., 2003: 150). Bu bağlamda çalışanları motive ederek işten tatmin duygularını geliştirmek ve

aynı zamanda üretimi maksimize etmek yöneticilerin temel görevlerinin başında gelmektedir (Erdoğan, 1991: 171). Bir örgütte koşulların bozulduğunu gösteren en önemli kanıt iş tatmininin düşük olmasıdır. İş tatminsizliği, daha gizli biçimlerde, ani grevler, iş yavaşlatma, düşük verimlilik, disiplin sorunları ve diğer örgütsel sorunların ardında yer almaktadır (Kahn, 1973: 94).

2.5. İş Performansı

İş performansı, “belirli bir işin yerine getirilmesi ve tamamlanması” (Chiu, 2004: 82); “bir iş, fiil, eser yapma, yerine getirme, çalışma ve işleme” (Öncer, 2000: 134); “bir işi yapan bireyin, o işle amaçlanan hedefe yönelik olarak neye ulaşabildiği ve neyi sağlayabildiğinin nicel ve nitel olarak ifadesi” (Akal, 1992: 1); bir işin miktar, nitelik, zaman ve maliyet etkinliği dikkate alınarak yapılması” anlamlarına gelmektedir (Smith ve Goddard 2002: 250).

Çalışanların örgüt içindeki performansını kişisel özellik ve yetenekleri, işini başarma arzusu, yönetimin bu arzuyu harekete geçirme kabiliyeti ve sağlanan çalışma ortamı belirlemektedir. İş performansı, sadece çalışana bağlı bir sonuç değildir. Çalışanın kişisel özellikleri, becerileri, yetenekleri ve başarma arzusunun yanında yönetimin bu arzuyu hareketlendirme yeteneği ve çalışma ortamı, birlikte iş performansını belirlemektedir (Ersen, 1997: 113). Çalışanların performanslarının yüksek olması, örgütlerin amaçlarına ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır (Ertan, 2008: 42). Dolayısıyla, örgütlerin de çalışanların da amaçlarına ulaşmaları, büyük ölçüde iş performanslarının yüksek olmasına bağlı olmaktadır. Yüksek performanslı çalışanlara sahip örgütler, ekonomik ve sosyal amaçlarına ulaşırlarken, yüksek performanslı çalışanlar yerlerini garantilemekte, terfi olanaklarından yararlanmakta, maddi ve manevi ödüller kazanarak amaçlarına ulaşmakta ve örgütün amaçlarına hizmet etmektedirler. Örgüt performansını değerlendirmede çoğunlukla satışlardaki artış, pazar payı, ürün geliştirme ve pazar geliştirmeye bakılmaktadır (Wu ve Çavuşgil, 2006: 84).

3. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Etik iklimin; örgütsel bağlılık, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti gibi birtakım çıktılar üzerindeki etkisi bilindiği takdirde, yöneticiler, örgütten ayrılma niyetini azaltarak, bağlılık ve tatmini arttıracak uygulamalara yönelebilirler (Schwepker, 2001: 40). Etik iklimin etkili olduğu başlıca alanlardan birini örgütsel bağlılık olarak açıklamak mümkündür (Martin ve Cullen, 2006: 177- 180). Etik iklim türlerinden olan ilkelilik ikliminin ve örgütsel bağlılığın profesyonel ve profesyonel olmayan çalışanlar açısından farklı sonuçlar doğurması beklenmektedir. Profesyonel çalışanlardan, mesleki ilkelerini içselleştirerek onları örgütün normlarının üstünde tutmaları beklenmektedir. Bu durumda örgütler, içselleştirilmiş mesleki değer ve normlarla uyumlu etik iklimler geliştirdikleri takdirde, örgütsel bağlılık artacaktır (Cullen, Parboteeah ve Victor, 2003: 130- 131).

Schwepker (2001), satış elemanları üzerinde yaptığı çalışmada örgütün etik iklimi ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında pozitif ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Araştırma, fiziksel, psikolojik ve sosyal olarak örgütten ayrı düşünülen satış gücü için dahi örgüt ikliminin etkisinin anlaşılması açısından önem taşımaktadır. Cullen, Parboteeah ve Victor (2003), araştırmalarının sonucunda yardımseverlik iklimleri ile örgütsel bağlılık arasında pozitif ilişki, ilkelilik iklimleri ile örgütsel

bağlılık arasında ise sadece profesyonel çalışanlar açısından pozitif ilişki saptamıştır. Mehmet Emin Elçi (2005) de benzer şekilde çalışmalarında, etik iklimi ile çalışanlarının örgütsel bağlılık algıları arasında olumlu bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Ayrıca Jaramillo, Mulki ve Solomon (2006), etik iklimin satış elemanlarının iş davranışlarında olumlu etkiler yarattığını, işten ayrılma niyeti ve iş stresinin azalmasına neden olarak, örgütsel bağlılıkta artış meydana getirdiğini göstermişlerdir.

Yönetimsel kararlarda firmanın yol gösterici ilkelerini resmi olarak tespit eden etik kodlar, yöneticilere sayısız etik çıkmazı çözmek ve çalışanlarının yöneticilerine olan güvenini geliştirmede yardımcı olabilmektedir. Yöneticilerin etiği vurguladıkları, sözlerini tuttukları ve etik bir rol model olarak hizmet verdikleri bir ortamda, çalışanların yöneticilerine güvenmeleri muhtemeldir (Mulki, Jaramillo ve Locander, 2006: 19). Etik iklim, çalışanların davranışlarını dikte eden örgütsel yol gösterici ilkelerin varlığıyla ilgili olduğundan, yöneticisinin güvenilir olduğuna ve etik davranacağına dair inancını arttırabilir. Dolayısıyla etik iklim, yöneticiye güven açısından önemli bir unsurdur (Mulki, Jaramillo ve Locander, 2006: 20). Çakar (2005: 107), vakıf ve devlet üniversitelerinde akademisyenler üzerinde yaptığı çalışmada; örgütsel güven, örgütsel etik ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişkiler saptamıştır.

Olumlu etik iklim, iyi performans oluşturmada yardımcı olabilir. Bu strateji doğrultusunda, pozitif etik iklim; performans üzerine pozitif etkide bulunacaktır. Olumlu bir etik iklim, maliyetleri düşürme yoluyla karlılığı artıracak ve iyi satıcıların firmaya bağlanmasını sağlayacaktır (Weeks ve diğ., 2004: 203). Etik iklim ile satış elemanın iş performansı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaların eksikliği bu alanda daha fazla çalışma yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bir örgütün etik ikliminin çalışanların iş performansı üzerine etkisi var mı? Ya da diğer değişkenler aracılığıyla bir ilişki var mı? (Schwepker, 2001; Jaramillo ve diğ., 2006; Mulki ve diğ., 2006). Bu soruların cevapları yapılan birkaç çalışmada yanıtlanmaya çalışılmıştır. Jaramillo ve diğ., (2006), etik iklimin satış elemanlarının iş davranışlarında olumlu etkiler yarattığını ve işten ayrılma niyeti ile iş stresinin azalmasına neden olarak da, performansta artış meydana getirdiğini ortaya koymuştur.

