



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume : 16

Sayı / Number : 4

ISSN : 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

Yıl / Year : 01 Ekim – 31 Aralık 2014/01 October – 31 December 2014



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume : 16

Sayı / Number : 4

ISSN : 1302 - 3284

E-ISSN: 1308-0911

Yıl / Year : 01 Ekim – 31 Aralık 2014/01 October – 31 December 2014

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Cilt: 16 Sayı: 4 Yıl: 2014

Yayın No : 09.8888.5600.000/BY.015.085.784

ISSN: 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

1. Baskı

Derginin Sahibi : Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü adına Prof. Dr. Utku UTKULU

Sorumlu Müdür : Prof. Dr. Utku UTKULU

Editörler : Prof. Dr. Faruk SAPANCALI

Doç. Dr. Ethem DUYGULU

Yönetim Yeri : T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca, İZMİR

Yayının Türü : Yılda En Az Dört Kez Yayınlanan Akademik Hakemli Dergidir.

Yönetim ve Yazışma Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR

Tel: (232) 301 87 60

Fax: (232) 453 02 66

E-posta: sbdergi@deu.edu.tr

Erişim Sitesi: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/dergi.htm

WEB Editörü : Uzm. Özlem ABACIOĞLU

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Online Yayın Tarihi : 16.03.2015

Basım Yeri : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

Basım Yeri Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

DEÜ Tınaztepe Kampüsü 35390 Buca - İZMİR

Tel : 0(232) 301 93 00 - Fax : 0(232) 301 93 13

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY PUBLICATIONS

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

Volume: 16 Issue: 4 Year: 2014

Edition Number: 09.8888.5600.000/BY.015.085.784

ISSN: 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

1. Baskı

Journal Owner : Prof. Dr. Utku Utkulu, The owner on behalf of Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences

Director : Prof. Dr. Utku UTKULU

Editors : Prof. Dr. Faruk SAPANCALI
Assoc. Prof. Dr. Ethem DUYGULU

Place of Management : Dokuz Eylül University Graduate School of Social Sciences
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR/TURKEY

Publication Type and Period : Journal is a peer-reviewed and published at least four times a year.

Management and Correspondence Address : Dokuz Eylül University, Graduate School of Social Sciences, Tınaztepe Campus 35390 Buca/İZMİR/TURKEY
Tel: +90 (232) 301 87 60
Fax: +90 (232) 453 02 66
E-mail: sbedergi@deu.edu.tr
WEB: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/JOURNAL.htm

WEB Editor : Spec. Özlem ABACIOĞLU

The academic and content responsibility of the articles published in our journal exclusively belongs to the authors.
The articles published in our journal cannot be used without giving reference to the relevant article.

Online Date of Issue : 16.03.2015

Place of Printing : Dokuz Eylül University Printing House

Place of Printing Address : Dokuz Eylül University Printing House
DEU Tınaztepe Campus 35390 Buca / İZMİR / TURKEY
Tel: +90(232) 301 93 00 - Fax: +90(232) 301 93 13

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Hakemli Dergi

Cilt: 16 Sayı: 4 Yıl: 2014

Dergi Yayın Komisyonu

Prof. Dr. Faruk SAPANCALI
Doç. Dr. Ethem DUYGULU
Yrd. Doç. Dr. Münevver AKTAŞ
Araş. Gör. Pınar IŞILDAR
Araş. Gör. Erdem AKTAŞ
Araş. Gör. Emir ÖZEREN
Araş. Gör. Sinem ABKA
Araş. Gör. Levent ATEŞOĞLU
Araş. Gör. Fulya AKGÜL DURAKÇAY
Araş. Gör. Önder CANVEREN
Uzman Özlem ABACIOĞLU
Uzman Çağdaş CENGİZ

DANIŞMAN KURULU

Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Güneş ARIKDAL	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Abdurrahman AYHAN	Muğla Üniversitesi
Prof. Dr. Canan BALKIR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU	Nevada, Las Vegas Üniversitesi
Prof. Dr. Pascale CARAYON	Wisconsin Üniversitesi
Prof. Dr. Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer ÇAVUŞGİL	Georgia State Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Hulusi DEMİR	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Yücel ERTEKİN	Çağ Üniversitesi
Prof. Dr. Murat FERMAN	Işık Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY	Washington State Üniversitesi
Prof. Dr. Dima JAMALI	Beyrut Amerikan Üniversitesi
Prof. Dr. Anastasios KARASAVVOGLOU	Kavala Teknoloji Enstitüsü
Prof. Dr. Asker KARTARI	Kadir Has Üniversitesi
Prof. Dr. Metin KOZAK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. M. Haluk KÖKSAL	Alhosn Üniversitesi
Prof. Dr. Avşar KURGUN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Chris MILNER	Nottingham Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal ONAR	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Sharr PROHASKA	New York Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan SIRAKAYA	South Carolina Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Nazım SÖZER	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Brent S. STEEL	Oregon State Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan TATLIDİL	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hülya TÜTEK	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Selçuk USLU	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL	Virginia Tech Üniversitesi
Prof. Dr. Sevinç ÜRETEK	Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. A. Gürhan KÖK	Duke Üniversitesi

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Hakemli Dergi

Cilt: 16 Sayı: 4 Yıl: 2014

Dergi Yayın Komisyonu

Prof. Dr. Faruk SAPANCALI
Doç. Dr. Ethem DUYGULU
Yrd. Doç. Dr. Münevver AKTAŞ
Araş. Gör. Pınar IŞILDAR
Araş. Gör. Erdem AKTAŞ
Araş. Gör. Emir ÖZEREN
Araş. Gör. Sinem ABKA
Araş. Gör. Levent ATEŞOĞLU
Araş. Gör. Fulya AKGÜL DURAKÇAY
Araş. Gör. Önder CANVEREN
Uzman Özlem ABACIOĞLU
Uzman Çağdaş CENGİZ

DANIŞMAN KURULU

Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Güneş ARIKDAL	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Abdurrahman AYHAN	Muğla Üniversitesi
Prof. Dr. Canan BALKIR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU	Nevada, Las Vegas Üniversitesi
Prof. Dr. Pascale CARAYON	Wisconsin Üniversitesi
Prof. Dr. Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer ÇAVUŞGİL	Georgia State Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Hulusi DEMİR	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Yücel ERTEKİN	Çağ Üniversitesi
Prof. Dr. Murat FERMAN	Işık Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY	Washington State Üniversitesi
Prof. Dr. Dima JAMALI	Beyrut Amerikan Üniversitesi
Prof. Dr. Anastasios KARASAVVOGLOU	Kavala Teknoloji Enstitüsü
Prof. Dr. Asker KARTARI	Kadir Has Üniversitesi
Prof. Dr. Metin KOZAK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. M. Haluk KÖKSAL	Alhosn Üniversitesi
Prof. Dr. Avşar KURGUN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Chris MILNER	Nottingham Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal ONAR	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Sharr PROHASKA	New York Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan SIRAKAYA	South Carolina Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Nazım SÖZER	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Brent S. STEEL	Oregon State Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan TATLIDİL	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hülya TÜTEK	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Selçuk USLU	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL	Virginia Tech Üniversitesi
Prof. Dr. Sevinç ÜRETEN	Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. A. Gürhan KÖK	Duke Üniversitesi

DERGİ HAKKINDA

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergi alanında disiplinlerarası ulusal ve uluslararası çalışmaları yayımlar. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce yazılan makaleler de yayımlanır. Dergi, içeriği tüm kullanıcılara açık, serbestçe/ücretsiz "açık erişimli" bir dergidir. Kullanıcılar yayıncıdan ve yazar(lar)dan izin almaksızın, dergideki makaleleri tam metin olarak okuyabilir, indirebilir, dağıtabilir, makalelerin çıktısını alabilir ve kaynak göstererek makalelere bağlantı verebilir.

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi uluslararası bir dergi olup aşağıdaki veri tabanlarında yer almaktadır.



ABOUT JOURNAL

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is a peer-reviewed and international journal published at least four times a year. The journal publishes multidisciplinary national and international articles. The language of the journal is Turkish, but, articles in English may also be published. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full text of the articles in this journal without asking prior permission from the Publisher or the author.

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is an international journal and indexed by these databases;



2014 YILI HAKEMLERİMİZ

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2014 yılı sayıları (Cilt 16, Sayı 1, 2, 3, 4) EBSCO, ULRICHWEB, DOAJ, ULAKBİM ve ASOS gibi ulusal ve uluslararası veri tabanlarının yanı sıra birçok üniversite kütüphaneleri ve farklı akademik bilimsel veri tabanları tarafından taranmaktadır.

Dergimize emeği geçen tüm hakemlerimize teşekkür ederiz.

Editörler

Prof. Dr. Faruk SAPANCALI

Doç. Dr. Ethem DUYGULU

Dergimizin Yayınında 2014 Yılı Cilt 16'ya Katkı Veren Hakemlerimiz

Prof. Dr. Ali Kemal ŞEHİRLİOĞLU	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Ayda BÜYÜKŞAHİN SUNAL	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Nazım SÖZER	Yaşar Üniversitesi	Doç. Dr. Aykan CANDEMİR	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Aşkın KESER	Uludağ Üniversitesi	Doç. Dr. Azade Lerzan GÜLTEKİN	Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Aşkar KÜRGÜN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Bilge AYKOL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Canan AY	Celal Bayar Üniversitesi	Doç. Dr. Bilgin ÇELİK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Cavide UYARGİL	İstanbul Üniversitesi	Doç. Dr. Burcu Selin YILMAZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Cenk ÖZLER	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Cevdet KAYALI	Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Enver ÖZKALP	Anadolu Üniversitesi	Doç. Dr. Çağrı BULUT	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Ertuğrul DELİKTAŞ	Ege Üniversitesi	Doç. Dr. Doğan BIÇKI	Muğla Üniversitesi
Prof. Dr. Etem KARAKAYA	Adnan Menderes Üniversitesi	Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Faruk SAPANCALI	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Elbeyi PELİT	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma PAKDİL	Başkent Üniversitesi	Doç. Dr. Ethem DUYGULU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz BAŞKAN CANYAŞ	İzmir Ekonomi Üniversitesi	Doç. Dr. Fatih DEMİR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fuzuli YAĞMURLU	Süleyman Demirel Üniversitesi	Doç. Dr. Fatma TEKTÜFEKÇİ ŞENÇİÇEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Gaye ÖZDEMİR	Ege Üniversitesi	Doç. Dr. Güçkan YAPAR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim EROL	Celal Bayar Üniversitesi	Doç. Dr. Güler SAĞLAM ARI	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim GÜNGÖR	Akdeniz Üniversitesi	Doç. Dr. Gülseren ATABEK	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. İge PIRNAR	Yaşar Üniversitesi	Doç. Dr. Hakan KAHYAĞLU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail MAZGİT	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Hayal Ayça ŞİMŞEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfiye OKTAR	İzmir Ekonomi Üniversitesi	Doç. Dr. Işıl ÖZGEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Muazzez BABACAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Kudret Şevket SAYIN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nejat BASIM	Başkent Üniversitesi	Doç. Dr. Mazlum ÇELİK	Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜRÜNÇÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Mehmet AKSARAYLI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Mehmet KAŞLI	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Saadet KAŞMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Meltem İNCE YENİLMEZ	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Semra AYTUĞ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Mine ÖZYURT KILIÇ	Doğuş Üniversitesi
Prof. Dr. Sevda DEMİRBİLEK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Murat AKÇAKAYA	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Şermin KÜLAHOĞLU	Uludağ Üniversitesi	Doç. Dr. Mustafa ŞAHİN	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Tijen ERDUT	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Nihan ÖZGÜVEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Tülay ÖZÜERMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Olca SÜRGEVİL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur SOYTAŞ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Doç. Dr. Osman Nuri ÖZDOĞAN	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Yeşim Rabia KUŞTEPELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Ömür Yaşar SAATÇIOĞLU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Yücel BOZDAĞLIOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi	Doç. Dr. Seçkin GÖNEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK	Gazi Üniversitesi	Doç. Dr. Selim YAZICI	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Serap ULUSAM SEÇKİNER	Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Ali ÖZDEMİR	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Turhan ERKMEN	Yıldız Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Rıza FIRUZAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Ulaş ÇAKAR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Asena Altın GÜLOVA	Celal Bayar Üniversitesi	Doç. Dr. Umut HALAÇ	Yaşar Üniversitesi
Doç. Dr. Aslıhan AYKAÇ YANARDAĞ	Ege Üniversitesi	Doç. Dr. Yeşim ÜÇDOĞRUK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ayça KURTOĞLU FOUNER	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Doç. Dr. Yunus Emre ÖZER	Dokuz Eylül Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ahmet Nazmi ÜSTE	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ali Kazım ÖZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Aylin TOPAL	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ayselın Gözde YILDIZ	Yaşar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Banu ATREK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Başak KARŞIYAKALI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Bengü OFLAÇ	Izmir Ekonomi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Berna TARI KASNAKOĞLU	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Bülent Sarper AĞIR	Adnan Menderes Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ceren ALTUNTAŞ VURAL	Yaşar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Duygu TÜRKER	Yaşar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ebru TOLAY	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Elif UZGÖREN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İbrahim ARAP	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İlkay TAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Kerim Eser AFŞAR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Meltem KARAATLI	Süleyman Demirel Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Murat N. ARMAN	Adnan Menderes Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nagehan KESKİN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Neslihan DEMİRTAŞ MİLZ	Izmir Ekonomi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nurcan Hakan ÇIRAKLAR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Omer AKGÖBEK	Harran Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Özgür SARAÇ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Özkan UĞURLU	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Selim Said EREN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Selim ŞANLISOY	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Serap TOPRAK	Bitlis Eren Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Sevcan SÖNMEZ	Yaşar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Sümeyra DUMAN KURT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Şebnem SEÇER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Şerafettin DÜZTEPE	Istanbul Bilgi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Tuğba TUĞRUL	Izmir Ekonomi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yılmaz AKGÜNDÜZ	Mersin Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yusuf Volkan AYDOĞDU	Istanbul Teknik Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Zerrin Ayşe ÖZTÜRK	Ege Üniversitesi

Cilt/Volume: 16 Sayı/Issue: 4

01 Ekim – 31 Aralık 2014/01 October – 31 December 2014

İÇİNDEKİLER/CONTENT

SAYFA/PAGE

İşten Ayrılma Niyeti ve Aşırı Rol Yükünün Otel Çalışanlarının Sosyal Aylaklık Davranışlarına Etkisi Yılmaz AKGÜNDÜZ, Gürkan AKDAĞ, Ozan GÜLER, Serdar SÜNNETÇİOĞLU	515
Kosovo Force (KFOR) Organization Image: Empirical Research on Kosovo Armed Forces (KSF) Korhan ARUN	537
Çalışanların Örgütsel Adalet Algılarının Psikolojik Sermaye Üzerine Etkisi: Çalışanların İyilik Halinin Düzenleyici Rolü Mazlum ÇELİK, Ömer TURUNÇ, Necdet BİLGİN	559
Moda Odaklı İçgüdüsel Satın Alma Davranışına Etki Eden Faktörler İlknur TÜFEKÇİ, Aysel ERCİŞ, Bahar TÜRK	587
Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları, Psikolojik Güçlendirme ve Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma Hüseyin YILMAZ, Atila KARAHAN	607

Yayın Geliş Tarihi: 07.03.2014
Yayına Kabul Tarihi: 13.01.2015
Online Yayın Tarihi: 16.03.2015
<http://dx.doi.org/10.16953/deusbed.45831>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 16, Sayı: 4, Yıl: 2014, Sayfa: 515-536
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

İŞTEN AYRILMA NİYETİ VE AŞIRI ROL YÜKÜNÜN OTEL ÇALIŞANLARININ SOSYAL AYLAKLIK DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Yılmaz AKGÜNDÜZ*
Gürkan AKDAĞ**
Ozan GÜLER***
Serdar SÜNNETÇİOĞLU****

Öz

Bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin sosyal aylaklık (kaytarma) davranışlarına işten ayrılma niyetleri ve aşırı rol yükü algılarının etkisini belirlemektir. Ayrıca çalışma kapsamında aşırı rol yükünün işten ayrılma niyetine olan etkisinin belirlenmesi de amaçlanmaktadır. Bu kapsamda sosyal aylaklık, işten ayrılma niyeti ve aşırı rol yükü ölçeklerini içeren bir anket, İzmir'deki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan 354 işgörene seçkisiz örnekleme yöntemi ile 15 Eylül-15 Kasım 2013 döneminde uygulanmıştır. Sosyal aylaklık ölçeği ve işten ayrılma niyeti ölçeği yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda tek boyutta, aşırı rol yükü ölçeği ise zaman yetersizliği ve aşırı sorumluluk olmak üzere iki faktör altında toplanmıştır. Araştırmada hiyerarşik regresyon analizi yapılarak hipotezler test edilmiştir. Analiz sonucunda, aşırı rol yükü -zaman yetersizliği- algısının ve işten ayrılma niyetinin çalışanların sosyal aylaklık davranışını artırdığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca çalışanların aşırı rol yükü -zaman yetersizliği- algısının işten ayrılma niyetlerini artırdığı; aşırı rol yükü -aşırı sorumluluk- algısının ise işten ayrılma niyetini azalttığı da belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Aylaklık, İşten Ayrılma Niyeti, Aşırı Rol Yükü, Oteller.

THE EFFECT OF TURNOVER INTENTION AND ROLE OVERLOAD ON SOCIAL LOAFING BEHAVIORS OF HOTEL EMPLOYEES

Abstract

The aim of this research is to investigate the effect of turnover intention and role overload on social loafing behavior of hotel employees. Besides, the effect of role overload on turnover intention has been investigated. In the scope of research, questionnaire of the scales of turnover intention, role overload and social loafing have been applied to 354

* Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, yilmazakgunduz@hotmail.com

** Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, gurkanakdag@hotmail.com

*** Araş. Gör., Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ozanguler17@hotmail.com

**** Araş. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, serdarsunnetcioglu@hotmail.com

employees working in the hotels including four and five stars through random sampling between September 15 and December 15, 2013. As a result of exploratory factor analysis while the items of social loafing and turnover intention constructs consist of single factorial frame, the items of role overload construct include two separate factors called as the perception of lack of time and heavy responsibility. Hypotheses have been tested by means of hierarchical regression analysis technique. As a result of analysis, lack of time factor of role overload and turnover intention constructs have been found as the effective agents in fostering the behavior of social loafing. In addition, it has been revealed that whereas lack of time factor of role overload construct has an augmenting impact, heavy responsibility factor of role overload construct has a diminishing impact on turnover intention.

Keywords: *Social Loafing, Turnover Intention, Role Overload, Hotels.*

GİRİŞ

Otel işletmelerinin konaklama, yeme-içme ve benzeri insan ihtiyaçlarını karşılamak için konumlandırılmış departmanlara sahip olması otellerde çok sayıda işgörenin bir arada çalışmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, otel çalışanlarının yeteneklerinden maksimum düzeyde yararlanılması müşteri tatmininin sağlanması ve örgütsel amaçların gerçekleştirilebilmesinde oldukça önemlidir. Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi için farklı departmanlarda çalışan işgörenler işbirliği içerisinde bulunmalıdırlar. Bu işbirliği çalışanların bir takım üyesi gibi davranmalarını gerektirmektedir. Ancak bazı durumlarda otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin takımın bir parçası olarak örgütsel çıktılara katkı yapmak yerine, daha az çaba sarf etme eğiliminde buldukları yani sosyal aylaklık (kaytarma) davranışı gösterme eğiliminde buldukları da tespit edilmiştir (Kanten, 2014: 13). Ayrıca, kişisel, örgütsel veya çeşitli nedenlerle kalifiye çalışanların işten ayrılması ile ortaya çıkan doğrudan ve dolaylı maliyetler de otel işletmelerinin önemli sorunları arasında yer almaktadır (Yang vd., 2012: 838; Cho vd., 2009: 376; Chalkiti ve Sigala, 2010: 336). Bu nedenle çalışanlarda oluşacak işten ayrılma niyetinin azaltılması veya ortadan kaldırılması, otel işletmelerine önemli rekabet avantajları kazandıracaktır (Jang ve George, 2012: 589). Otel işletmelerindeki insan gücünün önemine bağlı olarak; bu çalışmanın amacı, otel çalışanlarının sosyal aylaklık davranışlarına işten ayrılma niyeti ve aşırı rol yükü algılarının etkisini belirlemektir. Ayrıca çalışmada, aşırı rol yükü algısının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi de amaçlanmaktadır. Bu kapsamda öncelikle sosyal aylaklık, işten ayrılma niyeti ve aşırı rol yükü kavramları ele alındıktan sonra konu ile ilgili hipotezler sunulmuştur. Araştırmanın yöntem bölümünde araştırma ile ilgili veri toplama aracına, evren ve örnekleme ilişkin açıklamalardan sonra ampirik verilerin analizi ve elden edilen bulgulara yer verilmiştir. Son bölümde ise araştırmaya ilişkin sonuçlara ve önerilere değinilmiştir.

Otel işletmeleri evreninde gerçekleştirilen bu çalışmanın; sosyal aylaklık konusuyla ilgili ulusal yazında yapılan ilk çalışmalar arasında yer alması ve Price vd. (2006) tarafından geliştirilen Sosyal Kaytarma Ölçeği ile Reilly (1982)

tarafından geliştirilen Aşırı Rol Yükü Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması yapılmaması nedeniyle literatüre katkılarının olacağını söylemek mümkündür. Ayrıca çalışmanın, otel işletmelerinin kronik bir sorunu olan işten ayrılma niyetinin bir öncülü olarak aşırı rol yükünü ve bir yansıması olarak da sosyal aylaklık davranışını ele alması ve uygulamaya yönelik önerilerde bulunması nedeniyle otel yöneticilerine de önemli katkıları olacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Sosyal Aylaklık (Kaytarma)

Sosyal aylaklık, kelime anlamı ile bireylerin yalnız başına çalışma isteklerinin ve gayretlerinin grup içinde çalışma arzu ve gayretlerinden farklılık göstermesine dayanır (Liden vd., 2004: 285). Yani, sosyal aylaklık bireyin grupla birlikte çalışırken, yalnız başına çalışırken sarf ettiği emekten daha az emek sarf etme eğilimini ifade etmektedir (Karau ve Williams, 1993: 683). Bireylerin sosyal ortamlar içerisinde kendilerine rol biçmelerini ifade eden sosyal aylaklık, yaratılan iş ortamlarının sürekliliği açısından son derece tehlikelidir. Çünkü uzun vadede var olan iş iklimi sosyal aylaklık etkisiyle zarar görebilmekte ve bireysel performanslarda da düşüşler gerçekleşmektedir. Diğer yandan sosyal aylaklık ile alakalı olarak literatürde, sosyal aylaklık davranışı sergileyen çalışanların diğer grup arkadaşlarının da sosyal aylaklık yaptıklarına inandıkları ve bu şekilde bir savunma mekanizması geliştirdikleri belirtilmektedir (Comer, 1995: 651).

Pabico vd. (2008: 26) sosyal aylaklığın var olduğu gruplarda, bireylerin bedavacı rolü (free rider) ve safdil rolü (sucker) olmak üzere iki farklı role büründüklerini ileriye sürmektedirler. Bedavacı bireyler, grup görevini gerçekleştirmek için pek çaba sarf etmeyen, fakat çaba sarf eden grup üyeleriyle aynı ödülü alan bireylerdir. Kaytaranların veya bedavacıların eksik bıraktığı görevi üstlenen ve dolayısıyla fazladan çaba sarf eden grup üyeleri ise safdil rolünü üstlenmişlerdir (İlgin, 2010: 105).

İşten Ayrılma Niyeti

İşten ayrılma niyeti, bireylerin bilinçli ve kasıtlı olarak çalıştıkları örgütü terk etme isteğidir (Tett ve Meyer, 1993: 260). Bu yönüyle işten ayrılma niyeti bireyler açısından bir savunma şekli ve bireyin çalışma ortamında algıladığı gerilimlerden kaçması olarak da düşünülebilir (Eren ve Saraçoğlu, 2011: 405; Erbil, 2013: 32). İşten ayrılma niyeti, zamanında tespit edilerek önlem alınmazsa örgütlere önemli maliyetler yükleyen bir probleme dönüşebilir (Şahin, 2011: 277).

Literatürde çalışanların işten ayrılma niyetlerine etki eden faktörlerin neler olduğu pek çok araştırmacı tarafından belirlenmiştir (Alam ve Mohammad, 2010: 125). Price ve Mueller (1981: 544) öncelikle alternatif iş fırsatları ve monotonlaşma olmak üzere işten ayrılma niyeti ile ilgili on bir faktörün varlığından söz ederken; Khatri vd. (2001: 54) düşük örgütsel yapı ve yönetsel adalet

algılarının işten ayrılma niyetini tetikleyen faktörler olduğunu tespit etmişlerdir. Carbery vd. (2003: 649) otel işletmelerinde iş tatmininin işten ayrılma düşüncesini etkileyen önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşırken; Rahman vd. (2008: 46) ise örgütsel bağlılık düzeyinin işten ayrılma niyeti ile ilgili önemli faktörlerden birisi olduğunu belirlemişlerdir.

Aşırı Rol Yükü

Aşırı rol yükü, kişilerin bireysel kapasite ve yeteneklerinin yapmaları beklenen işlerin gerektirdiği niteliklerden daha az olması olarak ifade edilmektedir (Katz ve Kahn, 1978: 598). Başka bir ifade ile aşırı rol yükü, bireylerin rol beklentilerinin sahip oldukları yeteneklerden ve bir işi gerçekleştirmek için sahip oldukları motivasyondan daha fazla olduğu durumlarda ortaya çıkan durumdur (Idris, 2011: 155). Aşırı rol yükü yüksek performans, öz-yeterlilik ve örgütsel hedefleri engelleyen unsurların başında gelmektedir (Brown, vd., 2005: 972). Aynı perspektifte, yaptığı iş üzerindeki kontrol düzeyi az olan çalışanlarda da sıklıkla aşırı rol yükü hissine rastlamak mümkündür (Rainayee, 2012: 2). Bilimsel yazında rol belirsizliği kavramı ile sıklıkla karıştırılan aşırı rol yükü aslı itibariyle rol belirsizliği kavramından oldukça farklıdır. Rol stresinin bir unsuru olan aşırı rol yükü, yapılacak olan işin gerektirdiği nitelikler ile işi yapacak olan personelin sahip olduğu nitelikler arasında personelin aleyhine bir uyumsuzluğun olması durumudur (Yılmaz ve Ekici, 2006: 35).

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

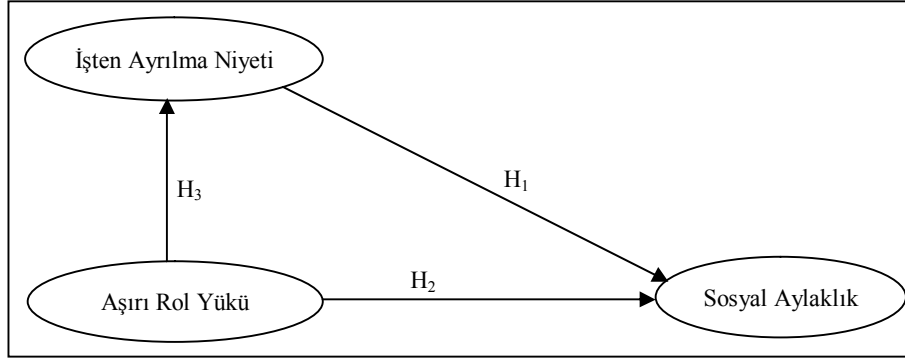
Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Birçok araştırmacı örgütlerde sosyal aylaklığı açıklamak için Beklenti Teorisi (Karau ve Williams, 1995: 136), Sosyal Etki Teorisi (Chidambaram ve Tung, 2005: 151) ve Sosyal Değişim Teorisi (Murphy vd., 2003: 63) gibi farklı teorileri temel almışlardır. Beklenti Teorisi, işgörenlerin daha fazla çalıştıklarında daha çok ödüllendirileceklerini algılamaları durumunda, sosyal aylaklık davranışından uzaklaşarak daha çok çalışacaklarını ileri sürmektedir (Bennett ve Naumann, 2004: 117). Sosyal Etki Teorisi ise sosyal aylaklığı, kaynağa veya hedefe diğer grup üyelerinden daha az katkı sağlayarak ulaşacağına inanmaları durumunda çalışanların, sosyal aylaklık davranışlarında bulunabileceğini ileri sürmektedir (Chidambaram ve Tung, 2005: 155). Çalışanların örgüt içerisindeki davranışlarını neden ve sonuç ilişkisine bağlı olarak açıklayan sosyal değişim teorisi (Blau, 1964); sosyal aylaklığı kişilerin karşılıklı etkileşimini içeren davranışlarını, etkisini ve iletişimlerini sosyal psikolojik bakış açısıyla açıklamaktadır. Bireylerin bir sürece katkıda buldukları durumlarda doğal olarak bunun bir karşılığını beklediklerini ifade eder.

Otel işletmelerinde yapılan bu çalışmada üç hipotez geliştirilmiştir. Geliştirilen hipotezlerde çalışanların sosyal aylaklık davranışlarına işten ayrılma niyetlerinin (H₁) ve aşırı rol yükü algılarının etkisinin (H₂); aşırı rol yükü algısının

çalışanların işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinin (H₃) belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Şekil 1: Araştırmanın Simgesel Modeli



Yüksek işgören devir hızını Cho vd. (2009: 374-381), Chalkiti ve Sigala (2010: 345) ve Yang vd. (2012: 837-848) turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki insan kaynaklarının uzun dönemli sorunlarından birisi olarak ifade etmektedir. İşgören devir hızının fazla olması çalışanların motivasyonlarında azalmaya neden olabilmektedir (Janssen vd. 1999: 1361; Babakus vd. 2008: 388; Chalkiti ve Sigala, 2010: 345). Brickner vd. göre (1986: 766) ise sosyal aylaklık çalışanların motivasyon düzeylerinin düşük olduğunda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla sosyal değişim teorisine bağlı olarak işten ayrılma niyeti olan çalışanların düşük motivasyona sahip olabilecekleri ve sosyal aylaklık davranışı gösterebilecekleri düşünülebilir. Bu nedenle H₁ hipotezi geliştirilmiştir.

H₁: Çalışanların işten ayrılma niyetleri sosyal aylaklık davranışı göstermelerini pozitif olarak etkiler.

Aşırı rol yükü, rol beklentilerinin bireylerin sahip olduğu yeteneklerden veya bir görevi başarmak için sahip oldukları motivasyondan daha fazla olması durumunda ortaya çıkar (Spector ve Jex, 1998: 356-367; Conley ve Woosley, 2000: 179-201). Coelho vd. (2011: 39) rol stresinin bir boyutu olan aşırı rol yükünün çalışanların motivasyonlarını etkilediğini; Brickner vd. (1986: 764) ise düşük motivasyonun sosyal aylaklık üzerinde negatif etkisini olduğunu belirlemiştir. Dolayısıyla beklenti teorisine bağlı olarak düşük motivasyon kaynaklarından birisi olan aşırı rol yükünün sosyal aylaklık davranışına rol açabileceği düşünülerek H₂ hipotezi geliştirilmiştir.

H₂: Çalışanların aşırı rol yükü algısına sahip olmaları sosyal aylaklık davranışı göstermelerini pozitif olarak etkiler.

Çalışanların kapasitelerinin üzerinde bir iş yükü olduğunu düşünmeleri yüksek stres ve tükenmişlik yaşamalarına neden olacaktır. Bu durum çalışanların mutsuzluğuna ve performanslarında düşüşe neden olur (Çelik ve Çıra, 2013: 13). Yapılan çalışmalarda (Fang ve Vishwanath, 1993: 24; Jones vd., 2007: 663; Çelik

ve Çıra, 2013: 11; Jung ve Yoon, 2013: 7) rol stresinin bir boyutu olan aşırı rol yükünün çalışanların işten ayrılma niyetlerini etkilediği belirlenmiştir. Yapılan açıklamalara ve belirtilen çalışmalara bağlı olarak aşırı rol yükü algısının otel çalışanlarının işten ayrılma niyetlerini artıracakı düşünülerek H₃ geliştirilmiştir.

H₃: Çalışanların aşırı rol yükü algısı işten ayrılma niyetlerini pozitif olarak etkiler.

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı, otel çalışanlarının sosyal aylaklıklarına işten ayrılma niyetleri ve aşırı rol yükü algılarının etkisini belirlemektir. Ayrıca araştırmada, otel çalışanlarının işten ayrılma niyetlerine aşırı rol yükü algılarının etkisinin belirlenmesi de amaçlanmaktadır. Araştırma, 15 Eylül - 15 Kasım 2013 tarihleri arasında İzmir’de faaliyet gösteren Turizm İşletme Belgeli 8 adet beş yıldızlı ve 2 adet dört yıldızlı otelde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu otellerdeki oda sayısı 3040 olarak belirlenmiş ve bu otellerde oda başına ortalama 0,8 personel istihdam edildiği (Çakıcı ve Yılmaz, 2012: 9) varsayımına bağlı olarak çalışan sayısı 2432 olarak belirlenmiştir. Adı geçen sayıda işgören araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Ana kütlede %95 güvenirlilik sınırları içerisinde %5’lik hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 332 kişi olarak hesaplanmıştır. Tanımlanan evrendeki her elemanın eşit ve bağımsız seçilme olasılığına sahip olması tercih edildiği için bu çalışma kapsamında evrenden veriler, seçkisiz örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Yüzyüze anket toplama yöntemiyle 380 anket toplanmıştır. Toplanan anketlerden normal dağılımı bozduğu sapan analizi ile belirlenen 26 anket veri setinden çıkartılarak çoklu normal dağılıma sahip bir veri seti elde edilmiştir. Kalan 354 anket geçerli olarak kabul edilmiş ve analize tabi tutulmuştur.

