

Hotel workers examined in terms of demographic variables, the perceptions of social wellbeing: The example of Antalya

Gülseren Yurcu¹, Murad Alpaslan Kasalak², Zeki Akıncı³

Abstract

In the process of redefinition with the emerging health of the World Health Organization, no longer just the favor of the individual physiological well-being, but also to examine the situation began to favor psychological and sociological well-being. Hotel guests especially the wellbeing of their employees and businesses that you communicate face to face with examining the provision of necessary support sustainable tourism development, improving customer satisfaction, increasing productivity, and in many other areas is important for businesses. The aim of the study; in the province of Antalya, which operates in the hotel industry in terms of the demographic variables of the level of social well-being of employees is examined. Data for this purpose, operating in Antalya, the hotel running businesses were obtained from 250 personnel. To determine the perceptions of employees' social well-being Keyes (1998) developed by social well-being (social well-being) scale was used. The analysis of the data obtained as a result of the evaluation of this scale in the light of employees in the hotel industry for the social well-being of their perception in the positive direction for increasing recommendations are presented.

Keywords: Tourism, Social well-being, Hotel employees

Extended Abstract in English is at the end of this document

Otel çalışanlarının sosyal iyi olma algılarının demografik değişkenler açısından incelenmesi: Antalya ili örneği

Öz

Dünya Sağlık Örgütü'nün sağlığı yeniden tanımlamasıyla ortaya çıkan süreçte artık sadece bireyin fizyolojik durumu değil aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik iyilik durumu da incelenmeye başlanmıştır. Özellikle misafirleriyle yüz yüze iletişim kuran otel işletmeleri çalışanlarının iyilik hallerinin incelenmesi ve gerekli desteklerin sağlanması sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi, müşteri memnuniyetinin artırılması, verimliliğin artırılması ve daha birçok alanda işletmeler için önem arz etmektedir. Çalışmanın amacı; Antalya ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışanların sosyal iyi olma algılarının demografik değişkenler açısından incelenmesidir. Bu amaç için veriler, Antalya da faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan 250 personelden elde edilmiştir. Çalışanların sosyal iyi olma algılarını belirlemek için Keyes (1998) tarafından geliştirilen Sosyal İyi Olma (Social Well-Being) ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek analizlerinin değerlendirilmesi sonucunda elde edilen veriler ışığında otel işletmelerinde çalışanların sosyal iyi olma algılarını pozitif yönde artırmaya yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Turizm, Sosyal iyi olma, Otel çalışanları

To cite this article: Yurcu, G., Kasalak, M.A., Akıncı, Z. (2015). Hotel workers examined in terms of demographic variables, the perceptions of social wellbeing: The example of Antalya. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 6-14. DOI: 10.24288/jttr.202818

Alıntı için: Yurcu, G., Kasalak, M.A., Akıncı, Z. (2015). Otel çalışanlarının sosyal iyi olma algılarının demografik değişkenler açısından incelenmesi: Antalya ili örneği. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 6-14. DOI: 10.24288/jttr.202818

¹ Asst.Prof. Akdeniz University, Faculty of Tourism, Recreation Management Department, Antalya, Turkey. gulserenyurcu@akdeniz.edu.tr

² Asst.Prof. Akdeniz University, Faculty of Tourism, Recreation Management Department, Antalya, Turkey. muradkasalak@akdeniz.edu.tr

³ Asst. Prof. Dr., Akdeniz University, Tourism Faculty, Antalya-Turkey, zakinci@akdeniz.edu.tr

1. Giriş

Günümüzde insanların ihtiyaçlarının değişimi, toplumsal kalkınma yapılarının değişimine ve hatta ekonomik sitemlerin bazılarının ortadan kalkmasına ya da içerik yönünden tekrar dizayn edilmesine sebep olmuştur. Bireyin kişisel gelişiminin önemli olduğu ve birey geliştikçe toplumun da gelişeceği temeline dayanan bireysel temelli kapitalizm bile daha toplumsal gelişime önem verir hale gelmiştir. Özellikle Elton Mayo'nun "Beşeri ilişkiler yaklaşımı"nda da ortaya koyduğu insan temelli yaklaşım, insanların bireysel motivasyon ve gelişiminin önemli olduğu üzerine yönelik dikkatlerin artmasına yol açmıştır. Ancak bireylerin mutluluğu ve gelişimi artık tek başına yeterli olmamaktadır. Sosyal bir varlık olan bireyin toplum ile birlikte gelişmesi gerekmektedir. Bireyin sosyal olması zorunluluk haline dönüşmüş ve sosyal bireylerin yer aldığı toplumların ise huzurlu toplumlar olduğu gözlenir olmuştur. Bu nedenle bireylerin mutlu olmaları ve sosyal iyi olmaları gerek toplumsal memnuniyet, gerekse o toplumun ekonomik yükünü çeken işletmeler içinde önemli hale gelmektedir. Bu nedenle sosyal iyi olma sosyal bilimler açısından incelenmesi gerekli bir konudur.

