



Yayına Geliş Tarihi: 24/03/2020
Yayına Kabul Tarihi: 28/04/2020
Online Yayın Tarihi: 29/04/2020

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt: 4, Sayı: 9, Yıl: 2020, Sayfa: 1-22
ISSN: 2587-2206

ÖRGÜTSEL SİNİZMİN TURİZM SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİNE ETKİSİ

Erkan AKGÖZ^(*)

Elaiym DARKANOVA^(**)

Özet

Bu araştırmanın amacı örgütsel sinizmin hizmet kalitesine etkisini ortaya koymaktır. Araştırmada verileri toplamak amacıyla anket kullanılmıştır. Araştırmanın evreninin turizm sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. Veriler Mart-Nisan 2019 tarihinde KTMÜ TOYO'dan elde edilmiştir. Veriler frekans, tanımlayıcı, farklılık ve regresyon analizlerinden yararlanılarak yorumlanmıştır. Farklı demografik özelliklere sahip olan çalışanların hem örgütsel sinizm hem de hizmet kalitesi ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılık yoktur. Örgütsel sinizm, hizmet kalitesini orta düzeyde ve pozitif yönde etkilemektedir. Destinasyonların ve işletmelerin turizm sektöründen arzu edilen sonuçları elde edilebilmesi için hizmet kalitesini artırması önemlidir. Bundan dolayı turizm işletmelerinde hizmet kalitesini artırabilmek için örgütsel sinizm duygusunu azaltmak gerekir. Çünkü çalışanların geliştirmiş olduğu sinik tutum ve davranışlar hem kendilerine hem de kurumlarına önemli düzeyde zarar verebilir. Bu nedenle emek yoğun faaliyet gösteren turizm işletmelerinin tüm faaliyetlerinde adaleti, dürüstlüğü ve tüm paydaşlara karşı şeffaf olmaları gerekir. Ayrıca çalışanların moral ve motivasyonunu üst seviyede tutacak yönetim anlayışını benimsemeleri, çalışma şartlarını iyileştirmeleri ve ekonomik refah düzeylerini artıracak önlemler almaları da önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sinizm, Örgütsel Sinizm, Hizmet Kalitesi

^(*) Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi/Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu (eposta: eakgoz@selcuk.edu.tr) ORCID ID. orcid.org/0000-0001-6723-0271

^(**) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu (eposta: darkanova.elaiym@mail.ru) ORCID ID. orcid.org/0000-0003-3062-8758

THE EFFECT OF ORGANİZATIONAL CYNİCİSM ON SERVICE QUALITY IN THE TOURİSM SECTOR

Abstract

The aim of this research is to reveal the effect of organizational cynicism on service quality. A questionnaire method was used to collect data in the research. The universe of the research consists of those working in the tourism sector. The data were obtained from KTMÜ TOYO in March-April 2019. The data were interpreted using frequency, descriptive, difference and regression analysis. There is no significant difference in the opinions of employees with different demographic characteristics regarding both organizational cynicism and service quality. Organizational cynicism affects service quality moderately and positively. Destinations and businesses must increase the service quality to achieve the desired results from the tourism sector. Therefore, it is necessary to decrease the sense of organizational cynicism to increase the service quality in tourism businesses. Because the cynical attitudes and behaviors developed by the employees can significantly harm both themselves and their institutions. For this reason, labor-intensive tourism businesses must be fair, honest and transparent to all stakeholders in all their activities. It is also recommended that employees adopt a management approach that will keep their morale and motivation at a high level, improve working conditions and take measures to increase their economic well-being.

Keywords: Tourism, Cynicism, Organizational Cynicism, Quality of Service

1. Giriş

Turizm binlerce kurumu ve milyonlarca kişiyi pek çok açıdan etkileme gücüne sahiptir. İnsan odaklı üretim ve tüketim gerçekleştiğinden hizmet kalitesinde standardı yakalamak oldukça zordur. Ayrıca işletmeleri, ürünleri ve bireyleri kolay kolay beğenmeyen, hiçbir şeyden memnun olmayan, etrafındakileri sürekli tehdit eden kişilerle her an karşılaşma olasılığı da bulunmaktadır. Bu gibi olumsuzluklar, sunulan hizmetlerin kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir.

Turizm sektöründe ürün ve hizmet üretmek için birçok bileşenin aynı anda bir arada bulunması gerekmektedir. Bireysel ve örgütsel dayanışmanın da mecburiyet arz ettiği turizmde, çeşitli nedenlerden dolayı pek çok öfke, kırgınlık, kızgınlık, ümitsizlik, hayal kırıklıkları yaşanmaktadır. Sinizm olarak tanımlanan bu durum yüksek veya standart kalitede hizmetin sunulmasına engel teşkil etmektedir. Bundan dolayı son zamanlarda sinizm ile ilgili oldukça fazla çalışma yapılmaktadır. Araştırmaların büyük bir bölümü personelin çalıştığı kuruma karşı hissettiği olumsuzluklar üzerine yoğunlaşmaktadır. Dean vd., (1998) bu tür

araştırmaların yetersiz olacağını, sinizm ile ilgili çalışmalar yapılırken bireylerin örgüte karşı bilişsel, duygusal ve davranışsal tutumlarının da dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Çünkü turizm sektöründe üretim ile tüketim eş zamanlı gerçekleştiğinden personelin bu gibi olumsuzlukları sadece kurumu değil, mesai arkadaşlarını, yöneticileri, turistleri ve tüm paydaşları da etkilemektedir.

Hizmet kalitesi, turizm işletmelerinin ulusal ve uluslararası rekabet üstünlüğü elde etme hususunda en önemli unsur olarak kabul edilmektedir (Tütüncü, 2009). Çalışanların kuruma karşı duyguları ile üretmiş oldukları ürün ve hizmetler arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. Bu duyguların ortaya çıkmasına vesile olan unsurların belirlenerek gerekli çözüm önerilerinin geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bundan dolayı bu çalışma örgütsel sinizmin hizmet kalitesine etkisini incelemek amacıyla hazırlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Örgütsel Sinizm

Akademik alanda çeşitli şekillerde tartışılan sinizmin kavramının tarihi M.Ö. IV. yüzyıla dayanmaktadır. Yaşam felsefesi ve düşünce okulu olarak kabul edilen sinizm ile ilgili farklı tanımlar yapılmıştır (Doğan & Uğurlu, 2014). Yapılan araştırmalarda sinizmin “cynicism” kelimesinden türediği ve anlam olarak da bireyin doğasında olan güvensizlik, saygısızlık gibi olumsuz durumları ifade etmek için kullanıldığı anlaşılmaktadır (Zaidi vd., 2011). Sinizm akademik süreç içerisinde ise iki farklı şekilde kullanılmıştır. Bunlardan ilki Antisthenes’in çalışma salonu olan “*Kynosarges*” kelimesinden, ikincisi ise; Diogenes tarafından köpek anlamına gelen “*Kyon*” olarak kullanıldığı belirtilmektedir. Diogenes, Antisthenes’in düşüncelerini kabul etmediği ve bu düşünceyi küçümsediği için böyle bir kullanımı tercih ettiği ifade edilmektedir (Shea, 2010: 7).