Veri Toplama Aracı

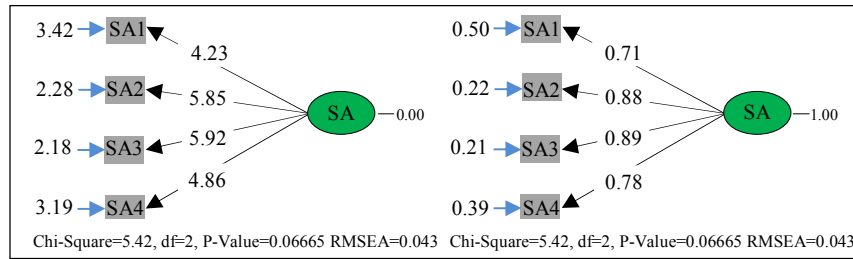
Araştırmada veriler sosyal aylaklık, işten ayrılma niyeti, aşırı rol yükü ve katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadelerinin yer aldığı bir anket formu ile toplanmıştır. Anketin demografik özellikler kısmında katılımcıların yaşları, cinsiyetleri, iş tecrübeleri, eğitim düzeyleri ve otelde çalışma sürelerini belirleme yönelik 5 adet kapalı uçlu ifade yer almaktadır.

Sosyal aylaklık ölçeğinin orijinali Price vd. (2006) tarafından geliştirilmiştir. Orijinal çalışmada güvenilirlik düzeyi 0,90 olarak belirlenmiştir. Ölçek, araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrildikten sonra 30 akademisyen örnekleminde pilot çalışma yapılmıştır. Ölçek; “Yapmam gereken önemli işler olduğunda bazen başka işlerle uğraşırım”, “Yapmam gereken işleri ilk fırsatta başkalarına bırakırım”, “İşletme içerisinde bana verilecek her türlü görev ve sorumluluktan kaçınmaya çalışırım” ve “Arkadaşlarım benden yardım istediğinde, yapmam gereken işlerim olduğunu söylerim” olmak üzere dört maddeden oluşmaktadır. Pilot çalışmanın verileri öncelikle açıklayıcı daha sonra doğrulayıcı faktör analizine (DFA) tabi tutulmuştur. Ölçeğin genel güvenilirlik düzeyi pilot çalışmada 0,84 olarak belirlenmiştir.

Tablo 1: Sosyal Aylaklık Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yük	Ortalama	Öz değer	Varyansın Açıklanma Oranı	Güvenilirlik
1.Faktör Sosyal Aylaklık -4 Madde			2,993	74,819	,84
Yapmam gereken işleri ilk fırsatta başkalarına bırakırım.	,912	1,7667			
Yapmam gereken önemli işler olduğunda bazen başka işlerle uğraşırım.	,903	1,6667			
Arkadaşlarım benden yardım istediğinde, yapmam gereken işlerim olduğunu söylerim.	,841	1,8333			
İşletme içerisinde bana verilecek her türlü görev ve sorumluluktan kaçınmaya çalışırım.	,799	2,2667			
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme metodu: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği : %76,4 p<0,05 Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 67,683 Açıklanan toplam varyans: %74,819 Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,84 Ölçeğin genel ortalaması: 1,8833					

Ölçeğin dört maddeli yapısı DFA ile de test edilmiştir. DFA'da t değerlerinin Şekil 2'de görüldüğü gibi 4,23 ile 5,92 arasında; standardize çözümlenme değerlerinin 0,71 ile 0,89 arasında; normalleştirilmiş ki-kare değerinin (chi-square/df) 2,71; RMSEA=0,043 GFI=0,91 SRMR=0,044 CFI=0,95 IFI=0,96 ve NFI=0,93 olduğu bulgulanmıştır. Açıklayıcı faktör analizine, DFA ve güvenilirlik analizine bağlı olarak Sosyal Aylaklık Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanan hali geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak kabul edilmiştir. Ölçekten bu hali ile ana çalışmada yararlanılmıştır.

Şekil 2: Sosyal Aylaklık Ölçeği DFA Sonuçları (t-değeri ve Standardize Çözümlenme Değeri)

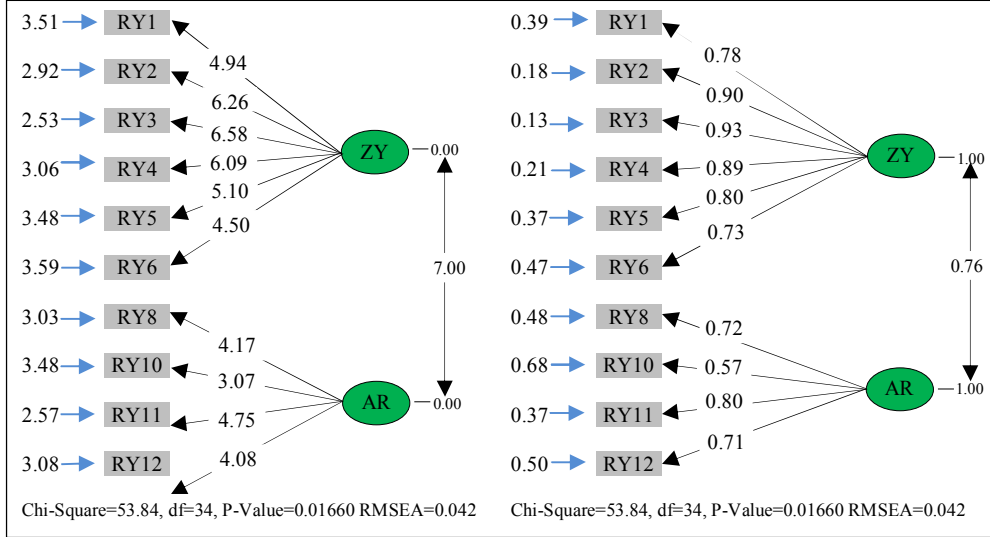
Aşırı rol yükü ölçeği Reilly (1982: 409) tarafından geliştirilmiştir. Reilly olan ölçek araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrildikten sonra 30 akademisyen üzerinde yapılan pilot çalışmada ölçek maddeleri iki boyutta toplanmış ve güvenilirlik düzeyi 0,922 olarak belirlenmiştir. Aşırı rol yükü ölçeğinin orijinalinde tek boyut olmasına rağmen yapılan faktör analizi sonucunda verilerin iki boyutta toplandığı bulgulanmıştır. Bu farklılığın, araştırmanın yapıldığı sektörün yapısal özelliklerinden ve katılımcıların kültürel özelliklerinden kaynaklı olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 2: Aşırı Rol Yükü Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yükü	Ortalama	Öz değeri	Varyansın Açıklanma Oranı	Güvenirlilik
1.Faktör -Zaman Yetersizliği Algısı-		3,117	5,994	48,812	,930
Yeterince zamanımın ve enerjimin olmadığı işleri yapmak zorundayım.	,919				
Bana verilen işleri yetiştirebileceğimi düşünmüyorum.	,887				
İşleri yapmaktan kendime zaman kalacağını düşünmüyorum.	,853				
İşyerinde bulunduğum saatlerde benden çok iş isteniyor.	,825				
Gün içerisinde benden beklenen işleri yapmak için daha fazla zamana ihtiyacım var.	,762				
Bazen gün içerisinde işleri yapacak kadar yeterli zamanımın olmadığını düşünüyorum.	,723				
2. Faktör -Aşırı Sorumluluk Algısı-		3,383	1,367	24,803	,779
Yapmam gereken işlerin üstesinden gelebilmek için diğer çalışanlardan daha fazla sorumluluk üstleniyorum.	,851				
Benden beklenen her şeyi yapmak için yapmam gereken işleri daha az dikkatli ve hızlı çalışmam gerektiğini hissediyorum.	,844				
Yapmam gereken işleri bitirebilmek için kendimi aşırı derecede yormam gerekiyor.	,712				
İşlerimi bitirebilmek için kendimi öncelikli yapılacak işler listesi oluştururken buluyorum.	,681				
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme metodu: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği : %846 p<0,05 Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 214,777 Açıklanan toplam varyans: %73,614 Ölçeğin tamamı için güvenirlilik katsayısı: 0,922 Ölçeğin genel ortalaması:3,2233					

Aşırı rol yükü ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen 10 maddeden oluşan iki faktörlü yapısı DFA ile de test edilmiştir. DFA'da t değerlerinin 3,07 ile 6,58 arasında; standardize çözümlene değerlerinin 0,57 ile 0,93 arasında; normalleştirilmiş ki-kare değerinin (chi-square/df) 1,58; RMSEA=0,043 GFI=0,93 SRMR=0,052 CFI=0,94 IFI=0,94 ve NFI=0,87 olduğu bulunmuştur (Şekil 3). Açıklayıcı faktör analizine, DFA ve güvenirlilik analizine bağlı olarak Aşırı Rol Yükü Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanan hali geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak kabul edilmiştir. Bu hali ile ana çalışmada yararlanılmıştır.

Şekil 3: Aşırı Rol Yükü Ölçeği DFA Sonuçları (t-değeri ve Standardize Çözümleme Değeri)



İşten ayrılma niyetini (İAN) ölçmek için ise Jung ve Yoon (2013: 29) tarafından uyarlanan dört maddelik ölçekten Akgündüz ve Akdağ'ın (2014: 304) çalışmasında yararlandığı Türkçe hali ile yararlanılmıştır. Akgündüz ve Akdağ (2014) ölçeğin genel güvenilirliğini 0,801; açıklayıcı faktör analizinde varyansın açıklanma oranını ise %74,762 olarak bulgulamışlardır. DFA sonucunda gözlenen değişkenlere ait t değerlerinin 10.86 ile 16.33 arasında; standardize çözümleme değerlerinin ise 0,68 ile 0,90 arasında değiştiğini belirlemişlerdir. Ayrıca X^2 değeri= 4,83 df=2 olmasına bağlı olarak normalleştirilmiş ki-kare değerinin (X^2/df) 2,41 RMSEA=0,082 GFI=0,94 AGFI=0,92 ve CFI=0,97 olarak bulgulanmıştır. Turizm sektöründe yapılan bu çalışmada da Akgündüz ve Akdağ (2014: 304) çalışmasında geçerliliği ve güvenilirliği kabul edilen İAN ölçeğinden yararlanılmıştır. Sosyal aylıklık, işten ayrılma niyeti ve aşırı rol yükü ölçeklerinin yanıt kategorileri 5'li Likert derecesinde ifade edilmiştir. Yanıt kategorileri Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kararsızım (3), Katılıyorum (4) ve Kesinlikle Katılıyorum (5) şeklinde oluşturulmuştur.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya, İzmir faaliyet gösteren 8 adet beş yıldızlı ve 2 adet dört yıldızlı otel işletmesinde çalışan 354 kişi katılmıştır. Katılımcıların %22'si (76 kişi) dört yıldızlı; %78'i (278 kişi) ise beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışmaktadır. Araştırmaya katılanların %27'si (95 kişi) kadın, %73'ü (252 kişi) erkektir. %2'si ilkokul, %10'u ortaokul, %46'sı lise ve %41'i önlisans ve lisans mezunudur. %33'ü 20 ile 25 yaş arasında, %51'si ise 26 ile 35 yaş arasında, %16'sı ise 36 ile

52 yaş arasındadır. Araştırmaya katılanların %81'i 5 yıl ve daha az iş tecrübesine, %19'u 6 yıl ve daha fazla iş tecrübesine sahiptir. %20'si (70 kişi) geçici kadroda, %77'si (271 kişi) daimi kadroda çalışmaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet (n=347)	n	%	Eğitim (n=344)	n	%
Kadın	95	27	İlkokul	7	2
Erkek	252	73	Ortaokul	35	10
Yaş(n=350)			Lise	160	46
20-25 yaş	116	33	Üniversite	142	41
26-35 yaş	179	51	Tecrübe (n=340)		
36 yaş ve üstü	56	16	5 yıl ve daha az	65	19
Kadro durumu (n=341)			6 yıl ve üstü	275	81
Geçici Kadro	70	20			
Daimi Kadro	271	77			

Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Araştırmada yararlanılan sosyal aylıklık ölçeğinin ve rol yükü ölçeklerinin Türkçe çevirileri yapıldıktan sonra geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları akademisyenler örnekleminde uygulanmıştır. Ancak otel işletmelerinin yapısal özelliklerinin farklılık göstermesi nedeniyle söz konusu ölçeklerin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi tekrar edilmiştir. Bu süreçte, faktör sayısının tespitinde öz değerinin 1'den büyük olmasına, ilgili faktör ile en az 0,300 düzeyinde yüke sahip olmasına (Hair vd., 2010: 103-104), bir faktörün en az 3 maddeden oluşmasına, binişik durumda bulunan iki faktör arasındaki yük farkının en az 0,100 olmasına (Tavşancıl, 2002: 50) ve Varimax dönüşümü uygulanmasına karar verilmiştir.

Öncelikle işten ayrılma niyeti ölçeğine açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Tek boyut ve 4 maddeden oluşan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği toplam varyansın %75,902'sini açıklamıştır. Faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,824; Barlett' Küresellik Testi değeri 825,369 değeri ve $p < 0,05$ düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 4: İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Ortalama	Öz değeri	Varyansın Açıklanma Oranı	Güvenilirlik
İşten Ayrılma Niyeti -4 madde-			3,036	75,902	,894
Bazen yaptığım işi bırakmak zorunda olduğumu düşünüyorum.	,886	3,2006			
Başka bir otelde çalışmak için bu otelden ayrılmayı düşünüyorum.	,869	2,8305			
Çalışma koşullarım biraz daha kötüleşirse, otelden ayrılmayı düşünüyorum.	,866	3,3644			
Muhtemelen önümüzdeki yıl yeni bir iş arayacağım.	,864	3,1299			
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme metodu: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği : %82 p<0,05 Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 825,369 Açıklanan toplam varyans: %75,902 Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,894 Ölçeğin genel ortalaması: 3,131					

Aşırı rol yükü ölçeğinin yapısal geçerliliğini belirlemek için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda toplam varyansı açıklama oranı %67,131; Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme değeri 0,910; Barlett' Küresellik Testi değeri 1931,129 ve p<0,05 düzeyinde gerçekleşmiştir.

İlk faktör altı maddeden oluşmakta ve varyansın yaklaşık %38'ini açıklamaktadır. Bu faktörde; çalışanların yeterince zamanlarının olmadığı (0,854), iş saatlerinde kendilerinden çok şeyin istendiği (0,846), kendilerine zaman ayıramadıkları (0,832) gibi maddeler bir araya gelmiştir. En fazla yükün göreceli olarak işyerinde bulunulan saatlerde çalışanların kendilerinden çok şey istendiğinde olduğu ve faktörde bir araya gelen maddelerin çalışanların aşırı rol yükü algısında zaman değişkenini esas aldıkları belirlendiği için faktöre "**Aşırı Rol Yükü-Zaman Yetersizliği**" adı verilmiştir. Dört madden oluşan ikinci faktör varyansın yaklaşık %29'unu açıklamaktadır. Bu faktörde; görevlerini yapabilmek için diğer çalışanlardan daha fazla sorumluluk üstlendiği (0,817), işleri yetiştirebilmek için yapılacak işlere ilişkin liste oluşturduğu (0,813), işlerini tamamlayabilmek için aşırı derecede yorulması gerektiği (0,703) ve beklenenleri yapabilmek için daha hızlı çalışmak gerekliliği (0,700) maddeleri bir araya gelmiştir. Faktörde en fazla yükün göreceli olarak çalışanların yapması gereken işlerin üstesinden gelebilmek için daha fazla sorumluluk üstlenmesi maddesinde olduğu ve aşırı rol yükü algısında faktördeki maddelere bağlı olarak sorumluluklarını esas aldıkları için faktöre "**Aşırı Rol Yükü-Aşırı Sorumluluk**" adı verilmiştir.

Tablo 5: Aşırı Rol Yükü Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yükü	Ortalama	Öz değeri	Varyansın Açıklanma Oranı	Güvenilirlik
1.Faktör -Zaman Yetersizliği Algısı-			5,315	38,361	,893
İşyerinde bulunduğum saatlerde benden çok iş isteniyor.	,854	2,9944			
Yeterince zamanımın ve enerjimin olmadığı işleri yapmak zorundayım.	,846	2,9548			
Gün içerisinde benden beklenen işleri yapmak için daha fazla zamana ihtiyacım var.	,832	3,0254			
Bana verilen işleri yetiştirebileceğimi düşünmüyorum.	,705	2,6893			
İşleri yapmaktan kendime zaman kalacağını düşünmüyorum.	,689	3,0198			
Bazen gün içerisinde işleri yapacak kadar yeterli zamanımın olmadığını düşünüyorum.	,618	3,0537			
2. Faktör -Aşırı Sorumluluk Algısı-			1,398	28,770	,819
Yapmam gereken işlerin üstesinden gelebilmek için diğer çalışanlardan daha fazla sorumluluk üstleniyorum.	,817	3,0113			
İşlerimi bitirebilmek için kendimi öncelikli yapılacak işler listesi oluştururken buluyorum.	,813	2,9181			
Yapmam gereken işleri bitirebilmek için kendimi aşırı derecede yormam gerekiyor.	,703	3,1130			
Benden beklenen her şeyi yapmak için yapmam gereken işleri daha az dikkatli ve hızlı çalışmam gerektiğini hissediyorum.	,700	3,2232			
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme metodu: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği : %91 p<0,05 Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 1931,129 Açıklanan toplam varyans: %67,131 Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,899 Ölçeğin genel ortalaması: 3,050					

Araştırmada yararlanılan diğer bir ölçek olan Sosyal Aylıklık Ölçeğinin yapısal geçerliliğini belirlemek için yapılan faktör analizinde ölçeği oluşturan dört maddenin toplam varyansı açıklama oranı %71,055, Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,795; Barlett' Küresellik Testi değeri 733,296 ve p<0,05 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 6: Sosyal Aylaklık Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Ortalama	Öz değeri	Varyansın Açıklanma Oranı	Güvenilirlik
Sosyal Aylaklık -4 madde-			2,842	71,055	,861
İşletme içerisinde bana verilecek her türlü görev ve sorumluluktan kaçınmaya çalışırım.	,905	2,3785			
Yapmam gereken işleri ilk fırsatta başkalarına bırakırım.	,899	2,0085			
Yapmam gereken önemli işler olduğunda bazen başka işlerle uğraşırım.	,827	2,0452			
Arkadaşlarım benden yardım istediğinde, yapmam gereken işlerim olduğunu söylerim.	,729	2,4153			
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme metodu: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %795 p<0,05 Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 733,296 Açıklanan toplam varyans: %71,055 Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,861 Ölçeğin genel ortalaması: 2,212					

Araştırmada sosyal aylaklık, işten ayrılma niyeti ve rol yükü ölçeklerinin ayırt edici geçerliliği belirlemek için, yapılar arasındaki korelasyon değerlerine bakılmıştır. Yapılar arasındaki ilişkiler 1 ya da -1'e ne kadar yakınsa yapıların ayırt edici geçerliliği o kadar düşük kabul edilmektedir (Hair vd. 2010: 710). Korelasyon oranının 0,85 ve üzerinde olması ayırt edici geçerliliklerinin olmadığını gösterir (Kline, 1998: 60). Tablo 7'de yapılar arasındaki ilişkilerin 0,239 ve 0,603 arasında değiştiği görülmektedir. Bu nedenle, araştırma kapsamında yararlanılan yapıların yapısal ve ayırt edici geçerliliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca korelasyon tablosu incelendiğinde işten ayrılma niyetinin sosyal aylaklık ($r=,259$ $p<0,01$), zaman yetersizliği ($r=,603$ $p<0,01$) ve aşırı sorumluluk ($r=,280$ $p<0,01$) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki; sosyal aylaklığın ise zaman yetersizliği ($r=,360$ $p<0,01$) ve aşırı sorumluluk ($r=,239$ $p<0,01$) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Korelasyon Analizi Sonuçları

	IAN	SA	ZYA	ASA
İşten Ayrılma Niyeti-IAN	1			
Sosyal Aylaklık-SA	,259**	1		
Aşırı Rol Yüğü -Zaman Yetersizliği Algısı-ZYA	,603**	,360**	1	
Aşırı Rol Yüğü -Aşırı Sorumluluk Algısı-ASA	,280**	,239**	,595**	1
Ortalama	3,131	2,212	3,201	3,050
Standart Hata	1,709	,899	,863	1,026

*p<,05 **p<,01

Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmada bağımsız değişkenlerin (zaman yetersizliği, aşırı sorumluluk ve işten ayrılma niyeti) bağımlı değişken (sosyal aylaklık) üzerindeki etkisini belirlemek üzere hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler sırayla modele eklenerek bağımlı değişkeni en iyi açıklayan model, hiyerarşik

regresyon analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8: Aşırı Rol Yükü ve İşten Ayrılma Niyetinin Çalışanların Sosyal Aylaklığına Etkisine İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standart Katsayılar		Anlamlılık
		B	Std. Hata	β	t	
1	(Sabit)	1,461	,158		9,235	,000
	İşten Ayrılma Niyeti	,240	,048	,259	5,038	,000
2	(Sabit)	,943	,183		5,151	,000
	İşten Ayrılma Niyeti	,061	,058	,066	1,063	,288
	Aşırı Rol Yükü -Zaman Yetersizliği -	,365	,071	,320	5,133	,000

Bağımlı Değişken: Sosyal Aylaklık
Model 1: R=,259 R²=,067 Düzeltilmiş R²=,065 F = 25,380 P<,001
Model 2: R=,364 R²=,132 Düzeltilmiş R²=,127 F = 26,779 P<,001

Tablo 8 incelendiğinde, ilk regresyon modelinde çalışanların sosyal aylaklığı üzerinde işten ayrılma niyetinin etkisinin olduğu tespit edilmiştir, R²=,067 F=25,380 p<,001(Model 1). Buna göre işten ayrılma niyetindeki bir birimlik artış, çalışanların sosyal aylaklık davranışları üzerinde 0,259 birimlik bir artışa yol açmaktadır. Ayrıca birinci modele göre işten ayrılma niyeti çalışanların sosyal aylaklık davranışlarını %6,7 açıklamaktadır. Çalışanların işten ayrılma niyetinde olmasının sosyal aylaklık davranışı göstermelerini pozitif yönde etkilediğine ilişkin H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

İkinci modelde işten ayrılma niyetinin bulunduğu modele zaman yetersizliği ve aşırı sorumluluk algısı dâhil edilmiştir. İşten ayrılma niyeti, zaman yetersizliği ve aşırı sorumluluk algısının bulunduğu modelde aşırı sorumluluk algısının çalışanların sosyal aylaklık davranışı üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkisi bulunmadığı için model dışına çıkartılmıştır. İkinci modele göre zaman yetersizliği algısındaki bir birimlik artış çalışanların sosyal aylaklık davranışı üzerinde 0,32 birimlik bir artışa yol açmaktadır. İşten ayrılma niyeti ve zaman yetersizliği algısının bulunduğu ikinci model çalışanların sosyal aylaklığını %13,2 açıklamaktadır. Bu sonuçlar aşırı rol yükü -zaman yetersizliği algısının sosyal aylaklık davranışlarını pozitif olarak etkilediğini; aşırı rol yükü -aşırı sorumluluk- algısının sosyal aylaklık davranışını anlamlı olarak etkilemediğini gösterdiği için H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Bağımsız değişken olan zaman yetersizliği ve aşırı sorumluluğun bağımlı değişken (işten ayrılma niyeti) üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla geliştirilen H₃ hipotezini sınamak için yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9: Aşırı Rol Yükünün Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisine İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standart Katsayılar		Anlamlılık
		β	Std. Hata	B	t	
1	(Sabit)	,937	,162		5,794	,000
	Aşırı Rol Yükü –Zaman Yetersizliği Algısı-	,744	,052	,603	14,192	,000
2	(Sabit)	1,176	,190		6,177	,000
	Aşırı Rol Yükü –Zaman Yetersizliği Algısı-	,835	,065	,677	12,871	,000
	Aşırı Rol Yükü –Aşırı Sorumluluk-	-,158	,067	-,123	-2,342	,020
Bağımlı Değişken: İşten Ayrılma Niyeti						
Model 1: R=,603 R ² =,364 Düzeltilmiş R ² =,362 F = 201,426 P<,001						
Model 2: R=,611 R ² =,374 Düzeltilmiş R ² =,370 F = 104,740 P<,001						

İlk modelde çalışanların işten ayrılma niyetlerine zaman yetersizliğinin etkili olduğu, R²=,364 F=201,426 p<,00 (Model 1) görülmektedir. Buna göre zaman yetersizliği algısındaki bir birimlik artış, çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde 0,603 birimlik bir artışa yol açmaktadır. Ayrıca birinci modele göre zaman yetersizliği algısı çalışanların işten ayrılma niyetlerini %36 açıklamaktadır. Aşırı sorumluluk modele dâhil edildiğinde zaman yetersizliği ve aşırı sorumluluğun çalışanların işten ayrılma niyetlerini %37 oranında açıkladığı görülmektedir (Model 2). İkinci modele göre ise zaman yetersizliği üzerindeki bir birimlik artış çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde 0,677 birimlik bir artışa; aşırı sorumluluktaki bir birimlik artış ise çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde 0,123 birimlik bir azalışa yol açmaktadır. Bu nedenle aşırı rol yükü algısının çalışanların işten ayrılma niyetlerini pozitif yönde etkilediğine ilişkin H₃ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kuramsal Çıktılar

İzmir’de yapılan bu çalışmada, işten ayrılma niyetinin çalışanların örgüt içerisindeki sosyal aylıklık davranışını artırdığı bulgulanmıştır. Bu bulgu, sosyal aylıklık ile ilgili ulusal yazında Kanten (2014: 19), Şeşen ve Kahraman (2014: 48) uluslararası yazında ise Luo vd. (2013: 459-460) Shiue vd. (2010: 775) Mulvey ve Klein (1998: 77) tarafından yapılan çalışma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışma, çalışanların işten ayrılma niyetleri varsa dâhil oldukları iş gruplarında veya takımlarında diğer çalışanlara göre daha az çaba gösterme eğiliminde olduklarını amprik olarak kanıtlamaktadır. Gönüllü olarak işten ayrılma niyetinde olan çalışanların, örgütün kendilerine sağladığı kazançlardan vazgeçtiği düşünülür. Bu nedenle sosyal aylıklık yapan ve işten ayrılma niyetinde olan çalışanların, yöneticiler tarafından belirlenerek örgütten uzaklaştırılması çalışanlar tarafından bir kayıp olarak değerlendirilmeyebilir.

Bu çalışmada zaman sınırlılığı nedeniyle aşırı rol yükü algısının çalışanların sosyal aylaklığını artırıcı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda, çalışanların sahip oldukları beceri ve kaynaklarla başarabileceklerinden daha fazla sorumluluk verilmesi durumunda çalışanların sosyal aylaklık davranışı gösterecekleri düşünülebilir. Bu bulgu, çalışanlar rol yüklerini çalışma süreleri içinde başaramayacaklarını algıladıklarında, “nasıl olsa yetiştiremem” algısına sahip olarak, çalışma arkadaşlarından daha az çaba sarf edebileceklerini göstermektedir.

İzmir’de yapılan bu çalışmada da aşırı rol yükünün bir boyutu olan zaman yetersizliği algısının çalışanların işten ayrılma niyetini artırdığı; aşırı sorumluluk algısının ise işten ayrılma niyetini azalttığı belirlenmiştir. Yapılan pek çok çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (Gül vd., 2008: 8; Onay ve Kılıcı, 2011: 368; Arshadi ve Damiri, 2013: 708; Elçi vd., 2012: 295-296). Bu durum, çalışanların kendilerine verilen sorumluluk nedeniyle değil de rollerini gerçekleştirmeleri için sahip oldukları zamanın yetersiz olmaması nedeniyle işten ayrılma niyetinde olduklarını göstermektedir. Sorumluluk almaya istekli çalışanlara sorumluluk verilmesi, çalışanlar tarafından örgütte kendilerini kanıtlamaları için bir fırsat olarak algılandığında işte kalma niyetlerinin artması mümkündür. Ancak rolünü gerçekleştirmesi gereken zamanın yetersiz olduğunu algılayan çalışanların performanslarının yetersiz olduğunu düşünmeleri örgütten ayrılmak için istekli olmalarına neden olabilir.

Sosyal kaytarma ile ilgili yapılan ulusal çalışmalarda Kanten (2014: 17), George (1992: 196) tarafından geliştirilen Sosyal Kaytarma Ölçeğini; Şeşen ve Kahraman (2014: 46), Mulvey ve Klein (1998:76) tarafından geliştirilen Sosyal Kaytarma Ölçeğini Türkçeye uyarlayarak kullanmışlardır. İzmir’de bulunan otel çalışanları örnekleminde yapılan bu çalışmada ise Price vd. (2006: 1376) tarafından geliştirilen 4 maddeli Sosyal Aylaklık Ölçeği Türkçeye çevrilerek, geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Söz konusu ölçeğin Türkçe versiyonunun açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi, Croanbach alfa güvenilirlik değerine bağlı olarak sosyal aylaklığı ölçmek için geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu söylemek mümkündür.

Uygulamaya Yönelik Çıktılar

İzmir’de yapılan bu çalışmada çalışanların işten ayrılma niyetlerinin sosyal aylaklık davranışlarını artırdığı belirlenmiştir. Bu, işten ayrılma niyeti olan çalışanların grup içerisinde çalışırken diğer grup üyelerinden daha az çaba göstermelerine rağmen onlarla aynı kazançları sağlamalarını ifade etmektedir. Otel işletmelerinde grup içerisinde olan çalışanlardan bazılarının sosyal aylaklık yapmaları, grup içerisinde huzursuzlukların ortaya çıkmasına neden olabilir. Daha az çalışarak aynı kazançları elde eden çalışanlar, sosyal etki teorisine bağlı olarak diğer çalışanların motivasyonlarının düşmesine ve beraberinde performansının da düşmesine neden olur. Çalışanların performansının düşmesi ise müşteri tatmininin sağlanmasında olumsuzluklar yaratacaktır. Bu nedenle otel yöneticilerinin örgütte

sosyal aylaklık davranışı gösteren çalışanların, bu davranışlarında uzaklaşmalarını sağlamaları gerekir. Bunu yapabilmek için yöneticilerin geçerli ve adil bir performans değerlendirme sistemi kurmaları ve kazanç dağılımında performans göstergelerini temel almaları önerilebilir. Ayrıca yöneticiler sosyal aylaklık davranışı gösteren çalışanların yarattığı olumsuz sosyal etkileri ortadan kaldırmak için formal ilişkiler kadar grup içi informal ilişkilerden de yararlanma yolunu tercih edebilirler. Buna rağmen sosyal aylaklık göstermeye devam eden çalışanların gruba ve dolayısıyla örgüte verdiği zararı ortadan kaldırmak için grup çalışmalarından soyutlanarak bireysel sorumluluklar verilmesi önerilebilir.

Sosyal aylaklığın işten ayrılma niyetinin bir göstergesi olduğunun belirlendiği bu çalışmaya bağlı olarak, otel yöneticilerinin çalışanların sosyal aylaklık davranışı göstermelerini engellemek için işten ayrılma niyetini etkileyen faktörleri belirlemesinin ve söz konusu faktörleri olabildiğince ortadan kaldırmalarının yararlı olabileceğini söylemek mümkündür. Böylelikle işten ayrılma niyeti azalan veya tamamıyla ortadan kalkan otel çalışanları kalabalık içinde kaybolma olarak da ifade edilen sosyal aylaklık davranışından uzaklaşacaklardır. İşten ayrılma niyetini artıran faktörler kişisel, örgütsel ve örgüt dışı olarak değerlendirildiğinde (Cotton ve Tuttle, 1986: 57) işletme yöneticilerinin kontrol etmesi mümkün olan ücret, performans, iş tatmini ve örgütsel bağlılık gibi örgüt ile ilgili faktörlere yoğunlaşmaları önerilebilir.

Bu çalışmada, zaman yetersizliği algısının da otel çalışanlarını sosyal aylaklık davranışı göstermeye yönelttiği belirlenmiştir. Otel yöneticilerinin çalışanların sahip oldukları yeteneklerle ve kaynaklarla başarabileceğinden daha fazla görev vermeleri, çalışanları sosyal aylaklık davranışına yönlendirmektedir. Bu nedenle çalışanların kaynaklarına ve kapasitelerine göre yöneticilerin görev dağılımı yapması çalışanları sosyal aylaklık davranışından uzaklaştıracaktır. Bu kapsamda yöneticilere, çalışanların yeterlilikleri esas alınarak görev dağılımı yapmaları önerilebilir. Yöneticiler söz konusu durumu; örgüt içerisindeki iş yüklerini ve çalışanların beceri ile yeteneklerini belirledikten sonra iş yükü ve çalışan özelliği arasındaki uyumu sağlayarak gerçekleştirebilirler.

Çalışmanın Sınırlılıkları ve Yapılacak Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışma İzmir’de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel çalışanları ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın seyahat, ulaştırma ve yiyecek-içecek işletmelerinde de uygulanması, farklı bölgelerde yapılması ve örneklem sayısının artırılması daha farklı ve sağlıklı yorumların yapılmasına yardımcı olabilecektir.