Etik iklimin etkili olduğu diğer alanlardan birini de iş tatmini olarak açıklamak mümkündür (Martin ve Cullen, 2006: 177- 180). Etik bir iklim, dürüstlük ve güven gibi önemli değerleri yücelttiği için daha memnuniyet verici bir çalışma ortamı oluşmasına yardımcı olur, bu da iş tatmini seviyesini arttırmaktadır (Schwepker, 2001; Valentine ve diğ., 2006). Koh ve Boo (2001) çalışmalarında, etik iklim ile iş tatmini arasında olumlu yönde bir ilişki ortaya koymuştur. Çalışmanın sonucuna göre örgütte ne kadar olumlu bir etik iklim varsa çalışanların işlerinden aldıkları tatmin seviyesi de o derece yüksek olmuştur. Benzer şekilde Vitell ve Davis (1990); Desphande (1996); Joseph ve Desphande (1997) de çalışmalarında etik iklim ile iş tatmini arasında önemli bir ilişkinin varlığına işaret etmektedirler. Sims ve Kroeck (1994) örgütün etik iklim uygulamalarını kullanarak çalışanlarının iş tatminlerini etkileyebileceklerini ortaya koymuştur.

Bu nedenle; örgütün etik iklimi, satış elemanının örgütsel bağlılık (H1), yöneticiye duyduğu güven (H2), iş performansı (H3) ve iş tatmini (H4) algılarını pozitif yönde etkiler.

Güven, karşılıklı etkileşim çerçevesinde oluşmakta ve hem kişilikten hem sosyal sistemden etkilenmektedir. Yöneticisine güvenen çalışanlar, yenilik yapmak, üretmek ve harekete geçmek konusunda kendilerini daha özgür hissetmektedirler. Yöneticisine güvenmediği halde mutlu olan çalışanlar olabilir ancak yüksek iş tatmini yöneticiye güvenin yüksek olmasıyla sağlanabilir (Perry ve Mankin, 2007: 165- 166). Yöneticiye güvenmenin sonuçları, yöneticiden memnurluk, iş tatmini ve yenilikçi davranışların artmasıdır (Tan ve Tan, 2000: 244- 247). Yöneticiye güvenin iş tatmini, örgütsel bağlılık, stres, üretkenlik ve bilgi paylaşımı gibi pek çok unsur üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu kanıtlanmıştır (Neves ve Caetano, 2006: 353- 354; Renzl, 2007: 207- 209). Börü ve Güneşer (2005: 140) ise, yaptıkları çalışma ile liderlik tarzının iş tatminine olan etkisini ve bu ilişki içerisinde yöneticiye duyulan güvenin önemine değinmiş ve liderin astlarıyla olan ilişkilerinde sergiledikleri tarzın ve astların gözünde güvenilir olmanın önemini vurgulamışlardır.

Güven, çalışanların belirsiz durumlarda örgütün davranışlarının tutarlı olacağı ve örgütün çalışanlarına yardımcı olacak şekilde davranacağına dair duyularını ifade etmektedir. Dolayısıyla çalışanlar eğer yöneticilerine güveniyorlarsa, örgütlerine bağlı kalacaklardır (Neves ve Caetano, 2006: 360). Yüksek güven ortamında çalışanlar, örgütsel otoriteleri daha güçlü destekler ve örgüte bağlanırlar, örgütün amaçları, normları, değerleri ile özdeşleşirler. Güçlü bir güven iklimine sahip örgütlerde, üyelerin kuruma bağlılıklarının artması, özdeşleşmenin kolaylaşması ve performansın yükselmesi beklenir. Düşük güven ortamında çalışanlar, örgüte yabancılaşırlar, üyelerin kendilerini koruma ve meşrulaştırma gayretleri çok zaman alır ve bu durum performanslarını olumsuz etkiler; riske girmek istemezler. Karar süreçleri zarar görür. Herhangi bir yenilik veya değişim şüphe ve dirençle karşılaşır, düşük performans ve örgüte düşük bağlılık söz konusu olur (Erdem, 2003: 165- 166).

Birey örgütün veya yöneticisinin güvenilirliğine inanıyorsa, bu onun bağlılığını arttıracaktır. Yani sorunlar ortaya çıksa dahi mevcut ilişkisini sürdürmek için istek duyacaktır. Birey ilişkiyi sürdürecektir, çünkü güvenin var oluşu çıkabilecek sorunların çözümünü kolaylaştıracak olan empatiye neden olacaktır (Kamer, 2001: 29). Neves ve Caetano (2006) ise, yöneticiye güvenin örgütsel bağlılığı arttırdığını göstererek, yöneticisine duyulan güveni düşük olan kişilerdeki duygusal bağlılığın da düşük olduğunu ortaya koymuştur.

Güven, örgüt kültürü gibi, tepe yönetimi tarafından güçlü ve görünür bir bağlılık gerektirmektedir. Örgütlerde güven yukarıdan başlayıp ve aşağıya doğru yayılmaktadır. Güven ortamı yaratmada başlıca sorumluluk, hiyerarşinin avantajlarından yararlanmaktan hoşlanan ve anahtar bilgilere daha fazla ulaşan yöneticiye aittir. Oysaki yöneticiler otoritelerinin sarsılmasından korktukları için güveni sakıncalı bulmaktadırlar. Çoğu yönetici - ast ilişkisinde güven eksikliği bulunmakta ve örgütlerdeki verimsizliğin en büyük nedenlerinden birinin çalışanlar ve yönetim arasındaki yaygın güvensizlikten kaynaklandığı görülmektedir. Bir yönetici astlarına emir verebilir, ancak güven ortamı olmadan, çalışanları asla en iyi performanslarını sergilememektedirler (Mishra ve Morrissey, 1990: 444- 461).

Pazarlama ve diğer alanlarda verimli ilişkileri besleyen faktörler arasında en yüksek mevki güvene verilmiştir. Mevcut araştırmalarda güvenin içinde olan değere yönelik (güvenin performans için iyi olduğuna dair) güçlü bir normatif önyargı

bulunmaktadır. Bilimsel literatürle uyumlu olarak popüler basında güveni etkin örgütsel ilişkiler ve performansın işareti olarak yüceltmektedir ve yöneticilerin etkinliğinin astlarının güvenini kazanma yeteneklerine bağlı olarak algılanmaktadır. Örneğin satış ortamında, yönetici satış elemanının örgütsel hedeflere ulaşmak için en üst düzeyde çaba ve bağlılık göstereceğine güven duyar. Karşılıklı olarak, satış elemanı yöneticinin iyi niyetli olduğuna (destek sağlayacağı işle ilgili görevlerde ve performans değerlendirmelerinde adalet ve tarafsızlık göstereceğine ve satış elemanının iyiliğini göz önünde bulunduracağını) güven duyar. Bu nedenle satış elemanının yöneticinin iyi niyetine olan güveninin satış performansını artıracığına inanılır (Atuahene - Gima ve Li, 2002: 61). Rich (1997: 319), yöneticiye duyulan güven ile satış performansından ziyade genel iş performansı arasında pozitif ilişki bildirmektedir.

