



Satış Pazarlama Çalışanlarının İşe Tutkunluk Davranışlarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma

Kerem AŞCI^{1*}, Hümeıra TAŞÇIOĞLU BAYSAL²

Geliş Tarihi/Received: 12.04.2019

Kabul Tarihi/Accepted: 23.04.2019

ÖZET

Pozitif psikoloji akımının bir parçası olan işe tutkunluk, çalışma esnasında çalışanın kendisini iyi hissettiği, işinden mutluluk duyduğu, enerjisiyle işine sarıldığı ve odaklandığı ruhsal bir durum olarak tanımlanmaktadır. Bu ruhsal durumun boyutları olan dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma düzeyleri, işe tutkunluğun düzeyini belirler ve bu boyutları etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Çalışmada satış pazarlama çalışanlarının işe tutkunluk düzeyini etkileyen faktörler incelenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi olan mülakat tekniği kullanılmış, araştırmanın örneklemini ise gıda sektöründe faaliyet gösteren ve Türkiye’de yaygın bayileri bulunan bir satış pazarlama şirketinin satış pazarlama departmanındaki 15 beyaz yaka çalışanı oluşturmuştur. Verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmış ve alınan cevaplar işe tutkunluğun boyutlarına göre sınıflandırılmıştır. Araştırma sonucunda işe tutkunluğun dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma boyutlarını etkileyen birçok faktör tespit edilmiş fakat en önemlisi her üç boyutu da olumlu ve olumsuz yönde etkileyen faktörün örgüt desteği olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşe Tutkunluk, Dinçlik, Adanmışlık, Yoğunlaşma.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

*Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: kerem_asci@hotmail.com

² Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sapanca Turizm Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü

A Research on the Job Engagement of Sales and Marketing Employees

ABSTRACT

As a part of positive psychology movement, job engagement is defined as a mental state during which the employee feels well, happy with his work, attach and focus on his work. The level of vigor, devotional, and concentration dimensions of this mental state determines the level of job engagement. And there are many factors affecting these dimensions. In our study, the factors that affect the level of job engagement of sales marketing employees are examined. qualitative research method interview technique was used in this study. The sample of the study constitutes 15 white-collar employees who works in sales and marketing department of a company in food sector all in Turkey. Descriptive analysis method was used in the analysis of the data and the answers were classified according to the dimensions of job engagement. As a result of the study, many factors that affect the vigor, devotional and concentration dimensions of the passion for work have been identified but most importantly, it is concluded that the factor that affects all three dimensions positively and negatively is the organization support.

Key Words: Job Engagement, Vigor, Dedication, Concentration.

1. GİRİŞ

Günümüzde artan iletişim olanakları ve gelişen rekabet ortamı dolayısıyla işletmeler için insan kaynağının niteliği giderek daha önemli hale gelmektedir. Teknoloji vesilesiyle üretim olanakları belirli bir noktaya ulaşmış ve artık rekabetin daha yaratıcı boyutlarda yapılması gerekliliği ön plana çıkmıştır. Yaratıcılık, kaliteli iş sonuçları ve katma değer teknoloji eliyle değil, onu oluşturan insan maharetiyle ortaya çıkabilen sonuçlardır. Bu sonuçların ortaya çıkabilmesi için de insan kaynağının niteliği, azmi, coşkusu, bağlılığı, farkındalığı ve adaptasyonu katan bir kavram olarak 2000’li yılların başında ortaya çıkmış ve kısa süre içerisinde literatürde yer bularak kurumların etkilenmesini sağlamıştır.

İşe tutkunluk, pozitif psikolojinin bir önemli rol oynamaktadır. İşe tutkunluk bu değerleri yükselten ve dolayısıyla kişiye ve örgüte artı değer sonucu olarak kişileri ve örgütleri güçlendirmeyi hedeflemiştir. Kısaca işe tutkunluk çalışanın kendisini işine tamamen vermesi, işinde coşku ve şevkle çalışması, enerjik olarak iş süreçlerinin üstesinden gelmesi olarak ifade edilen bir kavramdır (Keser ve Yılmaz, 2012: 130). İşe tutkunluğun üç boyutu bulunmaktadır. İşinde enerji dolu olmayı ve çaba göstermeyi dinçlik boyutu, olumlu duygularını işe katmayı,

bağlılığı ve işinden mutlu olmayı adanmışlık boyutu, çalışanın işine yoğunlaşması ve adapte olmasını da yoğunlaşma boyutu açıklar (Turgut, 2010: 69).

Bu çalışmada öncelikle işe tutkunlukla ilgili literatür bilgileri, tanımlamalar, işe tutkunluk boyutları (dinçlik, adanmışlık, yoğunlaşma) ve işe tutkunlukla alakalı diğer kavramlar incelenmiştir. İşe tutkunluk literatürünün yeni gelişmesi nedeniyle bu kavramların bazıları işe tutkunlukla karıştırılmaktadır. Çalışmada işe tutkunluk ve işe tutkunlukla alakalı kavramların farkı vurgulanacak, bu kavramların işe tutkunluğa etkisi incelenecektir. Sonrasında ise işe tutkunluk davranışları üzerine yapılan araştırmanın amacı, önemi, yöntem ve veri toplama araçları yer almaktadır. Son olarak işe tutkunluk boyutlarını olumlu ve olumsuz yönde etkileyen araştırma bulguları belirtilmiş ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Satış pazarlama işi esnek çalışma saatleri olan, özgün problemleri ve çözümleri bulunan, insan ilişkilerinin yoğun olduğu bir iş olduğundan kişilerin sevak yapması beklenen bir meslektir. Dolayısıyla satış pazarlama çalışanlarının işe tutkunluk düzeylerinin yüksek olması beklenebilir. Bu düzeyin ölçülmesi, işe tutkunluğu etkileyen etkenlerin belirlenmesi, araştırmanın belirli bir sektörde yapılması nedeniyle bu alandaki yazına katkı sağlaması ve uygulayıcılara öneriler sunması bu çalışmanın amaçları arasındadır.

2. İŞE TUTKUNLUK

İşe tutkunluk, örgütsel davranış ve pozitif psikoloji alanı içerisinde değerlendirilen bir kavramdır. Mesai saatleri içerisinde çalışanın kendisini iyi hissettiği bir ruhsal durum olarak tanımlanan bu kavram, örgüt odaklı olmaktan ziyade birey odaklı bir olgu olarak tanımlanmaktadır. 2000’li yılların başında ortaya çıkan işe tutkunluk kavramı kısa süre içerisinde literatürde yer bulmuş ve birçok araştırmacı bu kavramı incelemiştir (Çankır, 2016: 3).

