

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**OTEL İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL
SOSYALİZASYONUN, DUYGUSAL EMEK VE
ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ:
MUĞLA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ummahan TURHAN

GAZİANTEP

EKİM 2018

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**OTEL İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL
SOSYALİZASYONUN, DUYGUSAL EMEK VE
ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ:
MUĞLA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ummahan TURHAN

Tez Danışmanı: Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU

GAZİANTEP

EKİM 2018

T.C.
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalleşimin, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık
Üzerindeki Etkileri: Muğla İlinde Bir Araştırma**

Tez Savunma Tarihi: 22.10.2018

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı



Doç. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığımı onaylarım.



Doç. Dr. Atınç OLCAY
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımda (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.



Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

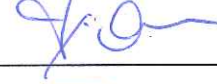
Jüri Üyeleri:

Doç. Dr. Atınç OLCAY (Jüri Başkanı)

Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU (Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Eda DİNERİ (Jüri Üyesi)

İmzası



ETİK BEYAN

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Ummahan TURHAN

ÖZET

OTEL İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL SOSYALİZASYONUN, DUYGUSAL EMEK VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: MUĞLA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

TURHAN, Ummahan

Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği ABD

Tez Danışmanı: Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU

2018, 142 sayfa

Emek-yoğun özellik gösteren otel işletmelerinde işgören devir hızının yüksek ve maliyetli olması, istihdam edilen işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon durumları ve duygusal emek ile örgütsel bağlılık düzeylerinin yüksek olması, rekabet hâlinde olan işletmelerin sektörde var olabilmesi ve varlıklarını sürdürebilmesi büyük bir öneme sahiptir. Otel işletmelerinde, müşterilere sunulan hizmetin kalitesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanması, hizmet sektöründe aktif olarak performans sergileyen ve müşteriler ile yüz yüze olan işgörenlerin belirleyici bir faktör olması; otel işletmelerinin rekabet edebilmeleri ve kârlılık oranlarını artırmaları bakımından otel işletmelerinde istihdam edilen işgörenler önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte, rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen otel yöneticilerinin, işgörenlerinin örgütsel sosyalizasyonu sağlaması ve duygusal emek durumları ile örgüte olan bağlılıklarını arttırmaları fayda sağlayıcı unsurlar arasında yer almaktadır.

Yapılan bu araştırmanın amacı, Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun, duygusal emek ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerinin ortaya konulmasıdır. Öte yandan otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık düzeylerinin de tespit edilmesi yapılan bu araştırmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır. Araştırma 2017 yılının Haziran, Temmuz ve Ağustos ayları içerisinde, Muğla ilinde

bulunan otel işletmelerinde çalışan 400 işgören üzerinde anket uygulamasıyla gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması sonucunda elde edilen verilerin analizi yapılarak aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve verilerin gruplandırılmasında faktör analizinden yararlanılmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda otel işletmelerinde işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonun, “eğitim ve gelecek beklentisi”, “anlama” ve “iş arkadaşları desteği” olmak üzere üç boyuttan oluştuğu tespit edilirken, işgörenlerin, duygusal emeklerini oluşturan boyutların “derin davranış”, “yüzeysel davranış” ve “doğal (samimi) davranış” olmak üzere üç boyuttan oluştuğu; işgörenlerin örgütsel bağlılıklarını oluşturan boyutların ise “duygusal bağlılık”, “devam bağlılığı” ve “normatif bağlılık” şeklinde yine üç boyuttan oluştuğu görülmüştür. Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, örgütsel sosyalizasyonun “yüksek” düzeyde olduğu tespit edilirken, duygusal emek ve örgütsel bağlılıklarının “orta” düzeyde olduğu belirlenmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda ise, otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyalizasyon, Örgütsel Sosyalizasyon, Duygusal Emek, Örgütsel Bağlılık, Muğla.

ABSTRACT**THE EFFECTS OF ORGANIZATIONAL SOCIALIZATION ON
EMOTIONAL LABOUR AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN
HOTEL FACILITIES: A RESEARCH IN MUĞLA**

TURHAN, Ummahan

Master Thesis, Department of Tourism Management

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU

2018, 142 pages

In labor-intensive hotel facilities, it is of great importance that the employee turnover rate is high and costly, organizational socialization status of employed employees and high levels of emotional labor and organizational commitment, competitive enterprises can exist in the sector and sustain their existence. In the hotel business, employees have an important place in terms of the quality of the service provided to the customers and their satisfaction, that the employees who are active in the service sector and face to face with the customers are a determinant factor; and that the hotel facilities can compete and increase the profitability rates. Additionally, that the hotel managers who want to take competitive advantage provide organizational socialization of the employees and increase their loyalty to the organization through emotional labor situations are some of the useful factors.

The aim of this study is to reveal the effects of organizational socialization on emotional labor and organizational commitment in hotel enterprises in Muğla. On the other hand, determining the levels of organizational socialization, emotional labor and organizational commitment of employees working in hotel establishments are the other purposes of this research. The study was carried out with a questionnaire in which 400 employees working in hotel establishments in Muğla in June, July and August of 2017 participated. After analyzing the data obtained from the survey,

arithmetic mean and standard deviation values were calculated and factor analysis was used to group the data.

As a result of the research, it has been found out that the organizational socialization of the employees in the hotel business consists of three dimensions: “education and future expectation”, “understanding” and “support of colleagues”, while organizational commitment of the employees is composed of “emotional connection”, “continual connection” and “normative connection” dimensions. The employees working at hotels are found to have “high” level of organizational socialization, whereas their emotional labor and organizational commitment is at “medium” level. According to the correlation analysis conducted, there is a positive and meaningful relation between organizational socialization, emotional labor and organizational commitment at hotel facilities.

Key-Words: Socialization, Organizational Socialization, Emotional Labor, Organizational Commitment, Muğla.

ÖNSÖZ

Otel işletmelerinde; işlerin aksamadan yürütülmesinde, ürün ve hizmetin müşterilere sunulurken müşteri memnuniyetinin sağlanmasında ve yıkıcı rekabette işletmenin varlığını sürdürmesinde otel çalışanlarının önemli bir rolü bulunmaktadır. Otel işletmeleri tarafından sunulan ürün ve hizmetin kalitesi, işletmenin tekrar tercih edilebilir olması; müşteri memnuniyeti ve işgörenin işiyle ilgili göstermiş olduğu çabalarıyla belirleyici olabilmektedir. Bu bakımdan işgörenlerin müşteri memnuniyetini sağlayabilmesi ve otel işletmelerinin de varlığını sürdürebilmesi için işgörenlerin başarılı bir örgütsel sosyalizasyon sürecinden geçmeleri; başarılı bir duygusal emek sergilemeleri ve örgütsel bağlılık düzeylerinin ise yüksek olması son derece önemlidir.

Yapılan bu araştırmanın hazırlanması ve araştırma deseninin geliştirilme sürecinde oldukça titiz davranılmaya özen gösterilmiştir. Bununla birlikte araştırma konusunun Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan işgörenler üzerinde uygulanması ve bu bölgede daha önce bu amaçla yapılmış herhangi bir araştırmanın olmaması, konu seçiminde dikkat edilen durumlar olmuştur.

Yüksek lisans eğitimim sürecince gerek ders dönemimde gerekse tez dönemimde her türlü anlayış, sabır ve desteği göstererek bana yol gösteren, yardımlarını benden esirgemeyen ve bu süreçte bana büyük katkılar sağlayan danışmanım Sayın Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU'na teşekkür ederim. Ayrıca yüksek lisans eğitimim süresince bilgi ve tecrübelerinden fazlasıyla yararlanma fırsatı bulduğum saygıdeğer hocalarım Doç. Dr. Atınç OLCAY'a ve Dr. Öğr. Üyesi Yusuf BOZGEYİK'e saygı ve şükranlarımı sunarım.

Öte yandan tezimin tamamlanma sürecinde yardımlarını benden esirgemeyen, fikir alışverişinde bulunduğum ve manevi olarak bana destek veren başta Ebru SÖNMEZ ve Güler Büşra KARAÖMER'e ve tüm yüksek lisans arkadaşlarımla saygıdeğer hocam Eftal SALMAN'a ve üzerimde emeği olan tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Son olarak bu günlere gelmemi sağlayan, maddi ve manevi desteklerini her zaman benden esirgemeyen sevgili aileme sonsuz teŖekkür ederim.

Ummahan TURHAN
2018



İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
ÖN SÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xv
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
1.1.GİRİŞ	1
İKİNCİ BÖLÜM	4
2. LİTERATÜR BİLGİSİ.....	4
2.1. DUYGU, DUYGUSAL EMEK VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMLARININ TANIMI VE KAPSAMI.....	4
2.1.1. Duygu Kavramı İle İlgili Bilgiler	4
2.1.1.1. Duygu Kavramının Tanımı	4
2.1.1.2. Duygu Kavramının Önemi	6
2.1.1.3. Duygu Kavramı Üzerine Geliştirilen Kuramlar.....	6
2.1.2. Duygusal Emek Kavramı İle İlgili Bilgiler	8
2.1.2.1. Duygusal Emek Kavramının Tanımı	8
2.1.2.2. Duygusal Emegin Önemi	10
2.1.2.3. Duygusal Emek Kavramını Etkileyen Faktörler	11
2.1.2.3.1. Durumsal Faktörler	12

2.1.2.3.2. Örgütsel Faktörler	12
2.1.2.3.3. Bireysel Faktörler	13
2.1.2.4. Duygusal Emegi Oluşturan Boyutlar	14
2.1.2.4.1. Yüzeysel Davranış Boyutu	14
2.1.2.4.2. Samimi Davranış Boyutu.....	15
2.1.2.4.3. Derin Davranış Boyutu	15
2.1.2.5. Duygusal Emek Üzerine Geliştirilen Kuramlar	16
2.1.2.5.1. Hochschild'in Kuramı	16
2.1.2.5.2. Ashforth ve Humphery'in Kuramı.....	17
2.1.2.5.3. Morris ve Feldman Tarafından Geliştirilen Duygusal Emek Kuramı.....	17
2.1.2.5.4. Grandey Tarafından Geliştirilen Duygusal Emek Kuramı	18
2.1.2.6. Duygusal Emegin Sonuçları.....	19
2.1.3. Örgütsel Bağlılık Kavramı İle İlgili Bilgiler	20
2.1.3.1. Örgütsel Bağlılık Kavramının Tanımı	20
2.1.3.2. Örgütsel Bağlılık Kavramının Tarihsel Gelişimi	22
2.1.3.3. Örgütsel Bağlılığın Örgütler Açısından Önemi	25
2.1.3.4. Örgütsel Bağlılığının Boyutları.....	26
2.1.3.4.1. Uyum Boyutu.....	26
2.1.3.4.2. Özdeşleşme Boyutu	26
2.1.3.4.3. İçselleştirme Boyutu	27
2.1.3.5. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler	27
2.1.3.6. Örgütsel Bağlılığın Düzeyleri	30
2.1.3.6.1. Düşük Örgütsel Bağlılık Düzeyi.....	30
2.1.3.6.2. Orta (İlımlı) Örgütsel Bağlılık Düzeyi	30
2.1.3.6.3. Yüksek Örgütsel Bağlılık Düzeyi.....	31

2.1.3.7. Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Önemi	31
2.2. SOSYALİZASYON VE ÖRGÜTSEL SOSYALİZASYON KAVRAMLARININ TANIMI VE İÇERİĞİ.....	33
2.2.1. Sosyalizasyon Kavramı İle İlgili Bilgiler	33
2.2.1.1. Sosyalizasyon Kavramının Tanımı	33
2.2.1.2. Sosyalizasyonu Etkileyen Unsurlar.....	34
2.2.1.3. Sosyalizasyonun Türleri.....	36
2.2.1.3.1. Siyasal Sosyalizasyon	36
2.2.1.3.2. Muhafazakâr Sosyalizasyon	36
2.2.1.3.3. Mesleki Sosyalizasyon.....	37
2.2.1.3.4. Ekonomik Sosyalizasyon.....	37
2.2.1.4. Temel Sosyalizasyon Kuramları	37
2.2.2. Örgütsel Sosyalizasyon Kavramı İle İlgili Bilgiler	39
2.2.2.1. Örgütsel Sosyalizasyon Kavramının Tanımı	39
2.2.2.2. Örgütsel Sosyalizasyonun Amacı	41
2.2.2.3. Örgütsel Sosyalizasyonun Önemi	42
2.2.2.4. Örgütsel Sosyalizasyonun Özellikleri	43
2.2.2.5. Örgütsel Sosyalizasyon Aşamaları.....	45
2.2.2.5.1. Ön Sosyalizasyon Aşaması.....	45
2.2.2.5.2. Karşılaşma Aşaması.....	45
2.2.2.5.3. Değişim ve Kazanma Aşaması	46
2.2.2.6. Örgütsel Sosyalizasyonun Belirtileri	46
2.2.2.6.1. Örgütsel Sosyalizasyon ve Motivasyon.....	47
2.2.2.6.2. Örgütsel Sosyalizasyon ve İş Doyumu	47
2.2.2.6.3. Örgütsel Sosyalizasyon ve Örgütsel Bağlılık	48
2.2.2.7. Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütler Açısından Sonuçları	48
2.3. ÖNCEKİ ARAŞTIRMALAR	49

2.3.1. Duygusal Emek İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Önceki Araştırmalar	49
2.3.2. Duygusal Emek İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Önceki Araştırmalar.....	55
2.3.3. Örgütsel Bağlılık İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Önceki Araştırmalar.....	56
2.3.4. Örgütsel Bağlılık İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Önceki Araştırmalar.....	60
2.3.5. Örgütsel Sosyalleşme İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Önceki Araştırmalar.....	62
2.3.6. Örgütsel Sosyalleşme İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Önceki Araştırmalar.....	67
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	70
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	70
3.1. Araştırmanın Problemi.....	70
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	72
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme	73
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları	75
3.5. Verilerin Toplanma Tekniği ve Analizi	76
3.6. Araştırma Ölçümünün Güvenirliliği	78
3.7. Araştırmanın Hipotezleri.....	79
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	81
4. BULGULAR	81
4.1. İşgörenlerin Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular	81
4.2. Örgütsel Sosyalleşme Değişkenine Yönelik Bulgular	83
4.2.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalleşmeyi Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular	83
4.2.2. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Sosyalleşme Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular	85
4.3. Duygusal Emek Değişkenine Yönelik Bulgular	87
4.3.1. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular	88

4.3.2. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Duygusal Emek Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular	90
4.4. Örgütsel Bağlılık Değişkenine Yönelik Bulgular	92
4.4.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığı Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular	93
4.4.2. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular	94
4.5. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyon, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	96
4.6. Otel İşletmelerinde Değişkenlerin Birbirlerine Olan Etkisine Yönelik Bulgular.....	98
4.6.1. Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları.....	99
4.6.1.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Olan Etkisine Yönelik Bulgular.....	100
4.6.1.2. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular.....	101
4.6.2. Duygusal Emek ve Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları.....	103
4.6.2.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Duygusal Emeğe Olan Etkisine Yönelik Bulgular.....	104
4.6.2.2. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisine Yönelik Bulgular.....	105
4.6.3. Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları.....	107
4.6.3.1. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular	108
4.6.3.2. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisine Yönelik Bulgular	109
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	112
5. SONUÇ VE TARTIŞMA.....	112
KAYNAKÇA	122
EKLER.....	140
Ek.1. ANKET FORMU	140

ÖZGEÇMİŞ.....142
VITAE.....142



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Örgütsel Bağlılık İle İlgili Yapılan Çalışmalar	23
Tablo 3.1. Evren Büyüklüklerine Karşılık Gelen Örneklem Büyüklükleri.....	75
Tablo 3.2. Aritmetik Ortalamaların İsabet Ettiği Seçeneklerin Aralık Değerlerine Göre Dağılımı.....	77
Tablo 3.3. Uygulama Ölçümlerinin Güvenilirlik ve Faktör Analizi Yapılmaya Uygunluk Düzeyine Yönelik Sonuçlar	78
Tablo 4.1. İşgörenlerin Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular....	82
Tablo 4.2. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalleşmeyi Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular ..	84
Tablo 4.3. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Sosyalleşme Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular	87
Tablo 4.4. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular ..	89
Tablo 4.5. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Duygusal Emek Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular	92
Tablo 4.6. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığı Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular	93
Tablo 4.7. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular	96
Tablo 4.8. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalleşme, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.....	98
Tablo 4.9. Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalleşmeye Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları.....	100
Tablo 4.10. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalleşmenin Duygusal Emek Olan Etkisine Yönelik Bulgular	101

Tablo 4.11. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalyasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular	102
Tablo 4.12. Duygusal Emek ve Örgütsel Sosyalyasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları	104
Tablo 4.13. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Duygusal Emeğe Olan Etkisine Yönelik Bulgular	105
Tablo 4.14. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalyasyona Olan Etkisine Yönelik Bulgular	106
Tablo 4.15. Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sosyalyasyonun Duygusal Emeğe Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları	108
Tablo 4.16. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular	109
Tablo 4.17. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Sosyalyasyona Olan Etkisine Yönelik Bulgular	110
Tablo 4.18. Araştırmanın Hipotezlerinin Sonuçları.....	111

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyon, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki	97
Şekil 4.2. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Etkisi.....	99
Şekil 4.3. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Olan Etkisi	100
Şekil 4.4. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi	102
Şekil 4.5. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek ve Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi	103
Şekil 4.6. Otel Örgütsel Bağlılığın Duygusal Emeğe Olan Etkisi	104
Şekil 4.7. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisi	106
Şekil 4.8. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Etkisi	107
Şekil 4.9. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Bağlılığa Etkisi	108
Şekil 4.10. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisi.....	110

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1.GİRİŞ

Turizm sektörü, en hızlı gelişen sektörlerden biri olma özelliği taşıyan ve gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından yoğun ilgiye sahip olan bir sektördür (Yıldız, 2011: 54). Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm işletmelerinin turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi ve sektörde hizmet vermeye devam edebilmesi için müşterilerine kaliteli bir hizmet sunumu ile müşteri memnuniyeti sağlaması gerekmektedir (Yıldırım vd., 2016: 446). Turizm işletmelerinde insan ilişkilerinin ön planda olması; turizm işletmelerini değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılayarak müşterilerini memnun etme çabalarını arttırmalarını ve rakiplerinden önde olmalarını bir zorunluluk haline getirmektedir (Öztürk ve Kenzhebayeva, 2013: 36). Turizm sektörünün emek-yoğun özellik taşıması ve sektördeki rekabetin istihdam edilen işgücü kalitesine odaklanması; müşteri memnuniyetini sağlamaya daha çok önem verilmesine ve turizm sektöründe hizmet veren otel işletmelerini, hizmetin sağlanmasında temel unsur olan işgörenler ile rekabet avantajı sağlamaya yöneltmektedir (Kılıç, 2014: 420).

Turizm işletmelerinde hizmet kalitesini arttırmada ve müşteri memnuniyetini sağlamada otel işletmelerinde en önemli hizmet üretim aracı olarak görülen işgörenlerin, tutum ve davranışları, müşteriler ile olan iletişimlerinde büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda özellikle hizmet sunumunu gerçekleştiren, müşterilerle birebir etkileşimde ve ön planda olan işgörelere büyük sorumluluklar düşmektedir (Keskin, 2013). İşgören performansı, otel işletmeleri için hizmet kalitesini önemli derecede etkileyebilen unsur olarak değerlendirildiğinden, işgören performansını artırma ve iş tatmini sağlama yöneticiler açısından önemlidir (Öztürk ve Seyhan, 2005:128-129).

Hizmet üreten otel işletmelerinin müşteri memnuniyetini sağlaması, işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamasının yanı sıra kârlılığını artırmaktadır. Otel işletmelerinin faaliyetlerini sürdürebilmesi için müşterileri ile uzun dönemli ilişkiler kurması ve değişen müşteri ihtiyaçlarını karşılaması, müşterilerin işletmeye olan bağlılıklarını arttırmada önemli bir yere sahiptir (Şirin ve Aksu, 2016: 531-532). Dolayısıyla hizmet üreten otel işletmelerinde tatmin, hizmet üretilirken ortaya çıktığından bunun belirleyici unsuru olan işgörenler ve işgörenlerin sunmuş oldukları hizmetin kalitesi müşteri memnuniyeti sağlamada büyük önem arz etmektedir (Kılıç ve Eleren, 2009: 92).

Hizmeti alan ile sunan arasında hizmet kalitesinin hissedildiği düşünüldüğünden işgörenlerden, işletmenin müşterilerine karşı hizmeti sunarken iletişim süresince uygun ve doğru duygular ortaya koyması beklenmektedir. Özellikle hizmet sunan işletmelerde müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi ve hizmetin kaliteli olarak sunulabilmesi için duygusal emek kavramı önemli bir yere sahiptir (Akbaş, 2016: 35). Bununla birlikte otel işletmeleri tarafından çalışanlara gerekli önem ve desteğin verilmesi, iş doyumunun ve örgüte olan bağlılıklarının sağlanmasının öncelikli koşuludur (Öneği, 2014: 26-27). Ayrıca işgörenlerin işletmeye olan uyumunun sağlanması hem işgörenler hem de işletme açısından olumlu katkıları bulunmaktadır (Çetinkaya, 2016: 42-43). Örgütsel sosyalizasyonun temel amacı; işgörenleri işletmenin etkili bir üyesi haline getirmek ve birey ile örgütün uyumlu olmasını sağlamaktır. İşgörenin işletmede başarılı bir sosyalizasyon süreci yaşaması bireyin işletmeye ve işe olan bağlılığını, uyumunu ve işyerindeki başarısını da artırmaktadır (Sökmen, 2007: 171).

Bu kapsamda yapılan bu araştırma, otel işletmeleri için önemli kavramlar olan örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık konularına odaklanmaktadır. Söz konusu araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm araştırmanın girişi niteliğinde olup bu bölümde araştırmanın kısımlarına yönelik ön bilgilere yer verilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde, literatür bilgisinin ilk alt başlığını oluşturan; duygu, duygusal emek ve örgütsel bağlılık kavramlarının tanım ve içeriğine yer verilmiştir. Bu bölümde duygusal emeğin önemi, duygusal emeği etkileyen faktörler ve duygusal emek üzerine geliştirilen kuramlar gibi konular ile örgütsel bağlılık kavramının tarihsel gelişimi, örgütler açısından önemi, örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler gibi konular açıklanmıştır. Bu bölümün ikinci alt

başlığında ise sosyalizasyon ve örgütsel sosyalizasyon kavramlarının tanım ve içeriği yer almaktadır. Bu bölümde, sosyalizasyonu etkileyen unsurlar, sosyalizasyonu oluşturan boyutlar ve temel sosyalizasyon kuramları gibi konular ile örgütsel sosyalizasyonun önemi, özellikleri ve örgütsel sosyalizasyonun örgütler açısından sonuçları gibi konular açıklanmıştır. Ayrıca “literatür bilgisi” başlığı altında yer alan üçüncü başlık ile önceki araştırmalara yer verilerek bu araştırmaların bulguları ortaya konulmuştur. Araştırmanın üçüncü bölümünü yöntem kısmı oluşturmaktadır. Bu bölümde araştırmanın yöntemi hakkında detaylı bilgilere yer verilerek araştırmanın problemi, amacı ve önemi ile araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırma verilerinin elde edilme süreci, araştırmanın sınırlılık ve varsayımları açıklanmıştır. Araştırmanın dördüncü bölümünde, elde edilen bulguların analizlerine yer verilmiştir. Araştırmanın beşinci ve son bölümü ise sonuç ve tartışma olup bu bölümde elde edilen bulgular ışığında otel işletmelerinin sahip ve yöneticilerine araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar göz önüne alınarak çeşitli öneriler sunulmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM

2. LİTERATÜR BİLGİSİ

Araştırmanın bu bölümünde duygu, duygusal emek, örgütsel bağlılık, sosyalizasyon ve örgütsel sosyalizasyon kavramları, ilgili alanda yapılan araştırmalardan yararlanılarak detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca bu bölümde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık üzerine ilgili alanda yapılan önceki araştırmalar ile bu araştırmaların bulgularına yer verilmiştir.

2.1. DUYGU, DUYGUSAL EMEK VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMLARININ TANIMI VE KAPSAMI

Araştırmanın bu bölümünde duygu, duygusal emek kavramının tanımı ve içeriğiyle, örgütsel bağlılık kavramının tanımı, özellikleri ve önemi incelenmiştir. Öte yandan bu bölümde incelenen diğer konular ise örgütsel bağlılığı oluşturan boyutlar, örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler, örgütsel bağlılığın düzeyleri ve konaklama işletmelerinde örgütsel bağlılık ve önemi şeklinde ele alınmıştır.

2.1.1. Duygu Kavramı İle İlgili Bilgiler

Araştırmanın bu bölümünde ilgili konuların kavramsal ve kuramsal gelişimlerine yönelik bilgilere yer verilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle duygu ve duygusal emek konuları ele alınmış, sonrasında ise örgütsel bağlılık kavramı ile ilgili konular açıklanmıştır.

2.1.1.1. Duygu Kavramının Tanımı

Duygu kavramı Latince’de hareket etme anlamına gelen “movere” kelimesinden gelmektedir. Movere kelimesine “e” ön eki eklendiğinde ise öteye hareket etmek manası elde edilmektedir. Duygu kavramı Oxford Sözlüğünde (2017) “his, zihin çalkantısı, herhangi bir tutku, uyarılmış veya zihinsel bir durum” olarak tanımlanmaktadır (Cezmi Savaş, 2012: 13). Türk Dil Kurumu (2017)’nin tanımına göre ise duygu; “herhangi bir nesne, durum ya da kişilerin, insanın iç dünyasında

uyandırdığı ve etkilenmelerine sebep olduğu birtakım izlenimlerdir” (Özgün, 2015: 3-4).

Duygu, bireyin biliş ve davranışlarını etkileyerek, bireyin bir uyarıcı tarafından uyarılması durumunda bilişsel süreçler tarafından değerlendirilen ve uyumsal işlevlere sahip temel bir faktördür (Er vd., 2008: 2). Duygular, bireyin iç ve dış çevresinden gelen uyarılarla hoşlanıtı, mutluluk, haz, korku, endişe, nefret gibi bilinci etkileyen, bilme ile bilinçli irade durumlarını fark etmesi ile birbirinden ayırmasını sağlayan durumdur. Kısaca duygu; bir uyarıcı karşısında, kişide içsel olarak belirip davranışsal olarak ortaya çıkan yapılandırılmış hislerdir (Akçay ve Çoruk, 2012: 4).

Watson ve Clark'ın 1994 yılında yaptığı tanıma göre duygu; bireyin ihtiyaçları, hedefleri doğrultusunda yaşamını devam ettirmesi ve çevresine adapte olabilmesi için sahip olduğu, bir eylem veya durum karşısında gösterdiği kısa süreli tepkilerdir (Özbayrak, 2006: 13). Aristoteles ise duyguları; bireyin keyifli veya keyifsiz olduğu anlarda, kişinin algıları ya da varsayımları ile birlikte ortaya çıkan, istek uyandıran ve bilincin fonksiyonlarıyla beraber harekete geçen durum olarak ifade etmektedir (Maboçoğlu, 2006: 23). Daniel Goleman (1998), bireyin öğrenme gücünü tetikleyerek öğrenmesine imkân sağlayan, merak uyandırıcı sorular sorarak bilinmeyenleri bilmeye ve araştırmaya yönlendiren, öğrendiği şeyleri de yaşantısına aktaran böylece davranış olarak ortaya çıkmış olan bütün özellikleri duygu olarak tanımlamaktadır (Yan, 2008: 8). Cooper ve Sawaf (1999) duyguların, kişinin içinde barındırmış olduğu değerlerinin yükselmesi ile kişinin harekete geçmesini sağlayan ve davranışlarını şekillendiren, enerjilerin dışa doğru yayılması ile diğer kişileri etkilediği görüşündedir (Ural, 2001: 210).

Duygular, zihnin basit veya karmaşık olarak değerlendirme sürecinde, bu değerlendirme sürecine yönelik olarak verilen, bir beden durumuyla sonuçlanan ancak beyine yönelik de ek zihinsel değişiklik ve değişimlerin olduğu, bireyi yönlendirici tepkilerdir (Konakay, 2010: 4). Duygu kavramı, his ve ruh hâli gibi kavramları da kapsamakta olup bu kavram kişiye veya nesneye karşı yöneltilen yoğun hislerdir. Ruh hali, bireylerde duygulardan daha az bir yoğunluğa sahiptir ve kişiye direkt bir uyarıda bulunmamaktadır (Çakar ve Arbak, 2004: 27).

2.1.1.2. Duygu Kavramının Önemi

Duygular, insanı diğer canlılardan ayıran özelliklerden biri olarak kişinin, mutluluk, üzüntü, korku, endişe, nefret gibi hisleriyle ya da insanın bilincini etkileyen bilme ve bilinçli irade ile hareket etme durumlarını birbirinden ayırt etmesini sağlayarak, kişinin çevresinde meydana gelen olayları, düşünce ve algıları ile yorumlamasında etkin bir rol oynamaktadır. Duygular, kişinin düşünce ve davranış şekillerine göre rehberlik görevi üstlenerek, kişinin davranışlarını motive edip iletişimde bulunduğu çevresi ile etkileşim kurma şeklini etkilemesi açısından insan hayatında önemli bir yere sahiptir ve kişilere yaşamları sürecinde eşlik etmektedir (Argon, 2015: 378).

Sosyal bir varlık olan insanın diğer insanlarla sağlıklı bir iletişim kurabilmesi, kendini ifade edebilmesi, fikirlerini, düşüncelerini ve mesajlarını karşı tarafa doğru ve tam bir şekilde iletebilmesi açısından duygu kavramı insan hayatında büyük bir öneme sahiptir. Kişinin içinde bulunduğu, o an ki ruh halini yansıtan ve en önemli deneyimlerinden biri olan duygu kavramı, kişilerin hayatlarında kişisel olarak karar verme gibi hayati tercihlerinde de etkili olup, kişiler arası etkileşimli iletişimde ve kişinin ruh sağlığında önemli bir yere sahiptir (Şengül ve Demirel, 2016: 117-118).

Duygular, insanın sosyal yaşamında etkili olduğu gibi çalışma yaşamında da etkilidir. İnsanların davranışlarına yön veren duygu kavramı kişilerin iş yerlerindeki davranışlarına da yön vererek kişinin iş yerindeki ilişkilerinden ve iletişiminden, iş yeri ve işini sevmeye, yaptığı işten zevk alıp almamasına kadar bütün bu süreçleri etkileyen önemli bir yere sahiptir (Türkay, Ünal ve Taşar, 2011: 202).

2.1.1.3. Duygu Kavramı Üzerine Geliştirilen Kuramlar

Duygu kavramı üzerine geliştirilen ve duygu kavramlarının oluşum kaynağını inceleyen dört kuram bulunmaktadır. Duygu kavramı üzerine geliştirilen bu kuramlardan ilki James-Lange Kuramı'dır. James-Lange Kuramı'nda kişinin çevresindeki uyarıcılar, kişide bedensel tepkilerin harekete geçmesine neden olmaktadır. Başka bir ifade ile duygular, çevrede meydana gelen değişmelerin, organizma aracılığı ile algılanması sonucu ortaya çıkmaktadır. Kişinin çevresinde meydana gelen korku veya öfke oluşturan bir durum, kişinin fizyolojik tepki vermesine yol açmaktadır. Kişinin bu gibi durumlarda bedensel olarak vereceği tepkiler genel olarak; kalp ritminin hızlanması, gözbebeklerinin büyümesi, terleme,

sık ve hızlı bir nefes alıp verme şeklinde olmaktadır. Kişi verdiği bu bedensel tepkilerin farkına varması ile birlikte korku veya öfke duygusu ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte duygulara göre kişilerin verdiği bedensel tepkiler de farklılaşabilmektedir. James-Lange Kuramı'na göre davranışlar, duygulardan önce gelmektedir ve duyguların ortaya çıkmasında etkilidir. Başka bir ifade ile bu kuramda, kişilerin davranışlarının sonucunda duygular ortaya çıkmaktadır (Özmen, 2006: 44).

Duygu kavramı üzerine geliştirilen ikinci kuram Cannon-Bard Kuramı'dır. Cannon-Bard Kuramı'na göre kişi fizyolojik değişiklik yaşamadan da duygu yaşayabileceği görüşündedir. Buna örnek olarak felç geçiren kişilerin, bazı fiziksel işlevlerini kaybetmiş ve fizyolojik olarak uyarımlarının az olmasına karşın duygu yaşayabildikleri gözlemlenmiştir. Bu kurama göre duygular, hem bedensel değişimlerden hem de beynin bilgiyi işleme sürecinden aynı ölçüde etkilenmektedir. Dolayısıyla James-Lange Kuramı duyguların, davranışlardan önce meydana geldiği görüşünde iken, Cannon-Bard Kuramı ise hem duyguların hem de davranışların aynı anda meydana geldiği görüşündedir (Er, 2006: 23-24).

Duygu kavramlarının oluşum kaynağını inceleyen kuramlardan bir diğeri Bilişsel Kuram'dır. Bilişsel Kuram, öncüleri olan Schacter ve Singer'ın, James-Lange ve Canon-Bard Kuramları'na karşılık alternatif olarak görüşlerini ifade ettikleri bir kuramdır. Bu kurama göre bedensel olarak verilen tepkiler önemli görülürken, bilişsel olarak yorumlama ve değerlendirmelerin de duygudan duyguya göre değişebileceği savunulmaktadır. Dolayısıyla bedensel olan tepkiler ve işaretler aynı kalsa dahi duyguların deneyiminde değişikliklerin olması ve ortaya çıkması olası bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bilişsel Kuram'da kişi, duyguyu yaşamadan evvel, fiziksel olarak uyarılması etrafında bulunan uyarıcılar aracılığı ile anlamlı bir duygu tanımlamasının ardından duyguyu hissetmektedir. Bu bağlamda kişinin yaşadığı veya hissettiği duygular, kişinin içinde bulunduğu alana göre farklılık gösterebilmektedir. Bilişsel Kuram, duyguların ortaya çıkma sürecine değil, duyguların oluşmasında ve ortaya çıkmasındaki çevresel faktörlere odaklanmaktadır (Keleş, 2014: 45-46).

James-Lange, Cannon-Bard ve Bilişsel Kuram, duyguların neden kaynaklandığını ele alırken duygu kavramı üzerine geliştirilen kuramların

dördüncüsü olan Sosyo-Biyolojik Kuram, duyguların ne için devam ettiği ile duyguların insan hayatında ne gibi işlevlerinin olduğunu ele almaktadır. Sosyo-Biyolojik Kuram, duyguların görevinin, insan yaşamında kişinin çevresine uyum sağlamak olduğunu savunmakta ve duyguları, insanın yaşamında toplumsal yaşamın getirmiş olduğu bir zorunluluk olarak görmektedir. Söz konusu kurama göre kızgınlık, kişiyi karşı tarafın saldırılarından korurken, neşe ve mutluluk ise kişileri birbirlerine yakınlaştırmaktadır. Dolayısıyla kişisel olan duyguların sürekliliği, toplumsal yaşamın içinde yer aldığı bir göstergesidir (Ayana, 2016: 7-8).

2.1.2. Duygusal Emek Kavramı İle İlgili Bilgiler

Araştırmanın bu bölümünde duygusal emek kavramının tanımı, duygusal emeğin önemi, duygusal emek kavramını etkileyen faktörler ile duygusal emeği oluşturan boyutlar, duygusal emek üzerine geliştirilen kuramlar ve duygusal emeğin sonuçları ile ilgili bilgiler verilmiştir. Bu kapsamda incelenecek ilk konuyu duygusal emek kavramının tanımı oluşturmaktadır.

2.1.2.1. Duygusal Emek Kavramının Tanımı

Duygusal emeğin çıkış noktasına bakıldığında, örgüt yaşamının ve işleyişinin temel taşlarından olan duyguların, hizmeti sunanların duygusal tepkilerinin, hizmeti alanlarda memnuniyeti oluşturacak biçimde düzenlemesine dayanmaktadır. İşgörenlerin birebir iletişim halinde olduğu müşterilere karşı üyesi olduğu örgütün belirlemiş olduğu ölçütleri benimseyerek duygularını yansıtmaları ve bu süreçte doğru duygular ile birlikte doğru duygusal tepkileri de gösterebilmek için çaba harcamaları duygusal emek olarak tanımlanmaktadır (Işık, 2015: 9).

Duygusal emek kavramı 1983 yılında Arlie Hochschild tarafından *The Managed Heart (Yönetilen Kalp)* kitabından esinlenerek ortaya çıkarılmıştır. Hochschild'e göre duygusal emek, çalışanların duygularını düzenleyerek bedensel olarak dışarı vurdukları hareketlerini ve tepkilerini karşı tarafa veya diğer kişilere yansıtmalarıdır. Duygusal emek, zihinsel ve fiziksel emekten farklı olan üçüncü bir emek çeşididir. Bu bağlamda zihinsel emek; çalışanın bilgi ve yeteneklerini gösterirken, fiziksel emek de bir işletmenin amaçlarına ulaşabilmesi için çalışanlarının ortaya koyduğu veya koyması gerektiği çabaları anlatmaktadır. Diğer bir emek türü olan duygusal emek kavramı da bir işletmenin etkili ve verimli

çalışması için çalışanlarında beklediği duyguların var olması ve bunları göstermesidir (Savaş, 2012: 43).

Duygusal emek kavramının ilk olarak Hochschild tarafından tanımlanmasının ardından farklı araştırmacılar tarafından da duygusal emek kavramı çeşitli şekillerde açıklanmıştır. Duygusal emek Ashforth ve Humphrey (1993)'e göre uygun duyguyu gösterme olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre işgörenlerin davranışları altında yatan varsayılan duyguları değil, davranışlarıdır. Bunun nedeni ise doğrudan alıcı kişiler olan müşteriler tarafından direkt gözlemlenen ve bunları doğrudan etkileyen gerçek davranış aslında işgörenden ne gördüğüdür. Dolayısıyla, Ashfort ve Humprey'in tanımı, davranış kavramına vurgu yaparken duygusal emeğin, mutlaka bilinçli çaba gerektirmediğini savunmaktadır (Ashforth ve Humprey, 1993: 90).

Morris ve Feldman (1996)'a göre duygusal emek, işgörenin çalıştığı işletmede iletişimde bulunduğu kişilere, işletmenin kendisinden beklediği hisleri ortaya koyabilmesi için gösterdiği gayret ve kontrol çabaları şeklinde tanımlanmaktadır. Morris ve Feddman (1996), Ashforth ve Humphery (1993)'in yapmış oldukları tanıma daha farklı bir bakış açısı getirerek, duygusal emeğin özellikle gayret kavramı ile birlikte önem kazandığını ve ön plana çıktığını savunmaktadır. Bunun nedeni ise duygusal emeğin ifade edilmesinde çalışanın, işletmenin kendisinden beklediği hisleri ve duyguları sergilerken, bu duygu ve davranışlar gerçek dahi olsa belirli bir gayret göstermek zorunda olmasıdır. Ayrıca kişinin işleri ile alakalı, ifade etmesi ve sergilemesi gereken duyguların fazla olması ve çeşitlilik göstermesi, kişinin daha fazla duygusal emek sarf edeceğinin bir göstergesi olacağı düşünülmektedir (Morris ve Feldman, 1996: 987-1006).

Grandey (2000)'in tanımına göre duygusal emek, çalışanlar için kurum ya da işletmenin kendilerinden beklentiler içermesinin yanı sıra kişinin gerçek duygularından farklı duyguları göstermesi yani duygusal uyumsuzluk durumudur. Diğer bir ifade ile duygusal emek; işgörenin görev aldığı işletmede işi için yapması ve uyması gereken davranışlar için duygusal ifadeyi değiştirmesi, duyguları ön plana çıkarması, bastırması veyahut sahte rol yapmasıdır. Söz konusu yazara göre duygusal emek, çalışanın hem hissettiği hem de sergilediği duyguların işletmenin amaçları doğrultusunda düzenleme süreci olarak ifade edilmektedir. Grandey (2000), duygusal emeğin çeşitli şekillerde tanımlanmasına ve kavramlaştırılmasına rağmen, işletmenin

amaçları doğrultusunda duygular ile birlikte ifadelerinin düzenlenmesi gerektiği unsurunun duygusal emeğin temel yapı taşı oluşturduğunu savunmaktadır (Grandey, 2000: 97).

Kruml ve Geddes (2000)'e göre işletmenin müşterilere kaliteli bir hizmet vermeyi garanti altına almak amacı ile işletme çalışanlarından belirli duyguları hissetmeleri ya da belirli duyguların görünümelerini ortaya koymasını sağlayan faaliyetleri duygusal emek olarak tanımlamaktadır. Başka bir ifade ile duygusal emek; işgörenlerin hissetmek zorunda oldukları ya da en azından işleriyle ilgili konularda, belirli duyguları yansıtmak ve ifade etmek için ortaya koyduğu davranışlardır (Kruml ve Geddes, 2000: 10-15).

Chu (2002)'ya göre duygusal emek işletme çalışanlarının iç hislerinin manipüle edilme derecesidir. Çalışanın müşteriye hizmet verirken kişinin hislerini harekete geçirme derecesi, dışarıya doğru görüntüleme kuralları veya mesleki normlar ile uygun duyguyu göstermek için sahip olduğu davranış kuralları olarak tanımlanmaktadır. Chu, duygusal emek kavramının bu tanımı ile diğer tanımlardan farklı olarak bir kişinin uygun duygusal görüntüyü nasıl ürettiği sürecine vurgu yapmaktadır. Kısaca duygusal emek; kişinin davranış kuralları veya mesleki normları ile uygun davranışları ortaya koyabilmesi için duygu ya da davranışlarını uyum içinde yönetebilme sürecidir (Chu, 2002: 16-27). Diefendorff ve Gosserand (2003) ise duygusal emeği, işletmede hizmet sunan çalışanların örgüt tarafından belirlenen duygusal davranış kurallarına uyabilmesi için çalışanların duygularını ayarlama süreci şeklinde tanımlamışlardır. Söz konusu araştırmacılara göre duygusal emek, çalışma ortamında duyguların yönetilebilmesini zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla çalışanların, duygusal emek çabalarındaki amaçlarının müşterinin duygularını etkilemek ve işletmenin amaçlarına ulaşabilmesinde, çalışanın motivasyonel gösterim gücünün önemine vurgu yapılmaktadır (Diefendorff ve Gosserand, 2003: 945-959).

2.1.2.2. Duygusal Emeğin Önemi

Müşterilere ürün ve hizmet sunan endüstriler içinden, ürün sunan endüstrilere nazaran hizmet sunan endüstriler, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamada daha yüksek düzeyde soyut ilişkilere odaklanmaktadır. Hizmetin, daha çok insan emeğine dayalı bir iş olması hizmeti sunanların, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini

karşılımadaki rolünü arttırmaktadır. Hizmet kavramı, çalışan ve müşteri arasındaki etkileşimli iletişim için sosyal ve ekonomik ilişkilere temel oluşturmaktadır (Çakmakcı ve Öztürk, 2017: 151).

Duygular, doğru davranışları sergileyerek belli bir hizmet kalite kriterlerini karşılamak için örgütün misyon ve kültürüyle tutarlı olması beklendiğinden çalışanın işyerinde de önemli bir rol oynamaktadır. İşletme yöneticileri işgörenlerin müşteriler ile iletişim kurarken sıcak ve samimi duygular sergilemelerini ve böylece olumlu duyguların müşterilere de yansıtılmasını beklemektedir (İrigüler, 2015: 32).

Zapf (2002), duygusal emeğin, hizmeti alan ile hizmeti sunan arasında kalitenin hissedildiğini düşünmektedir. İşgörenlerden, işletmenin müşterilerine hizmet sunum aşamasında doğru duygular ortaya koyması istenmektedir. Özellikle rekabet halinde olan işletmelerde müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi ve hizmetin kaliteli olarak sunulabilmesi hizmet sektöründe önemli bir yere sahiptir. İşletmelerin hem müşteri memnuniyetini sağlayabilmesi hem de hizmetin kaliteli olarak gerçekleştirilebilmesi için iki taraf arasındaki iletişiminin nitelikli olmasını zorunlu kılmaktadır (Akbaş, 2016: 35).