Satış elemanının yöneticiye duyduğu güven, iş tatmini (H5), örgütsel bağlılık (H6) ve iş performansı (H7) algılarını pozitif yönde etkiler.

Mowday, Steers ve Porter (1979), örgütsel bağlılık ve iş tatmininin birbirleri ile yüksek derecede ilişki içerisinde olduklarını, çalışanların firma ve firmanın değerleri ile hedeflerine olumlu duygular beslediklerini ifade etmişlerdir. Örgütsel bağlılığın yüksek olması, işgücü devir hızının azalmasını sağlamaktadır. Bağlılığı yüksek olan çalışanların işe karşı daha az devamsızlık yapmakta ve yüksek performans göstermek için daha fazla motivasyona sahip oldukları görülmektedir (Powell ve Meyer, 2004: 172).

İş tatmininin çalışanların performansına olumlu katkılar sağlayacağı görüşü hakimdir (Rusbult ve diğ., 1988). İş tatmini, belirli sınırlar dahilinde performansı etkileyecektir. Çalışanlar mutlu olurlarsa, daha verimli çalışarak buna karşılık vereceklerdir. Yüksek başarı da görünür yöntemlerle ödüllendirilir ve özendirilirse iş tatmini artacaktır. Genellikle ödüller iyi bir performansın sonucu olarak ortaya çıkar. Eşit olarak algılanan bu ödüller tatmini, tatmin de performansı etkiler. İş tatmininin performans üzerindeki etkisini karşılıklı bir ilişki olarak görmek daha doğru olacaktır. Performans ile tatmin arasındaki ilişki; üstün performansın tatmini artırması, bunun da sonraki dönemde performansa yansımaları olarak açıklanabilir (Barutçugil, 2002). İş tatmini ile performans arasındaki ilişkinin anlamlı olabilmesi için çalışanın kişilik özelliklerinin yanı sıra, ödül beklentisi ve eşitlik duygusu gibi diğer destekleyici unsurların da olması gerekmektedir. İş tatmini yüksek iş görenlerin, iş tatmini düşük olan iş görenlere oranla daha fazla performans göstereceği beklenilmektedir (Akıncı, 2002).

Satış elemanının iş tatmini, örgütsel bağlılık (H8) ve iş performansı (H9) algılarını pozitif yönde etkiler.

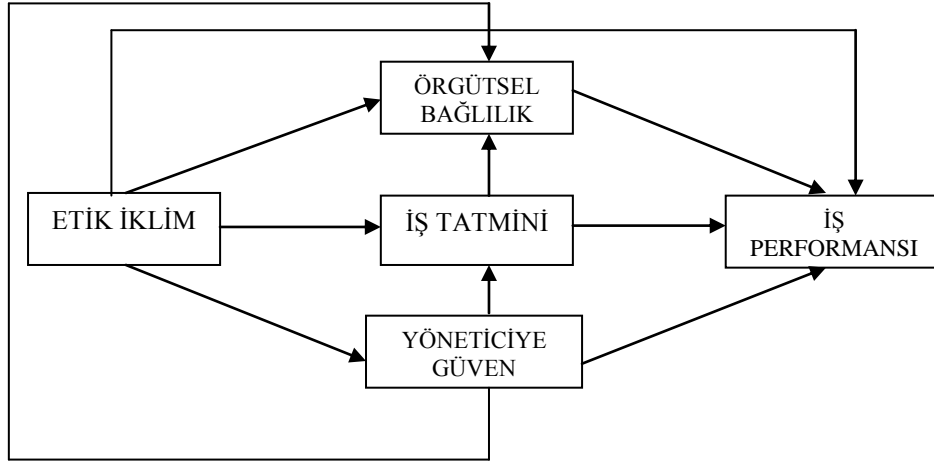
Örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanların, daha gayretli olacakları, işlerini başarı ile yerine getirecekleri, üstleriyle ve çalışma arkadaşlarıyla olumlu ilişkiler kuracakları öngörülmektedir. Buna karşılık, bağlılığı düşük olanların isteksiz, gayretsiz, dolayısıyla verimsiz olacakları beklenmektedir (Chiu, 2004: 32). Yapılan çalışmalarda örgüte olan bağlılıkla iş performansı arasında pozitif ilişkiler ortaya konmuştur. Örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanların verimliliklerinin de yüksek olacağı beklenebilir. Nitekim diğer birçok araştırma bulgusu da örgütsel bağlılıkla iş performansı arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Chiu, 2004: 76). Bazı araştırmalarda ise örgütsel bağlılık ile performans arasında ya çok düşük bir ilişkisi

saptanmış ya da hiçbir ilişki bulunmamıştır (Morrow, 1983: 490). Bunun performans ölçmenin zorluğu ile ilişkili olduğu ileri sürülmektedir.

Satış elemanının örgütsel bağlılığı, iş performansı (H10) algısını pozitif yönde etkiler.

Çalışmanın uygulama aşamasında etik iklimin çalışan davranışlarına olan etkilerini ölçmeye dönük olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket yardımı ile ilaç sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde, etik iklimin; satış elemanlarının örgütsel bağlılığına, iş tatminine, yöneticiye duyulan güvene ve bu faktörlerin iş performanslarına etkisini inceleyen aşağıdaki araştırma modeli geliştirilmiş ve hipotezler test edilmiştir. Model üzerinde gösterilen oklar değişkenler arasında beklenen ilişkileri yani test edilen hipotezleri ifade etmektedir.

Şekil 1 Araştırmanın Genel Modeli



4. DEĞİŞKENLERİN ÖLÇÜMÜ ve VERİ

Türkiye’de faaliyet gösteren tıbbi ilaç firmalarının mümessillerinin hedeflendiği bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Geliştirilen araştırma modelinin testi amacıyla, değişkenlerin ölçümü ve katılımcı algılarının belirlenmesinde kullanılacak verilerin toplanması için uygulanan anketin oluşturulmasında, geniş bir literatür araştırması yapılarak, değişkenlerin ölçümünde geçerlilik ve güvenilirlikleri daha önceki çalışmalarda onaylanmış ölçeklerden yararlanılmıştır. Araştırmada satış elemanlarına yöneltilen ve aşağıda belirtilen ölçeklerin ölçümünde 5’li Likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu amaçla değişkenlerle ilgili ölçümlerde 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum seçeneklerini temsil etmektedir.