Genel olarak herhangi bir kişi veya gruba karşı oluşan ümitsizlik, şüphecilik, hayal kırıklığı gibi olumsuz tutum ve davranışları ifade etmek için kullanılan (Andersson & Bateman, 1997) sinizm, insanları veya olayları küçümseme, aşağılama ya da acı çekme, utanma gibi duygusal bileşenler olarak da kabul edilmektedir (Abraham, 2000). Kendi iyiliği ve çıkarları doğrultusunda hareket eden kişileri tanımlamak için kullanılan

sinizm de temel düşünce; iyilik, dürüstlük, samimiyet, adalet gibi kavramları göz ardı etmektir (Erdost vd., 2007). Bundan dolayı kişisel menfaatlerini gözeten ve herkesin bu şekilde davrandığını düşünen kişilere de sinik denilmektedir (Balay vd., 2013). Sinik kişiler zor beğenen, sürekli hata arayan, başkalarını küçümseyen ve eleştirel davranışları olan bireylerdir.

Kurumlar hedeflerine ulaşabilmek için değişen çevre ve piyasa şartlarına uyum sağlama zorundadırlar. Bunu gerçekleştirebilmek amacıyla kalifiye personel istihdam etmeye çaba göstermekte; yetersiz gördüğü bireylerle ya birlikteliğini sonlandırmakta ya da daha pasif görevler vermektedirler. İşletmelerin bu tür uygulamaları çalışanların kuruma karşı olumsuz tavır takınmaları sinizm ve örgütsel sinizme yol açmaktadır.

2.1.1. Örgütsel Sinizmin Boyutları

Örgütsel sinizm, bir çalışanın görev yaptığı kuruma ve/veya o kuruma ait herhangi bir kişi, nesne ya da olaya karşı geliştirmiş olduğu negatif tutum olarak kabul edilmektedir. Bu durumun oluşmasında kurumun hedef kitlesine adil davranmaması, samimi olmaması, ilkelerinden taviz vermesi gibi olumsuz davranışlar etkili olmaktadır. Bunun sonucunda da bireylerin kuruma karşı kızgınlık, kırgınlık, güvensizlik, ümitsizlik gibi spesifik duygular oluşmaktadır (Yalçınkaya, 2014). Örgütsel sinizm olarak ifade edilen bu durum, kişinin üyesi olduğu örgüt ile o örgüt tarafından belirlenen kurallara ve uygulamalara karşı negatif bir tutuma sahip olmasıdır. Bu gibi tutumlar açıktan dile getirildiği gibi bazen gizli olarak da gerçekleşmektedir (Yavuz & Bedük, 2016).

Çalışanların görev yaptıkları kuruma karşı olumsuz tutum takınması, kurumsal bağlılıklarının zayıf olması ve dürüst olmayan davranışlar sergilemesi (Dean vd., 1998) olarak ifade edilen örgütsel sinizm; kişinin görev yaptığı örgütün, (1) bütünlükten yoksun olduğuna inanması, (2) örgüt ile ilgili negatif duygular taşıması, (3) örgüte yönelik aşağılayıcı ve eleştirel davranışlar sergilemesi olarak da tanımlanmaktadır (Arslan, 2012). Örgütsel sinizm çalışanların kuruma karşı fedakâr olmayan davranışlar sergilemesi, içinde gizli düşmanlık beslemesi şeklinde de ifade edilmektedir. Bu gibi olumsuz tutumlar üç boyutta değerlendirilmektedir (Dean vd., 1998; Abraham, 2000).

a. Bilişsel (İnanç) Boyut: Kurumun hedef kitlesine karşı samimiyetsiz ve dürüstlükten yoksun tutumların olduğu boyuttur. Bu boyutta örgüt içerisinde öfke, kınama ve hor görme gibi negatif duygulara yönelik inanç hâkimdir.

b. Duyuşsal (Duygu) Boyut: Kurum içerisindeki olumsuz durumlar sonucu meydana gelen öfke, sıkıntı, utanç, saygısızlık vb. duygusal tepkilerin oluşturduğu boyuttur.

c. Davranışsal Boyut: Örgütsel sinizmin bu boyutunda çalışanlar genel olarak çevresine kurum ile ilgili olumsuz bilgiler aktarmakta, şikâyet ve eleştirilerde bulunmaktadır. İş görenler kurumun geleceğine yönelik devamlı karamsar tahminlerini dile getirmektedirler.

2.1.2. Örgütsel Sinizmin Belirtileri

Örgütsel sinizm genel olarak verilen sözlerin yerine getirilmemesi, subjektif kriterlere göre terfilerin olması, adil olmayan ücret sistemi, görev ve yetki dağılımında birtakım ihlallerin yaşanması, uygun olmayan çalışma saatleri, örgütsel küçülme, haksız işten çıkarma gibi nedenlerle ortaya çıkar (Özgener vd., 2008). Bundan dolayı örgütsel sinizm, örgüt kararlarına inançsızlığı, niyetlerinin samimi olmaması, yöneticilerin gerçek karakterlerini yansıtmaması olarak da değerlendirilmektedir (Helvacı ve Çetin, 2012). Farklı disiplinler tarafından birçok açıdan açıklanmaya çalışılan örgütsel sinizmin belirtileri genel olarak aşağıdaki gibi özetlenmektedir (Scharmer ve Kaufer, 2013; Görmen, 2017; Batmantaş ve Örücü, 2018; Sohmen, 2016):

- Tüm kademelerde görev alanların yaratıcılık özelliklerinden uzaklaşıldığına dair duygusal ifadelerin kullanılması,
- Farklı kademelerde görev yapanların kişisel gelişiminin engellendiği veya etkisiz hale getirildiğinin hissedilmesi,
- Çalışanlarda kuruma karşı olumsuz ve eleştirel duyguların artması,
- Değişik özelliklere sahip personelde yöneticilerden sürekli aşağılayıcı ve hakaret edici davranışlar geleceğine dair beklentinin oluşması,
- Çalışanların hem kendi hem de örgütün geleceği ile ilgili anlamsız ümitsizliğe kapılması.