Bugün ülkeler açısından ekonomik fayda sağlayan en önemli sektörlerden birisi de turizmdir. Turizm sektörünün ana unsuru otel işletmeleridir. Otel işletmelerinde yer alan en önemli faktör ise personel verimliliğidir. Personelin sosyal iyi oluşu ve mutluluğu verimliliği olumlu yönde arttıracak ve aynı zamanda toplum ile barışık huzurlu bireylerin varlığına sebep olacaktır.

2.Literatür taraması

2.1.Sosyal iyi olma

Sağlıklı bireyler toplumun geleceğine ve içinde bulunduğu durum için umutludurlar ve onlar toplumun potansiyelini gözlemleyebilirler. Sosyal açıdan sağlıklı kişiler kendilerinin ve kendileri gibi diğerlerinin sosyal gelişim için potansiyel fayda olduğunu görebilirler (Keyes, 1998:122). Bu nedenle toplumda sosyal olarak iyi olan başka bir ifadeyle mutlu olan bireylere gereksinim vardır.

Sosyal iyi olmanın uzun süreden beri sağlık üzerine önemli bir etkisinin olduğu bilinmesine rağmen, sosyal refah nadir olarak sağlıklı yaşam kalitesine ilişkilendirilmiş, dahil edilmiştir. Bu durumun nedeni

olarak sosyal refahın tanımının en iyi şekilde nasıl yapılacağı ve ölçüleceği konusundaki anlaşmazlıklardır (Hahn vd., 2010: 381). Sosyal sağlık teriminin literatürde bireysel, toplumsal ya da ekonomik açılardan ele alındığı görülmektedir. Bu nedenle sosyal iyi olma, öznel iyi olma, bireysel iyi olma, psikolojik iyi olma, mutluluk ve sosyal sağlık gibi farklı ifadelerle de kullanılabilir. Bu durum farklı tanımlara sebep olmaktadır. Breslow (1972), sosyal sağlığı bireyin sosyal rolleriyle ilişkili olarak istihdam edilebilirlik, evlilik doyumu, sosyal olma ve toplumsal katılım boyutlarıyla ele almıştır. McDowell ve Newell (1987), bireysel sosyal sağlığı, kişinin başkalarıyla nasıl geçindiğini, insanların o kişiye nasıl reaksiyon gösterdiğini ve kişinin sosyal kurumlarla ve geleneklerle nasıl etkileşimde bulunduğunu ele alan bireyin iyi oluşunun bir boyutu olarak tanımlamıştır (Tekin, 2014:41). Çankaya (2009) ise sosyal mutlu olmadan daha çok bireysel iyi olma ifadesini kullanmış ve ihtiyaçların doyurulmasının iyi olma düzeyini etkilediğini belirtmiştir (Terzi ve Çankaya, 2009: 2).

İlgili literatür incelendiğinde sosyal iyi oluşun farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlandığı görülmüştür. Blum (1976), sosyal iyi oluşu pozitif sosyal davranış şeklinde tanımlamış, Sintonen (1981) ise sosyal iyi olmayı sosyal katılımı eş tutmuştur (Tekin,2014:42). Bu tanımlamalar arasında en çok dikkat çeken Keyes tarafından oluşturulmuştur. Keyes(1998:122), "Sosyal iyi olma bireyin toplumda kendi durum ve işlevlerini değerlendirmesidir", şeklinde tanımlamıştır. Sosyal iyi olmayı Keyes(1998); sosyal entegrasyon, sosyal kabul edilirlilik, sosyal katkı, sosyal aktüellik, sosyal uyum olmak üzere beş boyutta ele almıştır.

Sosyal entegrasyon; bireyin topluma olan bağının kalitesidir. Sağlıklı bireyler toplumun bir parçası olduklarının farkındadırlar.

Sosyal kabul edilirlilik; diğer insanların kalite ve karakterlerinin genelleştirilmiş kategoride toplumsal kurgusudur. Sosyal kabul edilirlilik gösteren insanlar diğerlerine inanır, onların şefkatli olduğunu düşünür, insanların çalışkan olduklarına inanırlar. Sosyal kabul edilen insanlar ise insan doğasının olumlu görünümünü benimsemişler ve kendilerini diğerleriyle rahat hissederler.

Sosyal katkı; insanların hangi ölçüde topluma ve kamuya yararlı olacağını hissetmesini yansıtır.

Sosyal aktüellik; toplumun potansiyelini ve yönünü değerlendirmektir. Bu toplumun değerlendirilmesinde ve toplumculuk hissinde vatandaş ve kurumların önemine inanmaktır. Sağlıklı bireyler toplumun geleceğine ve içinde bulunduğu durum için umutludurlar ve onlar toplumun potansiyelini gözlemleyebilirler.