Çalışmada yararlanılan anket formunda işten ayrılma niyetini ölçmek için Jung ve Yoon (2013: 29) tarafından geliştirilen İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği, aşırı rol yükünü ölçmek için Reilly (1982: 409) Aşırı Rol Yükü Ölçeği, sosyal aylaklık davranışını ölçmek için ise Price vd. (2006) Sosyal Aylaklık Ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu alandaki diğer çalışmalarda işten ayrılma niyetini ölçmek için Bluedorn (1982: 135-153) tarafından İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği’nden, aşırı rol

yükünü ölçmek için ise Rizzo vd. (1970: 156) tarafından geliştirilen Rol Stresi Ölçeğinden yararlanılabilir. Ayrıca, bundan sonraki çalışmalarda aşırı rol yükü, işten ayrılma niyeti ve sosyal aylıklık ile birlikte kişilik özellikleri, motivasyon araçlarına ilişkin ifadeler yer verilmesi daha farklı hipotezlerin sınanmasına ve yeni çıkarımlarda bulunulmasına da yardımcı olabilecektir.

Katılımcı özelliklerinin sosyal aylıklık üzerindeki etkisinin belirlenmesi bu çalışmanın amacında yer almamaktadır. Bu nedenle katılımcı özelliklerinin sosyal aylıklık üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir analiz gerçekleştirilmemiştir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda katılımcı özelliklerinin sosyal aylıklık davranışı üzerindeki etkisi belirlenerek yeni çıkarımlarda bulunulabilir.

KAYNAKÇA

Akgündüz, Y. ve Akdağ, G. (2014). İşgörenlerin kişilik özelliklerinin temel benlik değerlendirmelerine ve isten ayrılma niyetlerine etkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12 (24): 295-318.

Alam, M. M. ve Mohammad, F. M. (2010). Level of job satisfaction and intent to leave among Malaysian nurses. *Business Intelligence Journal*, 3 (1): 123-134.

Arshadi, N. ve Damiri, H. (2013). The relationship of job stress with turnover intention and job performance: Moderating role of OBSE. *Social and Behavioral Sciences*, 84: 706-710.

Babakus, E., Yavas, U. ve Karatepe, O. M. (2008). The effects of job demands, job resources and intrinsic motivation on emotional exhaustion and turnover intentions: A study in the Turkish hotel industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9 (4): 384-404.

Bennett, N. ve Naumann, S. E. (2004). With holding effort at work: Understanding and preventing shirking, job neglect, social loafing, and free-riding. C. L. Martin ve R. E. Kidwell (Der.) *Managing organizational deviance*: İçinde 113-126. Newbury Park, CA: Sage.

Blau, P. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.

Bluedorn, A. C. (1982). A unified model of turnover from organizations. *Human Relations*, 35 (2): 135-153.

Brickner, M. A., Harkins, S. G. ve Ostrom, T. M. (1986). Effects of personal involvement: Thought-provoking implications for social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (4): 763-769.

Brown, S. P., Jones, E. ve Leigh, T. W. (2005). The attenuating effect of role overload on relationships linking self-efficacy and goal level to work performance. *Journal of Applied Psychology*, 90 (5): 972-979.

Carbery, R., Garavan, T. N., O'brien, F. ve McDonnell, J. (2003). Predicting hotel managers' turnover cognitions. *Journal of Managerial Psychology*, 18 (7): 649-679.

Chalkiti, K. ve Sigala, M. (2010). Staff turnover in the Greek tourism industry. A comparison between insular and peninsular regions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (3): 335-359.

Chidambaram, L. ve Tung, L. L. (2005). Is out of sight, out of mind? An empirical study of social loafing in technology-supported groups. *Information Systems Research*, 16 (2): 149-168.

Cho, S., Johanson, M. M. ve Guchait, P. (2009). Employees intent to leave: A comparison of determinants of intent to leave versus intent to stay. *International Journal of Hospitality Management*, 28 (3): 374-381.

Coelho, F., Augusto, M. ve Lages, L. F. (2011). Contextual factors and the creativity of frontline employees: The mediating effects of role stress and intrinsic motivation. *Journal of Retailing*, 87 (1): 31-45.

Conley, S. ve Woosley, S. A. (2000). Teacher role stress, higher order needs and work outcomes. *Journal of Educational Administration*, 38 (2): 179-201.

Comer, D. R. (1995). A model of social loafing in real work groups. *Human Relations*, 48 (6): 647-660.

Cotton, J. L. ve Tuttle, J. M. (1986). Employee turnover: A meta-analysis and review with implications for research. *Academy of Management Review*, 11 (1): 55-70.

Çakıcı, C. A. ve Yılmaz, B. E. (2012). Mersin'deki otel çalışanlarının nükleer kaygıları, çevresel yaklaşım ve çevreci tüketim eğilimleri üzerine bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2): 1-22.

Çelik, M., ve Çıra, A. (2013). Örgütsel vatandaşlık davranışının iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde aşırı iş yükünün aracılık rolü. *Ege Akademik Bakış*, 13 (1): 11-20.

Elçi, M., Şener, İ., Aksoy, S. ve Alpkan, L. (2012). The impact of ethical leadership and leadership effectiveness on employees' turnover intention: The mediating role of work related stress. *Social and Behavioral Sciences*, 58: 289-297.

Erbil, S. (2013). Otel işletmelerinde çalışanların örgütsel sinizm algılarının işten ayrılma niyetine etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Eren, A. ve Saraçoğlu. B. (2011). Gönüllü işten ayrılmalar üzerine ekonometrik bir yaklaşım. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1): 1-15.

Fang, Y. ve Vishwanath, B. H. (1993). Stress and turnover intention. *International Journal of Comparative Sociology*, 34 (1): 24-38.

George, J. M. (1992). Extrinsic and intrinsic origins of perceived social loafing in organizations. *Academy of Management Journal*, 35 (1): 191-202.

Gül, H., Oktay, E. ve Gökçe, H. (2008). İş tatmini, stres, örgütsel bağlılık, işten ayrılma niyeti ve performans arasındaki ilişkiler: Sağlık sektöründe bir uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, (15): 1-11.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice Hall.

Idris, M. K. (2011). Over time effects of role stress on psychological strain among Malaysian public university academics. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (9): 154-161.

İlgın, B. (2010). Örgütsel vatandaşlık davranışlarının oluşumunda ve sosyal kaytarma ile ilişkisinde, duygusal zekâ ve lider üye etkileşiminin rolü. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Jang, J. ve George, T. R. (2012). Understanding the influence of polychronicity on job satisfaction and turnover intention: A study of non-supervisory hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 31 (2): 588-595.

Janssen, P. P., De Jonge, J. ve Bakker, A. B. (1999). Specific determinants of intrinsic work motivation, burnout and turnover intentions: A study among nurses. *J Adv Nurs*, 26 (6): 1360-1369.

Jones, E., Chonko, L., Rangarajan, D. ve Roberts. J. (2007). The role of overload on job attitudes, turnover intention, and salesperson performance. *Journal of Business Research*, 60 (7): 663-671.

Jung, H. S. ve Yoon, H. H. (2013). The effects of organizational service orientation on person - organization fit and turnover intent. *The Service Industries Journal*, 33 (1): 7-29.

Kanten, P. (2014). İşyeri nezaketsizliğinin sosyal kaytarma davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde duygusal tükenmenin aracılık rolü. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (1): 11-26.

Karau, S. J. ve Williams. K. D. (1993). Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65 (4): 681-706.

Karau, S. J. ve Williams, K. D. (1995). Social loafing: Research findings, implications, and future directions. *Current Directions in Psychological Science*, 4 (5): 134-139.

Katz, D. ve Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations*. New York: John Wiley & Sons.

Khatri, N., Fern, C. T. ve Budhwar, P. (2001). Explaining employee turnover in an Asian context. *Human Resource Management Journal*, 11 (1): 54-74.

Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.

Liden, R. C., Wayne, S. J., Jaworski, R. A. ve Bennett, N. (2004). Social loafing: A field investigation. *Journal of Management*, 30 (2): 285-304.

Luo, Z., Qu, H. ve Marnburg, E. (2013). Justice perception and drives of hotel employee social loafing behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 33: 456-464.

Mulvey, P. W. ve Kleine, H. J. (1998). The impact of perceived loafing and collective efficacy on group goal processes and group performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 74 (1): 62-87.

Murphy, S. M., Wayne, S. J., Liden, R. C. ve Erdogan, B. (2003). Understanding social loafing: The role of justice perceptions and exchange relationships. *Human Relations*, 56 (1): 61-84.

Onay, M. ve Kılıcı, S. (2011). İş stresi ve tükenmişlik duygusunun işten ayrılma niyeti üzerine etkileri: Garsonlar ve aşçıbaşılar. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2): 363-372.

Pabico, J. P., Hermocilla, J. A. C., Galang, J. P. C. ve De Sagun, C. D. (2008). Perceived social loafing in undergraduate software engineering teams. *Philippine Information Technology Journal*, 1 (2): 22-28.

Price, J. L. ve Mueller, C. W. (1981). A casual model of turnover for nurses. *The Academy of Management Journal*, 24 (3): 543-565.

Price, K. H., Harrison, D. A. ve Gavin, J. H. (2006). With holding inputs in team contexts: Member composition, interaction processes, evaluation structure, and social loafing. *Journal of Applied Psychology*, 91 (6): 1375-1384.

Rahman, A. S. M. M., Naqvi, R. ve Ramay, I. M. (2008). Measuring turnover intention: A study of it professionals in Pakistan. *International Review of Business Research Papers*, 4 (3): 45-55.

Rainayee, R. (2012). Work life imbalance and job overload as antecedents of employee turnover intentions. *Abhinav National Monthly Refereed Journal of Research in Commerce & Management*, 12 (1): 1-7.

Reilly, M. D. (1982). Working wives and convenience consumption. *Journal of Consumer Research*, 8 (4): 407-418.

Rizzo, J. R., House, R. J. ve Lirtzman, S. I. (1970). Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Sciences Quarterly*, 15 (2): 150-163.

Shiue, Y. C., Chiu, M. C. ve Chang, C. C. (2010). Exploring and mitigating social loafing in online communities. *Computers in Human Behavior*, 26 (4): 768-777.

Spector, P. E. ve Jex, S. M. (1998). Development of four self-report measures of job stressors and strain: Interpersonal conflict at work scale, organizational constraints scale, quantitative workload inventory, and physical symptoms inventory. *Journal of Occupational Health Psychology*, 3 (4): 356-367.

Şahin, F. (2011). Lider-üye etkileşimi ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki üzerinde cinsiyetin etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11 (2): 277-288.

Şeşen, H. ve Kahraman, Ç. A. (2014). İş arkadaşlarının sosyal kaytarmasının, bireyin iş tatmini, örgütsel bağlılık ve kendi kaytarma davranışlarına etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 1 (1): 43-51.

Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayınevi.

Tett, R. P. ve Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46 (2): 259-293.

Yang, J. T., Wan, C. S ve Fu, Y. J. (2012). Qualitative examination of employee turnover and retention strategies in international tourist hotels in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31 (3): 837-848.

Yılmaz, A. ve Ekici, S. (2006). Örgütsel yaşamda kamu çalışanlarının örgütsel stres kaynakları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 11 (1): 31-58.

Yayın Geliş Tarihi: 18.03.2014
Yayına Kabul Tarihi: 17.02.2015
Online Yayın Tarihi: 16.03.2015
<http://dx.doi.org/10.16953/deusbed.71581>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 16, Sayı: 4, Yıl: 2014, Sayfa: 537-558
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

KOSOVO FORCE (KFOR) ORGANIZATION IMAGE: EMPIRICAL RESEARCH ON KOSOVO SECURITY FORCES (KSF)

Korhan ARUN*

Abstract

Comprehensive efforts to rebuild a society's security and peace-enforcing have become an increasingly frequent activity of the NATO as KFOR (Kosovo Force), which is formed of many countries that its image results from these countries collateral relations. KFOR's image has come to the fore because it affects the mission success and decisions about its existence in Kosovo. The image has two components, functional and emotional: Military symbols and uniforms of NATO (KFOR) are functional and emotional relations of countries with Kosovo Security Forces (KSF) members are emotional part.

In this research; the main objective is finding out the effects that shape KFOR image. Sublevel objectives are the effects of Kosovo's "connections", KSF "personal links" and "perceived mission success" with KFOR member states in KFOR image. To study these effect 3 hypothesis are formed and empirical research is done with KSF members to get a foundation of emotional relationship which affects country image. Evaluating of questionnaires with linear regression, correlation and factor analysis, besides the important effects of ethnocentrism and patriotism, military personnel relations formed by countries military involvement and activities found as predictor factors in KFOR image. As a matter of course these base components of emotions about the image will enlighten future literature about building an organizational image.

Keywords: Organizational Image, Country Image, Image, KFOR (Kosovo Force).

KOSOVA GÜCÜ (KFOR) ORGANİZASYONUNUN İMAJİ: KOSOVA GÜVENLİK KUVVETLERİ'NDE (KSF) AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Öz

Birçok ülkenin katkılarıyla oluşan ve imajı da bu ülkelerin tamamlayıcı ilişkileri sonucu ortaya çıkan NATO'nun uluslararası topluma yansıyan yüzü olarak Kosova Gücü (KFOR) için toplumun güvenliğini yeniden tesis etmek ve barışı zorlama faaliyetleri gittikçe daha geniş kapsamlı bir çaba haline gelmektedir. KFOR'un imajının öne çıkmasının nedeni görevin başarılmasında ve Kosova'daki varlığıyla ilgili kararların alınmasında önemli rol oynamasıdır. İmajın, işlevsel ve duyuşsal iki bileşeni vardır. Bunlar NATO'yu (KFOR) temsil eden askeri işaretler ve üniformaların oluşturduğu işlevsel bileşen ve katılımcı ülkelerin Kosova Gücü (KFOR) personeli ile ilişkilerinin oluşturduğu duygusal bileşen.

* Yrd. Doç. Dr., Namık Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, karun@nku.edu.tr

Bu araştırmanın temel amacı KFOR'un imajını belirleyen temel etkenlerin araştırılmasıdır. Alt amaçlar ise KFOR'un imajını belirlemede KFOR'a dâhil ülkeler ile Kosova'nın ve KSF (Kosova Güvenlik Kuvvetleri) personelinin ilişkisi ile algılanan görev başarısının etkisinin belirlenmesidir. Bu etkileri belirleme amacıyla 3 hipotez oluşturulmuş ve ülke imajını belirlemede etkili KSF personelinin duygusal ilişkilerini anlamak amacıyla ampirik çalışma yapılmıştır. Anketlerin doğrusal regresyon, korelasyon ve faktör analizleri ile değerlendirilmesinden sonra görülmüştür ki etnik merkezîyetçilik ve vatan severlik etkileri göz ardı edildiğinde; askeri personelin güce destek veren ülkeler ile olan askeri ilişkileri ve faaliyetleri KFOR'un imajında önemli tahminleyicidirler. Doğal olarak bu imaj hakkındaki duyguların bu temelleri organizasyonel imajın gelecek alan yazınına ışık tutacaktır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel İmaj, Ülke İmajı, İmaj, KFOR (Kosova Gücü).

INTRODUCTION

On March 24, 1999, with the bombing, NATO's resort to warfare in Kosovo has set out. NATO intervened militarily in Kosovo to halt a humanitarian disaster and restore stability. Consequently KFOR has been the representative of NATO since then and whatever will be perceived about KFOR's image aggregate from the contributing states' military efforts. KFOR's image has come to the fore because it affects not only mission success, but also the duties accomplishment percentage and its power to influence the international environment and influence the peacekeeping mission (NATO, 2012a). Nevertheless, this war the difficulties of warfare coalition, and without good image such extensive allied deference seems unlikely in the future (Biddle, 2002: 149).

Kosovo crisis rooted to the historical animosity between the Serbs and the Albanians. Kosovo is considered as a heartland of old Serbia by Serbians and as a target by Albania where the 90% population is Albanians (Heraclides, 1997: 318). The more recent conflict began when Kosovo's extended autonomous rule was abolished in 1987-89. Thereafter, the Albanian population in Kosovo was denied civil rights and subjected to oppressive rule (Choedon, 2010) and declared independence in 1991 (Heraclides, 1997: 317-320). Kosovo became a UN-run protectorate until the Kosovo Albanians made a one-sided announcement of independence in 2008 (Kostovicova et al., 2012: 574) and KSF formed. KSF is armed protection force of Kosovo but despite carrying weapons it is not officially army. Kosovo's security force is not a conventional armed force till now because it does not play the same role as the other defensive forces in its neighboring countries (Deci, 2012) cause of limited mandate. KSF, also do not have full operational capabilities because formation process has not been filled out due to the allowance with NATO. The KSF's mission is carrying out crisis response; explosive ordnance disposal; the control and clearance of hazardous materials; fire-fighting; and other humanitarian assistance tasks and civil protection operations within Kosovo; and to assist the civil authorities in responding to natural disasters and other emergencies (mission given by the Ministry for the Kosovo Security

Forces) (MKSF, 2012; Geci, 2012: 21). KSF plays very critical role because Kosovo is defenseless and Serbia could easily take over the territory as it still considers Kosovo as its own territory without KSF (Geci, 2012: 22). But integration of Balkans and Kosovo on political, economic and security will lessen the potential for instability (Muja, 2013: 9) and encourage regional development under European umbrella.

Future decisions on further reducing KFOR's footprint in Kosovo determined in the light of both military and political considerations (NATO statistics, 2005). National minorities in Kosovo have rights to secession under human rights abuses and states which carry out these abuses give up their sovereign rights over such minorities (Webber, 2009: 455-456) as the image affects many organization's outputs (Polat, 2011: 106).

NATO's role is essential not only because the adopted legislation foresees it but also because it will help fulfill country's aspirations for Euro-Atlantic integration (Qehaja et al., 2008: 18). KFOR's image has come to the fore because the KFOR entity in Kosovo elongated with its picture. Then this picture will be the predictor of the determination of Kosovo to pursue a relationship with KFOR (Palacio et al., 2002: 486). This inquiry targets to define the organizational image of the KFOR based on the Kosovo army members' views. To measure this view a research is conducted with KSF members

Image is resulting from sum of experiences, opinions, opinions, opinions, and knowledge of intangible resources that can be gained as a sense of connection (Arendt and Brettel, 2010: 1474) and cannot be separately valued (Shenkar and Yuchtman-yaar, 1997: 1362). The image consists functional and emotional components. The functional component is measurable, tangible characteristics, as psychological dimensions that are manifested by feelings and attitudes are emotional component (LeBlanc and Nguyen, 1996). NATO symbols, battle dress uniforms, tactical military equipment etc. are the functional component. Relationship and connections are the emotional and mission successes part is the functional part of constructed image of KFOR as the affective image has a greater weight in forming the overall image (Alvarez and Campo, 2014). In this research; the main objective is to find out the relationship between KFOR image and contributing state's effect on that image. States' images are influenced by the people's perception about that country's people, its economic development (Giraldi et al., 2011: 100) and may be armed forces strength.

KFOR is a complex network organization of countries (Table 1) that share mutual objectives and engage in voluntary interactions for shared mission (Choedon, 2011: 45). Table 1 shows the positive correlation between the global status and military presence of countries in Kosovo. KFOR committing countries have relationships with Kosovo meanwhile their military entities should comply with KFOR itself strictly. So countries carry out their missions with KSF, through and under KFOR at the same time without KFOR with bilateral agreements with

Kosovo. Also, some countries in KFOR have relationships with Kosovo, including historical, geographical, economical, socioeconomic etc. which ensures country familiarity (Erdoğan, 2009: 19). Kosovo Military personnel perceive what this familiarity implies (Dauber, 2001: 209). Consequently KFOR's image is relatively affected with KFOR member countries' connections, or countries perceived image.

Table 1: Military Personnel Numbers of Countries in Kosovo

STATE	NUMBER	STATE	NUMBER
Albania	9	Luxembourg	22
Armenia	35	Morocco	165
Austria	542	Netherlands	7
Bulgaria	10	Norway	3
Canada	9	Poland	117
Croatia	26	Portugal	150
Czech Republic	7	Romania	59
Denmark	35	Slovenia	308
Estonia	1	Sweden	48
Finland	23	Switzerland	213
France	337	Turkey	393
Germany	1,249	United Kingdom	2
Greece	118	United States	760
Hungary	195	Ukraine	136
Ireland	12	Total	5,565
Italy	574		

Source: NATO, "KFOR placemate" (30.11.2012), http://www.nato.int/kfor/struktur/nations/placemap/kfor_placemat.pdf (30.11.2012).

Kosovo needs significant escalation on many levels for to develop economically, politically and integrating international community. The documentation from the erstwhile allies is therefore more necessary than ever earlier. Kosovo has achieved a fresh phase in its development with a new medium term aim of integrating European institutions. European politics are changing and the Balkans will be an undeniable factor in the following few years. As a historical founder, a strong EU power, and an ally of Kosovo, it is in France's interest to take on a strategic role in Kosovo's European shift. An informal grouping of 5 States, the US, the UK, Germany, Italy and France have played the greatest part in the settlement of the Kosovo. Germany's role in Kosovo has transformed from one to create peace into a state-building role intended to ensure democratization and development. Germany's role in Kosovo, in addition to shaping its strategic importance within NATO and the EU, has spotlighted Germany as a leading figure in Kosovo and in the western Balkans. (Legal Political Studies Organization Report, 2014). At the beginning US intervened in Kosovo to stop small conflicts to "fester and spread". Without U.S. pressure NATO would not be preparing to make war on Serbia (Bandow, 1999). UK also aimed to stabilise the region through its diplomatic work between Serbia and Kosovo through diplomacy independent of the UN and EU. While initially UK aid it was focussed at crisis management post-2000 after local capacity and institutions to tackle Kosovo's development and

transitional needs building have become the main aim (Legal Political Studies Organization Report, 2013).

Russian policy towards Kosovo is supporting Serbia, also preventing Serbia from its power ambitions, by blocking any decision in the United Nations Security Council (UNSC), and blocking Kosovo as an entity (Hoxha, 2012). The Kosovo war was also important of the Balkan region's integration with the EU which has set the western Balkan states (Albania, Bosnia, Croatia, Macedonia, Montenegro and Serbia) on the road to EU membership (Cotter, 2009: 595). During the Kosovo crisis, Turkey preferred to act in accordance with international organizations, the USA and the EU. It was added that Turkey had tried to protect its influence in Kosovo through the Turkish minority and to search for new opportunities for Turkish firms in the reconstruction of Kosovo by foreign aid programs (Eroğlu, 2005: 58). Due to its strategic geopolitical position shifting borders has left ethnic Albanians scattered across Kosovo, Serbia, Montenegro, Macedonia, and Greece. Albania is the main supporter of Kosovo in the international arena as The Albanians that live in Kosovo, constitute half of the number of Albanians living in Albania (Ayдын and Progonati, 2011: 257-259). Croatia supports the EU policy for Kosovo and has continued to take part in international peacekeeping efforts and is currently participating in several UN peacekeeping missions (Screening report, 2007).

With the declining of tension and improvement in security, KFOR and contributing countries are not just responsible for peacekeeping and protection events, but also responsible for the training, supervision and inspection of KSF. Generally image of an organization forms by perceptions of an organization's customers (Biçer, 2008: 47). These perceptions are formed from our emotions while they can be represented in the form of intentions/goals and strategies of the countries (Zhang, 2002). These feelings are derived from individual experiences and from the processing of information on the attributes that constitute functional indicators of the image.

Reconstructing internal security in Kosovo, success in achieving stability and rule of law as a function of initial conditions are inputs, and outputs of mission. The external image is a potent expression of public opinion (Dutton et al, 1994). Because despite the associations or relations the building of image can be improved rapidly by technological breakthroughs and achievements, or put down by failing the demands and anticipations of the various publics interacting with the states (LeBlanc and Nguyen, 1996).

METHODOLOGY

The purpose of this research is to study the effects of Kosovo Army personnel's connections with the KFOR state, including military training and language domination on personal perceptions about image. This image can be

shaped by attitudes and emotions and from responses so states' image grows out of interactions, beliefs, connections, associations, evaluations that are cognitive components of states and prolongation of states' military. Only a moral judgment bias about foreigner military presence or state can be ethnocentrism especially toward Serbia and Serbia related states. Ethnocentrism and patriotism may be significant because of conflict between Serbia and Kosovo. On the other hand construed external image (Si and Hitt, 2004: 1371) is beliefs of members others see the organization, but functional, economic and psychological benefits provided more directly identified with the state (Lievens et al., 2007).

Image of KFOR can be measured toward the attitudes of country image. Thus the first aim of this study is evaluating of familiarity, personal association, and connections of countries with Kosovo, involvement of governments in KFOR duties and power structure and overall experienced evaluation of countries within KFOR.

The second objective is to determine the image of KFOR from the perspectives of KSF members because KSF members are directly interrelated with KFOR. The figure and type of intervening troops affect how well the new security structure can defeat and deter insurgents, patrol borders, safe roads, fight organized crime, and conduct general law enforcement functions such as election security and then success of protection roles that ensure stability directly affect the public (Wilson, 2006: 155-156). These missions are functional variables as representative of KFOR so as its image (Gavrilita, 2009).

Model application involves questionnaires from KSF members. It has two main sections. First section is about expected personal attitudes of KSF members and the second section is about measuring the KFOR image.

This paper is organized as below. In the second section, image and country image theory mentioned than the research hypotheses are developed. In the third section, sample, data source, and variables in this study are described and report results of descriptive statistics, Linear Multiple Regressions and correlation analyses are showed. In the fifth section, empirical results are represented and effects of relations between personal and countries on KFOR image are discussed. Finally, findings about theoretical contributions and managerial implications and summarize conclusions are discussed.

IMAGE AND COUNTRY IMAGE

Over the years, the KFOR image in the Western Balkans has shifted from peacekeeping and crisis management as the degree of familiarity about the states, accumulated observations and assessment of the organization over time and assessment of states' relative strength over KSF towards developing partnership with and promoting the Euro-Atlantic integration of the region. Cultivating a

favorable image can help to elevate the KFOR image to enhance this; contributing states should present an ideal image.

The concept of an image is a subjective model one has of something in the world (person, organization, country, place, thing, etc.) with outside world's overall impression or perception (Carroll, 2004; Lloyd, 2007; Marshalls, 2007; Biçer, 2008). Country image is "A mental network of affective and cognitive associations connected to the country" (Roth and Diamantopoulos, 2009). A state's image is a strategic asset that can create competitive advantage (Biçer, 2008) by public diplomacy/political, national states identity/cultural brand and armed forces (Helmi and Mulyanegara, 2011: 36).

The image of the country has character and competency dimensions (Nadeau et al., 2008). The character has been acquired by the public depends on a lot of factors, including activities conducted by the organization (Fahlioğulları, 2009) whereas competency a brief picture of capacities directly or indirectly foundational to this organization that is the net result of the interaction of a person's beliefs, ideas, feelings, impressions which are individual assessment of the organization's attributes (Rose, 2006; Lloyd, 2007; Polat, 2011).

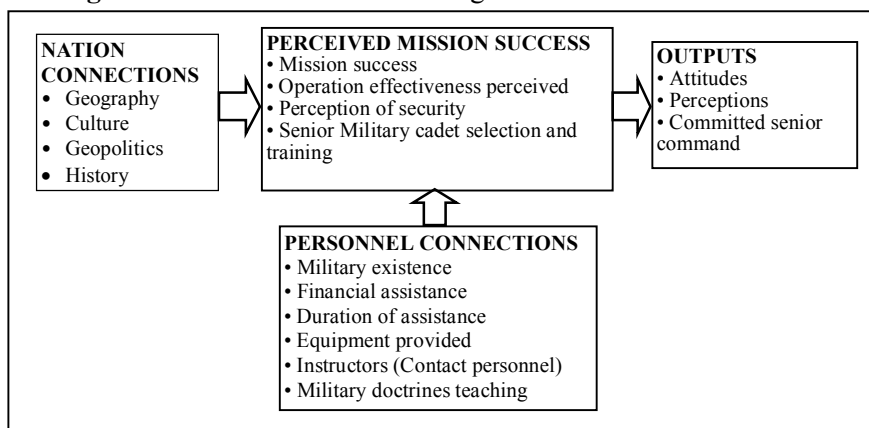
Duimering (1997), argues that one's behavior in a particular situation is related to the subjective image the person has of the situation. Like corporate image factors that affects KFOR image are; states identity, reputation, security offering, physical equipment and instructors (LeBlanc and Nguyen, 1995: 46). Identity is associated with the distinguishing features, the reputation of a state is built through the credible actions i.e. the believability that state will carry out stated intentions, Bitner et al. (1990) report that the human interaction component has an important effect.

The opinions of people, their emotions on the country and the thoughts about it, is called country image. Country image is also part of KFOR image (Figure 1). A country's image refers to inferential and informational representations regarding people, products, culture and national symbols of a country (Gavrilita, 2009; Giraldi et al., 2011: 100). KFOR has armed forces to potentially influencing the image of their country of origin because governments around the globe are taking a proactive approach to gain political influence (Gotsi et al., 2011: 255).

Country image is a concept composed of three parts. First one is "cognitive component". The cognitive component captures the beliefs held by another country: political and social character of the country (e.g. democracy level, role in world politics; and capacities/competencies of the country or technically advanced, industrialized, economic stability). Second one is "affective component" or schemas are a cognitive component of organized prior knowledge, abstracted from experience with specific instances (Roth and Diamantopoulos, 2009: 728). Affective component captures consumers' emotional reactions to another country

(Maher and Carter, 2011: 560); Character of the people (e.g. trustworthy, friendly and competency of the people or well educated, hardworking, industrious). The last and the third one is “conative component” (behavior-related) which is the level of interaction that people want to have with the country (Gavrilita, 2009); country and person evaluations (e.g. likeable, ideal, attractive and desired country associations or interested in immigrants from, travel to, investment from, investing in, closer ties with) (Heslop et al., 2008: 357; Lopez et al., 2011: 1608; Maher and Carter, 2011: 561, Verlegh and Steenkamp, 1999).

Figure 1: Predictors of KFOR Image



Source: Adapted from Marshalls, 2007: 27; Wilson, 2006: 155.

In Figure 1 initial conditions develop partially from natural elements as history, natural, geographical, people, culture and national symbols which are mental representations of a country. Outcomes are also developed from external factors (inputs) as the existence and effectiveness of the security forces, financial assistance for training indigenous army; providing equipment. The duration of assistance is also important for training, equipping, and mentoring of security forces at the same time constructing and renewing infrastructure. Yields may also include difficult to quantify factors such as institutional development of armed forces and reform of security ministries. However, place promoters and policy makers can review geopolitics; regulations etc. and manage the information sources (media) which could significantly improve the image of a given destination (Marshalls, 2007).

In KFOR, countries' connections with Kosovo, including economics and social connections develop its image because individuals are biased to interactions with those countries which is consistent with self-views of them (Palma et al., 2012: 116).

But KFOR is a military organization so military connections and interactions can affect the development of that image.

To understand how the contribution of KFOR member countries' image affected, the factors below are surveyed:

- Personnel familiarity of members of KSF with KFOR members,
- Personnel connection of KSF members with KFOR countries' personnel,
- Perceived Kosovo connection with other KFOR countries by KSF members,
- Approval of KFOR members involvement with mission,
- Overall rating of approval of KFOR countries by KSF members
- Last KFOR's perceived image by KSF members.

The research will also seek testimonials to the following hypotheses (Figure 1):

Hypotheses 1: KFOR member countries "connections" with Kosovo army affect KFOR image,

Hypotheses 2: Kosovo army members' "personnel connection" with KFOR member countries affect KFOR image,

Hypotheses 3: KFOR member countries "perceived mission success" has effect on KFOR image.

FIELD STUDY

The fieldwork proceeded in the following manner, the questionnaire evolved from Sungun (2005) and Lloyd (2007). In the questionnaire of Lloyd (2007) there are nine components (performance, financial performance, products/services, management, leadership, corporate leadership, ethical management and leadership, identity, image, corporate brand) that financial, product and performance are directly related to corporate instead of country image. Also Sungun (2005) communication behaviors of publics, familiarity, organization-public relationship outcomes, and organization-public relationship types supported with scales to measure personal experience, familiarity and level of involvement. So both factors that sought to measure the perceived image of a country from a personal point of view. It was in English then translated to Albanian and again translated to English to refine the aimed jargon and then last time corrected in Albanian translation. It is structured in three main sections. The first section has five sub-sections; which are measuring the KFOR countries' connections and perceived images. Second section measure KFOR's image and last section consist demographic characteristics. Questions were asked to analyze country familiarity, personal connection with the country, Kosovo connection with the nations, the KFOR mission success of countries, an overall analysis of

countries. 11 questions were asked to measure the NATO image dimensions within KSF and totally five questions. In each question participants assessed the 30 countries with Likert 5 scale.

The research was conducted within the Kosovo Security Forces. The questionnaire forms were distributed to a total of 60 people (officers) because officers have higher rate of training outside the Kosovo by bilateral military agreements that can affect personal bias more than other members; 33 of them were collected back with a response rate of 53%. Kosovo Security force has approximately 2200 personnel (NATO news) but bases largely dispersed and homogenous, so stratified random sampling used depending on location and department. Some bases are at the drilling and one is near Serbia border that officers are 24/7 engaged so KSF military bases were near Pristina (capital) were involved in research. Even though small sample sizes can cause Type II errors, the sample size can be less than 346 with finite populations of less than about 250.000. A process of sampling in which groups of interest (here officers) are identified, then participants are selected at random from these groups (Beins and McCarthy, 2012: 97). Within that stratified group participants were chosen for multi stage sampling' designs chosen from probability sampling types (Howitt and Cramer, 2011). So 60 officers were chosen from military bases because they are the representatives of their army and have more training relations with the KFOR members.