Günümüzde rekabet halinde olan işletme çalışanlarının, hizmet sunumunda ortaya koydukları duygu gösterimleri işletmeler açısından önem kazanmaktadır. İşletmeler, çalışanlarının duygularına işletme amaçları için yön verip beklenti içerisinde bir edinim sağlayarak duygulardan ekonomik bir değer elde etmektedir. Çalışanlar ise işletmelerin bu beklentisini, hizmet sundukları süre boyunca kendilerinden istenilen ve işi gereği duygu gösteriminde bulunarak karşılık vermektedir. Dolayısıyla hizmet sektöründe çalışan işgörenlerin bedensel ve zihinsel olarak sergiledikleri performansları ile birlikte duygusal çaba sarf etmelerinin doğrudan işletmenin etkinliğini ve verimliliğini arttırması durumu göz önünde bulundurulduğunda, duygusal emeğin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (Beğenirbaş ve Meydan, 2012).

2.1.2.3. Duygusal Emek Kavramını Etkileyen Faktörler

Duygusal emek kavramını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Duygusal emeği etkileyen faktörler durumsal faktörler (müşterilerle etkileşimin süresi, müşteri yoğunluğu, müşterilere gösterilen duyguların çeşitliliği), örgütsel faktörler (duygusal davranış kuralları, otonomi, sosyal destek) ve bireysel faktörler (cinsiyet, yaş, iş

deneyimi, duygulanım) olmak üzere üç grup altında toplamak mümkündür (Özgün, 2015: 34). Bu kapsamda incelenecek ilk faktörü durumsal faktörler oluşturmaktadır.

2.1.2.3.1. Durumsal Faktörler

Müşterilerle etkileşimin süresi; işgörenlerin hizmeti alanlarla sarf ettiği zamanı ifade eden ve meslek gruplarına göre işgörenlerle hizmeti alanlar arasında bu etkileşim sürelerinde farklılıkların görüldüğü durumdur. İşletmelerde müşteri yoğunluğu; işgörenlerin çalışma ortamlarında duygularını göstermelerini etkileyen bir unsurdur. Müşterilere gösterilen duyguların çeşitliliği işgörenlerden gösterilmesi beklenen duyguların gerekli durumlarda birden fazla duygu sergilemesine neden olmakta ve bu husus da duygusal emek yoğunluğunun derecesini arttırmaktadır (Genç, 2013: 23-24).

2.1.2.3.2. Örgütsel Faktörler

Duygusal emeği etkileyen örgütsel faktörlerden biri olan duygusal davranış kuralları; iş ortamında duyguların uygun gösteriminin standartları şeklinde tanımlanmakta olup, bu husus işgörenin performansından beklenen, duyguları gizleme ve gösterme derecesini ifade etmektedir. Duygusal davranış kuralları, müşteri hizmetlerinde işgörenlerin olumlu ve uygun duygular göstermelerini amaçlamakta ve sürekli olarak işgörenlerin duygusal görünümünü düzenleme ihtiyacını artırmaktadır (Saltık ve Asunakutlu, 2017: 3).

Örgütsel faktörlerden bir diğeri olan otonomi (iş özerkliği) ise işgörenin işinin gerektirmiş olduğu görevleri yerine getirirken ne ölçüde bağımsız ve özgür davranabildiğini, işini planlama ve kullanacağı yöntemleri seçme ve belirleme konusunda ne derecede özgür olduğunu ifade etmektedir. Otonomi, işgörelere işletmenin davranış kurallarını kendilerine özgü uyarlayabilme yetkisi sağlamakta olup bu unsur duygusal emek gösteriminde karşı tarafa sergileyecekleri duygular için oldukça etkili olmaktadır (Yılmaz, 2014: 31). Öte yandan işgörenin, sorunlarını başkaları ile paylaşması ve sorunun çözümü için çevresinden aldığı, duygusal emeği etkileyen örgütsel faktörlerden sosyal destek ise işgörenin iş ortamında daha başarılı, verimli ve aktif olmasına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla bu durum işgörenin sorunlarla, bireysel olarak mücadele etmek mecburiyetinde kalmaması ve bunu tek başına yapacakken harcayacağı zaman ve enerjiyi, kendini ve yeteneklerini geliştirmede kullanabilmesi açısından olumlu bir katkı sağlamaktadır. Bu açıdan

sosyal destek kapsamında, işgörenlerin çalışma hayatlarında, deneyim ve tecrübesi olan diğer kişilerden destek almaları, bazı olumsuz durumları önlemede ya da olumsuz durumların etkilerini hafifletmede yarar sağlayacağı ifade edilmektedir (Oğuz, 2016: 27-28).

2.1.2.3.3. Bireysel Faktörler

Duygusal emeği etkileyen bireysel faktörlerden cinsiyet faktörü, kadın ve erkek arasındaki gerek fiziksel farklılıkları, gerekse özel yaşam ve sosyal alanlarda üstlendikleri roller bakımından duygusal emek gösterimi gereken işlerde kadınlar ve erkekler için farklı duygusal görevler üstlenmelerini açıklamaktadır. Kadınlar daha çok nazik işlerde çalışmaya meyilli iken, erkekler korku ve endişe ile baş etmeyi gerektiren işlerde çalışmaya eğilimlidirler. Bu durum ise cinsiyet faktörünün, kadın ve erkekler için farklı alanlarda duygusal emek harcamalarına ve sergilemelerine neden olmaktadır (Kaya, 2014: 22-23).

İşgörenlerin duygusal emek davranışlarında etkili olan diğer bir faktör yaş faktördür. Yaşı daha büyük olan işgörenlerin daha fazla duygusal hatıraya sahip olması nedeniyle duygularını sergilemesi gerektiği durumlarda hatıraların çağrışımı ile duygularına daha kolay yön verebilmesi açısından daha avantajlı bir duruma sahiptir. Öte yandan bu durum ise yaşı daha büyük olan işgörenlerin, daha fazla duygusal çaba sarf etmesi ve daha çok duygusal çelişki yaşamak zorunda kalmasına neden olmaktadır. Bu durum ise duygusal emeği etkileyen faktörlerden birisi olan yaşın önemini ortaya koymaktadır (Ulutaş, 2015: 30).

Duygusal emeği etkileyen bireysel faktörlerden bir diğeri iş deneyimidir. İş deneyimi, işletmede uzun süre görev alan işgörenlerin, görev süresi az olan ya da daha az tecrübeye sahip olanlara göre daha az duygusal çabaya yatkınlık gösterdikleri ifade edilmektedir. Dolayısıyla işletmelerde uzun süre kadrolu çalışan işgörenler, daha fazla duygusal çelişki yaşamaktadır. İşgörenlerin uzun süre görev aldıkları iş yerleri ve işleri ile ilgili bilgiye ve söz hakkına sahip olmaları otonominin (iş özerkliği) duygusal emeği açıklayan belirleyici bir faktörü olarak tanımlanmaktadır (Demirel, 2015: 18).

Bireysel faktörlerin sonucusu olan duygulanım faktörü ise; işgörenlerin sürekli olarak içinde yaşadıkları ruhsal durumu ifade eden, genel olarak karşı tarafa belirli duyguların etkisi ile tepki gösterme eğiliminde olma durumu olarak

açıklanmaktadır. Duygulanım faktörünün, olumlu duygulanım ve olumsuz duygulanım olmak üzere iki çeşidi vardır. Olumlu duygulanım; hayata olumlu bir bakış açısıyla bakan kişinin canlı, atik ve hevesli davranışlarla kendini ifade etmesi olarak ifade edilirken, olumsuz duygulanım ise kişinin olumsuz bir bakış açısı ile öfke, tükenmişlik ya da endişe halinde olma durumunu ifade etmektedir. İşgörenin genel ruh halinin, çaba sarf edeceği duygusal emek ve bunun gösterim şekli ile oluşturacağı etkilerin belirleyici olması, olumlu veya olumsuz duygulanımın duygusal emek açısından önemini ortaya koymaktadır (Köksel, 2009: 19-20).

2.1.2.4. Duygusal Emegi Oluşturan Boyutlar

Çalışmanın bu bölümünde duygusal emegi oluşturan boyutlar hakkında bilgi verilmiştir. Duygusal emegi oluşturan boyutlar; yüzeysel davranış boyutu, samimi davranış boyutu ve derin davranış boyutu olmak üzere üç başlık altında açıklanmıştır.

2.1.2.4.1. Yüzeysel Davranış Boyutu

Duygusal emegi oluşturan boyutlardan ilki olan yüzeysel davranış boyutu, işgörenlerin gerçek duygularını ve hislerini değiştirmeksizin, duygu gösterimlerini kontrollü bir şekilde ortaya koyarak; işletmenin kendilerinden beklentileri doğrultusunda uyumlu bir davranış şekli göstermeleri olarak tanımlanmaktadır. İşgörenler yüzeysel davranış boyutunda, sergilemek mecburiyetinde olduğu davranışa odaklanarak gerçek olan duygularını dışarıya belli etmemeye çalışmaktadır. Yüzeysel davranış boyutu ile işgörenin gerçek duygularını değil sadece davranışlarını değiştirmek durumunda olduğu, bunu işletmenin belirlemiş olduğu kurallara uyarak işini koruma ve garanti altına alma amacı ile yaptığı görülmektedir (Tunç, 2012: 52-53).

Yüzeysel davranışın iş ortamında olumsuz duyguları gizleyip davranışa uyarlamak ya da gerçekten olumlu duygular hissediyormuş gibi çaba sarf etmekle alakalı bir durum olduğu belirtilmektedir. İşgörenlerin, işletmenin kendinden beklediği duyguların gösterimini içselleştirmeden yapmak zorunda olması, işgörende gerçekte hissettiği duygu ile gösterdiği davranış arasında çelişki oluşturarak duygusal uyumsuzlukların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kısaca yüzeysel davranış boyutu; işgörenin gerçekte hissetmediği; ancak işletmesi tarafından kendisinden beklenen duyguları sergilemesi durumudur (Yeni, 2015: 69-70).

2.1.2.4.2. Samimi Davranış Boyutu

Duygusal emeği oluşturan diğer bir boyut ise samimi davranış boyutudur. Samimi davranış boyutunda işgörenler, gerçekte hissettiği hangi duygu olursa olsun bu duyguları karşı tarafa göstermede çok fazla zorlanmamaktadır. Samimi davranış boyutu işgörenlerin kendi hissettikleri duygularını çevrelerine kabul ettirmede doğal davranmanın dışına çıkmayacaklarını temel almaktadır. Dolayısıyla işgörenlerin, duyguları ne olursa olsun işini yapmayı ve görevlerini yerine getirmeyi daha doğal bir davranış olarak algılayacağı düşünülmektedir. Buna göre işgören samimi davranış boyutu ile kendi duygularını ifade ederken yalnızca jest ve mimiklerini kullanmakta; bunun için de herhangi özel bir gayret sarf etmek zorunda kalmamaktadır (Çinkılıç, 2016: 32).

Samimi davranış boyutu işgörenlerin müşterilere karşı sergiledikleri duyguları hiçbir özel çaba sarf etmeden ortaya koyabileceklerini ifade etmektedir. Duygusal emeği oluşturan boyutlardan samimi davranış boyutunda işgören hiçbir zorunluluk ya da gereklilik algısı olmadan doğal olarak hissettiği duyguları yansıtırken kendi içinden geldiği gibi duygularının dışavurumunu gerçekleştirmektedir. Bu davranış boyutunda duygu, işgören tarafından gerçekten hissedildiği için işgörenin öz duyguları ile işinin gerektirdiği duyguları arasında farklılık bulunmamaktadır. En genel ifadeyle samimi davranış boyutu; gerçek ve hissedilen duyguların dışa aktarılması şeklinde ifade edilebilir (Yıldız, 2014: 16-17).

2.1.2.4.3. Derin Davranış Boyutu

Üçüncü duygusal emek boyutu olan derin davranış boyutu, işgörenin işletmenin kendisinden beklediği duygularının dışa vurumunu gerçekleştirebilmesi amacı ile gerçek duygu ve hislerini gerçekten hissetmeye ve deneyimlemeye çabalamasını ifade eder. Derin davranış boyutunda, yalnızca davranışların değil duyguların da davranış kuralları ile uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir (Yakar, 2015: 17-18).

Derin davranış boyutu; işgörenin işletmenin kendisinden beklediği duyguları özümsemeye çalışarak ifade etmek mecburiyetinde olduğu duyguyu gerçekte de yaşamaya çalışması için kendini zorlamasıdır. Derin davranış boyutunda işgören, göstermek zorunda olduğu duyguları hissetmeye çalışarak, olumsuz olarak hissettiği duygularını bastırabilir veya işletme tarafından kendinden beklenen duyguları, iş

tecrübelerini anımsayıp hissetmeye çalışarak olumsuz durumlardaki ruh halini düzeltmeye çalışabilir. Sonuç olarak duygusal emeğin derin davranış boyutu; işgörenin hem davranışlarını hem de duygularını yönetmesini ifade etmektedir (Kurt, 2013: 13).

2.1.2.5. Duygusal Emek Üzerine Geliştirilen Kuramlar

Duygusal emek kavramının ilk olarak Hochschild tarafından 1983 yılında tanımlanmasının ardından farklı araştırmacılar Hochschild'den esinlenerek duygusal emek kavramı üzerine farklı kuramlar geliştirmişlerdir. Duygusal emek üzerine geliştirilen bu kuramlar ile hizmeti sunan işgörenlerin duygusal emek düzeyi, bu düzeyi etkileyen faktörleri, hizmeti sunanların gerekli duygu düzenlemesini yapmasına ilişkin konulara odaklandığı görülmektedir (Baş, 2012: 8).

2.1.2.5.1. Hochschild'in Kuramı

Hochschild, hizmeti sunan kişileri 'duygusal işçiler' olarak tanımlamaktadır. Hochschild, Goffman'ın 1959 yılında geliştirmiş olduğu dramacı yaklaşımı temel olarak, hizmeti alan tüketicileri "seyirci", hizmeti sunanları "aktör" ve bunun gerçekleştiği mekânı da "sahne" olarak düşünmektedir. Hochschild, duygu kontrolüne öncülük eden gösterim kurallarına dikkat çekerek duygusal işçilerin duygu yönetimleri için yüzeysel davranış ve derin davranış olarak iki farklı yola başvurduklarına değinmektedir. Söz konusu kurama göre; duygusal işçilerden, işletmeleri ve işleri için uygun duygusal davranış göstermeleri konusunda beklentilerin olduğu, duygusal işçilerin kendinden beklenenleri yerine getirirken özel bir çaba sarf etmek zorunda kaldıkları ve bu çabaların da bazı durumlar için duygusal işçilere zarar verici olumsuz sonuçlar doğurabileceği düşünülmektedir (Pala, 2008: 9; Can Yalçın, 2012: 5-9).

İşletmeler duygusal işçilerden yalnızca davranışlarını değil duygularını da kontrol etmesini, jest ve mimiklerini kullanarak bunu hizmeti alan kişilere göstermelerini beklemektedir. Bu durum hizmeti sunanların duygularına yabancılaşmasına daha açık bir ifade ile duygusal işçilerin davranışları ve hissettikleri arasında fark olmasına neden olmaktadır. Hochschild'in kuramı, duygusal emek gösteriminin duygusal işçiler üzerindeki etkilerinin; yüzeysel davranış ile hissetmediği şekilde davrandıkları için kişiliklerinden ödün vererek duygusal çelişki yaşama ihtimalinin olduğuna, derin davranış ile rol yaparak özel bir

çaba sarf etmek zorunda kalmaları durumunda ise yorgunluk ve tükenmişlik gibi duyguları hissetme olasılığının yüksek olduğuna vurgu yapmaktadır (Serin, 2014: 7-9).

2.1.2.5.2. Ashforth ve Humphery'in Kuramı

Ashforth ve Humphery'in kuramı, Hochschild'in kuramından yola çıkmış; ancak bu kuramdan farklı olarak duyguların bertaraf edilerek yalnızca işgörenlerin davranışlarına odaklanılması gerektiğini savunmuştur. Bunun nedeni ise dışarıdan bakıldığında gözlemlenen asıl şeyin karşı taraf için önemli olanın davranışlar olmasıdır. Ashforth ve Humphrey geliştirdikleri kuramda, yüzeysel ve derin davranış ile duyguların içsel olarak yönetilmesi üzerinde durmamış ve duygusal emek gösterimi için özel bir çaba harcamanın gerekli olmadığını savunmuşlardır. Böylelikle Ashforth ve Humphrey geliştirdikleri kuram ile duygusal emeğe, yüzeysel ve derin davranıştan farklı olarak samimi davranış boyutunu kazandırarak emeğin bir de bu yönünü ele almışlardır (Kamber, 2014: 52-53).

Ashforth ve Humphrey'in kuramı, Hochschild'in duygu kurallarına uyulmasının aksine gösterim kurallarına uyulması durumunda hizmeti sunanların gerçekten duygularını samimi olarak hissetmesi ve sergilemesiyle hizmetin başarılı bir şekilde yerine getirileceğini vurgulamaktadır. Ashforth ve Humphrey, derin ve yüzeysel davranış ile duygusal emeğin stres kaynaklı olmaktan çıkabileceğini ve hizmeti sunanların çaba sarf etmeden kendilerinden beklenen duygularını samimi bir şekilde hissederek hizmeti alanlara gösterebileceklerini savunmaktadır (Basım, 2016: 26-28).

2.1.2.5.3. Morris ve Feldman Tarafından Geliştirilen Duygusal Emek Kuramı

Morris ve Feldman tarafından geliştirilen duygusal emek kuramında en önemli konu, işletmenin belirlemiş olduğu duygusal davranış kurallarının hizmeti sunanlar tarafından gösterilmesindeki çabadır. Ashforth ve Humphery'in kuramının aksine Morris ve Feldman kuramında işletme tarafından gösterilmesi beklenen bütün duygular için belirli bir çaba düzeyinin bulunması gerektiği düşünülmektedir. Bütün davranışların amacı ise; işletmenin belirlemiş olduğu duygusal davranış kurallarını yerine getirmek için yapılmasıdır (Çaldağ, 2010: 13).

Morris ve Feldman'a göre duygusal emek, insanlar arasındaki etkileşimlerde işletmenin beklediği duyguyu göstermek için verdiği çaba, plan ve kontroldür (Köse

vd., 2011: 170). Morris ve Feldman, duygusal emeği dört boyutlu bir kavram olarak incelemişler ve geliştirdikleri bu boyutları ise aşağıdaki gibi açıklamışlardır. Bunlar (Begenirbaş, 2013: 97);

- Duygusal Gösterim Sıklığı (Uygun duygusal davranışın sergilenmesindeki sıklığı ifade etmektedir),
- Gösterim Kurallarına Önem Verilmesi (Duygusal davranış kurallarını gösterirken verilen dikkat ve önemden bahsedilmektedir),
- Duyguların Çeşitliliği (Sergilenmesi istenen ve/veya gereken duyguların çeşitli olduğunu anlatmaktadır),
- Duygusal İkilem (Gerçekte hissedilmeyen duyguların sergilenmesi ile gerçekte hissedilen duyguların farklı olmasını, çelişmesini ifade etmektedir).

2.1.2.5.4. Grandey Tarafından Geliştirilen Duygusal Emek Kuramı

Grandey tarafından geliştirilen duygusal emek kuramı, duygusal emek boyutları olan yüzeysel, derin ve samimi davranış boyutlarına duygu düzenleme boyutunu da ekleyerek bu boyutları duygusal emek kavramı ile birleştirmiştir. Grandey duygusal emeği, hizmeti sunanların işletmenin isteklerini yerine getirmesi için duygu düzenleme sürecinde gösterdiği çaba şeklinde tanımlasa da duygusal emek kavramının tek bir yaklaşım ile tam olarak ifade edilemeyeceğinden, duygusal emek için yapılan bütün tanımlamaların göz önünde bulundurulması ve değerlendirilmesi gerektiğini savunan bir kuram geliştirmiştir (Polatkan, 2016: 41).

Grandey tarafından duygusal emek kavramı ile ilişkilendirilen duygu düzenleme boyutu, kişilerin duygularını nerede ve nasıl yansıtmaları gerektiğini açıklamaktadır. Duygu düzenleme boyutu, bir süreç olarak ele alınmakta ve girdi-çıkı ilişkisi şeklinde değerlendirilmektedir. Bu boyutta dışarıdan gelen uyarıcılardan ‘girdi’, uyarıcıların duygular ile vermiş oldukları tepkilerden de ‘çıkı’ olarak bahsedilmektedir (Değirmenci, 2016: 17). Duygu düzenleme boyutu ile duyguların otomatik olarak veya aniden ortaya çıkması yerine kişilerin buldukları ortama göre hangi duyguyu nasıl deneyimleyeceğini önceden anlayarak duyguda değişiklik yapma imkânı olduğuna ayrıca kendi hissettiği duygular üzerinde de ayarlamalar yapabileceğine vurgu yapılmaktadır (İştahlı, 2013: 17).

2.1.2.6. Duygusal Emeğin Sonuçları

Duygu düzenlemesi (olumlu duyguları gösterme, olumsuz duyguları saklama), hizmet sektöründe müşteri memnuniyetini sağlama ve işletmenin tekrar tercih edilmesi konusunda önemli bir unsurdur. İşletmenin imajını tüketicilere olumlu ve başarılı bir şekilde aktarmak, tüketicide uygun duyguları oluşturmak ve duyguları yönetmek tüketici hizmetleri performansı açısından büyük katkı sağlamaktadır. Hizmeti sunanlar tarafından hizmeti alanlara olumlu duygusal davranışların gösterilmesi, tüketicinin işletme ve hizmeti sunanlar için olumlu duygular beslemesi, almış olduğu hizmetin kalitesinden memnun kalması hizmet sektöründe duygusal emek davranışları ile mümkün olabildiğinden işletmeler ve tüketiciler açısından olumlu sonuçlar elde etmeye olanak sağlamaktadır (Özkan, 2011: 109-110). Dolayısıyla hizmet sunanların deneyimlediği duygusal emek gösterimi sonucu olumlu duygular, hizmet sunanlarda beklenen davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durumun hizmeti alan müşterilere yansıtılması hizmet alanlarda olumlu tepkiler oluşturmaktadır. Böylece hizmeti sunanlar ile hizmeti alanlar arasında karşılıklı iletişim ve memnuniyet artmaktadır. Bu durum ise işgörenlerin ve müşterilerin davranışlarının, işgörenlerden etkilendiğini göstermektedir. Grandey kuramı kapsamında dâhil edilen davranış gösterim kuralları da hizmeti sunan kişide duygularını gösterirken kendini ifade etme kabiliyetine, tarafsızlık sağlamasına, duygusal dengesini koruma ve sürdürmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Gürsoy, 2016: 25-26).

Duygusal emeğin işletme ve hizmet sunanlar için olumlu sonuçları ve katkıları olabildiği gibi olumsuz sonuçları da bulunmaktadır. Duygusal emeğin, hizmet sunanların kendini ifade ederken, duygularını hizmeti alanlara gösterirken, kendi duyguları ile karşı tarafın duygularını yönetmek için özel bir çaba harcamak zorunda kalması; stresin artmasına, iş tatminin azalmasına, öfkenin bastırılmasına ve tükenmişliğin artmasına neden olduğu görülmektedir. Bu ve buna benzer durumlarda duygusal faktörler işletme ve hizmeti alanlar bakımından fayda sağlarken; hizmeti sunanlar bakımından kötü sonuçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Erken, 2016: 20).

Duygusal emek gösteriminde işgörenlerin yüzeysel davranışa bağlı olarak tükenmişlik sendromu, iş ve aile çatışması, rol çatışması, kendi içinde yaşanan çatışmalar, iş bırakma eğilimleri, sinir ve depresyon, uyku bozuklukları ve fiziksel

rahatsızlıkların yaşanmasına neden olmaktadır. Bu durum ise duygusal emeğin olumsuz yönünü ortaya koymaktadır (Ağırman, 2012: 32; Akbıyık, 2013: 33-36).

Duygusal emeğin, hizmet sunanların işletmeye kazandırdığı müşteri, işletme için uzun vadeli kazanç sağlaması, müşteri bağlılığı ile işletmenin isminin geniş kitlelere ulaşmasına imkân sağlaması ve işletme performansını artırması bakımından işletmeler için sonuçları olumlu olurken işgörenlerin duygularının ve davranışlarının hizmeti alanlar tarafından yanlış ya da yapay olarak algılanması işletmeye karşı tepki oluşturabileceği gibi hizmeti sunanların fiziksel ve psikolojik olarak rahatsızlanması, iş devamsızlığı ve işgücü devrine neden olduğundan ekstra maliyetin ortaya çıkması nedeniyle de işletmeler için sonuçları olumsuz olabilmektedir (Ünal, 2011: 33-34).

2.1.3. Örgütsel Bağlılık Kavramı İle İlgili Bilgiler

Çalışmanın bu bölümünde örgütsel bağlılık kavramının tanımı ve tarihsel gelişimi, örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler ile örgütsel bağlılığı oluşturan boyutlar, örgütsel bağlılığın düzeyleri ve konaklama işletmelerinde örgütsel bağlılığın önemi konuları ile ilgili bilgiler verilmiştir.

2.1.3.1. Örgütsel Bağlılık Kavramının Tanımı

Örgütsel bağlılık kavramı, örgütsel davranış alanında sıklıkla kullanılan bir kavram olarak işletmede çalışan işgörenlerin, işletmeleriyle olan ilişkilerine nitelik kazandıran psikolojik bir durum olarak açıklanmaktadır (Aksoy, 2017: 22). Bununla birlikte örgütsel bağlılık kavramı örgütsel davranış alanı gibi sosyoloji, psikoloji ve sosyal psikoloji alanlarına da konu olmuş ve araştırmacılar tarafından farklı şekilde tanımlamaları yapılmıştır. Bu bağlamda ilgili yazında örgütsel bağlılık ile ilgili birbirinden farklı tanımlamalar mevcuttur (Çöl ve Gül, 2005: 292).

İşgörenlerin, görev aldığı işletmelerin amaç ve hedeflerini kabul ederek performanslarını ve sorumluluklarını bu amaçlara erişmede kullanabilmesi, içerisinde buldukları işletmelerde devamlı olarak çalışma isteklerinin olması, tüm bunları karşılık beklemezsizin yapmaları örgütsel bağlılık olarak tanımlanmaktadır (Karcioğlu ve Çelik, 2012: 63; Karataş, 2016: 73). İşgörenlerin kendilerini işletmeleri ile bir görüp işletmelerinin amaç, hedef ve değerlerini özümseyerek işletmenin kazançları için çaba harcamaları ve işletmede çalışma isteklerinin olması örgütsel bağlılık olarak nitelendirilmektedir (Kaya, 2008: 126; Demir ve Öztürk, 2011: 23).

Örgütsel bağlılık, bir çalışanın bir kuruluşla özdeşleşmesini canlandıran duygusal ve psikolojik bir durum olarak da tanımlanmaktadır. Aynı şekilde, örgütsel bağlılık bir işgörenin işletmenin hedefleri ve değerleri ile ilişkisine dair bir güç ölçüsü olarak da değerlendirilmektedir. Sonuç olarak, taahhüt edilen çalışanların daha çok çalışmak ve işletmelerinin temel varlıklarını korumak için daha aktif oldukları düşünülmektedir (Spanuth ve Wald, 2017: 130).

Örgütsel bağlılık, bir bireyin kendisini örgütsel bir kişi olarak ne ölçüde benimsediğini ifade etmektedir. Örgütsel bağlılık bireyi bir kuruma bağlayan psikolojik bir durum şeklinde tanımlanmaktadır. Örgütsel bağlılık “bir bireyin belirli bir organizasyondaki kimliğinin ve katılımının göreceli gücü” anlamına gelmekte ve bireyin gelecekte işletmede kalma isteğinin önemli ölçüsü olarak görülmektedir (İbicioğlu, 2000: 13; Einolander, 2015: 669).

Genel olarak örgütsel bağlılık kavramı çalışanın görev aldığı işletme ile özleşmesi ve işletmeye katılmasının gücünü ifade etmektedir. Örgütsel bağlılık; işletme amaç ve ilkelerine karşı inanç duyma ve kabullenme, işletmenin amaçlarına ulaşabilmesi için çaba göstermede hevesli olma ve işletmede kendi varlığını sürdürebilmek için istekli olma şeklinde üç temel faktörü kapsamaktadır (Doğan ve Kılıç, 2007: 39; Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 4; Hanaysha, 2016: 229).

Meyer ve Allen (1997) örgütsel bağlılığı, düzenli olarak işe gelen çalışanın tüm gücünü işletmenin varlıklarını koruma ve işletme hedeflerine ulaşmak için harcaması, aynı zamanda çalışanın işletme ile arasında olan ilişkiyi gösteren ve çalışanın işletmede varlığını sürdürme kararına neden olan psikolojik durum şeklinde ifade etmişlerdir (Çalkın, 2014: 16; Örucü ve Sezen Kışlalıoğlu, 2014: 47).

Meyer ve Allen 1984 yılında örgütsel bağlılıkla ilgili iki boyut geliştirerek bu boyutları duygusal ve devamlılık bağlılığı şeklinde adlandırmışlardır. İki araştırmacı örgütsel bağlılığın gelişiminden faydalanarak tekrar bir araştırma yapmışlar ve 1991 yılında, önceki iki boyuta bir boyut daha ekleyerek üç boyutlu örgütsel bağlılık modelini geliştirmişlerdir. Meyer ve Allen (1984; 1991), örgütsel bağlılığı; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olarak üç grupta sınıflandırmışlardır (Alper, 2007: 35; Yıldırım ve Arslan, 2015: 25).

Duygusal bağıllık; işgörenin duygusal olarak işletmeye bağlanması, işletmenin üyesi olmaktan memnun olması ve işletmede kalma arzusu olarak tanımlanmaktadır. Devamlılık bağıllığı; işgörenin işletmeden ayrılması durumunda yaşayacağı olumsuzlukları ve karşılaşacağı maliyetin yüksek olacağını dikkate alarak zorunlu olarak işletmeye devam etmesi şeklinde ifade edilmektedir. Normatif bağıllık ise işgören kendini işletmeye karşı borçlu hissettiğinden ve işletmede kalması gerektiği inancına sahip olduğundan kendini işletmeye bağlı hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Demirel, 2008: 184).

2.1.3.2. Örgütsel Bağıllık Kavramının Tarihsel Gelişimi

Örgütsel bağıllık kavramını ilk olarak Whyte (1956) ele almıştır. Daha sonra örgütsel bağıllık kavramı Porter, Mowday, Steers, Allen ve Meyer gibi birçok araştırmacı tarafından araştırılmış ve geliştirilmiştir (Kılıç, 2008: 27). Örgütsel bağıllık kavramı için yapılan tanımlara bakıldığında bu tanımların oldukça farklı içeriklere sahip olduğu görülmektedir. Bu durumun sebebi ise örgüt ve işgören arasındaki ilişkinin yapısı ile bu ilişkinin nasıl geliştiği konusunda araştırmacıların görüşlerinin farklılık göstermesidir (Çöp, 2008: 36).

Örgütsel bağıllık kavramı üzerine geliştirilen birbirinden farklı ve çok sayıda tanımlamalar bulunmaktadır. Örgütsel bağıllık konusu üzerine yapılan tanımların çok sayıda olması konunun geniş, derin ve çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte örgütsel bağıllık kavramının büyük bir gelişim sürecinden geçtiğini söylemek de mümkündür. Örgütsel bağıllık konusunda yapılan birbirinden farklı ve çok sayıda çalışmaları yapıldığı yıl, yapan araştırmacı ve araştırma bulgularına yönelik bilgiler Tablo 2.1'de açıklanmıştır (Günel, 2009: 119). İlgili tablodan da görüldüğü üzere örgütsel bağıllık kavramı birçok farklı araştırmalardan esinlenerek günümüz modern içerik ve tanımlamasına sahip olmuştur.

Tablo 2.1. Örgütsel Bağlılık İle İlgili Yapılan Çalışmalar (Oral, 2015: 13-15)

YIL	ARAŞTIRMACI	BULGULAR
1956	Whyte	İşletmeye karşı fazla bağlı olan kişinin tanımını yaparak, bu kişinin işletmede oluşabilecek zararları üzerine çalışmıştır.
1958	March&Simon Morris&Sherman	İşletmeye bağlılığın değişimsel modelini uyarlamışlardır.
1961	Etzioni	İlk bağlılık sınıflandırmalarını yapan kişidir.
1964	Lodahl	Toplumsal ilişkilerin işletme bağlılığına olumlu yönde etkisinin olduğunu tespit etmiştir.
1964	Katz	İyi şekilde yürüten bir işletme için işletmeye bağlılığın önemine dikkat çekmiştir.
1966	Grusky	Cinsiyet, eğitim ve bağlılık ilişkilerini, ödüllendirme ve isteklerin çalışanların bağlılıkları üzerindeki etkisini incelemiştir.
1967	Downs	İşletmeye karşı fazla bağımlı olan kişileri <i>fanatik</i> olarak tanımlamış, bu kişilerin işletmeye zararlarını açıklamıştır.
1970	Patchen	İşletmeye bağlılığı açıklamak için işletmeyle <i>özdeşleşme</i> kelimesini kullanmıştır.
1970	Schein Steers	İşletme verimliliğinin önemli işaretlerinden birisinin işletme bağımlılığı olduğunu söylemişlerdir.
1971	Lee	İşletme bağlılığını olumlu ast-üst ilişkisinin arttırdığını tespit etmiştir.
1971	Sheldon	İşletmeye bağlılıkta, amaç ve değer bütünlüğünün etkisi olduğundan bahsetmiştir.
1974	Porter	İşletmeye bağlılıkta, tutumsal yaklaşım modelinin varlığını ileri sürmüştür.
1974	Modway, Porter&Dubin	Performans ve bağlılık ilişkisi üzerine çalışmalar yapmışlardır.
1974	Buchanan	İşletmeye bağlılığın tutumsal modelini uyarlamıştır.
1974	Herbiniac	Yaş, görevdeki süre ve işletme bağlılığı ilişkileri üzerinde çalışmaları ortaya koymuştur.
1975 1976 1977	Steers	Personel devri ve işletme bağlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyerek, işletme bağlılığı üzerine bir model geliştirmiştir.
1977	Salancik	Rol belirsizliği ve sorumluluğunu işletmeye olan bağlılığını azalttığını öne sürmüştür ve işletmenin değerleri ile ilgili çalışana bilgi veren iletişim sürecinin çalışanda işletme bağlılığını arttırdığından bahsetmiştir.
1977	Salancik&Staw	Davranışsal bağlılık modelini bulmuşlardır.

Tablo 2.1. Devamı

1978	Salancik&Pfeffer	İşletme tarafından çalışana uygulanan kontrolün, işletme bağlılığı ile ilgili olduğunu belirtmişlerdir.
1978	Kidron	Bireysel iş ahlakı kavramının, işletme bağlılığı ile ilişkili olduğunu söylemiştir.
1979	Mowday	İşletme bağlılığında, psikolojik yaklaşımı uygulamıştır.
1979	Gould	İşletme bağlılığı kavramının yerine <i>örgütsel bütünleşme</i> kavramını kullanmıştır.
1980	Morris&Sherman	Eğitimin, işletme bağlılığındaki etkileri üzerine çalışmalar gerçekleştirmişlerdir.
1981	Korman	Bağlılık kavramı ile özel hayat ilişkileri konusunda incelemeler yapmıştır.
1981	Rowan	İşletmeye karşı aşırı bağlılığın zararları konusunda çalışmalar gerçekleştirmiştir.
1981	Morris&Sherman	İşletme bağlılığının çok değişkenli bir modele karşı uygunluğunu incelemiştir.
1984	Meyer&Allen	Yaş ile kıdem faktörünün duygusal ve devam bağlılıkları ile olan ilişkisi üzerine araştırmalar yapmışlardır.
1985	Hunt, Chonko& Wood	Bireysel özellikler ve işin özelliği ile işletme bağlılığı ilişkisi üzerine çalışmalar ortaya koymuşlardır.
1990	Locosso	Bireysel ve iş ile ilgili değişkenlerin, işletme bağlılık üzerine etkisini araştırmıştır.
1993	Meyer, Allen&Smith	Bireysel ve iş ile alakalı özelliklerin duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı ilişkisini incelemiştir.
1995	Korabik&Rosin	Kadın yöneticilerin, işletmeye karşı bağlılıklarını araştırmışlardır.
1997	Iverson&Deery	İş tatminini olumlu yönde etkileyen değişkenlerin, işletmeye bağlılıkları üzerine inceleme yapmışlardır.
1999	Curri van	İşgören devir hızı, iş tatmini ve işletmeye bağlılık kavramları arasındaki ilişkiyi incelemiştir.
2001	Gautam, Dick&Wanger	Duygusal, normatif ve devam bağlılığını etkileyen faktörler üzerinde araştırmalar yapmışlardır.

Aynı zamanda Whyte (1956)'ın tanımından sonra birçok araştırmacı örgütsel bağlılık kavramını çeşitli yönlerden ele almış ve geliştirmişlerdir. Bu çalışmalara, Etzioni'yi 1961 yılında örgütsel bağlılık sınıflandırmasını yapan ilk kişi olarak, Steers'ı 1970 yılında örgüte bağlılığın verimliliğin önemli göstergelerinden olduğunu öne sürerek ve 1976 yılındaki çalışması ile işgören devir hızının örgüte olan bağlılığa

ilişkinini inceleyip bir model geliştirerek, örgütsel bağlılığın gelişim sürecine katkı sağlayan araştırmacılar arasından birkaçı olarak örnek göstermek mümkündür (Kardaş, 2016: 53).

2.1.3.3. Örgütsel Bağlılığın Örgütler Açısından Önemi

Örgütsel bağlılığın örgütler açısından önemine bakıldığında ilk olarak örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri açısından örgütsel bağlılık ile ilişki içinde olduğu görülmektedir. Örgütlerin sektörde varlıklarını sürdürebilmeleri için işgörenlerini kaybetmemeyi ve onların örgütün bir üyesi olarak işletmede kalmalarını hedeflemektedir. Bu açıdan bakıldığında işgörenlerin örgütsel bağlılıklarının yüksek ya da düşük düzeyde olması, işletmede kalmak veya işletmeden ayrılmak için belirleyici faktörler içinde değerlendirilmesi örgütsel bağlılığın örgütler için önemini ortaya koymaktadır. Örgütsel bağlılık, çalışanların yaşından iş tecrübesine, aldığı eğitimden kişisel özelliklerine, sorumluluklarından işe devamsızlığının artması gibi daha birçok faktörle etkileşimde olduğundan örgütler açısından önemli bir yere sahiptir (Yenihan, 2017: 172).

Bir işletmede işgörenlerin iş için gerekli donanım ile bilgi ve beceriye sahip olması örgütün verimliliğini artırmada yarar sağlayacağından örgütler işgörenlerin örgütsel bağlılığını yükseltmede ve sürekliliğini sağlamada dolgun maaş, terfi, ödüllendirme gibi imkânlar sunmaktadır. Örgütsel bağlılığı yüksek olan işgörenlerin işletme ile ilişkilerinin iyi olduğu ve işletmede uzun yıllar çalıştığı görülmektedir. Ayrıca örgütsel bağlılığı yüksek olan işgörenlerin, işgören devir hızından kaynaklı maliyeti azaltması da örgütler için örgütsel bağlılık kavramını önemli kılmaktadır (İnal, 2016: 22).

Örgütlerin amaçlarına ulaşabilmesi işletmede görev alan kişilerin işletmenin amaç ve değerlerini kabul etmeleri ve bu doğrultuda istekle çalışmalarına bağlıdır. Örgütün amaçlarına bağlı olmak örgütsel bağlılık ile alakalı olup örgütsel bağlılığı yüksek olan işgörenlerin işletme amaç ve hedeflerine ulaşmada daha gayretli olduğu görülmektedir. Örgütsel bağlılığı yüksek olan işgörenlerin; işe düzenli olarak zamanında gelmeleri, işin aksamaması, moral ve motivasyonlarının yerinde olması, sürekli performans sergilemeleri ve verimliliğin artması kapsamında örgütler için olumlu sonuçların elde edilmesine katkı sağlamaktadır (Ertan, 2008: 7-10).

Dolayısıyla örgüte bağlı işgörenin işine zamanında ve aksatmadan gelmesi, koşullar olumlu ya da olumsuz dahi olsa işletmede üyeliğini devam ettirmesi, işletmenin amaçlarını ve beklentilerini içselleştirerek yerine getirmek için çaba harcaması, işletmenin de işgörenini elde tutmak ve tatmin etmek için gerekli imkânları sağlaması örgütsel bağlılığı artırıcı görev üstlenerek örgütlere verimlilik ve olumlu katkılar sağlamaktadır (Yağcı, 2007: 115).

2.1.3.4. Örgütsel Bağlılığın Boyutları

O'Reilly ve Chatman, 1986 yılında örgütsel bağlılık kavramını, çalışanın işletmeye psikolojik olarak bağlanması şeklinde tanımlamıştır. O'Reilly ve Chatman (1986) örgütsel bağlılığı; uyum boyutu (çalışanın belli ödülleri kazanmaya meyilli olması), özdeşleşme boyutu (işgörenin örgüt, amaç ve değerlerini benimseme, kabul etme düzeyindeki bağlılığı) ve içselleştirme boyutu (işletme çalışanın diğer kişilerle ve işletmenin değerleri ile uyum içinde olması) olarak üç boyutta ele almışlardır (Şama ve Kolamaz, 2011: 317). Bu kapsamda incelenecek ilk örgütsel bağlılık boyutunu uyum boyutu oluşturmaktadır.

2.1.3.4.1. Uyum Boyutu

Örgütsel bağlılığın uyum boyutu, sosyal etki sonucunda ortaya çıkan uyum davranışı ile sosyal davranış düzenliliğini oluşturan ve karşı tarafın duygu ve davranışlarını önceden tahmin edebilip kişinin kendi davranışlarını ayarlaması ve düzenlemesi bakımından örgütler için gereklidir. İşgörenlerin işletmenin isteklerini yerine getirirken ve ödül kazanırken örgütsel bağlılıklarından ayrı çıkarlarını da göz önünde bulundurdıkları düşünülmektedir. Bu bakımdan uyum boyutunun örgütsel bağlılık açısından, ödül ve maliyetleri değerlendirirken araçsal bir nitelik olarak işletmenin daha çok maddi kontrol uygulamaya koyması ile sonuçlandığı görülmektedir (Gürdoğan, 2010: 45-46). Bu boyut ile asıl elde edilmek istenen şey bazı ödüllere ulaşmaktır ve işgörenler davranışlarını gerçekleştirebilmede kazanımlarını elde etme ve cezaları savuşturma temelini baz almaktadır (Balay, 2000: 18).

2.1.3.4.2. Özdeşleşme Boyutu

Özdeşleme kavramını, işgörenin işletmenin amaç ve ilkelerini benimseyerek kabul etme durumu ve memnun olduğu bir işletmeyi taklit etme isteği nedeni ile ortaya çıkan etki şeklinde ifade etmek mümkündür. İşletmeler, işgörenlerin

sergilediği performans ve davranışları ile ilgili takdir edici özdeşleştirme sağladığında, işgörenlerin kendilerine olan güvenlerinin artmasına, işletmenin kendilerinden beklenenleri karşılamaya yönelik kendilerini daha çok sorumluluk sahibi hissetmelerine katkı sağlamaktadır (Cengiz, 2008: 30). Dolayısıyla özdeşleşme boyutu, işgörenin diğer kişilerle tatmin edici bir ilişki kurması, bu ilişkiyi devam ettirmesi, kendini bir gruba ait hissetmesi ve bundan gurur duyması açısından örgütsel bağlılık için önemli bir boyuttur (Karakaş, 2011: 43).

2.1.3.4.3. İçselleştirme Boyutu

İçselleştirme, işgörenin kendi değerleri ile işletmenin değer ve hedeflerini kabul etmesi, benimsemesi ve sergileme davranışı olarak tanımlanmaktadır. İçselleştirme boyutunda içselleştirmenin derecesinin, işletme amaçlarının özellikleri ile bu özelliklerin işgörenin sahip olduğu ilke ve değerler ile uyumuna bağlı olduğu görülmektedir. Örgütsel bağlılığı yüksek olan işgörenlerin içselleştirme boyutunda işletmedeki rolleri, işletmenin amaç ve değerleri kapsamında olmaktadır. Bu bağlamda örgütsel bağlılıkta içselleştirme boyutu ile ifade edilmek istenenin işgören ile işletmenin değerlerinin uyuşması olduğunu söylemek mümkündür (Sığırı ve Basım, 2006: 139-140).

Genel olarak O'Reilly ve Chatman tarafından üç grupta incelenen örgütsel bağlılığın boyutlarından ilk aşama olan uyum boyutunu, işgörenin işletmeyi belli ödüllerin kazanıldığı yer olarak görmesi ve bu bağlamda işletmeye yakınlık duyması şeklinde; uyum boyutundan sonra gelen ikinci aşama olan özdeşleşme boyutunu işgörenin istek ve hedeflerinin işletme tarafından gerçekleşmesine göre işletmesine yakınlık duyması şeklinde ve örgütsel bağlılıkta son aşama olan içselleştirme boyutunu da işgörenin ve işletmenin değerlerinin uyum içinde olması şeklinde açıklamak mümkündür (Güzelbayram, 2013: 58).