Sosyal uyum ise; sosyal dünyanın kalitesini organizasyon ve işlevlerini anlamak aynı zamanda dünya hakkında bilgi kavramını da kendinde taşır. Sağlıklı insanlar yalnızca içinde yaşadıkları dünyanın nasıl olduğunun kaygısında değil aynı zamanda etraflarında neler olduğunun da kaygısındadır. Böyle insanlar mükemmel bir dünyada yaşadıklarıyla kendilerini aldatmazlar onlar yaşamın mantığını korur ve desteklerler (Keyes,1998:122-123). Keyes (1998) aynı zamanda bu boyutların sosyal iyi olmayı etkilediğini belirtmiştir. Bu boyutlar dışında sosyal iyi olmayı etkileyen başka unsurlar da söz konusudur.

2.2. Sosyal iyi olmayı etkileyen faktörler

Sosyal iyi olma, kişinin durum değerlendirilmesi ve topluma ayak uydurma olarak kavramsallaştırması olduğundan, bireylerin ruh ve beden sağlığı için önemlidir. Bu algı kişinin sosyal bütünleşme, başkalarını kabulü, kişinin topluma katkısı, toplumun tutarlılığını ve potansiyel ve yörüngesini içerir. Önceki çalışmalar göstermiştir ki, sosyal refahı az çok dâhil olmak üzere özel hayatında refah ile ilişkilidir (yani, bireysel refahı) pozitif etkiler. Psikolojik olarak iyi olmak, yaşam memnuniyeti hem sosyal hem de kişisel sosyal refahın olduğunu göstermektedir. Son zamanlarda araştırmacılar bireylerin refahlarını nasıl arttırdığına, belli bir dereceye kadar kişilerin bireysel farklılıkları ve kişilik eğilimlerine dayandığına dikkat çekmektedir (Kong et. al., 2014: 269).

Deliege (1983), toplumun sosyal iyi oluşunun beslenme, yaşam alanı, ekonomik düzey, iş, eğitim, yaşam koşulları, kültürel, sosyal ve politik yapılardan etkilendiğini bildirmiştir.

Bireylerin başkalarının huzuru ve iyi oluşuyla ilgili endişe düzeyleri, vatandaşlık sorumlulukları algıları, ilgili, bilgili ve becerikli olma algıları, başkaları için üretken olma algıları ve duygusal destek sağlama algıları arttıkça sosyal iyi olma düzeyleri de artmaktadır. Joshanloo ve Ghaedi (2009), yaptıkları çalışmada sosyal iyi oluşun yaşam doyumu,

duygulanım dengesi ve psikolojik iyi oluşla ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal iyi olma eğitimle ve yaşla artmaktadır. Amerika'da yapılan bir araştırmada sosyal iyi oluşun toplumsal katılım, üretkenlik, yaşam doyumu ve mutlulukla ilişkili olduğu görülmüştür (Tekin, 2014:44).

Yaş, eğitim üretkenlik, arkadaşlık yanında evliliğinde sosyal iyi olmayı yani mutluluğu arttırdığı Shapiro ve Keyes'in (2008) araştırmasında ortaya konulmaktadır. Araştırma evli insanların bekarlardan daha çok fiziki ve ruhsal sağlıklı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Evli kişilerin bekarlardan daha üstün olduğu iddiasının iki temel açıklaması vardır: Sosyal nedenin (becerive kriz hipotezleri) ve seçimin izahıdır. Beceri hipotezine göre evli olmak sosyal refaha götüren bir sıra beceriler kazandırır. Örneğin ekonomik beceriler evli insanların üstünlüğünün kanıtıdır. Buna ek olarak evliliğin faydaları sosyal desteğin biçimsel yapısından kaynaklanır. Çünkü evlilik bir sosyal sözleşmeyi temsil eder ve taraflara sadakat sahip olma amaç duygusu aşılır. Yapılan araştırmalarda evli kişilerin bekarlara nispeten daha çok sosyal bağlantılarının olduğu ve daha çok sosyal destek aldıkları ortaya çıkmıştır. Kriz hipotezine göre sosyal iyi olmayı esasında etkileyen medeni durumların farklı olması nedeni, evliliğin bozulmasıyla alakalı gerginlik ve iletişim bozukluğudur. Sadakatla ilgili çatışmalardan dolayı artan boşanma eğilimi ortak (evlilik) sosyal ilişkilerin bozulmasıyla alakalıdır. Seçim izahlı teoriye göre ise sosyal mutlulukta medeni durum farkları yalnızca evli olup olmamanın nedensel etkisiyle değil aynı zamanda evli ve sosyal refaha ulaşmış kişilerin aynı zamanda bekar ve düşük sosyal refaha sahip kişilerin farklı seçimleriyle ilgilidir (Shapiro ve Keyes, 2008:331). Kısaca sosyal iyi olmayı demografik özellikler olan, yaş, eğitim, medeni durum gibi unsurların ve üretkenlik ile arkadaşlık gibi sosyolojik faktörlerin etkilediği görülmektedir.