Araştırmaya konu olan etik iklim değişkeni ölçümünde C.H. Schwepker (2001) tarafından geliştirilmiş olan “Çalıştığım firmanın resmi ve yazılı etik kuralları vardır; Çalıştığım firma kesinlikle etik kurallara uyulması için zorlar; Çalıştığım firmanın etik davranışlara ilişkin politikaları vardır; Çalıştığım firma etik davranış politikaları

konusunda beni zorlar; Çalıştığım firmanın üst yönetimi etik dışı davranışların hiçbir koşulda hoş görülmeceğinin bilinmesini sağlamıştır; Eğer çalıştığım firmamda bir satış görevlisi etik olmayan davranışı yapar ve bu davranışın sonuçları öncelikle kişisel kazanç sağlarsa, derhal cezalandırılır; Çalıştığım firmamda eğer bir satış görevlisi etik olmayan davranışı yapar ve bu davranışın sonuçları öncelikle kurumsal kazanç sağlarsa, derhal cezalandırılır ” şeklinde sıralanan etik iklim ölçekleri kullanılmıştır.

Ayrıca satış elemanlarının örgütsel bağlılıklarının ölçümünde Porter ve diğ. (1974) tarafından geliştirilmiş ölçek kullanılmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeğinin ölçümünde geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış “Bu örgütün başarılı olmasına yardımcı olabilmek için normalde beklenenden daha fazla çaba ortaya koymayı isterim; Ben örgütümü çalışmak için mükemmel bir yer olarak arkadaşlarıma övüyorum; Benim ve örgütümün değerleri çok benzerdir; Bu örgütün bir parçası olduğumu söylemekten gurur duyuyorum; Bu örgüt, iş performansını yönünde bana gerçekten en iyi şekilde ilham vermektedir; Çalışmak için değerlendirdiğim örgütler içerisinde bu örgütü seçtiğim için çok memnunum; Bu örgütün geleceği ile gerçekten ilgiliyim; Bu örgüt çalışılabilecek en iyi örgüttür” soruları kullanılmıştır.

Satış elemanlarının yöneticiye duyduğu güveni ölçmek için ise, McAllister (1995) tarafından geliştirilmiş ve 5 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Yöneticiye duyulan güvenin ölçümünde kullanılan sorular şunlardır: “Yöneticimle aramda paylaşımcı bir ilişki vardır; biz yaptığımız işle ilgili fikir, duygu ve umutlarımızı serbest olarak paylaşırız; İşte karşılaştığım zorluklarla ilgili olarak yöneticimle serbestçe konuşabilirim; Yöneticimle problemlerimi paylaşırsam, onun yapıcı ve ilgili bir biçimde tepki vereceğini bilirim; Artık birlikte çalışamayacak olsak, her ikimiz de bir kayıp hissi duyarız; İş ilişkimizde yöneticimle önemli düzeyde duygusal yatırımlar yaptığımızı söyleyebilirim”.

Araştırmada satış elemanlarının iş tatminini ölçmek için Churchill, Ford ve Walker (1974) tarafından kullanılan, Comer, Machleit ve Lagace (1989) tarafından geliştirilen “Müşterilerim verdikleri sözleri tutar; Müşterilerim güvenilir kişilerdir; Müşterilerim sadık kişilerdir; Müşterilerim anlayışlı kişilerdir” sorularından oluşan ölçek esas alınmıştır.

Ayrıca nihai bağımlı değişken olarak ele alınan iş performansının değerlendirilmesinde ise, Sujan, Weitz ve Kumar (1994) tarafından geliştirilmiş ölçek kullanılmış olup, ilgili ölçekteki sorular; “Firmamın pazar payına katkı sağlamada oldukça etkiliyim; En yüksek kar marjına sahip ürünleri satmada oldukça etkiliyim; Yüksek düzeyde ciro (TL./\$/euro) satışı oluşturmada oldukça etkiliyim; Yeni sunulan ürünlerin satışını hızlı bir şekilde oluşturmada oldukça etkiliyim; Satış bölgemdeki temel müşterileri belirlemede ve onlara satış yapmada oldukça etkiliyim; Satış hedeflerini aşmada oldukça etkiliyim; Satış yöneticimin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmada oldukça etkiliyim” şeklindedir.

Bahsedilen değişken ve ölçeklerden oluşan anket yardımı ile elde edilen verinin toplanması sırasında ölçümden kaynaklanan hataları ortadan kaldırmak amacıyla ön test yapılmıştır. Ön testte elde edilen sonuçlara göre ölçekler üzerinde gerekli kontrol ve düzenlemeler yapıldıktan sonra, geniş kapsamlı uygulamaya geçilmiştir. Araştırmanın ana kütlesini, Batı Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren ilaç sektöründe satış gücünde

görev alan satış elemanları oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle işletmelerle telefon bağlantısı kurularak araştırma ile ilgili genel bir bilgi verilerek randevu talep edilmiştir. Fiziksel olarak ulaşılabildiği mülk olan satış elemanlarıyla yüz yüze görüşme ile diğer anketler ise kargo, posta, faks ve e-mail ile gerçekleştirilmiştir. Veri toplama uygulaması Mayıs 2010- Haziran 2010 aralığında gerçekleştirilmiştir. Bu dönem içerisinde Batı Karadeniz Bölgesinde görev yapan 250 satış elemanına anket formu gönderilmiş ve bu anketlerin doldurulması istenmiştir. Sonuçta değerlendirmeye uygun 206 anket elde edilmiştir. Verilerin analizinde, SPSS 16.0 paket programı kullanılmıştır. Analizler; faktör analizi, güvenilirlik testleri, değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmalarını da içeren değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi ve araştırma hipotezlerinin test edilmesi için uygulanan regresyon analizlerinden oluşmaktadır.

5. VERİ ANALİZİ ve BULGULAR

Araştırmaya katılanların oluşturduğu veri temel demografik değişkenler açısından incelendiğinde; katılımcıların % 71,8'inin erkek, % 28,2'sinin bayan olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların % 70,9 gibi büyük bir kesiminin 34 yaş altı, % 22,3'ünün 34- 38 yaş aralığında ve geri kalan %6,8'inin 38 yaşın üstünde yer aldığı gözlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumları dikkate alındığında ise, % 20,4'lük kesimin lisans altı eğitime sahip olmasına karşın, % 62,6'lık kesimin lisans ve %17,0'lik kesimin ise lisansüstü eğitim düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu durum, ilaç sektöründe satış gücünde görev alan satış elemanlarının oldukça yüksek bir eğitim düzeyine sahip olduklarını göstermektedir.

Ankete cevap veren satış elemanlarının buldukları işletmedeki çalışma süreleri incelendiğinde, % 68.3 gibi büyük bir oranın 0- 5 yıl, % 21'inin 6- 10 yıl ve % 10.2'sinin de 11 yıl ve daha fazla çalıştıkları görülmektedir. Bu durum, ilaç sektöründeki satış elemanlarının bağlı buldukları işletmede çalışma sürelerinin oldukça kısa olduğunu ortaya koymaktadır. Sektörde çeşitli nedenlerden dolayı işten ayrılma niyetinin yüksek olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda sektörün sürekli olarak işgücünü yenilemesi bilinçli ve örtülü bir işgücü politikası olarak değerlendirilebilir.