The data were analyzed using 20.0 versions of IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) computer program. The statistical analysis methods used in the study are frequency analysis, normality analysis, reliability analysis, validity, factor analysis, and linear multi regression analysis. Descriptive analysis-frequency analyses were used to describe the demographic structure; other analyses mentioned latter are used to test the hypotheses of the study.

Demographic Characteristics

KSF has a policy which must be consistent with Europe that at least 15% of army should be females. As it can be seen from the Table 2 participants were also chosen regarding to that policy. So 75% is male and 25% is female officers.

Table 2: Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Male	24	72.7	75.0	75.0
	Female	8	24.2	25.0	100.0
	Total	32	97.0	100.0	
Missing	System	1	3.0		
Total		33	100.0		

Age groups of participant also differs cause of some soldiers are coming from old Kosovo resistance groups and some participant are recruited directly from military academy of Kosovo Defense Ministry (Table 3). There are 33 participants of 32 participants are valid and 1 is missing,

Table 3: Age Groups

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Less than 25	4	12.1	12.5	12.5
	Between 26 and 35	12	36.4	37.5	50.0
	Between 36 and 45	10	30.3	31.3	81.3
	Between 46 and 55	6	18.2	18.8	100.0
	Total	32	97.0	100.0	
Missing	System	1	3.0		
Total		33	100.0		

As a result of war zone country Kosovo security forces officers were also have resistance past against Serbia so these highly experienced but not militarily trained people recruited in KSF. That is why almost 80% of ages are among 36-45 age category.

Table 4: Level of Education

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	High School or less	9	27.3	28.1	28.1
	University	20	60.6	62.5	90.6
	Masters	3	9.1	9.4	100.0
	Total	32	97.0	100.0	
Missing	System	1	3.0		
Total		33	100.0		

KSF is highly educated personnel force. As it can be seen from Table 4 nearly 70% of personnel are university or higher graduates but also 28% is high school graduate.

Results and Discussion

Reliability analysis is conducted for the questionnaire and the Cronbach's Alpha is .930, so the reliability of all the question groups is high and convenient. All the questions are assumed to be reliable. Validity establishes a domain in which the study's findings can be generalized this study's inter item correlations are high so it can be said that validity of the questionnaire is acceptable so research relies on statistical generalization (Ratnasingam, 2001).

Linear Multiple Regressions for KFOR Mission Assessment

The Linear Regression procedure examines the relationship between a dependent variable and a set of independent variables. To see the connected variables to the independent variable linear regression test is conducted.

Table 5: Regression Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.418	.220		1.899	.069
	Country Familiarity	-.226	.122	-.442	-1.852	.075
	Personnel connection	.006	.005	.277	1.165	.254
	Kosovo connection	.001	.004	.037	.210	.835
	KFOR Mission Impact	.148	.106	.269	1.397	.174
	OVERALL	.010	.006	.304	1.694	.102

a. Dependent Variable: KFOR IMAGE

The Regression Model Summary (Table 5) shows that the multiple correlation coefficient (R), using all the predictors simultaneously, is .44. Meaning that 44% variance in “NATO/KFOR image” can be explained by the predictors Personnel connection, Kosovo connection, KFOR mission impact, country Familiarity total (combined). Standardized coefficients show the explanation percentage of dependent variable here KFOR image by other independent variables. In a cross-sectional design, the relationships between variables to be small and a correlation of about .40 would be considered quite a promising trend by many researchers can be expected (Howitt and Cramer, 2011). A positive correlation is expected between the KFOR’s image and nation states’ perceived mission success or mission impact even if cause-and-effect relationship between the two variables may not be expected (Gravetter and Wallnau, 2011).

To determine the vector of relations between variables correlations must be calculated. To do that correlation table was evaluated using SPSS.

Table 6: Correlation Table

		Correlations				
		COUNTRY_FAMILIARITY	PERSONNEL CONNECTION	KOSOVO CONNECTION	KFOR MISSION IMPACT	KFOR ASSESSMENT
COUNTRY FAMILIARITY	Pearson Correlation	1	.606**	.058	.168	-.210
	Sig. (1-tailed)		.000	.375	.179	.124
	N	33	33	32	32	32
PERSONNEL CONNECTION	Pearson Correlation	.606**	1	.084	-.152	-.038
	Sig. (1-tailed)	.000		.323	.203	.418
	N	33	33	32	32	32
KOSOVO CONNECTION	Pearson Correlation	.058	.084	1	-.084	.004
	Sig. (1-tailed)	.375	.323		.324	.491
	N	32	32	32	32	32
KFOR MISSION IMPACT	Pearson Correlation	.168	-.152	-.084	1	.417
	Sig. (1-tailed)	.179	.203	.324		.061
	N	32	32	32	32	32
KFOR IMAGE	Pearson Correlation	-.210	-.038	.004	.417	1
	Sig. (1-tailed)	.124	.418	.491	.061	
	N	32	32	32	32	32

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlation table (Table 6) shows that there is a positive and strong connection between “personnel connection” and “country familiarity” (.606). So if the country awareness is high, than personnel connection attitude is high. Country familiarity is coming from either emotion based factors (Heslop et al., 2008: 357) or countries’ military engagement with the KSF and their success that country familiarity has a positive effect and correlation with the KFOR assessments. So due to the correlation table **Hypotheses 2** (KSF members’ “personnel connection” with KFOR member nation states positively effect KFOR image,) accepted. But Table 6 also shows that **H₁** and **H₃** are rejected because relations are not significant and Sig. values are higher than 0.01.

Factor Analysis

Factor analysis is generally used on a series of survey questions to interpret the underlying issues and how these issues may be related. The component matrix correlates an individual variable with a particular factor, where highest correlation numbers are grouped together. In this analysis variables are countries and the questionnaire was about the countries’ perceived image by KSF members. Factor analysis is needed in order to understand the differences in perception among KSF countries and to divide them in subgroups.

The set of items may have a number of minor dimensions-subscales assume that one dominant dimension explains the underlying structure. Scale unidimensionality can be evaluated by performing an item-level factor analysis (Presser et al., 2004) to consider dividing the scale into subscales.

As it can be seen from Table 7 factor loadings (correlation numbers) formed in accordance with the country’s military involvement with Kosovo Security Force. This means military training activities, more military personnel interactions if the country has more military personnel or military supply recruitment. For countries from Norway to Croatia the highest correlation was with the first component so they grouped together and shaded grey in Table 7. The second group of countries from Greece to Hungary are shaded with the color light grey and they have the highest correlation for the second component and other countries formed the factors are mentioned with different color shades.

Table 7: Factor Analysis

Rotated Component Matrix ^a								
	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Norway_KMI	.860	.102	.021	.257	-.180	.095	.082	.066
Luxembourg_KMI	.803	.012	.287	-.061	.144	-.055	-.029	-.133
Netherlands_KMI	.791	.381	-.042	-.037	-.074	.056	.014	.067
Belgium_KMI	.788	.296	-.202	-.120	.138	.083	-.157	.153
Denmark_KMI	.780	.073	-.141	.161	.079	.058	.450	.107
Canada_KMI	.764	.255	-.040	.089	.010	-.088	-.257	.041
Poland_KMI	.644	.210	.523	.037	.052	-.182	.226	-.065
Iceland_KMI	.640	.392	.196	.148	.051	.298	.072	-.088
Croatia_KMI	.516	.435	-.275	.152	.333	.081	-.071	-.108
Greece_KMI	.173	.802	.150	-.075	-.055	.146	.071	-.151
Bulgaria_KMI	.363	.635	.250	-.040	.240	-.164	.011	.215
Latvia_KMI	.409	.630	.290	.053	.421	-.032	.019	.167
Lithuania_KMI	.511	.599	.060	.144	.203	-.154	.052	.263
Hungary_KMI	.422	.572	.186	.029	.050	.328	.159	.179
Slovakia_KMI	-.008	.203	.814	.001	.024	.017	-.026	.016
Romania_KMI	-.287	.312	.804	.064	.010	.006	.164	-.174
Portugal_KMI	.465	-.188	.691	.096	.149	.103	-.003	-.044
Germany_KMI	.058	-.046	.154	.874	.009	-.079	.081	-.018
Slovenia_KMI	-.051	-.247	.104	.783	.028	.111	-.097	.341
Italy_KMI	.178	.493	-.166	.686	-.117	.088	-.146	-.141
France_KMI	.256	.281	-.158	.627	.311	-.101	-.047	-.352
Albania_KMI	-.075	.062	.107	.015	.889	.071	-.040	.078
CzechRepublic_KMI	.395	.337	-.095	.045	.478	-.183	.206	.178
USA_KMI	.016	.100	-.083	-.072	-.107	.862	-.009	-.029
UK_KMI	.098	-.076	.211	.138	.415	.676	.278	.066
Turkey_KMI	-.034	.108	.095	-.090	.007	.118	.830	-.110
Spain_KMI	.001	-.037	.315	-.008	-.215	-.037	.233	-.750
Estonia_KMI	.330	.487	.242	.039	-.044	-.098	.288	.587

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 25 iterations.

Factors (countries grouped) are formed accordance with the countries' image that KSF members may differentiate (Gavrilita, 2009). This means that countries seen related either within or with Kosovo on the same expectations formed the factor groups.

The country image model consists of not only attitudes toward the offending country and its people (Heslop et al., 2008: 355) but also personnel attitudes in this case. Rotated Component Matrix factors are not formed by randomly. From the correlation table we know that personnel connection has an effect on image so these factors grouped from different types of experiences and contacts with the countries. If we look at the bases of these experiences and contacts:

- Kosovo army is using large amount of France and the United States army equipment and maintenance material for that equipment including uniforms and arsenal. So Kosovo army soldiers have been more familiar with these countries

material. Also officer cadets are graduated synchronously from military school and American University of Kosovo.

- Kosovo Security Force has been using Albanian army training manuals as reference publications and Albanian language.

- Germany, Italy and France have command responsibility in higher echelon of KFOR and Slovenia has military bounds and trained in same military culture of Former Federal Republic of Yugoslavia.

- Turkey also has been training KSF more since the beginning of war and also has started Turkish language course within the KSF for the aim of training KSF members in Turkey.

- Greece, Bulgaria, Latvia and Hungary have both cultural and historic bonds to the Serbian people, found it very difficult to maintain a balanced policy in relation to supporting NATO's military intervention against Yugoslavia (Tsoundarou, 2007) so these countries may be formed a group within the same factor. Their image in KFOR is not regarded same with other countries even though their military have been contributing to KFOR.

- Norway, Luxembourg, Netherlands, Belgium, Denmark, Canada, Poland, Iceland and Croatia are the least participant states in military sense. They have mostly 2-5 military personnel in KFOR HQ staff. Also these countries have least economic relations with Kosovo.

Lastly seen that countries that have continuing duty responsibilities -connected with the military assets and bases ratio- have formed the main factors. Image is being built; by strong action, by giving help or advice, by controlling someone; not by action that produces or produced emotion in others as stated by Gibson et al. (2012). It can be seen that not only high scales of military participation but also continuous and profound military intervention have effect on factor table (e.g. Albania and Slovenia have less troop numbers but deep military intervention but U.S. and France have far more bigger troop number contribution).

Although various informational signals emanate from the countries: information about countries' structural positions within KFOR and with KSF, specific signals indicating performance and mission success, institutional signals indicating conformity to social norms of KSF members: strategy signals indicating strategic postures (Lloyd, 2007; Duarte, 2011) may be assumed that performance of countries or the initial contributions are effecting the image.

CONCLUSIONS

KFOR has a role of preserving the peace and security, and providing defense for Kosovo. KFOR has been accomplishing these by organization of participant nation-states' military assets. KFOR is a big organization of countries

so nevertheless in KFOR, supporting the national policies and implementing the national states objectives embedded. It is also important to remember that any country responsible for aggressive acts that imperil the peace and security of the Kosovo and KFOR because country image may relate to long-term factors like international conflicts or economic responses. That is why emotional components have an effect on KFOR image.

There have been researches about, how country of origin effects country image (Maher and Carter, 2011; Souiden et al., 2011; Nayir and Durmuşoğlu, 2008; Heslop et al., 2008; Lopez and Andriopoulos, 2011; Bozbay, 2007; Giraldi et al., 2011; Saydan, 2013) but there may be few research to date how armed forces and their perceived mission success affects country image. To examine these issues, empirical research is done by Kosovo Security Forces personals' perceptions of KFOR image. For this officers are chosen as sample group because they have more concurrent quality and specialties also they are the leaders of their groups. For this reason 60 officers picked up by stratified random sampling depend on military bases locations and occupations. To understand the statistical relations if any first Linear Regression procedure was done than correlations are computed to understand the direction and power of regressions. Also to see the related countries more clearly factor analysis is conducted as mentioned in literature part factors formed by perceived image of KSF personnel.

According to the regression table country familiarity, mission success of countries and personnel connections explained almost fifty percent of perceived image.

As tried to study above; historical, economical or geographical connection(s) of countries with the host country don't have significant effect on the image of the main organization. Even though there are different sizes of occupations of countries in Kosovo they have no significant effect on perceived image.

It can be surmised that personnel connections with the KFOR countries have impact on KFOR. Accomplishment and especially endeavoring subscriptions of KFOR member countries may affect personnel perception so the image. Also military culture transfer comes within military training or military doctrines. It can be said that not only scale military participation but also intense military intervention affects the perceived image. At the same time countries which have negative political issues with Kosovo don't have significant military assets and role in KFOR -and in KSF- although they are contributing to KFOR with very limited personnel support. Instructing and helping the KSF military personnel at the same time large scale of military equipment providing affecting the perception of KSF members' perception about image of KFOR because these efforts transfer military culture and align the wave length of doing in military way reciprocally.

Hypotheses 1:	KFOR member countries “connections” with KSF affect KFOR image.	Rejected
Hypotheses 2:	Kosovo army members’ “personnel connection” with KFOR member countries affect KFOR image.	Accepted
Hypotheses 3:	KFOR member countries “perceived mission success” has effect on KFOR image.	Rejected

So for the future studies; if organizations or countries try to have a positive image they have to persuade that their presence or entity can add value and success to their host countries or organizations. This can be done in military terms by training, heightened presence, initial contribution and percentage of using military doctrines which can yield the transfer of military culture.

This work has also constraints that have to be explored in more details. First military formations are highly homogeneous groups that variances may change in multinational companies. Second training has more sense in military than in civilian that not only education is given, but also shoulder to shoulder battle is performed so this kind of training make more binding relations which may bias expectations of trainees. Third only officers are chosen for the stratified sampling that other members’ expectations may be varying. In the future research, effects of training programs and trainer should be analyzed to find out how not just only training but also transfers the culture. Also, our variances could able to explain only approximately 50% of image to find out other important variables that may affect image should be researched by exploratory analysis.

REFERENCES

- Alvarez, M. D. and Campo, D. (2014). The influence of political conflicts on country image and intention to visit: A study of Israel’s image. *Tourism Management*, (40): 70-78.
- Arendt, S. and Brettel, M. (2010). Understanding the influence of corporate social responsibility on corporate identity, image, and firm performance. *Management Decision*, 48 (10): 1469-1492.
- Aydın, A. F. and Progonati, E. (2011). “Albanian foreign policy in the post-communist era”, UNISCI Discussion Papers, No. 26. <http://revistas.ucm.es/index.php/UNIS/article/viewFile/37824/36601> (15.11.2014).
- Bandow D. (1999). “The U.S. role in Kosovo”, <http://www.cato.org/publications/congressional-testimony/us-role-kosovo> (15.11.2014).
- Beins, B. C. and McCarthy, M. A. (2012). *Research methods and statistics*. USA: Pearson Education, Inc.
- Biçer, F. B. (2008). Impact of corporate image components on perceived price: A research in sector. *Unpublished Master Thesis*. Marmara University, Graduate School of Social Sciences, İstanbul.

Biddle, S. (2002). The new way of war? Debating the Kosovo model. *Foreign Affairs*, 81 (3): 138-144.

Bitner, M. J., Booms, B. and Tetreault, S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54: 71-84.

Bozbay, Z. (2007). Determining effects of the consumer product valuation in multinational country image and brand image of the product was manufactured. *Unpublished Doctoral Dissertation*, Istanbul University, Graduate School of Social Sciences, Istanbul.

Carroll, C. E. (2004). How the mass media influence perceptions of corporate reputation: Exploring agenda-setting effects within business news coverage. *Unpublished Doctoral Dissertation*. Faculty of the Graduate School of the University of Texas, Austin.

Choedon, Y. (2011). The United Nations peacebuilding in Kosovo: The issue of coordination. *International Studies*, 47 (1): 41-57.

Cottey, A. (2009). The Kosovo war in perspective. *International Affairs*, 85 (3): 593-608.

Dauber, C. (2001). Image as argument: The impact of Mogadishu on U.S. military intervention. *Armed Forces & Society*, 27 (2): 205-229.

Deci, S. (2012). Kosovo security force post 2012. *Unpublished Master Thesis*. Rochester Institute of Technology and American University in Kosova, Kosova.

Duarte, F. P. (2011). Impression management performances in a Brazilian mining company: The researcher as audience. *Journal of Management & Organization*, 17 (2): 179-193.

Duimering, P. R. (1997). The role of image and language in formal hierarchical communication in organization. *Unpublished Doctoral Dissertation*. Waterloo University, Department of Management Sciences, Waterloo, Ontario.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M. and Harquail C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39 (2): 249-250.

Eroğlu, Z. (2005). Turkish foreign policy towards the Balkans in the Post-Cold War Era. *Unpublished Master Thesis*. Middle East Technical University, The Graduate School of Social Sciences, Ankara.

Fahliogulları, S. (2009). The effects of corporate social responsibility on corporate image, consumer trust and brand loyalty. *Unpublished Master Thesis*. Marmara University, Graduate School of Social Sciences, Istanbul.

Gavrilita, E. (2009). The effect of country of origin and country image: An application on Moldovan consumers' perception of Turkish textile products. *Unpublished Master Thesis*. Dokuz Eylül University, Graduate School of Social Sciences, Izmir.

Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, Jr. J. H. and Konopaske, R. (2012). *Organizations: Behavior, structure, processes*. Fourteenth Edition. New York: McGraw-Hill.

Giraldi, J. de M. E., Ikeda, A. A. and Campomar, M. C. (2011). Reasons for country image evaluation: A study on China image from a Brazilian perspective. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 18: 97-107.

Gotsi, M., Lopez, C. and Andriopoulos, C. (2011). Building country image through corporate image: Exploring the factors that influence the image transfer. *Journal of Strategic Marketing*, 19 (3): 255-272.

Gravetter, F. J. and Wallnau, L. B. (2011). *Essentials of statistics for the behavioral sciences*. Seventh Edition. Wadsworth: Cengage Learning.

Helmi, J. and Mulyanegara, R. C. (2011). A conceptual framework on the relationship between nation brand perception and donation behavior. *International Journal of Business and Management*, 6 (12): 36-43.

Heraclides, A. (1997). The Kosovo conflict and its resolution: In pursuit of Ariadne's thread. *Security Dialogue*, 28 (3): 317-331.

Heslop, L. A., Lu Irene, R. R. and Cray, D. (2008). Modeling country image effects through an international crisis. *International Marketing Review*, 25 (4): 354-378.

Hillyard, M. (1999). "Kosovo: KFOR and Reconstruction, Economic Policy & Statistics, Section House of Commons Library", "<http://www.parliament.uk/documents/commons/lib/research/rp99/rp99-066.pdf>" (16.11.2014).

Howitt, D. and Cramer, D. (2011). *Introduction to research methods in psychology*. Third Edition. USA: Prentice Hall.

Hoxha, A. (2012). "Russia's foreign policy in Kosovo", <http://www.e-ir.info/2012/05/12/russias-foreign-policy-in-kosovo/> (15.11.2014).

Jardim, da P. P., Lopes, M. P. and Soares, A. E. (2012). Relationship among identity, image and construed external image: A missing link on acquisitions. *International Business Research*, 5 (10): 115-130.

Kostovicova, D., Martin, M. and Bojicic-Dzelilovic, V. (2012). The missing link in human security research: Dialogue and insecurity in Kosovo. *Security Dialogue*, 43 (6): 569-585.

LeBlanc, G. and Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms an empirical study in financial institutions. *International Journal of Service Industry Management*, 7 (2): 44-56.

Group for Legal and Political Studies (2014). "Germany's foreign policies towards Kosovo - A policy perspective", <http://legalpoliticalstudies.org/download/Policy%20Report%2002%202014.pdf> (15.11.2014).

Group for Legal and Political Studies (2013). "The United Kingdom's foreign policies towards Kosovo - A policy perspective", <http://legalpoliticalstudies.org/download/Policy%20Report%2007%202013.pdf> (15.11.2014).

Lievens, F., Hoye, V. G. and Anseel, F. (2007). Organizational identity and employer image: Towards a unifying framework. *British Journal of Management*, 18: 45-59.

Lloyd, S. (2007). Corporate reputation: Ontology and measurement. *Unpublished Doctoral Dissertation*. AUT University School of Business, Auckland.

Lopez, C., Gotsi, M. and Andriopoulos, C. (2011). Conceptualizing the influence of corporate image on country image. *European Journal of Marketing*, 45 (11/12): 1601-1641.

Maher, A. A. and Carter, L. L. (2011). The affective and cognitive components of country image perceptions of American products in Kuwait. *International Marketing Review*, 28 (6): 559-580.

Marshalls, N. M. (2007). Country image and its effects in promoting a tourist destination case study: South Africa. *Unpublished Master Thesis*. Blekinge Institute of Technology (BTH), School of Management, Karlskrona.

Ministry for the Kosovo Security Forces, "Homepage", <http://www.mksf-ks.org/?page=2,1> (28.09.2012).

Ministry for the Kosovo Security Forces, "Kosovo Security Force: Mission statement", <http://mksf-ks.org/?page=2,7> (28.09.2012).

Muja, A. (2013). *What next for Kosovo security sector: KSF an army or not?* Kosova Centre for Security Studies (KCSS) Policy Paper. <http://pasos.org/wp-content/uploads/2013/06/What-next-for-KSF-An-army-or-not-ENG.pdf> (16.11.2014).

Nadeau, J., Heslop, L., O'Reilly, N. and Lok, P. (2008). Destination in a country image context. *Annals of Tourism Research*, 35 (1): 84-106.

NATO, "Facts and figures", <http://www.aco.nato.int/kfor/library/facts-figures.aspx> (29.09.2012).

NATO, "KFOR placemate" (30.11.2012), http://www.nato.int/kfor/structur/nations/placemap/kfor_placemat.pdf (30.11.2012).

NATO, "NATO's role in Kosovo", http://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_48818.htm (30.09.2012).

NATO, "NATO's statistics", www.nato.int/nato_static/assets/pdf/pdf_2005_02/2009_03_687B00694B0B4918A2143DBD2EB990F5_balkans-e.pdf (29.09.2012).

NATO, "News", <http://www.nato.int/cps/en/SID-698DF284-07058208/natolive/news102210.htm> (29.09.2012).

Nayir, D. Z. and Durmuşoğlu, S. S. (2008). Country image in the context of European Union membership: The Turkish case. *Journal of Management Development*, 27 (7): 791-808.

Palacio, B. A., Meneses, G. D. and Perez, P. J. P. (2002). The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. *Journal of Educational Administration*, 40 (5): 486-505.

Paul, T. (2007). NATO's eastward expansion and peace-enforcement role in the violent dissolution of Yugoslavia: 1994-2004. *Unpublished Doctoral Dissertation*. University of Adelaide, School of History and Politics, Adelaide.

Polat, S. (2011). Organizational image of Kocaeli University for university students. *Education and Science*, 36 (160): 105-119.

Qehaja, R., Ferati H., Kosumi, K., Qehaja, F., (2008). *The establishment, operability and democratic functionality of the Kosovo Security Force*. Policy Paper. Prishtina: Kosovar Center for Security Studies.

Ratnasingam, P. P. (2001). Interorganizational trust in business to business e-commerce. *Unpublished Doctoral Dissertation*. Erasmus University, Erasmus Research Institute of Management (ERIM), Rotterdam.

Rose, N. E. (2006). Influences of organisational image on applicant attraction in the recruitment process. *Unpublished Master Thesis*. Queensland University of Technology, School of Management Faculty of Business, St. Lucia.

Roth, K. P. and Diamantopoulos, A. (2009). Advancing the country image construct. *Journal of Business Research*, 62 (7): 726-740.

Saydan, R. (2013). Relationship between country of origin image and brand equity: An empirical evidence in England market. *International Journal of Business and Social Science*, 4 (3): 78-88.

EU, "Screening report Croatia, 2007", http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/croatia/screening_reports/screening_report_31_hr_internet_en.pdf (29.09.2012).

Shenkar, O. and Yuchtman-Yaar, E. (1997). Reputation, image, prestige, and goodwill: An interdisciplinary approach to organizational standing. *Human Relations*, 50 (11): 1361-1381.

Sia, S. X. and Hitt, M. A. (2004). A study of organizational image resulting from international joint ventures in transitional economies. *Journal of Business Research*, 57 (12): 1370-1377.

Souiden, N., Pons, F. and Mayrand, M-E. (2011). Marketing high-tech products in emerging markets: The differential impacts of country image and country-of-origin's image. *Journal of Product & Brand Management*, 20 (5): 356-367.

Stanley, P., Rothgeb, J. M., Couper, M. P., Lessler, J. T., Martin, M. J. and Singer, E. (2004). *Methods for testing and evaluating survey questionnaires*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sungun, Y. (2005). The effects of organization-public relationships on organizational reputation from the perspective of publics. *Unpublished Doctoral Dissertation*. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, Maryland.

Verlegh, P. W. J. and Steenkamp Jan-Benedict, E. M. (1999). A review and meta-analysis of country-of-origin research. *Journal of Economic Psychology*, 20 (5): 521-546.

Webber, M. (2009). The Kosovo war: A recapitulation. *International Affairs*, 85 (3): 447-459.

Wilson, J. M. (2006). Law and order in an emerging democracy: Lessons from the reconstruction of Kosovo's police and justice systems. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 605 (1): 152-177.

Yang, S. (2005). The effects of organization-public relationships on organizational reputation from the perspective of publics. *Unpublished Doctoral Dissertation*. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, Maryland.

Zhang, B. (2002). China's perception of the US: An exploration of China's foreign policy motivations. *Unpublished Doctoral Dissertation*. The Ohio State University, Columbus.

Yayın Geliş Tarihi: 15.11.2013
Yayına Kabul Tarihi: 08.07.2014
Online Yayın Tarihi: 16.03.2015
<http://dx.doi.org/10.16953/deusbed.25259>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 16, Sayı: 4, Yıl: 2014, Sayfa: 559-585
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARININ PSİKOLOJİK SERMAYE ÜZERİNE ETKİSİ: ÇALIŞANLARIN İYİLİK HALİNİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Mazlum ÇELİK*
Ömer TURUNÇ**
Necdet BİLGİN***

Öz

Bu çalışmanın amacı çalışanların psikolojik sermaye seviyeleri üzerinde adalet algılarının ve iyilik hallerinin etkisi ve bu etkide iyilik halinin düzenleyici rolünü belirlemektir. 683 turizm sektörü çalışanı üzerinde yapılan araştırma sonucunda; çalışanların adalet algılarının hem psikolojik sermaye seviyelerini ve hem de iyilik hallerini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği, çalışanların iyilik hallerinin de psikolojik sermaye seviyelerini pozitif ve anlamlı etkilediği tespit edilmiştir. Bunun dışında, çalışanların adalet algılarının her üç boyutunun (Prosedür, Dağıtım, Etkileşim) psikolojik sermaye seviyeleri üzerine etkisinde iyilik hallerinin düzenleyici rolünün bulunduğu belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: *Örgütsel Adalet, Dağıtım Adaleti, Prosedür Adaleti, Etkileşim Adaleti, Psikolojik Sermaye, İyilik Hali.*

THE IMPACT OF PERCEIVED JUSTICE OF EMPLOYEES ON PSYCHOLOGICAL CAPITAL: MODERATING EFFECT OF EMPLOYEE WELL-BEING

Abstract

The aim of this study is to determine the effect of the employees' perceived justice and well-being on psychological capital and the moderating role of well-being in this effect. According to the study carried out on 683 employees in tourism sector, it is determined that both perceived justice and well-being positive and significant effect on the employees' psychological capital. Besides, it is determined that the employees' well-being level has a moderating role for the influences of the perceived justice (Distributive, procedure and interactional) on psychological capital.

Keywords: *Organizational Justice, Distributive Justice, Procedural Justice, Interactional Justice, Psychological Capital, Well-being.*

* Doç. Dr., Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mazlum.celik@hku.edu.tr

** Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, omerturunc@sdu.edu.tr

*** Doç. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, necdetbilgin@gmail.com

GİRİŞ

Son yıllarda yüksek performans, örgütsel bağlılık ve yaratıcılık gibi olumlu örgütsel sonuçları olduğu düşünülen ve kökenleri pozitif psikoloji hareketine dayandırılabilir olan psikolojik sermaye konusundaki çalışmalarda artış vardır (Shahnawaz ve Jafri, 2009: 79). Luthans ve Avolio (2007) tarafından, zorluklar karşısında bireyin kendisine güven duyması, başarılı olabileceğine yönelik beklentileri olması, başarılı olabilmek için alternatif yolları denemesi ve sıkıntılı durumlarda teslim olmak yerine mücadele ederek başarılı olmaya gayret etmesi olarak tanımlanan psikolojik sermaye, özgüven, umut, iyimserlik ve dayanıklılık olmak üzere dört boyuttan oluşan çekirdek bir kavramdır.

Psikolojik sermaye konusunda yapılan çalışmalarda her ne kadar son yıllarda artış olsa da, çalışmaların önemli bir kısmı ardıllarına ilişkindir. Hâlbuki psikolojik sermayenin olumlu etkilerinin ortaya çıkabilmesi için öncelikle psikolojik sermaye seviyesinin yüksek olması gerekmektedir. Psikolojik sermaye seviyesinin nasıl yükseltileceğine ilişkin pek fazla araştırma yoktur. Bu nedenle bu çalışmada, literatür de incelenerek psikolojik sermayenin seviyesinin yükseltilebilmesi için öncülleri üzerinde durulmuştur. Bu öncüllerden bir tanesi çalışanların adalet algılarıdır. Önemli bir örgütsel beklenti olan adalet algısı, çalışanların örgütsel çıktılarının dağıtımında, kararların alınması sürecinde ve birbirine veya yöneticilerin çalışanlara davranışlarında eşitlik ilkesine uyulup uyulmadığına ilişkin algılarıdır (Folger ve Cropanzano, 1998).

Diğer bir değişkenin ise çalışanların yaşamdan duydukları memnuniyet ve mutluluk seviyeleri olarak görülen iyilik hali olduğu düşünülmektedir. Çalışanların kendilerini mutlu hissetmeleri, yaşamlarının gayesi olarak görülmektedir (Deci ve Ryan, 2008: 8). Çalışanların bu gayeye ulaşmalarında, algıladıkları örgütsel adaletin de katkısının olabileceğine (Rani vd., 2012: 187) ve bu gayeye ulaşmış olan çalışanların da psikolojik sermaye seviyelerinin yüksek olacağına inanılmaktadır (Avey vd., 2010: 21).

Bu çalışma, özellikle hizmet sektörünün önemli bir girdisi olan insan sermayesinden olumlu çıktılar alınmasında etkili olan psikolojik sermaye üzerinde, örgütsel adalet ve iyilik hali gibi iki önemli değişkenin etkilerinin ilk defa araştırılması nedeniyle önemlidir. Literatürde psikolojik sermayenin öncüllerine yönelik pek araştırma yapılmadığı için hem bir boşluğu dolduracağı hem de yeni çalışmalar için farkındalık yaratacağına inanılmaktadır. Bunların dışında algılanan örgütsel adaletin, psikolojik sermaye üzerindeki etkisinde iyilik halinin düzenleyici rolünün ortaya konulması da araştırmanın önemini artırmaktadır. Elde edilen bulguların psikolojik sermayenin öncülleri konusunda literatüre katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Algılanan Örgütsel Adalet

Adalet konusu, farklı bakış açıları ile ilk çağlardan beri üzerinde en fazla durulan kavramlardan birisidir (Kickul vd., 2005: 206). Bunun nedeni, insanların kendilerine adil davranılmasını her dönemde önemsemeleridir. Neo-klasik teorinin, insanın sosyo-teknik varlıklar olduğunu ortaya koyması ve duygularının da dikkate alınmasının çalışan verimliliğini artırmada önemli olduğuna ilişkin bulguları ortaya koyması ile adalet kavramı, örgütsel davranış alanında daha fazla incelenmeye başlamıştır (Greenberg, 1987).

Örgütsel adalet, çalışanların örgütsel çıktıların dağıtımında, kararların alınması sürecinde ve çalışanların birbirine veya yöneticilerin çalışanlara davranışlarında eşitlik ilkesine uyulup uyulmadığına ilişkin algılarıdır (Folger ve Cropanzano, 1998). Algılar, çalışanların kişiliklerine, dünyaya bakış tarzlarına ve içinde buldukları ortama göre değiştiği için çalışanların adil davranışa ilişkin değerlendirmeleri de farklılaşmaktadır (Huseman vd., 1987: 223). Dolayısıyla, yöneticilerin adil oldukları konusundaki iddiaları ancak çalışanların adil davranıldığına dair algıları kadar geçerlidir.

