

ÇALIŞANLARA YÖNELİK MÜŞTERİ SALDIRGANLIĞI VE YALOVA İLİNDEKİ KARGO ÇALIŞANLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Ersin Kavi¹ - Şükrü Ceylan²

ÖZ

Müşteri saldırganlığı, son zamanlarda müşteri ilişkilerindeki gelişmenin sonucunda önemli bir konu haline gelmiştir. Sonuçları itibariyle birçok olumsuzluğa sahip bu konu, çalışanlar üzerinde özellikle fizyolojik ve psikolojik bazı sorunlara yol açmaktadır. Bu nedenle bu konu üzerine araştırma yapılarak, müşteri saldırganlığının nedenleri, sonuçları ve önleme yöntemleri ele alınmıştır. Ayrıca en çok müşteri saldırganlığına uğradığı düşünülen kargo çalışanları ile ilgili de Yalova ili ölçeğinde bir araştırma yapılarak konunun değişik boyutları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri saldırganlığı, Kargo çalışanları, Çalışanlara yönelik şiddet

¹ Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İ.İ.B.F., Çalışma Ekonomisi ve End. İlişk.Bölümü.YALOVA/TÜRKİYE, E-posta: ekavi@yalova.edu.tr

² Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi.YALOVA/TÜRKİYE, E-Posta: sukruceylan@hotmail.com

CUSTOMER AGGRESSION TO THE EMPLOYEE AND CASE OF CARGO FIRM'S WORKERS IN YALOVA

Ersin Kavi – Şükrü Ceylan

ABSTRACT

Customer aggression became a master issue as a result of development of customer relationship. This issue has many negative consequences upon worker as a physiological and psychological. Therefore, a research has done on this issue to investigate reasons, results and prevention methods of customer aggression. In addition, the survey made related with cargo workers who are thought to be exposed aggression by customer heavily in Yalova.

Keywords: Costumer aggressiveness, Cargo, Workers, Aggression towards employees

GİRİŞ

Son 20 yılda küresel ve teknolojik gelişme süreci, hizmetler sektörünü ön plana çıkartmış ve bu sektörün genişlemesine neden olmuştur. Bu sektördeki işlemler ise rekabetin etkisiyle müşterinin önemi daha iyi anlayarak, müşterilerini kaybetmemek ve yeni müşteriler kazanmak için değişik stratejiler geliştirmek zorunda kalmışlardır. Buna karşın müşterilerin işlemlerden beklentileri de artmıştır. Ancak, beklentilerine karşılık bulamayan müşteriler ise toplumda her alanda artan şiddet olaylarının etkisinde de kalarak saldırgan davranışlar göstermeye başlamıştır.

Özelikle müşteri ile yüz yüze iletişim ve yakın temas halinde olan çalışanlar daha fazla saldırgan davranışlarla karşılaşmaktadır. Bu saldırganlık davranışları, sadece çalışanlar üzerinde olumsuz etkilere neden olmamaktadır, aynı zamanda saldırganlığın maliyeti tüm tarafları kapsamaktadır. Öyle ki, bu durum, çalışanlarda motivasyon düşüklüğüne, performans azalmasına, depresyona, sinirliliğe, tükenmişliğe ve strese yol açarken, işveren açısından ise, işgücü kaybına, iş kazasına, güvenlik maliyeti artışlarına, verimlilik ve üretkenlik azalışı, kurumsal imaj kaybına ve müşteri sayısında düşüşlere neden olabilmektedir. Bundan dolayı, saldırganlık davranışlarını asgari düzeye indirecek tedbirlerin alınması ve çalışanların da mücadele gücünün artırılması büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışmada da öncelikli olarak "müşteri saldırganlığı" konusu kavramsal olarak ele alınmış, daha sonra ise Yalova ili ölçeğinde kargo firması çalışanları üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Bu doğrultuda, çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde genel olarak saldırganlık ve müşteri saldırganlığına kavramsal olarak yer verilmiştir. İkinci bölümde ise müşteri saldırganlığının sebepleri ve sonuçları üzerinde durulmuştur. nc bölümde ise Yalova ili Merkez ilçesindeki kargo çalışanlarının müşteri saldırganlığının boyutlarını ve düzeyini belirlemeye dönük bir araştırma yapılmıştır.

I. SALDIRGANLIK ve MÜŞTERİ SALDIRGANLIğI KAVRAMLARI

A. SALDIRGANLIK KAVRAMI

1. Tanım

Saldırganlık, sosyal psikolojik bir konudur ve en basit ifadesiyle, bir bireyin yada grubun diğer kişi yada gruba fiziksel ya da ruhsal olarak zarar verme, acı ektirme veya incitme niyetiyle yaptığı davranış biçimi olarak tanımlanmaktadır (Hasta ve Güler, 2013: 66). Diğer bazı kaynaklarda ise, saldırganlık řu şekilde tanımlanmaktadır (Güney, 2009: 64):

Saldırıcılık, tehdit edilme ve engelleme durumlarına tepki olarak ortaya çıkan davranıştır. Saldırıcılık, başkalarını inciten yada incitebilecek her türlü davranıştır. Saldırıcılık, başka bir insana zarar verme düşüncesiyle gerçekleştirilen davranıştır.

Bu alanda araştırma yapan birçok araştırmacı, başkasına acı veren ya da zarar verici etkisi olan her davranışın, saldırıcılık başlığı altında toplanarak sınıflandırılmasının doğru olmadığını ileri sürmüşlerdir. Bu araştırmacılar saldırıcılığın temel ögesi olarak “niyet” kavramından bahsetmektedirler (Dalbudak, 2012: 57). Örneğin bir doktorun ameliyat ettiği bir kişiye yaptığı fiziksel ya da ruhsal müdahale saldırıcılık olarak kabul edilmemektedir. Çünkü, bu saldırıcılık davranışında esas olan eylemi gerçekleştiren kişinin niyetidir. Saldırıcılık ile yakın ilişkide olan diğer bir kavram ise şiddet kavramıdır. Şiddet, “yaralamak ya da zarar vermek amacıyla kullanılan fiziksel güç” ya da “güç ve kuvvetin, başkalarını birtakım haklardan mahrum edilecek şekilde adaletsiz bir biçimde kullanılması” olarak tanımlanmaktadır. Burada saldırıcılık ve şiddet kavramını birbirinden ayıran ise, şiddetin bileerek ve isteyerek yapılması ve fiziksel olmasıdır (Eroğlu, 2009: 11).

2. Saldırıcılığın Türleri

Saldırıcılığın çok boyutlu kavramsal yapısından dolayı hangi davranışların saldırıcılık olarak nitelendirilebileceği yönündeki tartışma, ifade edilmiş biçimleri bakımından saldırıcılık davranışlarının ikili ayrımlar yoluyla sınıflandırılması yoluyla çözülmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, saldırıcılık davranışlar, şu şekilde tasnif edilebilir (Günay, 2011: 31):

Doğrudan-Dolaylı (Amaçsal-Araçsal) Saldırıcılık: Doğrudan yada amaçsal saldırıcılıktaki amaç daha çok karşıdakini incitmek ve/veya ona zarar vermek düşüncesi olmaktadır. Doğrudan saldırıcılığa, bir kişiye sadistçe eziyet etmek, intikam duygusuyla öldürmek, üzme için üzücü şeyler söylemek gibi davranışlar örnek olarak verilebilir (Tevrüz, Artan vd., 1999:116).