Ankete cevap veren satış elemanlarının % 19,3'ünün aldıkları toplam ücret içerisindeki sabit maaşlarının oranı % 41- 50 arasında, % 14,3'ünün % 51- 60 arasında, % 30,6'sının % 61- 70 arasında, % 22,6 'sının ise % 71- 80 arasında olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlar bize, satış elemanlarının büyük ölçüde sabit maaşla ücretlendirildiklerini göstermektedir.

Araştırma kapsamında veri toplamak için kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerinin kontrolünde faktör ve güvenilirlik analizlerinden yararlanılmıştır. Anketi oluşturan Likert tipi toplam 31 soru keşifsel faktör analizine tabi tutulmuş, en uygun faktör yapısına Varimax dönüşümü ile ulaşılmış, bu yapıyı elde etmek için ise 5 ifadenin dışarıda bırakılması gerekli olmuştur. Faktör analizi sonucunda toplam 5 faktör ortaya çıkmış olup, bu faktörlerle açıklanan toplam varyans % 64.653'tür. Tablo1'de faktör yükleri büyükten küçüğe doğru sıralanmış, yalnızca ifadelerin yüklendiği faktörlere ilişkin yükler gösterilmiştir. Faktör analizi sonucunda elde edilen yapıya bağlı olarak değişkenlere ilişkin Alpha güvenilirlikleri hesaplanmıştır.

Tablo 1 Güvenilirlik ve Faktör Analizi Sonuçları

	F1	F2	F3	F4	F5	Cronbach's A (alfa)
Etik İklim 2	,792					0.844
Etik İklim 3	,710					
Etik İklim 4	,679					
Etik İklim 1	,612					
Etik İklim 5	,560					
Örgütsel Bağlılık 5		,706				0.894
Örgütsel Bağlılık 6		,694				
Örgütsel Bağlılık 4		,680				
Örgütsel Bağlılık 3		,632				
Örgütsel Bağlılık 7		,604				
Örgütsel Bağlılık 8		,577				
Örgütsel Bağlılık 2		,564				0.858
İş Tatmini 3			,828			
İş Tatmini 2			,764			
İş Tatmini 4			,651			
İş Tatmini 1			,621			0.858
Yöneticiye Güven 3				,775		
Yöneticiye Güven 2				,770		
Yöneticiye Güven 1				,696		
Yöneticiye Güven 4				,581		
Yöneticiye Güven 5				,503		0.809
İş Performansı 1					,642	
İş Performansı 4					,610	
İş Performansı 2					,585	
İş Performansı 5					,554	
İş Performansı 6					,518	

Tabloda yer alan değerlerin gerek güvenilirlik ve gerekse yüklenme katsayıları açısından kabul edilebilir sınır değerlerinin üzerinde ve yüksek değerlerde olduğu görülmektedir. İş tatmini en yüksek yüklenme katsayıları ile geçerliliği en yüksek değişken olarak dikkati çekerken, iş performansı bu alanda en düşük katsayılara sahip olmasına rağmen, genel kabul değeri olan % 40- 50 limitlerinin üstünde olmasından dolayı anlamlı sonuçlar sağlamıştır. Değişkenlere ait güvenilirlik değerleri dikkate alındığında ise, genel olarak tüm değişkenlerin % 60 olan kabul sınırının üstünde olduğu dikkat çekmektedir. Bu bulgulara göre çalışma sonucunda toplanan verilerin ve bunlardan elde edilecek değişkenlerin istatistiksel olarak geçerli ve güvenilir oldukları söylenebilir.

Doğrulayıcı faktör analizi ile geçerlilikleri doğrulanan değişkenler arasındaki korelasyon değerleri ile tanımlayıcı istatistikleri dikkate alındığında ortalama algı olarak en yüksek değer 4.45 ile etik iklime, en düşük değer ise 3.13 ile iş tatminine ait olduğu görülmektedir.

Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, örgütün etik ikliminin; satış elemanının yöneticiye güven duyması (0,139), örgütsel

bağlılık (0,381) ve iş performansı (0,316) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahip iken, etik iklim ile iş tatmini (0,088) arasında anlamlı ilişkiye sahip olmadığı görülmektedir. Satış elemanının yöneticiye güven duyması; iş tatmini (0,304) ile örgütsel bağlılık (0,386) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahip iken, iş performansı (0,104) arasında anlamlı ilişkiye sahip olmadığı görülmektedir. Satış elemanının örgütsel bağlılığı ile iş performansı arasındaki ilişkiye bakıldığında, iki değişken arasında pozitif yönde ve $p < 0.01$ düzeyinde anlamlı (0,285) bir ilişki olduğu, pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Satış elemanının iş tatmini ile iş performansı (0,122) arasında anlamlı ilişkiye sahip olmadığı görülmektedir. Korelasyon analizi sonucunda elde edilen korelasyon katsayıları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2 Tüm Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Ortalama	Standart sapma	Etik İklim	Örgütsel Bağlılık	İş Tatmini	Yöneticiye Güven	İş Performansı
Etik İklim	4.4534	0.65045	1	0,381**	0,088	0,139*	0,316**
Örgütsel Bağlılık	4.0277	0.70568	0,381**	1	0,376**	0,386**	0,285**
İş Tatmini	3.1262	0.91723	0,088	0,376**	1	0,304**	0,122
Yöneticiye Güven	3.9136	0.74448	0,139*	0,386**	0,304**	1	0,104
İş Performansı	4.1641	0.48436	0,316**	0,285**	0,122	0,104	1
A Cronbach Alpha	* $p < 0.01$ ** $p < 0.05$						

Araştırma kapsamındaki hipotezleri test etmek amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmış olup, regresyon modelleri SPSS 16.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiş, elde edilen sonuçlar ve hipotezlerin kabul ya da red edilme durumu aşağıda sırası ile açıklanmıştır.