Örgütsel sinizmin ile ilgili yukarıda ifade edilen belirtilerin ortaya

çıkmasının birçok nedeni bulunmaktadır. Örgütler arasında artan rekabet ortamı, bu nedenlerin başında gelmektedir. Ayrıca gelişen piyasa şartlarına ve ihtiyaçların farklılaşmasına bağlı olarak değişimin mecburi olması da örgütsel sinizmin oluşmasını artırmaktadır. Çünkü kurumların ve çalışanların değişime uyum sürecinde karşılaşılan zorluklar sinizmi etkilemektedir (Candan, 2013).

Örgütsel sinizm genel olarak bireyin kişisel özelliklerinden ortaya çıktığı belirtilmektedir (Shea, 2010; Andersson ve Bateman, 1997). Şüpheli, kaygılı, içedönük, samimiyetten uzak, çıkarıcı ve liderlik özelliği olmayan kişilerde daha fazla görülmektedir. Dolayısıyla bu durumu insanın ve örgütlerin doğası olarak kabul etmek gerekir.

2.1.3. Örgütsel Sinizmin Sonuçları

Örgütlerin hedeflerine ulaşabilmesi için iyi bir teknolojik donanıma sahip olması, alt ve üst yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ancak bu unsurlar hiçbir zaman tek başına yeterli olmamaktadır. Bunun için çalışanların beklentilerinin karşılanması, duygusal, fiziksel ve psikolojik durumları da en üst seviyeye çıkarılmalıdır. Bunların karşılanmaması durumunda oluşabilecek sonuçları Kalağan (2009) tarafından yapılan çalışmadan yararlanarak örgütsel sinizmin sonuçlarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

- Çalışanlar yapmış oldukları işten tatminsizlik hisseder.
- Örgütün iş gücü devir hızı artar ve maliyetler yükselir.
- Farklı kademelerde görev yapan personelin kuralları uygulaması zorlaşır.
- Örgütsel performans olumsuz etkilenir.
- Paydaşların örgüte karşı şüpheleri artar.
- Çalışanların kendilerine olan özgüveni azalır.
- Çalışanlar arasındaki sosyal ilişkiler zayıflar (Kalağan, 2009)

2.2. Hizmet Kalitesi

Hizmet farklı özelliklere sahip bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere yerine getirilen soyut faaliyetlerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Arslantürk vd., 2013). Fiziksel çıktısı olmayan hizmet; üretildiği yerde tüketilen, kişilere rahatlık ve zaman gibi ek fayda sağlayan ekonomik süreçtir. İnsan gücüne dayalı olarak üretilen hizmetler heterojen bir özelliğe sahiptir. Kalitesi üreticiye, müşteriye, çevreye ve zamana göre değişiklik

gösterebilir (Parasuraman vd., 1985). Yani hizmette standart bir kalite garanti etmek, ölçmek, stoklamak, denemek gibi ihtimaller olmaz. Buna benzer özelliklerinden dolayı çeşitli beklentileri olan bireylere sunulan hizmetlerde her zaman aynı kaliteyi elde etmek oldukça zordur.

Kalite, müşterinin istek ve kullanımına uygun ürün ve hizmet sunarak hem mevcut hem de gelecekteki müşteri beklentilerini karşılamak şeklinde tanımlanmaktadır. Hizmetin kalitesi uzun vadeli bir performans değerlendirme sonucu ortaya çıkan bir tutum olarak kabul edilir (Wirtz ve Lovelock, 2017). Bundan dolayı kalite; hedef kitlenin beklentilerine önem vermek, sürekli değişen ve farklılık arz eden taleplerini karşılamaya yönelik anlayışın benimsenmesidir.

Soyut ürünlerden oluşan hizmetin üretimi ile tüketimi aynı anda gerçekleştiğinden kalitesi için sadece üretici konumunda olan kişilerin sorumluluklarını yerine getirmesi yeterli olmaz. İlgili ürünü müşteriye sunarken ki etkileşim de hizmetin kalitesini etkileyebildiği gibi müşterinin daha önceki tecrübe, deneyim, ekonomik durumu, eğitim seviyesi, kültürel değerleri de etkili olabilir.

3. Yöntem

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle yapılan çalışmanın amacı, önemi, evreni, örnekleme, veri toplama yöntemi, analizleri yer almaktadır. Çalışmanın devamında bulgular değerlendirilerek ortaya çıkan sonuçlar ile ilgili çözüm önerileri sunulmaktadır.

3.1. Araştırma Amacı ve Önemi

Turizm sektöründe sunulan hizmetin kalitesi daha çok insan unsuruna göre değişiklik göstermektedir. Kuşkusuz, örgütler için en önemli unsur çalışanlardır. Turizm işletmelerinin amaçlarına ulaşması personelin kişisel özellikleri, insanlarla iletişim yeteneği, ekip ruhu ile çalışabilmesi, mesleki etkinliği ve yetenekleri ile doğrudan ilişkilidir. Bundan dolayı personel memnuniyeti, misafir memnuniyeti kadar önemlidir. Çünkü hizmet sektöründe faaliyet gösteren kişiler kendileri memnun olmadan, başkalarını da memnun edemezler. Bundan dolayı bu çalışma, örgütsel sinizmin hizmet kalitesini ne derece etkilediğini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Çalışmada öncelikle ilgili literatür incelenerek araştırmanın amaçlarına uygun verilerin toplanması amacıyla anket geliştirilmiştir. Anket üç (3) bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri ve sektör tecrübelerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde Brandes'ın (1997) geliştirdiği ve Kalagan

(2009) tarafından Türkçe'ye uyarlanan örgütsel sinizm ölçeğinden yararlanılmıştır. Anket formunun son bölümünde ise hizmet kalitesi ile ilgili Lim ve Tang (2000) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır.

Demografik sorular katılımcıların yaşı, okuduğu bölümü, sınıfı, görev yaptığı departmanı ve çalışma süresi gibi özellikleri belirleme amacı taşımaktadır. Örgütsel sinizm ve hizmet kalitesine yönelik ifadeler 5'li Likert ölçeğine göre; "1=Kesinlikle Katılmıyorum, ...,5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde derecelendirilmiştir.