İşe tutkunluk, çalışanların selametini negatif değil, pozitif açılardan incelemeye çalışan “pozitif psikoloji” akımının bir parçasıdır. Psikoloji bilimi yoğun bir biçimde hastalıklara ve kusurlara odaklanmış, insana değer katan mutluluk, sorumluluk, iyimserlik ve umut gibi değerlere ulaşma yollarını ihmal etmiştir. Psikoloji biliminde kendine yer bularak olumlu yönde dönüşen pozitif psikoloji çalışanların mutluluğa, başarıya ve bilgeliğe ulaşması için örgütsel davranışı etkilemiş, böylece kurumlara sirayet etmiştir (Turgut, 2010: 57). Pozitif psikoloji kişilerin olumsuz ve eksik yönlerini tanımlayarak çözüm sunmak yerine bireyleri güçlendirmeyi, dirençlerini artırmayı ve dolayısıyla olumsuz davranışlara karşı mücadele etmeyi amaçlamıştır (Keser ve Yılmaz, 2012: 111).

İşe tutkunluğu sistemli bir şekilde açıklayan ve bu kavramı inceleyen öncü çalışmasında Kahn (1990), “Örgüt üyelerinin benliklerini iş rollerine göre ayarlamaları” olarak tanımlamakta, işine tutkun çalışanların kendilerini fiziksel, bilişsel ve duygusal açıdan etkinleştirdiklerini belirtmektedir. Fiziksel yönü kişinin iş performansını yükseltebilmek için gerekli olan fiziksel enerjisidir. Bilişsel yönü örgüt ve karar vericilerin amaçları ve davranışlarıdır. Son olarak duygusal yönü de örgüt ve karar vericilerin amaçları ve davranışları neticesinde çalışanın bunlar hakkındaki olumlu/olumsuz düşünceleri ve kendi amaçlarıyla uyumlaştırma düzeyidir.

Kahn (1990), işe tutkunluğun oluşmasında çalışanların iş taleplerini karşılayabilmesi için gerekli iş kaynaklarına sahip olması, kişinin kendisini ifade edebileceği bir çalışma ortamı olması, kişinin yetkin olduğunu hissetmesi, kendine güvenildiğini hissetmesi ve kişisel gelişim fırsatlarının bulunduğu inanması gibi fiziksel ve psikolojik ögelerin etkili olduğunu vurgular. Kahn’a göre çalışmaya tutkunluğun 2 boyutu vardır. Çalışanlar işlerinde kendilerini hem meşgul etmek hem de kendilerini ifade etmek isterler. Kendilerini meşgul ederken fiziksel, bilişsel ve duygusal gayret gösterirler, kendilerini ifade ederken de fikirlerini açıkça ifade etmek, değerlerini ortaya koyabilmek ve güvenilmek isterler (Turgut, 2010: 58).

İşe tutkunluğu açıklayan başka bir kavram da “Tükenmişlik” tir. Pozitif psikoloji öncesi geleneksel psikoloji ürünü olan tükenmişlik, işe tutkunluğun zıddı olarak açıklanır. Maslach ve Leither (1997) tükenmişliği, çalışmaya tutkunluğun alt boyutları olan enerji, bağlılık ve etkinlik boyutlarının karşıtı olarak tanımlamışlardır. Tükenmişliği ölçerken duygusal tükenme, olumsuzluk ve etkinliğin azalması boyutları kullanılırken işe tutkunluğun ölçümünde ise bu boyutların zıddı olan enerji, bağlılık ve etkinlik başlıkları incelenir (Maslach ve Leither, 1997, akt. Keser, Yılmaz ve Yürür 2012: 121). Maslach, tükenmişliği veya işe tutkunluğu safi çalışanın bir sorunu olarak görmeyip bu kavramların kişinin işteki sosyal çevre ve iş ortamına göre olgunlaşabileceğini belirtmiştir. Çalışanın kişiliği ve işin özellikleri arasındaki uyumsuzluğun tükenmişliğe neden olacağını ifade etmiştir (Keser ve Yılmaz, 2012: 123).

Tükenmişlik sendromu, iş stresinin çalışanda fiziksel ve duygusal bitkinlik oluşturması, kendisine, çalışma arkadaşlarına olumsuz duygular beslemesidir. Bireyin sabah kalktığında işe gitmek istememesi, iş arkadaşlarından uzaklaşması, işten keyif alamaması ve işine duyarsızlaşması tükenmişliğin belirtileridir. Bu duygular içerisinde olan işgören, geleceğe karşı ümit besleyemez, kendisini baskı altında hisseder, gerilimi üst düzeydedir. Bu sonuçlar kişisel başarı boyutunu etkilediğinden kendisini başarısız görür ve çaresizlik içerisinde hisseder (Algül, 2014: 13-14).

Maslach ve Jackson (1981), tükenmişliği çalışanların kendilerini duygusal yönden tükenmiş hissetmeleri, iş arkadaşlarına karşı duyarsızlaşmaları, kişisel başarı ve yetkinlik duygularının azalması olarak tanımlamıştır. Bu tanımda belirtilen duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarının azalması boyutları, işe tutkunluğun alt boyutları olan sırasıyla dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma boyutlarının tersi olarak tanımlanır.

Duygusal tükenme boyutunda fiziksel ve duygusal aşınma mevcuttur ve bireyin tükenmesini ifade eder. Kendisini böyle hisseden kişinin duygusallığı ön plana çıkar, kendisini güçsüz ve yorgun hisseder ve kendisini toparlaması için enerji bulamaz. Bu boyut tükenmişliğin bireysel stresle alakalı olduğu boyuttur (Sürgevil Dalkılıç, 2006: 43).

Duyarsızlaşma, bireyin işine ve işte birlikte çalıştığı bireylere karşı duyarsızlaşması, alaycı ve olumsuz davranışlar sergileyerek stresten kaçmaya çalışması olarak tanımlanır (Keser, 2012: 459). Aynı zamanda hizmet verilen kişilere, müşterilere karşı samimiyetsiz, ilgisiz ve olumsuz tavır sergilenmesi olarak da karşımıza çıkar. Bu boyut tükenmişliğin kişiler arası ilişki boyutudur (Sürgevil, 2006: 44). Birey, müşterilerden, iş arkadaşlarından ve yöneticilerinden uzaklaşarak stresle başa çıkmayı hedefler fakat bu yöntem kişiyi stres yönetiminde daha başarısız ve olumsuz bir duruma sürükler (Maslach ve Jackson, 1981).

Kişisel başarının azalması boyutu, bireyin işine odaklanma derecesinin azalması olarak ifade edilir. Bu boyutta kişinin kendine güveni azalır ve yetersiz olduğu düşüncesi meydana çıkar, kendine olan inancı zayıflar (Keser, 2012: 460). Kişisel başarının azalması, kişinin kişisel gelişiminin zayıflamasına yol açar, iş arkadaşlarının ve örgütünün desteğinin azalmasıyla da bu boyut derinleşir (Sürgevil, 2006: 45).

Alan yazınında genel olarak işe tutkunlukla tükenmişliğin birbirinin tersi olduğu algısı mevcuttur. Fakat bu iki kavramın tamamen birbirine zıt kavramlar olduğu söylenemez. Dinçlik ve duygusal tükenmişlik, adanmışlık ve duyarsızlaşma birbirlerinin tersi kavramlar olsa da yoğunlaşma ve kişisel başarının azalması boyutları birbirlerinin tam tersi kavramlar değildir (Schaufeli ve ark., 2002).