İlaç sektöründe etik iklimin, örgütsel bağlılık, iş tatmini, yöneticiye duyulan güven ve iş performansı üzerindeki etkilerini göstermek üzere kurulan ilk regresyon modelinin analizi sonucunda, modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre, etik iklim ile iş performansı ($\beta = 0,269$, $p < 0.01$) ve örgütsel bağlılık ile iş performansı ($\beta = 0,189$, $p < 0.01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülürken, buna karşın iş tatmini ile iş performansı ($\beta = 0,034$, $p < 0.01$) ve yöneticiye güven ile iş performansı ($\beta = - 0,022$, $p < 0.01$) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1 Araştırma Modeli Test Sonuçları

İlişkiler		Hipotez	Paramtre Tahmini β_i	t Değeri	P Anlamlılık	R ²	Test Sonucu
Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken						
İş Performansı	⇒ Etik İklim	H ₃	0,269	3,807	0,000	0,132	Kabul
	⇒ Örgütsel Bağlılık	H ₁₀	0,189	2,392	0,018		Kabul
	⇒ İş Tatmini	H ₉	0,034	0,469	0,640		Red
	⇒ Yöneticiye Güven	H ₇	-0,022	-0,308	0,758		Red
Örgütsel Bağlılık	⇒ Etik İklim	H ₁	0,322	5,497	0,000	0,314	Kabul
	⇒ İş Tatmini	H ₈	0,269	4,417	0,000		Kabul
	⇒ Yöneticiye Güven	H ₆	0,259	4,238	0,000		Kabul
İş Tatmini	⇒ Etik İklim	H ₄	0,047	0,696	0,487	0,086	Red
	⇒ Yöneticiye Güven	H ₅	0,298	4,415	0,000		Kabul
Yöneticiye Güven	⇒ Etik İklim	H ₂	0,139	2,009	0,046	0,015	Kabul

Etik iklim, iş tatmini ve yöneticiye güvenin örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerine göstermek üzere kurulan ikinci regresyon modelinin analizi sonucunda ise, modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde, etik iklim ile örgütsel bağlılık ($\beta = 0,322$, $p < 0,01$), iş tatmini ile örgütsel bağlılık ($\beta = 0,269$, $p < 0,01$) ve yöneticiye güven ile örgütsel bağlılık ($\beta = 0,259$, $p < 0,01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Etik iklim ve yöneticiye güvenin iş tatmini üzerindeki etkilerini göstermek üzere kurulan üçüncü regresyon modelinin analizi sonucunda da, modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve etik iklim ile iş tatmini ($\beta = 0,047$, $p < 0,01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülürken, buna karşın yöneticiye güven ile iş tatmini ($\beta = 0,298$, $p < 0,01$) arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmaktadır.

Son olarak etik iklimin yöneticiye güven üzerindeki etkilerine göstermek üzere kurulan dördüncü regresyon modelinin analizi sonucunda, modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre, etik iklim ile yöneticiye güven ($\beta = 0,139$, $p < 0,01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

İlaç sektöründe faaliyet gösteren firmaların satış gücü personelinin etik iklim algılarının, iş tatminlerini, yöneticiye duydukları güveni ve örgüte olan bağlılıklarını ne yönde etkilediği, bu etkileşimlerin çalışanların iş performanslarına nasıl yön verdiği belirlenmeye çalışılmıştır. Etik iklimle ilgili geçmişte yapılan çalışmalar daha çok firma içindeki çalışanların etik algılamalarına yönelik olarak yapılmıştır. Oysa araştırmamız, firma için hayati öneme sahip, firmanın satış performansının belirleyicisi konumunda anahtar bir rol üstlenen, ancak fiziksel olarak firma dışında çalışmak zorunda olan satış elemanları üzerinde uygulanmıştır. Analizler sonucunda elde edilen bulgular ışığında, değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkileri ortaya konmuş, önceki araştırmaların

sonuçlarıyla kıyaslamalı olarak değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırmada ileri sürülen hipotezleri test etmek üzere kurulmuş olan korelasyon ve regresyon modelleri önemli bulgular ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında ilaç sektöründeki satış elemanlarının firmalarının etik iklimine ilişkin algılamaları belirlenmeye çalışılmış ve literatürü destekleyen sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırma bulguları, kurumun günlük iş akışından fiziksel, sosyal ve psikolojik bakımdan uzak kalan satış elemanlarının iş tatminleri, yöneticiye güven duymaları, örgütsel bağlılıkları ve iş performanslarının kurum ikliminden etkilendiğini ortaya koymaktadır. İlk olarak etik iklimin, satış elemanlarının; örgütsel bağlılığı, yöneticiye güven duymaları ve iş performansları üzerindeki etkisinde, literatürü destekler nitelikte bilgilere ulaşılmıştır. Bu sonuca göre, satış elemanlarının çalışma ortamlarına ilişkin etik iklim algılamaları yükseldikçe, örgüte olan bağlılıklarının, yöneticilerine duydukları güvenin ve iş performanslarının arttığını söyleyebiliriz. Buna karşın etik iklim ile iş tatmini arasındaki ilişki anlamlı çıkmamıştır. İlaç sektörünü etkileyen dinamikler, çıkar grupları, müşteri portföyleri, işin profili ve gerekleri farklı olduğundan bu farklılıklar bu sektörde çalışan satış elemanlarını iş tatmini açısından olumsuz etkilemekte olabilir.

Araştırmanın diğer bir analiz sonucunda ise, satış elemanlarının yöneticisine duyduğu güvenin; iş tatmini, örgütsel bağlılık ve iş performansı üzerindeki etkisi test edilmeye çalışılmış ve satış elemanlarının yöneticisine duydukları güven arttıkça, örgüte olan bağlılıklarının ve iş tatminlerinin arttığı görülmüştür. Elde edilen bu bulguların, literatürü destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Ancak yöneticiye duyulan güven ile iş performansı arasındaki ilişkiye bakıldığında ise literatürü desteklemeyen bir sonuca ulaşılmıştır. Bu iki değişken arasındaki ilişki anlamlı çıkmamıştır. Bu sonucun nedenlerinin anlaşılabilmesi için daha fazla araştırma yapılması yararlı olacaktır.

Geçmiş yıllarda yapılan çalışmalarda iş tatmini ile iş performansı arasında olumlu ilişkilerin olduğu saptandığı gibi, iş tatmini ile performans arasında zayıf ve tutarsız ilişkiler olduğunu gösteren çalışmalar da bulunmaktadır. Araştırmada iş tatminin, satış elemanlarının; örgütsel bağlılığı ve iş performansı üzerindeki etkisi test edilmeye çalışılmış ve bu sonuca göre satış elemanlarının iş tatminlerinin arttıkça, örgütsel bağlılıklarının da arttığını söyleyebiliriz. Fakat bu çalışmada iş tatminin artması çalışanların iş performansını artırmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yine araştırma sonuçlarına göre, örgütsel bağlılık ile satış elemanının iş performansı arasındaki ilişki anlamlı çıkmıştır. Yapılan bazı çalışmalarda satış elemanlarının örgütsel bağlılıkları ile iş performansları arasındaki ilişkiler olumlu olduğu gibi, bazı araştırmalarda ise örgütsel bağlılık ile performans arasında ya çok düşük bir ilişki saptanmış ya da hiçbir ilişki bulunmamıştır. Bunun performans ölçmenin zorluğu ile ilişkili olduğu ileri sürülmektedir.