Sosyal iyi olma ile ilgili, ergenlik dönemi (Pilkaukaite-Valickien, Gabrielaviciute, 2015), duygusal dışa vurum (Akın, Kaya, 2014), duygusal düzenleme (Archuleta, 2015), sanat (Mchenry, 2009), medeni durum (Shapiro, Keyes, 2008), kronik hastalıklı bireylerde (Hahn et.al., 2010), psikolojik iyi olma ve duygusal zeka (Tekin, 2014), sosyal turizm (Morgan et. al, 2015), teknoloji kullanımı (Ihm, Hsieh, 2015), gıda, inanç ve toplum (Visser, Bailey, 2015), beyindeki

aktivasyonu (Kong et. al., 2015) araştırmaları bulunmaktadır. Ancak sosyal iyi olmayı etkileyen demografik değişkenleri inceleyen, özellikle turizm çalışanlarına yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle otel çalışanlarının sosyal iyi olma algılarının demografik değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır.

3.Araştırma yöntemi

Araştırmanın uygulama alanını ülke turizminin önemli bir cazibe merkezi olan Antalya seçilmiştir. Araştırmanın evrenini; Antalyada faaliyet gösteren otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Araştırma evrenini oluşturan ana kitlenin tümüne ulaşmak ve anket uygulamak pratik olarak mümkün olmadığı için örneklem tespiti yoluna başvurulmuştur. Araştırmada örneklem seçiminde tesadüfi örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi belirlenmiştir. Basit tesadüfi örnekleme, örneğe seçilecek ana kütle birimlerinin her birine eşit seçilme şansı veren örnekleme yöntemine denilmektedir (Çakır, 2000:241). Araştırma için 250 otel çalışanına ulaşılmış ve veriler 2015 Eylül-Ekim aylarında yüz yüze görüşme tekniği ile toplanmıştır.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anketten yararlanılmıştır. Araştırma verilerini toplamak amacıyla oluşturulan anketin birinci bölümünde demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, kadro durumu, gelir durumu); ikinci bölümünde ise, katılımcıların Sosyal İyi Olma düzeylerini ölçmek amacıyla Keyes (1998) tarafından geliştirilen, Akın ve diğerleri (2013) tarafından Türkçeye uyarlanan ve Tekin'in (2014) çalışmasında kullandığı Sosyal İyi Olma Ölçeği (Social Wellbeing Scale) kısa formu kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe formu için yapılan güvenilirlik ve geçerlik çalışmalarında yapı geçerliği doğrulayıcı faktör analizi ile incelenmiş ve ölçeğin orijinal formundaki beş boyutlu model yerine tek boyuttan oluşan bir sosyal iyi olma modelinin iyi uyum verdiği bulunmuştur ($X^2=155.46$, $sd=86$, $p=.00001$, $RMSEA=.054$, $GFI=.93$, $AGFI=.90$, $SRMR=.065$). Sosyal İyi Olma Ölçeği Türkçe formu için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı .64 olarak bulunmuştur. Ölçek, (1) "Kesinlikle Katılmıyorum", (2) "Önemli ölçüde katılmıyorum", (3) "Çok az katılmıyorum", (4) "Kararsızım", (5) "Bazen Katılıyorum", (6) "Önemli ölçüde katılıyorum", (7) ise "Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 7'li likert'tir. Ölçek 15 maddeden oluşmakta

tek boyutta ele alınmakta ve genel bir sosyal iyi olma puanı vermektedir. Ölçeğin 8 maddesi (1., 2., 7., 8., 9., 10., 13. ve 15. maddeler) ters (-) puanlanmaktadır. İlgili maddeler ters puanlandıktan sonra katılımcıların ölçeekteki maddelere verdikleri yanıtları simgeleyen rakamlar toplanmakta ve toplam sosyal iyi olma puanı elde edilmektedir. Soru formu ile toplanan veriler SPSS 18 istatistiksel veri analizi paket programı ile analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

Bu araştırmada test edilen hipotezler şunlardır:

H1: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile cinsiyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H2: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile medeni durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H3: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile eğitim durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H4: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile yaşları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H5: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile gelir durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

Çok değişkenli analizlerde verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için Kolmogorov-Smirnov testi yapılmış ve yapılan bu test sonucu verilerin normal dağılıma sahip olmadığı görülmüştür. Elde edilen veriler normal dağılım göstermediği için nonparametrik testler tercih edilmiştir. Araştırmada kullanılan Sosyal İyi Olma Ölçeğinin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alpha güvenilirlik analizi kullanılmıştır. Demografik değişkenlere ilişkin verilerin frekans ve yüzde değerlerine bakılmıştır. H1, H2 hipotezlerinin testinde Mann Whitney-U, H3, H4 ve H5 hipotezlerinin testinde ise Kruskal-Wallis testlerinden yararlanılmıştır.