2.1.3.5. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler

Çalışanların kendilerini işletmeye bağımlı hissetmeleri iş verimliliğini arttırdığından bu durum örgüte olumlu katkılar sağlamaktadır. Bir işletmede çalışanların örgüte olan bağlılıklarını artırıcı veya azaltıcı faktörlerin varlığının bilinmesi önemli bir konu olarak görülmektedir. Çalışanların işletmeye bağlılıklarını etkileyen faktörleri; kişisel faktörler (cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim durumu vb.), örgütsel faktörler (maaş-ücret, ödüllendirme, örgütsel destek, çalışana ilgi gösterme

vb.) ve örgüt dışı faktörler (farklı iş olanakları, işsizlik oranı vb.) olmak üzere üç grupta sınıflandırmak mümkündür (Bayram, 2005: 134).

Kişisel Faktörler: Cinsiyet, örgütsel bağlılığı etkileyen kişisel faktörlerdendir. Cinsiyetin örgütsel bağlılık ile tutarlı bir ilişkisi bulunmaktadır. Yapılan araştırmalara göre kadın çalışanların örgütsel bağlılıklarının erkek çalışanların örgütsel bağlılıklarından daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Örgütte görev alan kadın çalışanların erkek çalışanlara oranla, görevlendirme ve terfi alma durumlarında daha fazla çaba sarf etmesi ve performans sergilemesinin örgüte karşı bağlılıklarını daha çok arttırdığı gözlemlenmiştir (Akmaz, 2016: 22).

Örgütsel bağlılığı etkileyen kişisel faktörler arasındaki yaş unsuru; çalışanların örgütsel bağlılıklarını hem olumlu hem de olumsuz olarak etkilemektedir. Yaşı genç olan çalışanların iş deneyimi elde etme fırsatlarının bulunmasının işletmeye karşı bağlılıklarını olumlu etkilediği; çalışanların yaşlarının ilerlemesi ile ortaya çıkabilecek işe ve işletmeye olan isteklerinin azalması, yorgunluk, tükenmişlik gibi durumların da örgütsel bağlılığı olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Bayrakçı, 2015: 27-28).

Bir diğer kişisel faktör de çalışanların medeni halleridir. Evli olan çalışanların ailelerine karşı maddi sorumluluklarının bekâr çalışanlara göre daha çok olması, evli çalışanların devamlılık boyutu ile örgüte karşı bağlılıklarının daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla evli işgörenlerin maddi ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile çalıştıkları ve örgüte karşı daha fazla bağlılık duydukları ifade edilebilir (Güçlü, 2006: 42). Çalışanların eğitim düzeyleri ise örgütsel bağlılığı etkileyen bir diğer kişisel faktördür. Eğitim düzeyi yüksek olan çalışanların kendilerine, yaptıkları işlerine olan güvenlerinin ve inançlarının yüksek olması ile birlikte beklentilerinin işletme tarafından karşılanması, örgüte olan bağlılıklarını arttırmaktadır. Buna karşılık yine eğitim düzeyi yüksek olan çalışanların işten ve işletmeden yüksek beklentiler içinde olmasının ve bunların işletme tarafından karşılanamamasının örgüte olan bağlılıklarını da azalttığı gözlemlenmiştir (Diker, 2014: 56-57).

Örgütsel Faktörler: Ücretin ve maaşın işletmede yapılan iş karşılığında tatmin edici düzeyde olmasının ve zamanında alınmasının işgörenlerin daha yüksek performans ile çalışmasına katkı sağlayarak verimliliği ve örgüte bağlılığı arttırdığı belirlenmiştir. Buna ek olarak ikramiye, izin (tatil) hakkı, prim gibi maddi; takdir

etme, övgü gibi maddi olmayan ödemelerin ve ödüllendirmelerin çalışanları memnun ettiği ve daha çok performans göstermelerine teşvik edici unsurlar olarak olumlu katkılar sağladığı gözlemlenmiştir (Çatır, 2009: 54).

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler arasında; rol çatışması, rol belirsizliği ve iş yükünün fazlalığı gibi unsurlar da yer almaktadır. Çalışanın işletmede işi ile ilgili rol çatışması ya da rol belirsizliği yaşamasının, iş yükünün fazlalığından yorgunluk ve tükenmişlik hissetmesi gibi durumların çalışan üzerinde örgütsel bağlılığı azaltıcı etkisi olduğu tespit edilmiştir. İşletmede çalışana ilginin gösterilmesi, örgütsel güvenin sağlanması ve çalışanın kendini önemli hissetmesi gibi unsurların da örgütsel bağlılığı arttırdığı ortaya konulmuştur (Çulha, 2008: 104).

Örgütsel destek unsuru da çalışanların örgütsel bağlılıklarını etkileyen örgütsel faktörlerdendir. Çalışanlar örgütsel destek ile kendilerini işletmeye ait hissetmektedirler. Kendini örgütün bir üyesi olarak kabul eden çalışanlar örgütsel destek sayesinde örgütün değerlerini de benimsemektedir. İşletme tarafından çalışanlara gösterilen duygusal yakınlığın ve sağlanan desteğin örgütsel bağlılığı artırıcı özellikleri bulunmaktadır (Dalgın, 2008: 60).

Örgüt Dışı Faktörler: Profesyonellik ve diğer iş olanakları örgütsel bağlılığı etkileyen örgüt dışı faktörlerdendir. İşletmedeki bazı olanakların yetersiz olması ya da işletme değerlerinin çalışanın değerleri ile uyumlu olmaması çalışanın örgütsel bağlılığını azaltan etkenler olarak gösterilmektedir. Dolayısıyla bu durumu yaşayan çalışanlar dışarıda farklı iş olanakları aramaya yönelmektedir. Alternatif iş imkânları ile kendi değerlerine uygun işleri bulan çalışanlar ise işletmeden ayrılmaktadır (Bilgiç, 2017: 43).

Örgüt dışı faktörlerden profesyonellik, işgörenin yaptığı işin değerlerini benimsemesini ve işi ile özdeşleşmesini ifade eden mesleki bağlılık ile ilgili olan bir kavramdır. Profesyonel çalışanların görev aldığı işletmeler, çalışanlarına mesleki gelişim için destek sağladıklarında, çalışanların mesleki bağlılıkları olumsuz etkilenirken bu durumun örgütsel bağlılıklarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (Kardaş, 2016: 79; Yücel ve Çetinkaya, 2016: 24).

2.1.3.6. Örgütsel Bağlılığın Düzeyleri

İşgörenlerin işletmeye bağlılıkları çeşitli nedenlerle açıklanabildiği gibi bağlılıklarının düzeylerini de ifade etmek mümkündür. Randall 1987 yılında işgörenlerin işletmelerine karşı göstermiş oldukları bağlılık düzeylerini ele almıştır. Randall (1987), örgütsel bağlılık düzeylerinin olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabileceğini ön görmüş ve örgütsel bağlılık düzeylerini üç grupta sınıflandırarak; düşük örgütsel bağlılık, orta (ılımlı) örgütsel bağlılık ve yüksek örgütsel bağlılık şeklinde açıklamıştır (Buluş, 2017: 28).

2.1.3.6.1. Düşük Örgütsel Bağlılık Düzeyi

Örgütsel bağlılığın düzeylerinden düşük bağlılık düzeyi, çalışanın işletme ile arasındaki duygusal bağın ve ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Çalışanlar düşük bağlılık düzeyinde amaçlarına ulaşabilmek için sergilediği tutum ve davranışlardan yoksundur. Düşük örgütsel bağlılık düzeyi, *zorunluluk bağlılığı* ya da *devamlılık bağlılığı* olarak bilinmektedir. Devamlılık bağlılığında da çalışanlar işletmeye yaptığı yatırımlardan, sahip olduğu haklardan, iş arkadaşları ile olan yakın ilişkilerden, kariyer vb. gibi nedenlerden dolayı zorunluluk hissederek işletmede kalmaya devam etmektedir (Koç, 2009: 205-206).

Örgütsel bağlılık düzeyleri düşük olan çalışanlar, kişisel görevleri yerine getirmede çok fazla gayret göstermedikleri ve grup bağlılığında yine çok az emek veren kişiler oldukları için bu kişiler işletmede en az değere sahip olan duygusuz çalışanlar olarak nitelendirilmektedir. Örgütsel bağlılıkları düşük düzeyde olan bu çalışanların işe geç kalmaları, çok fazla devamsızlık yapmaları, düşük kalitede hizmet vermeleri, işletmeye sadık olmamaları gibi durumlar beraberinde şikâyetleri ve memnuniyetsizlikleri de getirdiği için işletmeye olumsuz bir imajın yüklenmesine ve tüketicinin güvenini kaybetmesine neden olmaktadır (Erol, 2013: 66-67).

2.1.3.6.2. Orta (İlmlı) Örgütsel Bağlılık Düzeyi

Bir diğer örgütsel bağlılık düzeyi olan orta (ılımlı) bağlılık düzeyi, çalışanların görev aldığı örgütte ya da diğer örgütlerde deneyim kazandığını; ancak çalıştığı örgüt ile özdeşleşemeyerek işletmeye karşı da herhangi bir bağlılık oluşturmadıklarını anlatmaktadır. Bu bağlılık düzeyinde çalışanlar, işletmenin kendisini yönlendirmesine izin vermemekte ve kişisel kimliğini korumaya çaba göstermektedir. Yine bu bağlılık düzeyinde çalışanlar, işletmenin bütün değerlerini

değil bazılarını benimsemektedir. Bu düzeye sahip çalışanlar, sosyal sorumluluk ile örgüte sadakat arasında seçim yapamadığından kararsızlık ve çatışma yaşamaları, işletmede verimsizliğe neden olmaktadır (Yavuz ve Tokmak, 2009: 23).

Orta bağlılık düzeyi, kişisel tecrübenin güçlü olduğu; ancak işletmeyle özdeşleşmenin ve örgütsel bağlılığın tam anlamı ile olmadığı, çalışanın işletmeye sınırlı sadakat duyduğu ve kendi bireysel kimliğini korumaya gayret ederek işletme ile bütünleşmeye gidilmeye çalışıldığının göstergesi olan düzeyi ifade etmektedir. Bu ılımlı bağlılık düzeyinde çalışan ve işletme arasındaki karşılıklı değer uyumu, çalışana ayrıcalık ve seçme imkânı vermekte, bunun sonucunda da dengeli bağlılık düzeyi meydana gelmektedir (Palavar, 2010: 39).

2.1.3.6.3. Yüksek Örgütsel Bağlılık Düzeyi

Örgütsel bağlılık düzeylerinden yüksek örgütsel bağlılık düzeyi; çalışanın örgüte olan bağlılığının güçlü ve yüksek olduğu düzeydir. İşletme tarafından çalışana verilen ödüller ve tatmin edici ödemeler çalışanın işletmenin değerlerini kabul etmesinde etkilidir. İşletmeye bağlılığı yüksek olan çalışanların işletmeye olan sadakatleri de yüksektir. Öte yandan çalışanın yüksek düzeyde bağlılığı, işletme verimliliğinin artmasına da önemli katkılar sağlamaktadır (Gürsel, 2017: 22).

Örgüte sadık olan çalışanlar işletmenin bütün değerlerini benimsemektedir. İşletmeye yüksek düzeyde bağlılık duyan bu çalışanlar, işletmenin amaç ve hedeflerini kendi değerlerinden daha üstün tutmaktadır. Hem işletmeye hem de işine bağlı olan bu kişiler, işletme tarafından yıldız olarak görülmektedir. Yüksek düzeyde örgütsel bağlılık, işletmede esnekliğin azalmasına, geleneksel uygulamaların tekrarlanmasına neden olduğu gibi çalışanın aşırı sadakatinden dolayı işletmede çalışma süresinden daha fazla zaman geçirme isteği de verimlilik açısından olumlu katkı sağlamaktadır (Tekbalkan, 2010: 36).

2.1.3.7. Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Önemi

Emek yoğun özelliğe sahip turizm endüstrisinde yer alan konaklama işletmelerinin amacı; tüketicilerin konaklama, yeme içme, dinlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamaktır. Hizmet veren işletme olarak konaklama işletmelerinde, insan gücüne büyük oranda ihtiyaç duyulmaktadır. Tüketicilerin ihtiyacını karşılamada yüz yüze ilişkilerin önem kazanması, tüketicilere iyi ve kaliteli bir hizmetin verilmesi, rekabet eden turizm işletmelerinde çalışanların rolünün önemine dikkat çekmiştir. İşletmenin

değerlerini benimseyen ve bunu tüketicilere yansıtabilen çalışanların, örgüte sadakatleri ve bağlılıkları bu bakımdan önemli bir görev üstlenmektedir (Bakırcı, 2016: 30-31).

Yüz yüze ilişkilerin büyük oranda yaşandığı konaklama işletmelerinde; çalışanın eğitimi, geliştirilmesi ve iş tatmini büyük bir öneme sahiptir. İş tatmini yüksek olan çalışanlar daha verimli çalışmakta ve alternatif iş arayışlarında bulunmadıkları için işgören devir hızının yüksek ve maliyetli olduğu konaklama işletmelerinde çalışanların devamlılıkları ile örgütsel bağlılıkları önemli olmaktadır. Konaklama işletmelerinde mevsimlik yoğunlaşma nedeni ile nitelikli olmayan çalışanların görev alması, iş yoğunluğunun yaşanması, çalışanların fazla iş yükünden dolayı performanslarının azalması, işi bırakma eğilimlerinin fazla olması gibi olumsuz nedenler hem müşterilerin memnuniyetsizliğine hem de işletmenin verimliliğine negatif yönde etki edeceği için çalışanın örgütsel bağlılığının artırılması gerekmektedir (Kaya, 2012: 83-84).

Konaklama işletmelerinde örgütsel bağlılığa sahip olan çalışanlar, tüketiciyi tatmin etmek için büyük çaba harcamaktadır. Tüketici ile devamlı iletişim halinde olan çalışanın, görev aldığı işletmenin amaç ve hedeflerini benimsemesi ve kendinden beklenenleri karşılamada bu yönde performans sergilemesi, konaklama işletmelerinin başarısının artmasına olumlu katkı sağlamaktadır. Konaklama işletmeleri tarafından çalışanlara önem ve desteğin verilmesi, iş doyumunun ve örgüte olan bağlılıklarının sağlanması turizm sektöründe konaklama işletmelerinin etkin ve verimli bir şekilde hizmet vermesine katkı sunmaktadır (Öneği, 2014: 26-27).

Sonuç olarak; konaklama işletmeleri, turizm sektöründe varlıklarını korumak ve başarılarını artırmak için müşterilerini memnun etmeye çalışmaktadır. Bir üretim faktörü olarak turizm sektöründe, emek veren işgören, kaliteli bir hizmet sunumu ile tüketici memnuniyetini sağlamada önemli bir rol üstlenmektedir. Konaklama işletmelerinde nitelikli işgörenlerin çalıştırılması, gerekli eğitimlerin verilmesi, işgörenlerin işletmeye kazandırılması ve işletmede tutulma işlevleri, işgörenlerin işletmeye ve işe olan bağlılıklarını arttırmaktadır. Konaklama işletmelerine uyumu sağlanan işgörenlerin kaybedilmesi ve tekrar aynı niteliklere sahip başka işgörenlerin işletmeye kazandırılması, konaklama işletmelerini hem zaman kaybettirmesi hem de

bu işlemin yüksek maliyetli olması bakımından olumsuz etkilemektedir (Avcı ve Küçükusta, 2009: 36).

2.2. SOSYALİZASYON VE ÖRGÜTSEL SOSYALİZASYON KAVRAMLARININ TANIMI VE İÇERİĞİ

2.2.1. Sosyalizasyon Kavramı İle İlgili Bilgiler

Çalışmanın bu bölümünde sosyalizasyon kavramının tanım ve içeriğinden, sosyalizasyonu etkileyen unsurlardan ve sosyalizasyon kavramını oluşturan temel kuramlardan bahsedilmiştir. Bu kapsamda incelenecek ilk konuyu sosyalizasyon kavramının tanımı oluşturmaktadır.

2.2.1.1. Sosyalizasyon Kavramının Tanımı

Toplumsallaşma veya sosyalleşme olarak Türkçe'ye uyarlanan "socialization" kavramının sözlükteki tanımı; belli bir topluma ait olan bireylerin, kişilik kazanarak sosyal çevreye hazırlanma ve sosyal çevreyle bütünleşme süreci şeklindedir. Sosyalizasyon hem kişinin içinde yer aldığı toplumun değerlerini, normlarını ve tutumlarını kazanmasına yönelik etkileşim sürecinde hem de kişilerin kimliklerinin oluşmasında ve şekillenmesinde rol alan bir kavramdır (Çoştu, 2009: 119).

Sosyalleşme ya da toplumsallaşma olarak da bilenen sosyalizasyon kavramı, topluma ait örf ve adetler ile gelenek ve göreneklerin, insanlar tarafından kabul edilmesidir. Diğer bir ifade ile sosyalizasyon, insanın içinde yaşadığı toplumun sosyal ve kültürel yapısına uyum gösterme sürecidir. Toplumsallaşma, insanın içinde yaşadığı toplumun bir üyesi olduğunu ve toplumsal bir kimlik kazandığını ifade etmektedir (Beşirli, 2005: 252).

Sosyalizasyon kavramı, toplumdaki değer ve normların toplumda yaşayan insanlara öğretilme sürecini kapsayan, bu süreç içerisinde insanların hangi durumlarda nasıl davranmaları gerektiğini öğrenen ve aynı zamanda insanların kendilerinde var olan veya toplumun kendilerini yüklediği rolleri ile sahip olduğu statülerinin gerektirmiş olduğu davranış biçimlerini, toplumda yaşayan diğer insanların kendilerinden beklentilerini öğrenmesi olarak tanımlanmaktadır. Sosyalizasyon genel bir ifade ile öğrenme sürecini kapsamaktadır (Arslan, 2004: 6).

Sosyalleşme, sosyolojiden kaynaklanan, yeni bir toplumsal bağlama girme sürecine atıfta bulunan; bu bağlamda hareket etmek ve yer almak için bilgi, beceri ve davranış edinme sürecini ifade etmektedir (Dingler ve Enkel, 2016: 51). Diğer bir ifade ile sosyalizasyon, bir arada yaşayan bireylerin uyum içinde toplumda yaşamlarını devam ettirirken göstermiş oldukları çaba ve süreçleri kapsamaktadır (Çelik, 2010: 14).

Sosyalizasyon, bireyin tecrübeleri ve kişiliği ile içinde bulunduğu sosyal çevrenin kültürel öğelerinin benimsetildiği, bireyin kişiliğini kazandığı ya da farkına vardığı; ayrıca sosyal çevresindeki görevleri üstlenmek zorunda olduğu ve sosyal çevresine uyum sağladığı etkileşimli süreci ifade etmektedir. Başka bir tanıma göre sosyalleşme, kişilerin diğer bireyler ile toplumun tüm değerlerini bilme, öğrenme ve kabul etme sürecidir (Kaplan ve Çetinkaya, 2014: 122).

Genel olarak sosyalizasyon, topluma ait değer ve normların toplumda yaşayan bireylere öğretilmesi ve benimsetilmesi sürecidir. Bu süreçte birey topluma ait değer ve normlara göre kimlik oluşturmaktadır. Kısaca toplumsallaşma, sosyal gelişim ve sosyal rollerin bireyler tarafından öğrenilme sürecidir (Öner Altıok, 2016: 56).

2.2.1.2. Sosyalizasyonu Etkileyen Unsurlar

Sosyalizasyon, sosyal bir olgudur ve insan hayat boyu öğrenme süreci içerisindedir. İnsan yaşamı boyunca kültürünü, örf ve adetlerini, aile, okul, arkadaş grupları gibi çevrelerde yaşayarak öğrenmekte ve bunlara uygun davranışlar göstermektedir. Topluma ait kültürün, değerlerin, örf ve adetlerin gelecek kuşaklara aktarılmasında ve sürdürülmesinde sosyalizasyon önemli bir rol oynamaktadır (Baltacı ve Uysal, 2012: 178). Dolayısıyla topluma katılımın sağlanması ve sürekli değişen yaşam şartlarında, bireyin topluma uyum sağlaması sosyalizasyon etmenleri ile olmaktadır. Sosyalizasyonu etkileyen bu unsurlar; aile, okul, arkadaş grupları ve kitle iletişim araçları şeklinde sınıflandırmak mümkündür (Sanlı, 2010: 22).

Aile, sosyalleşmenin ilk olarak başladığı yerdir. Bireyin ilk gözünü açtığı yer olan aile hayatı, çevresindeki diğer bireyleri ve olayları tanımaya ve anlamaya çalıştığı, onlara benzeme ve onlar gibi davranma girişiminde bulunduğu, konuşma çabalarıyla topluma ait bir birey olma gayreti gösterdiği sosyalleşmenin ilk yaşandığı ve başladığı yerdir (Kurt, 2012: 2). Aile, bireyin kişilik kazanmasında belirleyici olan

ve ilk temeli atan sosyalleşme etmenidir. Diğer sosyalizasyon unsurları da bu temel üzerinden yükselmektedir (Turan, 1991: 189).

Bir diğer sosyalleşme unsuru olan okul, ailenin sosyalleştirmesine göre daha sistematik ve kurumsal olan bir yerdir. Okulda verilen eğitim ve buradaki öğretmenler belirli programlar içinde bireyin eğitilmesinde ve sosyalleştirilmesinde önemli görevler üstlenmektedir. Okul ortamı, bireye farklı çevrelerden diğer bireylerle aynı ortamda bulunma imkânı sağlamaktadır. Ailede alınan bilgi ve davranışlardan sonra kişiler, okulda farklı sosyo-kültürel çevreden gelen kişilerle yeni ilişkiler kurmayı öğrenmeye başlamaktadır. Okulda alınan eğitim ve farklı kişilerle kurulan ilişkiler, bireyin hem sosyal dünyasının hem de fiziksel ve ruhsal gelişimine katkı sağlayarak sosyalleşmesine yardımcı olmaktadır (Erkaya, 2016: 21-22).

Sosyalizasyonu etkileyen diğer bir unsur arkadaş gruplarıdır ve bu gruplar bireye ailesi kadar yakındır. Arkadaş grupları, insan hayatının çocukluk döneminden başlayarak hayat boyunca devam eden, bireyin etkileşim içinde olduğu sosyal bir gruptur. İçinde yer alınan arkadaş gruplarının bireye psikolojik, fiziksel ya da sosyo-kültürel gelişimi üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bireyin dâhil olduğu veya iletişimde olduğu arkadaş grupları, bireyin sosyal çevresindeki başarısına ya da toplumdaki saygınlığına etkisi olduğundan doğru seçilmiş arkadaş gruplarının bireyin sosyalleşmesinde ve başarıya ulaşmasında önemli görülen unsurlardandır (Şahin, 2007: 24).

Sosyalizasyonu etkileyen bir başka unsur da kitle iletişim araçlarıdır. Toplum tarafından kullanılan, sosyo-kültürel gelişim ve değişiminde rol alan bu araçları; kitap, gazete, dergi, radyo, televizyon, sosyal medya vb. olarak sıralamak mümkündür (Kırtepe, 2014: 240). Kitle iletişim araçları ile insanlar bilgi toplama, öğrenme, araştırma gibi faaliyetlerle diğer insanlarla etkileşimde bulunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının insanların hayal dünyasını genişleterek evrensel olarak düşünmesinde ve eğitilmesinde katkı sağladığı, insanlarda birey ve toplum bilincinin farkındalığı oluşturularak modern topluma geçişi kolaylaştırdığı görülmektedir. Bu bakımdan kitle iletişim araçları, bireylerin sosyalleşmesine katkı sağlamaktadır (Öztürk ve Akçalar, 2007: 24-25).

2.2.1.3. Sosyalizasyonun Türleri

Sosyalizasyon; insan yaşamı boyunca devam eden, toplumu oluşturan bireylerin ait olduğu sosyal çevrenin değer ve normlarını öğrenme sürecini ifade eden, topluma ait sosyal ve kültürel değerlerin gelecek kuşaklara taşınmasına imkân sağlayan ve sosyal düzenin sağlanmasına katkısı olan bir kavramdır. Bir süreci ifade eden sosyalizasyon kavramının türleri bulunmaktadır. Sosyalizasyonun türlerini; siyasal sosyalizasyon, muhafazakâr sosyalizasyon, mesleki sosyalizasyon ve ekonomik sosyalizasyon olarak dört sınıfta ele almak mümkündür (Çambay, 2015: 238).

2.2.1.3.1. Siyasal Sosyalizasyon

Siyasal sosyalizasyon, sosyal bir varlık olan insan ile ilgili bir süreci ifade etmektedir. Birey, bu süreç içerisinde diğer birey ve araçlar ile siyasal kimliğini oluşturmaktadır. Siyasal sosyalizasyonda gelişim, öğrenme ve eğitim bir bütün olarak etkileşim halindedir. Siyasal sosyalizasyon; sosyal ve siyasal çevre ile insan arasında yaşam boyu devam eden etkileşim sonucunda, insanın siyasal sistemle alakalı düşünce, değer, tutum ve davranışlarının oluşması ve gelişmesidir. Siyasal sosyalizasyon, bireylerin nasıl siyasal varlıklar haline geldiklerini/getirildiklerini ya da siyasallaştırdıklarını açıklamaya ve anlamaya çalışan bir boyuttur. Siyasal sosyalizasyon türünde amaç bireylerin siyasallaşırken hangi süreçlerden geçtiklerini ve çevresel faktörlerin bu süreç içerisinde bireylerde ne şekilde rol oynadığını ortaya koymaktır (Akın, 2009: 159-161).

2.2.1.3.2. Muhafazakâr Sosyalizasyon

Toplumsal bir varlık olan insan, doğası gereği hayatını sosyalleşme sürecinde devam ettirmektedir. İlk olarak ailede başlayan sosyalleşme sürecinde birey; dinini ve inancını, dininin ve inancının kurallarını, emir ve yasaklarını öğrenmeye başlamakta ve sosyalleşmesini devam ettirmektedir. Birey, muhafazakâr sosyalizasyon ile sosyal çevrede inanılan ve yaşanılan dini öğrenerek uygulamakta ve diğer bireylere öğretmektedir. Mensup olunan din ve o dine ait inançlar, sosyalizasyon sürecinde etkileşim halinde öğrenilmekte ve yaşamın bir parçası olmaktadır. Bireyler inandığı dine ve edinmiş olduğu inanç sistemine göre sosyal yaşamlarını devam ettirmektedir. Din ve inanç sosyalizasyonu, sosyalizasyon da din ve inancı etkilemektedir. Dolayısıyla sosyalizasyon ve din arasında karşılıklı etkileşim ve ilişki bulunmaktadır (Okumuş, 2014: 433-434).

2.2.1.3.3. Mesleki Sosyalizasyon

Mesleki sosyalizasyon, bireyin işi gereği mesleki rollerini ve sorumluluklarını öğrenmesidir. Bu sosyalleşme türünde, işe yeni başlayan bir kişinin, yaptığı işe uyum sağladığı, üretken ve mutlu olduğu, mesleki rolü için sahip olunması gereken sosyal bilgi ve yeteneği kişisel olarak kazandığı süreçtir. Mesleki sosyalizasyon, işe yeni başlayan bireyin kişisel özelliklerine ve sosyal çevresine bağlı olan, bireyin hizmet öncesi eğitimden önce başlayarak çalışma hayatı boyunca devam eden bir süreci ifade etmektedir. Mesleki sosyalizasyon ile birey, işiyle ilgili norm ve değerleri öğrenerek belirli bir rol içerisinde bu bilgileri uygulaması ile çalışma yeteneği kazanmaktadır. Dolayısıyla mesleki sosyalizasyon, işe yeni başlamış kişiyi yaptığı işe uygun hale getirmeye yardımcı olmaktadır (Özbek ve Ercan, 2014: 81-82).

2.2.1.3.4. Ekonomik Sosyalizasyon

Ekonomik sosyalizasyon, hem ekonomik hem de toplumsal boyutları olan, ekonomik bilgiye sahip olma sonucunda ortaya çıkan tutum ve davranışların, toplumda ve insan yaşamında var olan tüketim, mali istek ve ihtiyaçlar gibi konuları içeren bir olgudur. Tüketim sosyalleşmesi ile benzerlik gösteren ve iç içe olan ekonomik sosyalizasyon; toplumda yaşayan bireylerin pazar ortamında tüketici olarak görevini yerine getirebilmesi için gerekli ekonomik bilgi, yetenek, tutum ve davranışlara sahip olma, bu becerileri öğrenme ya da bu yönde becerileri geliştirme konularını içeren süreçleri ifade etmektedir. Kısaca ekonomik sosyalizasyon para ile ilgili olan harcama, birikim, yatırım, borç yapma gibi konuları kapsayan, bireylerin tüketim alanını ve pazar piyasasında ve satın alma faaliyetlerindeki bilgi ve becerilerini ifade eden sosyalleşme sürecidir (Davutoğlu, 2010: 8-11).

2.2.1.4. Temel Sosyalizasyon Kuramları

Sosyalizasyon kavramının karmaşık bir yapı ve sürece sahip olması sonucunda araştırmacılar tarafından ileri sürülen farklı görüş ve açıklamaların ortaya çıkması, sosyalizasyon kavramında zorunlu bazı temel kuramların geliştirilmesine kaynak olmuştur. Sosyalizasyon üzerine geliştirilen temel kuramlar; Psikanalitik Kuram, Kültürleşme Kuramı, Öğrenme Kuramı, Sosyal Roller Kuramı ve Sosyal Etkileşim Kuramı olarak beş gruba ayrılmaktadır (Aziz, 1982: 11; Davtalab, 2016: 63).

Psikanalitik Kuram: Sosyalizasyon sürecinde çocuğu temel alan bir kuram olan psikanalitik kuramın kurucuları Freud ve Piaget'tir. Freud'a göre çocuğun kalıtımsal olarak doğuştan getirdiği birçok özelliği bulunmaktadır ve ocuk doğduktan sonra ilk olarak ailede daha sonra ise çevresel faktörlerin etkisiyle şekillenmektedir. Freud, kişilik teorisinde en önemli görevi üstlenen şeyin biyolojik etmenler olduğunu, hem insanı etkileyen sistemler olarak hem de sosyalizasyonda yer alan kavramlar olarak id, ego ve süperegonun birbirine bağlı olarak çalıştığını ifade etmiştir (Davarcı, 2008: 6). Bu kapsamda ortaya çıkan id kavramı bireyin doğumla getirdiği ve hayatta kalmasını sağlayan temel yapı olup ihtiyaçları ve hazları temsil etmektedir. Süperego ise bireyin çevresiyle ve çevresindeki kuralları öğrenmeye başlamasıyla ortaya çıkan kısımdır. Bu kavram ise toplumsal yapıyı ve ahlaki kuralları temsil etmektedir. Ego ise bireyin vicdan denilen aygıtıdır. Ego kişiliğin mantıklı kısmıdır. Kişi, idin talepleri ile süperegonun karşı koyuşlarını dengeleyerek isteklerinin makul şekilde yerine getirilmesini sağlamaktadır. Ego, zaman zaman idin zaman zaman da süperegonun isteklerini evre şartlarına göre kabul ederek uygulamasına izin vermektedir (zen ve akır, 2010: 48-49).

Kültürleşme Kuramı: Kültürleşme kuramında birey ait olduğu toplumun kültürünü öğrenerek kazanmış olduğu davranışlarına, öğrendiği kültürü yansıtılmaktadır. Bu kuram sosyalizasyonu sadece kültür kavramı ile açıklanmasının yanı sıra Freud'un kalıtımsal özelliklerini de göz önünde bulundurmaktadır. Bunun sebebi ise her bireyin kişilik özelliklerinin, cinsiyete ait rollerinin ve kalıtımsal olarak psikolojik rahatsızlıklarının olmasının kültürleri farklılaştırdığı görüşüdür. Kültürleşme kuramı, kültür kavramının tüm toplumları aynı şekilde etkilemediğini, böylece farklı karakterlerde ve özelliklerde bireylerin olduğunu, bu durumun da sosyalleşmenin gelişimini etkilediğini açıklamaktadır (Gümüş, 2014: 24-25).

ğrenme Kuramı: Psikanalitik kuramın kurucusu olan Freud, ocuğun ahlak gelişimi üzerinde ilk olarak ailenin daha sonra ise çevresel faktörlerin etkili olduğunu savunmuştur. Bazı araştırmacılar ise sosyalizasyonda kültürün önemli bir kavram olduğunu; ancak bunda kişinin genetik özelliklerinin etkisinin olmadığını ileri sürmüşlerdir. Yapılan araştırma bulgularında ise kişinin genetik özelliklerinin sosyalizasyon sürecinde etkili ve önemli bir unsur olduğu ortaya konulmuştur. Bu kurama göre kişi ait olduğu toplumun kültürünü öğrenme yoluyla kazanılmaktadır. Kişinin ğrenme yolu ile sahip olduğu kültürü davranışlarına yansıtığı ve kendinden

sonraki gelecek neslin toplumunu da öğrenme yoluyla etkilediği savunulmaktadır (Aziz, 1982: 14).

Sosyal Roller Kuramı: Sosyalleşmeyi kısaca sosyal rollerin birey tarafından öğrenilmesi süreci olarak tanımlamak mümkündür. Bu kurama göre, bireyin ait olduğu toplumda statüsü ve sosyal rolleri bulunmaktadır. Birey toplumdaki sosyal rollerini öğrenme ve benimseme yoluyla diğer kişiler ile bütünleşmektedir. Sosyal roller kuramının temel kavramları olan rol ve statü, bireyin toplumdaki yerini ve konumunu göstermektedir. Sosyal roller, birey ile toplum arasında köprü görevi görerek bireyin toplumdaki davranışlarını düzenlemektedir. Sosyal rolleri öğrenmek ve benimsemek sosyal etkileşim sonucunda meydana gelmektedir. Dolayısıyla sosyal rollerin öğrenilmesi ve benimsenmesi bireyi, üyesi olduğu topluma karşı uyumlu hale getirerek sosyalleşmesini arttırmaktadır (Coştu, 2009: 124-126).

Sosyal Etkileşim Kuramı: Sosyal etkileşim kuramı, sosyal roller kuramı ile bağlantılı olan, toplum tarafından genel kabul görmüş değer ve normların etrafında şekillenen, bireylerin sosyal yaşamında sergiledikleri tutum ve davranışların toplumun üyesi olan diğer bireyler tarafından karşılanan davranışlarda karşılıklı şekillenmesi olarak ifade edilmektedir. Sosyalleşmenin gerçekleşmesinde sosyal etkileşim rol almaktadır ve sosyal etkileşim birey ile toplumun karşılıklı uyumunu sağlayan araç olarak görev üstlenmektedir. Sosyal etkileşim kuramı ile bireyin görevleri, tutum ve davranışları şekillenmektedir (Davtalab, 2016: 66-67).

2.2.2. Örgütsel Sosyalleşme Kavramı İle İlgili Bilgiler

Çalışmanın bu bölümünde örgütsel sosyalleşme kavramının tanımı, örgütsel sosyalleşmenin amacı ve önemi, örgütsel sosyalleşmenin aşamaları, örgütsel sosyalleşmenin belirtileri ve örgütsel sosyalleşmenin örgütler açısından sonuçları ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

2.2.2.1. Örgütsel Sosyalleşme Kavramının Tanımı

Örgütsel sosyalleşme, örgüte yeni katılan bireyin, örgütün kültürünü ve değerlerini öğrenme, benimseme ve örgütün üyesi olma yolundaki sosyalleşme sürecidir. Bireyin örgütün kurallarını öğrenmesi, bunların bireye örgüt tarafından aşılması ve bu yönde bireyin eğitilmesi örgütsel sosyalleşmedir (Biber ve Ertürk, 2013: 182). Schein (1968)'e göre örgütsel sosyalleşme; istihdamın söz

konusu olduğu örgütün püf noktalarının birey tarafından öğrenilmesi, bireye örgütsel bilgilerin aşılması ve bu yönde eğitimin verilme sürecidir. Örgütsel sosyalizasyon bireyin örgütte veya örgütün alt birimlerinde neyin önemli olduğunu öğrenme sürecidir (Commerias vd., 2013: 165).

Örgütsel sosyalizasyon, örgüte yeni gelen bireyin örgütsel rolünü etkin bir şekilde yerine getirebilmesi için gerekli olan uyumu ve kazanımı elde etme süreci olarak ifade edilmektedir. Örgütsel sosyalizasyonda bireyin örgüte uyumu temel alınmakta ve bu uyum örgüt tarafından örgütün üyesi olan bireyin tutum, davranış, bilgi ve becerilerini geliştirmesi için verilen sosyalleşme süreci olarak tanımlanmaktadır (Gruman vd., 2006: 91; Sökmen, 2007: 171).

Başka bir tanıma göre örgütsel sosyalizasyon, örgüte yeni başlayan bireye örgüt kültürünün ve işleyişinin kazandırıldığı, bireyin örgütün bir üyesi olarak yetiştirildiği ve eğitildiği süreci kapsayan bir kavramdır. Örgütsel sosyalleşmede birey örgüt ile uyumlu hale getirilmekte ve birey örgütün bir parçası olmaktadır. Bir süreç olarak örgütsel sosyalizasyon; bireyin örgüte girmesinden önce başlayan, girdikten sonra devam eden, iş değişikliği, terfi ve farklı bir örgüte geçme gibi durumlarda sosyalizasyon sürecinin yeniden başladığı durumu ifade etmektedir (Balcı vd., 2012: 48; Yiğit: 2016: 28).

Örgüte yeni katılan bireyin örgütün işleyişini, çalışma grubunda nasıl davranması ve faaliyet göstermesi gerektiğini, bireyin görevi ve işiyle alakalı konularda öğrenme sürecine örgütsel sosyalizasyon denilmektedir. Örgütsel sosyalizasyon, örgüte yeni gelene hem sosyalleşme hem de örgütsel işleyişleri takip eden bireyselleştirme ile örgütün etkin bir şekilde nasıl işleyeceğini öğreten süreci ifade etmektedir (Çalık, 2006: 2-3; Song vd., 2015: 180).

Sosyalizasyon örgütsel boyutta düşünüldüğünde, örgütte kıdemli olan bireylerin yeni olan bireylere örgüt ile ilgili konuları (örgüt kültürü, örgütün işleyişi, örgütteki roller vb.) transfer etme, sağlama ve öğretme süreçleri örgütsel sosyalizasyon olarak adlandırılmaktadır. Örgütsel sosyalizasyon, bireyin örgütün üyesi olarak görevlerini yapması ve örgütsel bir rol üstlenmesi için gerekli değerlerin ve becerilerin yeni gelen işgörenlere aktarılması sürecidir. Bu süreçte bireye örgütle ilgili konular öğretilerek bireyin örgütte uyumu ve sosyalizasyonu gerçekleştirilmektedir (Kraimer, 1997: 425; Pelit ve Kahyaoğlu, 2015: 101).

Örgütsel sosyalizasyon, işgörenlerin örgütteki rollerini üstlenebilmesi için gerekli olan bilgi, beceri, tutum ve davranışları işgörelere kazandırma sürecini kapsamaktadır. Aktif olarak örgütte rol alan işgörelerin, örgüte ait gerekli olan bilgileri kazanması, iş çevresini öğrenmesi ve anlaması, örgüt içinde sosyalleşmesini sağlamaktadır. Kısaca örgütsel sosyalizasyon, işgörelerin örgütün değerlerini, standartlarını ve normlarını öğrenmesi ve örgütün istediklerini yerine getirilebilmesidir (Çerik ve Bozkurt, 2010: 78).

Tüm tanımlamaların ortak noktaları ele alındığında örgütsel sosyalizasyonu, örgüte yeni gelen bireyin örgüte, yeni işine ve örgütsel rollerine adapte olma süreci şekilde tanımlamak mümkündür. Örgütte yeni bireyin örgütsel rol üstlenmek için gerekli bilgi ve becerileri kazanma süreci ise örgütsel sosyalleşme ile sağlanmaktadır. Örgütsel sosyalizasyon, işgörelinin iş ile ilgili gerekli bilgiyi öğreneceği süreçlerden birisidir. Böylece işgörelinin işe alındıktan sonra örgütün entegre bir üyesi olması için örgütsel sosyalizasyonu gerçekleşmektedir (Özdemir ve Ergun, 2015: 432-433).

2.2.2.2. Örgütsel Sosyalizasyonun Amacı

Örgütsel sosyalizasyonun temel amacı; örgütte yeni olan çalışana, örgütün etkili bir üyesi haline getirmek ve birey ile örgütün uyumlu olmasını sağlamaktır. İşgörelinin örgütte başarılı bir sosyalizasyon yaşaması bireyin örgüte/işle bağlılığını, uyumunu ve başarısını da artırmaktadır. Örgüte yeni gelen işgörelinin uyumsuzluk ve çatışma yaşamaması için örgüt tarafından sosyalleşme programları uygulanmakta; böylece bireyin örgütsel sosyalizasyonu gerçekleşmektedir (Sökmen, 2007: 171).

Örgüte yeni katılım gösteren birey örgütsel sosyalleşme ile zamanla örgüt içinde uygun davranışların ne olduğunu, örgütteki diğer işgörelilerle ne şekilde iletişimde bulunması gerektiğini ve örgütün amaç ve değerlerini öğrenmektedir. İşgörelinin örgütteki ve işteki etkinliği, örgütsel rolü hakkında bilgi verilmesi, iş için gerekli olan becerilerin kazandırılması ve performans göstermede motivasyonun sağlanması gibi faktörler örgütsel sosyalizasyonun amaçlarını şekillendirmeye yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla örgütsel sosyalizasyon faaliyetlerinin amacı; işgörelileri, örgütün etkili ve verimli üyesi haline getirmektir (Demirbilek, 2009: 354-355).

Çalışanı örgüte adapte etmek için örgüt tarafından örgütsel sosyalizasyon faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Çalışanın yeni örgütüne ve işine uyum sağlaması için yapılan düzenlemeler örgütsel sosyalizasyon faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır. Bir bireyin başarılı bir örgütsel sosyalizasyon süreci geçirdiği, çalışanın örgütün amaç ve değerlerine adapte olmasından, örgütsel rollerini yerine getirmesinden, işinde uzmanlaşmasından, iş arkadaşları ile ilişkisinin kalitesinden anlaşılmaktadır (Baş, 2016: 20). Örgütsel sosyalizasyonun temel amaçlarını altı madde hâlinde sıralamak mümkündür. Bunlar (Memduhoğlu, 2008: 139-140);

1. İşin gereklerini öğrenmek (hangi araçları, yetenekleri ve bilgileri kullanmalı ve hangi kriterlere göre çalışmalı bunları öğrendiği süreçtir).
2. Örgütteki bireyler arasında sağlıklı ilişkilerin kurulmasını sağlamak (kıdemli işgörenler ile yeni gelen bireylerin tanışması, çalışma grubu, örgüt ve sorumluluklar hakkında bilgi edinme sürecidir).
3. Örgüt içindeki güç kaynaklarını tanıtmak (uzmanlık gerektiren farklı konularda işleri kimin yürüttüğünü ve informal liderlerin kimler olduğunu öğrenme sürecidir).
4. Örgütte ortak olan dili öğretmek (örgütteki bireyler tarafından ortak bir dil olarak kullanılan teknik kavramları, kısaltmaları ve örgütsel jargonları içeren örgütsel dili öğrenme sürecidir).
5. Örgütün amaç ve değerlerinin öğretilmesi (yeni işgörene örgütün amacı ve değerleri nelerdir bunların öğretilmesi sürecidir).
6. Örgütün tarihini öğretmek (örgüte ait geleneklerin, örf ve adetlerin, özel günlerin ve hikâyelerin yeni işgörene öğretilmesi sürecidir).

2.2.2.3. Örgütsel Sosyalizasyonun Önemi

Örgütsel sosyalizasyon, hem örgüt hem de işgören için önemli olan bir kavramdır. Teknolojik yeniliklerin gelişimi, küresel rekabetin artması ve işgücünün baskıları örgüte yeni katılım gösteren işgörenlerin örgüte ve işe hızlı bir uyum sağlamasını zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla örgüte yeni katılan işgörenin örgüte, işe ve örgütte bulunan diğer kişilere uyum sağlaması için sosyalleşme sürecine girmesi ve başarılı bir örgütsel sosyalizasyon sağlaması hem zorunlu hem de önemli bir konu haline gelmiştir (Güngörmez, 2016: 11).