Satış gücünde çalışan satış elemanlarının etik davranmalarının sağlanabilmesi için öncelikle işletmelerin olumlu bir etik iklimi oluşturması gerekmektedir. Bir işletmenin etik iklimi, o işletmedeki ahlaki standartları ve beklenen davranışları ifade etmektedir. Etik kuralların açıkça ve anlaşılabilir şekilde ifade edilip, çalışanlar tarafından benimsenmesinin sağlanması önemli bir noktadır. Dolayısıyla etik kurallar

oluşturmak ve bu sürece çalışanları da dahil etmek faydalı olacaktır. Eğer bir işletme, etik davranışları tanımlayacak olan bir etik iklime sahip değilse, satış elemanları kendi değerleriyle örgüt değerlerinin karşılaştırmasını yapamayacak ve belirsizlikler ortaya çıkacaktır. Ayrıca satış elemanlarının etik olmayan davranışlarının işletmeye önemli maliyetler yükleyeceği de açıktır. Bu yüzden, satış elemanlarının müşterilere karşı etik olmayan davranışlarının düzeltilmesi yanında satış yönetimiyle satış elemanları arasındaki ahlaki çatışmaları da ortadan kaldırmaya yönelik çaba içinde olunmalıdır.

Bu çalışmada daha çok etik iklim ile satış elemanlarının iş tatmini, örgütsel bağlılığı, yöneticiye duydukları güven ve iş performanslarının ilişkisi incelenmiştir. Gelecekteki çalışmalarda ise firmalar için önemli bir faktör olan satış elemanlarının iş performansını etkileyecek etik iklimin alt boyutları incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Agarwal, James ve D. C. Malloy (1999), “Ethical Work Climate Dimensions in A Not-For-Profit Organization: An Empirical Study,” *Journal of Business Ethics*, Vol: 20, 1- 14.
- Akal, Zuhul (1992), *İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi*, MPM Yayınları, Ankara.
- Akıncı, Zeki (2002), “Turizm Sektöründe İşgören İş Tatminini Etkileyen Faktörler: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama”, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Vol: 4, 1- 25.
- Atuahene Gima, Kwaku ve Haiyang Li (2002) “When Does Trust Matter? Antecedents and Contingent Effects of Supervisee Trust on Performance in Selling New Products in China and The United States,” *Journal of Marketing*, 66, 61- 81.
- Aktaran Eren, S. Selim (2007), “Satış Yönetimi Kontrol Sistemlerinin Satış Elemanı Özellikleri ve Davranış Performansına Etkisi Üzerine Bir Saha Araştırması”, Doktora Tezi, *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Kocaeli.
- Barnett, T. ve E. Schubert (2002), “Perceptions of The Ethical Work Climate and Covenanta Relationships,” *Journal of Business Ethics*, Vol: 36, 279- 290.
- Barutçugil, İsmet (2002), *Performans Yönetimi, Kariyer Yayıncılık*, İstanbul.
- Börü, Deniz ve Begüm Güneşer (2005), “Liderlik Tarzının Çalışanın İş Tatmini İle İlişkisi ve Lidere Olan Güvenin Bu İlişkideki Rolü”, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol: 23, No: 1, 135- 156.
- Brooke, J. R., P. P., Russell, D. W. ve Price, J. L. (1988), Discriminant Validation of Measures of Job Measures, Job Involvement and Organizational Commitment, *Journal of Applied Psychology*, Vol: 73, 139- 145.
- Chiu, Shan - Kou (2004), “The Linkage of Job Performance To Goal Setting, Work Motivation, Team Building, and Organizational Commitment in The High- Tech Industry in Taiwan”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, H . Wayne Huizenga School of Business and Entrepreneurship Nova Southeastern University.

- Chonko, Lawrence B., Shelby D. Hunt (2000), "Ethics and Marketing Management: A Retrospective and Prospective Commentary", *Journal of Business Research*, Vol: 50, 235- 244.
- Churchill, Gilbert A, Neil M. Ford ve Orville C. Walker (1974), "Measuring The Job Satisfaction of Industrial Salesmen", *Journal of Marketing Research*, August, Vol: 11, 254- 260.
- Comer, James M, Karen A. Machleit ve Rosemary R. Lagace (1989), "Psychometric Assessment of A Reduced Version of Indsales", *Journal of Business Research*, Vol: 18, 291- 302.
- Cullen, J. B., Victor, B. ve Stephens, C. (1989), "An Ethical Weather Report: Assessing The Organization's Ethical Climate", *Organizational Dynamics*, Vol: 18, No: 2, 50- 62.
- Cullen, J. B., K. P. Parboteeah ve B. Victor (2003), "The Effects of Ethical Climates on Organizational Commitment: A Two- Study Analysis", *Journal of Business Ethics*, Vol: 46, 127- 141.
- Çakar, N. D. (2005), "Adalet ve Etik Algılarının Kuruma Güven ve Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Vakıf ve Devlet Üniversitelerinin Karşılaştırılması", *13. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 105- 108.
- Deshpande, S. P. (1996), "Ethical Climate and The Link Between Success and Ethical Behavior: An Empirical Investigation of A Non- Profit Organization", *Journal of Business Ethics*, Vol: 15, 315- 320.
- Dönertaş, F., Can (2008), "Etik İklimin Kuruma Güven Üzerindeki Etkisi", Yüksek Lisans Tezi, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Elçi, Mehmet Emin (2005), "Etik İklimin, İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti İle Olan İlişkisi" *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü SBE*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- Erdem, Ferda (2003), *Örgütsel Yaşamda Güven*, Vadi Yayınları, Ankara.
- Erdoğan, İlhan (1991), *İşletmelerde Davranış*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul.
- Ersen, Haldun (1997), *Toplam Kalite ve İnsan Kaynakları Yönetim İlişkisi*, İstanbul.
- Ertan, Hayrettin (2008), "Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Antalya'da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir İnceleme", Doktora Tezi, *Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Afyonkarahisar.
- Glisson, C. M. ve M. Durick (1988), "Predictors of Job Satisfaction and Organizational Commitment in Human Service Organizations", *Administrative Science Quarterly*, Vol: 33, 61- 81.
- Gökırmak, Mert (2003), *Küresel Kriz ve Politikada Güven*, Vadi Yayınları, Ankara.