İşe tutkunluk, kişinin kendisini tamamen işine vermesini ve işinde coşku, şevkle çalışmasını ifade eden psikolojik bir durumdur. İşe tutkunluğu yüksek çalışanlar bilişsel ve duygusal olarak işlerine ve bağlı oldukları örgüte bağlıdırlar. Çalışanların işe tutkunluğu sadece bireysel özellik ve çabalarına bağlı değildir. Sosyal ortam, örgütün sağladığı imkanlar, kişi-iş uyumu gibi konular da işe tutkunluk düzeyini etkilemektedir (Keser ve Yılmaz, 2012: 130). İşe tutkunluk anlık ve geçici bir durum değil, sürekli ve yaygın bir durumdur. (Schaufeli, 2002) İşe

tutkunluk düzeyi yüksek örgütlerde zorluk derecesi yüksek iş ve dönemlerin üstesinden gelinmesi, işe tutkunluk düzeyi düşük örgütlere göre daha kolay olacak ve daha az zaman alacaktır (Okтуğ, 2014: 40). İşine tutkun bireyler, tükenmişlik sendromu yaşayan bireyler gibi işlerini stres kaynağı ve kargaşa olarak görmek yerine işlerinde enerjiktirler ve işlerine bağlıdırlar (Keser ve Yılmaz, 2012: 121).

2.1. İşe Tutkunluğun Boyutları

Maslach ve Leiter gibi Schaufeli ve arkadaşları (2002) da işe tutkunluğu tükenmişliğin zıddı olarak görmekte fakat alt kavramların birebir karşılamadıklarından bahseder. Schaufeli ve arkadaşlarına göre işe tutkunluk pozitif, tatmin edici ve işle ilgili zihinsel bir durum olarak tanımlanır. Bahsedilen işle ilgili olumlu zihinsel durum dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma kavramlarını kapsar. Dinçlik enerjik olmayı, çalışanın işiyle ilgili çaba göstermesini ve zorluklara karşı mücadele etmesini ifade eder. Dinçliğin değerini ölçmek için “işimde kendimi enerji dolu hissediyorum” ifadesi kullanılır. Adanmışlık, işyerinde olumlu duygularını işe katmayı, yüksek düzeyde bağlılığı ve işiyle gurur duymayı kapsar. Bu boyutu ölçmek için de “işim bana ilham verir”, işimi yapmaktan gurur duyuyorum.” gibi ifadeler kullanılır. Son olarak yoğunluk ise çalışanın işine tamamen kendisini vermesi ve işini bırakmayı düşünmemesidir. Bu kavramı ölçmek için de “yoğun çalıştığımda kendimi mutlu hissediyorum” ve “işime dalıyorum” gibi ifadeler kullanılır.

2.1.1. Dinçlik

Dinçlik, Kahn (1990) tarafından kişilerin fiziksel olarak işlerine bağlanmaları olarak tanımlanırken Schaufeli vd. (2002) bu tanımı biraz daha detaylandırarak dinçliği kişinin işinde yüksek enerjili olması, işine güdülenmesi, zihinsel olarak dayanıklı olması, işiyle ilgili çaba göstermesi ve zorluklara karşı mücadele azmi olarak nitelemiştir. Dinçlik boyutu kuvvetli olan çalışanlar “işimde kendimi güçlü ve dinç hissederim, her zaman zihinsel olan dayanıklıyım” ifadelerini kullanırlar. Dinç bir birey zorluklara karşı mücadele kuvveti yüksek, fiziksel enerjini işine aktarabilen, işiyle ilgili gereklilikleri istekli olarak tamamlayan, çalışkan ve dolayısıyla başarılı olarak ifade edilebilir (Öngöre, 2016: 56).

Çalışma esnasında çok yüksek derecede kendini dinç hisseden çalışan tamamen işini güdülenmiştir ve işini yaparken karmaşık ve mücadele gerektiren durumlarla karşılaşması durumunda bunların üstesinden gelecek enerjiyi kendisinde fazlasıyla bulur (Turgut, 2010: 63). Dinçlik, çalışanın işi esnasında enerji dolu, iş arkadaşlarına ilham veren ve işi için efor sarfetmekten mutlu olmasıdır (Çankır, 2016: 12).

Dinçlik kavramı güdüsel özellikler içerir (Salanova ve Ark., 2005). Güdüler organizmayı uyararak faaliyete geçirir, organizmanın davranışını belirli bir amaca yönlendirir. Bu iki özellik birleştiğinde insana özgü başarıma isteği ortaya çıkar ve kişi güdülenmiş olur (Cüceloğlu, 2010: 230). Dinçlikle güdü arasındaki benzerlik dış güdüden ziyade iç güdüyle ilgilidir. Dinçlik yaşayan birey içgüdüsel olarak kendisinde bulunduğu enerjiyle işine sarılır (Turgut, 2010: 63).

2.1.2. Adanmışlık

İşe tutkunluğun ikinci boyutu olan *adanmışlık* Schaufeli ve ark. (2002) tarafından, kişinin işine güçlü bir şekilde bağlılığı, işinde coşku, gurur, meydan okuma, şevk, ilham ve kendini önemli hissetme öğelerini yoğun bir şekilde yaşaması olarak tanımlanır. Bu kişiler bir amaca hizmet ettiklerinin, işlerinin anlamlı olduğunun bilincindedirler ve görevlerini hevesli ve gururlu bir biçimde sürdürerek onunla duygusal bir bağ kurarlar. (Turgut, 2010: 65). Adanmışlığı yüksek bireylerin duygularını işine katarak coşkuyla çalışması ve dolayısıyla başarısının artması beklenir (Öngöre, 2016: 57). Kahn (1990) da adanmışlığı bireyin çalışma arkadaşlarıyla duygusal bağ kurması, değer, inanç ve düşüncelerini işinde gösterebilmesi olarak tanımlamaktadır.

2.1.3. Yoğunlaşma

Yoğunlaşma, işe tutkunluğun üçüncü ve son boyutudur. Schaufeli ve arkadaşları (2002) yoğunlaşmayı, çalışanın kendini işine vermesi, mutlu ve konsantre bir şekilde işe dalması olarak ifade ederler. Kahn (1990) da bilişsel bütünleşme adımı verdiği bu boyutu kişinin farkındalığı olarak niteler. İşine yoğunlaşan kişi enerjisini işine aktarır, farkındalık ve iş odaklılığı üst düzey bir algıya ulaşır (Öngöre, 2016: 57).

İşine adanmış çalışanlar işlerini benimserler, önemli olarak görür ve işlerine değer verirler. Örgütteki rolünü önemli olarak gören, kişisel amaç ve hedeflerini işiyle özdeşleştiren çalışanların işe adanmışlık düzeyleri yüksektir (Kanten, 2012: 15).

Turgut (2010)'a göre yoğunlaşma işe tutkunluğun şiddetini gösteren boyutudur.