Dolaylı yada araçsal saldırıcılık ise, daha çok başkasını incitmeye yönelmekle beraber başka bir amaca ulaşmak için saldırıcılığın bir araç olarak kullanılmasıdır (Yüksel, 2006: 301). Yada daha açık ifadesiyle, maksat zarar vermek değil, birşey elde etmektir. Mesela, itiraf ettirebilmek için bir suçluya işkence yapılması (Tevrüz, Artan vd., 1999:116) veya bir futbol maçında gole giden futbolcuya faul yapılarak engellenmeye çalışılması, rakibe zarar vermeyi değil, onun gol atmasını engellemeyi amaçlamaktadır (Yılmaz, 2013: 27).

Fiziksel-Sözel Saldırganlık: Fiziksel saldırganlık hedefe fiziksel zarar veya acı verme amacıyla gönderilen uyarıcıları içeren saldırganlık türüdür. Örneğin, vurma, tekmeleme, yaralama gibi saldırganlık biçimleridir.

Sözel saldırganlık ise, başka bir kişiye psikolojik zarar verme amacına yönelik iletişim biçimidir. Örneğin, alay etmek, dedikodu yapmak, hakaret etmek, vb. durumlar, sözel saldırganlıktır (Günay, 2011: 29).

Aktif-Pasif Saldırganlık: Aktif saldırganlık, amaca yönelik bir davranış olup, bu davranış biçiminde saldırganının kurbanına acı çektirme ve canını yakma amacı esastır. Örneğin, bir öğretmenin herhangi bir öğrencinin ısrarla söz istediği için öğrenciyi dövmesi aktif saldırganlık davranışıdır.

Pasif saldırganlık ise, aktif saldırganlıkta olduğu gibi herhangi bir faaliyet olmamasına rağmen, karşdakine zarar vermeyi amaçlayan faaliyetsizlik halidir. Örneğin, bir öğretmenin herhangi bir öğrencinin ısrarla söz istemesine rağmen onu görmezden gelmesi durumu pasif saldırganlık olarak ifade edilebilir (Kirel vd.,2007:118).

Aykırı-Uygun Saldırganlık: Bu ayırım, saldırganlığın iyi mi yoksa kötü bir amaca hizmet ettiği ile ilgilidir. Eğer saldırganlık, toplum tarafından kabul edilebilen bir tür ise, bu uygun saldırganlık olarak adlandırılmaktadır. Örneğin, savaş sırasında düşmana saldırmak, polisin suçluyu yakalamaya çalıştığı sırada gösterdiği davranışlar ile bir bireyin kendini koruması için gösterdiği davranışlar, bu tür saldırganlığa örnek teşkil edebilir. Bunun aksine, aykırı saldırganlık ise, toplumca tasvib edilmeyen, kötü niyetli saldırgan davranışları ifade etmek için kullanılmaktadır (Tevrüz vd., 1999:116).

3. İşyeri Saldırganlığı ve İşyerinde Şiddet Kavramları

Saldırganlık ya da şiddet içerikli davranışların çalışma ortamında gösterilmesi durumunda, işyeri saldırganlığı ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, işyerinde şiddet, işyeri saldırganlığı, mobbing, vb kavramlar, farklı terimlerle açıklansalar da bunların hepsi birbirine yakın kavramlardır. Bununla birlikte, işyeri saldırganlığının işyeri şiddet davranışlarını da kapsayan daha geniş bir kavramsal içeriğe sahip olduğu ifade edilmelidir (Akgeyik ve Güngör, 2009a: 36).

Avrupa Komisyonu'nun tanımına göre işyerinde şiddet; "Çalışanın işiyle ilgili durumlarda, açık veya gizli şekilde, suiistimali, tehdit edilmesi veya saldırıya uğraması gibi sağlık ve güvenliğini tehdit eden her türlü eylemdir" (akt.Dursun ve Aytaç, 2011: 8).

Bununla birlikte, işyerinde saldırganlık, işle ilgili olarak, çalışan veya çalışanlardan, bir bireye veya bireylere yönelik, örgütün içinden veya dışından, fiziksel veya psikolojik zarar verme niyetli bir davranıştır. Saldırgan davra-

nışlar doğası gereği, kaba davranmak, sözlü saldırganlık veya düşmanca tutum ve tehdit etmek gibi psikolojik saldırganlık şeklinde olabileceği gibi, fiziksel saldırı içeren şiddet hareketleri gibi fiziksel saldırganlık şeklinde de olabilmektedir. Ayrıca, işyeri saldırganlığı, kişiler arası saldırgan davranış çeşitlerini kapsayan daha genel bir kavram iken, işyeri şiddeti, işyeri saldırganlığının farklı bir fonksiyonudur ve doğasında fiziksel olan yada fiziksel zararlara neden olabilecek saldırgan davranışları içermektedir (Dursun, 2011: 8).

B.MÜŞTERİ SALDIRGANLIĞI KAVRAMI

1. Tanımı ve Nedenleri

Müşteri saldırganlığı ile ilgili literatürde birbirinden farklı kavramsal açıklamalar yer almaktadır. Tüm bu farklı açıklamaların ışığında müşteri saldırganlığı, müşterilerin çalışanlara karşı kendisinden, çalışanlardan, işletme sistemlerinden veya herhangi bir nedenden kaynaklanan sorunlar neticesinde, işletme içinde veya işletme dışında, kötü niyetli olarak fiziksel, sözel veya davranışsal olarak şiddet uygulaması şeklinde ifade edilebilir.

Özellikle hizmet sektöründe yoğunlaşan rekabet olgusu, müşteriler ile temas kuran çalışanları birçok açıdan olumsuz etkilemektedir. Öyle ki, müşterinin sorununu doğrudan ve kısa sürede dile getirebileceği ortam işletme adına ilk temas kurduğu kişi olmaktadır. Dolayısıyla, problemini de bu kişiyle gidermek istemektedir. Ancak, sorunun büyüklüğü ya da müşteri ilişkilerindeki yetersizlikler, müşterileri saldırgan davranışlara yöneltebilmektedir.

Müşteri saldırganlığının yaygınlaşmasında birçok faktör söz konusudur. Bunların başında, hizmetler sektörünün giderek genişlemesi yer almaktadır. Öyle ki, sanayi ekonomisine nazaran hizmetler ekonomisi, müşteri ile satıcıyı daha fazla karşı karşıya getirmekte ve bu da taraflar arasındaki çatışmayı artırmaktadır. Ayrıca, günümüzün rekabetçi ortamında "müşteri her zaman haklıdır" anlayışıyla birlikte, müşterinin beklentilerinin karşılanması ve sorunlarının çözülmesi öncelikli hale gelmiştir. Bu durum da, doğal olarak müşteriye güçlü kılmış ve müşteriye söz söyleme hakkı vermiştir. Bu süreç de "müşteri ilişkileri yönetimi" anlayışını beraberinde getirerek, müşterinin saldırgan davranışlar göstermesini haklı kılar hale getirmiştir (Akgeyik, Gün-gör, 2009a:34).