Araştırmanın evrenini turizm sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. Örneklem olarak ise KTMÜ Turizm ve Otelcilik Yüksekokulunda öğrenim gören ve turizm sektöründe stajyer veya normal personel olarak çalışanlar belirlenmiştir. Turizm ve Otelcilik Yüksekokulunda "Gastronomi ve Mutfak Sanatları", "Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği" ile "Turizm ve Otel İşletmeciliği" olmak üzere üç bölümde 2019 yılı bahar döneminde hazırlık sınıfları hariç yaklaşık 460 kişi öğrenim görmektedir (ÖİDB, 2019). Büyüklüğü 460 olan çalışmalar için \pm % 5 payı ile 210 kişiye ulaşılması gerektiği ifade edilmektedir (Ural & Kılıç, 2013). Kolayda örneklem yöntemi ile 240 öğrenciden geri dönüş sağlanarak araştırma için yeterli sayı elde edilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirlik analizleri için Cronbach's Alpha Katsayısı tercih edilmiştir. İfadelere verilen cevaplar 0,00-0,40 arasında ise güvenilir değil, 0,40-0,60 arasında düşük güvenilirlikte, 0,60-0,80 arası oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arasında yer alırsa yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Kılıç, 2016: 48). Örgütsel sinizm ölçeğinin Cronbach's Alpha Katsayısı 0,712, hizmet kalitesinin ise 0,798 olarak hesaplanmıştır. Buna göre ölçeklerin oldukça güvenilir oldukları tespit edilmiştir. Araştırmanın geçerliğini test etmek için açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizine göre Örgütsel sinizm ölçeğinin 4 faktör altında toplandığı görülmüştür. Ayrıca, araştırma verileri üzerinde frekans, farklılık ve regresyon analizler yapılmıştır.

4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu bölümde turizm sektöründe stajyer veya personel olarak görev yapanların demografik özelliklerine göre sinizm ve hizmet kalitesi ile ilgili düşüncelerine göre elde edilen bulgular yer almaktadır. Araştırma kapsamında yer alanlardan 2019 yılında elde edilen bulgular frekans, tanımlayıcı, farklılık ve regresyon analizlerinden yararlanılarak yorumlanmıştır.

4.1. Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerini açıklamak için hazırlanan tablo incelendiğinde çalışanların % 60,4'ü kadın, % 39,6'sı erkek, bir tanesi ise cinsiyet ile ilgili soruya cevap vermemiştir. Katılımcıların % 71,7'si 21-23 yaş, % 20,4'ü de 18-20 yaş aralığındadır. Çalışma kapsamında yer alanların yarından fazlası (132) restoran ve bar departmanının da görev yaparken, 29'u resepsiyonda, 28'i mutfak, geri kalanları ise diğer departmanlarda görev yapmaktadırlar. Demografik özelliklerle ilgili diğer bulgular aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1: Demografik Özellikler

		N	%
Cinsiyet	Erkek	95	39,6
	Kadın	145	60,4
Yaş	18 ve altı	1	0,4
	18-20	49	20,4
	21-23	172	71,7
	24-26	14	5,8
	27 ve üzeri	4	1,7
Bölüm	TRO	121	50,4
	STR	61	25,4
	GMS	58	24,2
Sınıf	2 sınıf	42	17,5
	3 sınıf	97	40,4
	4 sınıf	101	42,1
Departman	Resepsiyon	29	12,1
	Restoran-Bar	132	55,0
	Mutfak	28	11,7
	Kat Hizmetleri	23	9,6
	Diğer	28	11,7
Çalışma süresi	1 sezon	81	33,8
	2 sezon	97	40,4
	3 sezon	41	17,1

	4 sezon ve üstü	21	8,8
--	-----------------	----	-----

4.2. Araştırmanın Betimleyici Bulguları

Araştırma kapsamındakilerin sinizm ve hizmet kalitesi ile ilgili düşüncelerini belirlemek için tanımlayıcı/madde analizi yapılmıştır. Tanımlayıcı bulgularda aritmetik ortalama aralıkları; 1.00-1.80; “çok kötü”, 1.81-2.60; “kötü”, 2.61-3.40; “orta”, 3.41- 4.20; “iyi” ve 4.21-5.00; “çok iyi/mükemmel” şeklinde yorumlanmaktadır (Yaman & Tekin, 2010).

Sinizm ile ilgili düşüncelerden yedi (7) tanesi kötü, on bir (11) ifade orta, iki ifade ise iyi dereceye sahiptir. Sinizm ile ilgili “*Fedakâr insanlardan haksız olarak çıkar sağlayan insanları gördüğümde üzülürüm*” ifadesi en yüksek (3,638), “*Çalıştığım otelin söylemleri ve sloganlarıyla dalga geçerim*” ifadesi de en düşük (2,138) memnuniyet oranına göre olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Örgütsel Sinizm ile İlgili Betimleyici Bulgular

Sinizm ile İlgili İfadeler	Ort.	SS.
İşletmedeki personelin birçoğu kendini beğenir	3,517	1,078
İşletmedeki personel kendi çıkarları için yalan söyler	3,192	1,137
İşletmede personel mesai arkadaşını kurtarmak için sorumluluk almaz	3,050	1,174
İşletmede kendi çıkarlarını düşünen, bencil insanların sayısı fazladır	3,092	1,185
Personel dürüstlükten ve ahlaktan bahseder ama ona uygun davranmaz	3,325	1,122
Başkaları ahlak dışı davranışlar yaptığı için diğerleri de yapar	3,238	1,209
Personel inandığından değil, yakalanmamak için dürüst davranır	3,358	1,145
Fedakâr insanlardan haksız olarak çıkar sağlayan insanlara üzülürüm	3,638	1,178
Birçok kişi gereğinden fazla diğerlerini düşünüyormuş gibi davranır	3,333	1,123
İşletmeyi düşündüğümde sinirlenirim	2,429	1,215
İşletme yöneticileri verdikleri sözleri yerine getirmez	2,667	1,156
İşletmenin amaç ve politikaları ile uygulamaları farklıdır	3,217	1,099
İşletmenin gelişmeleri hakkında meraklı değilim	2,500	1,109
İşletmenin söylemleri ve sloganlarıyla dalga geçerim	2,138	1,072
İşletme gündeme geldiğinde çalışanlarla anlamlı bakışlar yaşarım	3,288	1,123
Mesai dışında arkadaşlarımla olup bitenleri eleştiririm	2,592	1,113

Çalıştığım işletme personeli motive etmiyor	2,678	1,223
Çalıştığım işletmede kendimi zorlayarak çalışıyorum	2,425	1,147
Çalıştığım işletmenin gelişmesine katkı sağlamak istemiyorum	2,358	1,174
Çalıştığım işletme personele hiç önem vermiyor	2,521	1,244

Araştırma kapsamında hizmet kalitesi ile ilgili tanımlayıcı analiz de yapılmıştır. Yapılan analiz sunucuna göre katılımcıların hizmet kalitesi ile ilgili ifadelerine vermiş oldukları cevaplardan sadece birisi “orta” diğerlerinin tamamı “iyi” derecededir. Hizmet kalitesi ile ilgili ifadelerden en yüksek değer 4.038 ortalama ile “Çalıştığım işletmedeki personel temiz ve düzgün görünümlüdür” ifadesidir. En düşük ortalama ise “Çalıştığım işletmede tüm personel alanında yeterli bilgiye sahiptir” (3,283) ifadesine aittir.