2.2 İşe Tutkunluğun Diğer Kavramlarla İlişkisi

2.2.1 İşkoliklik

İşe tutkunluk, örgütsel psikoloji alanında birçok kavramla ilintili olduğundan dolayı kavramsal olarak karışıklığa neden olabilmektedir (Keser ve Yılmaz, 2012: 119). Bu kavramlardan biri işkolikliklidir. İşe tutkun çalışanlar enerjik ve keyifli bir şekilde uzun saatler

boyunca çalışırlar fakat işkoliklerde durum kontrolsüz ve saplantılıdır. İşe tutkun bireyler sosyal yaşam ve hobilerini işleriyle bir arada sürdürür ve gönüllülük esasıyla çalışırlar, işkolikler ise işlerinden sosyal hayatlarına ve kişisel ihtiyaçlarına vakit ayıramaz, kendilerini çalışmaya mecbur hissederler (Oktuğ, 2014: 43). İşkolikler zamanlarının büyük çoğunluğunu çalışmaya ayırır, çalışmadıkları zamanlarda kendilerini suçlu hissederler (Akın ve Oğuz, 2010: 312). İşinin gerektirdiği ve kendisinden beklenenden çok daha fazla çalışırlar. İşkolikliğin işe tutkunluktan farkı çalışmanın içsel zorlayıcı bir dürtü olması, saplantılı bir şekilde kontrol edilemez bir bağımlılık olmasıdır (Aybas, 2014: 21).

İşkoliklik, kişinin iş hayatına başladığında tespit edilebilen olumsuz bir davranıştır. Birey işine aşırı bağlıdır, sosyal faaliyetlerden zevk alamaz ve evine iş götürür. Bundan dolayı “işyle evli” tabiri kullanılabilir (Zincirkıran ve Mete, 2014: 105). İşe tutkunluktaki adanmışlık yerine işkoliklikte çalışma dürtüsü ve çalışmaya bağlılık vardır (Öngöre, 2016: 84).

2.2.2 Örgütsel Bağlılık

İşe tutkunluğun ilintili olduğu bir diğer kavram da örgütsel bağlılıktır. Örgütsel bağlılık, 1960'tan sonra bireylerin iş performansları ve işten ayrılma niyetlerindeki artış nedeniyle örgütlerin eğildiği konulardan biridir (Wasti, 2012: 21). Örgütsel bağlılık, çalışanın, çalıştığı örgüte karşı hissettiği bağın derecesini ifade etmektedir (Uygun, 2015: 3). Bireyin, örgütün amaç ve değerlerine taraflı ve etkili bağlılığı olarak tanımlanan örgüte bağlılık, çalışanların işlerini örgütün iyiliği bilinciyle yapmalarını ve örgütün amaçlarına bağlanmalarını, beklentilere uymalarını sağlar (Balay, 2000: 3). Örgüte bağlılığı yüksek çalışanlar, örgütün üyesi oldukları için gurur duyarlar ve bu örgütte oldukları için mutludurlar (Turgut, 2010: 82). İşe tutkunluk kişinin işiyle ilgili tutumuyken, örgüt-çalışan ilişkisi sonucu oluşan örgütsel bağlılık ise kişinin çalıştığı örgüte karşı tutumu olarak ifade edilebilir. Örgütsel bağlılık, işe tutkunluk yoğunluğunu artıran/azaltan iş tutumlarından biri olarak düşünülebilir. Fakat bu iki kavram arasında her zaman doğru orantı yoktur. İşine tutkun bir çalışan daha iyi imkanlar teklif edildiğinde farklı örgütlere kolayca gidebilmektedir.

Örgütsel bağlılığın gelişmesi için işgörenlerin dikkat yoğunluğu ve duygularının örgütün amaç ve değerleri doğrultusunda yönlendirilmesi gerekir. Çalışanlar arası rekabet yerine örgütün amaçlarıyla yoğrularak öğrenme yönelimli olan, takım halinde çalışmalar yapan, duygusal, entelektüel ve fiziksel enerjisini örgütün başarısı amacıyla harcayan işgörenler örgütsel bağlılıkla oluşturulabilir (Balay, 2000: 4).

2.2.3 İşe Bağlılık

İşe bağlılık kavramı da işe tutkunlukla ilişkili kavramlardan biridir. İşe bağlılık, çalışanın işle ilgili olumlu değerleri benimsemesi, kişinin değerlerinin işiyle duygusal olarak giriftleşmesi, çalışanın işini hayatının bir parçası olarak görmesi olarak ifade edilir. İşe bağlılık, aynı zamanda bireyin işine hangi düzeyde bağlandığını gösteren bir kavramdır (Bakan, 2011, akt. Uygur, 2015: 56). İşlerini zorunluluk olarak değil de yaşamlarının bir parçası olarak gören çalışanların işe bağlılık düzeyleri yüksektir (Balay, 2000). Tanımlardan da anlaşılacağı gibi işe bağlılık, kişinin işini psikolojik anlamda benimsemesi sonucu bilişsel bir farkındalıktır. Çalışmaya tutkunlukta ise yukarıda da belirtildiği üzere bilişsel boyutun yanında duygusal ve fiziksel boyutlar da mevcuttur ve kişinin içerisindeki potansiyelin dışı vurumu söz konusudur. İşe bağlılıkta ise “benimseme” ön plandadır.

2.2.4 İşten Ayrılma Niyeti

İşten ayrılma niyetinin, işe tutkunlukla ters yönlü ilişkisi olduğu söylenebilir. Bu kavram örgütün çalışanlara sağladığı imkanlarla ilgili olup örgütün çalışanlarına sağladığı kaynaklar neticesinde başarıya ulaşmada, çalışanların kendilerini geliştirmesinde ve kendilerini değerli hissetmesinde olumlu etkiye sahiptir. Çalışanlarına yeterli imkanı sağlayan kurumlarda çalışanların işten ayrılma niyetlerinde azalma, işe bağlılık ve örgüte bağlılıklarında artış; dolayısıyla işe tutkunluklarında yükseliş gözlemlenecektir (Turgut, 2010: 83). İşten ayrılma niyetinin düşük olması her zaman örgütün sağladığı imkanlara bağlı olmayabilir. Piyasa şartları, kişinin yeni bir iş bulma konusunda zorluk yaşaması işten ayrılma niyetini baskılayabilir (Öngöre, 2016: 87).