Başarılı bir örgütsel sosyalizasyon sürecinden geçmiş işgören kısa sürede örgüte, işine ve örgütteki diğer bireylere uyum sağlamasına, yeni işgörenin stresini azaltmasına yardımcı olarak motivasyonunun artmasına ve iyi bir performans göstermesine katkı sağlamaktadır. Örgütte sosyalizasyon sürecinin başarılı olması örgütle özdeşleşmiş işgörenin örgütte kalma isteğinin artmasına da olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda; işgörenin örgütte kalma isteği ve devamlılığı, örgütte kendini geliştirme, kariyer yapma, ilerleme gibi avantajları beraberinde getirirken, örgüt içinde uyum sağlayan yeni işgörenin performansı ve işe olan devamlılığı işgören devir hızının yüksek ve maliyetli olduğu durumda örgüt için de avantajlar sağlamaktadır (Çetinkaya, 2016: 42-43).

Örgütsel sosyalizasyonun başarısız olması yeni işgörenin örgüte uyum sağlayamamasına, örgütte kalma isteğinin azalmasına, etkili ve verimli bir performans gösterememesine ve örgütten ayrılmasına neden olmaktadır. Başarılı bir örgütsel sosyalizasyon sürecinin gerçekleştirilememesi ise işgören performansını verimsiz kıldığından örgütün başarısını ve verimliliğini düşürmektedir. Buna benzer durumların yaşanması rekabet halinde olan örgütler için zarar verici sonuçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla örgütsel sosyalizasyon bu durumlarda hem örgüt hem de işgören açısından önemli bir kavramı oluşturur (Karasakaloğlu, 2015: 48).

2.2.2.4. Örgütsel Sosyalizasyonun Özellikleri

Örgütsel sosyalizasyon, örgütte yeni olan çalışanların örgütün norm ve değerlerini, kültürünü, işleyişini öğrenmeye başladığı süreci ifade etmektedir. Amacı örgüte yeni katılan çalışanın örgütle uyumunu sağlamak ve çalışmanı örgütün etkili ve verimli bir bireyi konumuna getirmek olan örgütsel sosyalizasyonun beş özelliği bulunmaktadır. Örgütsel sosyalizasyonun beş temel özelliğini; değer, tutum ve davranışların değişimi, örgütsel sosyalizasyon sürecinin devamlılığı, yeni görevlere, çalışma gruplarına ve örgütsel uygulamalara uyum sağlama, yeni çalışanlar ile yöneticiler arasındaki etkileşim ve sosyalizasyonda ilk dönemin önemi şeklinde sıralamak mümkündür (Özkan, 2005: 13-14; Aknar, 2013: 11-13; Demirer, 2014: 19-20):

Değer, tutum ve davranışların değişimi: Örgütsel sosyalizasyonun ilk özelliği, örgüte yeni gelen işgörenin sahip olduğu değer, tutum ve davranışlarını

değiştirmesidir. Örgütte yeni olan bireyin örgüte uyum sağlaması, etkili ve verimli bir performans sergilemesi için örgüte ait olan değer, tutum ve davranışların işgören tarafından benimsenerek bu yönde kendini geliştirmesi ve yeni bir bakış açısına sahip olmasıdır (Dönmez, 2017: 12).

Örgütsel sosyalizasyon sürecinin devamlılığı: Örgütsel sosyalizasyon süreci, belli bir başlangıcı ve bitişi olmayan, zaman içinde gelişen ve sürekliliği olan özelliklere sahiptir. Örgütte sosyalizasyon süreci, çalışanın örgüte girmesinden önce başlayan örgüt tarafından onaylanan değerlere karşılık çalışanın uygun davranışları geliştirme sürecine ve örgütün tutum, değer ve davranışlarıyla karşılaşan çalışanın bunları öğrenerek örgütte etkin bir üye olmaya çalışma aşamalarıyla devam eden sürecin özelliğine vurgu yapmaktadır (Vural, 2015: 26).

Yeni görevlere, çalışma gruplarına ve örgütsel uygulamalara uyum sağlama: Örgütsel sosyalizasyonun bir diğer özelliği örgüte yeni katılan işgörenin yeni görevlerine, örgütteki çalışma gruplarına ve örgüt tarafından uygulanan uygulamalara uyum sağlamasıdır. Bu özellik örgütsel sosyalizasyon ile bireyin sadece örgüte değil örgütteki çalışma gruplarına ve örgütün uygulamalarına da uyum sağladığı üzerinde durmaktadır (Dal, 2012: 8-9).

Yeni işgörenler ile yöneticileri arasındaki ilişki: Örgüt yeni işgörenin sahip olduğu tutum, değer ve davranışlarını terk etmesini ve örgütün kendi uygun gördüğü tutum, değer ve davranışları edinmesini; yani işgörenlerin değişimini istemektedir. Örgüt yöneticileri de bu bakımdan yeni işgörenlerin hem zayıf özelliklerini en aza indirerek güçlü özelliklerini ortaya çıkarmak hem de yeni üyeleri uzun dönemli kariyer planlarına dâhil etmeyi planladıkları için yeni işgörene işe alıştırma ve eğitim programları vermektedir. Örgüt tarafından verilen ve işgören tarafından gerçekleştirilen bu uygulama ve programlar karşılıklı bir etkileşim özelliğinin varlığını göstermektedir (Zonana, 2011: 49).

Sosyalizasyonda ilk dönemin önemi: Sosyalizasyonda ilk dönem, yeni işgörenlerin kariyer planlamaları ve örgütte yaşanan problemlerden kaynaklı başarısız olacaklarına dair kaygıların yaşandığı dönemdir. Sosyalizasyonun ilk döneminde elde edilen başarı daha sonraki başarı imkânları için yol gösterirken, yine bu dönemde başarısızlığın yaşanması işgörenlerin isteklerinin azalmasına ve daha iyi işlerde çalışma fırsatlarını kaçırmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda;

sosyalizasyonun ilk dönemi işgörenler için tehlikeli ve yoğun stresli olabilmektedir (Özçelik, 2008: 8-9).

2.2.2.5. Örgütsel Sosyalizasyon Aşamaları

Örgütsel sosyalizasyon sürecini üç aşamada tanımlamak mümkündür. Örgütsel sosyalizasyon aşamaları; ön (beklenen) sosyalizasyon aşaması, karşılaşma (uyum) aşaması, değişim ve kazanma aşamasıdır. Ön sosyalizasyon aşaması, örgüte yeni katılanların örgüte girmeden evvelki öğrenme ve beklentilerini kapsamaktadır. Bu aşama “iş bulma” olarak da adlandırılır. Karşılaşma (uyum) aşaması, işgörenin örgütteki ilk iş günü olan ve örgüt ile ilk karşılaştığı, tanıştığı aşamadır. Son aşama olan değişim ve kazanma aşaması da işgörenin artık örgütün bir üyesi durumunda olduğu aşamadır (Çetin ve Kurban, 2016: 1275-1276).

2.2.2.5.1. Ön Sosyalizasyon Aşaması

Örgütsel sosyalizasyon sürecinin ilk aşaması olan ön sosyalizasyon ya da tahmin edilen (beklenen) sosyalizasyon aşaması, çalışanın örgüte girmeden önce başlayan öğrenmelerini kapsamaktadır. Bu aşamada çalışan realist tahminlerle beklentiler oluşturmaya başlamaktadır. Çalışan bu ön sosyalizasyon aşamasında belirsizliklerle baş etmeye çalışmaktadır. Ön sosyalizasyon aşamasında çalışan daha örgüte katılım göstermediği ve kafasında iş ve örgüt ile ilgili belirsizlikler yaşadığı için örgüt ile ilgili bilgi sahibi olmak istemektedir (Kahyaoğlu, 2012: 11).

Ön sosyalizasyon aşamasında yeni çalışanın faaliyetleri, örgüt ve iş hakkında beklentilerini ve tahmin ettiklerini şekillendirdiği, örgütte/işte çalışıp çalışmayacağı yönünde karar verdiği aşamadır. Çalışanın bu aşamada örgüt ile ilgili bilgi edinmesi, örgütün imajından etkilenerek kendi beklentilerinde realist düşünmeye yardımcı olmaktadır. Feldman (1976), örgütsel sosyalizasyon sürecinin sosyalizasyon aşamasında “gerçeklik ve uyum” elde etme zorunluluğunun bulunduğunu, çalışan elde etmede buna özen gösterilmesi gerektiğini savunmuştur. Dolayısıyla iş alımları için başvuran adaylara işin zorluklarının anlatılmaması gerçekçi ve uyumlu olmayan beklentilerin oluşumuna sebebiyet vererek hem düşük üretim hem de tatminsizlik gibi sorunların yaşanmasına neden olmaktadır (Erdoğan, 2012: 42-43).

2.2.2.5.2. Karşılaşma Aşaması

Sosyalleşmenin ikinci aşaması olan karşılaşma aşaması, işgörenin örgüt ile karşılaştığı ilk aşamadır. Bu aşamada önemli olan konu ise işgörenin örgüt ile ilgili

edindiği bilgilerden sonra beklentilerini ve tahmin ettiklerini örgüte karşılaştırmasıdır. Beklentilerin karşılanmamış olması, belirsizliklere neden olmakta ve çatışmaların yaşanması bu aşamada gerçekleşmektedir (Elci, 2008: 13).

Karşılaşma aşaması, hem çalışan hem de örgüt için önemli ve hassas bir aşamadır. Bu aşama beklentilerin karşılanıp karşılanmadığına bakıldığı, belirsizliklerin ve çatışmaların yaşandığı, performansın çalışan ve örgüt tarafından değerlendirildiği aşamadır. Çalışan kendi sahip olduğu değerler ile örgüte ait değerler arasında yaşadığı ikilemleri bu aşamada çözmeye ve gidermeye çalışmaktadır. Karşılaşma aşamasında çalışan artık örgütü ve işleyişini tanımaya, anlamaya ve öğrenmeye çaba göstermektedir (Aşçıbaşıoğlu Çapar, 2007: 18).

2.2.2.5.3. Değişim ve Kazanma Aşaması

Örgütsel sosyalizasyonun son aşaması olan değişim ve kazanma aşaması, “değişim”, “kazanç/kazanım” ve “başkalaşım” gibi isimlerle de bilinmektedir. Bu aşama örgüte yeni gelen çalışanların hem örgüt içindeki hem de örgüt dışındaki çatışmaları ele almalarını sağlamak ve bu çatışmanın üstesinden başarılı bir şekilde gelen yeni çalışanlara örgütün desteği ise yeni çalışanların uygun davranışları kazanmalarına yardımcı olmaktadır. Bu aşama ile örgütte yeni olan çalışanlar, örgütün norm ve değerlerine karşılık uygun yeni norm ve değerler elde etmektedir (Çalık, 2003: 169).

Değişim aşaması, örgütte kıdemli olan çalışanların örgüte yeni gelen çalışanlara örgütün norm ve değerlerini öğreterek çalışanların uygun sosyalizasyon rolleri edinmelerine katkı sağladığı aşamadır. Bu aşamada çalışan, örgüt tarafından sağlanan fırsat ve imkânlarla sosyalleşmektedir. Dolayısıyla sosyalleşme sürecine giren çalışanın davranışlarında ve düşüncelerinde değişim gerçekleşmektedir. Örgüte yeni katılan çalışanların örgütün kültürünü, norm ve değerlerini, kurallarını, işleyiş şeklini öğrenip benimsemesi, örgütteki diğer çalışanlarla etkileşimli ilişkiler kurması ve onların güvenini kazanması değişim ve kazanma aşamalarının gerçekleşmiş olduğunu göstermektedir (Uyguralp Gizdem, 2015: 19).

2.2.2.6. Örgütsel Sosyalizasyonun Belirtileri

Örgütsel sosyalizasyon süreci örgüte yeni katılan bireyin örgüte adapte olabilmesi, örgütün amaç, değer ve normlarına göre hareket edebilmesi için büyük bir öneme sahiptir. Örgütte yeni olan bireyin hem örgütten hem de yaptığı işten

tatmin olabilmesi bu bağlamda örgütün de hedeflerine ulaşabilmesi sosyalizasyon sürecinin etkinliğine bağlıdır. Örgütsel sosyalizasyonun motivasyon, iş doyumunu ve örgütsel bağlılık kavramları ile yakın bir ilişkisi bulunmaktadır (Saruhan, 2017: 17).

2.2.2.6.1. Örgütsel Sosyalizasyon ve Motivasyon

Motivasyon, birey ya da bireyleri belli bir yöne ya da hedefe doğru sürekli olarak harekete geçirmek amacı ile sarf edilen gayretlerin tümüdür. Motivasyon, davranışlara yön ve enerji vererek, bireyi amaçlara ulaşmaya yöneltmek için harekete geçirmek ve isteklendirmektir. Motivasyonun, örgütün sermayesi olarak görülen ve örgütte işlerin yürütülmesinde en değerli faktör olan işgörenlerin memnun edilmesinde, etkili ve verimli bir performans elde edilmesinde ve başarının yakalamasında önemli bir etkisi bulunmaktadır (Garip, 2009: 36).

Örgütsel açıdan ele alındığında motivasyon, işgörenlerin örgütün amaç ve değerleri çerçevesinde örgütün işlerini etkili ve verimli bir şekilde yerine getirmeleri için örgüt üyelerinin çalışmayı sürdürmelerini istekle görev ve sorumluluklarını yerine getirmelerini sağlayan güçlerin tümüdür. İşgörenlerin motivasyonunu sağlamak ve artırmak örgüt yöneticileri tarafından gerçekleştirilmektedir. İşgörenin örgütteki ihtiyaçlarını bilmek, davranışlarını izlemek ve işgörenin sergileyeceği performansa karşılık hangi ödüllerin verileceğini belirtmek hem işgörenin motivasyonunu arttırması hem de örgüt yöneticilerinin işini kolaylaştırması bakımından önemlidir (Demirkart, 2015: 27-28).

2.2.2.6.2. Örgütsel Sosyalizasyon ve İş Doyumu

Örgütsel sosyalizasyonun önemli unsurlarından iş doyumunu (iş tatmini), örgütteki işgörenlerin işleriyle ilgili genel tutumları olarak tanımlamak mümkündür. İşgörenin örgütsel rolü için sahip olması gereken yetenekleri, davranışları ve sosyal bilginin kazanılması sürecini ifade eden iş doyumunu, işgörenin işinden haz aldığını veya ulaştığı olumlu duygusal durumu göstermektedir. Örgütte çalışan üyelerin örgütsel sosyalizasyon sürecinin önemli bir unsuru olan iş doyumunun sağlanmasının örgütleri olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (Çalışkan, 2009: 25).

İş doyumunun sağlandığı ve yüksek olduğu örgütlerde buna paralel olarak verimlilik de yüksek olmaktadır. Böylece işgören devir oranı azalmakta, işgörenin işe devamlılığı yükselmekte ve örgüte olan bağlılığı da artmaktadır. Dolayısıyla

örgütsel sosyalizasyon sürecinde iş doyumunun sağlanması hem işgören hem de örgüt açısından olumlu ve fayda sağlayıcı bir durumdur (Öğretir, 2013: 28).

2.2.2.6.3. Örgütsel Sosyalizasyon ve Örgütsel Bağlılık

Örgütsel sosyalizasyonun bir diğer önemli unsurunu örgütsel bağlılık, başka bir ifade ile işgörenin örgüte olan sadakati oluşturmaktadır. Örgütsel bağlılık, işgörenin örgütün değerlerine ve kurallarına bağlı kalarak örgütün istekleri doğrultusunda hareket etmesi ve örgütten ayrılma düşüncesinin olmamasıdır. Örgütsel bağlılığı yüksek olan işgörenlerin işlerindeki performansları ve işe devamlılıkları artmakta, örgütten ayrılma istekleri oluşmamaktadır. Bu da örgütteki işlerin aksamamasına ve örgütün verimliliğini arttırmasına katkı sağlamaktadır (Karadağ, 2011: 15).

Örgütsel sosyalizasyon sürecinde örgütsel bağlılık örgüt tarafından işgörenin örgüte uyum sağlaması, örgütle özdeşleşmesi ve işgörenin örgütü içselleştirmesi ile gerçekleştirilmektedir. İşgörenin örgütteki ihtiyaç ve beklentilerinin örgüt tarafından karşılanması, işgörenin kendisini örgütün bir üyesi olarak hissetmesi, örgütün değer ve kurallarına göre istekle performans göstermesi, örgüte karşı duygusal bir bağ oluşturması ve örgütte kalması işgörenin başarılı ve yüksek performans sergilemesine neden olmaktadır. Örgütün istekleri, amaç ve kuralları doğrultusunda hareket eden ve örgütsel bağlılığı yüksek olan işgörenler ise örgütün başarısını beklenen düzeyde arttırmaktadır (Kuşdemir, 2005: 36-37).

2.2.2.7. Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütler Açısından Sonuçları

Örgütsel sosyalizasyonun örgüte yeni katılan işgörenlerin örgüte ve örgütün kültürüne hızlı bir şekilde uyum sağlaması ve yeni işgörenin örgüt için verimli bir üye haline gelmesi durumunun örgüt açısından olumlu sonuçları bulunmaktadır. Bu bağlamda; örgütsel sosyalizasyonun amacı olan yeni işgörenin örgüte uyumunun sağlanması da yine örgütler için olumlu katkı sağlayan bir unsurdur. Yeni işgörenlerin, örgütsel sosyalizasyonu etkili ve başarılı bir şekilde gerçekleştirmesi örgütün kültürünü sürdürmede başarıyı beraberinde getirmektedir (Karasakaloğlu, 2015: 65).

Örgütler tarafından işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu gerçekleştirmek için verilen eğitimlerin ve yapılan uygulamaların işgörenlerin kişisel tutum ve davranışlarının değişmesi ile örgütün tutum, değer ve davranışlarını benimsemesinde

etkili sonuçları bulunmaktadır. Olumlu ve pozitif yönde etki eden işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu, işgörenlerin rol çatışmaları ve belirsizlikler yaşamamaları, iş doyumlarının sağlanması, örgütsel bağlılık düzeylerinin artması ve işten ayrılma düşüncelerinin oluşmaması açısından örgütlere önemli faydalar sağlamaktadır (Araza vd.,2013: 5566-5567).

Hellriegel vd. (1998)'ne göre sosyalizasyonun sonuçları başarılı ve başarısız sosyalizasyon olarak iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Başarılı sosyalizasyonda; iş tatmini, rol açıklığı, yüksek motivasyon ve performans, yüksek düzeyde işe ilgi ve örgüte bağlılık sonuçları gözlemlenmektedir. Başarısız sosyalizasyonda ise; iş tatminsizliği, rol çatışması ve belirsizliği, düşük düzeyde motivasyon ve performans, işe düşük ilgi duyma ve düşük örgütsel bağlılık gibi istenmeyen davranışlar ortaya çıkmaktadır. Örgütte işgörenin sosyalizasyonunun başarılı ya da başarısız gerçekleşmesi hem örgütü hem de işgöreni etkilemektedir (Baş, 2016: 36).

Sonuç olarak; örgütsel sosyalizasyonun başarılı ve güçlü gerçekleşmesi işgörenlerin örgütün istek ve kuralları doğrultusunda ortak hareket etmelerini sağlayarak örgütte iş birliğinin oluşmasına yardımcı olurken, örgütsel sosyalizasyonun başarısız ve güçsüz olması işgörenleri olumsuz etkilediği için örgüt de bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Örgütün üretim faktörü olan işgörenin başarılı bir örgütsel sosyalizasyona sahip olması örgütler açısından da sonuçların olumlu olmasına etki etmektedir (Garip, 2009: 48).

2.3. ÖNCEKİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık konularına yönelik literatürde yapılmış olan önceki araştırmalar ile bu araştırmalardan elde edilen sonuçlara yer verilmiştir. İlgili yazında her üç konuyu temel alan çeşitli sektör ve işletmeler üzerine yapılmış çok sayıda araştırmaya rastlanılmaktadır.

2.3.1. Duygusal Emek İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Önceki Araştırmalar

Ünlü ve Yürür (2011), duygusal emek davranışları sergileme tiplerinin ve duygusal tükenmişlik düzeylerinin, görev ve bağlamsal performans algıları üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Yalova ilindeki 214 hizmet sektörü çalışanı üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; duygusal emek alt boyutlarından

derinlemesine davranışın, görev ve bağlamsal performans sergileme niyetlerini arttırdığı tespit edilmiştir.

Köse vd. (2011), Manisa ilinde faaliyet gösteren özel hastanelerde ve kamu hastanelerinde görev yapan doktorların hastalarına karşı sergiledikleri duyguların; duygusal emeğin boyutları olan derinlemesine, yüzeysel ve samimi davranış şeklinde üç boyutta değerlendirilerek; bu üç davranış tipinin bireylerin tükenmişlik seviyeleri üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, 136 katılımcıyla anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; yüzeysel davranışın tükenmişliği arttırdığı ve derinlemesine davranışla tükenmişlik arasında güçlü bir bağ kurulmadığı, derinlemesine davranış göstermenin duyarsızlaşmayla ters orantılı olduğu tespit edilmiştir.

Ünal (2011), örgütsel güven-duygusal emek kavramları arasındaki ilişki ve örgütsel güvenin duygusal emeğe olan etkilerini incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, İstanbul ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin çalışanlarına anket uygulamıştır. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel güven boyutları içinde güvenin en yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle, çalışanlar en çok çalışanlara güvenmektedir. Çalışanlar diğer çalışanlardan daha az oranda yöneticilerine güvenmektedir. Duygusal emek boyutları arasında; derin davranış en yüksek ortalamaya sahiptir. Buna göre, çalışanlar en fazla oranda derin davranış sergilemektedir. Çalışanların daha düşük oranda yüzeysel davranış sergilediği ve gerçek duygularını ise daha az oranda bastırıldığı söz konusu araştırma kapsamında tespit edilmiştir.

Begenirbaş ve Meydan (2012), eğitim kurumlarının ana yapı taşlarından olan öğretmenlerin duygusal emek gösterimlerinin, onların Örgütsel Vatandaşlık Davranışları (ÖVD) üzerine etkilerini araştırmak amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Ankara'da ortaöğretim kurumlarında görev yapan 169 katılımcıya anket uygulamışlardır. Yapılan araştırma sonucunda; öğretmenlerin duygusal emeklerinin, Örgütsel Vatandaşlık Davranışları üzerinde önemli etkilere sahip olduğu görülmüştür. Özellikle, görevleri esnasında yüzeysel rol yapan öğretmenlerin, Örgütsel Vatandaşlık Davranışları düşük iken, duygularını doğal olarak yaşayanların ise Örgütsel Vatandaşlık Davranışları'nın yüksek olduğu tespit edilmiştir. Derinden rol yapanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışları düşük

olmasına karşın yüzeysel rol yapanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışları'na göre artma eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir.

Baş (2012), engelli turizm pazarında duygusal emek boyutlarının müşteri memnuniyetine etkisini değerlendirmek ve tespit etmek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, kolayda örneklem yöntemiyle Türkiye'de turizm faaliyetine katılan 340 engelli birey ve engelli bireylere hizmet eden 337 turizm çalışanına anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; engelli bireylerin duygusal çaba ve duygusal çelişki düzeyi ile yaş faktörü arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Bununla birlikte, duygusal çaba düzeyi ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunurken; araştırma sonuçları personeller açısından değerlendirildiğinde duygusal çelişki düzeyi ile departman değişkeni, staj yılları dâhil toplam çalışma yılları ile yaş değişkeni ve personelin duygusal çaba düzeyi ile cinsiyet değişkeni arasında da anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Kaya ve Serçeoğlu (2013), duygusal emek ve işe yabancılaşma arasındaki ilişki düzeyini ampirik olarak incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, 138 otel, 130 çağrı merkezi ve 71 mağaza satış görevlisi çalışanına anket uygulamışlardır. Yapılan araştırma sonucunda; duygusal emek ve işe yabancılaşma arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkiye ulaşılmıştır. Bununla birlikte, işe yabancılaşma üzerinde duygusal çelişkinin daha yüksek düzeyde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca, geçici olarak (sözleşmeli) çalışanların işe yabancılaşma düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Genç (2013), turizm sektörü çalışanlarının duygusal emek ve duygusal zekâ düzeylerinin, iş tatmini üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Alanya'da rassal örnekleme yöntemiyle seçilmiş 50 adet dört ve beş yıldızlı otel işletmesi, 50 adet A Grubu seyahat acentası ve 1 adet bakanlık belgeli yiyecek-içecek işletmesinin 487 çalışanı üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, turizm işletmesi çalışanlarının duygusal emek ve duygusal zekâ düzeylerinin iş tatminini etkilediği görülmüştür. Çalışanların duygusal zekâ düzeylerinin iş tatminini etkilemesinde duygusal emeğin kısmi aracılık etkisine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Kurt (2013) tarafından yapılan araştırmanın amacı, turizm işletmelerinde çalışanların duygusal emek düzeylerinin yabancılaşmaya olan etkisini incelemektir.

Bu amaç doğrultusunda; İstanbul'daki turizm işletmelerinde çalışanlar üzerinde araştırma yapılmış ve duygusal emek faktörünün yabancılaşmaya etki ettiği tespit edilmiştir.

Yıldız (2014), turizm sektörü çalışanlarının duygusal emek davranışları sergilemekten kaynaklı mesleki tükenmişlik yaşayıp yaşamadıklarını ve çalışanların sahip oldukları birtakım demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerin duygusal emek davranışları sergileme ve tükenmişlik algıları açısından anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Antalya ili Manavgat ilçesinde 17 adet beş yıldızlı otel işletmesinin çalışanlarından anket tekniği aracılığıyla veriler toplamıştır. Yapılan araştırma sonucunda; çalışanların sahip oldukları demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerin çoğunda, duygusal emek ve tükenmişlik boyutlarına yönelik algı düzeyi açısından anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, duygusal çelişkinin çalışanlar açısından daha çok olumsuz, duygusal çabanın ise olumlu çıktılar sağlama potansiyelinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Keleş (2014) tarafından yapılan araştırmanın amacı, otel işgörenlerinin örgütsel adalet algılarının duygusal emekleri üzerindeki etkisini belirleyebilmektir. Araştırma Antalya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde, basit tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen 1280 işgörene anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; otel işgörenlerinin örgütsel adalet algıları orta düzeyde olup, en olumsuz görüşler dağıtım adaleti konusunda iken, en olumlu görüşler ise etkileşim adaleti boyutunda olduğu ortaya konulmuştur. İşgörenlerin duygusal emek düzeyleri incelendiğinde ise en olumsuz görüş bildirilen boyutun yüzeysel davranış olduğu görülürken, en yüksek olumlu görüş bildirilen boyutun ise doğal davranış olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca işgörenlerin dağıtım, prosedür ve etkileşim adaleti algılarının; yüzeysel, derin ve doğal davranışları üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Kızanıklı (2014), otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin yüzeysel, derin ya da samimi davranış olarak ortaya çıkan duygusal emek davranışlarının, bireysel özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek, duygusal emek davranışı ile davranış kuralı algısı ve iş doyum düzeyi arasında bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Antalya

ve İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmelerinin farklı kademelerinde çalışan toplam 827 işgören üzerinde anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; otel işletmelerinde çalışanlar müşterilerle etkileşim halindeyken en fazla derin davranış sergilemekle birlikte, bunu sırasıyla samimi ve yüzeysel davranışların takip ettiği tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi dışındaki diğer özelliklerin (cinsiyet, medeni hâl, yaş, turizm eğitimi ve düzeyi, bölüm, kademe, sektördeki ve oteldeki deneyim, otelin konumu ve ücret) duygusal emek davranışlarından en az birisinde farklılığa sebep olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca farklı düzeylerde olmakla birlikte duygusal emek davranışlarının hem iş doyumunu hem de davranış kuralı algısı ile aralarında ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Demirel (2015) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Nevşehir'deki dört ve beş yıldızlı otellerdeki işgörenlerin duygusal emek düzeylerini belirlemek ve duygusal emek davranışlarının hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak yargısal örnekleme tercih edilmiş ve araştırmanın kapsamına Nevşehir'deki dört ve beş yıldızlı otellerdeki işgörenler dâhil edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; işgörenlerin duygusal emek düzeylerinin çok yüksek olmadığı, duygusal emek davranışlarının genellikle derin davranış olarak ortaya çıktığı gözlenmiştir. Yüzeysel davranışın hizmet kalitesi üzerindeki etkisi negatif yönlü olarak saptanmıştır. Buna karşılık samimi davranış ve derin davranışın hizmet kalitesi üzerinde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Yakar (2015), turizm işletmelerinde duygusal emek ve tükenmişlik arasında bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Kuşadası'nda bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli 12 adet beş yıldızlı otel işletmelerinin yiyecek-içecek, ön büro ve halkla ilişkiler departmanlarında çalışan 200 işgören üzerinde anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; duygusal emek boyutları ve tükenmişlik arasındaki ilişki incelendiğinde yüzeysel davranış, duygusal tükenmişlik ve duyarsızlaşma arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu belirlenmiş, derin davranış ile tükenmişlik alt boyutları arasında ise anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Ayrıca samimi davranış ve duygusal tükenmişlik boyutu arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Işık (2015), emek yoğun bir sektör olan turizmde önemi oldukça büyük olan duygusal emek ve iş-aile çatışması arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Erzurum Palandöken Kış Turizm Merkezi'nde bulunan beş adet konaklama işletmesinde çalışan 247 personele, Konaklama İşletmeleri Duygusal Emek Ölçeği ve İş-Aile Çatışması Ölçeği uygulamıştır. Yapılan araştırma sonucunda; iş görenlerin duygusal emek düzeyleri ile iş-aile çatışması düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, kadınların erkeklere göre daha fazla duygusal emek harcadıkları ve iş-aile çatışmasından daha fazla etkilendikleri tespit edilmiştir.

Ayana (2016) tarafından yapılan araştırmanın amacı, son yıllarda yaygın bir şekilde üzerine çalışmalar yürütülen örgütsel sinizme, duygusal zekâ ve duygusal emeğin etki düzeylerinin belirlenmesidir. Araştırma, şehir otelciliği kapsamında İzmir ve Afyonkarahisar illerinde ve sayfiye otelciliğinde Antalya ilinde bulunan beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan toplam 682 kişi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel sinizme kaynaklık edebilecek sorunların algılanarak sorun çözümünün daha iyi bir metod olacağı düşünülerek duygusal emeğin örgütsel sinizm üzerindeki olumsuz yöndeki etkisi ortaya konulmuş ve buna karşılık duygusal zekânın kullanımı ile örgütsel sinizmin azaltılacağı tespit edilmiştir.

Saltık ve Asunakutlu (2017), konaklama işletmelerinde duygusal emek sürecinin kapsamlı bir şekilde incelenmesi ve araştırma kapsamında duygusal emeğin bazı öncülleri ve sonuçları arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkilerin ortaya çıkarılması amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Akdeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren 25 konaklama işletmesinin müşteriyle doğrudan etkileşim halinde olan 535 çalışanına anket uygulamışlardır. Yapılan araştırma sonucunda; nevroitiklik, dışadönüklük, duygusal davranış kuralları, işte özerklik, duygusal çelişki, duygusal çaba ile iş tatmini arasında pozitif bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Duygusal tükenmişlik ile modelde yer alan tüm diğer değişkenler arasında ise negatif bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Ayrıca, araştırma modelinde yer alan değişkenlerin doğrudan etkilerinin yanı sıra dolaylı etkileri de incelenmiştir.

2.3.2. Duygusal Emek İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Önceki Araştırmalar

Morris ve Feldman (1996) tarafından yapılan araştırmanın amacı, duygusal emek ile tükenmişlik arasındaki ilişkiyi incelemektir. Yapılan araştırma sonucunda; tükenmişlik ile duygusal emek ve boyutları arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu, tükenmişliğin duygusal emeğin bir sonucu olduğu tespit edilmiştir.

Chu (2002), konaklama endüstrisi için duygusal bir emek modelinin geliştirilmesine ilişkin duygusal emeğin önceliklerini ve sonuçlarını tanımlamak amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, 285 otel çalışanı üzerinde bir uygulama gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; derin ve yüzeysel davranışın olumlu iş sonuçlarına yarar sağladığı görülürken, gerçek davranışların olumsuz iş sonuçlarına neden olduğu tespit edilmiştir.

Lee ve Ok (2012), duygusal emek ile tükenmişlik ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, ABD’de bulunan otel işletmelerinin yöneticileri ve işgörenleri üzerinde bir uygulama gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; duygusal emeğin boyutlarından duygusal çelişki ile tükenmişliğin boyutu olan duyarsızlaşma arasında pozitif, iş tatmini ile negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Duygusal emeğin diğer boyutu olan duygusal çaba ile kişisel başarı hissi ve iş tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tang vd. (2013), çalışanların duygusal emek stratejilerinin müşterinin duygusal deneyimleri ve gerçek müşteri satın alma kararları üzerindeki etkisini inceleyerek önceki araştırmaları genişletmek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Çin’de perakende cep telefonu mağazalarından 294 çalışan-müşteri çifti üzerinde uygulama gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; strateji seçiminin (derin veya yüzeysel) satın alma kararlarını önemli ölçüde etkilediği görülmüştür. Ayrıca strateji ve satın alma arasındaki ilişkinin, müşterinin duygusal deneyimine aracılık ettiği tespit edilmiştir.

Choi ve Kim (2015), çalışanların konaklama işletmelerindeki duygusal emeğe yönelik algılarını değerlendirmek için 19 maddelik ölçeğin (misafirperverlik duygusal emek ölçeği) geliştirilmesi ve geçerliliğinin test edilmesi amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, ölçek maddelerini geliştirmek, ölçeğin boyutsallığını incelemek ve ölçeğin güvenilirliğini, faktör yapısını ve geçerliliğini değerlendirmek

için üç çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; üç çalışmanın iç tutarlılık katsayılarının .69 ile .88 arasında değiştiği ve misafirperverlik duygusal emek ölçeğinin güvenilirliğinin kanıtlandığı tespit edilmiştir.

Pandey ve Singh (2016), Hindistan'dan gelen kadın toplum sağlığı çalışanlarının duygusal emek, tükenmişlik ve iş doyumu arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, yapısal eşitlik modellemesi ile 177 sosyal sağlık çalışanı üzerinde araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; yüzey seviyede duygusal emeğin, iş tatmini ile daha yüksek ilişkide olduğu, tükenmişliğin kısmen bu ilişkiye aracılık ettiği ve yüzey seviyede duygusal emeğin, toplum sağlığı çalışanları ile iş rollerinin etkili ve verimli bir şekilde uygulanması için daha cazip bir strateji olduğu tespit edilmiştir.

2.3.3. Örgütsel Bağlılık İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Önceki Araştırmalar

Şahin (2007), personel güçlendirmenin, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Ege Bölgesi'nde yer alan dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; personel güçlendirmenin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde etkisi olduğu ve bu kavramın aynı zamanda otel işletmelerinde iş tatmini ve örgütsel bağlılığı artırdığı tespit edilmiştir.

Ertan (2008), otel işletmelerinde çalışanların örgütsel bağlılık, iş motivasyonu ve iş performans düzeyleri ve aralarındaki ilişkileri incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Antalya ve ilçelerinde yer alan 20 adet beş yıldızlı otel işletmesinde çalışan toplam 402 işgörene anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; çalışanların örgütsel bağlılık ve iş motivasyonlarının orta, iş performanslarının ise yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte örgütsel bağlılığın ve iş motivasyonunun iş performansı üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Nitekim örgütsel bağlılık, iş motivasyonu üzerinde de belirleyici bir etkiye sahiptir. Ayrıca bağlılığın, motivasyon ve performans değişkenlerinin kontrol değişkenlerine bağlı olarak değiştiği de söz konusu araştırmada tespit edilmiştir.

Kılıç (2008) tarafından yapılan araştırmanın amacı, kariyer yönetim sistemi (kariyer yönetimi, kariyer planlama ve kariyer geliştirme) ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. Araştırma, Türkiye'de çeşitli illerde faaliyet

gösteren beş yıldızlı otellerde çalışan toplam 1084 işgörene anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; katılımcıların kariyer yönetimi uygulamalarına ilişkin görüşlerinin kariyer planlama ve kariyer geliştirme uygulamalarına ilişkin görüşlerinden daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Beş yıldızlı otel işletmelerinde kariyer yönetimi sistemine ilişkin faaliyetlerin orta seviyede uygulandığı ve buna bağlı olarak da çalışanların örgütsel bağlılığının orta düzeyde olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, örgütsel bağlılık ile kariyer yönetimi sistemi arasında $r=0,74$ düzeyinde pozitif yönlü ve kuvvetli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca; kariyer yönetimi, kariyer planlama ve kariyer geliştirme değişkenlerinin örgütsel bağlılık üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve en önemli etkiye sahip değişkenin ise kariyer planlama olduğu ortaya konulmuştur.

Yavuz ve Tokmak (2009) tarafından yapılan araştırmanın amacı, işgörenlerin örgütsel bağlılık ve etkileşimci liderlik davranışlarına yönelik tutumlarını belirlemektir. Yapılan araştırma sonucunda; işgörenlerin örgütsel bağlılığının ılımlı ve etkileşimci liderlik davranışına yönelik tutumlarının da orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Avcı ve Küçükusta (2009), konaklama işletmelerinde örgütsel öğrenmenin, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimi üzerindeki etkilerini analiz etmek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Çeşme'de faaliyet gösteren 5 adet beş yıldızlı otel araştırmaya dâhil edilmiş olup araştırmada yapılandırılmış anket tekniği kullanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda; konaklama işletmelerinde öğrenmenin üç boyutunun birbirleri ile ilişkili olduğu, örgütsel öğrenme ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü, örgütsel öğrenme ile işten ayrılma eğilimi arasında ise negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Ceseroğlu (2010) tarafından yapılan araştırmanın amacı, işgörenin psikolojik kontratı ile örgütsel bağlılığı arasındaki ilişkiyi ve işgörenin algıladığı işveren yükümlülüklerinin yerine getirilmemesinin düşük örgütsel bağlılığa yol açma olasılığını incelemektir. Araştırma, Antalya'da faaliyet gösteren 4-5 yıldızlı otuz adet otel işletmesinde çalışan 177 işgören üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; yükümlülüklerin yerine getirilmemesinin düşük örgütsel bağlılığa yol açtığı sonucu tespit edilmiştir.

Yıldırım (2011), turizm sektöründeki otel işletmelerinde liderlik ve örgütsel bağlılık biçimleri arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Antalya ili Serik ilçesine bağlı Belek'te faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin mutfak departmanlarında çalışan işgörenlere anket uygulamıştır. Yapılan araştırma sonucunda; söz konusu otel işletmelerinde lider etkinliğinin örgütsel bağlılığa etkisinin yüksek düzeyde algılandığı, bu bağlılığın ise yüksek derecede duygusal bağlılık olduğu, diğer örgütsel bağlılık türlerinden devam bağlılığı ve normatif bağlılık arasında orta dereceli bir ilişki olduğu, lider etkinliği ile örgütsel bağlılık arasında ise pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kaya (2012) tarafından yapılan araştırmanın amacı, otel işletmelerinde çalışma yaşam kalitesini etkileyen faktörlerin, örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırma kapsamında 2012 yılının Mayıs ve Temmuz ayları arasında Muğla ili Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörenlere anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel bağlılık boyutları ile çalışma yaşam kalitesini etkileyen faktörler arasında anlamlı ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir. Duygusal bağlılık ile hizmet içi eğitim, sendikal faaliyetler, kariyer, yönetime katılma, fiziksel çalışma koşulları ve iş güvencesi arasında olduğu gibi; normatif bağlılık ile hizmet içi eğitim, ücret, iş güvencesi ve sendikal faaliyetler arasında da anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur. Devam bağlılığı ile iş yaşamı ve özel yaşam dengesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Erol (2013), işgören güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin konaklama işletmelerinde tespit edilmesi amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Ankara ilinde bulunan toplam 16 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinde çalışan 4216 işgören arasından basit tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen 410 işgören üzerinde bir uygulama gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; işgören güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasında 0.05 düzeyinde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca, var olan ilişkinin şiddeti ve düzeyi % 49.8 olarak belirlenmiştir.

Öneği (2014), otel işletmelerinde çalışan personelin örgütsel bağlılık, iş tatmini ve performans düzeylerinin belirlenerek bu üç boyutun birbirlerine olan etkilerini, hangi değişkenlere göre farklılık gösterdiklerini ortaya koymak ve

çalışanların örgütsel bağlılık, iş tatmini ve performanslarını yüksek düzeyde tutabilmek için yöneticiler tarafından alınması gereken önlemleri ortaya koyabilmek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Ankara ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan 400 işgören üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel bağlılık, iş tatmini ve performans boyutları arasında, pozitif ve anlamlı ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, örgütsel bağlılık, iş tatmini ve performans düzeylerinin çalışanların demografik değişkenlerine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Diker (2014), turizm endüstrisinde çalışanların algıladıkları liderlik tiplerinin, örgüt kültürü ve çalışanların örgütsel bağlılıkları ile ilişkilerini incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Türkiye’de en çok geceleminin yapıldığı 5 ilde (İstanbul, Ankara, Muğla, Antalya ve İzmir) faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde çalışan 655 işgören üzerinde bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; algılanan liderliğin örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık ile örgüt kültürünün de örgütsel bağlılık ile ilişkili olduğu; bunun yanında örgüt kültürünün, örgütsel bağlılık ve liderlik ilişkisinde aracı değişken olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldırım ve Arslan (2015), Ankara’daki beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin dışsal ve içsel iş motivasyon düzeyleriyle, örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek ve iş motivasyonu alt boyutlarının örgütsel bağlılık alt boyutlarını yordayıp yordamadığını ortaya koymak amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Ankara il merkezinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 462 işgörene anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; içsel motivasyon faktörlerinin duygusal, devamlılık ve normatif bağlılığın anlamlı bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Dışsal motivasyon faktörlerinin ise bu çalışmada sadece duygusal bağlılığın anlamlı bir yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gencer (2016) tarafından yapılan araştırmanın amacı, otel işletmelerinin farklı departmanlarında çalışan işgörenlerin, örgütsel bağlılıklarına ve aşırı iş yükü algılarına yönelik bir araştırma yapılmasıdır. Araştırma kapsamında, Antalya ilinin Side ve Belek bölgelerinde faaliyet göstermekte olan 1. sınıf tatil köyleri ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörelere yüz yüze görüşmeyle yapılan anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; otel işletmelerinde

çalışanların aşırı iş yükü algısının görev aldıkları departmanlara göre farklılık gösterdiği ve örgütsel bağlılıklarında çalışan ile işletme arasında ağırlıklı normatif ve devam bağlılığının ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Aksoy (2017), örgütlerde çalışanların örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık algıları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Türkiye'nin Güneydoğu illerinde faaliyet gösteren havacılık işletmelerinde çalışan 447 kişi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; çalışanların örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasında pozitif güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışan algılarının bazı demografik değişkenlere göre farklılaştığı tespit edilmiştir.

Akşit Aşık (2017), konaklama işletmelerinde çalışanların örgütsel güven, örgütsel bağlılık ve yaşam doyum düzeylerinin iş doyumuna etkilerini incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Balıkesir il merkezinde faaliyet gösteren 179 otel çalışanına anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; çalışanların örgütsel güven, örgütsel bağlılık ve yaşam doyum düzeyleri ile iş doyumunu arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu ve iş doyumunun bu faktörlerden etkilendiği tespit edilmiştir.

2.3.4. Örgütsel Bağlılık İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Önceki Araştırmalar

Maxwell ve Steele (2003), otellerdeki yöneticiler arasında örgütsel bağlılığın anlaşılmasını geliştirmek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, 2002 yılında İngiltere'de bulunan beş büyük ve yüksek kaliteli otel işletmelerinin yöneticilerine anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; aldıkları ücretten tatmin olan yöneticilerin, aldıkları ücretten tatmin olmayan yöneticilere göre daha fazla bağlılık gösterdikleri tespit edilmiştir. Örgütün güvenilirliği hakkında olumlu düşüncelere sahip olan yöneticiler, olumsuz düşüncelere sahip olanlardan daha fazla bağlılık gösterdiği ortaya konulmuştur. Bununla beraber otelin başarısı kişinin kendini önemli hissetmesine ve kişinin yüksek bağlılık duymasına neden olmaktadır. İşteki sosyal birliktelikler, bağlılık duygusunu artırmaktadır. Ayrıca örgütsel norm ve hedefler ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki de belirgin olup yüksek bağlılık düzeyi ile işe yönelik çaba arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tsai vd. (2010), konaklama sektöründe çalışanların iş tatmini, örgütsel bağlılık ve iş performansının entegre bir modelini önermek için güçlendirme, iç pazarlama, liderlik ve iş stresini birleştirmek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Taipei şehrindeki otelcilik sektörü çalışanlarına yapısal eşitlik modeli ile uygulama gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; konaklama sektörü çalışanlarının iş tatmini, örgütsel bağlılık ve iş performansına etki eden temel faktörleri, konaklama endüstrisinde insan kaynakları yönetimi için temel kriterler olarak işlev gördüğü tespit edilmiştir.