Tablo 3: Hizmet Kalitesi ile İlgili Betimleyici Bulgular

Hizmet Kalitesi ile İlgili İfadeler	Ort.	SS.
Çalıştığım işletme modern araç-gereç ve donanıma sahiptir	3,871	0,908
Çalıştığım işletmedeki personel temiz ve düzgün görünümlüdür	4,038	0,845
Çalıştığım işletmede tüm personel alanında yeterli bilgiye sahiptir	3,283	1,151
Personel konuk memnuniyeti için elinden gelenin en iyisini yapar	3,779	1,065
Tüm personel daha iyi hizmet için yönetimden yeterli desteği alır	3,671	0,996
Çalıştığım işletmede müşterilere verilen tüm sözler yerine getirilir	3,588	1,055
Konukların siparişleri ve talepleri zamanında yerine getirilir	3,700	1,019
Çalışanlar işlerini doğru bir şekilde yerine getirir	3,742	0,955
Çalıştığım işletmede konuklar kendilerini güvende hisseder	4,000	0,873
Tüm personel konuklara yardım etmek için isteklidirler	3,800	1,011
Çalıştığım işletmede konuklara yüksek fiyat ile ürün satılmaz	3,379	1,106
İşletmede tüm kayıtlar ve faturalamalar doğru ve eksiksiz yapılır	3,796	1,000
Çalıştığım işletmede tüm konuklara aynı oranda kibar davranılır	3,783	1,080
İşletme sektöründeki yenilikleri ve gelişmeleri yakından takip eder	3,900	1,018

4.3. Örgütsel Sinizme Yönelik Faktör Analizi Bulguları

Aralarında düşük ilişkiye sahip çok sayıdaki değişkenin uygun sayıya düşürülmesi, ölçeğin yapı geçerliliğinin test edilmesi, gruplandırılması ve ana faktörlere dönüştürülmesi amacıyla faktör analizi

yapılmıştır. Bulgular incelendiğinde KMO örneklem değerinin 0,835, Bartlett testi ki-kare 1464,017 ve anlamlılık değerinin de 0,000 olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar verilerin faktör analizine uygunluk açısından yeterli olduğunu göstermektedir.

Faktör analizi sırasında 20 soruluk örgütsel sinizm ölçeğinde bulunan “*Otel gündeme geldiğinde diğer çalışanlarla anlamlı bakışlar yaşarım*” ifadesi faktör yüklerinin ölçekteki diğer alt boyutlar altında toplanmaması nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Geri kalan 19 ifade direct oblimin rotasyonu kullanılarak, öz değeri 1’den fazla olan ve faktör yükü 40’tan büyük ifadeler dikkate alınmıştır. Yapılan işlem sonucunda örgütsel sinizm ölçeğinin dört (4) boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Birinci boyut dokuz (9) ifadeden oluşmaktadır. İfadeler yönetim ile ilgili olduğundan birincisi “*Yönetimi Boyutu*”, ikincisi genel olarak çalışanlarla ilgili altı (6) ifadeden oluştuğundan “*Personel Boyutu*”, üçüncü boyutta iki (2) ifade yer almakta ve “*Yardımsızlık Boyutu*”, son boyutta kişilerin davranışları ile ilişkili iki (2) ifade yer aldığından “*Davranış Boyutu*” ismi verilmiştir. Boyutların hepsi toplam varyansın % 53,68’ini açıklamaktadır.

Tablo 4: Örgütsel Sinizm Ölçeğinin Faktör Analiz Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükü	Özdeğer	Varyans (%)	Art. Ort.	Alpha
İşletme Yönetimi Boyutu		5,221	24,45	2,478	0,866
Çalıştığım işletme personele hiç önem vermiyorum	0,791				
Çalıştığım işletmede kendimi zorlayarak çalışıyorum	0,748				
İşletmenin gelişmesine katkı sağlamak istemiyorum	0,730				
İşletmeyi düşündüğümde sinirlenirim	0,711				
Çalıştığım işletme personeli motive etmiyor	0,705				
İşletmenin gelişmeleri hakkında meraklı değilim	0,660				
İşletmenin söylemleri ve sloganlarıyla dalga geçerim	0,619				
İşletme yöneticileri verdikleri sözleri yerine getirmez	0,603				
Mesai dışında arkadaşlarımla olup bitenleri eleştiririm	0,576				
Personel Boyutu		2,734	15,542	3,257	0,747
Personel dürüstlükten ve ahlaktan bahseder ama ona uygun davranmaz	0,707				

İşletmede kendi çıkarlarını düşünen, bencil insanların sayısı fazladır	0,687				
İşletmedeki personel kendi çıkarları için yalan söyler	0,666				
Başkaları ahlak dışı davranışlar yaptığı için diğerleri de yapar	0,645				
Personel inandığından değil, yakalanmaktan korktuğu için dürüst davranır	0,560				
Birçok kişi gereğinden fazla diğer insanları düşünüyormuş gibi davranır	0,549				
Yardımseverlik Boyutu		1,173	7,177	3,115	0,422
İşletmede personel mesai arkadaşını kurtarmak için sorumluluk almaz	0,664				
Fedakâr insanlardan haksız olarak çıkar sağlayan insanlara üzüdürüm	0,570				
Davranış Boyutu		1,072	6,518	3,367	0,101
İşletmedeki personelin birçoğu kendini beğenir	0,703				
İşletmenin amaç ve politikaları ile uygulamaları farklıdır	0,550				
Direct oblimin rotasyonlu temel bileşenler analizi. Açıklanan toplam varyans: % 53,682 KMO örneklem yeterliliği: ,835; Bartlett's küresellik testi: $X^2:1464,017$, s.d. 171, $p=0,000$; Genel ortalama: 2,928; Ölçeğin tamamı için Alfa: ,799					

4.4. Farklılık Analizleri

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma ile ilgili hipotezleri test etmek amacıyla farklılık analizleri yapılmıştır. Bunun için değişken sayısı iki (2) olanlar için t testi, ikiden fazla olanlar için ise ANOVA testi uygulanmıştır.

Katılımcılar farklı cinsiyetlere sahip olduğundan örgütsel sinizm ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için t testi uygulanmıştır. Yapılan test sonucunda araştırma kapsamında yer alanlar farklı cinsiyette olsalar da örgütsel sinizm ile ilgili düşüncelerinde herhangi anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir.