Bununla birlikte, kurumsal yapı soruları da söz konusudur. Bunların başında, örgütün kültürel yapısı ve rekabet gelmektedir. Öyle ki, bazı işletmeler yoğun rekabet nedeniyle altyapısını oluşturmadan sürekli yeni kampanyalar üretmektedir. Bu süreci yönetmekte zorlanan işletmeler, müşterilerin bek-

lentilerini karşılayamamakta ve saldırganlığa maruz kalmaktadır. Bunun dışında, kurumsal yapı sorunları olarak, işlerin yetişmemesi, hizmet ve ürün kalitesinin düşüklüğü, hizmetin sunulduğu ortam sorunları, personel eksikliği, deneyimsiz ve/veya eğitimsiz personele sahip olmak gibi faktörler de müşteri saldırganlığına zemin hazırlamaktadır.

Müşteri açısından ise, müşterilerin kişilik özellikleri, eğitim seviyeleri, alkol, uyuşturucu kullanıyor olmaları, saldırganlığı ve saldırganlığın şiddetini belirleyen faktörlerdir. Bununla birlikte, müşterinin kendisine sunulan hizmetten beklentisinin yüksek olması, müşterinin eski deneyimleri, kültürel, dini, ekonomik farklılıklar ve saldırganlığın öğrenilmesi yoluyla çözüm yolu olarak kabul edilmesi, saldırganlığın boyutlarını belirlemektedir. Öyle ki, normal bir üslup ile sorununu çözemeyen müşteri, içsel bir kızgınlık ve tepki ile değil, sırf sorununun çözümünün hızlanması için sesini yükseltebilmektedir (Canadian Centre for Occupational Health and Safety, 2016:1-5).

2. Müşteri Saldırganlığı Türleri ve Saldırganlığa Maruz Kalınan İşler

Müşteri saldırganlığı genel hatlarıyla fiziksel ve psikolojik saldırganlık olarak ikiye ayrılabilir. Fiziksel şiddet, müşterinin çalışanı ya kendi uzuvları yoluyla (tekmeleme, vurma, yumruklama, ısırma yada boğazını sıkma vb.) yada bir cisim yoluyla (sopayla vurma, bıçaklama, cam şişe ile yaralama vb.) gerçekleşebilmektedir (Akgeyik, Güngör, 2009a:34). Psikolojik şiddet ise, fiziksel şiddete göre daha yaygın bir davranıştır. Çünkü, genelde fiziksel şiddet suç niteliği belirgin davranışlar iken, psikolojik şiddet suç niteliği açısından daha zayıf ve yerine getirilmesi daha kolay davranışlar olmaktadır. Ayrıca, müşteri ilişkilerinin büyük bir bölümünün telefon aracılığı ile yerine getirildiği düşünülürse, bu da psikolojik şiddetin artmasına neden olmaktadır. Bu şiddet türünde, müşterinin çalışana, öfkeyle bakması, el kol hareketi yapması, kötü sözler söylemesi, sesini yükseltmesi, bağırması, hakaret etmesi vb. davranışlar söz konusudur.

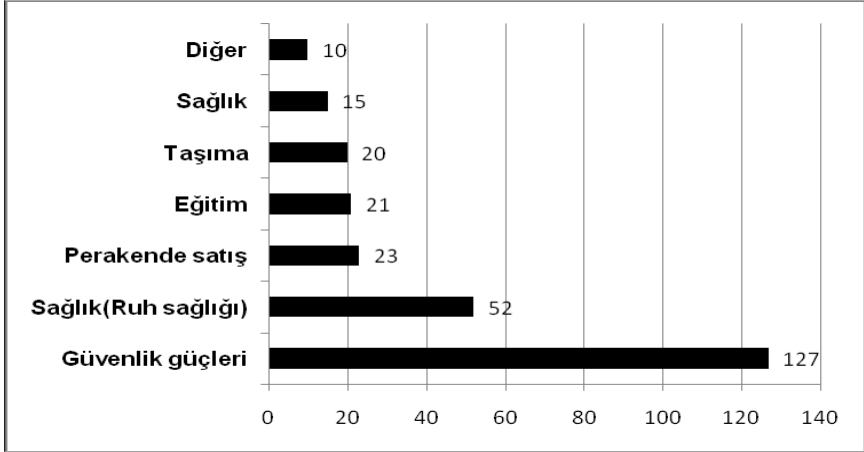
Müşteri saldırganlığına daha fazla maruz kalınan işler ise, şu şekilde özetlenebilir (Akgeyik, Güngör,2009b:117-118):

- Yalnız Çalışanlar: Tek başına çalışanlar her zaman risk altındadırlar ve saldırganlığa açık durumdadırlar. Özellikle günümüzde şirketlerin her yere her müşteriye daha yakın olma arzusu tek başına çalışanların sayısını artırmıştır. Benzin istasyonlarında ve küçük büfelerde çalışanlar, taksi sürücüleri örnek olarak verilebilir.
- Müşteri İle Yüz Yüze İletişim Halinde Çalışanlar: Problemler, çalışanın kendisinden kaynaklanmamasına rağmen müşteri sorununu doğrudan

yetkili olan kişiye iletildiği için çalışanlar, saldırganlığa maruz kalmaktadırlar. Örnek olarak, seyahat otobüsü, tren ve metro çalışanları, uçuş personelleri (host ve hostesler), sosyal hizmet çalışanları, otel ve restoran çalışanları.

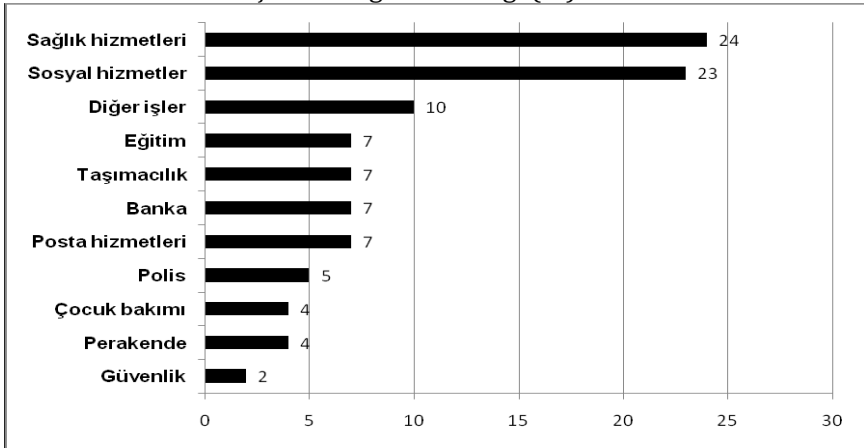
- Nakit Para ve Değerli Evrak/Eşya İşinde Çalışanlar: Özellikle hırsızlığa ve soyguna hedef olan işyerlerinde çalışanların da daha çok fiziksel saldırganlığa maruz kaldığı bilinmektedir. Örneğin, mağaza, posta hizmeti ve finansal kurum çalışanları örnek olarak verilebilir.
- Hasta ve Problemlili İnsanlar İle Çalışanlar: Ruhsal veya fiziksel problemi olanlar için tedavi ve bakım hizmetinde çalışanlardır. Hastane çalışanları, Acil durum merkezlerinde çalışan sağlık-bakım personeli, psikiyatrik hastane çalışanları, yaşlı bakım merkezi çalışanları örnek olarak verilebilir.
- Müşteri Hizmetleri İşinde Çalışanlar: Müşteriler aldığı mal/hizmet hakkında bilgi almak için veya aldığı mal/hizmet ile ilgili sorun yaşanlar problemlerini çözmek için, örgütler ise müşteri sadakati yaratma, müşteri memnuniyetini artırma gibi nedenlerden dolayı son yıllarda yoğun olarak müşteri hizmetleri servislerini kullanmaktadırlar. Özellikle çağrı merkezi çalışanları saldırganlığın mağdurlarıdır.
- İncinebilir Koşullarda Çalışanlar: Göçmen, çocuk ve güvencesiz çalışan işçiler gibi düşük gelir elden çalışanlar da çoğu zaman müşteriler tarafından küçük görülmede, terslenmede ve dilenci muamelesine uğrayabilmektedir.
- Güvenlik İşlerinde Çalışanlar: Çalıştığı işyerini koruyan özel güvenlik görevlileri veya kamu güvenliği için çalışan polis, zabıta, gibi işlerde çalışanlardır.