Aruştei (2013), çeşitli bağımsız değişkenler göz önünde bulundurularak çalışanların otel zincirlerindeki örgütsel bağlılık bileşenlerini keşfetmeleri amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, dört uluslararası ve ulusal otel zincirine ait 12 otelden 152 çalışan üzerinde sayısal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel bağlılık bileşenleri (duygusal, normatif ve devam bağlılığı) belirlenmiştir. Bununla birlikte otel zincirindeki çalışanların duygusal bağlılığının en yüksek seviyeye ulaştığı tespit edilmiştir. Otel zinciri, eğitim seviyesi ve otel zinciri aidiyeti değişkenleri göz önünde bulundurulduğunda, otel lokasyonu değişkeni dikkate alındığında, duygusal ve normatif bağlılık ile örgütsel bağlılık düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Brien vd. (2015) tarafından yapılan araştırmanın amacı, örgütsel iletişimin, güvenin ve etkinin işgörenlerin örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırma Yeni Zelanda'da bulunan otel işletmelerinde çalışan 419 işgören üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin birbirleri iletişimi ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan örgütsel güven ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Chiang ve Lin (2016), adalet (prosedürel ve etkileşimli adalet), güven (bilişsel ve duyuşsal güven) ve dönüşümcü liderlik ile örgütsel bağlılık arasındaki lider-üye alışverişinin etkilerini öngören bir araştırma modelini geliştirmek ve test etmek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Tayvan'ın uluslararası otellerindeki tam zamanlı çalışanlarına anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; güven ve lider-üye değişiminin dönüşümcü liderlik ve örgütsel bağlılık arasında aracı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, dönüşümcü liderliğin

adalet ve güven ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğu bu araştırmada ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur.

Mishra ve Garg (2017), örgütsel bağlılığın bağımlı değişken ve iş tatmini ve çalışan güçlendirmenin bağımsız değişken olarak alındığı otel endüstrisindeki örgütsel bağlılığın en iyi öngörüsünü belirlemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Salazaar (2000) tarafından geliştirilen anket aracılığıyla Kuzey Hindistan'daki 5 yıldızlı otellerin ön büro departmanında çalışan 200 işgören üzerinde bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; iş doyumunun, çalışanların güçlendirilmesi ve iş tatmini olmak üzere iki değişken arasındaki örgütsel bağlılığın en iyi yordayıcısı olduğu ortaya konulmuştur. Yordayıcı değişkenlerin; çalışanların güçlendirilmesinin ve iş tatmininin, örgütsel bağlılıkta küçük bir fark oluşturduğu tespit edilmiştir.

2.3.5. Örgütsel Sosyalleşme İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Önceki Araştırmalar

Sökmen (2007), otel işletmelerinde görev yapan işgörenlerin örgütsel sosyalleşme sürecinde, yöneticilerin görevlerini ne ölçüde gerçekleştirdiklerinin ortaya konulması amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Ankara ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde görev yapan 882 işgörene anket uygulamıştır. Yapılan araştırma sonucunda; Ankara ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde son üç yıl içinde göreve başlayan ve/veya görev yeri değişen işgörenlerin, yöneticilerinin örgütsel sosyalleşme sürecinde yerine getirmeleri gereken görevleri konusunda şaşırtıcı derecede olumlu bir düşünce içinde oldukları tespit edilmiştir.

Mutlu (2008), resmi ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin okullarındaki kültür ve değerlerinin, örgütsel sosyalleşme düzeyleri ile olan ilişkisini araştırmak amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında; İstanbul ili Fatih, Bakırköy ve Bağcılar ilçelerinin ortaöğretim okullarında görevli olan toplam 779 öğretmene anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; öğretmenlerin çalıştıkları ortaöğretim kurumlarındaki örgütsel değerleri algılamaları ile örgütsel sosyalleşmeleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çerik ve Bozkurt (2010), bankacılık sektöründe çalışan bireylerin örgütsel sosyalleşme ve kariyer çapalarına yönelik algılamaları arasındaki ilişkinin

incelenmesi amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, İstanbul ilinin Avrupa Yakası'ndaki beş özel bankanın çalışanlarına anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; çalışanların örgütsel sosyalizasyon ile kariyer çapalarına yönelik algılamaları arasında pozitif yönlü orta derecede bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca çalışanların demografik özelliklerine (cinsiyet, eğitim durumu) göre örgütsel sosyalizasyon algılamalarının herhangi bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Ayyıldız (2011) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Kuşadası'ndaki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerindeki işgörenlerin toplumsallaşma süreçlerinin hangisi/hangilerini daha az veya daha çok yaşadığını ortaya koymaktır. Çalışma ikincil ve birincil verilerden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada birincil verilerin toplanması için anket tekniği kullanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda; konaklama işletmelerinin orta düzeyde turizm kültürüne sahip oldukları, bu kültürün edinilmesinde işgörenlerin toplumsallaşma süreçlerinden çoktan aza doğru sırasıyla özdeşleşme, içselleştirme, taklit ve itaati yaşadıkları görülmüştür. Konaklama işletmelerinin toplumsallaşma süreçlerinin yaşatılmasında daha çok biçimsel olmayan toplumsallaşma taktikleri ve toplumsallaşma araçları kullandıkları ve böylece işgörenlerin bireyselleşmiş toplumsallaşmalarının gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Kahyaoğlu (2012), otel işletmelerinde uygulanan örgütsel sosyalizasyon taktiklerinin işgörenlerin kariyer planlamaları üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, İstanbul ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 408 işgörene anket uygulamıştır. Yapılan araştırma sonucunda; ankete katılan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon taktikleri ve kariyer planlamaya ilişkin görüşleri, yaşları ve çalıştıkları departmanlara göre anlamlı farklılık gösterirken; cinsiyet, medeni durum, çocuk sahipliği, sektörde çalışma yılı ve işletmelerin sahiplik türü değişkenlerine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Ayrıca örgütsel sosyalizasyon taktikleri ile kariyer planlama arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan korelasyon analizi sonucu " $r=0,759$ " düzeyinde pozitif yönlü ve kuvvetli bir ilişki tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda ise "kollektife karşı bireysel", "atamaya karşı yoksun bırakma" ve "sabite karşı değişken" boyutlarının genel kariyer planlama üzerine anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Dal (2012) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Spor A.Ş. Genel Müdürlüğü'nde çalışan personelin, görev aldığı kurumda; motivasyon gücü, örgütsel bağlılığı, iş doyumunu ve kabullenme boyutlarında kurumu; örgütsel sosyalleşme anlamında nasıl algıladıklarını saptamak ve incelemektir. Araştırmaya gönüllü olarak 112 kişi katılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda; araştırmaya katılan personelin görevlerine ve cinsiyetlerine göre, bağlılık, motivasyon ve kabullenme boyutlarında örgütsel sosyalleşme düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Personelin eğitim ve kıdem düzeylerine göre kabullenme, motivasyon ve bağlılık boyutlarında örgütsel algıları arasında anlamlı farklılık bulunmazken, iş doyumunu boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Balcı vd. (2012), örgütsel sosyalleşmenin, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık kavramları ile ilişkileri yanında örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık değişkenlerinin örgütsel sosyalleşmeyi yordama düzeyinin araştırılması amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, Ankara ilinin dokuz merkez ilçesinde görev yapan 580 ilköğretim okul müdürüne nitel ve nicel araştırma teknikleri bir arada kullanılarak uygulama gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; nicel tarama bulguları, ilköğretim okulu yöneticilerinin örgütsel sosyalleşme ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin beklenenin altında olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte çoklu regresyon analizi sonucuna göre, örgütsel sosyalleşmenin örgüte ilişkin anlayış boyutunu, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık boyutları arasında sadece örgütsel özdeşleşmenin özdeşleşme boyutunu düşük düzeyde yordamaktadır. Nitel tarama bulguları değerlendirildiğinde ise, ilköğretim okulu yöneticilerinin sosyalleşmesinin genellikle informel, kesintili bireysel süreçlerle gerçekleştiği, okuldaki sosyal gruplarla özdeşleştikleri ve ekstra rol davranışları sergiledikleri tespit edilmiştir.

Aknar (2013), otel işletmelerinde görev yapan çalışanların örgütsel sosyalleşme düzeylerini; örgütsel bağlılık, örgütsel kabullenme, iş doyumunu ve motivasyon boyutlarını saptamak amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Ankara ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli otel işletmesi çalışanlarından, 392 kişiye anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; otel işletmesi çalışanlarının cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine göre örgütsel bağlılık ve örgütsel kabullenme ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği, motivasyon ve iş tatmini ortalamalarının ise anlamlı bir farklılık göstermediği

anlaşılmiştir. Buna karşın eğitim düzeyi ve alınan turizm eğitimi türü değişkenlerine göre örgütsel sosyalleşme alt boyutları ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Aliyev (2014), örgütsel sosyalleşme ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Erzurum ilindeki bir bankanın operasyon merkezinde görev yapan 156 çalışana anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel sosyalleşme ve onun alt boyutları olan iş eğitimi, örgütü anlama, çalışma arkadaşlarının desteği ve geleceğe ilişkin beklentiler ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ve olumlu bir ilişkinin bulunduğu ve örgütsel sosyalleşmenin örgütsel özdeşleşmeyi olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Yıldırım (2014), perakende sektöründeki çalışanların örgütsel sosyalleşme düzeyleri ile işten ayrılma eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, kolayda örneklem yöntemi ile belirlenen, perakende firmalarının İstanbul ilinin Avrupa Yakası'nda bulunan genel müdürlüklerinde çalışan 202 kişiye anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel sosyalleşme ile işten ayrılma eğilimi arasında hipotezler oluşturulmuştur. Bununla birlikte korelasyon analizi sonucunda; her iki firmada da örgütsel sosyalleşme faktörlerinden iş arkadaşları desteği ile işten ayrılma eğilimi arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda ise araştırmanın yapıldığı firmaların birinde örgütsel sosyalleşme faktörlerinden sadece iş arkadaşları desteğinin işten ayrılma eğilimini istatistiki olarak etkilediği bulunurken, diğer firmada örgütsel sosyalleşme faktörlerinin işten ayrılma eğilimini etkilemediği tespit edilmiştir.

Karasakaloğlu (2015), Alanya'daki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çeşitli kademelerde çalışan yöneticilerin psikolojik sermaye ve örgütsel sosyalleşme düzeylerinin yaratıcılıklarına etkisinin belirlenmesi amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, 48 oteldeki 322 kişiye anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel sosyalleşmeden ziyade psikolojik sermaye kavramının, işgörenlerin yaratıcılığını daha çok açıkladığı ve etkilediği tespit edilmiştir.

Pelit ve Kahyaoğlu (2015), otel işletmelerinde uygulanan örgütsel sosyalizasyon taktiklerinin işgörenlerin kariyer planlamaları üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, İstanbul ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 407 işgörene anket uygulamışlardır. Yapılan araştırma sonucunda; işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon taktikleri ile kariyer planlamaya ilişkin görüşleri arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan korelasyon analizi sonucu “ $r=0,759$ ” düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda ise “kolektife karşı bireysel”, “atamaya karşı yoksun bırakma” ve “sabite karşı değişken” boyutlarının işgörenlerin genel kariyer planlamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Özdemir ve Ergun (2015), insan-çevre uyumunun, örgütsel sosyalleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiye uygunluğunu incelemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, İstanbul ilinde 202 beyaz yakalı çalışan üzerinde kesitsel bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; insan-çevre uyumunun örgütsel sosyalleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir.

Çetin ve Kurban (2016), örgütsel sosyalleşme ile tükenmişlik arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, İzmir ilinde bir kamu üniversitesi çalışanlarının terfi amaçlı hazırlandıkları bir sınav öncesi aldıkları eğitimdeki 72 kişi üzerinde uygulama gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; çalışmanın hipotezi “örgütsel sosyalleşme ile tükenmişlik arasında ters yönlü bir ilişki vardır” şeklinde oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda geliştirilen hipotez desteklenmiş ve her iki değişken arasında negatif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir.

Yiğit (2016) tarafından yapılan araştırmanın amacı, örgütsel bağlılığın sosyal değişim ve örgütsel sosyalizasyon üzerindeki etkisini incelemektir. Yapılan araştırma sonucunda; duygusal bağlılık faktörünün, örgütsel sosyalizasyonun alt boyutlarından kurumsal görev, eğitim ve iş arkadaşları faktörleri üzerinde pozitif etkisi olduğu ve Kocaeli Üniversitesi çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeyleri artarken sosyal değişim seviyelerinin de arttığı sonucu tespit edilmiştir.

Saruhan (2017), örgütsel sosyalleşmenin örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini incelemek ve demografik değişkenlere göre çalışanların örgütsel sosyalleşme

ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Ankara ilinde faaliyet gösteren özel sektörde çalışan 163 çalışana anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel sosyalleşmenin örgütsel özdeşleşme üzerinde etkisinin olduğu; örgütsel sosyalleşme ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu; cinsiyet ve yaş değişkenine göre örgütsel özdeşleşme ve örgütsel sosyalleşme alt boyutlarının ortalamalarının farklılık göstermediği; eğitim durumu, mesleki kıdem ve kurumda çalışma süresine göre örgütsel özdeşleşme ve iş eğitimi, iş arkadaşlarının desteği örgütü anlama ortalamalarının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

2.3.6.Örgütsel Sosyalleşme İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Önceki Araştırmalar

Adkins (1995), önceki iş deneyimi ile görev ve sosyalleşme sürecinin sonuçları arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, işgörenlerin önceki iş deneyimleri ile iş hakkında gerçekçi beklentileri, yeterlilik duygusu, performansı, iş doyumunu ve örgütsel bağlılığı arasında pozitif yönlü, çatışma ile rol belirsizliği arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu, önceki iş deneyimlerindeki gerçekçi iş beklentileri, yeterlik duygusu, kişiler arası ilişkiler, performans, iş doyumunu ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü, rol belirsizliği ve rol çatışması ile performans, iş doyumunu ve örgütsel bağlılık arasında negatif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca örgüte giriş aşamasındaki deneyimler ile sosyalleşme değişkenleri arasında yüksek düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir.

Gruman vd. (2006), örgütsel sosyalleşme taktikleri, yeni gelenlerin öz-yeterlilik, proaktif davranışları ve sosyalleşme sonuçları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, 140 üniversite öğrencisine anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; yeni gelenlerin öz-yeterlilik, proaktif davranışları ve örgütsel sosyalleşme taktiklerinin, uyum ve sosyalleşmelerine katkıda bulunduğu, örgütsel sosyalleşmeye ise etkileşimci yaklaşımı desteklediği tespit edilmiştir.

Yang (2008), otel işletmelerindeki çalışanların işletmeye olan bağlılıklarını iş tatmini hakkındaki inanışlarının belirleyip belirlemediğini tespit etmek amacıyla yapmış olduğu araştırma kapsamında, Tayvan'da 61 uluslararası otel işletmesinde

çalışan 428 kişi üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; otel işletmelerindeki işe yeni başlayanlara sosyal etkileşim kazandırmanın, çalışanların örgütsel bağlılığında ve iş tatmininde artış; işten ayrılma niyetinde olanlarda ise azalış sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca örgütsel bağlılığın işten ayrılmaları azalttığı, iş tatmininin örgüt çalışanlarının örgütsel bağlılığını artırmada güçlü bir yöntem olduğu tespit edilmiştir.

Hau ve Chow (2011), örgütsel sosyalleşme anlayışına yeni bir bakış açısı kazandırmak amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, iki temel sosyalleşme stratejisi kullanılmıştır. Bunlardan birincisi algılanan örgütsel destek ve geliştirici deneyimin örgütsel sosyalleşme ile ilişkisi, ikincisi ise kariyer başarısının örgütsel sosyalleşme ile ilişkisidir. Yapılan araştırma sonucunda; örgütsel sosyalleşmenin kariyer başarısı ve örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Commeiras vd. (2013), satış ve pazarlama kaynaklarının atipik (olağandışı, örnekdışı) bir kesimi olan bankacılık/sigorta sektöründeki müşteri danışmanı aday çalışanları için sosyalleşmenin örgütsel uygulamalarını belirlemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, 13 profesyonel eğitmen ve 33 farklı aktöre grup görüşmesi yaparak nitel bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; öğrenmeye elverişli bir örgütsel bağlamın kurulması ve eğitmenin önemli rolü, stajyerlerin sosyalleşmesiyle ilgili özellikleri ortaya koyduğu; bununla birlikte stajyerlerin varlığının, hem stajyerlere hem de eğitmenlere yönelik olarak rol yeniliği geliştirdiği tespit edilmiştir.

Poohongthong vd. (2014), etik liderlik, iş-yaşam dengesi, örgütsel sosyalleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, öğretmenler üzerinde bir uygulama gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; etik liderlik, iş-yaşam dengesi ve örgütsel sosyalleşmenin, örgütsel vatandaşlık davranışını %14.3 oranında açıkladığı tespit edilmiştir. Ancak sadece örgütsel sosyalleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda etik liderliğin örgütsel sosyalleşme düzeyini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Song vd. (2015), yeni başlayanların öz değerlendirmelerinin, örgütsel sosyalizasyon taktiklerinin iş tatmini ve iş ilişkisine olan etkilerini yeni bir model önermek amacıyla Çin'de 9 lüks otelden 161 katılımcı ile bir araştırma

gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda; iş tatmini ve iş ilişkisinin her birinin yeni ve kurumsal olarak örgütsel sosyalizasyon taktiklerinin doğrudan ve dolaylı olarak yordamakta olduğu, öz değerlendirmelerin örgütsel sosyalizasyon taktikleri ile iş doyumu arasındaki ilişkiyi yönettiği; ancak örgütsel sosyalizasyon taktikleri ile iş arasındaki ilişkiyi kestiği tespit edilmiştir.

Lee vd. (2016), akademik kütüphanecilerin örgütsel sosyalleşmesini araştırmak amacıyla yapmış oldukları araştırma kapsamında, 314 akademik kütüphaneci üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; katılımcıların genel olarak kütüphanelerinde yüksek düzeyde örgütsel sosyalizasyona sahip olduğu tespit edilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın yöntemi hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir. Bu bağlamda; öncelikle birinci alt başlıkta araştırmanın problemi belirlenirken; ikinci alt başlıkta araştırmanın amacı ve önemi ortaya konulmuştur. Üçüncü alt başlıkta, araştırmanın evreni ve örnekleme hakkında bilgilere yer verilmiş olup, dördüncü alt başlıkta da araştırmanın sınırlılıkları ve varsayımları açıklanmıştır. İlgili bölümün beşinci alt başlığında elde edilen verilerin toplanma tekniği ve analizi ile ilgili bilgilere yer verilirken, araştırmanın altıncı alt başlığında ise araştırmanın güvenilirliğine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Yedinci ve son alt başlıkta da araştırmanın hipotezlerine yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Problemi

Sosyolojinin temel kavramlarından biri olan sosyalizasyon (sosyalleşme), bireyin insani değerler edinerek kendini geliştirmesi ve gerçekleştirmesidir. Sosyalleşme aynı zamanda kişinin eğitim süreci olup öğrenmiş olduğu davranışları gelecek nesillere aktarması olarak da tanımlanmaktadır. Kısaca sosyalizasyon; bireyin kendine özgü davranışları öğrenme ve topluma uyum sağlama sürecidir (Davtalab, 2016: 34).

Örgütsel sosyalizasyon, işgörenlerin örgütteki rollerini üstlenebilmesi için gerekli olan bilgi, beceri, tutum ve davranışları işgörelere kazandırma sürecini kapsamaktadır. Aktif olarak örgütte rol alan işgörenlerin, örgüte ait gerekli olan bilgileri kazanması, iş çevresini öğrenmesi ve anlaması örgüt içinde sosyalleşmesini sağlamaktadır. Kısaca örgütsel sosyalizasyon; işgörenlerin örgütün değerlerini, standartlarını ve normlarını öğrenmesi ve örgütün istediklerini yerine getirilebilmesidir (Çerik ve Bozkurt, 2010: 78).

Duygu kavramı, Latince’de hareket etme anlamına gelen *movere* kökünden gelmektedir. *Movere* kelimesine “e” ön eki eklendiğinde ise öteye hareket etmek manası elde edilmektedir. Duygu kavramı, Oxford Sözlüğü’nde (2017) his, zihin çalkantısı, herhangi bir tutku, uyarılmış veya zihinsel durum olarak tanımlanmaktadır (Cezmi Savaş, 2012: 13). Türk Dil Kurumu (2017)’nun tanımına göre ise duygu; herhangi bir nesne, durum ya da kişilerin, insanın iç dünyasında uyandırdığı ve etkilenmesine sebep olduğu birtakım izlenimlerdir. Diğer bir tanıma göre duygu kavramı; hislerde ve zihinde, fizyolojik değişiklikler ve davranışlarla beraber meydana gelen harekettir (Özgün, 2015: 3-4).

Ashforth ve Humphrey, 1993 yılında duygusal emek kavramını işletmeler açısından ele almıştır. Ashforth ve Humphrey’e göre duygusal emek; işletmede aktif olarak hizmet veren işgörenlerin, hizmet süresi boyunca örgütün istediği doğru duyguları yansıtması, sergilemesi şeklinde tanımlanmaktadır (Ünlü ve Yürür, 2011: 189; Pala Morkoç, 2014: 10). Morris ve Feldman’ın 1996 yılında duygusal emek için yaptığı tanımda ise örgütün işgörenden göstermesini istediği duygular için kişisel bir çaba, planlama ve kontrolün olması gerektiğinden bahsedilmektedir. Öte yandan dışa dönük davranış, örgütlerin ve işletmelerin, işgörenlerinden talep ettiği ve beklediği bir davranış şekli olduğundan Morris ve Feldman, duyguların yönetilmesine yoğunlaşılmasından daha çok dışa dönük davranışa yoğunlaşılması gerektiği görüşündedir (Demirel, 2015: 5).

Örgütsel bağlılığı; Grusky, 1966 yılında “kişinin örgüte olan bağının gücü”, Salancik (1977), “kişilerin örgüte olan bağlılıklarının sonucunda meydana gelen davranışsal eylemler” ve Kidron (1978) ise “çekici alternatifler ulaşılabilir olduğu zaman örgütteki üyeliğin sürdürülmesi niyeti” şeklinde tanımlamıştır (Gürdoğan, 2010: 39-40). Örgütsel bağlılık; örgütte çalışan bireyin örgütün amaç ve değerlerine, taraflı ve etkili bir biçimde bağlı olmasıdır. İşgörenlerin örgüte olan bağlılıklarının yüksek olması, örgütün rekabetçi koşullarda başarılı bir şekilde faaliyet göstermesine katkı sağlamaktadır (Bakırcı, 2016: 3; Uygur, 2007: 73). Bu kapsamda otel işletmelerinin örgütsel bağlılık düzeyleri son derece önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Duygusal emekle birlikte otel işletmeleri açısından göz önünde bulundurulması gereken diğer bir unsur ise örgütsel bağlılık kavramıdır.

İlgili yazında geliştirilen bu üç kavramdan hareketle otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık düzeylerinin en üst düzeyde tutulması için yapılan bu araştırmanın temel problemi, Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılıklarının hangi seviyede olduğudur. Öte yandan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon ile işgörenlerin duygusal emek ve örgütsel bağlılık durumları arasında bir ilişki olup olmadığı ile işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık düzeylerinin yüksek tutulabilmesi noktasında neler yapılabileceği, bu araştırmanın alt problemlerini oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacını, Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun, duygusal emek ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerinin ortaya konulması oluşturmaktadır. Öte yandan otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık düzeylerinin tespit edilmesi yapılan bu araştırmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır. Otel işletmeleri için oldukça önemli olan bu üç kavram göz önüne alınarak araştırmada ortaya konulacak diğer amaçlar ise şunlardır:

- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonu oluşturan boyutların tespit edilmesi,
- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon algı düzeylerinin ortaya konulması,
- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde duygusal emeği oluşturan boyutların tespit edilmesi,
- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek algı düzeylerinin ortaya konulması,
- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel bağlılığı oluşturan boyutların tespit edilmesi,
- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılık algı düzeylerinin ortaya konulması,
- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin tespit edilmesi,

- Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel bağlılık değişkenlerinin, örgütsel sosyalizasyon değişkenine olan etkisinin ortaya konulmasıdır.

Turizm sektöründe, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının değişim ve çeşitlilik göstermesi, müşterilere ürün ve hizmet sunan otel işletmelerinin daha yoğun bir çevrede rekabet etmesine neden olmuştur. Müşteri tarafından işletmenin tekrar tercih edilmesi, işletmenin müşteri memnuniyetini sağlaması ile gerçekleşmektedir. İşletme tarafından müşteri memnuniyetinin sağlanması da işletme bünyesinde yer alan işgörenlerin, müşterilere sergiledikleri performans ve hizmetin kalitesi ile doğru orantılıdır (Özlu, 2016: 77-78). Bu bağlamda; müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi ve otel işletmelerinin amaçlarına ulaşabilmesi için otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, örgütün üyesi olarak görevlerini yapması ve örgütsel bir rol üstlenmesi için gerekli değerlerin ve becerilerin yeni gelen işgörene aktarılması için *örgütsel sosyalizasyonun* (Kraimer, 1997: 425; Pelit ve Kahyaoğlu, 2015: 101), işletmenin etkili ve verimli çalışması için işgörenlerden beklenen duyguların var olması ve bunları göstermesi için *duygusal emek* durumlarının (Savaş, 2012: 43) ve işgörenlerin, görev aldığı işletmelerin amaç ve hedeflerini kabul ederek performanslarını ve sorumluluklarını bu amaçlara erişmede kullanabilmesi, görev yaptıkları işletmelerde devamlı olarak çalışma isteklerinin olması, tüm bunları karşılık beklemezsizin yapmaları için *örgütsel bağlılıklarının* (Karcıoğlu ve Çelik, 2012: 63; Karataş, 2016: 73) otel işletmeleri tarafından sağlanması gerekmektedir.

Ayrıca ilgili yazın incelendiğinde otelcilik ve turizm sektöründe bazı araştırmaların örgütsel sosyalizasyona (Kahyaoğlu, 2012; Karasakaloğlu, 2015), bazı araştırmaların duygusal emeğe (Pala, 2008; Yakar, 2015) ve bazı araştırmaların da örgütsel bağlılığa (Oral, 2015; Güçlü, 2016) odaklanmasına rağmen bu üç kavramı inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanılamaması yapılan bu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Öte yandan Muğla bölgesinde daha önce bu içerikte bir araştırmanın yapılmaması, yapılan bu araştırmanın başka bir açıdan önemini ortaya koymaktadır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bir araştırma için evren, araştırma probleminin etkisi altında bulunan ve bilgi toplamak üzere gözlem yapılan, ortak özellikteki canlı ya da cansız her türlü

elemanları içeren ana küttedir (Erözkan vd., 2007: 81). Araştırmalarda hedef evren ve ulaşılabilir evren olmak üzere iki tür evrenden söz edilebilir. Hedef evren, ulaşılması hemen hemen imkânsız olan evrenken ulaşılabilir evren ise araştırmacının gerçekçi seçimi ve ulaşılabilir olduğu alanıdır (Büyüköztürk vd., 2014: 80-81). Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2017) web sitesinden elde edilen bilgiye göre, Muğla ilinde faaliyet gösteren işletme belgeli, konaklama tesis sayısı 388 ve yatırım belgeli konaklama tesis sayısı ise 103'tür. Bu kapsamda yapılan bu araştırmanın evrenini; Muğla ilinde faaliyette bulunan 491 konaklama tesisinde çalışan, sirkülasyon sebebi ile sayısı tam olarak belirlenemeyen; fakat sayılarının yaklaşık olarak 11000 olduğu saptanan işgörenler oluşturmaktadır. Öte yandan otel yöneticileriyle yapılan görüşmelerin sonucunda ise, personel sayısının yıl içerisinde değişiklik gösterdiği ve en fazla sayıda personelin yaz döneminde ve özellikle Mart ve Ağustos ayları arasında istihdam edildiği ifade edilmiştir.

Bu araştırmada, tesadüfî olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemde amaç, evren grubunda bulunan ve araştırmaya katılmak isteyen her bireyin örneklem grubuna dâhil edilmesidir. Bu yöntemde denek bulma işlemi, belirlenen örneklem hacmine ulaşıncaya kadar devam etmektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 42). Araştırmanın amaçlarına ulaşabilmesi amacıyla geliştirilen anket formları 2017 yılının Haziran, Temmuz ve Ağustos ayları içerisinde Muğla ilinde bulunan otel işletmelerinde uygulanmıştır. Araştırma 491 konaklama tesisi içerisinde, iş yoğunluğu nedeniyle işlerin akmasına engel olmayacağı görüşündeki otel yöneticilerinin, anket görüşmesinin yapılmasına onay vermesi üzerine toplam 120 otel işletmesi ve bu işletmelerde çalışan araştırmaya katılmayı kabul eden 453 işgören üzerinde gerçekleştirilmiştir. Anket formları kolayda örneklem yöntemi temel alınarak dağıtılmış, anket formunun işgörenler tarafından doldurulması sağlandıktan sonra araştırmacı tarafından geri alınmıştır. Anket uygulamasından sonra anket formlarının eksiksiz ve doğru bir şekilde doldurulup doldurulmadığı kontrol edilmiş, bunun sonucunda; 53 anketin eksik, yanlış ve hatalı olduğu tespit edilerek araştırmaya dâhil edilmemiştir. Eksik, yanlış ve hatalı doldurulan anketlerin analizlere dâhil edilmemesi sonucunda, araştırma kapsamında 400 anket değerlendirmeye alınmıştır. Bu kapsamda söz konusu araştırmanın örneklemini 2017 yılının Haziran, Temmuz ve Ağustos ayları içerisinde Muğla ilinde faaliyette bulunan otel işletmelerinde çalışan 400 işgören oluşturmaktadır. Belirli

büyüklerdeki evrenler için kabul edilebilir örneklem büyüklüklerini gösteren Tablo 3.1 dikkate alındığında, araştırma örnekleminin evreni temsil edebilecek yeterliliğe ve büyüklüğe sahip olduğu ifade edilebilir.

Tablo 3.1. Evren Büyüklüklerine Karşılık Gelen Örneklem Büyüklükleri (Ural ve Kılıç, 2013: 47).

N-n	N-n	N-n	N-n	N-n
10-10	100-80	200-132	500-217	4000-351
20-19	110-86	220-140	550-226	5000-357
30-28	120-92	250-152	600-234	10000-370
40-36	130-97	300-169	650-242	20000-377
50-44	140-103	320-175	700-254	30000-379
60-52	150-108	360-186	800-260	40000-380
70-59	160-113	400-196	1000-278	50000-381
80-66	170-118	420-201	2000-322	75000-382
90-73	180-123	460-210	3000-341	100000-384

N: Evren Büyüklüğü / **n:** Örneklem Büyüklüğü

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Yapılan bu çalışmada, çeşitli sınırlılıklar söz konusudur. Bu çalışmanın sınırlılıklarından ilkinin, çalışmanın sadece Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerini kapsamaması olup diğer sektörlerde faaliyet gösteren otel işletmelerinin ise araştırma kapsamı dışında tutulması oluşturmaktadır. Çalışmada ortaya konulabilecek bir diğer sınırlılık ise çalışmaya sadece otel işletmelerinin dâhil edilmesi turizm sektöründeki diğer işletmelerin ise araştırma kapsamı dışında tutulması oluşturmaktadır. Öte yandan Muğla ilinde birçok otelin sezonluk çalışması, iş yoğunluğu nedeniyle birçok otel işletmesi ile görüşmelerin yapılamaması ve anket formunun doldurulmasına otel yöneticileri tarafından izin verilmemesi bu çalışmanın sahip olduğu diğer bir sınırlılıktır.

Araştırmanın amacına en uygun şekilde verilerin toplandığı durumu, çalışmanın varsayımlarından birisidir. Öte yandan oluşturulan anket formunun, çalışmaya katılan tüm otel işletmelerinde işgörenler tarafından doğru algılandığı ve samimiyetle doldurulduğu ise araştırma kapsamında ortaya konulabilecek diğer bir varsayımdır.

3.5. Verilerin Toplanma Tekniği ve Analizi

Araştırmada veri elde etme tekniği olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Veri elde etmede kullanılan anket formu, dört bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde ankete katılanlar hakkında demografik ve tanıtıcı bilgilere yönelik (cinsiyet, medeni durum, yaş vb.) sekiz soru yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde, işgörenlerin duygusal emek düzeylerinin ölçülmesine yönelik on dört soru sorulmuştur. Bu bölümde sorulan sorular Ayana (2016)'nın araştırmasından yararlanılarak uyarlanmıştır. Anket formunun üçüncü bölümünde işgörenlerin örgütsel bağlılığını ölçmeye yönelik sorulan on beş soru Gürdoğan (2010)'ın araştırmasından yararlanılarak uyarlanmıştır. Anket formunun dördüncü ve son bölümde ise, işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon düzeyini belirlemeye yönelik yirmi soru sorulmuş ve bu sorular Zonana (2011)'nin araştırmasından yararlanılarak uyarlanmıştır.

Anket formunun ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümünde yer alan soruların cevaplandırılmasında, işgörelere, "1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 5'li likert tipi ölçek ile hazırlanmış sorular sorularak işgörelerden bu soruları cevaplamaları istenmiştir. Ankette yer alan olumsuz soruların ters kodlaması yapılmış olup araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 16.0 istatistik paket programında çözümlenerek verilerin istatistiki analizleri gerçekleştirilmiştir.

Otel işletmelerinde çalışan işgörelerin duygusal emek, örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon düzeylerinin belirlenmesine yönelik hangi analizlerin uygulanması gerektiği verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılarak belirlenmiştir. Verilerin analizi yapılmadan önce anket formunda bulunan üç ölçeğe normallik testi uygulanmış ve yapılan analizler sonucunda verilerin Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri hesaplanmıştır. Bu kapsamda yapılan "Kolmogrov-Smirnov Testi" sonucunda, üç ölçek içinde verilerin normal dağılmadığı tespit edilmiştir (%5). Bununla birlikte duygusal emek ölçeğinin çarpıklık değeri: -0,098; basıklık değeri: -0,616, örgütsel bağlılık ölçeğinin çarpıklık değeri: -0,188; basıklık değeri: -0,038 ve örgütsel sosyalizasyon ölçeğinin çarpıklık değeri: -0,100; basıklık değeri ise: 0,783 olarak bulunmuştur. Bu testlerde basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılırken Tabachnick'e göre -1,5 ile +1,5 olması hâlinde, George ve Mallery'e göre de -2,0 ile +2,0 olması hâlinde dağılımın homojen dağılım

ya da normal dağılım göstermektedir (George ve Mallery, 2010; Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu kapsamda söz konusu verilere homojen oldukları için non-parametrik analizler yerine güvenilirliği daha yüksek olan parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu noktadan hareketle, veri seti üzerinde yapılan frekans analizi ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Analiz aşamasında cevapların aritmetik ortalamaları, 1'e yaklaştıkça işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonunun, duygusal emek ve örgütsel bağlılığının düşük, 5'e yaklaştıkça işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonunun, duygusal emek ve örgütsel bağlılığının yüksek yönde şekillendiğinin ifade edilmesine karar verilmiştir. Araştırmada verilerin analiz aşamasında elde edilen aritmetik ortalamalarının değişim aralığı ise şu şekilde hesaplanmıştır (Özdamar, 2004: 630):

$$\text{Değişim Aralığı} = 5-1=4$$

$$\text{Değişim Aralığı} = 4/5=0,80$$

İşgörenlerin örgütsel sosyalizasyonunun, duygusal emek ve örgütsel bağlılığa etkilerinin ortaya konulmasında belirleyici aralıklar ve ölçüm sonuç derecelerinin yorumlanma bilgileri Tablo 3.2'de verilmiştir. İlgili tabloda otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonunun, duygusal emek ve örgütsel bağlılığa etkisinin ortaya konulmasında elde edilen aritmetik ortalamalar ve değer aralığına göre ifade edilecek sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 3.2. Aritmetik Ortalamaların İsabet Ettiği Seçeneklerin Aralık Değerlerine Göre Dağılımı

Ağırlık	Seçenekler	Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri	Sonuç
5	Kesinlikle Katılıyorum	4,20 – 5,00	Çok Yüksek Düzeyde
4	Katılıyorum	3,40 – 4,19	Yüksek Düzeyde
3	Kararsızım	2,60 - 3,39	Orta Düzeyde
2	Katılmıyorum	1,80 – 2,59	Düşük Düzeyde
1	Kesinlikle Katılmıyorum	1,00 – 1,79	Oldukça Düşük Düzeyde

3.6. Araştırma Ölçümünün Güvenirliliği

Yapılan bu araştırmada, ölçümün güvenirliliğine ilişkin Cronbach's Alpha katsayısına bakılmıştır. Güvenirlik; aynı ölçeğin hedef kitlelere, farklı zamanlarda yapılan ölçümler arasında sahip olduğu kararlılık olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle ölçülmek istenen belli bir şeyin, farklı zamanlarda aynı sonuçları elde etme düzeyidir (Karasar, 2012: 148).

Anketin ikinci bölümünü oluşturan duygusal emek ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmış ve bu değer 0,858 olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan işgörenlerin örgüte olan bağlılıklarının düzeylerini belirlemek amacı ile geliştirilen örgütsel bağlılık ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının 0,838 olduğu tespit edilmiştir. İşgörenlerin örgütsel sosyalizasyon düzeylerini belirlemek amacı ile geliştirilen ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,921 olarak tespit edilmiştir. Özdamar (2004: 632-633)'a göre 0,60'dan yukarı Cronbach's Alpha değerine sahip olan ölçek güvenilir, 0,80'den yukarı değere sahip olan ölçek ise yüksek derecede güvenilirdir. Bu kapsamda ilgili araştırmada otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek, örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon düzeyini belirlemeye yönelik geliştirilen ölçeklerin "yüksek" derecede güvenirliliğe sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 3.3. Uygulama Ölçümlerinin Güvenirlilik ve Faktör Analizi Yapılmaya Uygunluk Düzeyine Yönelik Sonuçlar

Uygulama	Test Türü	Sonuç
Duygusal Emeğe Yönelik Sorular	Cronbach's Alpha(14 önerme)	0,858
	KMO	0,873
	Barlett Küresellik Testi	0,000
Örgütsel Bağlılığa Yönelik Sorular	Cronbach's Alpha(15 önerme)	0,838
	KMO	0,863
	Barlett Küresellik Testi	0,000
Örgütsel Sosyalizasyona Yönelik Sorular	Cronbach's Alpha(20 önerme)	0,921
	KMO	0,921
	Barlett Küresellik Testi	0,000

Araştırma kapsamında, her üç ölçeğin güvenilirliği ortaya konulduktan sonra, her üç ölçeğe yönelik soruların faktör analizi yapılmaya uygun olup olmadığı incelenmiştir. Buna göre anketin ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümüne ait değişkenler arasında yeterli oranda ilişki olup olmadığını anlayabilmek amacıyla "Bartlett Küresellik Testi" uygulanmış ve anketin ikinci bölümünü oluşturan duygusal emek, üçüncü bölümünü oluşturan örgütsel bağlılık ve dördüncü bölümünü oluşturan örgütsel sosyalizasyon ölçeği için p değeri 0,000 olarak hesaplanmış ve elde edilen bu değer anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla değişkenlerin faktör analizi yapmaya uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber, değişkenler arası korelasyonların faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmış ve duygusal emeğe yönelik KMO değeri 0,873, örgütsel bağlılığa yönelik KMO değeri 0,863 ve örgütsel sosyalizasyon ölçeğine yönelik KMO değerinin 0,921 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre araştırmada yer alan her üç ölçeğin de faktör analizine uygunluğunun "çok iyi" seviyede olduğu görülmüştür.

3.7. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmada test edilecek olan hipotezler şunlardır;

- **H₁:**Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H₂:**Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H₃:**Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel bağlılık örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- **H₄:**Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- **H₅:**Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- **H₆:**Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyon örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- **H₇:**Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık, duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

- **H₈**:Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık, örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- **H₉**:Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- **H₁₀**:Otel işletmelerinde duygusal emek, örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- **H₁₁**:Otel işletmelerinde duygusal emek, örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR

Bu bölümde, Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan işgörenler üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda elde edilen bulguların analizine yer verilmiştir. Araştırmanın bulgular bölümü, 6 ana başlıkta incelenmiştir. Bu kapsamda ilk başlıkta, araştırmaya katılan otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin demografik ve tanıtıcı özelliklerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. İkinci başlıkta, örgütsel sosyalizasyon değişkenine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Üçüncü başlıkta, duygusal emek değişkenine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Dördüncü başlıkta, örgütsel bağlılık değişkenine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Beşinci başlıkta, otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik bulgulara yer verilirken son başlık olan altıncı başlıkta, otel işletmelerinde değişkenlerin birbirlerine olan etkisine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

4.1. İşgörenlerin Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular

Bulgular bölümünün ilk alt başlığını araştırmaya katılan işgörenler hakkında tanıtıcı bilgiler oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan işgörelere; demografik ve tanıtıcı özelliklerinin tespitine yönelik 4 soru (cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu) ve işgörenlerin sektörel deneyimlerini ortaya koymaya yönelik 4 soru (işletmede çalışılan süre, turizm sektöründe çalışılan süre, çalışılan departman ve mesleki turizm eğitimi alma durumu) olmak üzere toplam sekiz soru yöneltilmiştir. İşgörenlerin bu sorulara verdikleri cevaplar üzerinden elde edilen frekans ve yüzde değerleri ise Tablo 4.1’de yer verilmiştir.

İlgili tabloya göre; ankete katılan işgörenlerin %54,5’i erkeklerden, %45,5’i kadınlardan oluşmaktadır. İşgörenlerin %51,5’i bekâr iken, %48,5’i evlidir. Araştırmaya katılan işgörenlerin %35,2’si 25-34 yaş, %32’si 35-44 yaş, %19,8’i 18-

24 yaş, %11,5'i 45-54 yaş ve %1,5'i ise 55 ve üzeri yaş aralığındadır. İşgörenlerin, %42,8'i lise, %31'i ilköğretim, %12,2'si önlisans, %8,8'i lisans ve %5,2'si ise yüksek lisans eğitimi almış olduğu tespit edilirken, doktora eğitimi almış olan işgörenin bulunmadığı tespit edilmiştir. İşgörenlerin %57,2'sinin 1-5 yıl, %28,2'sinin 6-10 yıl, %8,8'inin 11-15 yıl ve %5,8'inin ise 16 yıl ve üzeri bir süredir buldukları işletmede çalıştığı belirlenmiştir. İşgörenlerin %46'sının 1-5 yıl, %35,8'inin 6-10 yıl, %10'unun 11-15 yıl, %8,2'sinin ise 16 yıl ve üzeri bir süredir turizm sektöründe çalıştıkları tespit edilmiştir. Muğla ilinde faaliyette bulunan otel işletmelerinde araştırmaya katılan işgörenlerin %36,8'inin kat hizmetleri departmanında, %28,5'inin yiyecek-içecek departmanında, %13,5'inin ön büro departmanında, %11'inin insan kaynakları departmanında, %6'sının satış pazarlama departmanında ve %2,8'inin ise halkla ilişkiler departmanında çalıştığı belirlenmiştir. İşgörenlerin %53,8'inin mesleki turizm eğitimi aldığı tespit edilirken, %46,2'sinin mesleki turizm eğitimi almadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.1. İşgörenlerin Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular

		%	n
Cinsiyet	Erkek	218	54,5
	Kadın	182	45,5
	Toplam	400	100,0
Medeni Durum	Evli	194	48,5
	Bekâr	206	51,5
	Toplam	400	100,0
Yaş	18-24 yaş	79	19,8
	25-34 yaş	141	35,2
	35-44 yaş	128	32,0
	45-54 yaş	46	11,5
	55 ve üzeri yaş	6	1,5
	Toplam	400	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	124	31,0
	Lise	171	42,8
	Önlisans	49	12,2
	Lisans	35	8,8
	Yüksek Lisans	21	5,2
	Doktora	0	0
	Toplam	400	100,0
İşletmede Çalışılan Süre	1-5 yıl	229	57,2
	6-10 yıl	113	28,2
	11-15 yıl	35	8,8
	16 yıl ve üzeri	23	5,8
	Toplam	400	100,0
Turizm Sektöründe Çalışılan Süre	1-5 yıl	184	46,0
	6-10 yıl	143	35,8
	11-15 yıl	40	10,0
	16 yıl ve üzeri	33	8,2
	Toplam	400	100,0

Tablo 4.1. Devamı

Çalışılan Departman	Ön Büro	54	13,5
	Yiyecek-İçecek	114	28,5
	Kat Hizmetleri	147	36,8
	İnsan Kaynakları	44	11,0
	Halkla İlişkiler	11	2,8
	Satış Pazarlama	24	6,0
	Diğer	6	1,5
	Toplam	400	100,0
Mesleki Turizm Eğitimi Alma Durumu	Evet	215	53,8
	Hayır	185	46,2
	Toplam	400	100,0

4.2. Örgütsel Sosyalizasyon Değişkenine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde örgütsel sosyalizasyon değişkenine ilişkin detaylı bulgulara yer verilmiştir. Örgütsel sosyalizasyon değişkenine yönelik bulgular iki alt başlıktan oluşmaktadır. İlgili bölümün ilk alt başlığını otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonu oluşturan boyutların tespitine yönelik bulgular oluştururken, ikinci alt başlığını ise otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon algı düzeylerine yönelik bulgular oluşturmaktadır.