4.Araştırma bulguları

Kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizinde Alfa (α) modeli (Cronbach Alpha Coefficient) kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan Sosyal İyi Olma ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı 0,57'dir. Bu araştırma ölçeğinin kabul edilebilir seviyede güvenilir olduğunu göstermektedir.

4.1. Demografik değişkenlere ilişkin bulgular

Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine ilişkin veriler Tablo 1’de gösterilmektedir. Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılanların %53,2’sinin 18-26, % 25,6’sının 27-35, %14,4’ünün 36-44, %6,8’inin 45 yaş ve üzeri yaş grubunda oldukları görülmektedir. Katılımcıların ağırlıklı olarak 18-26 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların %34,8’ini erkekler, %65,2’sini kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların daha çok

kadın çalışanlar olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların eğitim durumları incelendiğinde, % 16,8’i ilköğretim, %48,0’i lise, %12,4’ü önlisans, %21,2’si lisans, %1,6’sı yüksek lisans mezunudur. Çalışanlar ağırlıklı olarak lise mezunudur. Çalışanların %66,8’i bekar, %33,2’si evlidir. Araştırmaya katılan çalışanların %48,4’ü 1001-1500 YTL, %18,4’ü 1501-2000 YTL, %16,4’ü 500-1000 YTL, %11,6’sı 2001 ve üzeri YTL, %5,2’si 500 ve altı YTL gelirleri bulunmaktadır. Ortalama bir ailenin geçim şartları göz önüne alındığında elde edilen gelirlerin yeterli düzeyde olmadığı düşünülebilir

Tablo 1. Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine ilişkin bulgular

Değişkenler		Frekans f	Yüzde %	Değişkenler		Frekans f	Yüzde %
Yaş	18 yaş altı	-	-	Gelir Durumu	500 ve altı	13	5,2
	18-26	133	53,2		500-1000	41	16,4
	27-35	64	25,6		1001-1500	121	48,4
	36-44	36	14,4		1501-2000	46	18,4
	45 yaş ve üzeri	17	6,8		2001 ve üzeri	29	11,6
	Toplam	250	100,0		Toplam	250	100,0
Cinsiyet	Erkek	87	34,8	Eğitim Durumu	İlköğretim	42	16,8
	Kadın	163	65,2		Lise	120	48,0
	Toplam	250	100,0		Önlisans	31	12,4
Medeni Durum	Evli	83	33,2		Lisans	53	21,2
	Bekar	167	66,8		Yüksek Lisans	4	1,6
	Toplam	250	100,0		Doktora	-	-
				Toplam	250	100,0	

4.2. Araştırma hipotezlerine ilişkin bulgular

Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular aşağıdaki tabloda bir bütün olarak görülmektedir. Tabloda her bir değişken için ortalama değerler,

standart sapma düzeyi ve kurulan hipotezlere göre değişkenin istatistiksel açıdan anlamlı farklılaşma düzeyi (p değerleri) verilmektedir.

Tablo 2. Araştırma H1 ve H2 hipotezlerine ilişkin bulgular

İfadeler	Ortalama Değerleri (Mean)	St. Sapma	H1 Cinsiyet	H2 Medeni durum
1. Dünya bana fazla karmaşık geliyor.	4,0080	2,26195	,706	,273
2. Kendimi hiçbir gruba ait hissetmiyorum.	3,3240	2,26263	,306	,267
3. Bana iyilik yapan insanlar karşılığını beklemezler.	3,6760	2,07176	,849	,192
4. Dünyaya katabileceğim değerli bir şeyler var.	5,0640	2,03284	,937	,897
5. Dünya herkes için daha iyiye gidiyor.	2,8120	1,96164	,481	,625
6. Kendimi çevremdeki insanlara yakın hissediyorum.	4,8800	2,00642	,422	,502
7. Yaptığım şeylerin çevreme hiçbir yararı yok.	2,6800	2,03227	,727	,402
8. Dünyada neler olup bittiğine anlam veremiyorum.	4,1240	2,33117	,739	,079
9. Hiçbir toplumsal ilerleme olmuyor.	4,2920	2,13188	,343	,330
10. İnsanlar diğer insanların sorunlarını umursamıyorlar.	5,0120	2,10084	,142	,342
11. Çevremdeki insanlar benim için bir rahatlık kaynağıdır.	4,1560	1,94804	,376	,262
12. Yaşadığım çevrede olacakları tahmin edebilmek benim için çok zor değildir.	4,9560	1,94143	,729	,206
13. İçinde bulunduğum toplum benim gibi insanları için yeterince ilerlemiyor.	4,3560	2,09159	,280	,840
14. İnsanların nazik olduğuna inanıyorum.	3,4200	1,96444	,993	,135
15. Toplumla katkı sağlayacak önemli bir şeyim yok.	2,6720	2,04871	,271	,863

Tabloda yer alan ortalama değerler (mean) incelendiğinde katılımcıların ölçekte pozitif olarak kodlanan “6,11,3,14,4,5,12” ifadelerinin ortalaması 4(Kararsızım) ve negatif olarak kodlanan “2,10,7,15,9,13,1,8” ifadelerinin ortalaması 3’dür. H1 sütununda yer alan ve çalışanların cinsiyetlerine göre sosyal iyi oluşlarında anlamlı farklılaşma olup olmadığını gösteren değerlere bakıldığında bütün değişkenlerde sig. değerinin (0,706) $p>0,05$ olduğu görülmektedir ve H1 hipotezi red edilmektedir. Çalışanların sosyal iyi olma farkındalıkları ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma yoktur.