Şekil 1 ABD'de (1993-1999) Mesleklere Göre İşyerinde Yıllık Şiddete Uğrama Sıklığı (Binde)



Kaynak: (Yıldız vd., 2011: 22)

Şekil 2. İsveç'te (1993-1999) Mesleklere Göre İşyerinde Yıllık Ortalama Şiddete Uğrama Sıklığı (%)



Kaynak: (Yıldız vd., 2011: 22)

II. MÜŞTERİ SALDIRGANLIĞININ SONUÇLARI ve SALDIRGANLIKLA MÜCADELE YÖNTEMLERİ

A. Müşteri Saldırganlığının Sonuçları

Genel olarak bakıldığında, müşteri saldırganlığının maliyeti tüm tarafları kapsamaktadır ve bakıldığında müşteri saldırganlığı çalışanları ve işletmeleri doğrudan ve dolaylı etkilediği gibi devleti de dolaylı olarak etkilemektedir. Müşteri saldırganlığının en önemli sonuçları psikolojik olmaktadır. Öyle ki, çalışanlarda en başta strese, motivasyon ve performans düşüklüğüne, öz saygının yitirilmesine, depresyona, sinirliliğe, tükenmişliğe yol açmaktadır. Bu gibi durumlar ayrıca, çalışanın fizyolojisini de olumsuz etkilemekte ve bazı hastalıklara yakalanmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, sigara ve alkol gibi kötü alışkanlıkların kazanılmasına, ayrıca iş kazalarına ve intiharlara sebebiyet verebilmektedir (Bilir vd., 2011: 28-29).

Müşteri saldırganlığının duygusal emek boyutu dikkate alındığında ise, saldırganlık davranışının daha derin olumsuzlukları ortaya çıkmaktadır. Öyle ki, duygusal emek davranışı gereği müşterinin olumsuzluklarına karşı duygu kontrolü yapmak zorunda kalan ve müşteriye hizmeti sürdürmek zorunda olan çalışanın derin psikolojik sorunlar yaşama olasılığı kuvvetlenmektedir (Akgeyik, Güngör, 2009a:49).

Müşteri saldırganlığının işveren açısından ise, doğrudan ve dolaylı bazı maliyetleri söz konusu olmaktadır. Doğrudan maliyetler işgünü ve işgücü kaybı, kazalar, hastalıklar, sakatlıklar, ölüm ve güvenlik sistemlerinin geliştirilmesi ile ilgili maliyetler iken, dolaylı maliyetler ise, verimlilik ve üretkenlikte azalma, ürün kalitesinin düşmesi, kurumsal imaj kaybı ve müşteri sayısının azalması olmaktadır (Bilir vd., 2011: 28-29).

B. Müşteri Saldırganlığı İle Mücadele Yöntemleri

Müşteri saldırganlığı ile ilgili risk alanlarının belirlenmesi mücadele açısından oldukça önemlidir. Öncelikli olarak, müşteri saldırganlığının en çok görüldüğü iş alanları tespit edilerek nedenleri üzerine gidilmelidir. Öyle ki, saldırganlığın en fazla kurumsal sorunlardan kaynaklandığı bilinen bir gerçektir. Müşteriler, hiçbir neden yokken sırf kendilerini tatmin etmek için saldırganlık göstermeleri sık rastlanan bir durum değildir. Bu nedenle, saldırganlıkla mücadele için, saldırganlığa neden olan faktörler analiz edilerek, çalışandan ve kurumdan kaynaklanan sorunlar masaya yatırılmalıdır. Bunlardan hatalı üretim, müşteri şikayetlerinin dikkate alınmaması, hizmette gecikmelerin yaşanması, yanlış bilgilendirme, müşteriye hatalı fatura çıkarma vb.

faktörlerin tekrarlanmaması için çaba gösterilmelidir. Eğer işler yetişmiyorsa, iş analizleri gözden geçirilmeli ve gerekirse yeni personel işe alınmalıdır. Aslında bakıldığında, müşteri saldırganlığının var olmasında insan kaynakları yönetimindeki eksiklikler söz konusu olmaktadır. O zaman, insan kaynağını işe alma, insan kaynağını planlama, eğitime ve ücretlendirme konusunda hassas davranılması gerekmektedir.

İnsan kaynakları yönetimine düşen diğer bir görev ise çalışanların, "Zor müşteriler ile başa çıkma yöntemleri" adı altında eğitim almalarının sağlanmasıdır. Müşteri saldırganlığına karşılık verebilmek için çalışanlar farklı konularda bilgili ve donanımlı olmalıdırlar. Bu doğrultuda, saldırganlara karşı aşağıdaki sıralama ile durum kontrol altına alınmalıdır (Davidson Trahaire Corpsych, 2016:1-5):

Değerlendirme: Değerlendirme, çalışanların kendi duygusal tepkilerini ve saldırgan müşteri davranışlarını tanımalarıyla ilgilidir. Çalışanlar, bu aşamada kendini ve müşteriyi değerlendirmesi sonucu vereceği tepkiyi oluşturmalıdırlar.

İzleme: Çalışanların, müşteri ile iletişimleri boyunca kendi duygusal tepkilerini ve bütün bilişsel süreçleri takip etmeleri gerekmektedir. Örneğin çalışanlar müşteri ile hizmet sunulan süre boyunca çalışmalı, müşteri ile ilgili önyargılı davranıp hemen hüküm vermemelidir. Müşteri ile ilgili fazla genelleme yapmaktan kaçınılmalı ya da oluşan olumsuzlukları şahsi olarak anlayıp üstüne alınmamalıdır. Genelde de bu aşamada çalışanlar hata yapmaktadır. Müşterinin şikayetçi olduğu konu kurumsaldır ancak çalışanlar bunu kendilerine yöneltilen bir eksiklik gibi algılamakta ve bundan dolayı daha fazla olumsuz etki altında kalmaktadırlar.

Aktif Dinleme, Sorgulama ve Açıklama: Aktif dinleme, çalışan için, müşterinin ne istediğini tam olarak anlama açısından önemlidir.