- Hrebiniak, L. G. ve J. A. Alutto (1972), “Personel and Role Related Factors in The Development of Organizational Commitment”, *Administrative Science Quartely*, Vol: 17, No: 4, 555- 573.
- Hurley, P. ve J. Siebers (2007), “Companies Without Trust Will Fail To Thrive”, *Strategic Communication Management*, Vol: 11, 4- 7.
- Jaramillo, F., J. P. Mulki ve P. Solomon (2006), “The Role of Ethical Climate on Salesperson’s Role Stress, Job Attitudes, Turnover Intention, and Job Performance”, *Journal of Personel Selling & Sales Management*, Vol: 26, No: 3, 271- 282.
- Joseph, J. ve Desphande, S. P. (1997), “The Impact of Ethical Climate on Job Satisfaction of Nurses”, *Health Care Management Review*, Vol: 22, 76- 81.
- Kahn, L. Robert (1973), “The Work Module: A Tonic for Lunchpail Lassitude”, *Psychology Today*, Vol: 6, February, 35- 40.
- Kamer, M. (2001), “Örgütsel Güven, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, *Marmara Üniversitesi SBE*, İstanbul.
- Koh, H. C. ve Boo, E. H. Y. (2001), “The Link Between Organizational Ethics and Job Satisfaction: A Study of Managers in Singapore”, *Journal of Business Ethics*, Vol: 29, 309- 324.
- Le Bon, Joel ve Merunka, Dwight (2006), “The Impact of Individual and Managerial Factors on Salespeople’s Contribution To Marketing Intelligence Activities”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol: 23, 395- 408.
- Locke, E. A. (1969), “What is Job Satisfaction”, *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol: 4, 309- 336.
- Martin, K. D. ve Cullen, J. B. (2006), “Continuities and Extensions of Ethical Climate Theory: A Meta- Analytic Review”, *Journal of Business Ethics*, Vol: 69, 175- 194.
- McAllister, D. (1995), “Affect and Cognition Based Trust As Foundations For Interpersonal Cooperation in Organizations”, *Academy of Management Journal*, Vol: 38, No: 1, 24- 59.
- Mishra, J. ve M. A. Morrissey (1990), “Trust in Employee / Employer Relationships: A Survey of West Michigan Managers”, *Public Personnel Management*, Vol: 19, No: 4, 443- 485.
- Morrow, P. C. (1983), “Concept Redundancy in Organizational Research: The Case of Work Commitment”, *Academy of Management Review*, 8, 486- 500.
- Mowday, R. T, Steers, R. M., Porter L. W. (1979), “The Measurement of Organizational Commitment”, *Journal of Vocational Behavior*, Vol: 14, 224- 227.

- Mulki, J. P., F. Jaramillo ve W. B. Locander (2006), "Effects of Ethical Climate and Supervisory Trust on Salesperson's Job Attitudes and Intentions To Quit", *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol: 26, No: 1, 19- 26.
- Neves, P. ve A. Caetano (2006), "Social Exchange Processes in Organizational Change: The Role of Trust and Control", *Journal of Change Management*, Vol: 6, No: 4, 351- 364.
- O'Reilly, C. ve Chatman, J. (1986), "Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification and Internalisation on Prosocial Behavior", *Journal of Applied Psychology*, Vol: 71, No: 3, 492- 499.
- Öncer, Mustafa (2000), *İşyeri Ortamında Çalışanların Performanslarını Etkileyen Fiziksel Çevre Koşulları, Verimlilik Dergisi, MPM Yayınları, Ankara.*
- Perry, R. W. ve L. D. Mankin (2007), "Organizational Trust, Trust in The Chief Executive and Work Satiisfaction", *Public Personnal Management*, Vol: 36, No: 2, 165- 179.
- Porter, Lyman, W., Richard, M. Steers, Richard T. Mowday ve Paul V. Boulian (1974), "Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover Among Psychiatric Technicians", *Journal of Applied Psychology*, Vol: 59 (October), 603- 609.
- Powell, D. M. ve J. P. Meyer (2004), "Side-Bet Theory and The Three-Component Model of Organizational Commitment", *Journal of Vocational Behavior*, Vol: 65, 157- 177.
- Renzl, B. (2007), "Trust In Management and Knowledge Sharing: The Mediating Effects of Fear and Knowledge Documentation", *The International Journal of Management Science*, Vol: 36, 206- 220.
- Rich, Gregory A. (1997), "The Sales Manager As A Role Model: Effects on Trust, Job Satisfaction, and Performance of Salespeople", *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol: 25 (4), 319- 328.
- Rusbelt, C. A., Farrell, D., Rogers ve Mainous (1988), "Impact of Exchange Variables on Exit, Voice, Loyalty and Neglect: An Integrative Model of Responses To Decline Job Satisfaction", *Academy of Management Journal*, Vol: 31, No: 3, 599- 627.
- Schwepker, C. H. (2001), "Ethical Climate's Relationship To Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intentions in The Salesforce", *Journal of Business Research*, Vol: 54, 39- 52.
- Sims, R. L. ve Kroeck, G. K. (1994), "The Influence of Ethical Fit on Employee Satisfaction, Commitment and Turnover", *Journal of Business Ethics*, Vol: 13, 939- 947.
- Smith, P. C. ve Goddard, M. (2002), "Performance Management and Operational Research: A Marriage Made in Heaven", *The Journal of The Operational Research Society*, Vol: 53, No: 3, 247- 255.

- Sujan, Harish, Barton A. Weitz ve Nirmalya Kumar (1994), “Learning Orientation, Working Smart, and Effective Selling”, *Journal of Marketing*, Vol: 58, July, 39-52.
- Şimşek, Şerif, Tahir Akgemci ve Adnan Çelik (2003), *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Tan, H. H. ve C. S. F. Tan (2000), “Toward The Differentiation of Trust in Supervisor and Trust in Organization”, *Generic, Social and General Psychology Monograph*, Vol: 126, No: 2, 241- 260.
- Trawick, I, Frederick ve John E. Swan (1991), “Influence of Buyer Ethics and Salesperson Behavior on Intention to Choose A Supplier”, *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol: 19, No: 1, 17- 23.
- Valentine, S., Greller, M. M. ve Richtermeyer, S. B. (2006), “Employee Job Response As A Function of Ethical Context and Perceived Organization Support”, *Journal of Business Research*, Vol: 59, 582- 588.
- Victor, B. ve J. B. Cullen (1988), “The Organizational Bases of Ethical Work Climate”, *Administrative Science Quarterly*, Vol: 33, No: 1, 101- 125.
- Vitell S. J. ve Davis D. L. (1990), “Ethical Beliefs of MIS Professionals: The Frequency and Opportunity For Unethical Behavior”, *Journal of Business Ethics*, Vol: 9, 63- 70.
- Weeks, William A., Terry W. Loe, Lawrence B. Chonko ve Kirk Wakefield (2004), “The Effect of Perceived Ethical Climate on The Search For Sales Force Excellence”, *Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol: 24, Summer, 199- 214.
- Whitener, E. M., S. E Brodt, M. A. Korsgaard ve J. M. Werner (1998), “Managers As Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework For Understanding Managerial Trustworthy Behavior”, *The Academy of Management Review*, Vol: 23, No: 3, 513- 530.
- Wimbush, J. C., Shepard, J. M. ve Markham S. E. (1997), “An Empirical Examination of The Relationship Between Ethical Climate and Ethical Behavior From Multiple Levels of Analysis”, *Journal of Business Ethics*, Vol: 16, 1705- 1716.
- Wu, F. ve Cavuşgil, T. (2006), “Organizational Learning, Commitment, and Joint Value Creation in Interfirm Relationships”, *Journal of Business Research*, Vol: 59, No: 1, 81-89.
- Zaheer, A., McEvily, B. ve Perrone, V. (1998), “Does Trust Matter? Exploring The Effect of International and Interpersonal Trust on Performance”, *Organizational Science*, Vol: 9, 141- 159.