Örgütsel adalet, dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti olmak üzere üç boyutta incelenmektedir. Adams'ın (1965) eşitlik teorisine dayanan dağıtım adaleti, örgütte dağıtılan her türlü maddi değerlerin çalışanlar arasında adil dağıtılması olarak tanımlanmaktadır (Folger ve Konovsky, 1989; Cohen-Charash ve Spector, 2001). Eşitlik teorisine göre çalışanlar, örgüte katkıları ile elde ettiklerini iş arkadaşları ile kıyaslamaktadır. Bu kıyaslama sonucunda, diğer çalışanlara göre katkılarından daha az ödül elde ettiği kanaatine varmaları, adaletsizlik algısına sebep olmaktadır (Colquitt vd., 2001: 426).

Prosedür adaleti, çalışanların örgütte alınan ve kendilerini ilgilendiren kararların adil olarak alınıp alınmadığı konusundaki yargılardır (Folger ve Konovsky, 1989: 126). Prosedür adaleti, Viswesvaran ve Ones (2002: 193) tarafından ise, çıktıları tanımlamak için kullanılan araç ve süreçlerin adaletli olması olarak ifade edilmektedir. Sonuç olarak prosedür adaleti, dağıtım kararlarının nasıl alındığına odaklanmaktadır (Cropanzano ve Folger, 1996: 72). Leventhal ve arkadaşlarına (1980) göre, bir kararın prosedür olarak adil olabilmesi, uyumluluğuna, önyargılardan arındırılmasına, işlemlerin doğru bilgiye dayanmasına, düzeltilebilir olmasına ve etik kurallara uygun olmasına bağlıdır (Beugre, 2002: 1095).

Diğer bir adalet boyutu olan ve ilk defa Bies ve Moag (1986) tarafından ele alınan etkileşim adaleti, örgütsel kararların ve işlemlerin uygulanması esnasında adaletin kaynağı ile çalışan arasındaki iletişim sürecinde saygı, dürüstlük, şeref, nezaket gibi hususlara odaklanmaktadır (Bies, 2001). Bies ve Moag'a göre (1986), kendilerine süreçler hakkında tam ve doğru bilgi verildiği, kararların gerekçeleri

açıklandığı ve ilişkilerde saygı ve nezaket ön planda tutulduğu sürece çalışanlar olumlu etkileşim adalet algısı içerisinde olacaktır.

İyilik Hali

Psikoloji ve sosyoloji alanında çalışan araştırmacılara göre, insan eylemleri sonucu ulaşılabilecek en yüksek şeylerden birisi mutluluktur (Fordyce, 1988). İyi olma hali, genellikle insanların nihai hedefi olan mutluluk ile eş anlamlıdır (Deci ve Ryan, 2008: 9). İyi olma hali de mutluluk gibi insanın içinde yaşanmaktadır (Kahneman vd., 1999). Mutluluk, hayatta karşı karşıya olunan sıkıntılarla başa çıkma, kendini gerçekleştirme gibi her yönden insana yaşam memnuniyeti veren hususların sonucu olarak görülmektedir (Ryff, 1989a). Mutluluk, negatif ve pozitif etkilerin bir dengesi olarak da tarif edilmektedir (Bradburn, 1969; Fordyce, 1988). İyilik halinin (İH) ortaya çıkması için, pozitif ve negatif etkilerden ikisinin dengede veya pozitif boyutların yüksek olması gerekmektedir (Ryff, 1989b). Bu nedenle, geleneksel olarak iyi olma hali, kişiler tarafından tecrübe edilen işlerin olumluluk durumu olarak tanımlanmaktadır (Layard, 2005; Seligman, 2002).

Fiziksel ve ruhsal sağlığı kapsayan iyilik hali, üç temel bileşenden oluşmaktadır. Bunlar, öznel iyilik, psikolojik iyilik ve iş yeri ile ilgili iyiliktir. Öznel iyilik, kişilerin kendi hayatlarına ilişkin yorum ve değerlendirmeleri olarak tanımlanmaktadır. Bu yorum ve değerlendirmeler olaylara karşı hem duygusal tepkiyi hem de bilişsel yargıyı kapsamaktadır. Öznel İH'ni açıklamaya çalışan teoriler iki kategoride incelenebilir. Bunlar; aşağıdan yukarı (*Bottom-up*) ve yukarıdan aşağı (*Top-down*) teorileridir (Sousa-Poza ve Sousa-Poza, 2000). Aşağıdan yukarı teorileri, dışsal olaylar, şartlar ve demografik değişkenlerin iyi olma hali üzerine etkilerini analiz etmektedir. Özünde, bu model kişilerin temel ve evrensel ihtiyaçlarını özetlemekte ve bu ihtiyaçların karşılanması durumunda kişilerin mutlu olacaklarını iddia etmektedir (Diener vd., 1999). Bu modele göre basit zevkler ve memnuniyetler kişileri mutlu etmeye yetmekte, kişiler yaşadıkları zevkin sıkıntılara ağır basması durumunda mutlu olabilmektedirler (Walter-Busch, 2000). Diğer taraftan yukarıdan aşağı teorileri ise kişilerin iyi olmasında kişisel özelliklerin önemli yer tuttuğunu ileri sürmektedir (Diener, 1984).

İş performansı ve iş yaşamının kalitesi üzerinde etkili olan (Daniels ve Haris, 2000) psikolojik iyi olma hali (PİH), Ryff (1989a)'a göre, kişilerin yaşam memnuniyeti, pozitif ve negatif duyguları ve ruh hallerinin değerlendirmelerini kapsayan yaşama dair değerlendirmeleri olarak tanımlanabilmektedir. Ryff (1989b) tarafından geliştirilen çok boyutlu PİH modeli, kişiler ile iş hayatı arasında tesis edilen/edilecek mükemmel bir dengenin gerçekleşmesi üzerine odaklanmaktadır. Söz konusu model, altı boyutu kapsamaktadır. Bunlar, kendi kaderini tayin etme ve kişisel otorite duygusu olan *özerklik*, kendi istek ve arzularını karşılayabileceği bir çevre oluşturma anlamına gelen *çevreye hâkimiyet*, kişi olarak büyüyüp gelişmeye devam etme duygusu anlamına gelen *kişisel gelişim*, başkaları ile saygı ve güvene dayalı ilişkiler geliştirebilme anlamına gelen *başkaları ile pozitif ilişkiler*, kişinin hayatını anlamlı hissetmesi anlamına gelen *hayattaki amaçlar ve kendini kabuldür*.

PİH en az üç özelliğe sahiptir. Bunlar; PİH subjektif deneyimdir (Cropanzano ve Wright, 2001: 256; Diener, 1994: 111). İnsanlar kendileri olduklarına inandıkları sürece daha yüksek PİH duymaktadırlar (Diener ve Larsen, 1993). PİH kişinin tüm hayatına ilişkin değerlendirmesine dayanmaktadır (Cropanzano ve Wright, 2001).

İyi olma halini sağlıklı olmaya bağlayan ve hastalıkların olmamasını iyilik olarak kabul eden yaklaşımlar da vardır (Jahoda,1958; Ryff, 1989b; Rainey, 1995). Sağlık, iyi olma halinin güçlü bir göstergesidir (Hausman, 2009). Sağlık bileşenleri aynı zamanda iyi olma halinin de önemli bileşenlerindedir. Hem sağlık, hem de iyi olma hali çok boyutludur ve bazı boyutları da ortaktır. Örneğin; acı çekenler veya depresyonda olanlar hem sağlıksızdırlar, hem de iyi olma hali seviyeleri düşüktür. İyi olma halinin diğer boyutları da, mutluluk, başarı, arkadaşlık, samimi ilişkiler, özerklik, kısacası iyi bir yaşamın bütün gerekleridir. Sağlık, iyiliğin ortaya çıkması için önemli bir sebeptir. Samimi ilişkilerin yürütülmesi veya önemli bir projede başarı öncelikle kişilerin sağlıklı olmalarına bağlıdır.

Psikolojik Sermaye

Kökenleri pozitif psikoloji hareketine dayandırılabilir olan pozitif örgütsel davranış ve psikolojik sermaye konusunda, son yıllarda önemli gelişmeler olmuştur (Shahnawaz ve Jafri, 2009: 81). Fitz-enz (2000) tarafından kavramsallaştırılan beşeri sermaye, entelektüel sermaye, duygusal sermaye, psikolojik sermaye ve sosyal sermaye olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Bunlardan psikolojik sermaye, organizasyon içerisinde bazı insani konuların ele alınmasına yardımcı olabilen önemli bir alt boyut olarak görülmektedir (Shahnawaz ve Jafri, 2009).

Psikolojik sermaye, son zamanlarda kabul görmüş olumlu çekirdek bir yapı olup, şöyle tanımlanabilir (Luthans ve Avolio vd., 2007): (1) Zor görevlerin üstesinden gelmede ve başarıya ulaşmada gerekli olan çabayı ortaya koymada bireyin kendine güvenmesi, etkili olması (özgüven), (2) Mevcut durumda ve gelecekte başarı için olumlu tavırlar ve beklentiler geliştirmesi (iyimserlik), (3) Başarıyı yakalamak için hedefe giden yolları yeniden değerlendirmek ve başarmak için azimli olması (umut), (4) Sıkıntı ve problemler tarafından kuşatıldığında, kendini kaybetmemesi, başarı için ileriye bakması ve devam etmesidir (dayanıklılık).

Tanımdan da anlaşılacağı üzere psikolojik sermaye, özgüven, iyimserlik, umut ve dayanıklılık olmak üzere dört boyutta incelenmektedir. Özgüven, kişinin özel işleri yapabileceği konusunda yeteneklerine güvenmesi veya inanmasıdır (Bandura, 1997). Genellikle psikolojide iyimserlik, sonuçların değerli olması durumunda ortaya çıkan hedef yönelimli bir yapı olarak kavramsallaştırılmaktadır (Scheier ve Carver, 1985: 232). Tiger (1971) iyimserliği, kişiler için memnuniyet veya sosyal avantajlar sağlayıcı olarak görülen sosyal ya da maddi değerler hakkında yapılan yorum ile ilişkili ruh hali veya tutumlar olarak tanımlamıştır.

İyimser kişiler, pozitif olayları içselleştirme ve negatif olayları dışlama eğilimi içerisine girmektedir (Seligman 1998).

Umut, arzu edilen hedeflere ulaşma konusunda algılanan yol ve yöntemler türetme ve hedef yönelimli düşünerek bu yolları kullanma konusunda kendi kendini motive etme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Snyder vd., 2002). Umudun üç bileşeni vardır. Bunlar; irade, yollar ve hedefler (Juntunen ve Wettersten, 2006; Luthans ve Jensen, 2002). İrade, kişilerin arzu edilen hedeflere ulaşma konusundaki motivasyonları ve beklentileridir. Yol ise, hedeflere ulaşma konusunda bir engel ile karşı karşıya kalındığında alternatif ve uygun planlar geliştirebilecek yeteneği olduğuna inanmaktır (Luthans ve Jensen, 2002). Dayanıklılık, stresli durumlara direnç gösterme veya ortaya çıkan terslikleri defetme kapasitesidir (Masten, 2001; Luthans, 2002). Bütün insanların sahip olduğu dayanma gücünü (Masten, 2001) özellikle stres ve sıkıntı dönemlerinde işe koşma yeteneği kişiden kişiye değişmektedir (Luthans, vd., 2008).

Her ne kadar boyutları bağımsız yapılar olsa da (Bryant ve Cvengros, 2004) psikolojik sermaye, pozitif örgütsel davranış kavramının üzerinde daha bütünleştirici bir yapıda olup, tüm boyutların aynı anda kullanılması sonucu sinerji yaratmaktadır. Bu yüzden; bütünü (psikolojik sermaye), parçaların toplamından (özgüven, iyimserlik, umut, dayanıklılık) daha büyüktür. Örneğin, amaçlarına ulaşmak için gereken araç ve yöntemlere sahip umut dolu insanlar, daha fazla motive olacaklar ve tersliklerin üstesinden gelmede daha başarılı ve dolayısıyla da daha dayanıklı olacaklardır. Kendine güvenen insanlar, sahip oldukları umut, iyimserlik ve dayanıklılığı, hayatlarının belli alanlarına aktarmaya ve uygulamaya muktedir olacaklardır. Dayanıklı bir insan, gerçekçi ve esnek bir iyimserlik için gerekli olan uygulanabilir mekanizmaların kullanılmasında ustalaşacaktır. Sonuç olarak psikolojik sermaye, umut dolu, özgüven sahibi, dayanıklı ve iyimser bir yapıya katkı sağlayacaktır (Luthans ve Youssef, 2007).

HİPOTEZLER

Algılanan Örgütsel Adalet ve İyilik Hali

İş yerinde iyi olma hali, işyerindeki öznel deneyimin kalitesine dayanmaktadır (Grant ve Campbell, 2007: 671). İyi olma halini etkileyen faktörlerden bir tanesi de, çalışanların adalet veya adaletsizlik algılarıdır. Bu husus yüzlerce yıldır üzerinde durulan bir konudur. Söz gelimi, Plato adaletsizliğin doğal dengeyi bozan bir hastalık olduğunu ileri sürmüştür (Annes, 1982). Yine 12. yüzyılda yaşayan filozof Anselm de Canterbury, adaletsizliğin cezalandırma isteği yarattığını ve insanları huzursuz ettiğini ileri sürmüştür (Marenbon, 1997).

Örgütsel adalet algılarının her üç boyutunun da çalışanların iyi olma hali seviyelerini yükselttiğine yönelik literatürde bir çok çalışma vardır (Rani vd., 2012: 187, Greenberg ve Colquitt, 2005; Elovainio vd., 2002; Spell ve Arnold, 2007; Ylipaavalniemi vd., 2005). Rani ve arkadaşları (2012) tarafından polisler üzerinde

yapılan araştırmada, hem genel örgütsel adalet algısının hem de örgütsel adaletin üç boyutunun çalışanların iyi olma halleri üzerinde pozitif ve anlamlı olarak etkili olduğu belirlenmiştir.

Çalışanların iyilik hallerini etkileyen faktörlerden biri de, dağıtım adaletine ilişkin algılarıdır (Fischer ve Holz, 2010). Dağıtım adaletinin dayandığı Adams'ın eşitlik teorisine göre, çalışanlar kazançlarından ziyade kazançlarının adilliği ile ilgilenmekte (Colquitt vd.; 2001), adil bulmaları durumunda mutlu olmaktadır. Adil bulmamaları durumunda ise, yaşadıkları gerilim onların mutluluğunu olumsuz etkilemektedir (Beugre, 2002; Vermunt ve Steensma, 2005). Ampirik çalışmalar da bu görüşü desteklemektedir (Walster vd., 1976). Alvin (1987) tarafından yapılan çalışmada, çalışanların dağıtım adaleti konusundaki algılarının iyi olma hali seviyelerini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği belirlenmiştir.

İş ortamında iyi olma halinin önemi, yaşam memnuniyeti, sağlık ve iş performansı gibi olumlu ve devamsızlık gibi olumsuz sonuçlara negatif etkisinden anlaşılabilir (Grant ve Campbell, 2007). De Boer ve arkadaşları (2002), güvenlik personelinin dağıtım ve prosedür adaleti algılarının hastalık kaynaklı devamsızlıklar üzerine etkilerini araştırdığı çalışmada, her iki adalet algısının dolaylı olarak psikoloji kaynaklı sağlık problemleri nedeniyle devamsızlık üzerinde etkili olduğunu belirlemişlerdir. Yine Elovainio ve arkadaşları (2004) tarafından sağlık sektörü çalışanları üzerinde yapılan çalışmada, De Boer ve arkadaşlarının (2002) ulaştığı sonuçları desteklemektedir. Schmitt ve Dörfel (1999) tarafından 295 fabrika işçisi üzerinde yapılan araştırmada, çalışanların prosedürel adalet algıları ile kendilerini hasta hissettikleri gün ve hasta oldukları gün sayısı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Ybema ve Bos (2010) tarafından Hollanda'da farklı sektörlerden 1519 çalışan üzerinde yapılan araştırmada, çalışanların adalet algıları ile depresyon belirtileri ve psikolojik sağlık problemleri arasında negatif ve anlamlı ilişkiler bulunduğu tespit edilmiştir.

Prosedür ve etkileşim adaletsizliği algısı içerisinde olan çalışanlar, yaşadıkları stres ve duygusal tükenmişlik nedeniyle kendilerini iyi hissetmemekte, yaşam memnuniyetleri düşmektedir (Kausto vd., 2005). Masterson ve arkadaşları (2000) tarafından yapılan çalışmada, prosedürel adaletin etkileşimsel adaletten daha fazla iş memnuniyeti üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Lind ve Tyler (1988) de, kararların alınmasında adil süreçlerin kullanılmasının çalışanların iyi olma halleri üzerinde etkili olduğunu ileri sürmektedir. Elovainio ve arkadaşları (2002) tarafından polisler üzerinde yapılan araştırma sonucunda da, çalışanların dağıtım ve prosedür adaleti konusundaki adaletsizlik algılarının, düşük öz güven, iş stresi, sosyal fonksiyon bozukluğu ve depresyona sebep olduğu belirlenmiştir.

Çalışanların adalet algılarının iyi olma halleri üzerinde etkili olduğuna yönelik teorik açıklamalar ve araştırma bulgularına dayanılarak aşağıda sunulan hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 1: Çalışanların prosedür adaleti algıları iyi olma hallerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 2: Çalışanların dağıtım adaleti algıları iyi olma hallerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 3: Çalışanların etkileşim adaleti algıları iyi olma hallerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Algılanan Örgütsel Adalet ve Psikolojik Sermaye

Çalışan davranışlarında olumlu sonuçlara sebep olan ve işletmelere rekabet yarışında avantaj sağlayan psikolojik sermayenin öncüllerini belirlemeye yönelik yapılmış çok fazla araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak, bazı kuramsal çalışmalardan ve ampirik araştırmalardan yola çıkılarak, pozitif örgütsel davranış kapsamında incelenen psikolojik sermayenin çalışanların örgütsel adalet algılarından etkilendiği sonucuna varılabilmektedir.

Çalışanlar organizasyonlara belli ihtiyaçlarını karşılamak için katılmakta ve ihtiyaçları karşılandığı sürece kendilerini mutlu hissetmektedirler. İhtiyaçlarının karşılanmasına engel teşkil eden hususlar ortaya çıktığında ise gerilim başlamaktadır. Herzberg'in çift faktör kuramında örgüt yönetimi ve çalışanlar arasındaki ilişkiler sonucu ortaya çıkan ve çalışanların adalet algılarının da etkili olduğu olumlu örgüt iklimi hijyen faktörü sayılmaktadır (Eren, 2012: 513). Kurama göre hijyen şartlarının sağlanmadığı örgütlerde, çalışanların motive olmaları mümkün görülmemektedir. Walumbwa, Peterson ve arkadaşları (2010: 523) tarafından polisler üzerinde yapılan çalışmada hem rütbeli polislerin hem de normal polislerin psikolojik sermaye seviyeleri ile örgüt iklimi arasında pozitif ve anlamlı ilişki bulunduğu belirlenmiştir. Shahnawaz ve Jafri (2009) tarafından da, pozitif örgüt kültürü geliştirmek konusunda tedbir alınmasının çalışanların psikolojik sermaye seviyelerini etkileyebileceği ileri sürülmektedir.

Vroom'un umut kuramında ise, çalışanları motive eden iki faktörden bahsedilmektedir (Eren, 2012: 533). Bunlardan birisi, çalışanların gayretleri sonucunda ödüle ulaşabileceklerine yönelik inançları, diğer ise, çalışanların ödülü arzu etme dereceleridir. Çalışanlar ödülü ne kadar arzu ederse etsinler adil olmayan uygulamalar olduğu sürece hedeflerine ulaşamayacaklarını düşünebileceklerdir. Çalışan ödülü arzu etme derecesine bağlı olarak ödüle ulaşma konusunda belki birçok yol ve yöntem denemesine rağmen adil olmayan uygulamaların yarattığı engeller nedeniyle hedefine ulaşamaması çaresizliğe sebep olabilecektir. Kişi hedeflerine ulaşma konusunda yaşayabileceği öğrenilmiş çaresizlik (Seligman ve Maier, 1967; Sekman, 2007) sonucu iyimserliğini kaybedebilecek, umutsuzluk içerisine düşebilecek ve özgüveni zayıflayabilecektir. Hatta adil olmayan uygulamaların her hedefe ulaşma hamlesine engel olması ve uzun süre bu olumsuzlukların devam etmesi, çalışanlarda yarattıkları gerilim ve stres nedeniyle tükenmişliğe sebep olabilecek, dayanma gücünü düşürebilecektir. Sullivan ve arkadaşları (2008) çalışanların adaletsizlik algılarının çalışanlarda güçsüzlük ve

yetersizlik hissi yarattığını ileri sürmektedirler.

Lawler ve Porter'in geliştirilmiş umut kuramında, çalışanların motive olabilmeleri için sadece gayretlerinin arzu ettikleri ödüle ulaştıracağı yönündeki inançlarının yeterli olmadığı aynı zamanda yetenekli olmalarının da gerektiği belirtilmektedir (Eren, 2012: 541). Bundan da önemlisi kurama göre, çalışanların yönetimin uygulamalarını adil bulmaları, motive olmaları üzerinde etkilidir. Yeteneklerine çok güvenen çalışanlar, adil olmayan uygulamalar nedeniyle yaşadıkları başarısızlıklar ve bunların düzelmeyeceğine yönelik düşünceleri nedeniyle kötümserliğe ve umutsuzluğa düşebilecektir. Nitekim, Elovainio ve arkadaşları (2002) tarafından polisler üzerinde yapılan araştırma sonucunda, çalışanların dağıtım ve prosedür adaleti konusundaki adaletsizlik algılarının özgüvenlerini düşürdüğü belirlenmiştir. Yine Tepper (2001) tarafından yapılan çalışmada, dağıtım adaleti ve prosedür adaletine ilişkin adaletsizlik algılarının duygusal tükenme ve depresyon gibi psikolojik sıkıntılara kızgınlık, saldırganlık gibi olumsuz duygulara ve çalışanların iş ve iş dışındaki hayatlarından memnuniyetsizlik duymaları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Çalışanların adalet algılarının psikolojik sermaye seviyeleri üzerinde etkili olduğuna yönelik teorik açıklamalar ve araştırma bulgularına dayanılarak aşağıda sunulan hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 4: *Çalışanların prosedür adaleti algıları psikolojik sermaye seviyelerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

Hipotez 5: *Çalışanların dağıtım adaleti algıları psikolojik sermaye seviyelerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

Hipotez 6: *Çalışanların etkileşim adaleti algıları psikolojik sermaye seviyelerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

Algılanan Örgütsel Adalet, İyilik Hali ve Psikolojik Sermaye

Hem ampirik araştırmalar hem de kuramsal çalışmalara dayanılarak örgütsel adalet algılarının hem çalışanların iyilik halleri üzerinde hem de psikolojik sermaye seviyeleri üzerinde etkili olabileceğine yönelik bir kanaate ulaşılmıştır. Çalışanların iyilik seviyelerinin psikolojik sermaye üzerinde etkili olduğu ve çalışanların iyilik seviyeleri yükseldikçe psikolojik sermaye seviyelerinin de yükseleceği düşünülmektedir (Avey vd., 2010). Tripathi (2011) tarafından sigortacılık sektöründe çalışanlar üzerinde yapılan araştırmada, çalışanların iyilik halleri ile psikolojik sermayenin dört boyutu arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Robinson ve Snipes (2009) tarafından yapılan çalışmada da, çalışanların iyi olma hali ve hayat memnuniyeti seviyeleri ile psikolojik sermaye boyutları arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Sebebi ne olursa olsun hem fiziksel hem de psikolojik olarak sağlık problemleri yaşayan insanların özgüvenlerinin yüksek olması, sıkıntılar karşısında dayanıklı olması, başarılı olabilmek için mücadele etmesi beklenemez. Çalışanların

bu şekilde davranabilmeleri öncelikle sağlıklı olmalarına bağlıdır. Yapılan araştırmalarda da, pozitif duygular (Ostir vd., 2001), mutluluk (Graham vd., 2004), yaşam memnuniyeti (Mroczek ve Spiro, 2005) ve pozitif benlik algıları (Levy vd., 2002) ile fiziksel ve ruhsal sağlık arasında ilişkiler olduğu görülmüştür (Avey vd., 2010). Avey ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan çalışmada da, çalışanların iyi olma halleri ile psikolojik sermaye arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Kendilerini iyi hissetmeyen ve bu nedenle de işe karşı tutumları olumsuz olan, hastalıklar nedeniyle devamsızlıklar yaşayan çalışanların da psikolojik sermaye kapsamındaki olumlu tutumları göstermeleri zorlaşmaktadır. Avey ve arkadaşları (2006) tarafından yapılan çalışmada, çalışanların isteyerek veya istemeyerek (hastalık vs. nedeniyle) devamsızlıkları ile psikolojik sermaye arasında negatif ve anlamlı ilişki belirlenmiştir. Snyder ve arkadaşları da (1991) umut ile çalışan sağlığı arasında pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğunu ileri sürmüşlerdir. Yine Carver ve Scheier (2003) çalışanların iyi olma halleri ile iyimserlik arasında pozitif bir ilişkinin bulunduğundan bahsetmektedir. Strassle ve arkadaşları (1999) tarafından yapılan ampirik çalışmada elde edilen bulgular, Carver ve Scheier (2003) tarafından ileri sürülen düşünceyi desteklemektedir.

Plato tarafından doğal dengeyi bozan bir hastalık olduğu ileri sürülen (Annes, 1982) adaletsizlik algılarının, çalışanların iyilik hallerini düşürdüğüne ilişkin açıklamaları daha önce belirtmiştik. Liu ve arkadaşları (2012) tarafından yapılan ampirik çalışma da, çalışanların çaba/ödül oranıyla psikolojik sermaye, depresyon ile psikolojik sermaye arasında negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu açıklamalardan sonra çalışanlar kendilerini ne kadar iyi hissederlerse (bunda olumlu adalet algılarının da etkisi vardır.) psikolojik sermaye seviyelerinin yükselebileceği, iyilik hallerinin düşük veya yüksek olmasının psikolojik sermaye seviyesini etkileyebileceği düşünülmektedir.

Teorik açıklamalar ve araştırma bulgularına dayanılarak aşağıda sunulan hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 7: *Çalışanların iyilik halleri psikolojik sermaye seviyelerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.*

Hipotez 8: *Çalışanların prosedür adaleti algılarının psikolojik sermaye üzerine etkisinde iyi olma hallerinin düzenleyici rolü vardır.*

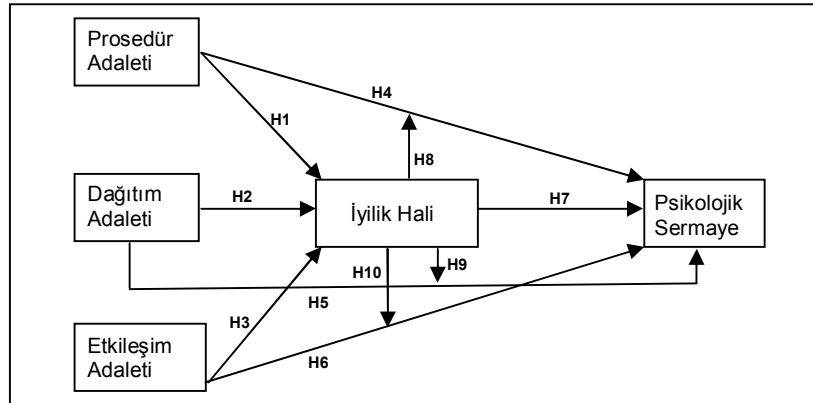
Hipotez 9: *Çalışanların dağıtım adaleti algılarının psikolojik sermaye üzerine etkisinde iyi olma hallerinin düzenleyici rolü vardır.*

Hipotez 10: *Çalışanların etkileşim adaleti algılarının psikolojik sermaye üzerine etkisinde iyi olma hallerinin düzenleyici rolü vardır.*

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışanların örgütsel adalet (ÖA) algılarının psikolojik sermaye (PS) üzerine etkisini ve bu etkide çalışanların iyi olma hallerinin (İH) düzenleyici (moderating) rolünü belirlemeye yönelik olan bu çalışmada, öncelikle örneklem ve ölçeklere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Ardından örneklemelerden elde edilen veriler ışığında oluşturulan modele ilişkin analizler yapılmıştır. Bu kapsamda öncelikle her bir değişkenin doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ardından değişkenler arası korelasyonlar tespit edilmiştir. Ardından yapılan üç aşamalı hiyerarşik regresyon analizi ile hipotezler ve düzenleyici etkiler test edilmiştir. Bunun yanında düzenleyici ilişkinin yönüyle ilgili daha detaylı inceleme yapmak için Cohen ve arkadaşları (2003) tarafından önerilen süreç izlenerek regresyon eğrileri çizilmiştir. Tüm bu analizler sonucunda elde edilen bulgular mevcut literatür ile karşılaştırılarak yönetici ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur. Kuramdan ve görgül araştırmalardan yola çıkılarak oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de sunulmuştur.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Araştırmanın Örneklemi

Araştırma evrenini Akdeniz bölgesinde faaliyet gösteren konaklama sektörü çalışanları oluşturmaktadır. Otel işletmeleri çalışanları olarak ele alınan örnekleme mevsimlik çalışanlarla birlikte yaklaşık 10.000 kişi çalışmaktadır. Ana kütleden %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5’lik bir hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 386 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 1992: 253). Bu kapsamda kümelerle göre örnekleme yöntemiyle tesadüfi olarak seçilen toplam 800 kişiye iki farklı dönemde anket uygulaması yapılması planlanmıştır. Değişkenlere yönelik veriler aynı örneklemden elde edildiğinden katılımcıların yanlılık problemini gidermek üzere (Podsakoff vd., 2003) araştırma iki dönemi içerecek şekilde tasarlanmıştır. Ayrıca yapısal eşitlik modellemesi ile değişkenlerin doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Birinci dönemde (D1) demografik değişkenler ve iyi olma hali durumları; ikinci dönemde (D2) ise, çalışanların psikolojik sermaye seviyeleri ve adalet algıları ölçülmüştür. Birinci dönemde dağıtılan anketlerden 750'si geri dönmüş, 720 tanesi analiz yapmak için uygun bulunmuştur. Bir ay sonra dağıtılan ikinci anketlere aynı örneklemden 705 katılımcı cevap vermiş ve bunlardan 683'ü analiz yapmak için uygun bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların %67.6'sı erkek (n=486), %69.1'i (n=497) bekârdır. Çalışanların %56'sı (n=405) lise mezunu olup örneklemin ortalama yaşı 26'dır.

Araştırmanın Ölçekleri

Örgütsel adaletin (ÖA) psikolojik sermayeye (PS) etkisini ve bu etkide çalışanların iyilik hallerinin (İH) düzenleyici (moderating) rolünü belirlemeye yönelik olan bu çalışmada, kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler aşağıda verilmektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin uyum iyiliği değerleri Tablo 1'de sunulmuştur. Araştırmada kullanılan bütün ölçeklere ilişkin yapılan geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarına ilişkin sonuçlar, her ölçekle ilgili bölümün sonunda verilmiştir. Tüm ölçeklerde KMO ve Barlett testleri kabul edilen standartlardadır. Ayrıca ölçeklerde çoklu bağlantı testleri yapılmış olup çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır. Ölçekte cevaplar 5'li ve 6'lı likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5, 6=Kesinlikle katılıyorum).

Örgütsel adalet algısı ölçeği (D2): Çalışanların adalet algılarını ölçmek üzere Moorman (1991) tarafından geliştirilen ve Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geçerleme çalışması yapılan üç boyutlu (prosedürel adalet, etkileşim adaleti, dağıtım adaleti) adaleti ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte sorular “Çalıştığım işletmede işle ilgili kararlar tarafsız olarak alınır”, “Çalıştığım işletmede işle ilgili karar verilmeden önce tüm çalışanların fikri alınır”, “Çalışma saatlerimle ilgili düzenlemenin adil olduğu kanaatindeyim”, “Ücret düzeyimin adil olduğunu düşünüyorum”, “İşimle ilgili bir karar alınırken üstüm bana karşı kibar ve düşünceli davranır” ve “İşimle ilgili bir karar alınırken üstüm bana saygı ve itibar gösterir” şeklindedir. Toplam üç boyut ve 20 ifadeden oluşan ölçeğin Niehoff ve Moorman (1993) tarafından yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda, Cronbach alfa güvenilirlik katsayısının prosedür adaleti için .85, dağıtım adaleti için .91 ve etkileşim adaleti için .92 olarak tespit edilmiştir.

Ölçeğin Türkçe'ye çok sayıda çevirisi ve uyarlaması mevcuttur. Bu çalışmada Karaeminoğulları (2006) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeğin Çelik ve arkadaşları (2011) tarafından yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı prosedür adaleti için .86, dağıtım adaleti için .81 ve etkileşim adaleti için .90 olarak tespit edilmiştir.

Bu çalışmada ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda verilerin ölçeğin üç boyutlu yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin prosedürel adaleti için .55 ile .88, dağıtım adaleti için .52-.87 ve etkileşim adaleti için .54-.89 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenirlik katsayısı sırasıyla .82, .86 ve .90 olarak bulunmuştur.

Psikolojik sermaye ölçeği (PS) (D2): Çalışanlarda Psikolojik sermaye düzeyini belirlemek üzere Luthans, Avolio ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilen ve geçerlilik çalışmaları Luthans, Avolio ve arkadaşları (2007) ve Luthans, Youssef ve Avolio (2007) tarafından yapılan 24 maddeli ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek özgüven, umut, dayanıklılık ve iyimserlik boyutu olmak üzere her biri 6 maddeden oluşan 4 boyuttan oluşmaktadır. Bu ölçeklerde sorular sırasıyla “*Uzun vadeli problemlerin çözümüne yönelik analizler yapma konusunda kendime güvenirim*”, “*İş yerinde kendimi bir çıkmazda hissedersen bundan kurtulmak için pek çok çıkış yolu aklıma gelir*”, “*İş yerinde ortaya çıkan sıkıntıları genellikle bir şekilde yönetebiliyorum*” ve “*İş yerinde bir belirsizlik hâsil olursa genellikle en iyiyi beklerim*” şeklindedir.