Etkisiz Hale Getirme: Oluşan olumsuz durumları, uygun ve doğru sorular sorarak, probleme odaklanarak, gerginliği mizah ile yumuşatarak, sorunu çözmek için erteleme stratejilerinin kullanıldığı aşamadır.

Müzakere Etme ve Sınır Koyma: Bazı zorlu müşteri davranışları durumunda, her iki tarafın da karlı çıkacağı bir sonuç üzerine müzakere edilerek çözüme ulaşmak mümkün olabilir.

III. YALOVA İLİNDE KARGO ÇALIŞANLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

A. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı Yalova ili Merkez ilçesinde kargo çalışanlarının müşteri saldırganlığına maruz kalma sıklıklarının, sebep ve sonuçlarını tespit etmek-

tir. Araştırmaya farklı kargo şirketlerinde çalışan 54 kargo çalışanı katılmıştır. Yalova genelinde, 70 civarında kargo çalışanı olduğu düşünülürse, büyük bir bölümüne ulaşıldığı söylenebilir.

B. Araştırmanın Yöntem ve Tekniği

Konuyla ilgili herhangi bir ölçüğe ulaşamadığı için keşifsel bir araştırma tercih edilmiş, bu çerçevede anket formunun belirlenmesinde öncü değişkenlerden ve müşteri saldırganlığı tutum ve davranış biçimlerinden yararlanılmıştır. Bununla birlikte, katılımcılara ankete başlamadan önce müşteri saldırganlığı ile kısa bir ön bilgi verilmiştir. Daha sonra, anket çalışmasında elde edilen veriler istatistik programı aracılığı ile değerlendirilmiştir.

C. Araştırmanın Sonuçları

1. Demografik Sonuçlar

Tablo 1. Demografik Bilgiler

Cinsiyet	%
Kadın	22,22
Erkek	77,78
Yaş	%
18-25	25,9
26-30	27,8
31-39	24,1
40-45	13
46-54	9,3
Medeni Durum	%
Evli	59
Bekâr	41
Eğitim Durumu	%
İlkokul	7,4
Ortaokul	22,2
Lise	40,7
Yüksekokul	14,8
Lisans	12,9
Lisansüstü	1,9

Tabloda görüldüğü üzere, ankete katılanların büyük bölümünün erkeklerden oluştuğu, yaş aralığı olarak da yarısından fazlasının 18-30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Ancak, genç nüfusun fazla olmasına rağmen ev-

lilerin oranı bekarların oranından fazladır. Bu da genç yaşta evlenenlerin çoğunlukta olduğunun göstergesidir. Bununla birlikte, katılımcıların eğitim seviyeleri ise, büyük çoğunlukla lise seviyesindedir.

2.Kurumsal Sonuçlar

Tablo 2. Kurumsal Bilgiler

Çalışanların Görevi	%
Dağıtım Personeli	74,1
Ofis Personeli	25,9
Görev Süresi Aralığı (Yıl)	%
0-5	70,4
6-10	13
11-15	1,9
16-20	9,3
21-25	3,7
26-30	1,9

Kargo çalışanlarının yaklaşık olarak 3/4'ü dağıtım personeli olarak çalışmakta, 1/4'ü ise, ofis personeli olarak görev yapmaktadır. Bununla birlikte, görev sürelerine bakıldığında ise, %70 gibi bir çoğunluğun görevlerini 5 yıl ve altında bir süredir yaptığı görülmektedir.

3. Genel Saldırganlıkla İlgili Sonuçlar

Tablo 3. Şiddet Olaylarına Yönelik Genel Düşünceler

Toplumdaki Şiddet Olaylarının Arttığını Düşünüyor musunuz?	%
Evet	75,9
Hayır	9,3
Kararsızım	14,8

Katılımcıların % 75, 9 gibi önemli ve büyük bir çoğunluğu toplumda her alanda şiddet olaylarının arttığını belirtmiştir.

Tablo 4. Kadın Çalışanlara Yönelik Şiddet İle İlgili Düşünceler

Kadınların Cinsiyetlerinden Ötürü Daha Az Şiddete Maruz Kaldığını Düşünüyor musunuz?	%
Evet	27,8
Hayır	44,4
Kararsızım	27,8

Çalışanların kadınların cinsiyetlerinden ötürü daha az saldırganlığa maruz kaldığını düşünüyor musunuz sorusuna verdiği cevaplar ise % 44, 4 oranında olumsuz çıkmıştır. Bu sonuç gösteriyor ki, çalışanların hemen hemen yarısı, kadınların cinsiyetlerinden dolayı saldırganlıkla ilgili bir ayrılacağına olmadığını düşünmektedirler.

4. Müşteri Saldırıcılığına Yönelik Sonuçlar

Tablo 5. Müşteri Saldırıcılığına Maruz Kalma Durumu

Hiç Müşteri Saldırıcılığına Maruz Kaldınız mı?	%
Evet	94,4
Hayır	5,6
Toplam	100

Hemen hemen müşteri saldırganlığına maruz kalmayan çalışan yok. Çok az bir kısmı maruz kalmadığını söylemiş.

Tablo 6. Müşteri Saldırıcılığına Maruz Kalma Sıklığı

Müşteri Saldırıcılığına Ne Sıklıkla Uğradınız?	%
Haftada Bir	9,3
Ayda Bir	11,1
Yılda Bir	11,1
Haftada Birkaç Kez	16,7
Ayda Birkaç Kez	16,7
Yılda Birkaç Kez	29,6
Yanıtlamayan	5,6
Toplam	100

Saldırıcılığın sıklığına bakıldığında ise, çok sık gerçekleşmediği sonucu çıkarılabilir.

Tablo 7. Müşteri Saldırانlığı Türü

Genelde Ne Tür Bir Müşteri Saldırانlığına Uğradınız?	%
Fiziksel şiddet	9,3
Tehdit	33,3
Azarlama	53
Hakaret, Küfür, Aşağılayıcı İfadeler	68,5
Rahatsız Edici Teklif ve Davranışlar	9,3
Cinsel Taciz	1,9

Saldırانlığın çoğunlukla, sözlü olarak gerçekleştiği, fiziksel şiddetin ise, düşük seviyede kaldığı görülmektedir. Daha çok hakaret, küfür, aşağılayıcı ve tehdit etme gibi olumsuz davranışların yaygın olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Müşteri Saldırانlığı Yeri

Genelde Saldırانlığa Nerede Maruz Kaldınız?	%
Dağıtımda	64,8
İşyerinde	35,2
Mesai Bitiminden Sonra İşyeri Dışında	11,1

Saldırانlığının yerinin dağıtım sırasında olması doğal bir sonuçtur. Çünkü, ağırlıklı olarak dağıtım elemanlarına anket uygulanmıştır. Ancak, dağıtım elemanları dağıtım sırasında olmadıkları zaman da ofis yada mesai sonrasında saldırانlığa uğradıklarını belirtmişlerdir. Bunda, saldırانlık davranışında bulunanların ofis dışı ortamda kendilerini daha güçlü hissetmelerinin de etkisi söz konusudur.