Kalifiye olan ve verimli işgörenlerin işten ayrılma niyetlerini düşürmek ve nihayetinde işten ayrılmasını önlemek örgüt için önemlidir çünkü yeni işe alım, oryantasyon, eğitim maliyetleri daha yüksektir. Ayrıca işgücü devir oranı yüksek olan örgütlere güven azalmakta, bunun yönetim zafiyeti ve istikrarsızlık sonucu olabileceği düşünülmektedir (Başaran, 2016: 38).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnsan ilişkilerinin önemli ve yoğun olduğu sektörlerden biri olan satış pazarlama sektöründe, hizmet kalitesinin beklenen seviyede olabilmesi için işgörenlerin işlerini daha iyi yapabilmeleri, nitelikli iş sonuçlarına ulaşabilmeleri ve bunu yaparken mutlu olmaları ve zevk alabilmeleri için işe tutkunluk önemli bir kavramdır. İşe tutkunluk düzeyinin yükselmesi için

örgütlerde buna yönelik bir ortamın bulunması ve çalışanların buna hazır olması gerekmektedir. Çeşitli nedenlerle işe tutkunluk düzeyinin azalmasının fark edilmemesi ya da önemsenmemesi, pek çok bireysel ve örgütsel olumsuz sonucu beraberinde getirmektedir. Böyle bir sonucun oluşması hizmet kalitesinin düşmesi ve istenen hedeflere ulaşılamaması neticesini doğuracaktır. İşe tutkunluk hem bireyi hem de örgütü etkilemektedir. Araştırmanın amacı, satış pazarlama çalışanlarının işe tutkunluk davranışlarını etkileyen unsurları incelemektir. Elde edilen bulgular ışığında, satış pazarlama çalışanlarının işe tutkunluğuna ilişkin değerlendirilmeler yapılarak, konuyla ilgili hem literatüre hem de uygulayıcılara katkıda bulunulacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında cevap aranan sorular aşağıdadır;

- *Çalışanların işe tutkunlukları hangi düzeydedir?*
- *Çalışanların işe tutkunluk düzeyini etkileyen faktörler nelerdir?*
- *Çalışanların işe tutkunluk düzeylerini etkileyen faktörlerin sebepleri nelerdir?*

3.2. Yöntem ve Veri Toplama Araçları

Araştırmada nitel araştırma yöntemi olan mülakat tekniği kullanılmıştır. Verilerin analizinde ise farklı kişilerin aynı soru hakkındaki farklı düşüncelerinin olduğu gibi aktarılmasına imkan veren betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu teknik ile konuşma metinlerinin yazıya dökülmesi ve alınan cevapların sınıflandırılması mümkün olmuştur. Araştırmanın örneklemini gıda sektöründe faaliyet gösteren bir satış pazarlama şirketinin satış pazarlama departmanındaki beyaz yaka çalışanları oluşturmaktadır. İstanbul'un farklı bölgelerinde çalışan 37 kişi içerisinden kolayda örneklem yönetimiyle görüşmeyi kabul eden 15 kişiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Mülakat yapılabilmesi için öncelikle şirket üst yönetiminden izin alınmıştır ancak kurum isminin kullanılmaması rica edildiği için kurum ismine yer verilmemiştir. Araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakatta toplam 12 adet soru yer almaktadır. Bu sorular ilgili literatür taranarak araştırmacı tarafından oluşturulmuş ve alanında uzman akademisyenlerden görüşler alınarak son şekli verilmiştir.

3.3. Bulgular

Satış pazarlama çalışanları ile yapılan mülakat sonrasında elde edilen veriler için oluşturulmuş kategoriler kapsamında betimsel analiz yöntemi kullanılmış ve aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır. Değerlendirmeye katılanların işe tutkunluğuna ilişkin algı ve değerlendirmeleri özetlenerek birbiri ile ilişkilendirilmiştir. Bulgulara ilişkin öncelikle

araştırmaya katılanların (15 kişi) demografik özelliklerine yer verilmiş, daha sonra da araştırmmanın cevap aradığı sorulara ait bulgulara ve yorumlamalara geçilmiştir.

3.3.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Araştırmaya tamamı İstanbul'da ikamet eden toplam 15 satış pazarlama çalışanı katılmıştır. Bunların 13 tanesi yönetici, 2 tanesi de uzman konumunda çalışmaktadır. Araştırmaya katılanların 5 tanesi 5 yılın altında, 7 tanesi 5-10 yıl arası bir sürede, 3 tanesi 10 yılı aşkın bir sürede aynı şirkette ve satış pazarlama departmanında çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Çalışanların toplam çalışma yılı ve bu şirkette çalıştıkları yıl oranlandığında çalışma hayatlarının %88'ini bu şirkette geçirdikleri tespit edilmiştir. 11'i erkek, 4'ü kadın olan katılımcıların 11'i evli, 4'ü ise bekar. 11 evli katılımcının 7'sinin 2 ve üzeri çocuğu bulunmakta, 2'sinin hiç çocuğu bulunmamaktadır. Katılımcıların 12 tanesi lisans, 3 tanesi de yüksek lisans mezunu olup lisans derecesi altında mezuniyeti bulunan yoktur. Yaş dağılımlarına baktığımızda ise katılımcıların 10'u 30-35 yaş aralığında, 3 tanesi 36-40 yaş aralığında, 2 tanesi 40 yaş üzerinde olup toplam yaş ortalaması 36'dır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	4	27%
	Erkek	11	73%
Yaş	30-35	10	67%
	36-40	3	20%
	40+	2	13%
Medeni Durum	Evli	11	73%
	Bekar	4	27%
Eğitim	Lisans	12	80%
	Y. Lisans	3	20%
Kıdem	5 altı	5	33%
	5-10	7	47%
	10+	3	20%

Araştırma sorularına verilen cevaplarda ön plana çıkanlar aşağıda belirtilmiştir.

Araştırmada *çalışanların işe tutkunluk düzeyini etkileyen faktörleri* belirlemeye yönelik soruların neticesinde tüm katılımcılardan *örgütümün ve yöneticilerimin desteği beni motive eder, görevlerimi tamamlamada bana enerji verir ve beni mutlu eder* cevabı farklı yoğunlukta da olsa alınmıştır. *Yönetici ve örgüt desteği olmadan benim çabalarım yetersiz kalır* cümlesiyle sebebini belirtmektedirler. 3. ve 15. katılımcı hariç diğer katılımcılar *işimizin dinamik, yoğun, zor ve karmaşık olması çok dikkatli olmamızı gerektirir* cevabını vererek bu faktörlerin işe

tutkunluklarını olumlu etkilediğini belirtmişlerdir. 3. katılımcı hariç diğer katılımcılar *işimiz hareketli bir iş, farklı kişilerle ilişki kurmak, sosyal olmak işimin sevdiğim yönleri* cevabını vermişlerdir. Sebebini de *kişiliğim gereği böyle çalışmam gerekiyor* cümlesiyle açıklamaktadırlar. 1., 2., 6., 8., 11. ve 13. katılımcılar *çalışma ortamı işimi daha iyi yapmamı sağlar* cevabıyla bu konunun işe tutkunluğu etkilediğini belirtmişlerdir. *Çalışma ortamının keyifli olması beni motive eder* cümlesiyle sebebi belirtilmektedir. Çalışanların tamamı *takdir edilmek işime daha fazla sarılmamı sağlar* cevabıyla bu faktörün işe tutkunluklarını etkilediğini söylemektedirler. Sebep olarak da *takdir edilmek motivasyonumu artırır* cevabı verilmektedir. 2., 4., 5., 8., 9., 11., 12. ve 14. katılımcılar *işin sonucuna etkim varsa, başarıda katkım varsa bu bana enerji verir* cevabını vererek işe tutkunluk düzeyini etkilediğini söylemektedirler. Sebep olarak da *iş sonucu ve başarıda katkım varsa iş benim için daha anlamlı* cevabını vermektedirler.