Tablo 5: Örgütsel Sinizm Boyutlarının Cinsiyet Açısından Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ort.	SS	F	P
İşletme Yönetimi Boyutu	Erkek	95	2,496	0,803	0,076	0,784
	Kadın	145	2,467	0,813		

Personel Boyutu	Erkek	95	3,310	0,742	0,027	0,381
	Kadın	145	3,222	0,772		
Yardımseverlik Boyutu	Erkek	95	3,058	0,818	0,180	0,378
	Kadın	145	3,152	0,796		
Davranış Boyutu	Erkek	95	3,342	0,836	1,131	0,698
	Kadın	145	3,383	0,762		

Araştırmaya dahil edilenlerin cinsiyetleri ile hizmet kalitesi hakkındaki düşünceleri de incelenmiştir. Hazırlanan tablo incelendiğinde farklı cinsiyette olan katılımcıların hizmet kalitesi ile ilgili ifadeler hakkındaki düşüncelerinde her hangi anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Yani bireyler farklı cinsiyetlerde olsalar da hizmet kalitesi ile ilgili düşünceleri anlamlı değişiklik göstermemektedir.

Tablo 6: Hizmet Kalitesinin Cinsiyet Açısından Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Ort.	SS.	F	P
Hizmet Kalitesi	Erkek	95	3,767	0,678	0,468	0,578
	Kadın	145	3,719	0,640		

Araştırmanın bu bölümünde hem hizmet kalitesi hem de örgütsel sinizm değişkenlerinin ikiden fazla gruba sahip demografik değişkenler açısından karşılaştırılması amacıyla Anova Post-Hoc Scheffe testi yapılmıştır. Araştırmada örgütsel sinizm ile ilgili katılımcıların yaşına, bölümüne, sınıfına, çalıştığı departmanına ve çalışma süresine göre ayrı tablolar hazırlanarak farklılıklar araştırılmıştır.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin farklı departmanlarında değişik yaş gruplarında personel görev yapmaktadır. Bireylerin farklı yaş grubunda olması ile örgütsel sinizm hakkındaki düşünceleri arasında herhangi anlamlı bir farklılığı test etmek için non-parametrik test uygulanmıştır. Çünkü parametrik testlerin uygulanabilmesi için her bir grubun asgari örnek sayısının 30 olması, dağılımın normal olması ve gruplar arası varyansın eşit olması gerekmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2013:214). Bu yüzden yaş grupları ile örgütsel sinizm arasında anlamlı farklılığı belirlemek için *Kruskal Wallis Testi* uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre bireylerin farklı yaş grubunda olması ile örgütsel sinizm hakkındaki düşüncelerinde anlamlı farklılık görülmemektedir ($p>0,05$).

Tablo 7: Örgütsel Sinizm Boyutlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması

	Yönetim Boyutu	Personel Boyutu	Yardımseverlik Boyutu	Davranış Boyutu
Ki Kare	6,534	7,847	2,365	3,063
Serbestlik Derecesi	4	4	4	4
Anlamlılık Düzeyi	0,163	0,097	0,669	0,547

Katılımcıların öğrenim gördüğü bölümlere göre örgütsel sinizm boyutlarına ilişkin algılarında farklılık olup olmadığını belirlemek için Anova Post-Hoc Scheffe testi yapılmıştır. Tablo 8 incelendiğinde kişilerin örgütsel sinizm ile ilgili “personel” ve “Yardımseverlik” boyutu hakkındaki düşüncelerinde anlamlı farklılıklar belirlenmiştir ($p<0,05$). Her iki boyutta da *Turizm ve Otel İşletmeciliği (TRO)* bölümü öğrencileri *Gastronomi ve Mutfak Sanatları (GMS)* bölümünde öğrenim gören bireylere göre örgütsel sinizm ile ilgili daha olumlu düşünceye sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 8: Örgütsel Sinizm Boyutlarının Katılımcıların Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Bölüm	N	Ort.	SS.	SD.	F	P	Açıklama	
Yönetim Boyutu	A	TRO	121	2,600	0,858	2	2,858	0,059	-----
	B	STR	61	2,330	0,722				
	C	GMS	58	2,381	0,757				
Personel Boyutu	A	TRO	121	3,387	0,754	2	3,911	0,021	A>C
	B	STR	61	3,169	0,695				
	C	GMS	58	3,076	0,797				
Yardımseverlik Boyutu	A	TRO	121	3,269	0,876	2	5,327	0,005	A>C
	B	STR	61	3,041	0,654				
	C	GMS	58	2,871	0,729				
Davranış Boyutu	A	TRO	121	3,302	0,805	2	2,206	0,112	-----
	B	STR	61	3,549	0,687				
	C	GMS	58	3,31	0,842				

Turizm işletmelerinde sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesi ile bölüm öğrencilerinin düşüncelerindeki farklılığı belirlemek için de aşağıdaki Tablo

9 hazırlanmıştır. Tablo 9 incelendiğinde bireyler farklı bölümlerde öğrenim görseler de hizmet kalitesi ile ilgili düşüncelerinde herhangi bir anlamlı farklılık görülmemektedir.

Tablo 9: Hizmet Kalitesinin Katılımcıların Öğrenim Gördüğü Bölüme Göre Karşılaştırılması

	Bölüm	N	Ort.	SS.	SD.	F	P
Hizmet Kalitesi	TRO	121	3,638	0,718	2	2,93	0,055
	STR	61	3,771	0,551			
	GMS	58	3,819	0,591			

Araştırmada ankete katılanların örgütsel sinizm ile ilgili düşüncelerinin öğrenim görülen sınıfa göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Anova Post-Hoc Scheffe testi yapılmıştır. Tablo 10 incelendiğinde $p > 0,05$ olduğundan dolayı kişiler farklı sınıflarda öğrenim görseler de örgütsel sinizm ile ilgili düşünceleri aynı yönde gerçekleşmektedir.

Tablo 10: Örgütsel Sinizm Boyutlarının Katılımcıların Öğrenim Gördüğü Sınıfa Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Sınıf	N	Ort.	SS.	SD.	F	P
Yönetim Boyutu	2 sınıf	42	2,566	0,933	2	0,919	0,400
	3 sınıf	97	2,525	0,779			
	4 sınıf	101	2,397	0,780			
Personel Boyutu	2 sınıf	42	3,421	0,789	2	1,189	0,306
	3 sınıf	97	3,219	0,743			
	4 sınıf	101	3,224	0,762			
Yardıms severlik Boyutu	2 sınıf	42	3,321	0,847	2	2,203	0,113
	3 sınıf	97	3,129	0,808			
	4 sınıf	101	3,015	0,773			
Davranış Boyutu	2 sınıf	42	3,298	0,849	2	0,197	0,821
	3 sınıf	97	3,387	0,741			
	4 sınıf	101	3,376	0,817			

Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıf ile hizmet kalitesi algısı arasındaki düşünceleri de araştırılmıştır. Sonuçların değerlendirilmesi amacıyla aşağıda yer alan tablo hazırlanmıştır. Buna göre katılımcılar farklı sınıflarda olsalar da hizmet kalitesi ile ilgili düşüncelerinde herhangi bir anlamlı farklılık görülmemektedir.