H2 sütununda yer alan ve çalışanların medeni durumlarına göre sosyal iyi oluşları konusunda anlamlı farklılaşma olup olmadığını gösteren değerlere bakıldığında bütün değişkenlerde sig. değerinin (0,273) $p>0,05$ olduğu görülmektedir ve H2 hipotezi red edilmektedir. Çalışanların sosyal iyi olma farkındalıkları medeni durum değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma yoktur. H3 sütununda yer alan ve çalışanların eğitim durumlarına göre sosyal iyi oluşları arasında anlamlı farklılaşma

olup olmadığını gösteren değerlere bakıldığında bütün değişkenlerde sig. değerinin (0,261) $p>0,05$ olduğu görülmektedir ve H3 hipotezi red edilmektedir. Çalışanların sosyal iyi olma farkındalıkları eğitim durum değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma yoktur.

H4 sütununda yer alan ve çalışanların yaşlarına göre sosyal iyi oluşları konusunda anlamlı farklılaşma olup olmadığını gösteren değerlere bakıldığında bütün değişkenlerde sig. değerinin (0,249) $p>0,05$ olduğu görülmektedir ve H4 hipotezi red edilmektedir. Çalışanların sosyal iyi olma farkındalıkları yaş değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma yoktur.

H5 sütununda yer alan ve çalışanların gelir durumlarına göre sosyal iyi olma konusunda anlamlı farklılaşma olup olmadığını gösteren değerlere bakıldığında bütün değişkenlerde sig. değerinin (0,245) $p>0,05$ olduğu görülmektedir ve H5 hipotezi red edilmektedir. Çalışanların sosyal iyi olma farkındalıkları gelir durumu değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma yoktur.

Tablo 3. Araştırma H3, H4 ve H5 hipotezlerine ilişkin bulgular

İfadeler	Ortalama Değerleri (Mean)	St. Sapma	H3 Eğitim durumu	H4 Yaş	H5 Gelir durumu
1. Dünya bana fazla karmaşık geliyor.	4,0080	2,26195	,073	,351	,252
2. Kendimi hiçbir gruba ait hissetmiyorum.	3,3240	2,26263	,046	,189	,468
3. Bana iyilik yapan insanlar karşılığını beklemezler.	3,6760	2,07176	,321	,869	,026
4. Dünyaya katabileceğim değerli bir şeyler var.	5,0640	2,03284	,118	,071	,300
5. Dünya herkes için daha iyiye gidiyor.	2,8120	1,96164	,898	,987	,358
6. Kendimi çevremdeki insanlara yakın hissediyorum.	4,8800	2,00642	,132	,065	,158
7. Yaptığım şeylerin çevreme hiçbir yararı yok.	2,6800	2,03227	,816	,166	,014
8. Dünyada neler olup bittiğine anlam veremiyorum.	4,1240	2,33117	,318	,106	,379
9. Hiçbir toplumsal ilerleme olmuyor.	4,2920	2,13188	,131	,628	,122
10. İnsanlar diğer insanların sorunlarını umursamıyorlar.	5,0120	2,10084	,016	,297	,707
11. Çevremdeki insanlar benim için bir rahatlık kaynağıdır.	4,1560	1,94804	,733	,554	,714
12. Yaşadığım çevrede olacakları tahmin edebilmek benim için çok zor değildir.	4,9560	1,94143	,249	,821	,230
13. İçinde bulunduğum toplum benim gibi insanları için yeterince ilerlemiyor.	4,3560	2,09159	,604	,439	,132
14. İnsanların nazik olduğuna inanıyorum.	3,4200	1,96444	,934	,782	,759
15. Topluma katkı sağlayacak önemli bir şeyim yok.	2,6720	2,04871	,527	,195	,150

5. Sonuç ve öneriler

Turizm işletmelerinin belirsiz olan ekonomik ortamda en önemli kaynakları çalışanlardır. Çalışanlarının iyilik hallerinin pozitif yönde olması işletme başarısını olumlu etkilemektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün sağlığı 1946 yılında tekrar tanımlamasıyla bireyin iyilik durumu fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik olarak incelemeye başlanmıştır. Daha önceki araştırmalarda (Yurcu, 2014, Yurcu ve Atay, 2015, Yurcu ve Kocakula, 2015) otel çalışanlarının öznel iyi oluşları ile ilgili bilgiler elde edilmiştir. Bu araştırmada ise otel çalışanlarının sosyal iyi oluşları incelenmiştir.

