

Motivasyon Araçlarının Algılanma Düzeylerinin Sektörlere Göre Analizi (Analysis of Perception Levels of Motivation Tools According to Sectors)

Mehmet CAN^a Hakan KOÇ^b

^a Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt MYO, Aksaray, Türkiye. mehmet23can@hotmail.com

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye. hakan.koc@hbv.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Motivasyon Araçları Algılanma Düzeyi Hizmet Sektörü Gönderilme Tarihi 2 Eylül 2019 Revizyon Tarihi 28 Kasım 2019 Kabul Tarihi 26 Aralık 2019 Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Amaç – Günümüzde hangi endüstri dalı olursa olsun tüm kamu veya özel işletmelerin genel olarak ortak hedefi çalışanlarının çabalarını işletme amaçları doğrultusunda yoğunlaştırmaktır. Daha genel anlamda, söz konusu işin yapılabilmesi için, çalışanın istekli olmasını, işi benimsemesini ve işin gerçekleşebilmesi için yüksek çaba göstermesini sağlamaktır. Çalışandan beklenen bu davranışların elde edilebilmesinde ise motivasyonunun sağlanması oldukça önemlidir. Ancak motive edici araçların tanımlanması, temellendirilmesi ve çalışan motivasyonunun sağlanması oldukça zor ve karmaşık bir olgudur. Motivasyonun bu karmaşık ve çok yönlü yapısından dolayı ise motive edici araçların her sektör ve işletmede aynı etkiyi göstermeyebilmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada, çalışanların motivasyon araçlarının algılanma düzeylerinin ortaya konulması ve sektörel açıdan farklılaşmasına sebep olan faktörler karşılaştırmalı olarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Yöntem – Bu çalışmada, nicel araştırma yaklaşımı temel alınmış olup, verilerin toplanmasında ise anket tekniğinden faydalanılmıştır. Bu açıdan çalışmada veriler elde edilirken örneklem yöntemine gidilmiştir. Bu kapsamda araştırma kapsamına giren hizmet sektörünün alt sektör çalışanlarını temsil ettiği düşünülen çalışanlara anket uygulaması yapılmıştır. Bu doğrultuda hazırlanan anket 2018-2019 yılları içerisinde araştırma kapsamı içerisinde yer alan sektör çalışanlarından tesadüfî örnekleme metodu ile seçilen toplam 373 kişiye uygulanmıştır. Bulgular – Yapılan analiz sonuçlarına göre, araştırma kapsamında belirlenen motivasyon araçlarının algılanma düzeylerinin sektör değişkenine göre farklılık gösterdiği ve bu motivasyon araçlarının farklı sektörlerde farklı biçimlerde sıralandığı görülmüştür. Tartışma – Bu anlamda çalışan motivasyonunun başarılı bir şekilde sağlanabilmesi için çalışanın bağlı bulunduğu sektör tipine göre değerlendirilmesi ve sektör değişkenine göre ayrılan her bir çalışan grubuna yönelik olarak onları doğru şekilde motive edecek motivasyon araçlarının sunulmasının önemli bir zorunluluk olduğu düşünülmektedir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Motivational Tools Perception Level Service Sector Received 2 September 2019 Revised 28 November 2019 Accepted 26 December 2019 Article Classification: Research Article	Purpose – Today, no matter which industry field they are in, the common goal of all public or private enterprises in general is to intensify their workers' efforts towards the goals of the enterprise. In a more general sense, for the relevant work to be done, it is to ensure them to be willing, to embrace the work, and to show great amount of effort in order for work to be done. It is quite important to provide motivation in order to get these behaviors from the workers which are expected from them. However, it is quite a difficult and complex phenomenon to define and to ground motivational tools and to ensure worker motivation. Because of this complex and multi-directional structure of motivation, motivational tools may not show the same effects for every sector and enterprise. From this point forth, it is endeavored to reveal workers' perception levels of motivational tools and to comparatively evaluate the factors causing them to differentiate according to the sector. Design/methodology/approach – In the study, quantitative research approach is used as base and survey technique is benefited for data collection. In this respect, when the data is gathered, sample technique is used. Within this scope, a survey is conducted with the workers who are thought to represent the workers of the sub-sectors of service sector which is within the scope of the research. The survey prepared accordingly is conducted with 373 individuals chosen with random sampling method from workers of sectors within the scope of the study in years of 2018 and 2019. Findings – According to the results of the analysis, it is observed that perception levels of the specified motivational tools in the study differentiate according to sector factor and line up differently in different sectors. Discussion – In this sense, in order to ensure worker motivation successfully, it is considered as an important obligation to evaluate the workers according to their sector type and provide the motivational tools which are going to motivate them in the right way considering the worker groups separated according to the sector factor.

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Can, M., Koç, H. (2019) Motivasyon Araçlarının Algılanma Düzeylerinin Sektörlere Göre Analizi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 3458-3470.