Tablo 9. Saldırانlığın Sebepleri

Genel Olarak Müşteri Saldırانlığının Nedenini Ne Olarak Düşünüyorsunuz?	%
İlgilenilmediği Düşüncesi	37
İletişim Problemi	35,2
Hizmetin Aksaması	38,9
Müşterilerin Yüksek Beklentisi	46,3
Alkollü Olması	3,7
Diğer sebepler	29,6

Çalışanların neden saldırانlığa maruz kaldıklarının sebeplerini öğrenmek için sorduğumuz soruda çalışanların birden fazla cevabı işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Çalışanlardan % 46,3 oranında önemli çoğunluğu saldırانlı-

ğın sebebinin müşterinin yüksek beklentilerinden kaynaklandığını düşünmektedir. %38,9 luk kısmı hizmette olan aksamalardan, % 37 lik kısmı ilgilendirilmediği düşüncesinden, % 35,2 lik kısmı iletişim probleminden kaynaklandığını belirtmiştir.

Tablo 10. Saldırıcılığa Karşı Tepkiler

Müşteri Saldırıcılığına Maruz Kaldığınızda Ne Tür Tepkiler Verirsiniz?	%
Fiziksel Şiddet Gördüğümde Ben de Fiziksel Şiddetle Karşılık Veriyorum	20,4
Hakaret Edene Ben de Hakaret Ediyorum	16,7
Ciddiye Almıyorum	59,3
Güvenliğe veya Polise Haber Veriyorum	14,8
Amirime Bildiriyorum	48,1
Tutanak Tutuyorum	11,1
Savcılığa Başvuruyorum	0

Çalışanların saldırıcılığa maruz kaldığınızda nasıl tepki veriyorsunuz sorusuna birden fazla seçenek işaretleyecekleri belirtilmiş olup verilen cevaplarda % 59,3 gibi önemli bir kısmı saldırıcılığı ciddiye almadığını belirtmiştir. Yine % 48,1 gibi önemli bir kısmı amirine bildirdiğini belirtmiş olup hiçbir çalışan saldırıcılık sonucu savcılığa başvurmadığını ifade etmiştir.

Tablo 11. Müşteri Saldırıcılığının Psikolojik Sonuçları

Saldırıcılık Sonrası Psikolojik Durumunuz Genelde Nasıl Oluyor?	%
Stres Düzeyim Artıyor	55,6
İş Tatminim Azalıyor	53,7
Motivasyon Kaybına Uğruyorum	50
İşe Bağlılığım Azalıyor	40,7
Duygusal Açından Tükendiğimi Hissediyorum	31,5

Çalışanlar saldırıcılık sonucu psikolojik açıdan kendinizi nasıl hissediyorsunuz sorusuna birden fazla cevap verebilecekleri belirtilmiş olup verilen cevaplarda çalışanların % 55,6 lık gibi önemli bir kısmı strese girdiğini belirtmiştir. % 53,7 lik kısmı iş tatmininin azaldığını ve % 50 lik kısmı ise motivasyon kaybına uğradığını belirtmiştir. %40,7 lik kısmı işe bağlılığın azaldığını belirtirken, % 31,5 lik kısmı ise duygusal açıdan tükendiğini belirtmiştir.

Tablo 12. Müşteri Davranış Eğitimi Davranış İlişkisi

Müşteri ilişkilerine yönelik aldığınız eğitimlerin müşteriye karşı davranışlarınızı olumlu etkilediğini düşünüyor musunuz?	%
Evet	61,1
Hayır	25,9
Kararsızım	13

Son yıllarda özellikle hizmet sektöründe artan müşteri ilişkilerine yönelik olarak yapılan bilinçlendirme faaliyetlerinin müşteri ilişkilerinizi olumlu etkilediğini düşünüyor musunuz sorusuna % 61,1 gibi çalışanların önemli bir kısmı olumlu cevap vermiştir.

Tablo 13. Müşteri Saldırganlığını Önleme Yöntemleri

Müşteri Saldırganlığı İçin Alınacak Önlemler Sizce Nelerdir?	%
Güvenlik Önlemlerini Artırmak	22,2
Saldırganlığa Adli veya İdari Yaptırımın Uygulanması	50
Hizmetiçi Eğitimin Artırılması	33,3
Halkın Bilinçlendirilmesi	68,5
İşyerlerinin Daha Rahat ve Ferah Hale Getirilmesi	27,8
Hizmet Kalitesini Artırmak	35,2

Müşteri saldırganlığına alınacak önlemler için sorusuna verilen cevaplarda çalışanların birden fazla seçeneği işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Çalışanların müşteri saldırganlığın önlemede alınacak önlemler sorusuna % 68,5 gibi büyük oranda halkın bu konuda bilinçlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. % 50'lik kısmı saldırganlara adli ve idari yaptırımların uygulanmasını gerektiğini belirtmiş ve % 35'lik kısmı ise hizmet kalitesinin artması gerektiği fikrindedir. %33,3 lük kısmı hizmet içi eğitimin artması gerektiğini, %27,8'lik kısmı işyerlerinin daha rahat ve ferah hale getirilmesi ve %22,2'lik kısmı ise güvenlik önlemlerinin artması gerektiği fikrindedir.

5. Saldırganlıkta Bulunanların Profiline İlişkin Sonuçlar

Tablo 14. Saldırganlık Gösterenlerin Yaş Grupları

Saldırganlık Gösterenlerin Yaş Grupları	%
Çoğunlukla Gençler (20 yaş altı)	1,9
Çoğunlukla Yetişkinler (21-40 yaş arası)	50
Çoğunlukla Yaşlılar (41 yaş ve yukarısı)	22,2
Tüm Yaş Grupları Eşit Gibi	20,4
Yanıtlamayan	5,6

Saldırgan profilini belirlemek için sorulan saldırganların tahmini yaş grupları sorusuna verilen cevaplarda ise çalışanlar, saldırganların % 50 gibi önemli bir çoğunluğunu 21-40 yaş arası yetişkinler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 15. Saldırganlık Gösterenlerin Gelir Düzeyleri

Saldırganlığa Geçen Kişilerin Gelir Düzeyi	%
Çoğunlukla Düşük Gelirliler	11,1
Çoğunlukla Orta Gelirliler	29,6
Çoğunlukla Yüksek Gelirliler	11,1
Hangi Gelir Grubundan Olduğu Fark Etmiyor	42,6
Yanıtlamayan	5,6

Saldırgan profilini belirlemek için sorulan saldırganların tahmini gelir grubu sorusuna verilen cevaplarda ise çalışanlar, saldırganların % 42,6 ile gelir grubuna bağlı olmaksızın saldırganlık gösterdiği ifade edilmiştir.

Tablo 16. Saldırganlık Gösterenlerin Eğitim Düzeyleri

Saldırganlığa Geçenlerin Eğitim Düzeyi	%
Çoğunlukla Eğitimsizler	27,8
Çoğunlukla Eğitimliler	25,9
Çoğunlukla Yüksek Eğitimliler	3,7
Hangi Eğitim Düzeyinden Olduğu Fark Etmiyor	37
Yanıtlamayan	5,6

Saldırgan profilini belirlemek için sorulan saldırganların tahmini eğitim sorusuna verilen cevaplarda ise çalışanlar, saldırganların % 37 ile eğitim düzeyinin fark etmediğini belirtmiştir. Aynı zamanda eğitimsiz olduğu düşünül-

lenler ile eğitilmiş olduğu düşünülenlerin oranları da birbirlerine yakın gözük-
mektedir. Tüm bunlar göstermektedir ki, saldırganlık davranışı ile eğitim se-
viyesi arasında bir ilişki yoktur.