Araştırmaya katılanların çoğunluğunun (%78,8) 18-35 yaş aralığında ve kadın çalışanların (%65,2) olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, % 16,8'i ilköğretim, %48,0'ı lise, %12,4'ü önlisans, %21,2'si lisans, %1,6'sı yüksek lisans mezunudur. Çalışanlar ağırlıklı olarak lise mezunudur. Elde edilen bu sonuca göre turizm işletmeleri için arzu edilen eğitim seviyesinin henüz ulaşılamamıştır. Çalışanların %66,8'i bekar, %33,2'si evlidir. Araştırmaya katılan çalışanların %48,4'ü

1001-1500 YTL, %18,4'ü 1501-2000 YTL, %16,4'ü 500-1000 YTL, %11,6'sı 2001 ve üzeri YTL, %5,2'si 500 ve altı YTL gelirleri bulunmaktadır. Ortalama bir ailenin geçim şartları göz önüne alındığında elde edilen gelirlerin yeterli düzeyde olmadığı ve çalışanların iş dışı sosyal yaşamlarında farklı etkinliklere katılabilecekleri yeterli gelir durumlarının olmadığı söylenebilir.

Araştırma sonuçlarına göre çalışanların genel sosyal iyi oluşları ortalama 3-4 seviyesinde çıkmıştır. Elde edilen bu sonuç çalışanların sosyal iyi olma algılarındaki kararsızlığı ortaya koyması sebebiyle ilginç bir sonuçtur.

Bu araştırma için öngörülen, "H1: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile cinsiyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.", "H2: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile medeni durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.", "H3: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile eğitim durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.", "H4: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile yaşları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma

vardır.”, “H5: Çalışanların sosyal iyi olma algıları ile gelir durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.” hipotezleri red edilmiştir. Yani otel çalışanlarının sosyal iyi olma algıları cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, yaşları ve gelir durumlarına göre farklılaşmamaktadır. Elde edilen bu sonuçlar Shapiro ve Keyes’in (2008) çalışmasındaki sonuçlarla farklılık göstermektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlar ışığında şu önerilerde bulunulabilir. Turizm işletmeleri çalışanlarının sosyal iyi olma algılarına yönelik çalışmaların olmayışı sebebiyle bu çalışmanın daha sonraki araştırmalara öncül olacağı düşünülmektedir. Çalışanların sosyal iyi olma bilincinin yükseltilmesine yönelik psiko-sosyal eğitim programları uygulanabilir ve çalışanların psikolojik destek alması sağlanabilir. İşletme yöneticileri çalışanların sosyal iyi olma düzeylerini artırmalarına yönelik rekreasyon faaliyetlerine katılımı destekleyebilir veya bu faaliyetleri düzenleyebilir. Bu araştırma otel çalışanlarına yönelik uygulanmıştır, seyahat, yiyecek içecek v.b turizm alanları çalışanlarına yönelikte uygulanabilir. Bireylerin sosyal iyi olma algılarını etkileyen\ etkileyebilecek farklı değişkenler (stres, yaşam kalitesi, rekreasyon faaliyetleri, örgüt kültürü, örgütsel bağlılık, örgütsel etkinlik, işe yabancılaşma, yalnızlık v.b) farklı araştırmalarla incelenebilir. Araştırmada nicel yöntem kullanılmıştır, farklı araştırmalarda nitel yöntemler de kullanılabilir.

Kaynakça

- Akın, A., Demirci, İ., Çitemel, N., Sarıçam, H., Ocakçı, H. (2013). Sosyal İyi Olma Ölçeği Türkçe Formu'nun Geçerlik ve Güvenirliği. 5. Ulusal Lisansüstü Eğitim Sempozyumu, Mayıs, 10-11, Sakarya, Türkiye.
- Akın, A., Kaya, Ç. (2014). Sosyal İyi Olma İle Duygusal Dışavurum Arasındaki İlişkilerin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, 3. Sakarya'da Eğitim Araştırmaları Kongresi, 258-272.
- Archuleta, A. J. (2015). Newcomers: The Contribution of Social and Psychological Well-Being on Emotion Regulation Among First-Generation Acculturating Latino Youth in the Southern United States Child, *Adolesc Soc Work J*, 32, 281–290.
- Çakır, F. (2000). Sosyal Bilimlerde İstatistik. Alfa Yayıncılık, İstanbul.
- Hahn, E. A., Cella D., Bode, R., Hanrahan R. (2010). Measuring Social Well-Being in People with Chronic Illness, *Soc Indic Res*, 96:381–401.