Tablo 11: *Hizmet Kalitesi Katılımcıların Öğrenim Gördüğü Sınıfa Göre Karşılaştırılması*

	Sınıf	N	Ort.	SS.	SD.	F	P
Hizmet Kalitesi	2 sınıf	42	3,817	0,118	2	2,538	0,081
	3 sınıf	97	3,623	0,664			
	4 sınıf	101	3,815	0,581			

Turizm faaliyetine katılanların ihtiyaçları farklı departmanlar tarafından karşılanmaktadır. Değişik departmanlarda çalışanların örgütsel sinizm ile ilgili düşüncelerinde anlamlı farklılığın olup olmadığı da belirlenmelidir. Bazı departmanlarda 30 kişiden az çalışan olduğundan *Kruskal Wallis* testi uygulanmış ve aşağıdaki tablo hazırlanmıştır. Örgütsel sinizm ile ilgili tablo incelendiğinde bireyler farklı departmanlarda görev yapmış olsalar da düşüncelerinde anlamlı farklılık görülmemektedir ($p>0,05$).

Tablo 12: *Örgütsel Sinizm Boyutlarının Katılımcıların Çalıştığı Departmana Göre Karşılaştırılması*

	Yönetim Boyutu	Personel Boyutu	Yardımsverlik Boyutu	Davranış Boyutu
Ki Kare	1,269	2,207	3,037	1,982
Serbestlik Derecesi	4	4	4	4
Anlamlılık Düzeyi	0,867	0,698	0,552	0,739

Turizm sektöründe görev yapanların çalışma süresine göre örgütsel sinizm boyutlarına ilişkin algıda farklılık olup olmadığının belirlenmesi için *Kruskal Wallis* testi yapılmıştır. Çalışma sürelerine ilişkin grupların örnek sayısı 30'dan az olduğu için *Kruskal Wallis Test* analizleri tercih edilmiştir. Yapılan analiz sonucu hazırlanan tablo incelendiğinde de çalışma süresi ile sinizm arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($p>0,05$). Yani

kişilerin çalışma süreleri farklı olsa da örgütsel sinizm ile ilgili düşünceleri benzerlik göstermektedir.

Tablo 12: Örgütsel Sinizm Boyutlarının Katılımcıların Çalışma Süresine Göre Karşılaştırılması

	Yönetim Boyutu	Personel Boyutu	Yardımseverlik Boyutu	Davranış Boyutu
Ki Kare	0,743	5,38	6,264	2,688
Serbestlik Derecesi	3	3	3	3
Anlamlılık Düzeyi	0,863	0,146	0,099	0,442

3.4.3. Örgütsel Sinizmin Hizmet Kalitesine Etkisi

Turizm işletmelerindeki örgütsel sinizmin hizmet kalitesine etkisini araştırmak için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre (Tablo 13) model anlamlı bulunmuştur. Modele göre, katılımcıların sinik davranışları hizmet kalitesindeki değişimin %15,3'ünü açıklamaktadır. Örgütsel sinizmin boyutlarından ikisi hizmet kalitesine etki etmektedir. Bunlar, Yönetim (t:-4,571; p:0,000) ve Davranış (t:2,395; p:0,017) boyutlarıdır. Örgütsel sinizmin “Yönetim” boyutu hizmet kalitesine negatif yönde etki ederken “Davranış” boyutu ise pozitif yönde etki etmektedir.

Tablo 13: Örgütsel Sinizmin Hizmet Kalitesine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize Edilmiş katsayılar	t Değeri	Anlamlılık Düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	4,004	0,279		14,354	0,000
Yönetim	-0,255	0,056	-0,315	-4,571	0,000
Personel	0,006	0,056	0,006	0,100	0,921
Yardımseverlik	-0,022	0,055	-0,027	-0,404	0,686
Davranış	0,124	0,052	0,150	2,395	0,017

Bağımlı Değişken: Hizmet Kalitesi; R: 0,391; R²: 0,153; Düzeltilmiş R²: 0,139; Model için F=10,634; p<0,001; sd: 4

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sinizm kavramı çok eski ve geniş bir kavram olmasına rağmen, günümüzde popüler olmaya başlamıştır. Sinizm, insanları zor beğenen, hiçbir şeyden memnun olmayan, olaylara sürekli eleştirel bir biçimde yaklaşan, menfaatlerine düşkün ve diğer insanlara karşı olumsuz düşünceler besleyen bireyler olarak tanımlanmaktadır. Örgüt yapısı veya kişilikten kaynaklanan sinizm Dean vd., (1998) tarafından yapılan araştırmaya göre üç boyutta ortaya çıkmaktadır. Bunlar; kurumun doğruluk ve dürüstlükten yoksun olması; kuruma karşı negatif duyguların oluşması; bu olumsuzluklar sonucu kuruma yönelik eleştirel ve küçümseyici davranışlar şeklinde sıralanmaktadır. Belirtilen bu durum turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin hizmet kalitesini önemli düzeyde etkilemektedir. Turizm işletmeleri tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesini artırmak ve arzu edilen sonuçlara ulaşabilmek için örgütsel sinizmi artırıcı unsurların belirlenerek azaltılması gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan bu çalışma sonucu öne çıkan bulgular şu şekilde özetlenebilir:

Araştırma kapsamında yer alanların yarısından fazlasını kadınlar oluşturmaktadır (%60,4). Turizm sektörü dinamik ve emek yoğun olduğundan genel olarak genç bireyler istihdam edilmektedir. Çalışanlardan sadece dört (4) tanesi (% 1,7) 27 yaş ve üzerinde, geri kalanların hepsi 26 yaşın altındaki bireylerden oluşmaktadır. Turizm işletmelerinde en fazla istihdam restoran, bar ve mutfak gibi yiyecek-içecek ile ilgili departmanlarda gerçekleşmektedir (%66,7). Diğerleri ise resepsiyon, kat hizmetleri, muhasebe vb. departmanlarda çalışmaktadırlar.