4.2.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonu Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonu oluşturan boyutların ortaya konulması için faktör analizi yapılmıştır. Anketin ilgili bölümlerine ait değişkenler arasındaki ilişkiyi en iyi yansıtan en az faktör sayısını belirlemek amacıyla Kaiser Kriteri göz önünde bulundurularak döndürülmemiş temel bileşenler (Principal Components) yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 4.2’de gösterilen faktör analizi sonucunda Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun üç boyut ve bu boyutlara bağlı soru çıkarılmaksızın 20 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizinde ortaya konulan boyutların toplam varyansı açıklama oranının %53,539 olduğu ve önermelerin faktör yük değerlerinin ise 0,386 ile 0,793 arasında değişim gösterdiği görülmüştür. Örgütsel sosyalizasyonu oluşturan birinci boyut “Eğitim ve Gelecek Beklentisi” şeklinde adlandırılmış ve bu boyutun 10 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel sosyalizasyonu oluşturan ikinci boyut “Anlama” olarak adlandırılmış ve bu boyutun 5 önermeye sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan

örgütsel sosyalizasyonu oluşturan üçüncü boyut ise “İş Arkadaşları Desteği” şeklinde adlandırılarak bu boyutun da 5 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.2. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonu Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

İfade No	Örgütsel Sosyalizasyon Değişkenine Yönelik İfadeler	Faktör Yükleri		
		1	2	3
Eğitim ve Gelecek Beklentisi				
S.1	Bu işletmede işime yönelik iyi bir eğitim aldım.	0,639		
S.17	Bu işletme, çalışanlarına iyi bir eğitim vermektedir.	0,568		
S.18	İşletmenin hedefleri, hemen hemen bütün çalışanlar tarafından anlaşılmaktadır.	0,549		
S.12	Bu işletmede terfi için sunulan fırsatlar herkes için geçerlidir.	0,530		
S.4	Bu işletmede iyi bir kariyer yapmak için pek çok şans ve fırsat bulunmaktadır.	0,527		
S.10	Bu işletmenin hedefleri oldukça net ve açık bir şekilde belirlenmiştir.	0,498		
S.16	Bu işletmede, terfi ile ilgili beklentilerimi kolayca öngörebiliyorum.	0,494		
S.5	Bu işletmede aldığım eğitim, işimi çok iyi yapmamı sağlamaktadır.	0,440		
S.9	Bu işletmede, çalışanların iş becerilerini geliştirmek için mükemmel eğitimler sunulmaktadır.	0,439		
S8.	Bu işletmede sunulan ödüllerden memnunuz.	0,386		
Anlama				
S.14	Bu işletmenin nasıl işlediği konusunda iyi bir bilgi birikimine sahibim.		0,633	
S.6	Bu işletmedeki görevlerimi tamamen biliyorum.		0,546	
S.2	Bu işletmede işleri nasıl yapacağımı çok iyi biliyorum.		0,531	
S.20	Bu işletmenin beni uzun yıllar istihdam edeceğini düşünüyorum.		0,504	
S.19	Bu işletmedeki diğer çalışanlarla ilişkilerim çok iyidir.		0,406	
İş Arkadaşları Desteği				
S.11	İş arkadaşlarımdan büyük bir çoğunluğu, beni bu işletmenin bir üyesi olarak kabul etmiştir.			0,793
S.13	Amirim tarafından verilen talimatlar, işimi daha iyi yapmamı yardımcı olmaktadır.			0,674
S.3	Diğer çalışanlar çeşitli şekillerde işimi yaparken bana yardımcı olmaktadır.			0,639
S.15	İş arkadaşlarımdan, bu işletmeye uyum sağlamam için büyük bir ilgi göstererek bana yardımcı oldular.			0,467
S.7	İş arkadaşlarımdan genellikle bana yardım eder ve önerilerini benimle paylaşırlar.			0,389
Genel Sonuçlar	Kaiser Meyer Olkin Meseure (KMO)	0,921		
	Bartlett's Test Anlamlılık Düzeyi (sig.)	0,000		
	Öz Değer	8,103	1,366	1,239
	Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı(%)	40,517	6,828	6,194
	Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)	53,539		
	Faktörlerin Ortalama Değeri	3,33	3,75	3,38
	Faktörlerin Standart Sapma Değerleri	1,314	1,232	1,410

4.2.2. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Sosyalizasyon Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular

Bu kısımda işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon algı düzeylerinin ortaya konulmasına yönelik bulgular yer almaktadır. İşgörenlerin örgütsel sosyalizasyon algı düzeylerine yönelik elde edilen bulgular Tablo 4.3'te verilmiştir. İlgili tabloya göre, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon algı düzeylerinin genel olarak “yüksek” seviyede (\bar{x} : 3,443; s.s: 1,331) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon algı düzeyleri boyutlara göre incelendiğinde, işgörenlerin “Eğitim ve Gelecek Beklentisi” boyutu (\bar{x} : 3,339; s.s: 1,314) ile “İş Arkadaşları Desteği” boyutunda (\bar{x} : 3,338; s.s:1,410) “orta” seviyede örgütsel sosyalizasyon algı düzeyine sahip olduğu; “Anlama” boyutunda (\bar{x} : 3,752; s.s: 1,232) ise “yüksek” seviyede örgütsel sosyalizasyon algı düzeyine sahip olduğu sonucu tespit edilmiştir.

Örgütsel sosyalizasyon boyutları içerisinde yer alan ve otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermelerin ortaya konulması, ilgili çalışma açısından önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Bu kapsamda “Eğitim ve Gelecek Beklentisi” boyutu içerisinde yer alan; ‘Bu işletmenin hedefleri oldukça net ve açık bir şekilde belirlenmiştir’ (\bar{x} : 3,642; s.s: 1,284), ‘Bu işletmede aldığım eğitim, işimi çok iyi yapmamı sağlamaktadır’ (\bar{x} : 3,480 s.s: 1,268), ‘Bu işletmede iyi bir kariyer yapmak için pek çok şans ve fırsat bulunmaktadır’ (\bar{x} : 3,475; s.s: 1,292), ‘İşletmenin hedefleri hemen hemen bütün çalışanlar tarafından anlaşılmaktadır’ (\bar{x} : 3,437; s.s: 1,245) ve ‘Bu işletme, çalışanlarına iyi bir eğitim vermektedir’ (\bar{x} : 3,410; s.s: 1,247) önermeleri bu boyut içerisinde işgörenler tarafından en yüksek düzeyde algıya sahip olunan ifadelerdir. Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin “Anlama” boyutunda en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermeler ise ‘Bu işletmede işleri nasıl yapacağımı çok iyi biliyorum’ (\bar{x} : 3,882; s.s: 1,071), ‘Bu işletmenin nasıl işlediği konusunda iyi bir bilgi birikimine sahibim’ (\bar{x} : 3,855; s.s: 1,188), ‘Bu işletmedeki diğer çalışanlarla ilişkilerim çok iyidir’ (\bar{x} : 3,752; s.s: 1,316), ‘Bu işletmenin beni uzun yıllardır istihdam edeceğini düşünüyorum’ (\bar{x} : 3,657; s.s: 1,209) önermeleri ile ‘Bu işletmedeki görevlerimi tamamen biliyorum’ (\bar{x} : 3,622; s.s: 1,343) önermesinin olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan “İş Arkadaşları Desteği” boyutunda işgörenlerin en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermeler ise ‘İş arkadaşlarım, bu işletmeye uyum sağlamam için büyük bir ilgi göstererek bana

yardımcı oldular' (\bar{x} : 3,657; s.s: 1,239) önermesi ile 'İş arkadaşlarım genellikle bana yardım eder ve önerilerini benimle paylaşırlar' (\bar{x} : 3,437; s.s: 1,351) önermesinin olduğu tespit edilmiştir.

Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu oluşturan boyutlar içerisinde yer alan ve en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermeler incelendikten sonra, bu kapsamda önemli olan bir diğer unsur da işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu oluşturan boyutlar içerisinde en düşük örgütsel sosyalizasyon algı düzeyine sahip önermelerin hangilerinin olduğunun ortaya konulması oluşturmaktadır. Örgütsel sosyalizasyonun "Eğitim ve Gelecek Beklentisi" boyutu içerisinde yer alan ve otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin en düşük düzeyde örgütsel sosyalizasyon algı düzeyine sahip olduğu önermenin 'Bu işletmede işime yönelik iyi bir eğitim aldım' (\bar{x} : 2,805; s.s: 1,566) önermesi olduğu tespit edilirken, "Anlama" boyutunda işgörenlerin en düşük düzeyde örgütsel sosyalizasyon algı düzeyine sahip olduğu önerme de 'Bu işletmedeki görevlerimi tamamen biliyorum' (\bar{x} : 3,622; s.s: 1,343) önermesi olduğu tespit edilmiştir. İşgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu oluşturan "İş Arkadaşları Desteği" boyutuna yönelik, en düşük düzeyde algıya sahip olduğu önermenin ise 'İş arkadaşlarımla büyük bir çoğunluğu, beni bu işletmenin bir üyesi olarak kabul etmiştir' (\bar{x} : 3,130 s.s: 1,609) önermesi olduğu, bu araştırma kapsamında ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur.

Tablo 4.3. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Sosyalizasyon Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular

	Örgütsel Sosyalizasyon Değişkenine Yönelik İfadeler	Aritmetik Ortalama \bar{x}^*	Standart Sapma s.s
Eğitim ve Gelecek Beklentisi	1.Bu işletmede işime yönelik iyi bir eğitim aldım.	2,805	1,566
	4.Bu işletmede iyi bir kariyer yapmak için pek çok şans ve fırsat bulunmaktadır.	3,475	1,292
	5.Bu işletmede aldığım eğitim, işimi çok iyi yapmamı sağlamaktadır.	3,480	1,268
	8.Bu işletmede sunulan ödüllerden memnunum.	3,282	1,348
	9.Bu işletmede, çalışanların iş becerilerini geliştirmek için mükemmel eğitimler sunulmaktadır.	3,315	1,294
	10.Bu işletmenin hedefleri oldukça net ve açık bir şekilde belirlenmiştir.	3,642	1,284
	12.Bu işletmede terfi için sunulan fırsatlar herkes için geçerlidir.	3,290	1,095
	16.Bu işletmede, terfi ile ilgili beklentilerimi kolayca öngörebiliyorum.	3,257	1,298
	17.Bu işletme, çalışanlarına iyi bir eğitim vermektedir.	3,410	1,247
	18.İşletmenin hedefleri, hemen hemen bütün çalışanlar tarafından anlaşılmaktadır.	3,437	1,245
	Eğitim ve Gelecek Beklentisi Genel Ortalaması	3,339	1,314
Anlama	2.Bu işletmede işleri nasıl yapacağımı çok iyi biliyorum.	3,882	1,071
	6.Bu işletmedeki görevlerimi tamamen biliyorum.	3,622	1,343
	14.Bu işletmenin nasıl işlediği konusunda iyi bir bilgi birikimine sahibim.	3,855	1,188
	19.Bu işletmedeki diğer çalışanlarla ilişkilerim çok iyidir.	3,752	1,316
	20.Bu işletmenin beni uzun yıllar istihdam edeceğini düşünüyorum.	3,657	1,209
	Anlama Genel Ortalaması	3,752	1,232
İş Arkadaşları Desteği	3.Diğer çalışanlar çeşitli şekillerde işimi yaparken bana yardımcı olmaktadır.	3,282	1,361
	7.İş arkadaşlarım genellikle bana yardım eder ve önerilerini benimle paylaşırlar.	3,437	1,351
	11.İş arkadaşlarımdan büyük bir çoğunluğu, beni bu işletmenin bir üyesi olarak kabul etmiştir.	3,130	1,609
	13.Amirim tarafından verilen talimatlar, işimi daha iyi yapmama yardımcı olmaktadır.	3,192	1,409
	15.İş arkadaşlarım, bu işletmeye uyum sağlamam için büyük bir ilgi göstererek bana yardımcı oldular.	3,657	1,239
	İş Arkadaşları Desteği Genel Ortalaması	3,338	1,410
	ÖRGÜTSEL SOSYALİZASYON GENEL ORTALAMASI	3,443	1,331

* 1,00-1,79 Oldukça Düşük Düzeyde; 1,80-2,59: Düşük Düzeyde; 2,60-3,39: Orta Düzeyde; 3,40-4,19: Yüksek Düzeyde; 4,20-5,00: Çok Yüksek Düzeyde

4.3. Duygusal Emek Değişkenine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde duygusal emek değişkenine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Duygusal emek değişkenine yönelik bulgular iki alt başlıktan

oluşmaktadır. İlgili bölümün ilk alt başlığını otel işletmelerinde duygusal emeği oluşturan boyutların tespitine yönelik bulgular oluştururken, ikinci alt başlığını ise otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek algı düzeylerine yönelik bulgular oluşturmaktadır.

4.3.1. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeği Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde duygusal emeği oluşturan boyutların ortaya konulması için faktör analizi yapılmıştır. Anketin ilgili bölümlerine ait değişkenler arasındaki ilişkiyi en iyi yansıtan en az faktör sayısını belirlemek amacıyla Kaiser Kriteri göz önünde bulundurularak döndürülmemiş temel bileşenler (Principal Components) yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 4.4'de gösterilen faktör analizi sonucunda Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde duygusal emeğin üç boyuta ve bu boyutlara bağlı soru çıkarılmaksızın 14 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizinde ortaya konulan boyutların toplam varyansı açıklama oranı %54,715 olduğu ve önermelerin faktör yük değerlerinin ise 0,372 ile 0,708 arasında değişim gösterdiği görülmüştür. Otel işletmelerinde duygusal emeği oluşturan birinci boyut “Derin Davranış” şeklinde adlandırılmış olup bu boyutun 3 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde duygusal emeği oluşturan ikinci boyut “Yüzeysel Davranış” olarak adlandırılmış ve bu boyutun 7 önermeye sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan otel işletmelerinde duygusal emeği oluşturan üçüncü boyut ise “Doğal (Samimi) Davranış” şeklinde adlandırılarak bu boyutun da 4 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.4. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeği Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

İfade No	Duygusal Emek Değişkenine Yönelik İfadeler	Faktör Yükleri		
		1	2	3
Derin Davranış				
S.3	Çalışırken gerçek hislerimi yansıtmayacak şekilde farklı (olumlu) davranabilirim.	0,708		
S.1	Mesleğimin gerektirdiği duyguları yansıtabilmek için sahte yüz ifadeleri takınırım.	0,654		
S.2	Müşterilere yansıtmam gereken olumlu duyguları sergilemek için gerçek hislerimi değiştiririm.	0,633		
Yüzeysel Davranış				
S.7	Müşterilere hizmet sunarken gerçek duygularımı gizlerim.		0,571	
S.6	Müşterilerin beklentilerini karşılayabilmek için her türlü suni rolü yaparım.		0,562	
S.9	İşe başlarken güzel bir gün olacak derim.		0,553	
S.4	Müşterilerle olan ilişkilerimde genelde rol yaparım.		0,542	
S.8	İşe başlarken iş süresinde karşılaştığım güzellikleri düşünürüm.		0,525	
S.10	Müşterilerle ilişkilerimde göstermem gereken olumlu duyguları yaşamaya çalışırım.		0,489	
S.5	Müşterilerin memnuniyeti için gerçekten hissetmesem de numaradan iyi görünmeye çalışırım.		0,431	
Doğal (Samimi) Davranış				
S.11	Müşterilere gösterdiğim olumlu duygular gerçek hissettiklerimle örtüşür.			0,630
S.13	Müşterilere göstermem gereken olumlu duyguları yansıtabilmek için elimden geleni yaparım.			0,530
S.12	İşimi iyi yapabilmek için göstermem gereken olumlu duyguları gerçekten hissedirim.			0,461
S.14	Müşterilerle etkileşim halindeyken mesleğimin gerektirdiği belli başlı duygu ve tavırları yansıtmak için çaba harcarım.			0,372
Genel Sonuçlar	Kaiser Meyer Olkin Mesasure (KMO)	0,873		
	Bartlett's Test Anlamlılık Düzeyi (sig.)	0,000		
	Öz Değer	5,028	1,476	1,156
	Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı(%)	35,911	10,543	8,260
	Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)	54,715		
	Faktörlerin Ortalama Değeri	2,95	3,37	3,52
	Faktörlerin Standart Sapma Değerleri	1,441	1,318	1,237

4.3.2. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Duygusal Emek Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular

Bu bölüm otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek algı düzeylerinin ortaya konulmasına yönelik bulgulardan oluşmaktadır. İşgörenlerin duygusal emek algı düzeylerine yönelik elde edilen bulgular Tablo 4.5'te verilmiştir. İlgili tabloya göre, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek algı düzeylerinin genel olarak “orta” seviyede (\bar{x} : 3,326; s.s: 1,338) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte işgörenlerin duygusal emek algı düzeyleri boyutlara göre incelendiğinde, işgörenlerin “Derin Davranış” boyutu (\bar{x} : 2,958; s.s: 1,441) ile “Yüzeysel Davranış” boyutunda (\bar{x} : 3,371; s.s: 1,318) “orta” seviyede, “Doğal (Samimi) Davranış” boyutunda (\bar{x} : 3,524; s.s: 1,237) ise “yüksek” seviyede duygusal emek algısına sahip olduğu ifade edilebilir.

Otel işletmelerinde duygusal emek boyutları içerisinde yer alan ve işgörenlerin en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermelerin ortaya konulması, ilgili çalışma açısından önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Bu kapsamda “Derin Davranış” boyutu içerisinde yer alan ‘Müşterilere yansıtılmam gereken olumlu duyguları sergilemek için gerçek hislerimi değiştiririm’ (\bar{x} : 3,202; s.s: 1,224) ve ‘Çalışırken gerçek hislerimi yansıtmayacak şekilde (olumlu) davranabilirim’ (\bar{x} : 3,112; s.s: 1,482) önermeleri bu boyut içerisinde en yüksek düzeyde algıya sahip olunan ifadelerdir. Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin “Yüzeysel Davranış” boyutunda en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermelerin ise ‘Müşterilerle ilişkilerimde göstermem gereken olumlu duyguları yaşarım’ (\bar{x} : 3,685; s.s: 1,321), ‘İşe başlarken iş sürecinde karşılaştığım güzellikleri düşünürüm’ (\bar{x} : 3,505; s.s: 1,332), ‘İşe başlarken güzel bir gün olacak derim’ (\bar{x} : 3,47; s.s: 1,389) önermeleri ile ‘Müşterilerin memnuniyeti için gerçekten hissetmesem de numaradan iyi görünmeye çalışırım’ (\bar{x} : 3,420; s.s: 1,282) önermesinin olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan “Doğal (Samimi) Davranış” boyutunda işgörenlerin en yüksek düzeyde duygusal emek algı düzeyine sahip olduğu önermeler ise ‘Müşterilerle etkileşim halindeyken mesleğimin gerektirdiği belli başlı duygu ve tavırları yansıtmak için çaba harcarım’ (\bar{x} : 3,737; s.s: 1,242), ‘Müşterilere göstermem gereken olumlu duyguları yansıtabilmek için elimden geleni yaparım’ (\bar{x} : 3,590; s.s: 1,221) önermeleri ile

‘İşimi iyi yapabilmek için göstermem gereken olumlu duyguları gerçekten hissedirim’ (\bar{x} : 3,435; s.s: 1,212), önermesinin olduğu tespit edilmiştir.

Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emeği oluşturan boyutlar içerisinde yer alan ve en yüksek düzeyde duygusal emek algısına sahip olduğu önermeler incelendikten sonra, bu kapsamda önemli olan bir diğer unsur da işgörenlerin duygusal emeği oluşturan boyutlar içerisinde en düşük duygusal emek algı düzeyine sahip önermelerin hangilerinin olduğu ortaya konulması oluşturmaktadır. Duygusal emeğin “Derin Davranış” boyutu içerisinde yer alan ve otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin en düşük düzeyde algıya sahip olduğu önermenin ‘Mesleğimin gerektirdiği duyguları yansıtabilmek için sahte yüz ifadeleri takınırım’ (\bar{x} : 2,560; s.s: 1,521) önermesi olduğu tespit edilirken, “Yüzeysel Davranış” boyutunda işgörenlerin en düşük düzeyde algıya sahip olduğu önerme ise ‘Müşterilerle olan ilişkilerimde rol yaparım’ (\bar{x} : 3,042; s.s: 1,269) önermesi olduğu gözlemlenmiştir. İşgörenlerin duygusal emeği “Doğal (Samimi) Davranış” boyutunda, en düşük algıya sahip olduğu önermenin ise ‘Müşterilere gösterdiğim olumlu duygular gerçek hissettiklerimle örtüşür’ (\bar{x} : 3,335; s.s: 1,242) önermesi olduğu, bu araştırma kapsamında ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur.

Tablo 4.5. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Duygusal Emek Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular

	Duygusal Emek Değişkenine Yönelik İfadeler	Aritmetik Ortalama \bar{x}^*	Standart Sapma s.s
Derin Davranış	1.Mesleğimin gerektirdiği duyguları yansıtabilmek için sahte yüz ifadeleri takınırım.	2,560	1,521
	2.Müşterilere yansıtmam gereken olumlu duyguları sergilemek için gerçek hislerimi değiştiririm.	3,202	1,224
	3.Çalışırken gerçek hislerimi yansıtmayacak şekilde farklı (olumlu) davranabilirim.	3,112	1,482
	Derin Davranış Ortalaması	2,958	1,441
Yüzeysel Davranış	4.Müşterilerle olan ilişkilerimde genelde rol yaparım.	3,042	1,269
	5.Müşterilerin memnuniyeti için gerçekten hissetmem de numaradan iyi görünmeye çalışırım.	3,420	1,282
	6.Müşterilerin beklentilerini karşılayabilmek için her türlü suni rolü yaparım.	3,295	1,303
	7.Müşterilere hizmet sunarken gerçek duygularımı gizlerim.	3,180	1,229
	8.İşe başlarken iş süresinde karşılaştığım güzellikleri düşünürüm.	3,505	1,332
	9.İşe başlarken güzel bir gün olacak derim.	3,470	1,389
	10.Müşterilerle ilişkilerimde göstermem gereken olumlu duyguları yaşamaya çalışırım.	3,685	1,321
	Yüzeysel Davranış Ortalaması	3,371	1,318
Doğal (Samimi) Davranış	11.Müşterilere gösterdiğim olumlu duygular gerçek hissettiklerimle örtüşür.	3,335	1,242
	12.İşimi iyi yapabilmek için göstermem gereken olumlu duyguları gerçekten hissederim.	3,435	1,212
	13.Müşterilere göstermem gereken olumlu duyguları yansıtabilmek için elimden geleni yaparım.	3,590	1,221
	14.Müşterilerle etkileşim halindeyken mesleğimin gerektirdiği belli başlı duygu ve tavırları yansıtmak için çaba harcarım.	3,737	1,242
	Doğal (Samimi) Davranış Ortalaması	3,524	1,237
	DUYGUSAL EMEK GENEL ORTALAMASI	3,326	1,338

* 1,00-1,79 Oldukça Düşük Düzeyde; 1,80-2,59: Düşük Düzeyde; 2,60-3,39: Orta Düzeyde; 3,40-4,19: Yüksek Düzeyde; 4,20-5,00: Çok Yüksek Düzeyde

4.4. Örgütsel Bağlılık Değişkenine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde örgütsel bağlılık değişkenine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Örgütsel bağlılık değişkenine yönelik bulgular iki alt başlıktan oluşmaktadır. İlgili bölümün ilk alt başlığını otel işletmelerinde örgütsel bağlılığı oluşturan boyutların tespitine yönelik bulgular oluştururken, ikinci alt başlığını ise otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılık algı düzeylerine yönelik bulgular oluşturmaktadır.

4.4.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığı Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel bağlılığı oluşturan boyutların ortaya konulması için faktör analizi yapılmıştır. Anketin ilgili bölümlerine ait değişkenler arasındaki ilişkiyi en iyi yansıtan en az faktör sayısını belirlemek amacıyla Kaiser Kriteri göz önünde bulundurularak döndürülmemiş temel bileşenler (Principal Components) yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 4.6’da gösterilen faktör analizi sonucunda Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın üç boyuta ve bu boyutlara bağlı soru çıkarılmaksızın 15 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizinde ortaya konulan boyutların toplam varyansı açıklama oranının %51,502 olduğu ve önermelerin faktör yük değerlerinin ise 0,472 ile 0,777 arasında değişim gösterdiği görülmüştür. Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığı oluşturan birinci boyut “Duygusal Bağlılık” şeklinde adlandırılmış olup bu boyutun 5 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığı oluşturan ikinci boyut ise “Devam Bağlılığı” olarak adlandırılmış ve bu boyutun 5 önermeye sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan otel işletmelerinde örgütsel bağlılığı oluşturan üçüncü boyut “Normatif Bağlılık” şeklinde adlandırılarak bu boyutun da 5 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.6. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığı Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

İfade No	Örgütsel Bağlılık Değişkenine Yönelik İfadeler	Faktör Yükleri		
		1	2	3
	Duygusal Bağlılık			
S.4	Bulduğum işletmede çalışmayı sürdürebilmek için hemen hemen her türlü görevi kabul ederim.	0,777		
S.3	Bu işletmede, çalışanların işletmeye bağlılık düzeyi çok fazladır.	0,680		
S.1	İşletmenin başarısına yardımcı olabilmek için benden beklenenin üzerinde çaba sarf etme arzusundayım.	0,655		
S.2	Çevreme, bu işletmenin çalışmaya uygun harika bir işletme olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim.	0,570		
S.5	Kendi kişisel değerlerimi işletme değerlerine yakın görmekteyim.	0,472		
	Devam Bağlılığı			
S.7	Görevim aynı kaldığı sürece diğer işletmelerde çalışabilirim.		0,647	
S.8	Çalıştığım işletme, performans açısından bana huzur vermektedir.		0,640	

Tablo 4.6. Devamı

S.6	Çevreme, bu işletmenin bir bireyi olduğumu gururla söyleyebilirim.		0,616	
S.9	Mevcut şartlar altında meydana gelebilecek küçük bir değişiklik işten ayrılmama sebep olabilir.		0,614	
S.10	Diğer işletmeler yerine, bu işletmede çalışmayı seçtiğim için son derece mutluyum.		0,496	
Normatif Bağlılık				
S.11	Çalıştığım işletmede yaşanan olaylara itiraz ederek iyi bir şey yaptığımı düşünürüm.			0,644
S.12	Bu işletmede, çalışanları ilgilendiren önemli konulara işime zarar vermemesi açısından katlanmam gerekir.			0,572
S.14	Bana göre bu işletme, başarılı olabileceğim en iyi işletmedir.			0,540
S.13	Bu işletmenin geleceğini önemsiyorum.			0,521
S.15	Bu işletmede çalışmaya karar vermiş olmam benim için kesinlikle doğru bir karardır.			0,475
Genel Sonuçlar	Kaiser Meyer Olkin Meseure (KMO)	0,863		
	Bartlett's Test Anlamlılık Düzeyi (sig.)	0,000		
	Öz Değer	5,119	1,400	1,207
	Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı(%)	34,128	9,331	8,044
	Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)	51,502		
	Faktörlerin Ortalama Değeri	3,28	3,42	3,37
	Faktörlerin Standart Sapma Değerleri	1,479	1,200	1,239

4.4.2. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular

Bu bölüm otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılık algı düzeylerinin ortaya konulmasına yönelik bulgulardan oluşturmaktadır. İşgörenlerin örgütsel bağlılık algı düzeylerine yönelik elde edilen bulgular ise Tablo 4.7'de verilmiştir. İlgili tabloya göre, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılık algı düzeylerinin genel olarak “orta” seviyede (\bar{x} : 3,361; s.s: 1,332) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte işgörenlerin örgütsel bağlılık algı düzeyleri boyutlara göre incelendiğinde, işgörenlerin “Duygusal Bağlılık” boyutu (\bar{x} : 3,288; s.s: 1,479) ile “Normatif Bağlılık” boyutunda (\bar{x} : 3,372; s.s: 1,239) “orta” düzeyde; “Devam Bağlılığı” boyutunda (\bar{x} : 3,420; s.s: 1,200) ise “yüksek” düzeyde duygusal emek algı seviyesine sahip olduğu ifade edilebilir.

Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık boyutları içerisinde yer alan ve işgörenlerin en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermelerin ortaya konulması, ilgili çalışma açısından önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Bu kapsamda “Duygusal Bağlılık” boyutu içerisinde yer alan ‘Bulduğum işletmede çalışmayı

sürdürebilmek için hemen hemen her türlü görevi kabul ederim' (\bar{x} : 3,497; s.s: 1,913) ve 'Çevreme, bu işletmenin çalışmaya uygun harika bir işletme olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim' (\bar{x} : 3,487; s.s: 1,060) önermeleri bu boyut içerisinde işgörenler tarafından en yüksek düzeyde algıya sahip olunan ifadelerdir. Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin "Devam Bağlılığı" boyutunda en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermeler ise 'Çevreme, bu işletmenin bir bireyi olduğumu gururla söyleyebilirim' (\bar{x} : 3,665; s.s: 1,248), 'Diğer işletmeler yerine, bu işletmede çalışmayı seçtiğim için son derece mutluyum' (\bar{x} : 3,56; s.s: 1,221), 'Görevim aynı kaldığı sürece diğer işletmelerde çalışabilirim' (\bar{x} : 3,430; s.s: 1,245) önermeleri ile 'Çalıştığım işletme, performans açısından bana huzur vermektedir' (\bar{x} : 3,430; s.s: 1,224) önermesinin olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan "Normatif Bağlılık" boyutunda işgörenlerin en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermeler ise 'Bu işletmede çalışmaya karar vermiş olmam benim için kesinlikle doğru bir karardır' (\bar{x} : 3,617; s.s: 1,113), 'Bu işletmenin geleceğini önemsiyorum' (\bar{x} : 3,532; s.s: 1,226) önermeleri ile 'Bana göre bu işletme, başarılı olabileceğim en iyi işletmedir' (\bar{x} : 3,38; s.s: 1,266) önermesinin olduğu tespit edilmiştir.

Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılığı oluşturan boyutlar içerisinde yer alan ve en yüksek düzeyde algıya sahip olduğu önermeler incelendikten sonra, bu kapsamda önemli olan bir diğer unsur da işgörenlerin örgütsel bağlılığını oluşturan boyutlar içerisinde en düşük örgütsel bağlılık algı düzeyine sahip önermelerin hangilerinin olduğunun ortaya konulması oluşturmaktadır. Örgütsel bağlılığın "Duygusal Bağlılık" boyutu içerisinde yer alan ve işgörenlerin en düşük düzeyde algıya sahip olduğu önerme 'İşletmenin başarısına yardımcı olabilmek için benden beklenenin üzerinde çaba sarf etme arzusundayım' (\bar{x} : 3,025; s.s: 1,510) önermesi olduğu tespit edilirken, "Devam Bağlılığı" boyutunda işgörenlerin en düşük düzeyde algıya sahip olduğu önerme ise 'Mevcut şartlar altında meydana gelebilecek küçük bir değişiklik işten ayrılmama sebep olabilir' (\bar{x} : 3,035; s.s: 1,288) önermesi olduğu tespit edilmiştir. İşgörenlerin örgütsel bağlılığını oluşturan "Normatif Bağlılığı" boyutuna yönelik, en düşük düzeyde algıya sahip olduğu önerme ise 'Bu işletmede, çalışanları ilgilendiren önemli konulara işime zarar vermemesi açısından katlanmam gerekir' (\bar{x} : 3,055; s.s: 1,219) önermesi olduğu, bu araştırmada ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur.

Tablo 4.7. Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık Algı Düzeylerine Yönelik Bulgular

	Örgütsel Bağlılık Değişkenine Yönelik İfadeler	Aritmetik Ortalama \bar{x}^*	Standart Sapma s.s
Duygusal Bağlılık	1.İşletmenin başarısına yardımcı olabilmek için benden beklenenin üzerinde çaba sarf etme arzusundayım.	3,025	1,510
	2.Çevreme, bu işletmenin çalışmaya uygun harika bir işletme olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim.	3,487	1,060
	3.Bu işletmede, çalışanların işletmeye bağlılık düzeyi çok fazladır.	3,090	1,411
	4.Bulduğum işletmede çalışmayı sürdürebilmek için hemen hemen her türlü görevi kabul ederim.	3,497	1,913
	5.Kendi kişisel değerlerimi işletme değerlerine yakın görmekteyim.	3,342	1,311
	Duygusal Bağlılık Ortalaması	3,288	1,479
Devam Bağlılığı	6.Çevreme, bu işletmenin bir bireyi olduğumu gururla söyleyebilirim.	3,665	1,248
	7.Görevim aynı kaldığı sürece diğer işletmelerde çalışabilirim.	3,430	1,245
	8.Çalıştığım işletme, performans açısından bana huzur vermektedir.	3,430	1,224
	9.Mevcut şartlar altında meydana gelebilecek küçük bir değişiklik işten ayrılmama sebep olabilir.	3,035	1,288
	10.Diğer işletmeler yerine, bu işletmede çalışmayı seçtiğim için son derece mutluyum.	3,562	1,221
	Devam Bağlılığı Ortalaması	3,420	1,200
Normatif Bağlılığı	11.Çalıştığım işletmede yaşanan olaylara itiraz ederek iyi bir şey yaptığımı düşünürüm.	3,272	1,217
	12.Bu işletmede, çalışanları ilgilendiren önemli konulara işime zarar vermemesi açısından katlanmam gerekir.	3,055	1,219
	13.Bu işletmenin geleceğini önemsiyorum.	3,532	1,226
	14.Bana göre bu işletme, başarılı olabileceğim en iyi işletmedir.	3,377	1,266
	15.Bu işletmede çalışmaya karar vermiş olmam benim için kesinlikle doğru bir karardır.	3,617	1,113
	Normatif Bağlılığı Ortalaması	3,372	1,239
	ÖRGÜTSEL BAĞLILIK GENEL ORTALAMASI	3,361	1,332

* 1,00-1,79 Oldukça Düşük Düzeyde; 1,80-2,59: Düşük Düzeyde; 2,60-3,39: Orta Düzeyde; 3,40-4,19: Yüksek Düzeyde; 4,20-5,00: Çok Yüksek Düzeyde

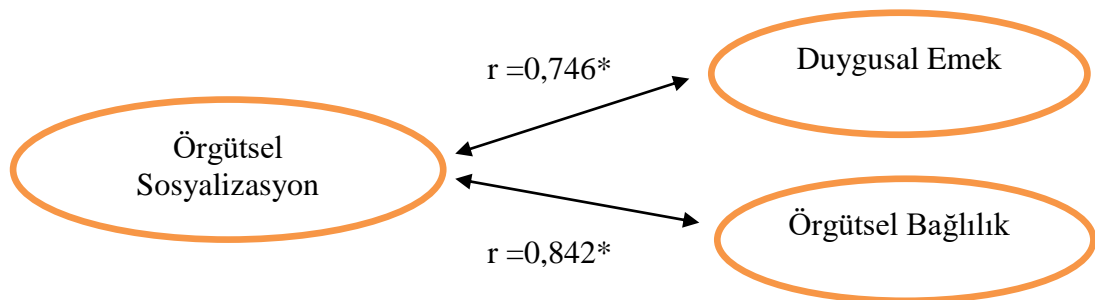
4.5. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyon, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Bulgular bölümünün bu başlığını, Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki ve bu ilişkiden doğan ilişki derecesinin tespit edilmesine yönelik bulgular oluşturmaktadır. Bu bağlamda; Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin tespit

edilmesi amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi, iki veya daha fazla değişkenin birbirleri ile olan ilişkisini test etmeye, varsa bu ilişkinin ne derece olduğunu ölçmeye yarayan analiz yöntemidir. Korelasyon analizinde bağımsız değişkenin değişmesi durumunda bağımlı değişkenin ne şekilde değişeceğini görme amacı vardır. Korelasyon analizi ile doğrusal ilişkinin olup olmadığı tespit edilir ve korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir (Sungur, 2010: 116). Korelasyon katsayısı -1 ile +1 ($-1 \leq r \leq +1$) arasında değişen değerler alabilmektedir (Durmuş vd., 2013: 144). Korelasyon katsayılarında 0,00 ile 0,25 arası değer “çok zayıf”, 0,26 ile 0,49 arası değer “zayıf”, 0,50 ile 0,69 arası değer “orta”, 0,70 ile 0,89 arası değer “yüksek”, 0,90 ile 1,00 arası değer ise “çok yüksek” olduğu ifade edilmektedir (Akgül ve Çevik, 2003: 358). Korelasyon katsayısının pozitif olması değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin olduğunu, negatif olması ise ters yönlü bir ilişkin olduğunu göstermektedir (Akbulut, 2010: 52).

Verilerin normal dağılım göstermesi durumunda Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmakta, verilerin normal bir dağılım göstermemesi durumunda ise Spearman Brown katsayısı kullanılmaktadır (Altunışık vd., 2007: 334). Yapılan Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda araştırma değişkenlerinin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve araştırmanın bu bölümünde Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik bulgular aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.

Şekil 4.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyon, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki



* Korelasyon %1 Anlamlılık Düzeyindedir.

Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik bulgular aynı zamanda Tablo 4.8’de

gösterilmiştir. İlgili tabloya göre otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek arasında ‘yüksek’ düzeyde ($p=0,000$, $p<0,01$, $r=0,746$) ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon arttıkça duygusal emek de artmaktadır. Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile örgütsel bağlılık arasında ise ‘yüksek’ düzeyde ($p=0,000$, $p<0,01$, $r=0,842$) ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon arttıkça örgütsel bağlılık da artmaktadır. İlgili tablo dikkate alınarak geliştirilen hipotez ve sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 4.8. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyon, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Değişkenler		Duygusal Emek	Örgütsel Bağlılık	Örgütsel Sosyalizasyon
Duygusal Emek	Anlamlılık (p)		0,000	0,000
	Pearson K. Katsayısı(r)	1	0,774*	0,746*
Örgütsel Bağlılık	Anlamlılık (p)	0,000		0,000
	Pearson K. Katsayısı(r)	0,774*	1	0,842*
Örgütsel Sosyalizasyon	Anlamlılık (p)	0,000	0,000	
	Pearson K. Katsayısı(r)	0,746*	0,842*	1

* Korelasyon %1 Anlamlılık Düzeyindedir.

H₁: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4.8’e göre örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek arasında ($p=0,000$, $p<0,01$, $r=0,746$) pozitif yönlü ve ‘yüksek’ derecede bir ilişki vardır. Bu bakımdan H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

H₂: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4.8’e göre örgütsel sosyalizasyon ile örgütsel bağlılık arasında ($p=0,000$, $p<0,01$, $r=0,842$) pozitif yönlü ve ‘yüksek’ derecede bir ilişki vardır. Dolayısı ile H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

4.6. Otel İşletmelerinde Değişkenlerin Birbirlerine Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Bulgular bölümünün bu kısmında, otel işletmelerinde değişkenlerin birbirine olan etkisinin tespit edilmesine yönelik gerçekleştirilen basit ve çoklu regresyon

analizlerinin bulgularına yer verilmiştir. Regresyon analizlerinin temeli doğrusal regresyon analizidir. Basit doğrusal regresyonla bir bağımlı değişkenle bir bağımsız değişken arasındaki doğrusal ilişki araştırılırken, çoklu doğrusal regresyonda birden fazla bağımsız değişkenin bağımlı değişkenle arasındaki doğrusal ilişki araştırılmaktadır (Baydemir, 2014: 19).

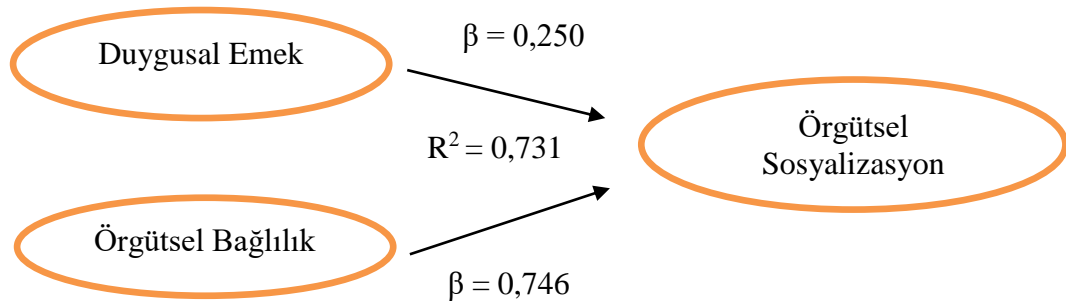
4.6.1. Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları

Araştırmada duygusal emek ve örgütsel bağlılığın örgütsel sosyalizasyona etkisinin olup olmadığının tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₃: Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel bağlılık örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel bağlılığın örgütsel sosyalizasyona etkisinin olup olmadığına yönelik ilişkinin tespit edilmesi amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel bağlılığın örgütsel sosyalizasyona yönelik etkisi aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.

Şekil 4.2. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Etkisi



Çoklu regresyon analizi sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasında ortaya çıkan çoklu regresyon modeli 539,27 F değeriyle 0,000 (%5) düzeyinde anlamlıdır. R² değeri ise (belirlilik veya tanımlayıcılık katsayısı) bağımlı değişkendeki değişimin, bağımsız değişkenler tarafından ne kadar tanımlanabildiğini gösteren bir ölçüdür. Çoklu regresyon modelindeki R² değerine göre; duygusal emek ve örgütsel bağlılık

değişkenleri bağımlı değişken olan örgütsel sosyalizasyonun %73,1'ini açıklayabilmektedir. Regresyon tablosuna bakıldığında %5 anlamlılık düzeyinde örgütsel sosyalizasyon bağımlı değişkenine göre duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu kapsamda geliştirilen H₃ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.9. Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları

Yordanan Değişken (Bağımlı Değişken)	Yordayıcı Değişken (Bağımsız Değişken)	Reg. Katsayısı (bj)	R	R ²	p	F
		b _{sabit} =0,095				
Örgütsel Sosyalizasyon	Duygusal Emek	0,250	0,855	0,731	0,000**	539,27
	Örgütsel Bağlılık	0,749			0,000**	

Örgütsel Sosyalizasyon = 0,095 + (0,250***Duygusal Emek**) + (0,749* **Örgütsel Bağlılık**) (R² = 0,731)

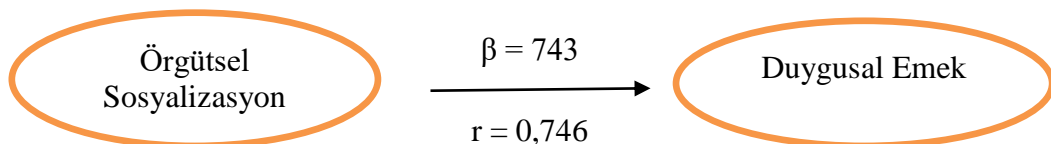
4.6.1.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Araştırmada otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun duygusal emeği etkileyip etkilemediğinin tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₄: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun duygusal emek üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun duygusal emeğe olan etkisi aşağıdaki şekil yardımı ile açıklanmıştır.