Ölçeğin Türkçe geçerlemesi tarafımızdan yapılmıştır. Ölçeğin ölçek geçerleme prosedürlerine uygun olarak İngilizce-Türkçe ve Türkçe-İngilizce çevirileri alanında yetkin araştırmacılarla yapılmış pilot ve asıl örneklem üzerinde uygulanarak keşfedici faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Luthans, Avolio ve arkadaşları (2007) tarafından yapılan güvenirlik analizleri Cronbach alfa güvenirlik katsayısı tüm ölçek için .93 olarak tespit edilmiştir. Boyutlarda ise umut boyutu için .87, yeterlilik için .87, dayanıklılık için .72, iyimserlik için .79 olarak belirlenmiştir.

Çalışmada ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla öncelikle keşfedici faktör analiz yapılmıştır. Yapılan analizde verilerin ölçeğin 4 boyutlu yapısına uyum sağladığı ancak boyutların kısmen farklılaştığı belirlenmiştir. Araştırma kapsamında ölçeğin tek boyutlu hali çalışılmış ve .39 açıklayıcılığı olan tek boyutlu ölçeğe ulaşılmıştır. Analiz sonucunda verilerin ölçekte 3 maddenin düşük faktör yüküne sahip olduğu tespit edilmiş ve analizden çıkarılmıştır. Devam edilen analiz sonucunda 21 maddeli ölçeğin faktör yüklerinin .41 ile .79 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu analizlerin ardından AMOS paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulanmış ve faktör yüklerinin .65 ile .77 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri, diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .93 olarak bulunmuştur.

İyilik hali ölçeği (DI): Çalışanların iyilik durumlarını belirlemek amacıyla Goldberg (1972) ve Goldberg ve Hillier (1979) tarafından geliştirilen ve kabul görmüş 12 maddeli genel iyilik hali ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte

sorular “Her şeye rağmen kendimi mutlu hissediyorum” ve “Yaptığım işe konsantre olabiliyorum” şeklindedir. Bu çalışmada Avey ve arkadaşları (2010) çalışmasında kullanılan ölçeğin Türkçe geçerliliği tarafımızdan yapılarak kullanılmıştır. Ölçeğin ölçek geçerleme prosedürlerine uygun olarak İngilizce-Türkçe ve Türkçe-İngilizce çevirileri alanında yetkin araştırmacılarla yapılmış pilot ve asıl örneklem üzerinde uygulanarak keşfedici faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Avey ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .80 olarak tespit edilmiştir.

Çalışmada, ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla öncelikle keşfedici faktör analiz yapılmıştır. Yapılan analizde ölçeğin tek boyutlu yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda verilerin ölçekte 2 maddenin düşük faktör yüküne sahip olduğu tespit edilmiş ve analizden çıkarılmıştır. Devam edilen analiz sonucunda 10 maddeli ölçeğin faktör yüklerinin .38 ile .79 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu analizlerin ardından AMOS paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulanmış ve faktör yüklerinin .62 ile .77 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri, diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .80 olarak bulunmuştur.

Tablo 1: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucunda Ölçeklerin Uyum İyiliği Değerleri

Değişkenler	X ²	df	CMIN/ DF≤5	GFI ≥.85	AGFI ≥.80	CFI ≥.90	NFI ≥.90	TLI ≥.90	RMSEA ≤.08
1. Psikolojik sermaye (D2)	8.62	3	2.87	.99	.94	.98	.98	.95	.07
2. Prosedür adaleti (D2)	8.16	5	.99	.97	.99	.99	.98	.99	.02
2. Dağıtım adaleti (D2)	2.58	2	.99	.99	.99	.99	.99	.98	.03
4. Etkileşim adaleti (D2)	44.6	19	.97	.92	.98	.97	.97	.96	.06
5. İyilik (D1)	2.68	2	1.34	.99	.99	.99	.99	.99	.03

Not: Uyum iyiliği değer aralıkları “*kabul edilebilir*” standartlara göre düzenlenmiştir.

Bulgular

Araştırma sonucunda elde edilen verilerle SPSS 16 programında analizler yapılmıştır. Bu kapsamda, ilk aşamada katılımcıların algıladıkları prosedür adaleti, dağıtım adaleti, etkileşim adaleti, iyilik hali ve psikolojik sermayeye ilişkin elde edilen verilerin ortalamaları, standart sapmaları ve aralarındaki korelasyonlara bakılmıştır. Analizin ikinci aşamasında düzenleyici etkiler araştırılmış ve etkiler regresyon eğrileri ile sınanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen ortalamalar, standart sapmalar ve korelasyon değerleri Tablo 2’de verilmektedir.

Tablo 2: Ortalama, S. Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Ort.	S. S.	1	2	3	4	5	6	7
1.Yaş(D1)	26	7.3							
2.Cinsiyet(D1)	-	-	.07						
3.Prosedür adaleti(D2)	3.7	.71	.50	.03	(.82)				
4.Dağıtım adaleti(D2)	3.7	.83	.07	-.009	.70**	(.86)			
5.Etkileşim adaleti(D2)	3.9	.69	.06	-.001	.67**	.66**	(.90)		
6. İyilik hali (D1)	3.7	.73	.005	-.002	.19**	.20**	.33**	(.80)	
7.Psikolojik Sermaye(D2)	4.7	.08	.02	-.02	.56**	.55**	.63**	.49**	(.93)

Not: Alfa güvenilirlik katsayıları parantez içinde gösterilmiştir. D1: Birinci dönem; D2: İkinci dönem (bir ay sonra) elde edilmiştir.

* $p < .05$. ** $p < .01$

Tablo 2’de de görüldüğü gibi araştırmaya konu edilen tüm bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bu nedenle değişkenler arasında önemli etkiler öngörülebilmektedir.

Hipotezleri sınamak üzere yapılan hiyerarşik regresyon analizinde, çalışanlara ait kontrol değişkenleri (yaş ve cinsiyet) ile örgütsel adalet boyutları bağımsız değişkenler, psikolojik sermaye bağımlı değişken ve iyilik hali de düzenleyici (moderatör) değişken olarak modele dâhil edilmiştir (Tablo 3, 4, 5, 6). Örgütsel adalet boyutları ile iyilik hali değişkenleri modele dâhil edilirken doğrudanlık problemini engellemek amacıyla merkezileştirilmiştir (Cohen, vd., 2003).

Çalışanların adalet algılarının düzenleyici etkisi araştırılan İH değişkeni üzerindeki etkilerini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 3’te verilmiştir. Buna göre her üç adalet boyutunun çalışanların iyilik halleri üzerinde etkili olduğu ($\beta = .19, .20, .33, p < .001$) tespit edilmiştir. Böylece, H₁, H₂ ve H₃ hipotezleri doğrulanmıştır.

Tablo 3: Çalışanların Adalet Algılarının İyilik Halleri Üzerine Etkilerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	İH			
	R ²	Düz. R ²	F	β
PA	.03	.03	25.6***	.19***
DA	.04	.04	29.4***	.20***
EA	.10	.10	84.3***	.33***

*** $p < .001$

Analiz sonucunda (Tablo 4) çalışanların algıladıkları prosedür adaleti ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğu ($\beta = .56, p < .001$) ve algılanan prosedür adaletinin psikolojik sermaye üzerindeki varyansın %31’ini açıkladığı görülmüştür. Aynı zamanda çoklu bağlantı sorunu olup olmadığını belirlemek amacıyla modelin doğrudanlığına (collinearity) bakıldığında, değişkenler arasında çoklu bağlantı olmadığını görülmüştür (VIF=1.00, Tolerans=0.99). Tablo 4’te de görüldüğü üzere PA-PS ilişkisinde İH’nin düzenleyici rolü bulunduğu görülmektedir ($\beta = -1.24, p < .001$). Bu düzenleyici etki mevcut ilişkiyi .49 oranında açıklamaktadır. Ayrıca, iyilik halinin psikolojik

sermaye üzerinde pozitif ve anlamlı etkisinin olduğu ($\beta=.40, p<.001$) Tablo 4'te görülmektedir. Böylece H₄, H₇ ve H₈ hipotezleri desteklenmiştir.

Tablo 4: Prosedür Adaleti ve İyilik Halinin Psikolojik Sermaye Üzerindeki Etkilere İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	Psikolojik Sermaye		
	1.Aşama (Hipotez 4)	2.Aşama	3.Aşama (Hipotez 5)
	β	β	β
Yaş	-.006	-.005	-.008
Cinsiyet	-.02	-.006	-.008
PA	.56***	.49**	1.25***
İH		.40***	1.22***
PA x İH			-1.24***
ΔR^2	.31	.15	.02
ΔF	107.2***	204.2***	35.2***
R^2	.31	.46	.49
Düz. R^2	.31	.46	.49
F	107.2***	154.7***	136.9***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Analiz sonucunda (Tablo 5) çalışanların algıladıkları dağıtım adaleti ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğu ($\beta=.55, p<.001$) ve algılanan dağıtım adaletinin psikolojik sermaye üzerindeki varyansın %29'unu açıkladığı görülmüştür.

Tablo 5'te de görüldüğü üzere DA-PS ilişkisinde İH'nin düzenleyici rolü bulunduğu görülmektedir ($\beta=-.25, p<.001$). Bu düzenleyici etki mevcut ilişkiyi .51 oranında açıklamaktadır. Böylece H₅ ve H₉ hipotezleri desteklenmiştir.

Tablo 5: Dağıtım Adaleti ve İyilik Halinin Psikolojik Sermaye Üzerindeki Etkilerine İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	Psikolojik Sermaye		
	1.Aşama (Hipotez 6)	2.Aşama	3.Aşama (Hipotez 7)
	β	β	β
Yaş	-.018	-.015	.006
Cinsiyet	.004	.016	.019
DA	.55***	.47***	.45***
İH		.40***	.42***
DA x İH			-.25***
ΔR^2	.29	.15	.06
ΔF	100.8***	195.08***	87.1***
R^2	.29	.45	.51
Düz. R^2	.29	.44	.50
F	100.8***	144.5***	147.2***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Analizlere göre (Tablo 6) çalışanların algıladıkları etkileşim adaleti ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğu ($\beta=.64, p<.001$) ve algılanan etkileşim adaletinin psikolojik sermaye üzerindeki varyansın %40'ını açıkladığı görülmüştür.

Tablo 6’da da görüldüğü üzere EA-PS ilişkisinde İH’nin düzenleyici rolü bulunduğu görülmektedir ($\beta=-1.43$, $p<.001$). Bu düzenleyici etki mevcut ilişkiyi .55 oranında açıklamaktadır. Böylece H_6 ve H_{10} hipotezleri desteklenmiştir.

Tablo 6: Etkileşim Adaleti ve İyilik Halinin Psikolojik Sermaye Üzerindeki Etkilerine İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analiz Sonuçları

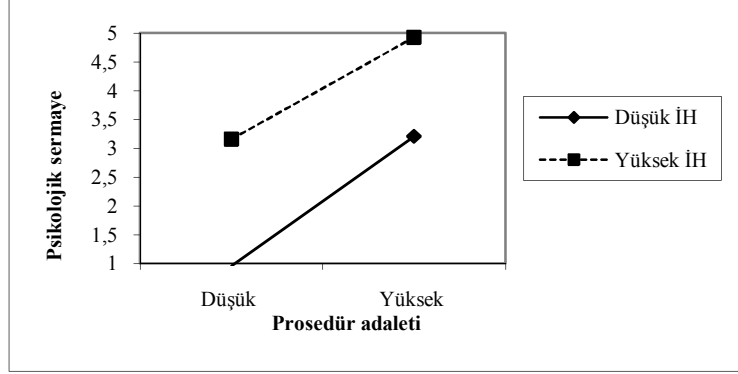
Değişkenler	Psikolojik Sermaye		
	1.Aşama (Hipotez 8)	2.Aşama	3.Aşama (Hipotez 9)
	β	β	β
Yaş	-.017	-.013	.013
Cinsiyet	.000	.01	-.005
EA	.64***	.53***	.46***
İH		.32***	1.75***
EA x İH			- 1.43***
ΔR^2	.40	.09	.06
ΔF	157.8***	124.08***	94.7***
R^2	.40	.49	.55
Düz. R^2	.40	.49	.55
F	157.8***	170.5***	173.2***

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

Düzenleyici (moderatör) değişken, bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü etkileyen bir değişkendir (Baron ve Kenny, 1996: 1174). Son aşamada 8, 9, 10. hipotezleri sınamak üzere Tablo 4, 5 ve 6’daki çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre iyilik halinin düzenleyici etkisi incelenmiştir. Analiz, iyilik halinin, hem prosedür adaleti ile psikolojik sermaye arasında hem dağıtım adaleti ile psikolojik sermaye arasında hem de etkileşim adaleti ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkide düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmüş ve H_8 , H_9 ve H_{10} hipotezleri doğrulanmıştır. Bunun yanında ilişkinin yönüyle ilgili daha detaylı inceleme yapmak için Cohen ve arkadaşları (2003) tarafından önerilen süreç izlenmiştir. Bu kapsamda düzenleyici değişken olan iyilik halinin düşük ve yüksek olduğu durumda örgütsel adalet boyutları ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkilerin anlamlılığı çizilen regresyon eğrisiyle sınanmıştır (Aiken ve West, 1991).

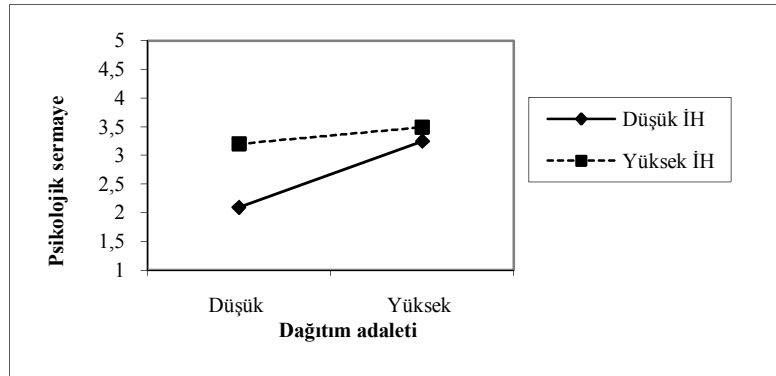
Şekil 2’de görüldüğü gibi, prosedür adaleti ile psikolojik sermaye arasındaki ilişki, iyilik halinin hem yüksek olduğu durumda ($\beta=.29$, $p<.001$) hem de düşük olduğu durumda pozitif ve anlamlıdır ($\beta=.61$, $p<.001$). Prosedür adaleti ile iyilik halinin etkileşimi neticesinde tüm modelin varyansının %49’unun açıklandığı saptanmıştır. Bu durumda H_8 kabul edilmiştir. Diğer bir deyişle iyilik hali, bu ilişki kapsamında düzenleyici etkiye sahiptir.

Şekil 2: Prosedür Adaleti ile Psikolojik Sermaye İlişkisinde İyilik Halinin Düzenleyici Etkisi



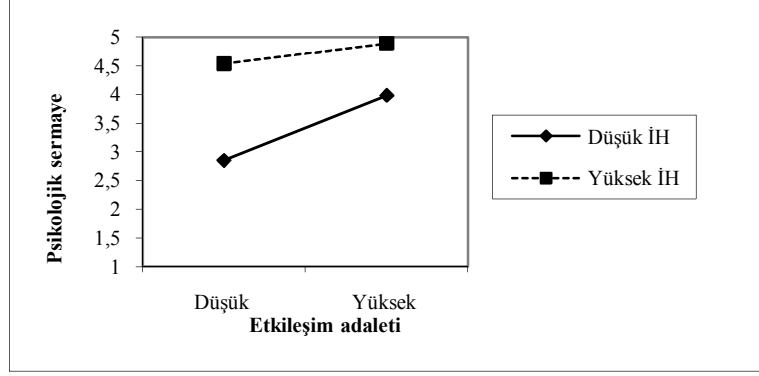
Şekil 3'te görüldüğü gibi dağıtım adaleti ile psikolojik sermaye arasındaki ilişki, iyilik halinin hem yüksek olduğu durumda ($\beta=.18, p<.001$) hem de düşük olduğu durumda pozitif ve anlamlıdır ($\beta=.72, p<.001$). Dağıtım adaleti ile iyilik halinin etkileşimi neticesinde tüm modelin varyansının %50'sinin açıklandığı saptanmıştır. Bu durumda H_9 kabul edilmiştir. Diğer bir deyişle iyilik hali, bu ilişki kapsamında düzenleyici etkiye sahiptir.

Şekil 3: Dağıtım Adaleti ile Psikolojik Sermaye İlişkisinde İyilik Halinin Düzenleyici Etkisi



Şekil 4'te görüldüğü gibi etkileşim adaleti ile psikolojik sermaye ilişkisi, iyilik halinin hem yüksek olduğu durumda ($\beta=.23, p<.001$) hem de düşük olduğu durumda pozitif ve anlamlıdır ($\beta=.73, p<.001$). Etkileşim adaleti ile iyilik halinin etkileşimi neticesinde tüm modelin varyansının % 55'inin açıklandığı saptanmıştır. Bu durumda H_{10} kabul edilmiştir. Diğer bir deyişle iyilik hali, bu ilişki kapsamında düzenleyici etkiye sahiptir.

Şekil 4: Etkileşim Adaleti ile Psikolojik Sermaye İlişkisinde İyilik Halinin Düzenleyici Etkisi



SONUÇ

Çalışanların örgütsel adalet algılarının psikolojik sermaye üzerine etkisi ve bu etkide iyi olma halinin düzenleyici rolünü belirlemek amacıyla turizm sektöründe yapılan bu araştırmada önemli bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi sonucunda, hipotezlerin tamamı desteklenmiştir.

Çalışanların adalet algılarının hem psikolojik sermaye hem de iyilik halleri üzerine etkilerini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda, örgütsel adalet algısının her üç boyutunun hem iyilik halini hem de psikolojik sermaye seviyesini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Literatürle uyumlu olan sonuç (Rani vd., 2012; Greenberg ve Colquitt, 2005; Walumbwa vd., 2010), kendilerine adil davrandığını düşünen çalışanların kendilerini iyi hissettiklerini ve psikolojik sermaye seviyelerinin de yükseldiğini göstermektedir.

Çalışanların iyilik hallerinin psikolojik sermaye üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda kendisini iyi hisseden çalışanların psikolojik sermaye seviyelerinin yükseldiği belirlenmiştir. Ulaşılan sonuç literatürle uyumludur (Tripathi, 2011; Robinson ve Snipes, 2009). Avey ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan çalışmada psikolojik sermayenin ardılı olan ve psikolojik sermayeden etkilenen iyi olma halinin, aynı zamanda psikolojik sermayenin öncülü olduğu ve psikolojik sermaye seviyesini etkilediği bu araştırma ile belirlenmiş oldu.

Araştırmanın önemli bulgularının bir tanesi de beklendiği gibi örgütsel adalet algılarının her üç boyutunun (dağıtım, prosedür ve etkileşim) psikolojik sermaye üzerine etkisinde iyilik hallerinin düzenleyici etkisinin bulunduğu ilişkindir. Bu sonuca göre çalışanların hem yaşam kaliteleri hem de iş performansları üzerinde etkili olduğu bilinen iyilik hallerinin yükseltilmesine

yönelik gayretler psikolojik sermaye seviyelerini de olumlu yönde etkileyebilecektir.

Yapılan analizler ve literatür incelemesi sonucunda, çalışanların olumlu adalet algıları içerisinde olmalarının hem iyilik hallerini hem de psikolojik sermaye seviyelerini olumlu yönde etkilediği, ayrıca iyi olma halinin adalet algıları ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkide düzenleyici rolünün bulunduğu görülmüştür. Çalışanların performansları üzerinde etkili olan psikolojik sermaye seviyesinin yükseltilmesinde önemli örgütsel beklentilerden olan adalet algısının etkili olduğu ilk defa ortaya konulmuştur. Bu nedenle ulaşılan bu sonucun hem psikolojik sermaye teorisine hem de uygulayıcılara katkılar sağlayacağına inanılmaktadır. Çalışanlarına adil davranma konusunda hassasiyet gösteren ve onlarda olumlu adalet algısı yaratan yöneticilerin hem çalışanların mutluluk seviyelerini hem de psikolojik sermaye seviyelerini yükseltebilecektir. Özellikle ülkemizde gelişen ve dinamik bir sektör olan turizm sektörü yöneticilerinin, araştırma bulgularını dikkate almalarının sektördeki hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın en önemli kısıtı, araştırmanın sadece turizm sektöründe ve belli bölgelerde yaşayan birbirlerine yakın kültürel özellikler gösteren çalışanlar üzerinde uygulanmasıdır. Diğer bir kısıt ise, örneklem içerisinde mevsimlik ve kadrolu çalışanların bir arada değerlendirmeye alınmasıdır. Bundan sonra benzeri çalışmaların farklı sektörlerde ve farklı özelliklere sahip çalışanlar üzerinde yapılmasının araştırma sonuçlarının teyidi açısından önem taşımaktadır. Türkiye’de pek fazla çalışılmayan, Dünyada da 2000’li yıllardan sonra üzerine düşülen psikolojik sermayenin öncülleri ve ardıllarına yönelik daha fazla çalışma yapılmasının emik yaklaşım açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bundan sonra psikolojik sermaye konusunda çalışma yapacak olan araştırmacılara benzer modellerde demografik değişkenlere ilişkin moderatör analizler yapmaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

Aiken, L. S. ve West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Los Angeles, CA: Sage.

Alvin, D. F. (1987). Distributive justice and satisfaction with material well-being. *American Sociological Review*, 52 (1): 83-95.

Annes, J. (1982). *An introduction to Plato’s republic*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Avey, J. B., Luthans, F., Smith, M. ve Palmer, N. F. (2010). Impact of positive psychological capital on employee well-being over time. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15 (1): 17-28.

Avey, J. B., Patera, J. L. ve West, B. J. (2006). The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13 (2): 42-60.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.

Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6): 1173-1182.

Beugre, C. D. (2002). Understanding organizational justice and its impact on managing employees: An African perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 13 (7): 1091-1104.

Bies, R. J. (2001). International (in) justice: The sacred and the profane. J. Greenberg ve R. Cropanzano (Ed.) *Advances in Organization Justice*: İçinde 89-118. Palo Alto, CA: Stanford University Press.

Bies, R. J., ve Moag, J. F. (1986). Interactional justice: Communication criteria of fairness. R. J. Lewicki, B. H. Sheppard ve M. Bazerman (Ed.) *Research on Negotiations in Organization*: İçinde 43-55. Greenwich, CT: JAI Press.

Bradburn, N. M. (1969). *The structure of psychological well-being*. Chicago, IL: Alding.

Bryant, F. B. ve Cvengros, J. A. (2004). Distinguishing hope and optimism. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23 (2): 273-302.

Carver, C. S. ve Scheier, M. F. (2003). Optimism. C. R. Snyder ve S. J. Lopez (Ed.) *Handbook of positive psychology*: İçinde 231-243. Oxford: Oxford University Press.

Cecil, R. ve Karla, S. (2009). Hope, optimism and self-efficacy: A system of competence and control enhancing African American college students academic well-being. *Multiple Linear Regression Viewpoints*, 35 (2): 16-26.

Cohen, J., Cohen, P. , West, S. G. ve Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Cohen-Charash, Y. ve Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86 (2): 278-321.

Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. ve Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86 (3): 425-445.

Cropanzano, R. ve Wright, T. A. (1999). A five-year study of change in the relationship between well-being and job performance. *Consulting Psychology Journal*, 51 (4): 252-265.

Cropanzano, R. ve Folger, R. (1996). Procedural justice and worker motivation. R. M. Steers, L. W. Porter ve G. A. Bigley (Ed.) *Motivation and leadership at work: İçinde: 72-83*, NewYork: McGraw-Hill.

Çelik, M., Turunç, Ö. ve Demirkaya, H. (2011). Çalışanların adalet algılarının iş performansına etkisinde kişi örgüt uyumunun aracılık rolü: Turizm sektöründe görgül bir çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (2): 40-57.

Daniels, K. ve Harris, C. (2000). Work, psychological well-being and performance. *Occupational Medicine*, 50 (5): 304-309.

De Boer, E. M., Bakker, A. B., Syroit, J. E. ve Schaufeli, W. B. (2002). Unfairness at work as a predictor of absenteeism. *Journal of Organizational Behavior*, 23: 181-197.

Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2008). Hedonia, eudaimonia and wellbeing: An introduction. *Journal of Happiness Studies*, 9 (1): 1-11.

Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95: 542-575.

Diener, E. (1994). Assessing subjective well-being: Progress and opportunities. *Social Indicators Research*, 31 (2): 103-157.

Diener, E. ve Larsen, R. J. (1993). The experience of emotional wellbeing. M. Lewis ve J. M. Haviland (Ed.) *Handbook of emotions: İçinde 405-415*. New York: Guilford Press.

Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E. ve Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychol.Bull*, 125 (2): 276-302.

Elovainio, M., Kivimäki, M., ve Vahtera, J. (2002). Organizational justice: Evidence of a new psychosocial predictor of health. *American Journal of Public Health*, 92 (1): 105-108.

Elovainio, M., Kivimäki, M., Steen, N., ve Vahtera, J. (2004). Job decision latitude, organizational justice and health: Multilevel covariance structure analysis. *Social Science & Medicine*, 58 (9): 1659-1669.

Eren, E. (2012). Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi. 12. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.

Fischer, A. R. ve Holz, K. B. (2010). Testing a model of women's personal sense of justice, control, well-being, and distress in the context of sexist discrimination. *Psychology of Women Quarterly*, 34 (3): 297-310.

Fitz-enz, J. (2009). *The ROI of human capital: Measuring the economic value of employee performance*. İkinci Baskı. New York: Amacom.

Folger, R. ve Cropanzano, R. (1998). *Organizational justice and human resources management*. Thousand Oaks, London: Sage Publications.

Folger, R. ve Konovsky, M. A. (1989). Effects of procedural and distributive justice on reactions to pay raise decisions. *Academy of Management Journal*, 32 (1): 115-130.

Fordyce, M. W. (1988). A review of results on the happiness measures: A 60-second index of happiness and mental health. *Social Indicators Research*, 20: 355-381.

Goldberg, D. P. (1972). *The detection of psychiatric illness by questionnaire*. London: Oxford University Press.

Goldberg, D. P. ve Hillier, V. F. (1979). A scaled version of the general health questionnaire. *Psychological Medicine*, 9 (1): 139-145.

Graham, C., Eggers, A. ve Sukhtankar, S. (2004). Does happiness pay? An exploration based on panel data from Russia. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 55: 319-342.

Grant, A. M. ve Campbell, E. M. (2007). Doing harm, doing good, being well and burning out: The interactions of perceived prosocial and antisocial impact in service work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80: 665-691.

Greenberg, J. (1987). A taxonomy of organizational justice theories. *Academy of Management Review*, 12 (1): 9-22.

Greenberg, J. ve Colquitt, J. A. (Ed.) (2005). *Handbook of organizational justice*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Hausman, D. M. (2009). Benevolence, justice, well-being and the health gradient. *Public Health Ethics*, 2 (3): 235-243.

Huseman, R., Hatfield J. ve Miles, E. (1987). A new perspective on equity theory: The equity sensitivity construct. *Academy of Management Review*, 12 (2): 222-234.

Jahoda, M. (1958). *Current concepts of positive mental health*. New York: Basic Books.

Juntunen, C. L. ve Wettersten, K. B. (2006). Work hope: Development and initial validation of a measure. *Journal of Counseling Psychology*, 53 (1): 91-106.

Kahneman, D., Diener, E. ve Schwarz, N. (Ed.) (1999). *Well-being: The foundations of hedonic psychology*. New York, NY: Russell Sage Foundation.

Karaeminoğulları, A. (2006). Öğretim elemanlarının örgütsel adalet algıları ile sergiledikleri üretkenliğe aykırı davranışlar arasındaki ilişki ve bir araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kausto, J., Lipponen, E. A. L. ve Elovainio, M. (2005). Moderating effects of join security in the relationships between procedural justice and employee wellbeing. *European J. Work and Organizational Psychology*, 14 (4): 431-452.

Kickul, J., Gundry, L. K. ve Posig, M. (2005). Does trust matter? The relationship between equity sensitivity and perceived organizational justice. *Journal of Business Ethics*, 56 (3): 205-218.

Layard, R. (2005). *Happiness: Lessons from a new science*. New York: Penguin.

Leventhal, G. S. (1980). What should be done with equity theory? New approaches to the study of fairness in social relationships. K. Gergen, M. Greenberg ve R. Willis (Ed.) *Social exchange: Advances in theory and research*: İçinde 27-55. New York: Plenum.

Levy, B. R., Slade, M. D., Kunkel, S. R. ve Kasl, S. V. (2002). Longevity increased by positive self-perceptions of aging. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83 (2): 261-270.

Lind, E. A. ve Tyler, T. R. (1988). *The social psychology of procedural justice*. New York: Plenum.

Liu L., Chang Y., Fu J., Wang, J. ve Wang, L. (2012). The mediating role of psychological capital on the association between occupational stress and depressive symptoms among Chinese physicians: A cross-sectional study. *BMC Public Health*, 12: 1-8.

Luthans, F. ve Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33 (3): 321-349.

Luthans, F., Youssef, C. M. ve Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16 (1): 57-72.

Luthans, F. ve Jensen S. M. (2002). Hope: A new positive strength for human resource development. *Human Resource Development Review*, 1 (3): 304-322.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., ve Norman, S. M. (2007). Psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60: 541-572.

Luthans, F., Norman, S. M., Avolio, B. J. ve Avey, J. B. (2008). The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate - employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 29 (2): 219-238.

Marenbon J. (1997). Early medieval philosophy. Oxford, UK: Oxford University Pres.

Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56 (3): 227-239.

Masterson, S. S., Lewis, K., Goldman, B. M., ve Taylor, M. S. (2000). Integrating justice and social exchange: The differing effects of fair procedures and treatment on work relationships. *Academy of Management Journal*, 43 (4): 738-748.

Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship?. *Journal of Applied Psychology*, 76 (6): 845-855.

Mroczek, D. K., ve Spiro, A. (2005). Change in life satisfaction during adulthood: Findings from the veterans affairs normative aging study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88 (1): 189-202.

Niehoff, R. T. ve Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36 (3): 527-556.

Ostir, G. V., Markides, K. S., Peek, M. K. ve Goodwin, J. S. (2001). The association between emotional well-being and the incidence of stroke in older adults. *Psychosomatic Medicine*, 63 (2): 210-215.

Tripathi, P. (2011). Employee well-being: Role of psychological capital, amity. *Journal of Applied Psychology*, 2 (1): 18-22.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., ve Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88 (5): 879-903.

Rainey, D. W. (1995). Stress, burnout, and intention to terminate among umpires. *J. Sport Behavior*, 18 (4): 578-590.

Rani, R., Garg, P. ve Rastogi, R. (2012). Organizational justice and psychological wellbeing of police employees: A relationship study. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 1 (5): 183-194.

Ryff, C. D. (1989a). Beyond ponce DeLeon and life satisfaction: New directions in the quest of successful ageing. *Int. J. Development*, 12 (1): 35-55.

Ryff, C. D. (1989b). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *J. Personality and Social Psychology*, 57 (6): 1069-1081.

Scheier, M. F. ve Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4 (3): 219-247.

Schmitt, M. ve Dörfel, M. (1999). Procedural injustice at work, justice sensitivity, job satisfaction and psychosomatic well-being. *European Journal of Social Psychology*, 29 (4): 443-453.

Sekaran, U. (1992). *Research methods for business*. Canada: John Wiley and Sons, Inc.

Sekman, M. (2005). *Her şey seninle başlar*. 7. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.

Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness*. New York: Free Press.

Seligman, M. ve Maier, S. F. (1967). Failure to escape traumatic shock. *Journal of Experimental Psychology*, 74 (1): 1-9.

Seligman, M. E. P. (1998). *Learned optimism*. New York: Pocket Books.

Shahnawaz, M. G. ve Jafri, H. (2009). Psychological capital as predictors of organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 35 (Special Issue): 78-84.

Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13 (4): 249-276.

Snyder, C. R., Irving, L. M., ve Anderson, J. R. (1991). Hope and health. C. R. Snyder (Ed.) *Handbook of social and clinical psychology*: İçinde 295-305. Oxford, UK: Oxford University Press.

Sousa-Poza A. ve Sousa-Poza A. A. (2000). Well-being at work: A cross-national analysis of the levels and determinants of job satisfaction. *Journal of Socio-Economics*, 29 (6): 517-538.

Spell, C. S. ve Arnold, T. (2007). An appraisal perspective of justice, structure, and job control as antecedents of psychological distress. *Journal of Organizational Behavior*, 28 (6): 729-751.

Strassle, C. G., McKee, A. E. ve Plant, D. D. (1999). Optimism as an indicator of psychological health: Using psychological assessment wisely. *Journal of Personality Assessment*, 72 (2): 191-201.

Sullivan M. J. L., Adams H., Horan S., Maher D., Boland D. ve Gross R. (2008). The role of perceived injustice in the experience of chronic pain and disability: Scale development and validation. *J Occup Rehabil.*, 18 (3): 249-261.