Katılımcıların %27'si kadın, %73'ü erkektir. Erkekler ve kadınların işe tutkunluk düzeyleri arasında ciddi farklılıklar bulunmamakta, her iki grup da genel olarak *işimi mutlu bir şekilde yaparım* cevabını vermektedir. Erkeklerin kadınlara göre işe tutkunluklarını etkileyen faktörler içerisinde ön plana çıkan unsur *yönetici desteğidir*. 1., 2., 4., 6., 7., 9., 10., 12. ve 13. erkek katılımcılardan gelen cevaplar, yöneticilerinden gelen olumlu ve olumsuz desteklerden kadınlara göre daha fazla etkilendiklerini göstermektedir. Bunun sebebi olarak da yönetici desteğinin azimli olmayı, çalışma enerjisini ve motivasyon düzeyini etkilediğini belirtmektedirler.

Yaşları 36-40 arası ve 40 üzeri olan çalışanlar örneklemin %33'ünü oluşturmaktadırlar ve bu kişilerin işe tutkunluk düzeyleri, diğer çalışanlara göre daha yüksektir. 2., 6., 7., 8. ve 14. katılımcıların verdikleri cevaplara göre işe daha fazla önem ve anlam yükledikleri, kişilere karşı daha çözümsel yaklaştıkları ve işi daha sistemsel yaptıkları sonucuna varılmıştır. Bunu sağlayan sebep olarak da *şirkete olan aidiyetlerinin yüksek olmasını ve/veya işini sevmelerini* göstermektedirler. Bu kişilerden 6. katılımcı hariç diğer katılımcıların da aynı zamanda araştırma yapılan şirkette 10 yıl ve üzeri süredir çalıştıkları görülmektedir.

Örneklemin %73'ünü oluşturan evlilerin işe tutkunluk düzeyleri, bekarlara göre daha yüksektir. 1., 2., 5., 7., 8., 11., 12. ve 14. Katılımcılar, bunu etkileyen faktörler olarak *kariyer beklentisi* ve/veya *gelecek kaygısı* olarak belirtmektedirler. 1. ve 12. katılımcıların haricindeki katılımcılar çocuk sahibidirler ve *gelecek kaygısı* faktörünü ayrıca vurgulamaktadırlar.

3.3.2. İşe Tutkunluğun Dinçlik Boyutuyla İlgili Değerlendirme

Dinçliği Etkileyen Olumlu Faktörler

- İşin zorluğu ve dikkat gerektirmesi dolayısıyla dinç kalınması gerekliliği.
- Kariyer planları ve gelecek kaygısı.
- İşin doğası gerekli hareketli, dinamik olmak, farklı görüşlere ve farklı özelliklere sahip kişilerle ilişki kurmak, sosyal olmak.
- Hızla değişen ve gelişen bir iş olması dolayısıyla problemlerin beklemeden çözülmesi gerekliliği.
- Çalışma ortamı.
- Örgüt desteği.
- Yönetici desteği.
- Doğrudan sonuca etki edebilme farkındalığı.
- Verilen hedeflere ulaşma isteği.
- Başarıya ulaşıldığının farkındalığı.
- İş sevmeye, önemsemeye ve işten zevk alma.

Dinçliği Etkileyen Olumsuz Faktörler

- Aşırı baskı.
- Çalışanların örgütten beklentilerinin gerçekleşmemesi.
- İşin zorluğu, karmaşıklığı ve problem yoğunluğu.
- İşlerin yürütülmesinde örgütsel desteğin yetersiz kalması.
- Stres.
- Angarya işlerin yoğunluğu.

Mülakat uygulanan kişilerin genel olarak işlerine enerjik dinç ve olumlu duygularla başladıkları gözlenmiştir. Kişilerin hemen hemen tamamı işleri esnasında karşılaştıkları zorluk ve problemler karşısında bıkkınlık yaşamadan hızlıca problemin kaynağına inerek muhtemel çözümleri sıralayıp en uygun yolu derhal uyguladıklarını, aksi takdirde çözümü ertelenen problemlerin daha da büyüyerek çözülmesi zor bir hal alacağını ifade etmişlerdir. Çalışanların bir çoğu işlerine enerjiyle sarılarak yaptıklarını söylemekte, bunun nedenlerini de zor ve dikkat gerektiren bir iş olduğundan her an fiziksel ve zihinsel olarak dinç kalınması gerektiği, farklı problemler ve farklı çözümlerin yaratıcı tarafı gereği enerjik olunduğu, işlerin sonucuna ve başarıya direkt etki edebilmeleri neticesinde motivasyonlarının yükseldiği, çalışma ortamı, işlerin çözülmesi ve çalışan huzuru için örgüt ve yönetici desteği gibi olumlu desteklerin başarı

ve azim duygularını beslediği görüşlerini bildirmişlerdir. Satış pazarlama çalışanları için en önemli başarı ve azim hissi oluşturan maddenin ulaşılabilir hedeflerin (satış/karlılık vs.) olmasıdır. Kariyer planları ve gelecek kaygısı da kişilerin dinç kalmasını sağlayan hedeflerden biridir. Aynı şekilde örgüt desteğinin yeterli olmaması, çalışanların beklentilerinin yeterince karşılanmaması, çeşitli nedenler dolayısıyla kariyer planına ulaşamamak, aşırı baskı, iş stresi, iş süreçlerinin çok karmaşık olması çok fazla ve kendine özgü problemin ortaya çıkması, iş tanımları dışında gereksiz sayılabilecek işlerin çalışanların üzerine yüklenmesi, çalışanların dinçliğini yıpratıcı unsurlar olarak tespit edilmiştir.

3.3.3. İşe Tutkunluğun Adanmışlık Boyutuyla İlgili Değerlendirme

Adanmışlığı Etkileyen Olumlu Faktörler

- Örgüt desteği
- Kişi-iş uyumu.
- Takdir edilme isteği.
- Öğretici ve etkileşimli bir iş olması.
- Hedefe bağlı ve çok yönlü olması.
- İş sonuçlarına ve başarıya katkı.
- Aidiyet duygusu.
- Kişilerin öneri ve fikirlerine önem verilmesi.
- Çalışma ortamı, sosyal ilişkiler.
- Sorumluluk bilinci.

Adanmışlığı Etkileyen Olumsuz Faktörler

- Örgüt desteğinin yetersiz olması.
- Takdir edilmeme
- Yönetici desteğinin yetersizliği.
- Tam olarak bir iş tanımının olmaması.
- Kişi değerleriyle örgüt değerlerinin bazı noktalarda çatışması.
- İş yükü.
- Rutin işlerin fazlalığı.