- Ihm, J., Hsieh, Y. P. (2015). The Implications Of Information and Communication Technology Use For The Social Wellbeing Of Older Adults, *Information, Communication & Society*, Vol. 18, No. 10, 1123–1138.
- Joshanloo, M., Ghaedi, Gh. (2009). Value Priorities as Predictors of Hedonic and Eudaimonic Aspects of Well-Being. *Personality & Individual Differences*, 47, 294-98.
- Keyes, C., L. (1998). Social Well-Being, *Social Psychology Quarterly*, Vol 61, No 2, 121-140.
- Kong, F., Hu, S., Xue, S., Song, Y., Liu, J. (2015). Extraversion Mediates The Relationship Between Structural Variations In Dorsolateral Prefrontal Cortex And Social Well-Being, *NeuroImage* 105:269–75 .
- Mchenry, J. A. (2009). A Place for the Arts in Rural Revitalisation and the Social Wellbeing of Australian Rural Communities, *Rural Society* V:19, N: 1, April.
- Morgan, N., Pritchard, A., Sedgley, D. (2015). Social Tourism and Well-Being In Later Life, *Annals of Tourism Research*, 52 :1–15.
- Pilkaukaite-Valickien, R. Gabrielaviciute, I. (2015). The Role of School Context On Subjective Well-Being and Social Well-Being in Adolescence, *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 191, 2588 – 2592
- Shapiro, A., Keyes, C., L. (2008). Marital Status and Social Well-Being: Are the Married Always Better Off?, *Soc Indic Res* (2008) 88:329–346.
- Terzi, Ş., Çankaya, Z. C. (2009). Bağlanma Stillerinin Öznel İyi Olmayı Ve Stresle Başa Çıkma Tutumlarını Yordama Gücü, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (31), 1-11.
- Tekin, E. G. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik İyi Olma Duygusal Zeka Ve Sosyal İyi Olma Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. T.C., Sakarya Üni., Eğitim Bil. Ens., , Doktora Tezi.
- Visser, S. S., Bailey, A., Meijering, L. (2015). Food, Faith And Community: Social Well-Being Of Ghanaian Migrants In The Netherlands, *Gender, Place and Culture*, Vol. 22, No. 5, 608–625.
- Yurcu, G. (2014). Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının İş Doyumu Ve Öznel İyi Oluşlarına Etkisi, T.C. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Aydın.
- Yurcu G., Atay H. (2015). Çalışanların Öznel İyi Oluşunu Etkileyen Demografik Faktörlerin İncelenmesi: Antalya İli Konaklama İşletmeleri Örneği, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:4, Sayı:2, 17-34.
- Yurcu G., Kocakula Ö. (2015). Konaklama İşletmelerinde Çalışan Yalnızlığının Öznel İyi Oluş Üzerine Etkisi, *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C:2, S:1, 30-41.

Extended abstract in English

In the process of redefinition with the emerging health of the World Health Organization, no longer just the favor of the individual physiological well-being, but also to examine the situation began to favor psychological and sociological well-being. Hotel guests especially the wellbeing of their employees and businesses that you communicate face to face with examining the provision of necessary support sustainable tourism development, improving customer satisfaction, increasing productivity, and in many other areas is important for businesses. Keyes (1998:122), social well-being; “individual assessment situation and their own functions in society”, defined in the form and social integration, social acceptability, social contribution, social actuary, including five dimensions of social cohesion are addressed.

There are some studies related to social well-being in the literature (Pilkauskaite-Valickien, Gabrielaviciute, 2015, Akin, Kaya, 2014, Archuleta, 2015, Mchenry, 2009, Shapiro, Keyes, 2008, Hahn et.al., 2010, Tekin, 2014, Morgan et. al, 2015, Ihm, Hsieh, 2015, Visser, Bailey, 2015, Kong et. al., 2015). However, the demographic variables examine that affect social wellbeing, especially for tourism employees has found any research. For this reason, the perceptions of social well-being of the hotel employees is intended to examination according to the demographic variables. Data for this purpose, operating in Antalya, the hotel running businesses were obtained from 250 personnel. To determine the perceptions of employees' social well-being developed by Keyes (1998), by Akin and others (2013) adapted to Turkish and Tekin (2014) used in the study, Social Well-Being Scale (Social Well-Being Scale) of the short form was used.

In the multivariate analysis to determine whether the data are not normal distributed made Kolmogorov-Smirnov test and it is seen that this test result data don't have normal distribution. Because the obtained data didn't show normal distribution, nonparametric tests were preferred. Social Well-Being Scale's used in research Cronbach Alpha value 0,57 was found. The data for demographic variables frequency and percentage values were observed. H1, H2 in a test of the hypothesis Mann-Whitney-U, H3, H4 and H5 in a test of the hypothesis were used Kruskal-Wallis tests.

According to there search results, employees' overall social well-being on average has been at the level 3-4. The result obtained is an interesting result because it demonstrates the instability in the perception of employees' social well-being. The result of Hypothesis testing, hotel employees' perceptions of social well-being are undifferentiated according to gender, marital status, educational status, age and income.