6. Çapraz Sonuçlar

Tablo 17. Müşteri Saldırganlığına Maruz Kalanların Şiddet Olayları İle İlgili Düşüncesi

		Toplumda Her Alanda Şiddet Olayı- nın Arttığını Düşünüyor musunuz?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Çalışma Hayatı- nızda Müşteri Sal- dırganlığına Uğra- dınız mı?	Evet	74,5%	9,8%	15,7%	100,0%
	Hayır	100%	0%	0%	100,0%

Araştırma sonuçlarına göre çalışma hayatında müşteri saldırganlığına maruz kalan katılımcılardan toplumda her alanda şiddet olayının arttığını düşünü-
yor musunuz sorusuna % 74,5'i Evet, % 9,8'i Hayır, % 15,7'si Kararsızım ce-
vabı vermiştir. Saldırganlığa maruz kalmayanların % 100'ü toplumda her
alanda şiddet olayının arttığını düşünmektedir. Demek oluyor ki, çalışanlar,
saldırganlığa uğrasın uğramasın genel olarak toplumsal saldırganlığın arttı-
ğına yönelik bir düşünceye sahiptir.

Tablo 18. Cinsiyetler Açısından Kadınların Saldırganlığa Uğrama Sıklığı

Kadınların Cinsiyetlerinden Ötörü Daha Az Şiddete Maruz Kaldığını Düşünüyor musunuz?					Toplam
Cinsiyet	Evet	Hayır	Kararsızım		
Kadın	16,7%	50,0%	33,3%		100,0%
Erkek	31,0%	42,8%	26,2%		100,0%

Araştırma sonuçlarına göre kadınlar, cinsiyetlerinden ötürü daha az şiddete
maruz kalmadıklarını düşünmektedir. Ayrıca, erkekler de kadınlar kadar ol-
masa da aynı düşünülmektedir.

Tablo 19. Müşteri Saldırıcılığına Uğrayanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

		Çalışma Hayatınızda Müşteri Saldırıcılığına Uğradınız mı?		Toplam
		Evet	Hayır	
Cinsiyet	Kadın	100%	0%	100,0%
	Erkek	92,9%	7,1%	100,0%

Anket sonuçlarına göre kadın çalışanların tamamı, erkek çalışanların ise %93'ü müşteri saldırıcılığına maruz kalmıştır. Tablo erkeklerin müşteri saldırıcılığına maruz kalma oranının çok yüksek çıkmasına rağmen kadınların tamamının müşteri saldırıcılığına maruz kaldıklarını ifade etmeleri, kadınların çalışma yaşamında karşı karşıya kaldıkları zorlukları göstermektedir.

Tablo 20. Katılımcıların Müşteri Saldırıcılığı Sonucu Psikolojik Açından Nasıl Hissettiklerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

		Müşteri Saldırıcılığına Maruz Kaldıktan Sonra Kendinizi Psikolojik Açından Nasıl Hissediyorsunuz?				
		Stres düzeyim artıyor	İş tatminim azalıyor	Motivasyon kaybına uğruyorum	İşe bağlılığım azalıyor	Duygusal açıdan tükenmişlik hissediyorum
Cinsiyet	Kadın	83,3%	66, %	83,3%	58,3%	58,3%
	Erkek	51,2%	53,8%	43,5%	38,0%	25,6%

Müşteri saldırıcılığına maruz kalan kadınların psikolojik açıdan erkeklerden daha fazla olumsuz etkilendiği görülmüştür.

Tablo 21. Müşteri Saldırıcılığını Ciddiye Almayan Katılımcıların Yaş Aralığına Göre Dağılımı

Yaş Aralığı	Müşteri Saldırıcılığını Ciddiye Almayanlar
18-25	21,8%
26-30	25%
31-39	25%
46-54	9,4%
Toplam	100%

Araştırma sonuçlarına göre saldırganlığa maruz kalıp saldırganlığı ciddiye almayanların önemli bir kısmını genç olarak kategorize edebileceğimiz gruplar oluşturmaktadır.

Tablo 22. Müşteri Saldırganlığına Maruz Kalan Katılımcıların Yaş Aralığına Göre Dağılımı
Müşteri Saldırganlığına Hangi Sıklıkta Maruz Kaldınız?

	Müşteri Saldırganlığına Hangi Sıklıkta Maruz Kaldınız?						Toplam	
	Haf- tada Bir	Ayda Bir	Yılda Bir	Haf- tada Birkaç Kez	Ayda Birkaç Kez	Yılda Birkaç Kez		
Yaş	18-25	0%	%7,7	%7,7	%23,1	0%	%61,5	100%
	26-30	%7,7	0%	%15,4	%23,1	%15,4	%38,5	100%
	31-39	%7,7	%15,4	0%	%23,1	%46,2	%7,7	100%
	40-45	%28,6	%42,9	%14,3	0%	0%	%14,3	100%
	46-54	20%	0%	40%	0%	20%	20%	100%

Çalışma hayatında hangi yaş grubunun hangi sıklıkta saldırganlığa maruz kaldığını gösteren tabloya göre 40-45 yaş grubunun çalışma hayatında daha yoğun olarak saldırganlığa maruz kaldığı görülmektedir.

Tablo 23. Katılımcılardan Hangi Yaş Aralığının Hangi Yaş Grubundan Saldırganlığa Uğradığının Dağılımı

	Saldırganlığa Geçenlerin Yaş Aralığı (Tahmini)				Toplam	
	Çoğunlukla gençler (20 yaşaltı)	Çoğunlukla yetişkinler (20-40)	Çoğunlukla yaşlılar (41 ve üzeri)	Yaş fark etmiyor		
Yaş	18-25	,0%	76,9%	15,4%	7,4%	100%
	26-30	,0%	46,2%	30,8%	23,1%	100%
	31-39	7,7%	30,8%	30,8%	30,8%	100%
	40-45	,0%	57,1%	14,3%	28,6%	100%
	46-54	,0%	60%	20%	20%	100%

Gençler ve ilerleyen yaştaki tüm çalışanlar daha çok 20-40 yaş aralığındaki müşteriler tarafından saldırganlığa maruz kaldıklarını belirtmektedirler.