Satış pazarlama işi hareket gerektiren, dinamik, özgün problemleri ve özgün çözümleri olan, farklı özelliklere sahip kişilerle iletişim gerektiren değişimin sürekli olduğu bir iştir. Mülakata katılan çalışanların neredeyse tamamı kişilik özellikleri gereği bu işe uyumlu

olduklarını, sabit, hareketsiz, dinamik olmayan işlerde çalışamayacaklarını belirtmişlerdir. Bu kişi-iş uyumunun önemini ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmada bu uyumun adanmışlığın neredeyse bir ön şartı olduğu anlaşılmaktadır. Kişiler masa başında çalışmaya uygun olmadıklarını, farklı kişilerle iletişim kurmanın kendilerini mutlu ettiğini, dinamikliğin, rekabetin sürekli gelişim imkanlarının kendilerini cezbedtiğini ifade etmişlerdir. Örgüt ve yönetici desteğinin, takdir edilmenin, iş süreçlerinde önerilerin ve fikirlerin dikkate alınmasının çalışanları motive ettiğini ve adanmışlığa olumlu etki sağladığı anlaşılmaktadır. Öte yandan çalışma ortamı, sosyal ilişkiler, kişiler arası etkileşim ve gelişim olanaklarının kişilerin örgüt hakkındaki duygularını olumlu etkilediği gözlenmiştir. Çalışanlar iş planlarını kendileri yapabilmekte, esnek çalışma saatlerini sorumluluk bilinciyle yönetmekte ve bu imkanlar onları mutlu ederek işe ve örgütlerine bağlanmalarını olumlu etkilemektedir. Adanmışlığı olumlu etkileyen faktörlerin yanında örgüt desteğinin yetersiz olması, kişilere ve yöneticilere bağlı olarak takdir edilmeme ve önerilerin dikkate alınmaması, yönetici desteğinin yetersiz kalması, iş tanımı dışında fazla iş yükü gibi nedenler de adanmışlığı olumsuz etkilemektedir. Kişilerin değerleri ve fikirleriyle örgütün değerleri arasında tam bir uyumsuzluk tespit edilmese de bazı konularda bu çatışmanın yaşanması, kişilerin örgüt ve gelecek planları hakkında olumsuz düşüncelere kapılmasını söz konusu kılmıştır.

3.3.4. İşe Tutkunluğun Yoğunlaşma Boyutuyla İlgili Değerlendirme

Yoğunlaşmayı Etkileyen Olumlu Faktörler

- Dikkat gerektiren bir iş olması dolayısıyla işi eksiksiz yapma isteği.
- İş yoğunluğu.
- İş daha iyi nasıl yapabilirim düşüncesi.
- Yönetici desteği.
- Örgüt desteği.

Yoğunlaşmayı Etkileyen Olumlu Faktörler

- Yönetici yaklaşımı.
- Örgüt desteğinin yetersizliği (fiziksel ve bilişsel imkanlar).
- İşin karmaşıklığı.
- İş veya iş dışı uyarıcılar.
- Aşırı iş yükü.
- Departmanlar arası iletişimsizlik.
- İşe ve iş yapış şekline yapıcı olmayan müdahaleler.

- Aşırı baskı.

Çalışanların adaptasyonunu için gerekli olan şartların sağlanması durumunda kişisel başarı sonucunun gerçekleştiği görülmektedir. Mülakat yapılan kişiler işlerinin dikkat gerektiren bir iş olması dolayısıyla minimum hatayla iş sonuçlarına ulaşabilmek için adaptasyon ve yoğunlaşmanın olması gerektiğini belirtmişlerdir. Kişiler işlerini yaparken genel olarak işi geliştirme ve işi daha iyi yapabilme konularıyla zihinlerini meşgul etmektedirler. Yoğunlaşmanın sağlanmasında yine yönetici ve örgüt desteğinin önemi görülmektedir. İş yoğunluğu da adaptasyonun sağlanmasında zorunlu bir dinamik olduğu anlaşılmıştır. Çalışanlar, yoğunlaşmayı olumsuz etkileyen unsurların olmaması durumunda işlerine odaklanmakta ve bundan haz duymaktadırlar. Kişiler genellikle işe yoğunlaştıklarında dış uyarıcılardan olumsuz etkilenmekte, tekrar yoğunlaşmanın da zaman aldığını ifade etmektedirler. İşin karmaşıklığı, aşırı baskı ve aşırı iş yükü, kişilerin işine ve iş yapış şekillerine müdahale edilmesi odaklanmayı düşüren etkenlerdendir. Departmanlar arası iletişimsizlik ve iş yapış şekillerindeki farklılıklar da iş süreçlerini yavaşlattığından dolayı çalışanların işe yoğunlaşmalarını olumsuz etkileyen unsurlar olarak dikkati çekmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Satış pazarlama sektörü hareket gerektiren, dinamik, özgün problemleri ve özgün çözümleri olan, farklı özelliklere sahip kişilerle iletişim gerektiren ve değişimin sürekli olduğu bir çalışma alanı olduğundan sevmeden yapılması çok olanaklı olmayan bir iştir. Çalışanların işlerini yapabilmek için yüksek enerjiye, işlerine duygusal bağlanmaya ve odaklanmaya ihtiyaçları hat safhadadır. İş yapış şekilleri ve ortaya çıkan problemlerin birçoğu kendine özgü olması, sürekli değişim ve gelişime uğraması çalışanlarının dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma duygularını sürekli olarak yüksek düzeyde tutmalarını gerektirmektedir.

Çalışma sonucunda işe tutkunluğun üç boyutu olan dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma başlıkları altında elde edilen bulgular ve sebepleri şu şekildedir; çalışanlar karşılaştıkları zor bir durum veya önemli bir problem karşısında çözüm için sürekli olarak fiziksel ve zihinsel dinçliğin olması gerektiğini belirtmektedir. Kişiler, bu durum karşısında sakin kalarak problemi tanımlamakta, çözümleri sıralamakta ve vakit kaybetmeden çözmek istemektedirler. İvedi çözüm üretilmemesi durumunda zaten zor olan işlerinin daha da karmaşıklaşacağını düşünmektedirler. İşin sürekliliğini ve verimliliğini sağlamak için bu enerjinin her zaman olması gerektiği anlayışı hakimdir. Çalışanlar, satış pazarlama işinin kişiliklerine uygun bir iş olduğunu düşünmektedirler. Hareketli ve dinamik olmayı, hem işlerinde hem de sosyal