Çalışanlar farklı demografik özelliklere sahip olsalar da yapılan analizler sonucunda hem örgütsel sinizm hem de hizmet kalitesi ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Sadece turizm sektöründe görev yapanların öğrenim gördükleri bölüm ile örgütsel sinizm hakkındaki düşüncelerinde anlamlı farklılık görülmektedir.

Genel olarak olumsuz durum olarak ifade edilen örgütsel sinizm, hizmet kalitesini “Yönetim Boyutu” açısından negatif, “Davranış Boyutu” açısından pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Destinasyonların ve işletmelerin turizm sektöründen arzu edilen sonuçların elde edilebilmesi için hizmet kalitesinin artırılması önemlidir. Bundan dolayı turizm işletmelerinde hizmet kalitesini artırabilmek için örgütsel sinizm duygusunu azaltmak gerekmektedir. Çünkü çalışanların geliştirmiş olduğu sinik tutum ve davranışlar hem kendilerine hem de kurumlarına önemli düzeyde zarar vermektedir. Bu nedenle emek yoğun faaliyet gösteren işletmelerin tüm faaliyetlerinde adaleti, dürüstlüğü ve tüm paydaşlara karşı

şeffaf olmaları gerekmektedir. Çalışanların moral ve motivasyonunu üst seviyede tutacak yönetim anlayışının benimsenmesi, çalışma şartlarını iyileştirmesi ve ekonomik refah düzeylerini artıracak önlemlerin alınması önerilmektedir.

Hazırlanan bu çalışmanın verileri sadece Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğrenim gören ve farklı turizm işletmelerinde görev yapmış bireylerden elde edilmiştir. Destinasyonun tamamını kapsayacak şekilde yapılan çalışmalardan daha sağlıklı sonuçlar elde edileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada tercih edilen yöntem diğer sektörlere de rahatlıkla uygulanacağı ve hizmet kalitesinin artırılacağı ön görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abraham, R. (2000). Organizational Cynicism: Bases and Consequences. *Genetic, Social and General Psychology Monographs*, 126(3), 269-292.
- Andersson, L. M., & Bateman, T. S. (1997). Cynicism in the Workplace: Some Causes and Effects. *Journal of Organizational Behavior*, 18(5), 449-469. doi:10.1002/(SICI)1099-1379(199709)18:5<449::AID-JOB808>3.0.CO;2-O
- Arslan, E. T. (2012). Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik Personelinin Genel ve Örgütsel Sinizm Düzeyi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(1), 12-27.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö., & Çalık, A. Ö. (2013). Turist Rehberliği Hizmet Kalitesi Ölçümü: Serqual Yaklaşımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), 107-118.
- Balay, R., Kaya, A., & Cülha, A. (2013). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Sinizm İlişkisi. *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2), 123-144.
- Batmantaş, H., & Örucü, E. (2018). Örgütsel Güven ile Sinizm Arasındaki İlişki: Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(36), 198-214.
- Brandes, P. M. (1997). *Organizational Cynicism: Its Nature, Antecedents, and Consequences*. (Dissertation of Doctor of Philosophy), The University of Cincinnati.
- Candan, H. (2013). Örgütsel Sinizm ve İşgören Performansına Olası Etkileri. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari*

- Dean, J. W., Brandes, P., & Dharwadkar, R. (1998). Organizational Cynicism. *Academy of Management Review*, 23(2), 341-352. doi:10.5465/amr.1998.533230
- Doğan, S., & Uğurlu, C. T. (2014). Okul Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışları ile Öğretmenlerin Örgütsel Sinizm Algıları Arasındaki ilişki. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi (GEFAD)*, 34(3), 489-516. doi:10.17152/gefad.00239
- Erdost, E., Karacaoğlu, K., & Reyhanoğlu, M. (2007). Örgütsel Sinizm Kavramı ve İlgili Ölçeklerin Türkiye'deki Bir Firmada Test Edilmesi. *15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, (s. 514-524). Sakarya.
- Görmen, M. (2017). Örgüt Kültürünün Örgütsel Sinizm Tutumları Üzerine Etkisi. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 363-388.
- Helvacı, M. A., & Çetin, A. (2012). İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel Sinizm Düzeylerinin Belirlenmesi (Uşak İli Örneği). *Turkish Studies*, 7(3), 1475-1497. doi:10.7827/TurkishStudies.3454
- Kalağan, G. (2009). Araştırma Görevlilerinin Örgütsel Destek Algıları ile Örgütsel Sinizm Tutumları Arasındaki İlişki. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlilik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48. doi:10.5455/jmood.20160307122823
- Lim, P. C., & Tang, N. K. (2000). A Study of Patients' Expectations and Satisfaction in Singapore Hospitals. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 13(6-7), 290-299. doi:10.1108/09526860010378735
- ÖİDB. (2019). *Öğrenci Sayılarına Göre İstatistikler*. <http://oidb.manas.edu.kg/lisans.php>, E. Tarihi: 15.04.2019.
- Özgener, Ş., Ögüt, A., & Kaplan, M. (2008). İşgören İşveren İlişkilerinde Yeni Bir Paradigma Örgütsel Sinizm . M. Özdeveci, & H. Karadal içinde, *Örgütsel Davranışta Seçme Konular Organizasyonların Karanlık Yönleri ve Verimlilik Azaltıcı Davranışlar* (s. 53-72). Ankara: İlke Yayınevi.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implacations for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

- Ross, S. M. (2004). *Introduction to Probability and Statistics for Engineers and Scientists*. Burlington: Elsevier Academic Press.
- Scharmer, O., & Kaufer, K. (2013). *Leading From the Emerging Future*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Shea, L. (2010). *The Cynic Enlightenment: Diogenes in the Salon*. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press (JHU).
- Sohmen, V. S. (2016). Change Management and Theory U Leadership. *International Journal of Global Business*, 9(2), 102-110.
- Tütüncü, Ö. (2009). *Ağırlama Hizmetlerinde Kalite Sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi (4. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2017). *Essential of Service Market*. Edunburgh: Pearson Education.
- Yalçınkaya, A. (2014). Türkiye’de Örgütsel Sinizm: 2007-2012 Yılları Arasındaki Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme. *"İş-Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(3), 106-130. doi:10.4026/1303-2860.2014.0258.x
- Yaman, S., & Tekin, S. (2010). Öğretmenler İçin Hizmet-İçi Eğitime Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(I-II), 76-88.
- Yavuz, A., & Bedük, A. (2016). Örgütsel Sinizm ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Bir Kamu Bankasının Konya Şubelerinde Örnek Uygulama. *Selçuk Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), 301-313.
- Zaidi, N. R., Rana, A. W., & Zaidi, F. B. (2011). Relationship between Demographic Characteristics and Burnout among Public Sector University Teachers of Lahore. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(4), 829-843.