Çalışanlara Yönelik Müşteri Saldırıcılığı ve Yalova İlindeki Kargo Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma

Tablo 24. Saldırıcılık Türü ve Saldırıcılığa Yönelik Önlemler

Müşteri Saldırıcılığını Önlemek İçin Alınacak Önlemler									
Şiddet Türü			Güven-	Saldır-	Hizmet-	Halkın	İşyer-	Hizmet	Toplam
			lik Ön-	gana	İç	Saldır-	İşyer-	Kalite-	
			lem-le-	Adli ve	Eğitim	gan-	lerin	sini	
			rinin	İdari	Artırılma-	lık Konu-	Daha	Artır-	
			Artırıl-	Yaptı-	sı	sunda Bi-	Rahat	mak	
			ması	ırım		linç-	ve Fe-		
				Uygu-		lendir-	rah		
				lan-		mesi	Hale		
				ması			Getiril-		
							mesi		
	Fiziksel Şiddet	21%	%10,5	%10,5	16%	21%	21%	100%	
	Tehdit	%13,2	%22,6	%13,2	%24,6	%13,2	%13,2	100%	
	Azarlama	%9,2	%19,3	%14,2	%28,8	%14,2	%15,3	100%	
	Hakaret, Küfür, Aşağılayıcı İfadeler	%9,9	%13,8	16%	%26,5	%13,8	20%	100%	
	Rahatsız Eden Teklif ve Davranışlar	%12,5	%18,75	%12,5	%31,25	%12,5	%12,5	100%	
	Cinsel Taciz	%16,6	%16,6	%16,6	%16,6	%16,6	%16,6	100%	

Fiziksel şiddete maruz kalan katılımcılara göre müşteri saldırıcılığını önlemek için alınacak önlemlerden, güvenlik önlemlerinin artırılması, işyerlerinin daha rahat ve ferah hale getirilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması % 21 oranında eşit olarak önerilmektedir. Fiziksel şiddete maruz kalanların saldırıcılığa adli ve idari yaptırım uygulanmasını % 10,5 oranında istemektedir.

Tehdit, azarlama, hakaret, küfür, aşağılayıcı ifadeler ve rahatsız edici teklif ve davranışlar gibi sözel saldırıcılığa maruz kalan katılımcıların, saldırıcılığı önleme konusunda ortak görüşü ise öncelikle olarak halkın saldırıcılık konusunda bilinçlendirilmesidir.

Sonuç

Saldırıcılık günümüzün önemli sosyal psikolojik bir sorunu haline gelmiştir. Bu sorunun kökeninde toplumsal psikolojinin bozulmasıyla ilgili birçok faktör söz konusudur. Genel saldırıcılığın yanında çalışma yaşamıyla ilgili de saldırıcılık davranışlar gün giderek artış göstermiştir. Bunlardan bir tanesi de müşterilerin çalışanlara yönelik göstermiş olduğu saldırıcılık olarak kavramlaşan "müşteri saldırıcılığı" olmuştur. Bu çalışmada da öncelikli olarak müşteri saldırıcılığı kavramı teorik olarak ele alınmış ve stres, iş tatminsizliği, hatta işten ayrılmaya kadar varan olumsuz sonuçların olduğu görülmüş-

tür. Müşteri saldırganlığı kavramı, Yalova ilinde faaliyet gösteren kargo çalışanlarına yönelik yapılan bir araştırma ile de ele alınmıştır. Bu araştırma ile, genel olarak şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Katılımcılar, genel olarak şiddet olaylarında artış olduğunu düşünmektedirler.
- Kadınların da erkekler kadar şiddete maruz kaldığı ifade edilmiştir.
- Çalışanların hemen hemen hepsi en az bir kere de olsa müşteri saldırganlığına uğramıştır.
- Saldırganlığın sıklığı en çok en az ayda bir ya da daha fazla şekilde gerçekleşmiştir. Beklenenin ötesinde saldırganlık davranışının çok sık gerçekleşmediği (her gün ya da gün aşırı) görülmektedir.
- Şiddet kendini daha çok hakaret, küfür aşağılayıcı ifadeler ve azarlama şeklinde göstermektedir.
- Çalışanlar daha çok saldırganlıkla dağıtım sırasında karşılaşmaktadır.
- Saldırganlığın çoğunlukla nedenleri arasında, müşterilerin yüksek beklentileri, hizmetlerin aksaması, müşteriyle ilgilenilmediği düşüncesi, iletişim problemi yer almaktadır.
- Saldırganlıkla karşı karşıya kalan kargo çalışanları çoğunlukla saldırganlığı dikkate almamakla birlikte yarısı kadarı da durumu amirine bildirmektedir.
- Saldırganlık, çalışanlarda daha çok stres ve iş tatmininin azalışı şeklinde kendini göstermektedir.
- Saldırganlığa yönelik önlemlerle ilgili olarak, halkın bilinçlendirilmesi ve saldırganlara yönelik yaptırımların uygulanması gerekliliği ortaya çıkmıştır.
- Saldırganlık gösteren müşterilerin genellikle 20 yaş ve üzeri, herhangi bir gelir grubundan ve eğitim düzeyinden kişiler olduğu düşünülüyor.

KAYNAKÇA

- AKGEYİK, T., ve GÜNGÖR, M. (2009 a). Müşteri Saldırganlığı: Sonuçları ve Mücadele Stratejisi, *Kamu-İş Dergisi*, 3(10), 33-71.
- AKGEYİK, T., ve DELEN, M. (2009 b), Müşteri Saldırganlığı: Yayınlığı ve Aktörleri (Bir Alan Araştırması), *Tisk Akademi*, 2, 106-141.
- BAYRAM, Y., (2012). *Spor Yapan ve Yapmayan 14-18 Yaş Grubu Öğrencilerin Saldırganlık Tutumlarının İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.

- Canadian Centre for Occupational Health and Safety, (2016). Violence In The Workplace, <http://www.ccohs.ca/oshanswers/psychosocial/violence.html>.
- DALBUDAK, İ., (2012). *13-15 Yaş Arası Görme Engelli Sporcuların Stres ve Saldırıcılık Düzeylerinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış, Ege Üniversitesi, Sağlık Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- DAVIDSON T. C., (2016). *Dealing with Difficult Customer Behaviour*, <http://www.davcorp.com.au/wpdata/files/43.pdf>.
- DURŞUN, S. ve AYTAÇ, S., (2011). İşyerinde Şiddet Davranışlarının Çalışanlar Üzerindeki Etkisi: Bir Uygulama, *TİSK Akademi Dergisi*, 2011/1, 6-29
- EROĞLU, S. E., (2009). *Saldırıcılık Davranışlarının Boyutları ve İlişkili Olduğu Faktörler: Lise ve Üniversite Öğrencileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- GÜNAY, G., (2011). *Şiddet İçerikli Bilgisayar Oyunlarının İlköğretim Öğrencilerinin Saldırıcılık Tepkileri Üzerindeki Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- GÜNEY, S., (2009). *Sosyal Psikoloji*, Ankara: Nobel Yayınları
- HASTA, D. ve Müzeyyen, E. G., (2013). Saldırıcılık: Kişilerarası İlişki Tarzları ve Empati Açısından Bir İnceleme, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 64-104
- KIREL, Ç., AYSEL K. ve RÜÇHAN, G., (2007). *Sosyal Psikoloji*, Eskişehir: AÖF Yay.
- TEVRÜZ, S., ARTAN, İ. ve BOZKURT, T. (1999). *Davranışlarımızdan Seçmeler (Örgütsel Yaklaşım)*, İstanbul: Beta Yay.
- YILDIZ, A. N., KAYA M. ve BİLİR, N., (2011). *İşyerinde Şiddet*, Ankara: Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu Yayını.
- YILMAZ, S. (2013). *Spor Yapan ve Yapmayan Ortaöğretim Öğrencilerinin Empatik Eğilimleri İle Saldırıcılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.