Şekil 4.3. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Olan Etkisi



Analiz sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, uygulanan basit doğrusal regresyon analizinin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=969,300, p<0,001, r=0,746). Örgütsel sosyalizasyonun duygusal emeğe olan etkisini belirlemeye yönelik regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Duygusal Emek} = 0,804 + (0,743 \times \text{Örgütsel Sosyalizasyon}) \quad (r=0,746)$$

Bu regresyon modeli değerlendirildiğinde örgütsel sosyalizasyonda gerçekleşen her 1 birimlik artışa karşılık duygusal emek üzerinde 0,743 birimlik artış olacağı regresyon modeli ile saptanmıştır. Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun artmasının duygusal emeğin artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.10. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Bağımsız Değişkenler	B _j	S(b _j)	T	P	F	p
Sabit	0,804	0,084	9,542	0,000**	969,300	0,000**
Örgütsel Sosyalizasyon	0,743	0,024	31,134	0,000**		

* p<0,05

**p<0,001

Duygusal emek üzerinde örgütsel sosyalizasyonun $\beta_j = 0,743$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş (p<0,000) olup bu kapsamda geliştirilen H₄ hipotezi kabul edilmiştir.

4.6.1.2. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular

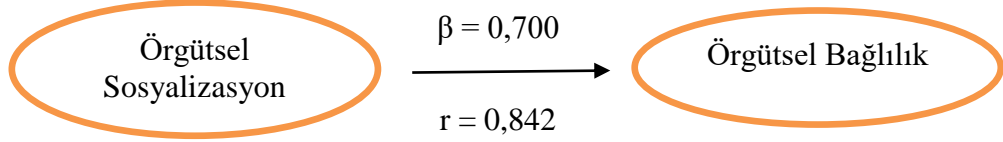
Araştırmada otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun örgütsel bağlılığı etkileyip etkilemediğinin tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₅: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisine yönelik basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş olup analiz sonucunda elde edilen bulgulara Tablo 4.11’de yer verilmiştir. Otel işletmelerinde

örgütsel sosyalizasyonun örgütsel bağlılığa etkisi ise aynı zamanda aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.

Şekil 4.4. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi



Analiz sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, uygulanan basit doğrusal regresyon analizinin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=499,361, $p < 0,001$, $r = 0,842$). Örgütsel sosyalizasyonun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Örgütsel Bağlılık} = 0,916 + (0,700 \times \text{Örgütsel Sosyalizasyon}) \quad (r=0,842)$$

Bu regresyon modeli değerlendirildiğinde ise örgütsel sosyalizasyonda gerçekleşen 1 birimlik artışın, örgütsel bağlılık üzerinde 0,700'lük bir artış olacağı regresyon modelinde tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun artmasının örgütsel bağlılığın artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.11. Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular

Bağımsız	B _j	S(b _j)	t	P	F	p
Değişkenler						
Sabit	0,916	0,111	8,262	0,027*	499,361	0,000**
Örgütsel Sosyalizasyon	0,700	0,031	22,346	0,000**		

* $p < 0,05$

** $p < 0,001$

Örgütsel bağlılık üzerinde örgütsel sosyalizasyonun $\beta_j = 0,700$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ($p < 0,000$) olup bu kapsamda geliştirilen H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

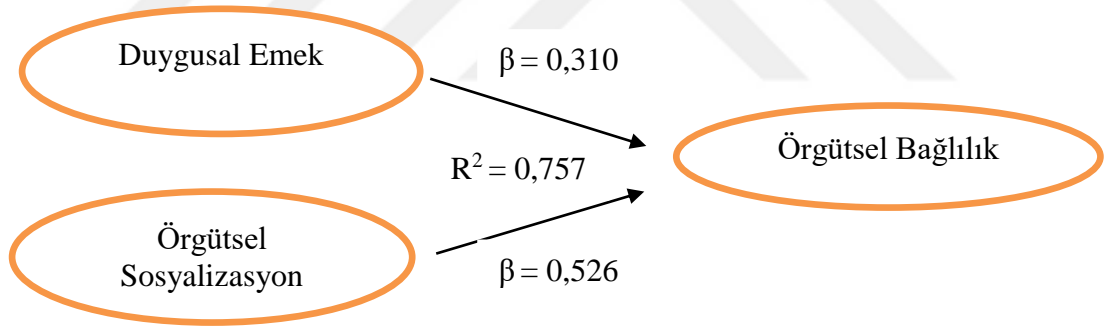
4.6.2. Duygusal Emek ve Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları

Araştırmada otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyonun örgütsel bağlılığa etkisinin olup olmadığına yönelik ilişkinin tespit edilmesi amacıyla geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₆: Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyon örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyonun örgütsel bağlılığa etki edip etmediğinin tespit edilmesine yönelik çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyonun örgütsel bağlılığa yönelik etkisi aşağıdaki şekil ve Tablo 4.12 yardımıyla açıklanmıştır.

Şekil 4.5. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek ve Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi



Yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde örgütsel bağlılık ile duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyon arasında ortaya çıkan çoklu regresyon modeli 619,10 F değeriyle 0,000 (%5) düzeyinde anlamlıdır. Çoklu regresyon modelindeki R² değerine göre; otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyonu, bağımlı değişken olan örgütsel bağlılığın %75,7'sini açıklayabilmektedir. Regresyon tablosuna bakıldığında %5 anlamlılık düzeyinde örgütsel bağlılık bağımlı değişkenine göre duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu kapsamda geliştirilen H₆ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.12. Duygusal Emek ve Örgütsel Sosyalizasyonun Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları

Yordanan Değişken (Bağımlı Değişken)	Yordayıcı Değişken (Bağımsız Değişken)	Reg. Katsayısı (bj)	R	R ²	p	F
		b _{sabit} =0,520				
Örgütsel Bağlılık	Duygusal Emek	0,310	0,870	0,757	0,000**	619,10
	Örgütsel Sosyalizasyon	0,526			0,000**	

Örgütsel Bağlılık = 0,520 + (0,310***Duygusal Emek**) + (0,526* **Örgütsel Sosyalizasyon**) (R²=0,757)

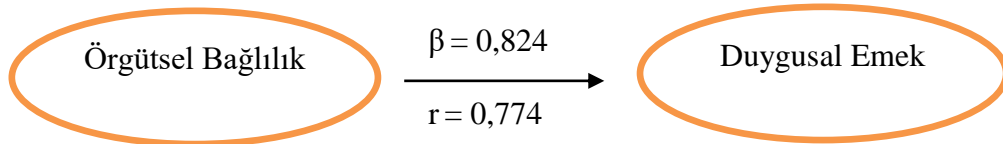
4.6.2.1. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Duygusal Emeye Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Araştırmada otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın duygusal emeği etkileyip etkilemediğinin tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₇: Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın duygusal emek üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş olup analiz sonucunda elde edilen bulgulara Tablo 4.13'te yer verilmiştir. Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın duygusal emeye olan etkisi aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.

Şekil 4.6. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Duygusal Emeye Olan Etkisi



Analiz sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, uygulanan basit doğrusal regresyon analizinin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=596,462, p<0,001, r=0,774). Örgütsel bağlılığın duygusal emek üzerine etkisini belirlemeye yönelik regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Duygusal Emek} = 0,557 + (0,824 \times \text{Örgütsel Bağlılık}) \quad (r=0,774)$$

Bu regresyon modeli değerlendirildiğinde ise, örgütsel bağlılıkta gerçekleşen her 1 birimlik artışa karşılık duygusal emek üzerinde 0,824 birimlik artış olacağı tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın artmasının duygusal emeğin artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.13. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Duygusal Emeğe Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Bağımsız	Bj	S(bj)	T	P	F	p
Değişkenler						
Sabit	0,557	0,116	4,800	0,000**	596,462	0,000**
Örgütsel Bağlılık	0,824	0,034	24,423	0,000**		

* p<0,05

**p<0,001

Duygusal emek üzerinde örgütsel bağlılığın $\beta_j = 0,824$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş (p<0,000) olup bu kapsamda geliştirilen H₇ hipotezi kabul edilmiştir.

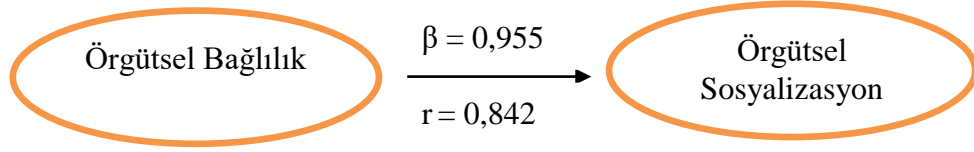
4.6.2.2. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Araştırmada otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın örgütsel sosyalizasyonu etkileyip etkilemediğinin tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₈: Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın örgütsel sosyalizasyon üzerindeki etkisine yönelik basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş olup analiz sonucunda elde edilen bulgulara Tablo 4.14'te yer verilmiştir. Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın örgütsel sosyalizasyona olan etkisi aynı zamanda aşağıdaki şekil yardımıyla gösterilmiştir.

Şekil 4.7. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisi



Gerçekleştirilmiş olan analiz sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, uygulanan basit doğrusal regresyon analizinin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=969,300, $p<0,001$, $r=0,842$). Örgütsel bağlılığın örgütsel sosyalizasyon üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Örgütsel Sosyalizasyon} = 0,234 + (0,955 \times \text{Örgütsel Bağlılık}) \quad (r=0,842)$$

Bu regresyon modeli değerlendirildiğinde, örgütsel bağlılıkta gerçekleşen 1 birimlik artışın, örgütsel sosyalizasyon üzerinde 0,955 birimlik artış olacağı belirlenmiştir. Otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın artmasının örgütsel sosyalizasyonun artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.14. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Bağımsız Değişkenler	B _j	S(b _j)	t	p	F	p
Sabit	0,234	0,105	2,222	0,027*	969,300	0,000**
Örgütsel Bağlılık	0,955	0,031	31,134	0,000**		

* $p<0,05$

** $p<0,001$

Örgütsel sosyalizasyon üzerinde örgütsel bağlılığın $\beta_j = 0,955$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ($p<0,000$) olup bu kapsamda geliştirilen H_8 hipotezi kabul edilmiştir.

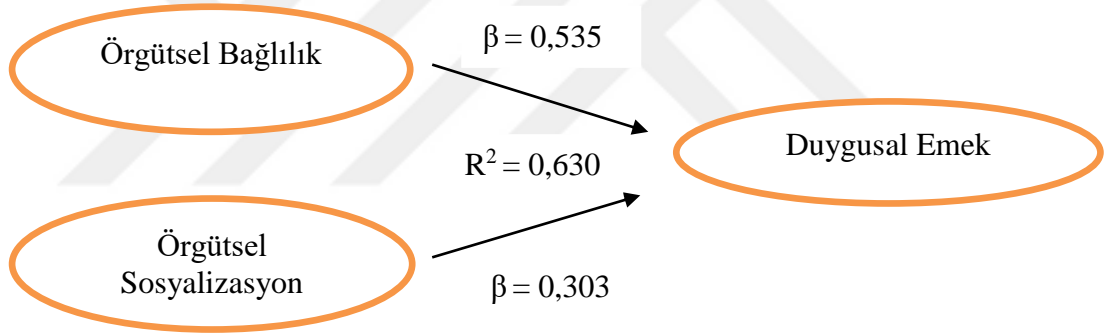
4.6.3. Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Etkisi Üzerine Regresyon Analizi Bulguları

Araştırmada otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyonun duygusal emek üzerine etkisinin olup olmadığının tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₉: Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyonun duygusal emeği etkileyip etkilemediğine yönelik çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyonun duygusal emeğe yönelik etkisi aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.

Şekil 4.8. Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sosyalizasyonun Duygusal Emeğe Etkisi



Analiz sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde duygusal emek ile örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon arasında ortaya çıkan çoklu regresyon modeli 338,09 F değeriyle 0,000 (%5) düzeyinde anlamlıdır. Çoklu regresyon modelindeki R² değerine göre; otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyonu, bağımlı değişken olan duygusal emeğin %63'ünü açıklayabilmektedir. Regresyon tablosuna bakıldığında %5 anlamlılık düzeyinde duygusal emek bağımlı değişkenine göre örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon arasında anlamlı bir ilişki ve her iki değişkenin bağımlı değişkeni etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda geliştirilen H₉ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.15. Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sosyalleşimin Duygusal Emek Üzerine Regresyon Analizi Bulguları

Yordanan Değişken (Bağımlı Değişken)	Yordayıcı Değişken (Bağımsız Değişken)	Reg. Katsayısı (bj)	R	R ²	P	F
		b _{sabit} =0,486				
Duygusal Emek	Örgütsel Bağlılık	0,535	0,794	0,630	0,000**	338,09
	Örgütsel Sosyalleşim	0,303			0,000**	

$$\text{Duygusal Emek} = 0,486 + (0,535 * \text{Örgütsel Bağlılık}) + (0,303 * \text{Örgütsel Sosyalleşim}) \quad (R^2 = 0,630)$$

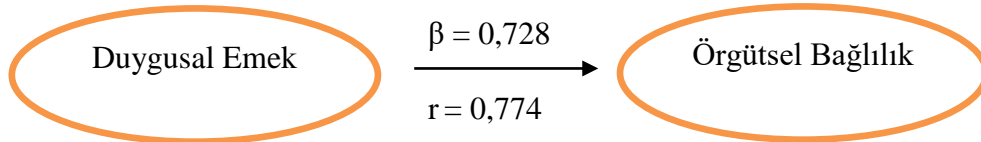
4.6.3.1. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular

Araştırmada otel işletmelerinde duygusal emek örgütsel bağlılığı etkileyip etkilemediğinin tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H₁₀: Otel işletmelerinde duygusal emek örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde duygusal emek örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş olup analiz sonucunda elde edilen bulgulara Tablo 4.16'da yer verilmiştir. Otel işletmelerinde duygusal emek örgütsel bağlılığa etkisi aynı zamanda aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.

Şekil 4.9. Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Örgütsel Bağlılığa Etkisi



Analiz sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde uygulanan basit doğrusal regresyon analizinin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=596,462,

$p < 0,001$, $r = 0,774$). Duygusal emeğin örgütsel bağlılık üzerine etkisini belirlemeye yönelik regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Örgütsel Bağlılık} = 0,940 + (0,728 \times \text{Duygusal Emek}) \quad (r=0,774)$$

Bu regresyon modeli değerlendirildiğinde duygusal emekte gerçekleşen her 1 birimlik artışa karşılık örgütsel bağlılık üzerinde 0,728 birimlik artış olacağı regresyon modeli ile saptanmıştır. Otel işletmelerinde duygusal emeğin artmasının örgütsel bağlılığın artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.16. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Bulgular

Bağımsız Değişkenler	B _j	S(b _j)	T	p	F	p
Sabit	0,940	0,102	9,232	0,000**	596,462	0,000**
Duygusal Emek	0,728	0,030	24,423	0,000**		

* $p < 0,05$

** $p < 0,001$

Örgütsel bağlılık üzerinde duygusal emeğin $\beta_j = 0,728$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ($p < 0,000$) olup bu kapsamda geliştirilen H_{10} hipotezi kabul edilmiştir.

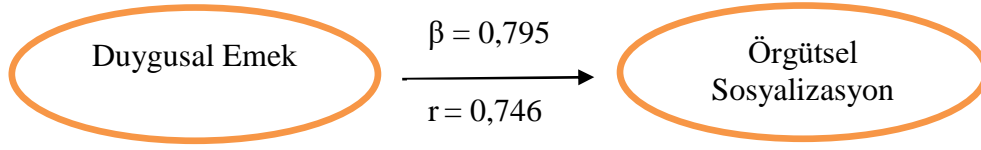
4.6.3.2. Otel İşletmelerinde Duygusal Emeğin Örgütsel Sosyallaşmaya Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Araştırmada otel işletmelerinde duygusal emeğin örgütsel sosyallaşmaya etkileyip etkilemediğinin tespitine yönelik geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir.

H_{11} : Otel işletmelerinde duygusal emek örgütsel sosyallaşmaya pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Otel işletmelerinde duygusal emeğin örgütsel sosyallaşmaya olan etkisini belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara Tablo 4.17'de yer verilmiştir. Otel işletmelerinde duygusal emeğin örgütsel sosyallaşmaya olan etkisi aynı zamanda aşağıdaki şekil yardımıyla da açıklanmıştır.

Şekil 4.10. Otel İşletmelerinde Duygusal Emegın Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisi



Analiz sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, uygulanan basit doğrusal regresyon analizinin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=499,361, p<0,001, r=0,746). Otel işletmelerinde duygusal emegın örgütsel sosyalizasyon üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, duygusal emegın örgütsel sosyalizasyon üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Örgütsel Sosyalizasyon} = 0,799 + (0,795 \times \text{Duygusal Emek}) \quad (r=0,746)$$

Bu regresyon modeli değerlendirildiğinde ise, duygusal emekte gerçekleşen her 1 birimlik artışa karşılık örgütsel sosyalizasyon üzerinde 0,795 birimlik artış olacağı regresyon modeli ile belirlenmiştir. Otel işletmelerinde duygusal emegın artmasının örgütsel sosyalizasyonun artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.17. Otel İşletmelerinde Duygusal Emegın Örgütsel Sosyalizasyona Olan Etkisine Yönelik Bulgular

Bağımsız Değişkenler	Bj	S(bj)	t	p	F	p
Sabit	0,799	0,122	6,572	0,000**	499,361	0,000**
Duygusal Emek	0,795	0,036	22,346	0,000**		

* p<0,05

**p<0,001

Örgütsel sosyalizasyon üzerinde duygusal emegın $\beta_j = 0,795$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş (p<0,000) olup bu kapsamda geliştirilen H₁₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma bulgularından sonuçla araştırmanın hipotezlerinin sonuçları Tablo 4.18'de gösterilmiştir:

Tablo 4.18. Araştırmanın Hipotezlerinin Sonuçları

Hipotezler	Kabul	Ret
H₁: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul	
H₂: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul	
H₃: Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel bağlılık örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₄: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₅: Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₆: Otel işletmelerinde duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyon örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₇: Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık, duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₈: Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık, örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₉: Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon duygusal emeği pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₁₀: Otel işletmelerinde duygusal emek, örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	
H₁₁: Otel işletmelerinde duygusal emek, örgütsel sosyalizasyonu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul	

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde araştırmadan elde edilen sonuçlar ile daha önce bu konu üzerinde yapılan araştırmaların sonuçları karşılaştırılmıştır. Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun, duygusal emek ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amacıyla, Muğla ilinde faaliyette bulunan otel işletmelerinde çalışan 400 işgören üzerinde gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Araştırmaya katılan işgörenlerin cinsiyetleri incelendiğinde katılımcıların %54,5'inin erkek, %45,5'inin ise kadın olduğu ve medeni durumlarına bakıldığında ise %51,5'inin evli, %48,5'inin bekâr olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgu, ilgili alan yazında yer alan bazı araştırmaların bulgularıyla (Ünal, 2011; Aknar, 2013) benzerlik göstermektedir. İlgili araştırmalara göre otel işletmelerinde daha çok erkek işgörenlerin çalıştığı ve medeni durumu bekâr olan işgörenlerin oranının evli olanlara oranla daha fazla olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan işgörenlerin %35,2 gibi büyük bir çoğunluğunun 25-34 yaş aralığında yer aldığı tespit edilirken sadece %1,5'lik bir oranın 55 ve üzeri yaş aralığında bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan işgörenlerin %42,8 gibi büyük bir çoğunluğunun lise mezunu ve sadece %5,2'sinin yüksek lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu Bayraktar (2017) tarafından Antalya ilinin Belek bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerindeki işgörenler üzerinde yapılan araştırmanın bulgularıyla benzerlik göstermektedir. İlgili araştırmaya göre otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin çoğunluğunu 25-34 yaş aralığındadır. İşgörenlerin eğitim durumlarına bakıldığında lise mezunu olan çalışanlarının oranının fazla olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan işgörenlerin %57,2'sinin 1-5 yıl arasında buldukları otel işletmesinde çalıştığı görülürken, yalnızca %5,8'inin 16 yıl ve üzeri bulunduğu işletmede çalıştığı görülmüştür. Araştırmaya katılan işgörenlerin %46'sının 1-5 yıl arasında turizm sektöründe çalıştıkları tespit edilirken, sadece %8,2'sinin 16 yıl ve üzerinde turizm sektöründe çalıştıkları tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu, ilgili yazında yer alan bazı araştırmaların bulgularıyla (Kızanlıklılı, 2014; Akmaz, 2016; Bakırcı, 2016) benzerlik göstermekte olup ilgili araştırmalara göre işgörenlerin büyük çoğunluğunun 1-5 yıl arasında buldukları işletmede çalıştıkları ve turizm sektöründe çalışma yıllarının 1-5 yıl arasında değiştiği görülmektedir.

İlgili araştırmaya katılan işgörenlerin %36,8 gibi büyük bir çoğunluğunun kat hizmetleri departmanında çalıştığı tespit edilirken, %1,5'inin diğer departmanlarda (muhasabe, güvenlik, teknik servis) çalıştığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu Çulha (2008) tarafından İzmir ilinde bulunan dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörenler üzerinde yapılan araştırmanın bulgularıyla farklılık göstermektedir. İlgili araştırmaya göre otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin büyük çoğunluğunun yiyecek ve içecek departmanında çalıştığı görülmüştür.

Araştırmaya katılan işgörenlerin %53,8'i mesleki turizm eğitimi aldığı, %46,2'sinin ise mesleki turizm eğitimi almadığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu Demirel (2015) tarafından Nevşehir ilindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörenler üzerinde yapılan araştırmanın bulgularıyla benzerlik göstermekte olup işgörenlerin büyük bir çoğunluğunun mesleki turizm eğitimi aldığı görülmüştür.

Bu araştırmada işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon düzeyini tespit etmek amacıyla geliştirilen ölçeğin, 20 önerme ve "eğitim ve gelecek beklentisi, anlama ve iş arkadaşları desteği" olmak üzere 3 boyuttan oluştuğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu 3 boyut ve bu boyutlara bağlı 20 önermeden oluşmaktadır. İlgili yazında yapılan çeşitli araştırmalarda örgütsel sosyalizasyonun farklı sayıdaki önerme ve boyutlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Mutlu (2008) tarafından resmi ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel sosyalleşme düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada, örgütsel sosyalleşmenin 2 boyut ve 15 önermeden; Baş (2016) tarafından okul öncesi öğretmenlerinin örgütsel sosyalleşme düzeylerini belirlemek

amacıyla yapılan araştırmada, örgütsel sosyalleşmenin 4 boyut ve 60 önermeden; Dönmez (2017) tarafından ilköğretim okullarında görevli öğretmenlerin, algıladıkları örgütsel sosyalleşme düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada ise örgütsel sosyalleşmenin 5 boyut ve 24 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte otel işletmelerinde çalışan işğörenlerin, örgütsel sosyalizasyonunu oluşturan boyutlar içerisinde varyansı en yüksek düzeyde açıklanan boyutun “eğitim ve gelecek beklentisi” boyutu olduğü görülmüştür. Bu bulgu otel işletmelerinde çalışan işğörenlerin örgütsel sosyalizasyonunu en yüksek düzeyde “eğitim ve gelecek beklentisi” faktörünün etkilediğini göstermektedir. Yine otel işletmelerindeki işğörenlerin, örgütsel sosyalizasyon boyutları arasında en düşük düzeyde algıya “iş arkadaşları desteğı” boyutunda sahip olduğü tespit edilmiş ve işğörenlerin çalıştıkları otellerde iş arkadaşları desteğini pek yeterli göremedikleri ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan örgütsel sosyalizasyon boyutları içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olan boyutların “anlama” boyutu olduğü tespit edilmiştir. Bu bulgu, otel işletmelerinde çalışan işğörenlerin “anlama” faktörüne bağılı önermelerde beklenen memnuniyete sahip olduklarını göstermektedir. Ayrıca otel işletmelerinde çalışan işğörenlerin genel örgütsel sosyalizasyon düzeylerinin “yüksek” olması, işğörenlerin iş yerlerinden ve yaptıkları işten duydukları memnuniyeti göstermektedir. Bu sonuç otel yönetimlerinin işe yeni başlayan işğörenlerle ilgilenerek onların örgüt ile sosyalleşmelerini sağladıklarını göstermektedir.

Otel işletmelerinde önemli olan bir diğer unsur da çalışan işğörenlerin duygusal emek algısı oluşturmaktadır. Yapılan bu araştırmada, otel işletmelerindeki işğörenlerin, duygusal emek algısını belirlemek amacıyla geliştirilen ölçeğın 14 önerme ve “derin davranış, yüzeysel davranış ve doğıal (samimi) davranış” olmak üzere 3 boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle otel işletmelerinde çalışan işğörenlerin duygusal emek algısı 3 boyut ve bu üç boyuta bağılı 14 önermeden oluşmaktadır. İlgili yazında yapılan çeşitli araştırmalarda duygusal emeğın farklı sayıdaki önerme ve boyutlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Köksel (2009) tarafından müşterilerle birebir iletişim halinde olan işğörenlerin duygusal emek algı düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada, duygusal emeğın 4 boyut ve 26 önermeden; Kurt (2013) tarafından turizm işletmelerinde çalışanların duygusal emek düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan araştırmada, duygusal emeğın 5 boyut ve 14 önermeden; Yıldız (2014) tarafından otel çalışanlarının

duygusal emek düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan araştırmada ise duygusal emeğin 2 boyut ve 13 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, duygusal emek algısını oluşturan boyutlar içerisinden varyansı en yüksek düzeyde açıklayan boyutun “derin davranış” boyutu olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, duygusal emek algısını en yüksek düzeyde “derin davranış” boyutunun etkilediğini göstermektedir. Yine otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, duygusal emek algısını oluşturan boyutlar içerisinde en düşük düzeydeki algıya “doğal (samimi) davranış” boyutunun sahip olduğu, bu araştırmada tespit edilen diğer bulgudur. Öte yandan işgörenlerin duygusal emek boyutları içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olduğu boyutun ise “doğal (samimi) davranış” boyutu olduğu, bu araştırma kapsamında belirlenmiştir. Bu bulgu, otel işletmelerindeki işgörenlerin “doğal (samimi) davranış”a bağlı önermelerde daha yüksek düzeyde algıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek algı düzeylerinin “orta” seviyede olması, işgörenlerin çalıştıkları işletmede işletmenin kendilerinden beklenen duyguları yansıttıklarını, kendi duygularını yansıtmamak için de çaba gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

Otel işletmelerinde duygusal emek ile birlikte önemli olan unsurlardan bir diğerini işgörenlerin örgütsel bağlılıkları oluşturmaktadır. Yapılan bu araştırmada, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, örgütsel bağlılıklarını belirlemek amacıyla geliştirilen ölçeğin 15 önerme ve “duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık” olmak üzere 3 boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılıkları 3 boyut ve bu üç boyuta bağlı 15 önermeden oluşmaktadır. İlgili yazında yapılan çeşitli araştırmalarda duygusal emeğin farklı sayıdaki önerme ve boyutlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Kılıç (2008) tarafından otel çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan araştırmada, örgütsel bağlılığın 2 boyut ve 20 önermeden; Bakırcı (2016) tarafından konaklama işletmelerinde çalışanların örgütsel bağlılıklarını tespit etmek amacıyla yapılan araştırmada ise örgütsel bağlılığın 5 boyut ve 24 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, örgütsel bağlılıklarını oluşturan boyutlar içerisinde varyansı en yüksek düzeyde açıklayan boyutun “duygusal bağlılık” olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, örgütsel bağlılıklarını en yüksek düzeyde

“duygusal bağıllık” boyutunun etkilendiğini göstermektedir. Otel işletmelerindeki işgörenlerin, örgütsel bağıllıklarını oluşturan boyutlardan en düşük düzeyde bağıllığa ise “normatif bağıllık” boyutunun sahip olduğu, bu araştırmada tespit edilen diğer bir bulgu olmuştur. Öte yandan işgörenlerin örgütsel bağıllık boyutları içerisinde en yüksek algıya sahip olduğu boyutun “devam bağıllığı” boyutu olduğu, bu araştırma kapsamında tespit edilmiştir. Bu bulgu, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin “devam bağıllığı”na bağlı önermelerde daha yüksek düzeyde algıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağıllıklarının genel olarak “orta” seviyede olması, işgörenlerin çalıştıkları işletmeden ve yaptıkları işlerden nispeten memnun olduklarını, işletmeye karşı orta düzeyde bir bağıllık geliştirdiklerini göstermektedir.

İlgili araştırmada otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu ile duygusal emek ve örgütsel bağıllıkları arasındaki ilişkiyi tespit etmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu artma eğilimi gösterirken, işgörenlerin duygusal emek düzeyleri de aynı yönde bir artma eğilimi göstermektedir. Araştırma kapsamında örgütsel sosyalizasyon ile örgütsel bağıllık arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu artma eğilimi gösterirken, örgütsel bağıllık düzeyleri de aynı yönde bir artma eğilimi göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon arttıkça, duygusal emek ve örgütsel bağıllık da artmaktadır.

Yapılan araştırmadan elde edilen bu bulgu ile, ilgili alan yazında yer alan örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağıllık kavramlarının her birinin farklı değişkenlerle olan ilişkisinin değerlendirilmesi ise aşağıda verilmiştir:

Karasakaloğlu (2015), Alanya ilindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin çeşitli kademelerinde çalışan yöneticilere yapmış olduğu araştırmada örgütsel sosyalleşme boyutları ile özgünlük arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda düşük düzeyde ilişkiler açıklanmasına rağmen örgütsel sosyalleşme boyutları ile özgünlük arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ünal (2011), İstanbul ilinde

faaliyet gösteren beş yıldızlı otel çalışanlarına yapmış olduğu araştırmada örgütsel güven boyutları ile duygusal emek boyutları arasındaki ilişkinin tespit edilmesine yönelik gerçekleştirmiş olduğu korelasyon analizi sonucunda, örgütsel güven boyutları ile duygusal emek boyutları arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğunu tespit etmiştir. Kılıç (2008), Türkiye'nin çeşitli illerinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel çalışanlarına yapmış olduğu araştırmada işgörenlerin kariyer yönetimi sistemi uygulamalarına ilişkin görüşleri ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda örgütsel bağlılık ile kariyer yönetim sistemi arasında pozitif yönlü ve kuvvetli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyon, duygusal emek ve örgütsel bağlılık değişkenlerinin birbirine olan etkisini belirlemeye yönelik basit ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda elde edilen basit ve çoklu regresyon analizi bulgularına aşağıda yer verilmiştir:

%5 anlamlılık düzeyinde örgütsel sosyalizasyon bağımlı değişkenine göre duygusal emek ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir etki olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel sosyalizasyonda gerçekleşen 1 birimlik artışın duygusal emek üzerinde 0,743 birimlik etkiye neden olduğu tespit edilirken; elde edilen sonuç doğrultusunda otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun artmasının duygusal emeğin de artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel sosyalizasyonda gerçekleşen 1 birimlik artışın ise örgütsel bağlılık üzerinde 0,700 birimlik etkiye neden olduğu tespit edilmiş ve bu sonuç doğrultusunda, otel işletmelerinde örgütsel sosyalizasyonun artmasının örgütsel bağlılığın artmasında da etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

%5 anlamlılık düzeyinde duygusal emek bağımlı değişkenine göre örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyalizasyon arasında anlamlı bir etki olduğu tespit edilmiştir. Duygusal emekte gerçekleşen 1 birimlik artışın örgütsel bağlılık üzerinde 0,728 birimlik etkiye neden olduğu tespit edilirken; elde edilen sonuç doğrultusunda, otel işletmelerinde duygusal emeğin artmasının örgütsel bağlılığın artmasında da etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygusal emekte gerçekleşen 1 birimlik artışın ise örgütsel sosyalizasyon üzerinde 0,795 birimlik etkiye neden olduğu tespit edilmiş ve

bu sonuç doğrultusunda, otel işletmelerinde duygusal emeğin artmasının örgütsel sosyalizasyonun artmasında da etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

%5 anlamlılık düzeyinde örgütsel bağlılık bağımlı değişkenine göre duygusal emek ve örgütsel sosyalizasyon arasında anlamlı bir etki olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel bağlılıkta gerçekleşen 1 birimlik artışın duygusal emek üzerinde 0,824 birimlik etkiye neden olduğu tespit edilmiş olup; elde edilen sonuç doğrultusunda, otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın artmasının duygusal emeğin artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel bağlılıkta gerçekleşen 1 birimlik artışın ise örgütsel sosyalizasyon üzerinde 0,955 birimlik etkiye neden olduğu tespit edilmiş ve bu sonuç doğrultusunda, otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın artmasının örgütsel sosyalizasyonun artmasında da etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İlgili araştırmadan elde edilen sonuçlar göz önüne alınarak otel işletmelerinin yöneticilerine işgörenlerin örgütsel sosyalizasyon durumları ile ilgili aşağıda yer alan bazı öneriler sunulabilir:

- Bu araştırmada otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu en yüksek düzeyde “eğitim ve gelecek beklentisi” boyutunun etkilediği tespit edilmiştir. Otel yöneticileri bu hususu göz önünde bulundurarak işgörenlerine işletmede işlerini daha iyi yapabilmeleri için gerekli eğitimlerin verilmesi ve işletmeler tarafından işgörelere gelecek ile ilgili beklentilerini karşılayabilecek gerekli olanakların sağlanması, işletmelerce işgörenlerin gelecek kaygısı olmadan işlerine odaklanmasını sağlayıcı bir çalışma ortamının sunulması ve böylece işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonunu arttırması önerilebilir.

- Bu araştırmada otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, örgütsel sosyalizasyon boyutları arasında örgütsel sosyalizasyon ortalamasının en düşük düzeyde “iş arkadaşları desteği” boyutunda olduğu tespit edilmiştir. Bu durum otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin performansını, verimliliğini ve motivasyonunu olumsuz yönde etkilemektedir. Turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olması, otel işletmelerinde uzun saatler çalışılması nedeniyle otel yöneticilerinin ve iş arkadaşlarının birbiri ile uyumlu bir şekilde çalışması; iş akışını sürdürebildiği ve verimi artırabildiği gibi örgütte yeni olan bireyin de örgüt başarısına katkı sağlayabilmesinde iş arkadaşlarının desteği kaçınılmaz bir husustur. Dolayısıyla yardımlaşma ve dayanışma ilkesinin hem otel yöneticileri tarafından hem de otel çalışanları tarafından benimsenmesi önerilebilir.

- Araştırma kapsamında “anlama” boyutunun işgörenlerin örgütsel sosyalizasyonu üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür. İşgörenler tarafından işletmenin amaç ve hedeflerinin, işletme istek ve beklentilerinin anlaşılması hizmet veren otel işletmelerine büyük avantajlar sağlayacaktır. İşgörenin işletmeyi ve işinin gereklerini bilmesi, anlaması ve bu yönde performans sergilemesi hem işgörenin kariyer olanaklarını arttırmakta hem de işletme verimliliğine katkı sağlamaktadır. Bu bakımdan otel yöneticilerinin işletme ve iş ile ilgili amaç, hedef ve beklentilerini açık ve net bir şekilde işgörenlere aktararak, işgörenler tarafından daha anlaşılabilir olmasına dikkat etmeli ve bu kapsamda işletmede gerekli düzenlemeleri yapmaları önerilebilir.

İlgili araştırmadan elde edilen sonuçlar göz önüne alınarak otel işletmelerinin yöneticilerine işgörenlerin duygusal emek durumları ile ilgili bazı öneriler sunulabilir:

- Bu araştırmada otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin duygusal emek algısını en yüksek düzeyde “derin davranış” boyutunun etkilediği tespit edilmiştir. Duygusal emek gösteriminde derin davranış, işgörenin işletmenin kendisinden beklediği duyguları özümseyip çalışarak ifade etmek mecburiyetinde olduğu duyguyu gerçekte de yaşamaya çalışmak için kendini zorlamasıdır. İşgörenin görevini işletmenin istekleri yönünde başarı ile yerine getirmesi otel işletmeleri için avantaj sağlasa da işgörenin kendini zorunluluk baskısı altında hissetmesi ve bunun için daha çok çaba sarf etmek zorunda kalması fiziksel ve psikolojik olarak yorulmasına neden olabilmektedir. Bu durum işgörenin zorunluluk altında çalışmak istememesine ve tükenmişlik gibi durumların yaşanmasına neden olabilmektedir. Verimi, motivasyonu ve performansı düşen işgörenlerden katkı sağlanamayacağından otel yöneticilerine işgörenleri bu konuda çok aşırı zorlamamaları, çok katı ve sert kurallar altında çalıştırmamaları önerilebilir.

- Bu araştırmada ortaya konulan otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, duygusal emek boyutları arasından en düşük düzeyde “doğal davranış” boyutu olduğu tespit edilirken öte yandan işgörenlerin duygusal emekleri üzerinde önemli bir etkisinin de olduğu tespit edilmiştir. Doğal davranış sergileyen işgörenler; işi için sergilemesi gereken duygular ile gerçek duyguları örtüştüğünden, fazla bir çaba sarf etmek zorunda kalmamaktadır. İşinin gereklerini ve işletmenin beklentilerini yerine getirirken işgören zorunluluk ve baskı hissetmeyip ek çaba harcamadığından daha

verimli performans sergilemektedir. Bu durum otel yöneticileri tarafından göz önünde bulundurularak işgörenlerine doğal davranış sergilemelerine imkân veren bir çalışma ortamı sağlamaları önerilebilir.

İlgili araştırmadan elde edilen sonuçlar göz önüne alınarak otel işletmelerinin yöneticilerine işgörenlerin örgütsel bağlılık durumları ile ilgili bazı öneriler sunulabilir:

- Bu araştırmada otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılıklarını en yüksek düzeyde “duygusal bağlılık” boyutunun etkilediği tespit edilmiştir. Duygusal bağlılık; işgörenin duygusal olarak işletmeye bağlanması, işletmenin üyesi olmaktan memnun olması ve işletmede kalma arzusu olarak tanımlanmaktadır. Duygusal bağlılık düzeyi yüksek olan işgörenlerin işletmede kalmak için daha fazla çaba ve istek göstereceği otel yöneticileri tarafından göz önünde bulundurularak işgörenlerine bu konuda daha hassas davranmaları ve işgörenlerin bağlılıklarını tatmin eden durumları tespit etmeleri önerilebilir.

- Araştırma kapsamında ortaya konulan, duygusal emek boyutları arasında duygusal emek ortalamasının en düşük düzeydeki boyutun “normatif bağlılık” boyutu olduğu tespit edilmiştir. Bu durum otel işletmelerinde çalışan işgörenleri olumsuz yönde etkileyebilir. Bunun sebebi ise işgörenin kendini işletmeye karşı borçlu hissetmesi ve işletmede kalması gerektiği inancına sahip olmasıdır. İşgörenlerin normatif bağlılık düzeyinde işletmede kalmak istemeleri ya da kendilerini işletmeye karşı borçlu hissetmeleri işgören için yıpratıcı olabildiği gibi istediği ve memnun kaldığı için işletmede bulunmaması, bir zorundalık ya da vicdani yükümlülükle çalışması hem kendine hem de işletmeye fayda sağlayamayabilir. Dolayısıyla otel yöneticilerinin işgörenlerine bu konuda güven sağlayarak zorundalık ya da vicdani yükümlülük hissetmelerine gerek olmadığını hissettirmeleri önerilebilir.

- Bu araştırmada ortaya konulan “devam bağlılığı” faktörünün işgörenlerin duygusal emekleri üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür. İşgören, devam bağlılığında alternatiflerinin olmaması veya işsiz kalma gibi sebeplerle işletmede kalma ihtiyacı hissetmektedir. Otel yöneticilerinin, bu tarz olumsuz düşünce ve durumların işgörenler tarafından yaşanmasını engelleyen, örgütte kalma isteklerinin gelecek korkusu yerine işletmeden memnun oldukları için kalmayı tercih ettikleri

çalışma ortamı sağlayan ve işgörenlerin bağlılıklarını yüksek düzeyde artıran unsurları belirlemesi ve değerlendirmesi önerilebilir.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda turizm sektörüne, alanyazına ve araştırmacılara yönelik öneriler genel olarak özetlendiğinde; alanyazın taramasında örgütsel sosyalizasyona ilişkin çalışmaların ağırlıklı olarak eğitim alanında gerçekleştirildiği görülmektedir (Memduhoğlu, 2008; Kartal, 2003; Uğurlu vd., 2011). Bu durumun aksine hizmet endüstrisi ve turizm sektörüne yönelik çalışmaya az sayıda rastlanmıştır. Ayrıca ne turizm sektörüne ne de başka sektörlere yönelik yapılan çalışmalar içerisinde örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek ve örgütsel bağlılık kavramlarının ilişkilendirildiği herhangi bir çalışmaya ise rastlanılmamıştır. Örgütsel sosyalizasyon ile duygusal emek ve örgütsel bağlılığın farklı boyutları ile turizm sektörü ve otel işletmeleri açısından incelenmesi gelecekte yapılacak çalışmalar için yol gösterici olabilir. Araştırma, Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmeleri ile sınırlı olduğu için bütün Türkiye'ye genellemek mümkün değildir. Söz konusu bu çalışma her ne kadar Muğla ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerine ve konuyla ilgilenen araştırmacılara önemli birtakım ipuçları vermiş ve öneriler sunmuş olsa da araştırmanın daha geniş bir bölgeyi kapsayan örnekleri gelecekte yapılacak çalışmalarda yer alabilir. Özellikle başka bölgelerde yapılacak benzer çalışmalarla bu çalışmanın sonuçları karşılaştırılabilir. Otel işletmeleri dışında turizm sektörünün diğer alt bileşenleri olan seyahat acentaları, yiyecek-içecek işletmeleri gibi diğer işletmelerde örgütsel sosyalizasyonun duygusal emek ve örgütsel bağlılığa veya başka kavramlara olan etkisinin incelenmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Adkins, C. L. (1995). Previous Work Experience and Organizational Socialization: A Longitudinal Examination. *Academy Of Management*, 38(3).
- Ağırman, Ü. H. (2012). *İş ve Çalışan Odaklı Duygusal Emek Gösterimlerinin Çalışanların Tükenmişlik Düzeyine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Erzurum, ss.32.
- Akbaş, A. (2016). *Öğretmenlerin Örgütsel Politika Alguları İle Duygusal Emek Düzeyleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak, ss.35.
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*, İdeal Kültür Yayınları. İstanbul, ss.52.
- Akbıyık, M. (2013). *“Etkili Liderliğin Duygusal Emek Davranışları Üzerindeki Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama”*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.33-36.
- Akçay, C. ve Çoruk, A. (2012). Çalışma Yaşamında Duygular ve Yönetimi: Kavramsal Bir İnceleme. *Eğitimde Politika Analizi Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1, ss.12.
- Akgül, A. ve Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri Spss'te İşletme Uygulanmaları*. Ankara, ss.358.
- Akın, M. H. (2009). Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik-Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 22, ss.159-161.
- Akmaz, A. (2016). *Psikolojik Kontrat İle Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Güven İlişkisi: Mersin İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.22.
- Aknar, A. (2013). *Otel İşletmesi Çalışanlarının Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.11-13.
- Aksoy, C. (2017). Çalışanların Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık Algılarının İncelenmesi. *The Journal of Social Science*, Vol: 1, No: 1, ss.23.
- Akşit Aşık, N. (2017). Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Güven, Örgütsel Bağlılık ve Yaşam Doyumunun İş Doyumuna Etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 62.

- Aliyev, Y. (2014). *Örgütsel Sosyalleşme ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki: Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Alper, F. (2007). *Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarının Belirleyicisi Olarak Örgütsel Adalet Algulamaları: Antalya Bölgesinde Bulunan Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.35.
- Altunışık, R, Coşkun, R, Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. İstanbul: Sakarya Yayıncılık, ss.334.
- Araza, A., Arslan, G. ve Bulut, Ç. (2013). Örgütsel Sosyalleşme: Bir Literatür Taraması. *Journal of Yaşar University*, Cilt:8, Sayı: 32, ss,5566-5567.
- Argon, T. (2015). Öğretmenlerin Sahip Oldukları Duygu Durumlarını Okul Yöneticilerinin Dikkate Alıp Almamalarına İlişkin Görüşleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 1, ss.378.
- Arslan, A. (2004). Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1, ss.6.
- Aruştei, C. C. (2013). Employees' Organizational Commitment Challenges- a Hotel Industry Perspective. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, Vol: 1, No:3.
- Ashforth, B. E. and Humphrey, R. H. (1993). Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*, 18(1), pp.90.
- Aşçıbaşıoğlu Çapar, D. (2007). *İlköğretim Okulu Sınıf ve Branş Öğretmenlerinin Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri (Antalya İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, ss.18.
- Avcı, N. ve Küçükusta D. (2009). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 20, Sayı: 1, ss. 36.
- Ayana, Ç. (2016). *Duygusal Zekâ ve Duygusal Emegin Örgütsel Sinizm Algısına Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, ss.7-8.
- Ayyıldız, T. (2011). *Toplumsallaşma Süreçleri Açısından Örgütsel Turistik Toplumsallaşma: Kuşadası'ndaki Konaklama İşletmeleri Örneği*. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Aziz, A. (1982). *Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim*. Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları No: 2, Ankara, ss.11-14.
- Bakırcı, B. (2016). *Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Bağlılığını İlgören Performansı Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, ss.3-31.