hayatlarında insanlarla iletişim içerisinde olmayı istemekte, sabit kalmayı, yalnız olmayı ve rutin işleri kendilerine uygun görmemektedirler. Bu açıdan bakıldığında kişiler işlerini benimsemekte ve anlamlandırmaktadırlar. İşgörenler, kişiliklerine uygun bir iş olması dolayısıyla işlerini sevmekte ve dolayısıyla işlerini yaparken haz aldıklarını ifade etmektedirler. İş sonuçlarında etkilerini hissetmeleri, başarıda payları olduğunu düşünmeleri, bunların neticesinde hedeflerine ulaşmaları ve üstleri tarafından takdir edilme taleplerinin karşılanması, çalışanların işe ve örgüte bağlanma düzeylerini artırıcı özellikte olduğu, dolayısıyla adanmışlık seviyelerinin olumlu etkilendiği gözlenmiştir. Bu duygular aynı zamanda çalışanların enerjilerine de pozitif yansımaktadır. Çalışanlar hata yapmamak ve dikkatlerini işe vermek için işe yoğunlaşmak istemekte, yoğunlaştıklarında da dış uyarıcılardan rahatsız olmaktadır. Bunun sebebi olarak da işlerini önemsemeleri, hatasız olarak kaliteli iş sonuçlarına ulaşmak istemeleri ve işi nasıl daha iyi yaparım sorusuyla meşgul olmaları olarak belirtmektedirler. Bu tespitler neticesinde araştırma yapılan satış pazarlama çalışanlarının işe tutkunluk düzeylerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Yukarıdaki olumlu duyguların işe tutkunluğu artırdığı tespit edildiği gibi bazı unsurların da işe tutkunluk seviyesini düşürdüğü görülmektedir. Çalışanların örgütten beklentilerinin karşılıksız kalması, kariyer planı yapılmaması veya yapılan planın gerçekleşmemesi, iş stresi, aşırı baskı, yüksek iş yükü, işe ve iş yapış şekline yapıcı olmayan müdahaleler kişilerin dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma düzeylerini etkilemekte, işe tutkunluk seviyelerini düşürmektedir.

Tüm bu olumlu ve olumsuz faktörler sonrası çalışmada tespit edilen ve ayrı bir paragrafta belirtilmesi gereken iki unsur var ki bunlar yönetici ve örgüt desteğidir. İşe tutkunluğun boyutları olan dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma boyutlarını etkileyen en önemli ve ortak iki unsurun yönetici ve örgüt desteği olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışanlar kendilerini dinç hissetmeleri, işlerini sevmeleri ve odaklanmada problem yaşamamaları durumlarında bile örgütlerinden ve yöneticilerinden yeterli desteği göremediklerinde kendilerini yalnız hissetmektedirler ve hissettikleri olumlu duygular bile sonuca ulaşmada yetersiz kalmaktadır. Örgüt ve yöneticiler tarafından talep edilen işlerin sağlıklı olarak neticelenmesi için örgüt desteğinin çalışanların arkasındaki en büyük güç ve yönetici desteğinin de önemli bir motivasyon kaynağı olduğu değerlendirilmiştir.

Örgütsel faktörler, işe tutkunluk düzeyini bireysel faktörlere göre daha fazla etkilemektedir. Bunun nedeni kişilerin tüm örgüte etkisinin sınırlı olmasıdır. İşe tutkunluğun üç boyutunu etkileyen ve yukarıda belirtilen tespitlerin örgüt tarafından da farkındalığı ve iyileştirilmesi örgüte artı değer katan iş sonuçları için oldukça önemlidir. Bu konuda örgüt karar

vericilerine önemli görevler düşmektedir. Rekabetin yoğun yaşandığı 21. yüzyılda farklılık oluşturmak ve geleneksel rekabet yöntemlerinden uzaklaşarak insan kaynağını ön plana çıkarmak, örgütü rakiplerine göre bir adım öne çıkaracaktır. Bu çalışma gıda sektöründe faaliyet gösteren bir şirketin satış pazarlama çalışanlarının işe tutkunluk düzeylerini etkileyen faktörler üzerine yapılmıştır. Araştırmacılar tarafından sonraki çalışmalarda farklı sektörlerde ve farklı departmanlar üzerinde çalışmalar yapılarak karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca tesadüfi olmayan örnekleme yöntemiyle belirlenen 15 beyaz yaka çalışanıyla mülakat yöntemiyle tamamlanan bu çalışma, daha kapsamlı ve tesadüfi örnekleme yöntemiyle yapılan çalışmalar yapılmasıyla genellenebilirliği ölçülmelidir.

KAYNAKÇA

- Akın, U. & Oğuz, E. (2010). Öğretmenlerin işkoliklik ve tükenmişlik düzeylerinin ilişkisi ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Educational Administration: Theory and Practice*, 16 (3), 309-327.
- Algül, R. (2014). *Bugün İşe Gitmesem, İş Yaşamında Tükenmişlik Sendromu*. İstanbul: Mitra Yayınları.
- Aybas, M. (2014). *İnsan kaynakları uygulamalarının çalışanların işe adanmışlığı üzerindeki etkisi ve pozitif psikolojik sermayenin aracı rolü, konuya ilişkin bir araştırma*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bakan, İ. (2011). *Örgütsel Stratejilerin Temeli Örgütsel Bağlılık: Kavram, Kuram, Sebep Ve Sonuçlar*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Balay, R. (2000). *Örgütsel Bağlılık*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Başaran, İ. E. (1991). *Örgütsel davranış*. Ankara: Gül Yayınevi.
- Cüceloğlu, D. (2010). *İnsan Ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çankır, B. (2016). *Çalışmaya tutkunluk ve tükenmişliğin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisi ve bir uygulama*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy Of Management Journal*, (33), 692-734.
- Keser, A. (2012). Tükenmişlik sendromu. Aşkın Keser & Gözde Yılmaz & Senay Yürür (Ed.), *çalışma yaşamında davranış* (ss. 455-471). Kocaeli: Umuttepe Kitabevi.
- Maslach, C. & Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behaviour*, (1), 99-113.
- Maslach, C. & Leiter, M.P. (1997). *The truth about burnout*. San Francisco, CA: Josey Bass.
- Kanten, P. (2012). *İşgörenlerde işe adanmanın ve proaktif davranışların oluşumunda örgütsel güven ile örgütsel özdeşleşmenin rolü*. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Keser, A. & Yılmaz, G. (2012). İşe bağlanma. Aşkın Keser & Gözde Yılmaz & Senay Yürür (Ed.), *Çalışma yaşamında davranış* (ss. 109-135). Kocaeli: Umuttepe Kitabevi.
- Oktuğ, Z. (2014). *Yenilikçilik Ve Çalışmaya Tutkunluk*. İstanbul: Galata Yayıncılık.

Öngöre, Ö. (2016). *Kişilik Ve İşle Bütünleşme*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Özsoy, E. & Yıldız, G. (2013). Kişilik kavramının örgütler açısından önemi: Bir literatür taraması. *İşletme Bilimi Dergisi* Cilt:1 Sayı:2.

Salanova, M. & Agut, S. & PEIRO, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, (90), 1217-1227.

Schaufeli, W. B. & Salanova, M. & Gonzales-Roma, V. & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A confirmative analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, (3), 71-92.

Sürgevil Dalkılıç, O. (2006). *Çalışma Hayatında Tükenmişlik Sendromu*. Ankara: Nobel Yayınları.

Turgut, T. (2010). Çalışmaya tutkunluk. G. İslamoğlu (Ed.). *Kurumlarda iyilik de var* (ss. 57-89). Ankara: Nobel Yayınları.

Uygur, A. (2015). *Örgütsel Bağlılık Ve İşe Bağlılık*. Ankara: Barış Kitap.

Wasti, A. (2012). Örgütsel bağlılık kavramı, odakları, öncül ve sonuçları. Aşkın Keser & Gözde Yılmaz & Senay Yürür (Ed.), *Çalışma yaşamında davranış* (ss. 21-45). Kocaeli: Umuttepe Kitabevi.