- Balay, R. (2000). *Özel ve Resmi Liselerde Yönetici ve Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılığı (Ankara İli Örneği)*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.18.
- Balcı, A., Baltacı, A., Fidan, T., Cereci, C. ve Acar, U. (2012). Örgütsel Sosyalleşmenin, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlıkla İlişkisi: İlköğretim Okulu Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi Uluslararası E-Dergi*, Cilt: 2, Sayı: 2, ss.48.
- Baltacı, C. ve Uysal, M. T. (2012). Türkiye’de Bir Siyasal Sosyalleşme Aracı Olarak Ders Materyali: İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 3, ss.178.
- Basım, A. (2016). *Algılanan Streste Duygusal Emek ve Kendilik Değerlendirmelerinin Rolü: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.26-28.
- Baş, M. (2012). *Duygusal Emek-Müşteri Memnuniyeti İlişkisi: Engelli Turizm Pazarında Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, ss.8-36.
- Baş, A. (2016). *Okul Öncesi Öğretmenlerinin Örgütsel Sosyalleşme İle Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş, ss.20-36.
- Baydemir, M. B. (2014). *Lojistik Regresyon Analizi Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, ss.19.
- Bayrakçı, G. (2015). *Turizm Çalışanlarının Profesyonel Değerleri İle Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.27-28.
- Bayraktar, U. (2017). *Konaklama İşletmelerinde Çalışanlara Yönelik Rekreatif Faaliyetlerin Çalışanların İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığına Olan Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık. *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 59, ss.134.
- Begenirbaş, M. ve Meydan, C. H. (2012). Duygusal Emegin Örgütsel Vatandaşlık Davranışıyla İlişkisi: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 3.
- Begenirbaş, M. (2013). *Kişiliğin Öğretme Stillerine Etkisinde Duygusal Emek ve Tükenmişliğin Aracılık Rolü: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.97.
- Beşirli, H. (2005). Politik Sosyalizasyon Araştırmaları ve Politik Sosyalizasyon Sürecinin Bir Unsuru Olarak Kışla. *Sosyoloji Konferansları*, Sayı: 31, ss.252.
- Biber A. ve Ertürk, K. Ö. (2013). Örgütsel Sosyalizasyon ve Halkla İlişkiler. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 1, ss. 182.

- Bilgiç, H. F. (2017). Örgütsel Bağlılık-İş Tatmini İlişkisi. *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 3, ss.43.
- Brien, A., Thomas, N. and Hussein, A.S. (2015). Turnover Intention and Commitment As Part of Organizational Social Capital in The Hotel Industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 14(4).
- Bulşu, Ç. (2017). *Farklılık Yönetiminin Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: İstanbul'daki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmesi Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman, ss.28.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi, 17. Baskı, Ankara, ss.80-81.
- Can Yalçın, R. (2012). *Bazı Öncülleri ve Sonuçları İle Duygusal Emek: Görgül Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.5-9.
- Cengiz, S. (2008). *Otel İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Bağlılığının İşgören Performansı Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, ss.30.
- Ceseroğlu, C. M. (2010). *Örgütlerde İşgören İlişkileri Açısından Psikolojik Kontrat Ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: 4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Cezmi Savaş, A. (2012). *İlköğretim Okul Müdürlerinin Duygusal Zekâ ve Duygusal Emek Yeterliklerinin Öğretmenlerin İş Doyumuna Etkisi*. Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.3-13.
- Chiang, C. F. and Lin, M. Y. (2016). Motivating Organizational Commitment In Hotels: The Relationship Between Leaders And Employees. *Journal Of Human Resources In Hospitality & Tourism*, Vol: 15, No: 4.
- Choi, Y. G. and Kim, K. S. (2015). *A Literature Review of Emotional Labor and Emotional Labor Strategies*. Universal Journal of Management, Vol: 3, No: 7.
- Chu, K. H. L. (2002). *The Effects Of Emotional Labor On Employee Work Outcomes*. Unpublished Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia, pp.16-27.
- Commeiras, N., Loubes, A. and Bories Azeau, I. (2013). Identification Of Organizational Socialization Tactics: The Case Of Sales And Marketing Trainees In Higher Education. *European Management Journal*, No: 31, pp.165.
- Çakar, U. ve Arbak, Y. (2004). Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 3, ss.27.
- Çakmakçı, E. ve Öztürk, Ş. (2017). Duygusal Emegin Otel Çalışanları Üzerinden Kavramsal Boyutları ile Tartışılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 40, ss.151.

- Çaldağ, M. A. (2010). *Duygusal Emek Davranışlarının Sağlık Çalışanlarında İş Sonuçlarına Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, ss.13.
- Çalık, T. (2003). İşgörenlerin Örgüte Uyumu (Örgütsel Sosyalizasyon). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, ss.169.
- Çalık, C. (2006). Örgütsel Sosyalleşme Sürecinde Eğitimin Değişen Rolü ve Önemi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 1, ss.2-3.
- Çalkın, Ö. (2014). *Otel Çalışanlarının Etik Lider Algılaması, Örgütsel Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti ve İş Tatminiyle Demografik ve İstihdam Özellikleri Arasındaki İlişki*. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay, ss.16.
- Çalışkan, İ. G. (2009). *Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşmelerinin Okul Yöneticilerinin Liderlik Tarzlarına İlişkin Algularına Göre İncelenmesi Özel Eğitim Öğretmenleri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.25.
- Çambay, S. O. (2015). Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 2, ss.238.
- Çatır, O. (2009). *Modern Lider Tipleri ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, ss.54.
- Çelik, F. (2010). *Dini Sosyalizasyon Sürecinde Aile Kurumunun Önemi Yetiştirme Yurtlarında Kalan Gençler İle Aile Ortamında Kalan Gençlerin Din Algısı, Dini Turum ve Davranışları ve Sosyal İlişkileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.14.
- Çerik, Ş. ve Bozkurt, S. (2010). Çalışanların Örgütsel Sosyalizasyon ve Kariyer Çapalarına Yönelik Algılamaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ve Banka Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdare Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 35, ss.78.
- Çetin, C. ve Kurban, P. (2016). Tükenmişlik ve Örgütsel Sosyalleşme İlişkisi-Kıdemi 0-2 Yıl Olan Memur Çalışanlar Örneği-. *Çalışma ve Toplum Ekonomik ve Hukuk Dergisi*, Sayı: 3, ss.1275-1276.
- Çetinkaya, B. (2016). *Birey-Örgüt Uyumu İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Cinsiyetin Rolü: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan, ss.42-43.
- Çinkılıç, Y. (2016). *İşyerinde Adaletin Duygusal Emek Üzerine Etkisinin Ölçülmesinde, Lider Desteğinin Aracılık Rolü: İzmir İlindeki Yerel Yönetim Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss. 32.
- Çoştu, Y. (2009). Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 3, ss.119-124.

- Çöl, G. ve Gül, H. (2005). Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri ve Kamu Üniversitelerinde Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 19, Sayı: 1, ss.292.
- Çöp, S. (2008). *Türkiye ve Polonya'da Turizm Sektörü Çalışanlarının Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık Algularına İlişkin Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.36.
- Çulha, O. (2008). *Konaklama İşletmelerinde Hizmet İçi Eğitim İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.104.
- Dal, A. (2012). *İstanbul Büyükşehir Belediyesi Spor A.Ş. Çalışanlarının Örgütsel Sosyalleşme Düzeylerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya, ss.8-9.
- Dalgın, T. (2008). *Liderlik Davranışlarının İşgörenler Tarafından Algılanması ve İşgörenlerin İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığı Üzerine Etkileri: Marmaris Yöresindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, ss.60.
- Davarcı, M. (2008). *Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersinin Öğrencilerin Sosyalleşmesine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, ss.6.
- Davtalab, A. (2016). *Şehit Yakınlarının Siyasal Sosyalleşmesinde Sosyalleşme Etkileri: Ankara Örneği*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.34-67.
- Davutoğlu, A. (2010). *Boşnak Göçmenlerde Aile İçi Ekonomik Sosyalleşme: İstanbul Yıldırım Mahallesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, İstanbul, ss.8-11.
- Demir, C. ve Öztürk, U. C. (2011). Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 1, ss.23.
- Demirel, Y. (2008). Örgütsel Güvenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Tekstil Sektörü Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 2, ss.184.
- Demirel, N. (2015). *Duygusal Emek Faktörünün Hizmet Kalitesine Etkisi: Nevşehir'deki Dört ve Beş Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir, ss.5-18.
- Değirmenci, S. (2016). *Hemşireler İçin Duygusal Emek Davranışı Ölçeğinin Geliştirilmesi*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.17.
- Demirbilek, T. (2009). Örgütsel Sosyalleşmede İşe Alıştırma Eğitiminin Yeri ve Önemi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 18, ss.354-355.
- Demirer, S. (2014). *Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşme ve Özdeşleşme Düzeyleri İle Birlikte Çalışma Yeterlikleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu, ss. 19-20.

- Demirkart, M. (2015). *İlköğretim Okul Yöneticilerinin Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri*. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu, ss.27-28.
- Diefendorff, J. M. and Gosserand, R. H. (2003). Understanding The Emotional Labor Process: A Control Theory Perspective. *Journal of Organizational Behavior*, Vol: 24, No: 8, pp.945-959.
- Diker, O. (2014). *Algılanan Liderlik Tarzları, Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinin Turizm Endüstrisinde İncelenmesi*. Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.56-57.
- Dingler, A. and Enkel, E. (2016). Socialization and Innovation: Insights From Collaboration Across Industry Boundaries. *Technological Forecasting & Social Change*, 109, pp.51.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 29, ss. 39.
- Dönmez, E. (2017). *Örgütsel Sosyalleşme İle Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli, ss.13.
- Durmuş, B. Yurtkoru, E.S ve Çinko, M (2013). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi, Beta Yayıncılık, İstanbul, ss.144.
- Einolander, J. (2015). Evaluating organizational commitment in support of organizational leadership. *Procedia Manufacturing 3, 6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2015) and the Affiliated Conferences, AHFE 2015*, pp.669.
- Elci, D. (2008). *İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Sosyalleşme Düzeylerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, ss.13.
- Er, N. (2006). Duygu Durum Sıfat Çiftleri Listesi. İstanbul Çalışmaları, Cilt: 26, ss.23-24.
- Er, N., Hoşrik, E., Ergün, H. ve Şerif, M. (2008). Duygu Durum Değişimlerinin Otobiyoğrafik Bellek Üzerindeki Etkileri. *Türk Psikoloji Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 62, ss.2. 23(62).
- Erdoğan, U. (2012). *İlköğretim Okullarının Bürokratik Yapıları İle Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri Arasındaki İlişki (Malatya Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya, ss.42-43.
- Erkaya, S. (2016). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyalleşmesinde Sportif Faaliyetlerin Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, ss.21-22.
- Erken, M. (2016). *Duygusal Emek Kavramı ve Motivasyonun Duygusal Emek Davranışı Üzerindeki Etkileri: Bir Kamu Kurumu Üzerinde Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, ss.20.

- Erol, E. (2013). *İşgören Güçlendirme ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Konaklama İşletmeleri Açısından Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.66-67.
- Erözkan, A., Ekiz, D., Bozkurt, E., İnanç, H., Gelen, İ., Gündoğdu, K., Deniz, L., Yiğit, N. ve Çakıcı, Y. (2007). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Editör: Ekiz, D., Lisans Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul, ss.81.
- Ertan, H. (2008). *Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Antalya'da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, ss.7-10.
- Garip, N. E. (2009). *Okul Yöneticilerinin, Göreve Yeni Başlayan Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşme Sürecinde, Sosyalleştirme Stratejilerini Kullanma Düzeylerinin İncelenmesi (Tekirdağ İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, ss.36-48.
- Gencer, Z. (2016). *Otel İşletmelerinde Aşırı İş Yükünün Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Side ve Belek Bölgelerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Genç, V. (2013). *Alanya'daki Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek ve Duygusal Zekâ Düzeylerinin İş Tatminine Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, ss.23-24.
- George, D. and Mallery M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update (10a ed.)*, Boston: Pearson.
- Grandey, A. A. (2000). Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol: 5, No:1, pp.97.
- Gruman, J. A., Saks, A. M. and Zweig, D. I. (2006). Organizational Socialization Tactics And Newcomer Proactive Behaviors: An Integrative Study. *Journal of Vocational Behavior*, No: 69, pp.91.
- Güçlü, H. (2006). *Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.42.
- Günel, Ö. D. (2009). *Turizm Sektöründe Mevsimsellik Sorunu ve Mevsimlik İstihdamın Sektör Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.119.
- Gümüş, N. (2014). *Çocuk Evlerinde Bulunan Kız Çocuklarının Sosyalizasyonu Üzerine Niteliksel Bir Araştırma: Tekirdağ ili Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.24-25.
- Güngörmez, D. (2016). *Kuruma Yeni Gelenlerin Uyguladıkları Proaktif Sosyalizasyon Taktiklerinin Örgüte Bağlılığa Etkisi ve Bu İlişkide Sosyal Bütünleşmenin Aracılık Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.11.

- Gürdoğan, A. (2010). *Turizm Lisans Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumu Yöneticilerinin Liderlik Davranışlarının Öğretim Elemanlarının Örgütsel Bağlılığına Etkisi*. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, ss.39-46.
- Gürsel, Ü. (2017). *Örgütsel Bağlılık ve Yenilik Yönetimi İlişkisi: Mutfak Personeli Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli, ss.22.
- Gürsoy, G. (2016). *Yalova Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü Çalışanlarının Duygusal Emek Davranışları ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova, ss.25-26.
- Güzelbayram, Ş. (2013). Vakıf Üniversitelerinde Çalışan Okutmaların Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Belirlenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 1, ss.58.
- Hanaysha, J. (2016). Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Organizational Commitment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences 229, 5th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management*, pp.299.
- Hau, I. and Chow, S. (2002). Organizational Socialization and Career Success of Asian Managers. *International Journal of Human Resource Management*, 13(4).
- Işık, Z. (2015). *Erzurum Palandöken Kış Turizm Merkezindeki Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personellerde Duygusal Emek ve İş-Aile Çatışması İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, ss.9.
- İbicioğlu, H. (2000). Örgütsel Bağlılıkta Paradigmatik Uyumun Yeri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:15, Sayı: 1, ss.13.
- İrigüler, F. (2015). *A Research On Tour Guides' Use Of Emotional Labor and The Relationship Between Their Job Satisfaction and Burnout Levels: The Sample Of Izmir*. Master Thesis, İzmir Kâtip Çelebi University Graduate School Of Social Sciences, İzmir, ss.32.
- İnal, F. (2016). *İş-Aile Çatışmasının Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: Nevşehir Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir, ss.22.
- İştahlı, S. B. (2013). Duygusal Emegin Çalışanların Örgütsel Bağlılık ve Mesleki Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi: Duygusal Zekânın Rolü. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, Kayseri, ss.17.
- Kahyaoğlu, M. (2012). *Örgütsel Sosyalleşme Taktiklerinin İşgörenlerin Kariyer Planlamaları Üzerine Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, ss.11.
- Kamber, A. (2014). *Duygusal Emek Bağlamında Çalışmanın Anlamı ve İşe Yabancılaşma*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, ss.52-53.

- Kaplan, Y. ve Çetinkaya, G. (2014). Spor Yoluyla Toplumsallaşma-Yeniden Toplumsallaşma Süreci. *International Journal of Science Culture and Sport*, Özel Sayı: 2, ss.122.
- Karadağ, T. F. (2011). *Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri (Elazığ İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Elazığ, ss.15.
- Karakaş, A. (2011). *İşe Alıştırma Eğitimlerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Havalimanı Yer Hizmetleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, ss.43.
- Karasakaloğlu, B. (2015). *Otel İşletmeleri Çalışanlarının Psikolojik Sermaye ve Örgütsel Sosyalleşme Düzeylerinin Yaratıcılıklarına Etkisi: Alanya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, ss.48-65.
- Karasar, N. (2012). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.
- Karataş, A. (2016). Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma (Kurum Değiştirme) Niyeti İlişkisi (Kamu Kurumlarında Çalışan Personel Üzerinde Bir Araştırma). *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 53, ss.73.
- Karcıoğlu, F. ve Çelik, Ü. H. (2012). Mobbing (Yıldırma) ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 1, ss.63.
- Kardaş, S. (2016). *Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personelin İş Tatmin Düzeyleri İle Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, ss.53-79.
- Kartal, S. (2003). *İlköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerinin Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri (Ankara İli Örneği)*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kaya, H. (2008). Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarının Örgütsel Kültürünün Analizi ve Kurum Kültürünün Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi: Görgül Bir Araştırma. *Maliye Dergisi*, Sayı: 155, ss.126.
- Kaya, İ. (2012). *Otel İşletmelerinde Çalışma Yaşamının Kalitesini Etkileyen Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Marmaris Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, ss.83-84.
- Kaya, U. ve Serçeoğlu, N. (2013). Duygu İşçilerinde İşe Yabancılaşma: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. *Çalışma ve Toplum Ekonomik ve Hukuk Dergisi*, Sayı:1.
- Kaya, F. (2014). *Duygusal Emek İle Tükenmişlik ve İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na Bağlı Huzurevlerinde Çalışan Yaşlı Bakım Personeline Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, ss.22-23.
- Keleş, Y. (2014). *Örgütsel Adaletin Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.45-46.

- Keskin, M. (2013). *Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algulamaları Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kılıç, G. (2008). *Kariyer Yönetimi ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss. 27.
- Kılıç, B. ve Eleren, A. (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1, ss.92.
- Kılıç, Y. (2014). Turizm Sektörü İstihdamının Eğitim Durumu ve İnsangücü Planlaması. *Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 1, ss.420.
- Kırtepe, S. (2014). Sosyo-Kültürel Değişme ve Kitle İletişim Araçları. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, ss.240.
- Kızanlıklı, M. M. (2014). *Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Öncüllerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.17.
- Koç, H. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Sadakat İlişkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 28, ss.205-206.
- Konakay, G. (2010). *Duygusal Zekânın Akademisyenlerde Tükenmişlik İle İlişkinin İncelenmesi*. Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, ss.4.
- Köksel, L. (2009). *İş Yaşamında Duygusal Emek ve Ampirik Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, ss.19-20.
- Köse, S., Oral, L. ve TÜresin, H. (2011). Duygusal Emek Davranışlarının İşgörenlerin Tükenmişlik Düzeyleri İle İlişkisi Üzerine Sağlık Sektöründe Bir Araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 12, Sayı: 2, ss.170.
- Kraimer, M. L. (1997). Organizational Goals And Values: A Socialization Model. *Human Resource Management Review*, Vol: 7, No: 4, pp.425.
- Kruml, S. M. and Geddes, D. (2000). *Exploring The Dimensions Of Emotional Labor*. Management Communication Quarterly : McQ, Vol: 14, No:1, pp.10-15.
- Kurt, İ. (2012). Toplumsallaşma Sürecinin ‘Toplumsallaşma’ Bağlamındaki Yolculuğu. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1, ss.2.
- Kurt, Z. (2013). *Duygusal Emek Faktörünün Yabancılaşmaya Etkisi: İstanbul’daki Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentalarına Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, ss.13.
- Kuşdemir, Y. (2005). *İlköğretim Okul Müdürlerinin Örgütsel Sosyalleşme Sürecinde Sosyalleştirme Stratejilerini Kullanma Becerileri (Kırıkkale İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale, ss.36-37.
- Lee J. J. and Ok, C. (2012). Reducing Burnout and Enhancing Job Satisfaction: Critical Role of Hotel Employees’ Emotional Intelligence and Emotional Labor. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4).

- Lee, J., Oh, S. and Burnett, G. (2016). Organizational Socialization of Academic Librarians in the United States. *The Journal of Academic Librarianship* (42).
- Maboçoğlu, F. (2006). *Duygusal Zekâ ve Duygusal Zekânın Gelişimine Katkıda Bulunan Etkenler*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.23.
- Maxwell, G. and Steele, G. (2003). Organisational Commitment: A Study Of Managers In Hotels", *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, Vol: 15, No: 7.
- Memeduhoğlu, H. B. (2008). Örgütsel Sosyalleşme ve Türk Eğitim Sisteminde Örgütsel Sosyalleşme Süreci. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 2, ss.139-140.
- Mishra, M. and Garg, K. (2017). A Study to Identify the Best Predictor of Organizational Commitment in Hotel Industry. *Indian Journal of Science and Technology*, Vol: 10, No: 31.
- Morris, J. A. and Feldman, D.C. (1996). *The Dimensions, Antecedents and Consequences of Emotional Labor*. *Academy of Management Review*, Vol: 21 No: 4, pp.989-1006.
- Mutlu, B. (2008). *İstanbul Ortaöğretim Okullarında Okul Kültürü Ve Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşmeleri*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Oğuz, H. (2016). *Duygusal Emek İstihdamının Sosyolojik Özellikleri (Batı Akdeniz Uygulaması)*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Isparta, ss.27-28.
- Okumuş, E. (2014). Din ve Sosyalleşme. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Cilt: 9, Sayı: 11, ss.433-434.
- Olçay, A. ve Giritlioğlu, İ. (2014). Gaziantep Bölgesinde Şehir Turizmine Hizmet Veren Otellerde Müşteri memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma, *elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 50, Sayı: 50, ss.10.
- Oral, H. (2015). *Otel İşletmelerinde İş Koşullarının Çalışanların Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, ss.13-15.
- Öğretir, M. (2013). *İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli, ss.28.
- Öneği, M. (2014). *Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenelerin Örgütsel Bağlılık Düzeyinin İş Tatmini ve Çalışma Performansına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara ss.26-27.
- Öner Altıok, H. (2016). Hemşirelik Eğitiminde Sosyalleşme Süreci ve Profesyonel Kimlik Gelişimi. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 2, ss.56.

- Örücü, E. ve Sezen Kışlalıoğlu, R. (2014). Örgütsel Bağlılık Üzerine Bir Alan Çalışması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt: 10, Sayı: 22, ss.47.
- Özbayrak, C. (2006). *Türkiye Örneğinde Duygular ve Bilişsel-Duygu Değerlendirme Süreci*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, ss.13.
- Özbek, O. ve Ercan, Ö. (2014). Beden Eğitimi Öğretmenleri İçin Mesleki Sosyalleşme Düzeyini Ölçme Aracının Geliştirilmesi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 16, ss.81-82.
- Özçelik, F. (2008). *Örgütsel Sosyalleşmenin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.8-9.
- Özdamar, K. (2004). Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi.Eskişehir. Kaan Kitapevi Yayınları.
- Özdemir, Y. ve Ergun, S. (2015). The Relationship Between Organizational Socialization And Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role Of Personenvironment Fit. *Procedia-Social and Behavioral Sciences (11th International Strategic Management Conference)*, No: 207, pp.432-433.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatminin Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 28, ss.4.
- Özen Y. ve Çakır A. (2010). *Eğitim Psikolojisi Gelişim Öğrenme ve Öğretim*. Taşhan Kitap Yayınları, Tokat, ss.47-48.
- Özgün, A. (2015). *Duygusal Emek Davranışının İş Stresi Üzerindeki Etkisi: Eğitim Sektöründe Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.3-34.
- Özkan, Y. (2005). *Örgütsel Sosyalleşme Sürecinin Öğretmenlerin Örgüte Bağlılıklarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.13-14.
- Özkan, G. (2011). *Duygusal Emek Gerektiren Mesleklerde Örgütsel İletişim Doyumunun Duygusal Emeğe Bağlı İş Doyumuna Etkisi: Çağrı Merkezlerinde Bir Uygulama Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.109-110.
- Özlu, B. (2016). *Otel İşletmelerinin Yiyecek İçecek Ünitelerinde Çalışan İşgörenlerin İş Tatmini ve İşgören Devir Hızı Algısı: Gaziantep'te Bulunan 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.77-78.
- Özmen, A. (2006). Anger: The Theoretical Approaches and The Factors Causing the Emergence in Individuals. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences*, Vol: 39, No: 1, pp.44.

- Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Dergisi*, Sayı:1, ss.128-129.
- Öztürk Akçalar, S. (2007). *Ortopedik Engellilerin Sosyalleşmesine Sporun Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss. 24-25.
- Öztürk, Y. ve Kenzhebayeva, A. (2013). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi: Türkiye ve Kazakistan'daki Termal Otel İşletmelerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Cilt: 1, Sayı: 4, ss.36.
- Pala, T. (2008). *Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi ve Boyutları*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, ss.9.
- Pala Morkoç, T. (2014). *Otel Çalışanlarında Duygusal Emek Ve İş-Aile Çatışması İlişkisi: İzmir Şehir Otelleri Örneği*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Ss.10.
- Palavar, K. (2010). *Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin Eğitimi İle Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki Belek Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.39.
- Pandey, J. and Singh, M. (2016). Donning The Mask: Effects Of Emotional Labour Strategies On Burnout And Job Satisfaction In Community Healthcare. *Health Policy and Planning*, No: 31.
- Pelit, E. ve Kahyaoğlu, M. (2015). Örgütsel Sosyalleşme Taktiklerinin İşgörenlerin Kariyer Planlamaları Üzerine Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 11, ss.101.
- Poohongthong, C., Surat, P. and Sutipan, P. (2014). A Study on the Relationships Between Ethical Leadership, Work-life Balance, Organizational Socialization, and Organizational Citizenship Behavior of Teachers in Northern Thailand. *International Journal of Behavioral Science*, 9(2).
- Polatkan, N. N. (2016). *Ortaokul Öğretmenlerinin Duygusal Emek Davranışları ile İş Doyumları Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, ss.41.
- Saltık, A. I. ve Asunakutlu, T. (2017). Öncülleri ve Sonuçlarıyla Duygusal Emek Süreci: Konaklama İşletmesi Çalışanları Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 1, ss.3.
- Sanlı, S. (2010). *Sosyolojik Açıdan Sosyal Bilgiler Ders Kitapları ve Sosyalleştirme Rollerini*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, ss.22.
- Saruhan, S. (2017). *Örgütsel Sosyalleşmenin Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale, ss.17.
- Savaş, A. C. (2012). İlköğretim Okul Müdürlerinin Duygusal Zekâ ve Duygusal Emek Yeterliklerinin Öğretmenlerin İş Doyumuna Etkisi. Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.43.

- Serin, S. (2014). *Duygusal Emeğin Tükenmişlik ve İş Tatminine Etkisi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.7-9.
- Sığırı, Ü. ve Basım, N. (2006). İşgörenlerin İş Doymu İle Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Analizi: Kamu ve Özel Sektörde Karşılaştırılmalı Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 12. ss.139-140.
- Spanuth, T. and Wald, A. (2017). Understanding The Antecedents Of Organizational Commitment In The Context Of Temporary Organizations: An Empirical Study. *Scandinavian Journal of Management*, 33, pp.130.
- Song, Z., Chon, K., Ding, G. and Gu, C. (2015). Impact Of Organizational Socialization Tactics On Newcomer Jobsatisfaction And Engagement: Core Self-Evaluations As Moderators. *International Journal of Hospitality Management*, No: 46, pp.180.
- Sökmen, A. (2007). Örgütsel Sosyalleşme Sürecinde İşgörenlerin Yöneticilerine Dönük Algıları: Ankara'daki Otel İşletmelerinde Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 18, Sayı: 2, ss.171.
- Sungur, Onur (2010), "Korelasyon Analizi", içinde: *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ed: Şeref Kalaycı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, ss.116.
- Şahin, S. (2007). *Bir Sosyalleşme Mekanizması Olarak Askerlik Kurumu*. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale, ss. 24.
- Şama, E. ve Kolamaz, C. (2011). Destekleyici ve Geliştirici Liderlik Özellikleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 2, ss.137.
- Şengül, M. ve Demirel, A. (2016). Türkçe Öğretmenlerinin Duygu Dışavurum Tarzları Üzerine Bir İnceleme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 34, ss.117-118.
- Şirin, M. E. ve Aksu, M. (2016). Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti, Tekrar Satın Alma ve Tavsiye İsteği Üzerine Etkisi: Trabzon Ortahisar Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2, ss.531-532.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics (Sixth Edition)*. United States: Pearson Education.
- Tang, C., Seal, C. R., Naumann, S. E. and Miguel, K. (2013). Emotional Labor: The Role of Employee Acting Strategies on Customer Emotional Experience and Subsequent Buying Decisions. *International Review of Management and Marketing*, Vol: 3, No: 2.
- Tekbalkan, M. (2010). *Dış Kaynaklardan Yararlanan Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık İle İş Doymu Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.36.
- Tsai, M. C., Cheng, C. C. and Chang Y. Y. (2010). Drivers Of Hospitality Industry Employees' Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Performance. *African Journal Of Business Management*, Vol.: 4, No: 8.

- Tunç, P. (2012). *Yoğun Bakım Hemşirelerinin Hastalarla İlişkilerinde Duygusal Emek Olarak Empati*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.52-53.
- Turan, K. (1991). *F.Almanya'daki II.Kuşak Türkler'in Sosyalleşmesi ve Kültür Değişmesi*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.189.
- Türkay, O., Ünal, A. ve Taşar, O. (2011). Motivasyonel ve Yapısal Etkenler Altında Duygusal Emek İşe Bağlılığa Etkisi. *Bülent Ecevit Üniversitesi Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 14, ss.202.
- Uğurlu, Z., Kırıl, E. ve Aksoy G. (2011). *İlköğretim Okul Yöneticilerinin Görüşlerine Göre Öğretmenlerin Sosyalleşmesinde Kullandıkları Örgütsel Sosyalleşme Strateji ve Taktikleri*, Ankara:Siyasal Kitapevi.
- Ulutaş, Ö. (2015). Otel İşletmelerinde Etik İklim Algulamalarının ve Duygusal Emek Tükenmişlik Üzerine Etkileri: Nevşehir Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir, ss.30.
- Ural, A. (2001). Yöneticilerde Duygusal Zekânın Üç Boyutu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:3, Sayı: 2, ss.210.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Detay Yayıncılık, 4 Baskı, Ankara, ss.42-275.
- Uygur, A. (2007). Örgütsel Bağlılık İle İşgören Performansı İlişkisini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S.1, ss.73.
- Uyguralp Gizdem, Ö. (2015). *Sınıf Öğretmenlerinin Örgütsel Sosyalleşmelerinde İnfomal Grupların Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur, ss.19.
- Ünal, A. (2011). *Örgütsel Güvenin Duygusal Emek Etkisi: İstanbul'da Yerleşik Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, ss. 33-34.
- Ünlü, O. ve Yürür, S. (2011). Duygusal Emek, Duygusal Tükenme ve Görev/Bağlamsal Performans İlişkisi: Yalova'da Hizmet Sektörü Çalışanları İle Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 37-189.
- Vural, F. (2015). *İlkokul ve Ortaokul Yönetici ve Öğretmenlerin Örgütsel Sosyalleşme Düzeylerinin İncelenmesi (İzmir İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.26.
- Yağcı, K. (2007). Meyer-Allen Örgütsel Bağlılık Modeli Yaklaşımıyla Otel İşletmeleri İşgörenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 3, ss.115.
- Yakar, S. (2015). *Turizm İşletmelerinde Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.17-18.

- Yan, İ. (2008). *Duygu-Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekânın Yöneticiler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, ss.8.
- Yang, J. T. (2008), Effect Of Newcomer Socialisation On Organisational Commitment, Job Satisfaction, And Turnover Intention In The Hotel Industry. *The Service Industries Journal*, 28(4).
- Yavuz, E. ve Tokmak, C. (2009). İşgörenlerin Etkileşimci Liderlik ve Örgütsel Bağlılık İle İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, ss.66-67.
- Yeni, Z. (2015). *Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Duygusal Emek Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, ss.69-70.
- Yenihan, B. (2014). Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Arasındaki İlişki. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, ss.172.
- Yıldırım, H. (2011). *Lider Etkinliğinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Belek Bölgesi Beş Yıldızlı Otel İşletmelerindeki Mutfak Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Yıldırım, S. (2014). *İşgörenlerin Örgütsel Sosyalleşme Düzeylerinin İşten Ayrılma Eğilimleriyle İlişkisi ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldırım, M. ve Arslan, Ö. E. (2015). İşgörenlerin İş Motivasyonunun Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 1, ss.25.
- Yıldırım, H. M., Çeti, B., Özcan, S., Dülğaroğlu, O. ve Özer F. (2016). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Sağlanması Açısından Türkiye'de Turizm Eğitiminin Analizi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2, ss.446.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 5, ss. 54.
- Yıldız, S. (2014). *Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Manavgat'taki Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, ss.16-17.
- Yılmaz, E. (2014). *Duygusal Emegin Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: Algılanan Örgütsel Desteğin Biçimlendirici Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Çanakkale, ss.31.
- Yiğit, İ. (2016). The Effect Of Organizational Commitment Of The Social Exchange And Organizational Socialization: A Study In Research And Practice Hospital Of Kocaeli Universty. *Kafkas University Economics and Administrative Sciences Faculty*, Vol: 7, No: 12, ss.28.
- Yücel, İ. ve Çetinkaya, B. (2016). Birey-Örgüt Uyumu İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Cinsiyetin Rolü: Kayseri Örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 3, ss.24.

Zonana, M. (2011). *İş Stresinin İşgörenlerin Örgütsel Sosyalleşme Düzeylerine Etkileri ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.49.

İnternet Kaynakları

Muğla İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2017), Bakanlık Belgeli Konaklama Tesisleri, <http://www.muğlakulturturizm.gov.tr/TR,155861/bakanlik-belgeli-isletmeler.html> (Erişim Tarihi: 15.04.2017) adresinden alınmıştır.



EKLER

EK.1. ANKET FORMU

Sayın Katılımcı bu anket çalışması, Gaziantep Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim dalında yürütülmekte olan “Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalleşim, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Muğla İlinde Bir Araştırma” konulu Yüksek Lisans Tez çalışmasına veri toplamak amacıyla oluşturulmuştur. Çalışma sonucunda elde edilecek bilgiler gizli tutulacaktır. **Araştırmanın amacına ulaşması için anket sorularının tümünün eksiksiz bir biçimde cevaplandırılması büyük önem taşımaktadır.** Vereceğiniz cevaplarla, yapacağımız değerli katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Ummahan TURHAN
Gaziantep Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Öğrencisi

E-Mail: ummahanturhan92@gmail.com

1. BÖLÜM

Cinsiyetiniz?	Medeni Durumunuz?	Yaşınız?	Eğitim Durumunuz?	Bu Otelde Kaç Yıldır Çalışıyorsunuz?	Kaç Yıldır Bu Meslekte Çalışıyorsunuz?	Çalıştığınız Departman	Mesleki Turizm Eğitimi Aldınız mı?
<input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/> Kadın	<input type="checkbox"/> Evli <input type="checkbox"/> Bekâr	<input type="checkbox"/> 18-24 yaş <input type="checkbox"/> 25-34 yaş <input type="checkbox"/> 35-44 yaş <input type="checkbox"/> 45-54 yaş <input type="checkbox"/> 55 ve üzeri	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Ön Lisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora	<input type="checkbox"/> 1-5 yıl <input type="checkbox"/> 6- 10 yıl <input type="checkbox"/> 11- 15 yıl <input type="checkbox"/> 16 yıl ve üzeri	<input type="checkbox"/> 1- 5 yıl <input type="checkbox"/> 6- 10 yıl <input type="checkbox"/> 11- 15 yıl <input type="checkbox"/> 16 yıl ve üzeri	<input type="checkbox"/> Ön büro <input type="checkbox"/> Yiyecek-İçecek <input type="checkbox"/> Kat Hizmetleri <input type="checkbox"/> İnsan Kaynakları <input type="checkbox"/> Halkla İlişkiler <input type="checkbox"/> Satış Pazarlama <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz)	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır

2. BÖLÜM

Aşağıdaki sorular çalışanların duygusal emek düzeylerini ölçmek için hazırlanmıştır. Lütfen, her soruyu okuduktan sonra sağ tarafta yer alan beş cevap seçeneğinden sadece birini işaretleyerek görüşünüzü belirtiniz.]

Lütfen aşağıdaki ifadelerle katılım düzeyinizi, ifadeye ilişkin seçeneğin karşısındaki kutucuğa "X" işareti koyarak belirtiniz 1. Kesinlikle Katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3.Karasızım 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Mesleğimin gerektirdiği duyguları yansıtabilmek için sabte yüz ifadeleri takınırım.	1	2	3	4	5
2.Müşterilere yansıtmam gereken olumlu duyguları sergilemek için gerçek hislerimi değiştiririm.	1	2	3	4	5
3.Çalışırken gerçek hislerimi yansıtmayacak şekilde farklı (olumlu) davranabilirim.	1	2	3	4	5
4.Müşterilerle olan ilişkilerimde genelde rol yaparım.	1	2	3	4	5
5.Müşterilerin memnuniyeti için gerçekten hissetmesem de numaradan iyi görünmeye çalışırım.	1	2	3	4	5
6.Müşterilerin beklentilerini karşılayabilmek için her türlü suni rolü yaparım.	1	2	3	4	5
7.Müşterilere hizmet sunarken gerçek duygularımı gizlerim.	1	2	3	4	5
8.İşe başlarken iş süresinde karşılaşıcağım güzellikleri düşünürüm.	1	2	3	4	5
9.İşe başlarken güzel bir gün olacak derim.	1	2	3	4	5
10.Müşterilerle ilişkilerimde göstermem gereken olumlu duyguları yaşamaya çalışırım.	1	2	3	4	5
11.Müşterilere gösterdiğim olumlu duygular gerçek hissettiklerimle örtüşür.	1	2	3	4	5
12.İşimi iyi yapabilmek için göstermem gereken olumlu duyguları gerçekten hissederim.	1	2	3	4	5
13.Müşterilere göstermem gereken olumlu duyguları yansıtabilmek için elimden geleni yaparım.	1	2	3	4	5
14.Müşterilerle etkileşim halindeyken mesleğimin gerektirdiği belli başlı duygu ve tavırları yansıtmak için çaba harcarım.	1	2	3	4	5

3. BÖLÜM

Bu bölümde örgütsel bağlılığa ilişkin sorular yer almaktadır. Lütfen, her soruyu okuduktan sonra sağ tarafta yer alan beş cevap seçeneğinden sadece birini işaretleyerek görüşünüzü belirtiniz.



Lütfen aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi, ifadeye ilişkin seçeneğin karşısındaki kutucuğa "X" işareti koyarak belirtiniz 1. Kesinlikle Katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3.Kararsızım 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.İşletmenin başarısına yardımcı olabilmek için benden beklenenin üzerinde çaba sarf etme arzusundayım.	1	2	3	4	5
2.Çevreme, bu işletmenin çalışmaya uygun harika bir işletme olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim.	1	2	3	4	5
3.Bu işletmede, çalışanların işletmeye bağlılık düzeyi çok fazladır.	1	2	3	4	5
4.Bulduğum işletmede çalışmayı sürdürülebilmek için hemen hemen her türlü görevi kabul ederim.	1	2	3	4	5
5.Kendi kişisel değerlerimi işletme değerlerine yakın görmekteyim.	1	2	3	4	5
6.Çevreme, bu işletmenin bir bireyi olduğumu gururla söyleyebilirim.	1	2	3	4	5
7.Görevim aynı kaldığı sürece diğer işletmelerde çalışabilirim.	1	2	3	4	5
8.Çalıştığım işletme, performans açısından bana huzur vermektedir.	1	2	3	4	5
9.Mevcut şartlar altında meydana gelebilecek küçük bir değişiklik işten ayrılmama sebep olabilir.	1	2	3	4	5
10.Diğer işletmeler yerine, bu işletmede çalışmayı seçtiğim için son derece mutluyum.	1	2	3	4	5
11.Çalıştığım işletmede yaşanan olaylara itiraz ederek iyi bir şey yaptığımı düşünürüm.	1	2	3	4	5
12.Bu işletmede, çalışanları ilgilendiren önemli konulara işime zarar vermemesi açısından katlanmam gerekir.	1	2	3	4	5
13.Bu işletmenin geleceğini önemsiyorum.	1	2	3	4	5
14.Bana göre bu işletme, başarılı olabileceğim en iyi işletmedir.	1	2	3	4	5
15.Bu işletmede çalışmaya karar vermiş olmam benim için kesinlikle doğru bir karardır.	1	2	3	4	5

4. BÖLÜM

Aşağıdaki sorular örgütsel sosyalizasyon düzeyinizi belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Lütfen, her soruyu okuduktan sonra sağ tarafta yer alan beş cevap seçeneğinden sadece birini işaretleyerek görüşünüzü belirtiniz.



Lütfen aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi, ifadeye ilişkin seçeneğin karşısındaki kutucuğa "X" işareti koyarak belirtiniz 1. Kesinlikle Katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3.Kararsızım 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Bu işletmede işime yönelik iyi bir eğitim aldım.	1	2	3	4	5
2.Bu işletmede işleri nasıl yapacağımı çok iyi biliyorum.	1	2	3	4	5
3.Diğer çalışanlar çeşitli şekillerde işimi yaparken bana yardımcı olmaktadır.	1	2	3	4	5
4.Bu işletmede iyi bir kariyer yapmak için pek çok şans ve fırsat bulunmaktadır.	1	2	3	4	5
5.Bu işletmede aldığım eğitim, işimi çok iyi yapmamı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
6.Bu işletmedeki görevlerimi tamamen biliyorum.	1	2	3	4	5
7.İş arkadaşlarım genellikle bana yardım eder ve önerilerini benimle paylaşırlar.	1	2	3	4	5
8.Bu işletmede sunulan ödüllerden memnunuz.	1	2	3	4	5
9.Bu işletmede, çalışanların iş becerilerini geliştirmek için mükemmel eğitimler sunulmaktadır.	1	2	3	4	5
10.Bu işletmenin hedefleri oldukça net ve açık bir şekilde belirlenmiştir.	1	2	3	4	5
11.İş arkadaşlarımdan büyük bir çoğunluğu, beni bu işletmenin bir üyesi olarak kabul etmiştir.	1	2	3	4	5
12.Bu işletmede terfi için sunulan fırsatlar herkes için geçerlidir.	1	2	3	4	5
13.Amırım tarafından verilen talimatlar, işimi daha iyi yapmamı yardımcı olmaktadır.	1	2	3	4	5
14.Bu işletmenin nasıl işlediği konusunda iyi bir bilgi birikimine sahibim.	1	2	3	4	5
15.İş arkadaşlarım, bu işletmeye uyum sağlamam için büyük bir ilgi göstererek bana yardımcı oldular.	1	2	3	4	5
16.Bu işletmede, terfi ile ilgili beklentilerimi kolayca öğrenebiliyorum.	1	2	3	4	5
17.Bu işletme, çalışanlarına iyi bir eğitim vermektedir.	1	2	3	4	5
18.İşletmenin hedefleri, hemen hemen bütün çalışanlar tarafından anlaşılmaktadır.	1	2	3	4	5
19.Bu işletmedeki diğer çalışanlarla ilişkilerim çok iyidir.	1	2	3	4	5
20.Bu işletmenin beni uzun yıllar istihdam edeceğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Ummahan TURHAN 1992 yılında Muğla’da doğdu. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümünde lisans eğitimini tamamlayarak, 2015 yılında mezun oldu. Ummahan TURHAN, orta derece İngilizce ve başlangıç seviyesinde Almanca bilmektedir. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi’nde yayımlanan “Türkiye’de Glamping Hizmeti Veren İşletmelerin Sahip ve Yöneticilerinin ‘Yeni Turizm Trendi Glamping’ İle İlgili Görüşleri (Muğla ve Antalya Örneği)” başlıklı makalesi, I. Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi’nde yayımlanan ‘Örgütsel Sosyalizasyonun, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Muğla’da Bulunan Otel İşletmelerinde Bir Araştırma’ ve ‘Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyon Üzerine Kavramsal Bir İnceleme’ başlıklı bildirimleri bulunmaktadır. Ummahan TURHAN’ın 6. Ulusal 2. Uluslararası Doğu Akdeniz Sempozyumu’nda Yürütme Kurulu üyeliği bulunmaktadır.

VITEA

Ummahan Turhan was born in 1992 in Muğla. She graduated from Gaziosmanpaşa University the Department of Tourism and Hotel Management in 2015. Ummahan Turhan knows medium level English and beginner level German. She has published an article entitled “The Opinions of the Owners and the Managers of the Glamping Services Companies on New Tourism Trend Glamping (Cases of Muğla and Antalya) in Social Sciences Institute Magazine of Gaziantep University. She has assertions published in the First International Multidisciplinary Studies Congress, which are titled “The Effects of Organizational Socialization on Emotional Labor and Organizational Commitment: A Study in Hotel Facilities in Muğla” and “A Concept Enquiry on Organizational Socialization in Hotel Facilities”. Ummahan Turhan has board of director memberships six at national and two at International East Mediterranean Symposium level.