Tepper, B. J. (2001). Health consequences of organizational justice: Tests of main and interactive effects. *Organizational and Human Behavior Processes*, 86 (2): 197-215.

Tiger, L. (1971). *Optimism: The biology of hope*. New York: Simon-Schuster.

Vermunt, R. ve Steensma, H. (2005). How can justice be used to manage stress in organizations? J. Greenberg ve J. A. Coquitt (Ed.) *Handbook of organizational justice*: İçinde 383-410. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Viswesvaran, C. ve Ones, D. S. (2002). Examining the construct of organizational justice: A meta-analytic evaluation of relations with work attitudes and behaviors. *Journal of Business Ethics*, 38 (3): 193-203.

Walster, E., Ellen, B. ve Walster, G. W. (1976). New directions in equity research. L. Berkowitz ve E. Walster (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*: İçinde 1-42 (vol. 9). New York: Academic Press.

Walter-Busch, E. (2000). Stability and change of regional quality of life in Switzerland, 1978-1996. *Social Indicators Research*, 50 (1): 1-49.

Walumbwa, F. O., Hartnell, C. A. ve Oke, A. (2010). Servant leadership, procedural justice climate, service climate, employee attitudes, and organizational citizenship behavior: A cross-level investigation. *Journal of Applied Psychology*, 95 (3): 517-529.

Walumbwa, F., Peterson, S. J., Avolio, B. J. ve Hartnell C. A. (2010). An investigation of the relationships among leader and follower psychological capital, service climate, and job performance. *Personnel Psychology*, 63 (4): 937-963.

Ybema, J. F. ve Bos, K. (2010). Effects of organizational justice on depressive symptoms and sickness absence: A longitudinal perspective. *Social Science & Medicine*, 70 (10): 1609-1617.

Ylipaavalniemi, J., Kivimäki, M., Elovainio, M., Virtanen, M., Keltikangas-Järvinen, L. ve Vahtera, J. (2005). Psychosocial work characteristics and incidence of newly diagnosed depression: A prospective cohort study of three different models. *Social Science & Medicine*, 61 (1): 111-122.

Yayın Geliş Tarihi: 17.05.2014
Yayına Kabul Tarihi: 11.02.2015
Online Yayın Tarihi: 16.03.2015
<http://dx.doi.org/10.16953/deusbed.13631>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 16, Sayı: 4, Yıl: 2014, Sayfa: 587-606
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

MODA ODAKLI İÇGÜDÜSEL SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

İlknur TÜFEKÇİ*
Aysel ERCİŞ**
Bahar TÜRK***

Öz

Günümüzde geleneksel birçok moda perakendecisi, esnek olmayan tedarik zinciri, onun yarattığı aşırı stok ve kâr kayıplarıyla mücadele ederken, hızlı moda perakendecileri esnek tedarik zinciri yönetimi ve yeni trendlere hızla uyum sağlayarak bu problemi avantaja dönüştürmüşlerdir. Bu sayede hızlı moda pazarını oluşturma ve geliştirmede büyük başarı sağlamışlardır. Dolayısıyla çalışma, bu pazarda yer alan tüketicilerin algı ve tutumlarının satın alma davranışlarına etkisini belirlemek amacıyla düzenlenmiştir. Çalışma Atatürk Üniversitesi'nde okuyan kız öğrencilere 387 adet anket uygulaması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amaçları doğrultusunda öncelikle hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, kıtlık algısı, düşük fiyat algısı ve tükenebilir algısının moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışı üzerine etkisini belirlemek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Sonrasında ise çok kriterli karar verme tekniklerinden TOPSIS yöntemi ile bu değişkenlerin önem sıralaması belirlenmiştir. Söz konusu değişkenlerin moda odaklı içgüdüsel satın alma üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve kriterler arasında en önemli etkiyi "tükenebilir algısı"nın taşıdığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hızlı Moda, Moda Odaklı İçgüdüsel Satın Alma, TOPSIS.

THE FACTORS EFFECT OF FASHION-ORIENTED IMPULSE BUYING BEHAVIOR

Abstract

Many traditional fashion retailer are struggling with inflexible supply chain and the excess inventory and profit loss due to this inflexibility. But, these problems have been converted into advantages by fast fashion retailers, via adapting quickly to new trends and flexible supply chain management. In this way, they have achieved great success which is the creation of the fast fashion market and development. Therefore, the aim of this study is to determine consumers' perceptions and attitudes effect on purchase behavior in this market. In the study, questionnaires were applied to 387 female students studying at the

* Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Mezunlu, ilknur.tufekci.1u@gmail.com

** Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü, ayercis1@yahoo.com

*** Araş. Gör., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü, bahar.turk@atauni.edu.tr

Atatürk University. For purposes of the study; firstly multiple regression analysis was applied to determine attitudes towards fast fashion retailing, perceived scarcity, perceived low price and the perceived perishability effect on fashion-oriented impulse buying behavior. Then, variables have been ranked in terms of importance level obtained by TOPSIS which is multi-criteria decision making techniques. As a result, independent variables were found have a significant effect on fashion-oriented impulse buying and perceived perishability has the most significant effect in all of other criteria.

Keywords: *Fast Fashion, Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior, TOPSIS.*

GİRİŞ

Pazar koşullarının giderek zorlaşması ve rekabetin artması işletmeleri ayakta kalabilmenin yollarını aramaya itmiştir. Bunun en etkili yöntemlerinden biri, tüketicilerin satın alma nedenlerini belirlemek, satın alma sonrası davranışlarını incelemek ve bu davranışlara uygun stratejiler geliştirmektir. Pazarın dinamik yapısı işletmeleri hızlı moda kavramını geliştirmeye yönlendirmiştir. Hızlı moda, tüketicinin nabzını tutan, gelişmiş ürün tasarımıyla yeni stil ve trendleri hızlı üretim teknikleriyle sunan bir iş stratejisidir. Kıtlik, tükenebilirlik ve düşük fiyat algısı iş stratejisinin önemli unsurlarını oluşturmaktadır. İşletmeler söz konusu unsurları kullanarak tüketicileri cezbetmekte ve onları hızlı moda ürünleri satın almaya teşvik etmektedirler. Bu tüketiciler moda ve moda ile ilişkili faktörlere farklı tepkiler göstermektedirler. İçgüdüsel alım yapıp yapmama konusunda değişkenlik gösteren bireysel kararlar, moda sunan perakendecilere yönelik sahip oldukları tutumlar tarafından da etkilenmektedir. Bu nedenle hızlı moda perakendecilerine yönelik tutum, en az diğer faktörler kadar tüketiciyi etkilemektedir. Davranışın ilk adımı olan tutum, hızlı moda perakendecisine yönelik yarattığı etki ile farklı tüketim kalıplarının ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bunun en belirgin örneği, hızlı moda perakendecilerine bağlanan tüketicilerin içgüdüsel satın alma eğiliminin artmasıdır.

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, hızlı moda ve moda odaklı içgüdüsel satın alma kavramları ile moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışına etki eden faktörler ele alınmıştır. İkinci bölümde, çalışmanın metodolojisine yapılan analizlere, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

HIZLI MODA KAVRAMI

Hızlı moda, modadaki en son trendlere ticari olarak cevap verme stratejisi olarak tanımlanmaktadır (Moore ve Fernie, 2004). Bir başka tanımda ise, sürekli yenilenen son moda ürünlerle trendleri yakından takip eden ve tüketicinin ihtiyacına cevap veren pazarlama yaklaşımı olarak ortaya konulmuştur (Byun ve Sternquist, 2008: 135). Aynı zamanda hızlı moda, en üst seviyede tüketici memnuniyeti sağlamak için, mağazalara yeni moda ürünleri getirme zamanı ve satın alım döngüsünün dâhil olduğu süreci azaltmayı hedefleyen bir iş stratejisidir (Barnes ve Lea-Greenwood, 2010: 761).

Moda endüstrisinde belirsizliğin yüksek olması, kaynakları ve kapasiteleri belirlemeyi oldukça zor hale getirmektedir. Özellikle kıyafet gibi yenilenme süresi kısa ürünler için hız, rekabet avantajı kazanmak için kritik bir faktördür. Dolayısıyla kısalan ürün yenilenme süresi, moda perakendecilerinin hedef pazara hızlı cevap vermelerini sağlayarak rekabet avantajı yaratmaktadır. Bu nedenle hızlı moda perakendecileri hemen her hafta yeni ürünler tanıtmaktadırlar (Aksu vd., 2011).

Sürekli yenilenen ve hızlı tüketilen moda ürünleri, tüketiciler için anlamını çabuk yitirmekte ve aynı hızla yeni ürünler, eskilerin yerini almaktadır. Ayrıca hızlı moda ürünlerinin oldukça çeşitli ve ucuz olması, tüketicinin beklentilerini zamanla daha da arttırmaktadır (Başkaya, 2010: 27). Bu nedenle perakendecilerin, yüksek beklenti içinde olan tüketicilere uygun şekilde cevap vermesi oldukça önemlidir.

Hızlı yanıt ve esneklik, tüketicilere ürün ve hizmetleri tam olarak istenen çeşit, kalite ve miktarda, doğru yer ve zamanda, doğru fiyatla tedarik etmek isteyen bir işletmenin benimsemesi gereken temel özelliklerdir. Bu özellikler işletmeye, son anda ortaya çıkan talebe bağlı olarak, mümkün olan en kısa sürede karar alma yeteneği kazandırmaktadır. Bununla birlikte, ürün çeşitliliğinin en üst seviyeye çıkarılması, teslimat sürelerinin, maliyetin ve envanterin en aza indirilmesi avantajlarını ortaya koymaktadır. Ayrıca yoğun rekabetin yaşandığı değişken ve dinamik pazar ortamında tüketicilerin hızla değişen taleplerini karşılamak için esneklik ve ürün hareket hızı oldukça önemli olmaktadır (Lowson vd., 1999). Tüketicinin talep ettiği ürünün stokta, rafta veya askıda bulunması, tüketicinin talebi oluştuğu anda ürünü ilk fiyattan almasını sağlamaktadır (Sefai, 2011: 57). Satışların artması sağlayan bu durum hızlı yanıt sisteminin işletmelere sağladığı faydalardan en önemli faydalardan biridir.

MODA ODAKLI İÇGÜDÜSEL SATIN ALMA DAVRANIŞI

İçgüdüsel satın alma davranışı, tüketicinin güçlü, dayanılmaz tüketme arzusuyla bir şeyi düşünmeden, ani olarak satın alması deneyimidir (Piron, 1991). Bellenger, Robertson ve Hirschman (1978) içgüdüsel satın almayı, kararının mağaza içinde verildiği alımlar olarak tanımlanmışlardır.

Tüketici davranışlarının karmaşık olması çok fazla değişkeninin satın alma davranışlarında etkili olmasına neden olmaktadır. Ekonomik, çevresel, kişisel ve kültürel faktörler gibi içgüdüsel satın alma davranışlarını etkileyen birçok etken bulunmaktadır. Tüketicinin ruh hali, kendini ödüllendirmeyi isteyip istememesi, stresli olup olmaması, kontrol eksikliği gibi faktörler de içgüdüsel satın almayı etkileyen kişisel faktörlerdir (Youn ve Faber, 2000: 179).

Moda odaklı içgüdüsel satın alma ise; giyimde, bir insanın farkındalığını, yaratıcı bir dizayn ve stile katkıda bulunan modaaya uygunluk anlayışını ifade etmektedir. Yani, tüketicilerin bir ürünü gördüğünde ve yeni ürün alma önerisiyle

motive olduğunda alım gerçekleştirmeleridir. İçgüdüsel alım üzerine yapılan ilk araştırmanın içgüdüsel alımın tipolojisine ve moda odaklı içgüdüsel alımı tahmin etmede modanın rolünü anlamaya odaklandığı görülmektedir (Park vd., 2006: 435; Han vd., 1991).

Moda olan giyim ürünlerinde içgüdüsel satın alma davranışları daha fazla sergilenmektedir. Tüketiciler kendi imajlarını yükseltmek ve pekiştirmek için içgüdüsel satın alma davranışında bulunmakta, sosyalleşme sürecinde çevresindekiler gibi giyinerek ve alışveriş yaparak uyum sağlamaya çalışmaktadırlar. Sosyal statüye uygun olarak ürünler almaktadır. Bu yüzden ürünler fonksiyonel amaçtan çok sembolik bir amaca yönelik olmaktadır. Sosyal yaşamdaki ilişkilerine ve rolüne önem veren tüketiciler, satın alımlarında finansal yeterliliklerine daha az dikkat etmekte, durumu ne olursa olsun içgüdüsel alımdan vazgeçmemektedirler (Erkmen ve Yüksel, 2008: 686). Sonuç olarak içgüdüsel satın alma davranışında bulunan tüketiciler, akılcı ve rasyonel kararlar yerine arzu ve duygularıyla alışveriş yapmaktadırlar (Dittmar vd., 1996).

Tüketiciler her geçen gün daha fazla çeşit ve alternatif aramaktadırlar. Bu durum üreticileri ve perakendecileri bir taraftan model başına üretilecek sipariş miktarını düşürmeye diğer taraftan model sayısını ve çeşitliliği artırmaya itmektedir. Giyim kategorisinde moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışlarını araştıran birçok çalışma vardır. Phau ve Lo (2004) moda konusunda yenilik arayışında olan tüketicilerin daha fazla içgüdüsel satın alma davranışında bulduklarını tespit etmişlerdir. Park ve diğerleri (2006), moda bilinci ve algısı yüksek, moda yönüne tutumu pozitif olan tüketicilerin yeni moda ürünleri hemen almak istediğini ve bu durumda daha fazla içgüdüsel alım yaptıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Ko (1993), moda ürünlerde içgüdüsel satın alımların ısrarcı, karşı koyulmaz ve yoğun olarak yaşandığını ve alışveriş yaparken duygusal faktörlerin (örneğin, pozitif duygular) moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışına yol açtığını iddia etmektedir. Han ve diğerlerinin (1991) yaptıkları çalışmada, tüketicilerin moda yönüne olan ilgi ve bağlılık seviyelerinin, içgüdüsel alışveriş davranışlarını doğrudan etkilediği görülmüştür. Fairhurst ve diğerleri (1989) ile Seo ve diğerleri (2001)'de moda yönüne olan bağlılık ve içgüdüsel alışveriş arasında doğrudan bir ilişkinin var olduğunu tespit etmiş ve desteklemişlerdir (Ergin ve Akbay, 2011).

MODA ODAKLI İÇGÜDÜSEL SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Kıtlık Algısı

Genel anlamıyla kıtlık, tüketicide aciliyet duygusu yaratma, ürünü kaçırmamak adına daha yüksek fiyat ödemeye razı olma ve daha yüksek tatmin sağlama ile sonuçlanan bir kavram olarak ifade edilmektedir (Lee, 2012) . Özetle,

ürünlerin kıt olarak algılanmasıdır. Sınırlı tedarikten kaynaklanan kıtlık algısı ise, tüketicilerin sevdikleri maddelerin mevcudiyetine ilişkin kaygılarını artırdığı gibi, ürünlerin cazibesini de artırabilmektedir. Tüketicilerin sadece ilerde kullanmak için değil, bulamama korkusundan dolayı da ürünleri aldıkları düşünöldüğünde, tüketicilerin başkaları tarafından alınmadan önce ürünleri almak için harekete geçmesi de kıtlık algısının temel varsayımını ortaya koymaktadır (Byun, 2006).

Tüketici davranışlarında değışime sebep olan bu algı, geniş çeşitlilik stratejisi ve son moda ürünlerdeki hızlı model döngüsü ile tüketicilerde suni kıtlık algısının oluşmasıyla sonuçlanmaktadır. Suni kıtlık, ürünlerin hızlı tükenmesine karşı, tüketicilerin büyük beğeni duydukları ürönlere daha yüksek ücret ödemelerine sebep olmaktadır. Küresel markalar tarafından ortaya koyulan ve benimselenen kıtlık algısı ve hızlı moda kavramı, tüketicileri trend ürünlerin alımına teşvik etmektedir (Aksu vd., 2011: 56).

Kıtlık algısı, hızlı moda perakendecileri tarafından rekabet avantajı sağlamak amacıyla uygulanan bir stratejidir. Ayrıca hızlı moda perakendecileri mevcut ürünlerini kısa süreler içerisinde yenileyerek, yeni ürönlere yer açmakta ve ürün yenilenme döngüsünün sürekliliğini sağlamaktadırlar. Bu sebeple perakendecilerdeki ürönlere belli zaman dilimi dışında ulaşmak mümkün olmamaktadır. Ürünü satın alabilmek için vaktinin kısıtlı olduğunu bilen tüketici, kıtlık algısıyla hareket etmektedir. Elde edilmesi zor olan mallar kolay elde edilenlerden veya her zaman bulunanlardan çok daha değerli olarak algılanmaktadır. Yapılan birçok araştırma kıtlığın bazı ürünlerin çekiciliğine olumlu etkisi olduğunu göstermekte ve tüketicileri içgüdüsel satın alma konusunda cesaretlendirmektedir (Byun ve Sternquist, 2008: 137; Byun, 2006). Ayrıca tüketicilerin kıt olarak algıladığı ürünleri daha değerli, popüler olarak konumlandırması ve diğer ürünlerden daha çekici görmesi de bunun bir örneğidir (Jung ve Kellaris, 2004: 740; Suri vd., 2007: 90). Bu durum moda odaklı içgüdüsel alımları kolaylaştırmak, teşvik etmektedir (Parker ve Lehmann, 2011). Bu bağlamda ilgili literatür göz önüne alınarak şu hipotez kurulmuştur:

H₁=Hızlı moda ortamında, kıtlık algısının içgüdüsel satın alma davranışı üzerinde etkisi vardır.

Tükenebilir Algısı

Tükenebilir algısı ürünün yenilenme süresi ile ilgilidir. Yani perakendeci tarafından bilinçli olarak yaratılan zaman kıtlığıdır. Ürünlerin ve mevsimlerin fiziksel doğası tükenbilir algısını artırmakta, işletmeler stratejik olarak sık sık ürünlerini yenileyerek tükenbilir algısını hızlandırmaktadırlar. Hızlı moda perakendecileri ise uzun süre satılmayan ürünleri kaldırarak yeni stiller için yer açmakta ve bu sayede ürünün yenilenme süresini kısaltmaktadırlar (Byun ve Sternquist, 2008: 136).

Pazarlamacılar "sınırlı bir süre için" ve "bugün satışta" gibi anlamsal ipuçları kullanarak tüketicilerde çabuk tükenbilir algısı yaratmakta ve sürekli

yenilenen ürünlerle de tüketebilir algısını yüksek tutmaya çalışmaktadırlar. Sonuç olarak hızlı moda ürünler raflarda sınırlı bir süre için mevcut olan ve hızlı tüketilen ürünler olarak tanımlanmaktadır (Byun, 2011: 55). Bunların yanı sıra pazarlamacıların yeni ürünlerin satışını teşvik etmek ve hızlı modayı benimsetmek için planlı eskitme yoluna gittiği görülmektedir. Planlı eskitme kavramı; Packard (1960) tarafından yaygınlaştırılan ve ürün yaşam sürelerinin kasıtlı olarak azaltılması olarak adlandırılmaktadır. Yani son trendlerin benimsenmesini sağlamak için, kalitesini ve işlevini sürdüren stillerin tüketici zihninde çekiciliği azaltılarak eskime oluşturulmasıdır. İşletmeler, yeni ürünler, ürünlerin artan özellikleri ve kısalan ürün yaşam döngüsüyle mevcut ürünlerin değerini azaltmakta ve yeni ürünlerin benimsenmesini teşvik etmek için psikolojik eskimeye başvurmaktadırlar. Yaşanan hızlı değişim sürecine tepkisiz kalamayan tüketici, işletmelerin istediğini yapmakta ve psikolojik eskimeye yanıt vermektedir. Bu bilgiler ışığında konuya ilişkin hipotez aşağıdaki gibidir.

H₂=Hızlı moda ortamında, tüketebilir algısının içgüdüsel satın alma davranışı üzerinde etkisi vardır.

Düşük Fiyat Algısı

Tüketiciler, piyasadaki fiyatları karşılaştırarak belli bir fiyatı veya fiyat aralığını kendilerine referans kabul ederler ve bir algı geliştirirler. Oluşan bu algının ürün seçimi ve satın alma kararları üzerinde önemli ölçüde etkili olduğu görülmektedir (Janiszewski ve Lichtenstein, 1999). Tüketici kendi referans fiyatının altındaki ürünleri ekonomik kazanç veya tasarruf olarak adlandırmaktadır. Hızlı moda ürünleri düşük fiyatlarıyla moda bilincine sahip genç tüketicileri cezbetmekte ve içgüdüsel satın almaya teşvik etmektedir (Byun ve Sternquist, 2008).

Szybillo (1973), bir moda ürününün değerini etkileyen iki baskın faktörün; fiyat ve kıtlık olduğunu ileri sürülmüştür. Aynı çalışmada, tüketicilerin yüksek fiyatı, ürünün azlığı veya ürüne erişememe (elde edememe) olarak yorumladığına değinilmiştir. Daniels (1951) ise, yüksek fiyatlı elbiselerin seri üretiminin giysinin algılanan değerini düşürebileceğini savunmuştur. Bu doğrultuda açıklamalardan yola çıkılarak aşağıdaki hipotez kurulmuştur.

H₃=Hızlı moda ortamında, düşük fiyat algısının içgüdüsel satın alma davranışı üzerinde etkisi vardır.

Hızlı Moda Perakendecisine Yönelik Tutum

Moda giyim sanayi son 20 yılda önemli gelişme göstermiştir. Seri üretim gücünü kaybetmiş moda endüstrisinin değişen dinamikleri; moda sezon sayısındaki artış ve tedarik zincirinin değiştirilmiş yapısal özellikleri, düşük maliyet, tasarım, kalite, teslimat, hız ve esneklik değişkenleri perakendecileri zorlamıştır. Bu süreç, limitli ürünlerin erişilebilirliğini hızlı moda perakendecilerinin karakteristik özelliği haline getirmiştir. Pazar ve tasarım hızına ek olarak, pazarlama ve sermaye

yatırımı da moda giyim sektöründe rekabetin itici güçleri olmuştur (Bhardwaj ve Fairhurst, 2010: 165).

Hız, eş zamanlılık ve tedarik zincirlerinin tepkisini maksimize eden hızlı moda perakendecileri mağaza sayılarını artırmak için yarışmaktadır. Perakendeciler olağanüstü hız ile pazarlanabilir ürünlerini mağazalarına göndererek enerjilerini artırmaya odaklanmaktadır. Çeşitli stiller, kısa teslim süreleri ve nakliyyede yüksek düzeyde esneklik gerektiren bu süreç; daha az sayıda daha sık ürün sunmanın sonucunda, hızlı moda perakendecilerinin pazara giriş fiyatından daha fazla satış yaparak yüksek kâr marjları elde etmelerini sağlamaktadır (Tokatlı, 2008: 23; Reinach, 2005).

Hızlı moda perakendecilerinden alışveriş yapan müşteriler aynı ürünü uzun süre göremeyeceklerdir. Ürün yenilenme süresinin hızlı olması, daha çok alım yapmaları için müşteriler üzerinde bir baskı oluşturmakta, moda bilinci yüksek tüketicilerde daha çok kıyafete sahip olma ve düzenli bir şekilde yeni tasarımları bekleme düşüncesini yoğunlaştırmaktadır. Bu dürtüyle hareket eden tüketiciler, kendilerini memnun eden ve yeni trendlere yönelik beklentilerini karşılayan perakendeciye yönelik olumlu tutum geliştirmektedirler. Oluşan tutum tüketicinin perakendeciye duyduğu yakınlığı artırarak, daha sık ziyarete ve içgüdüsel alıma teşvik etmektedir (Ferdow vd., 2003). İlgili yazın dikkate alınarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₄=Hızlı moda ortamında, hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutumun içgüdüsel alışveriş üzerinde etkisi vardır.

METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Bu araştırmanın amacı, hızlı moda ortamında, moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışına etki eden faktörlerin belirlenmesidir. Diğer bir amaç, moda odaklı içgüdüsel alışverişi etkileyen faktörlerin önem sırasını tespit etmektir. Araştırmanın kapsamını hızlı moda perakendecilerinden alışveriş yapan Atatürk Üniversitesinde öğrenim gören kız öğrenciler oluşturmaktadır. Bu nedenle veriler hızlı moda sektörü için geçerli olup diğer sektörler, ürün grupları, markalar ve farklı iller için genellenemez.

Araştırmanın Önemi

Gün geçtikçe tüketim ve tüketim kavramları, tüketilenler, tüketim alanları ve tüketme şekilleri farklılaşmakta ve tüketime ilişkin kavramlar yeniden tanımlanmaktadır. Tüketim artık ihtiyaçlarımızı tatmin etmek amacıyla yapılan bir eylemden çok, sosyalleşme, sıkıntılardan uzaklaşma, yeni imajlar ve statü kazanma anlamına gelmektedir. Değişen tüketim yapıları, tüketicileri işletmeler için her zamankinden daha değerli hale getirmektedir. Tüketicilerinin satın alma sırası ve sonrası davranışlarını tanımlayabilen işletmeler, diğer işletmelere oranla avantaj

sahibi olabileceklerdir. Sahip olunacak avantajlar her şeyin hızlı biçimde değiştiği moda dünyasında çok daha büyük öneme sahiptir. Son 30 yıldır etkisini yoğun olarak hissettiğimiz, tüketicilerin vazgeçilmezleri arasına girmiş olan moda, doğası gereği önceden tahmin edilemeyen bir yapıya sahiptir. Bu yapı işletmeler arası rekabetin artmasına sebep olmuş ve etkin pazarlama stratejileri geliştirmeyi zorunlu kılmıştır. Bu nedenle çalışma, işletmeler ve ilgili birimler için avantaj yaratabilecek değişkenlerin belirlenmesi ve tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin hangi önem sırasına sahip olduğunun bilinmesi açısından önemlidir.

Örneklem Süreci ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın anket uygulaması, hedeflenen amaçlara ulaşılabilmek için Erzurum ilinde Atatürk Üniversitesi'nde okuyan kız öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Moda bilinçli tüketicilerin daha iyi eğitilmiş olması (Casidy, 2012), kadınlarda moda bilincinin daha yüksek olması (Gould ve Stern, 1989) ve üniversite öğrencilerinin daha fazla içgüdüsel alışveriş yaptıkları (Ünal, 2008) sonuçlarıyla bu örneklemin uygun olduğu düşünüldüğü anket formu uygulanmıştır. Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. % 95 güven aralığında $e=5\%$ hata payı ile örnek büyüklüğü $n=384$ olarak belirlenmiştir (Kurtuluş, 1998: 235). Anket çalışması 23-30 Aralık 2013 tarihleri arasında 415 tüketiciye yapılmıştır. Eksik veya yanlış doldurulan anketlerin elenmesi ile 387 anket dikkate alınmıştır.

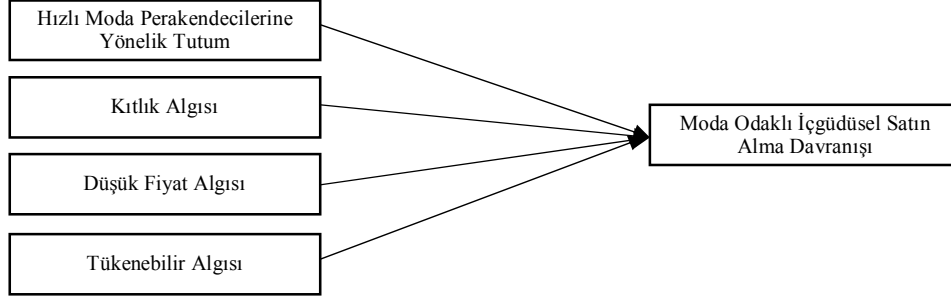
Araştırmada birincil veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmış, anket çalışması yüz yüze uygulanmıştır. Anketteki ifadeler 5'li Likert ölçeğiyle (1= Kesinlikle katılmıyorum; 5= Tamamen katılıyorum) sorulmuştur. Anket formunda 3 grup soru yer almıştır. Birinci grup sorularda cevaplayıcıların, alışverişini hangi kanaldan yaptığını, en çok tercih ettiği hızlı moda perakendecisini, ne sıklıkla alışveriş yaptıklarını ve en çok tercih ettiği ürünlerin soruları yer alırken; ikinci grupta hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, kıtlık algısı, tükenebilir algısı, düşük fiyat algısı, içgüdüsel satın alma davranışı; üçüncü grupta ise demografik özelliklerini ölçmeye yönelik sorular yer almıştır. Veriler SPSS 20.0 istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, tanımlayıcı istatistikler, regresyon analizi ve çok kriterli karar verme tekniklerinden TOPSIS yöntemi kullanılmıştır.

Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutumun ölçümünde Chatvijit (2012), tükenebilir algısı, kıtlık algısı ve düşük fiyat algısı ölçümünde Byun ve Sternquist (2011), içgüdüsel satın alma davranışı ölçümünde Rook ve Fisher (1995) tarafından geliştirilen ölçekler Türkçeye uyarlanarak kullanılmıştır. İfadelerde anlamsal bir eksiklik olup olmadığını belirlemek amacıyla, bağımsız bir araştırmacıya tersine tercüme yaptırılmıştır. Sonrasında 50 kişi ile pilot çalışma yapılarak ankette yer alan ifadelerin anlaşılabilirliği test edilmiştir. Gerekli düzenlemelerden sonra anket formuna nihai şekli verilmiştir.

Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli, araştırmanın amacı dikkate alınarak Şekil 1’de gösterildiği gibi belirlenmiştir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Bulgular

Tablo 1: Demografik Özellikler

Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri	Frekans	Yüzde (%)
Yaş		
17-19	69	17,8
20-22	257	66,4
23-25	39	10,1
26 yaş ve üstü	22	5,2
Gelir		
0-250	112	28,9
251-500	152	39,3
501-750	70	18,1
751-1000	32	8,3
1001 TL ve üstü	21	5,4
Çalışma Durumu		
Çalışmıyorum	362	93,5
Part-time (yarı zamanlı)	16	4,1
Full time (tam zamanlı)	9	2,4
Toplam	387	100

Cevaplayıcıların çoğunluğu 20-22 yaş grubunda (%66,4), gelir durumunun çoğunlukla 500 TL ve altı (%68,2) olduğu görölmektedir. Ayrıca büyük bir çoğunluğu (%93,5) çalışmamaktadır.

Tablo 2: Cevaplayıcıların Alışveriş Davranışları

Alışveriş kanalları	Frekans	Yüzde (%)
İnternet	7	1,8
Mağaza	222	57,4
Her ikisi	154	39,8
En Çok Tercih Ettiği Hızlı Moda Perakendecileri		
Zara	48	12,4
H&M	20	5,2
Mango	97	25,1
United Colors of Benetton	35	9,0
LC Waikiki	206	53,2
Koton	225	58,1
Collezione	175	45,2
Tiffany	72	18,6
Seven Hill	69	17,8
Diğerleri	88	22,7
Alışveriş Sıklığı		
Haftada Bir	21	5,4
Ayda İki Üç Kez	93	24,0
Ayda Bir Kez	184	47,5
Yılda Altı Kez	33	8,5
Yılda İki Üç Kez	39	10,1
Yılda Bir Kez	13	3,4
En Çok Satın Alınan Ürünler		
Gömlek	157	40,6
Aksesuar	141	36,4
Pantolon	156	40,3
Tişört	137	35,4
Ayakkabı	144	37,2
Etek	41	10,6
Elbise	64	16,5
Ceket	27	7,0
Diğerleri	30	7,8

Cevaplayıcıların çoğunlukla mağazalardan (%57,4) alışveriş yaptığı, LC Waikiki (%53,2), Koton (%58,1) ve Collezione (45,2) moda perakendecilerini tercih ettiği, ayda bir alışveriş (%47,5) yaptığı ve genellikle gömlek (40,6), aksesuar (%36,4), pantolon (%40,3), tişört (35,4), ayakkabı (%37,2) ürünlerini tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 3: Ölçek İfadelerine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Hızlı Moda Perakendeciliğine Yönelik Tutum (Cronbach Alpha= 0,84)	Ortalama	Standart sapma
Hızlı moda perakendecilerinin faydalı olduğunu düşünüyorum.	4,18	1,09
Hızlı moda perakendeciliğini sevmiyorum.*	4,20	1,02
Hızlı moda perakendeciler hakkında olumlu görüşe sahibim.	4,21	1,01
Tükenebilir Algısı (Cronbach Alpha= 0,87)		
Sık sık yeni modeller tanıtılmaktadır.	4,18	0,93
Ürünlerinin devir hızı (sirkülasyonu) yüksektir.	4,13	0,91
Ürünler raflarda uzun süre durmaz.	4,15	0,89
Yeni moda stilleri hızlı bir şekilde tanıtılır.	4,13	0,81
Ürünleri moda trendleri açısından yenidir.	4,24	0,87
Ürünleri çok hızlı hareket ederler.	4,21	0,87
Kıtlık Algısı (Cronbach Alpha= 0,79)		
İlgimi çeken ürünler genelde stoğu az olan ürünlerdir.	4,20	0,86
İlgilendiğim ürünlerden bedenime uygun olanı az sayıdadır.	4,10	0,95
Tercih ettiğim üründe bedenime uygun olanı genellikle bulurum.*	4,11	0,89
Düşük Fiyat Algısı (Cronbach Alpha= 0,84)		
Makul fiyatlıdır.	4,15	1,08
Fiyatı ekonomiktir.	4,09	0,97
Fiyatları bütçeme uygundur.	4,17	1,04
Ucuzdur.	4,13	0,98
Moda mağazalarına kıyasla fiyatı düşüktür.	4,10	0,95
İçgüdüsel Satın Alma Davranışı (Cronbach Alpha= 0,83)		
Sık sık spontan (plansız) alışveriş yaparım.	4,09	0,97
“Sadece al” (Just do it) alışveriş durumumu açıklar.	4,08	0,91
Genellikle düşünmeden bir şeyler satın alırım.	4,05	0,94
“Gördüm aldım” benim alışveriş tarzımı tarif eder.	4,11	0,85
“Şimdi al sonra düşün” benim davranışımı açıklar.	4,15	0,89
Anlık kararlarla alışveriş yaptığımı düşünüyorum.	4,22	0,95
O andaki ruh halime göre bir şeyler alırım.	4,07	0,71
Alacaklarımı dikkatlice planlarım.*	4,10	0,83
Bazen aldıklarımın çok da dikkat etmem.	4,10	0,88

* Ters (Reverse) soru

Cevaplayıcılar için, hızlı moda perakendeciler hakkında olumlu görüşe sahibim (4,21), ürünleri moda trendleri açısından yenidir (4,24), ilgimi çeken ürünler genelde stoğu az olan ürünlerdir (4,20), fiyatları bütçeme uygundur (4,17) ve anlık kararlarla alışveriş yaptığımı düşünüyorum (4,22) ifadelerinin öne çıktığı görülmektedir.

Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, tükenebilir algısı, kıtlık algısı, düşük fiyat algısının, moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışı üzerindeki etkisini görmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4 ve Tablo 5 de gösterilmiştir.

Tablo 4: Çoklu Regresyon Analiz Sonuçları

Bağımlı değişken: Moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışı Bağımsız değişkenler: Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, tükenebilir algısı, kıtlık algısı, düşük fiyat algısı	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminlerin Standart Hatası	
		0,843	0,710	0,707	0,23109
ANOVA Değerleri	Kareler Toplamı	sd	Ortalama Kare	F	p
Regresyon	50,038	4	12,509	234,252	0,000
Artıklar	20,399	383	0,053		
Toplam	70,437	387			

Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, tükenebilir algısı, kıtlık algısı, düşük fiyat algısının moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışı üzerindeki etkisi $R^2=0,710$ 'dur. Buna bağlı olarak bağımsız değişkenlerin (hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, tükenebilir algısı, kıtlık algısı, düşük fiyat algısı) içgüdüsel satın alma davranışı değişkenine ait varyansı %71'dir. Anova test sonucunda $\alpha=0,05$ önem düzeyinde anlamlıdır. F değeri 234,252 ve $\alpha=0,05$ önem düzeyinde geçerli olması modelin bir bütün olarak geçerli olduğunu göstermektedir.

Tablo 5: Çoklu Regresyon Analizinin Beta Değerleri

Bağımlı değişken: Moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışı	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t	p
	B	Standart hata	Beta		
Sabit değişken	0,560	0,128		4,378	,000
Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum	0,204	0,050	0,134	4,687	,002
Tükenebilir algısı	0,242	0,047	0,234	5,194	,000
Kıtlık algısı	0,219	0,038	0,262	5,763	,000
Düşük fiyat algısı	0,362	0,037	0,419	9,654	,000

Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutumun (0,204), tükenebilir algısının (0,242), kıtlık algısının (0,219), düşük fiyat algısının (0,362), içgüdüsel satın alma davranışı üzerinde etkisi vardır. $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır. Bulgulardan hareketle bağımsız değişkenlerin içgüdüsel satın alma davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar doğrultusunda kurulan tüm hipotezler kabul edilmiştir.

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan moda odaklı içgüdüsel satın alma davranışını hangi önem sırasıyla etkilediğini bulmak için çok kriterli karar verme tekniklerinden TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem sayesinde moda odaklı içgüdüsel alışverişe etki eden değişkenlerin tüketicileri etkileme ağırlıklarına göre sıralaması yapılabilmektedir. Analizin gerçekleştirilmesinde aşağıdaki modelden yararlanılmış ve söz konusu model excel solver yardımıyla çözülmüştür. Kullanılan model aşağıdaki gibidir (Wang vd., 2009):

(1) İdeal noktaların tanımlanması:

$$h_i = \sum_{j=1}^n w_j^2 (x_{ij} - x_j^*)^2$$

(2) Ağırlıklandırmaya ilişkin sıralamanın yapılması:

$$\min \sum_{j=1}^m h_i = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n w_j^2 (x_{ij} - x_j^*)^2$$

$$s. t. \sum_{j=1}^n w_j = 1, \quad w_j \geq 0$$

Tablo 6: Kriterlerin Ağırlıkları ve Önem Sıraları

Kriterler	Ağırlık Vektörü	Önem Sırası
Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum	0,26	2
Tükenebilir algısı	0,29	1
Kıtlık algısı	0,24	3
Düşük fiyat algısı	0,22	4

Yapılan ölçüm sonucunda tüketebilir algısının ilk sırada yer aldığı görülmektedir (0,29), yani tüketicileri moda odaklı içgüdüsel satın almaya iten ilk etken tüketebilir algısı olmaktadır. Hızlı moda perakendecilerine yönelik tutum ise (0,26) ikinci sırada etkilidir. Kıtlık algısı (0,24) üçüncü sırada ve düşük fiyat algısının (0,22) son sırada tüketicilerin moda odaklı içgüdüsel alışverişleri üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Sonuçlara bakıldığında regresyon analizinde en yüksek açıklayıcılığa sahip olan düşük fiyat algısının bu yöntemde son sırada yer aldığı görülmektedir. Bunun nedeni temel olarak Regresyon ve TOPSİS yöntemlerinin yapısal açıdan farklı olmasıdır. Regresyon analizinde sonuçlar doğrusal bir yapı üzerinden ve açıklayıcılık yüzdesi ile elde edilirken, TOPSİS yönteminde sonuçlar, doğrusal olmayan, ağırlıklandırılmış kriterler üzerinden ve daha spesifik olarak elde edilmektedir. Bu nedenle TOPSİS ile ulaşılan sonucun farklılık gösterebileceğini ifade etmek mümkündür (Wang vd., 2009).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketici istek ve ihtiyaçlarının sürekli değiştiği ve tüketiciyi tatmin etmenin zorlaştığı pazarlarda, perakendeciler bu değişikliklere ayak uydurabilmek ve tüketici tatmini sağlayabilmek için hızlı moda kavramını geliştirmişlerdir. Hızlı moda ürünlerinin göreceli olarak daha düşük fiyatlı, az sayıda, çok çeşitli ve yenilenme süresinin kısa olması tüketiciyi sürekli olarak yeni moda ürünleri talep

etmeye yönelmiştir. Hızlı moda ürünlere yönelik istek, tüketicide aciliyet duygusu yaratarak onları moda odaklı içgüdüsel satın almaya sevk etmiş, içgüdüsel alımların artmasına neden olmuştur.

Araştırmada şu sonuçlar elde edilmiştir:

Hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, kıtlık algısı, tükenbilir algısı ve düşük fiyat algısının içgüdüsel satın alma davranışı üzerindeki etkisi incelenmiş, tüm bu değişkenlerin içgüdüsel satın alma davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu görülmüştür. Söz konusu değişkenlerin içgüdüsel satın alma davranışını hangi sıra ile etkilediğini tespit etmek için yapılan TOPSIS uygulamasına göre; birinci sırada tükenbilir algısı yer almaktadır. Tükenbilir algısını sırasıyla; hızlı moda perakendeciliğine yönelik tutum, kıtlık algısı ve düşük fiyat algısı takip etmektedir. Sıralamaya göre tüketiciler moda odaklı içgüdüsel alımlarını en çok tükenbilir algısıyla gerçekleştirmektedirler. Bu durum hızlı moda anlayışı ve bu konuya ilişkin teori ile örtüşmektedir. Moda unsurlarının hızlı biçimde değişmesi ve moda takipçilerinin değişime ayak uydurma arzusu, tükenbilir algısını güdülemektedir. Dolayısıyla tüketiciler moda ürünlerin tükenbileceği düşüncesiyle içgüdüsel alıma yönelmektedirler. Hızlı moda ürünlerinin çabuk değişen seyri ile örtüşen bu kavramın ilk sırada olması, perakendecilere birçok unsuru avantaja çevirebilme şansı vermektedir. Hızlı moda perakendeciliğine yönelik olumlu tutum ve duygular tüketicinin mağazaya yakınlık duymasını sağlamaktadır. Bu duygusal yakınlık ve eğilimler tüketiciyi içgüdüsel satın almaya daha fazla teşvik etmektedir (Byun ve Sternquist, 2011). Yapılan araştırmalar tüketicilerin olumlu tutuma sahip oldukları perakendecilerden daha fazla içgüdüsel alım yaptığını ortaya koymaktadır. Geliştirilen olumlu tutum hızlı moda takipçilerinin satın alma sürecinde yaşayabilecekleri çelişkileri azaltmakta ve tüketiciyi içgüdüsel alıma cesaretlendirmektedir (Wu ve Hsing, 2006). Ürünlerin kıt olduğu algısıyla hareket eden tüketici (Lynn, 1992), mevcut ürünlerin diğerleri tarafından satın alınacağı endişesi ve dürtüsüyle alıma yönelmektedir (Chatvijit 2012; Gierl vd., 2008). Düşük fiyat algısı, ürün satın alınmadığında bir fırsatın kaçırılacağı düşüncesi yaratmakta ve yine tüketiciyi içgüdüsel alıma itmektir (Folger, 1992).

Sonuçlar doğrultusunda şu önerilerde bulunulabilir:

- Hızlı moda, moda dünyasını yakından takip etmek, tüketici istek ve ihtiyaçlarını en kısa zamanda karşılamak için eşsiz bir stratejidir. Bu stratejiyi takip eden ve başarıyla uygulayan firmalar moda yenilikçilerini kendilerine çekebileceklerdir. Dolayısıyla sektör içinde varlığını sürdürmek isteyen işletmelerin uygun hızlı moda unsurlarını edinmeleri avantaj sağlayacaktır.

- Moda bilincine sahip tüketiciler, en son trendleri görmek istemekte ve bu trendleri kendilerine sunan perakendecilere yönelik olumlu tutum geliştirmektedirler. Bu nedenle kendini hızlı moda perakendecisi olarak tanımlayan işletmeler, hedefledikleri müşterilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda doğru

ürünleri, doğru pazar, doğru zaman ve doğru fiyattan sunma fırsatını yakalamaktadırlar.

• Ürünlerin sınırlı bir zaman diliminde mağazada bulunması ürünün algılanan değerini yükseltmekte ve tüketicide bir aciliyet duygusu yaratarak satın almayı hızlandırmaktadır. Tükenebilir algısını yönetmeyi başarabilen perakendeciler, tüketiciyi içgüdüsel alıma yönlterek, hem tüketicinin yaptığı alımlardan elde ettiği hazzı arttıracak hem de kendilerine yönelik olumlu tutum gelişmesini sağlayacaklardır.

• Hızla moda takipçileri, perakendecilerde dâhil olmak üzere tüm ürün yenilenme sürecini yakından takip etmektedirler. Perakendecilerin yapması gerekense tüketenebilir algısını yaratıp, bu süreci müşteriye doğru yollarla iletmektir. Bu nedenle perakendecilerin, tüketicilerin karakteristiklerine göre teklifler sunmaları ve bu yönde reklam kampanyaları yürütmeleri yararlı bir strateji olacaktır.

• Kıtılık algısı, bireyin mevcut ürünlerin diğer tüketiciler tarafından alınması ihtimaline karşın, içgüdüsel davranış göstererek aciliyet duygusu içerisinde ürünleri satın almasıdır. Hızlı moda perakendecilerinin oluşturacakları konsept ile bu algı daha da güçlendirilebilir. Böylelikle perakendeci tarafından ürüne, renge, stile ve bedene yönelik oluşturulacak kıtılık algısı, tüketiciyi daha fazla içgüdüsel satın almaya yöneltecektir.

• Ürünlere yönelik oluşan düşük fiyat algısı, tüketicide satın alma fırsatı vermeden ürünle karşılaşıldığı anda satın almaya itmektir. Düşük fiyat algısı ile hareket eden tüketici ürünleri elden kaçırmamak için hızlı davranmaktadır. Sunduğu düşük fiyatı avantaja çevirmek isteyen perakendeciler tüketicide, ürünleri almazlarsa bir fırsat kaçıracakları hissini yarattıkları takdirde büyük kazanımlar sağlayacaklardır.

• İçgüdüsel satın alma davranışı ile hızlı moda perakendecilerine yönelik tutum arasında pozitif bir ilişki olması, perakendecilerin bu ilişkiyi güçlendirerek sürekliliğini sağlamaları gerektiğini ortaya koymaktadır. İçgüdüsel satın alımı arttırmak isteyen perakendeciler ürün kategorilerini genişleterek olumlu tutum oluşturabilirler. Araştırmalar tarafından vurgulanan değer-tutum-davranış hiyerarşisi göz önüne alınarak, öncelikle değer sunulmasına yönelik stratejiler sonrasında ise, olumlu tutum ve davranışın geliştirilmesi sağlanabilir.

• Hızlı moda perakendecilerinin yapması önerilen bir diğer şey; moda bilincine sahip tüketicileri gerek mağazada gerekse online alışverişte son moda ürünleri bulundurduklarına ve talep edilenleri kısa sürede temin edebileceklerine ikna etmektir.

• İçgüdüsel satın alma perakendeciler tarafından güdülenen bir davranış biçimidir. İçgüdüsel satın alma davranışının cesaretlendirmesi zaman zaman tüketicilerde satın alma sonrası olumsuz duyguların yaşanmasına sebep olmaktadır

(Kang ve Johnson, 2009; Park ve O'Neal, 2000). Ayrıca hızlı moda perakendecilerinin elde ettikleri kârlar üzerinde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Özellikle ürün iade politikasını müşteri lehinde uygulamayan hızlı moda perakendecileri için problem daha büyüktür. İçgüdüsel olarak yapılan alımlar sonrasında tüketicide meydana gelen uyumsuzluğun ortadan kaldırılması, hızlı moda perakendeciliğinin geleceği için büyük öneme sahiptir. Bu nedenle olumsuz duyguları ve uyumsuzluğu ortadan kaldırmamın ilk yöntemi olan ürün iade politikalarının tüketiciyi memnun edecek en kapsamlı şekilde uygulanması gerekmektedir. Ürün iade politikaları perakendecilerin ürünlerinin eksikliklerini görmeleri ve kalitelerini arttırabilmeleri için en uygun stratejik araçlardan biridir.

- Hızlı moda perakendecilerinin tüketicilerin satın alma süreçlerinde yaşadıkları bir takım çekincelerin farkında olması, perakendecinin hedef kitlesinin davranışlarını anlamasını sağlayacağı gibi, içgüdüsel alımlar sonrasında meydana gelebilecek problemlerden de kaçınmasını sağlayacaktır. Bu durum ürün iade davranışlarının çözüme kavuşturulması ve iade politikası stratejilerinin dikkatle dizayn edilmesini sağlayacaktır.

- Gelecekteki araştırmalarda örneklem daha da büyütülerek demografik özelliklerine göre, kadın ve erkeklerin tepkilerindeki farklılıklar araştırılabilir. Yalnızca üniversite öğrencilerine değil, eğitimini tamamlamış ve çalışan bireylerin de konuya bakışı incelenerek çalışma yapılabilir. Araştırma farklı illerde yürütülerek içgüdüsel satın alma davranışları bakımından tüketicilerin kültürel farklılıkları incelenebilir. Ayrıca online alışveriş yapan tüketici ile mağazadan alışveriş yapan tüketici karşılaştırılmasının yapılması ilgili araştırmacılara önerilir.

KAYNAKÇA

Aksu, M., Pektaş, G. Ö. E., Karaboğa, K. (2011). Concepts of fast fashion and artificial scarcity in marketing in the 21th century: Tchibo example. *Journal of Naval Science and Engineering*, 7 (1): 48-70.

Barnes, L. ve Lea-Greenwood, G. (2010). Fast fashion in the retail store environment. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38 (10): 760-772.

Başkaya, O. (2010). Günümüzde modanın algılanış biçimi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bellenger, D. D. ve Robertson, D., Hirschman, E. (1978). Impulse buying varies by product. *Journal of Advertising Research*, 18 (6): 15-18.

Bhardwaj, V. ve Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: Response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20 (1): 165-173.

Byun, S. E. (2011). Consumer response to seller-induced perishability: Perceived desirability of products, urge to buy and purchase acceleration. *International Journal of Costume*, 11 (2): 53-64.

Byun, S. E. ve Sternquist, B. (2011). Fast fashion and in-store hoarding: the drivers, moderator and consequences. *Clothing and Textiles Research Journal*, 29 (3): 187-201.

Byun, S. E. ve Sterquist, B. (2008). The antecedents of in-store hoarding: Measurement and application in the fast fashion retail environment. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18 (2): 133-147.

Byun, S. E., (2006). Here today, gone tomorrow: The antecedents and consequences of in-store hoarding at fast fashion stores. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Michigan State University: Department of Advertising, USA.

Casidy, R. (2012). Discovering consumer personality clusters in prestige sensitivity and fashion consciousness context. *Journal of International Consumer Marketing*, 24 (1): 291-299.

Chatvijit, S. (2012). Exploring the effects of scarcity, impulse buying, and product returning behavior in the fast fashion environment among female fashion conscious consumers. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Faculty of The Graduate School at The University of North Carolina, Greensboro, USA.

Daniels, A. H. (1951). Fashion merchandising. *Harvard Business Review*, 29 (3): 51-60.

Dittmar, H., Beattie, J. ve Friese, S. (1996). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases. *Acta psychologica*, 93 (1): 187-206.

Ergin, A. E. ve Akbay, Ö. H. (2011). Giyim ve gıda ürünleri kategorilerinde tüketicilerin plansız satın alma davranışları üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2): 275-292.

Erkmen, T. ve Yüksel, C. A. (2008). Tüketicilerin alışveriş davranış biçimleri ile demografik ve sosyokültürel özelliklerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2): 683-727.

Fairhurst, A. E., Good, L. K., ve Gentry, J. W. (1989). Fashion involvement: An instrument validation procedure. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7 (3): 10-14.

Ferdows, K., Lewis ve M., Machuca, J. D. (2003). Zara supply chain forum. *International Journal*, 4 (2): 62-67.

Folger, R. (1992). On wanting what we do not have. *Basic & Applied Social Psychology*, 13 (1): 123-133.

Gierl, H., Plantsch ve M., Schweidler, J. (2008). Scarcity effects on sales volume in retail. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18 (1): 45-61.

Gould, S. J. ve Stern, B. B. (1989). Gender schema and fashion consciousness. *Psychology & Marketing*, 6 (2): 129-145.

Han, Y. K., Morgan, G. A., Kotsiopulos, A. ve Kang-Park, J. (1991). Impulse buying behavior of apparel purchasers. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9 (3): 15-21.

Seo, J., Hathcote, J. M. ve Sweaney, A. L. (2001). Causal-wear shopping behavior of college men in Georgia, USA. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 5 (3): 208-222.

Janiszewski, C. ve Lichtenstein, D. R. (1999). A range theory account of price perception. *Journal of Consumer Research*, 25 (4): 353-368.

Jung, J. M. ve Kellaris, J. J. (2004). Cross-national differences in proneness to scarcity effects: The moderating roles of familiarity, uncertainty avoidance and need for cognitive closure. *Psychology & Marketing*, 21 (9): 739-753.

Kang, M. ve Johnson, K. (2009). Identifying characteristics of consumers who frequently return apparel. *Journal of Fashion Marketing & Management*, 13 (1): 37-48.

Ko, S. (1993). The study of impulse buying of clothing products. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Seoul National University, Department of Consumer Science, Seoul.

Kurtuluş, K. (1998). *Pazarlama araştırmaları*. (6. Baskı). İstanbul: Avcıol Basım Yayım.

Lee, S. Y. (2012). The effect of scarcity on product evaluation. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. McGill University, Desautels Faculty of Management, USA.

Lowson, B., King, R. ve Hunter, A. (1999). *Quick response: Managing supply chain to meet consumer demand*. New York: John Wiley & Sons.

Lynn, M. (1992). Scarcity's enhancement of desirability: The role of naive economic theories. *Basic & Applied Social Psychology*, 13 (1): 67-78.

Moore, C. ve Fernie, J. (2004). Retailing within an international context. *International Retail Marketing*, 32 (8): 3-37.

Packard, V. (1960). *The Waste Makers*. Harmondsworth: Pelican.

Park, E. J., Kim, E. Y. ve Forney, J. C. (2006). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10 (4): 433-446.

Park, J. H. ve O'Neal, G. (2000). Factors and post-purchase evaluation of apparel impulse buying. *International Textiles and Apparel Association (ITAA) Proceedings*. <http://cdm16001.contentdm.oclc.org/cdm/search/collection/pl6001coll5>, (21.01.2014).

Parker, J. R. ve Lehmann, D. R. (2011). When shelf-based scarcity impacts consumer preferences. *Journal of Retailing*, 87 (2): 142-155.

Phau, I. ve Lo, C. (2004). Profiling Fashion Innovators: A study of self-concept, impulse buying and internet purchase intent. *Journal of Fashion Marketing & Management*, 8 (4): 399-411.

Piron, F. (1991). Defining impulse purchasing. *Advances in Consumer Research*, 1 (18): 509-514.

Reinach, S. S. (2005). China and Italy: Fast fashion versus prêt a porter- Towards a new culture of fashion. *Fashion Theory*, 9 (1): 43-56.

Rook, D. W. ve Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22 (3): 305-313.

Sefai, M. S. (2011). Tedarik zinciri ve analizi yöntemlerinin bir hazır giyim ağına uygulanması. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Baheşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Suri, R., Kohli, C. ve Monroe, K. B. (2007). The effects of perceived scarcity on consumers' processing of price information. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35 (1): 89-100.

Szybillo, G. J. (1973). The effects of price and scarcity on the valuation of fashions by fashion opinion leaders and non-opinion leaders. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Purdue University, Consumer Psychology Department, Lafayette.

Tokatli, N. (2008). Global sourcing: Insights from the global clothing industry- the case of Zara, a fast fashion retailer. *Journal of Economic Geography*, 8 (1): 21-38.

Ünal, S. (2008). *İçgüdüsel alışveriş*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Wang, J., Jing, Y., Zhang, C. ve Zhao, J. (2009). Review on multi-criteria decision analysis aid in sustainable energy decision-making. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 13 (1): 2263-2278.

Wu, C. ve Hsing, S. S. (2006). Less is more: How scarcity influences consumers' value perceptions and purchase intents through mediating variables. *Journal of American Academy of Business*, 9 (2): 125-132.

Youn, S. ve Faber, R. J. (2000). Impulse buying: Its relation to personality traits. *Advances in Consumer Research*, 27 (1): 179-185.

Yayın Geliş Tarihi: 12.02.2014
Yayına Kabul Tarihi: 17.02.2015
Online Yayın Tarihi: 16.03.2015
<http://dx.doi.org/10.16953/deusbed.62106>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 16, Sayı: 4, Yıl: 2014, Sayfa: 607-637
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

YÜKSEK PERFORMANSLI İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ UYGULAMALARI, PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME VE DUYGUSAL BAĞLILIK ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ: TEKSTİL SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Hüseyin YILMAZ*
Atila KARAHAN**

Öz

Bu araştırmanın amacı, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarının psikolojik güçlendirme ve örgütsel bağlılık üzerine etkilerinin incelenmesidir. Araştırma kapsamındaki bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler, korelasyon ve regresyon analizleri ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma ile yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarından kapsamlı eğitim verilmesi, duyarlılık içerisinde personel seçimi, katılım ve iletişimin teşvik edilmesi ile içsel kariyer fırsatları sunulmasının psikolojik güçlendirmeyi %1 anlamlılık düzeyinde ve pozitif yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Elde edilen araştırma sonuçları, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarının, duygusal bağlılık üzerindeki etkisinin psikolojik güçlendirme üzerindeki etkisinden daha kuvvetli olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları, Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları, Psikolojik Güçlendirme, Duygusal Bağlılık.

HIGH PERFORMANCE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT PRACTICES, PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AND ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL COMMITMENTS: A RESEARCH IN TEXTILE SECTOR

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effects of high-performance dimensions of human resources management on psychological empowerment and organizational commitment. The relationship between dependent and independent variables in the study were tried to be introduced with correlation and regression analyzes. Research has reached that providing comprehensive training about high-performance human resource management dimension, the selection of staff in sensitivity, participation and communication by promoting internal career opportunities for the provision of psychological empowerment have 1% significance level and a positive impact. The

* Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, huseyin.yilmaz@usak.edu.tr

** Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, atiharahan@hotmail.com

research results obtained that the impact of human resource management dimensions of a high performance on the emotional commitment is stronger than the impact of psychological empowerment reveals.

Keywords: *Human Resources, High Performance Human Resource, Management Practices, Psychological Empowerment, Emotional Engagement.*

GİRİŞ

Son yıllarda akademisyenler ve iş adamları, etkili insan sermayesi yönetiminin örgütsel performans için önemli olduğunu giderek daha çok kabul etmektedirler. Özellikle stratejik insan kaynakları yönetimi konusunu araştıran yazarlar, performans ve bağlılığa odaklanmış insan kaynakları uygulamalarının örgütsel etkinliği arttırmak amacıyla kullanılabileceğini ileri sürmektedirler (Becker ve Gerhart, 1996: 801). Son dönemdeki birkaç ampirik araştırma, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, iş tatmini, duygusal bağlılık, hizmete odaklı vatandaşlık davranışları, işten ayrılma niyeti ve sosyal etkileşim gibi çalışan tutum ve davranışları ile doğrudan etkili olduğunu desteklemektedir (Bowen ve Ostroff, 2004: 215). Bowen ve Ostroff (2004: 213). Yaptıkları bir çalışmada, öncelikle aynı düzeydeki yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ve örgütsel etkinlik (işgücü devir oranı, verimlilik ve aktif devir oranı gibi) arasındaki doğrudan ilişkilere odaklanmışlardır. Wei ve diğerleri (2010: 1644), 11 imalat işletmesinde çalışan 567 personelden elde ettikleri verilerle gerçekleştirdikleri çalışmada, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının yalnızca iş tatmini ile ilişkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Guthrie (2001: 188), yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, çalışanlara bilgi, beceri, tolerans, bağlılık ve motivasyon sağladığını ifade etmektedir. Bu uygulamalar, çalışanların takım halinde işgörüme yeteneklerinin desteklenmesini ve işe ilişkin daha geniş sorumlulukların tanımlanması ile sonuçlanmaktadır. Böylece, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları örgütsel vatandaşlık davranışı için bir aşama oluşturmaktadır. Diğer taraftan yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları aracılığıyla, lider-üye değişim teorisine dayalı olarak çalışanların becerilerinin geliştirilmesi, kendi kendini yönetmelerinin sağlanması ve onların motive edilmelerini amaçlayan bir dizi uygulama ile organizasyon için oldukça değerli olduklarına işaret edilmektedir (Whitener, 2001: 521).

Güçlendirme konusu, son dönemlerde akademisyenlerin ve iş dünyasının ilgisini çeken önemli konular arasında yer almaktadır. Kavram olarak güçlendirme, örgütteki çalışanların yaptıkları işler konusunda tek başına düşünebilmeleri ve üstlerinden işleri yapmalarına ilişkin aldıkları emirlerin ötesine geçebilmeleri ile ilgili motive edici bir unsur olarak nitelendirilmektedir (Laschinger vd., 2004: 527). Güçlendirme konusu ile ilgili literatüre bakıldığında yapısal ve psikolojik olarak iki ayrı kavram halinde araştırma konusu yapıldığı anlaşılmaktadır (Spreitzer, 1995; Spreitzer vd., 1997).

Yapısal yaklaşımın öncülerinden birisi olan Kanter bir örgütün sahip olduğu karakteristik özelliklerin güçlendirme olgusunun sınırlarını şekillendirdiğini ileri sürmektedir. Güçlendirme ile ilgili olarak ortaya konulan yapısal yaklaşım, gücün oransal olarak kendisinden daha güçlü olandan daha az güç sahibi olana doğru aktarılmasını sağlayan gücü elinde bulunduranın davranışlarına odaklanırken, kendilerine güç aktarılan çalışanların psikolojik durumuna ise değinilmemektedir (Menon, 2001: 156). Psikolojik güçlendirmenin motivasyonel boyutunu ortaya koyan Conger ve Kanungo (1988: 474), psikolojik güçlendirme kavramının gelişmesinde etkili olmuştur. Yazarlara göre güçlendirme, güçsüzlüğü pekiştiren durumları belirleme ve bunları ortadan kaldırma konusunda çalışanlara öz yeterlilik inancı kazandıran bir süreçtir. Bir başka yazara göre psikolojik güçlendirme, örgütteki güçlendirme çabalarının başarılı olması amacıyla çalışanların deneyim kazanması gerekli olan psikolojik bir durum biçiminde tanımlanmaktadır (DeCicco vd., 2006: 49). Psikolojik güçlendirmenin yapı ve geçerliliğine odaklanan Spreitzer (1995: 1453), güçlendirmenin sürekli bir değişken olduğunu, çalışanlardan bazılarının az bazılarının da neredeyse hiç güçlendirilmemiş şeklinde bir algılamaya sahip olduğunu ifade etmektedir. Spreitzer (1997: 39) ise güçlendirilen çalışanların kendilerini işlerinde daha başarılı bulduklarını ve birlikte çalıştıkları arkadaşlarıyla daha etkili biçimde değerlendirdiklerini kanıtlamıştır.

Jacques ve Clement (1994: 35)'e göre örgütsel bağlılık, özellikle iş tatmini ve işten ayrılma niyeti gibi çalışan tutum ve davranışlarını daha da önemli duruma getirmektedir. Örgütsel bağlılık özellikle inovasyon, yüksek performans ve değişim odaklı bir kültür ortaya koymasında kritik bir nitelik taşımaktadır. Yönetici ve örgüt çalışanlarının tasarlanan vizyon yönünde kendilerine verilen rollerin üstesinden gelmeleri onların örgüte karşı bağlılıkları düzeyinde söz konusu olmaktadır. Tüm bu süreçte, örgütsel bağlılığın oluşturulmasında çalışana odaklanan ve olumlu bir bakış açısının önemli olduğu anlaşılmaktadır (Jacques ve Clement, 1994: 35). Örgütsel bağlılığa ilişkin boyutlardan birisini ifade eden duygusal bağlılık, çalışanların örgüte yönelik olarak hissettikleri en güçlü bağlılık türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Duygusal bağlılık, çalışanların içerisinde faaliyet gösterdikleri örgüte ilişkin belirlenen amaçları, vurgulanan değerleri kabullenme, söz konusu örgüt içinde gelecekteki kariyer basamaklarını tırmanmaya devam etme ve örgütte kendisinden beklenen çaba ve gayretleri ortaya koymaya istekli olunmasını ifade etmektedir. Örgütsel bağlılık davranışı, çalışanların kişisel (çalışanların yaşı, cinsiyeti, deneyim süreleri, onların pozitif veya negatif bir duygusallık içerisinde olmaları ya da içsel odaklı veya dışsal odaklı bir kontrol yönelimi göstermeleri) ve örgütsel (örgütteki işlerin tasarlanması ile yöneticilerin sergiledikleri liderlik tarzı) gibi örgütsel değişkenlerin etkisi altındadır. Örgütsel bağlılık konusunda günümüze kadar yapılan çalışmalarda örgüte olan bağlılığın, işgücü devir oranının düşük bir düzeyde olması, devamsızlık oranının düşük bir seviyede seyretmesi, işe geç kalma oranının düşük bir seviyede olması ile bireysel

iş performansının artmasıyla pozitif düzeyde ilişkili olduğunu ortaya koydukları anlaşılmaktadır (Luthans, 1992: 125).

LİTERATÜR TARAMASI VE ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİNİN TANIMLANMASI

Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları

Yüksek performanslı çalışma sistemi günümüzün karmaşık rekabet ortamında rekabet avantajı kaynağı olarak giderek daha çok ilgi çekmektedir. Yüksek performanslı insan kaynaklarının amacı, örgüt içindeki çalışanlara yardım ederek şirket performansının artırılmasını sağlamaktır (Armstrong, 2000). Bugüne kadar yapılan çeşitli araştırmalarda, bilinen insan kaynakları uygulamalarının benzer nitelikler taşıdığı ortaya konulmasına karşılık, yüksek performanslı insan kaynakları yaklaşımının çalışanların örgütsel hedeflerle tutarlı davranışlar sergilemeleri için yeteneklerini geliştirmeye, onları motive etmeye ve kendilerine yeni fırsatlar sunmaya odaklı olduğu anlaşılmaktadır. Sözü edilen ortak özellikler ve uygulamalar şunlardır (Way, 2002: 765):

i. *Çalışanların yeteneklerini geliştiren uygulamalar (ability-enhancing practices)*: Özellikle işe eleman alımında yararlanılan testler, yapılandırılmış mülakatlar, işe alınacakları seçme, yüksek ödemeler, eğitim ve yetiştirme fırsatları gibi çalışanların yeteneklerini geliştirmeye dönük uygulamalardır.

ii. *Çalışanların motivasyonunu arttıran uygulamalar*: Kişisel veya grup performans sonuçlarına dayalı olarak verilen ödüller, resmi performans değerlendirme mekanizmaları ve liyakate dayalı terfi sistemleri;

iii. *Çalışanlara verilen fırsatları arttırıcı uygulamalar*: Formel katılım süreçleri, düzenli iletişim ve bilgi paylaşma çabaları ile işle ilgili kararlar alma konusunda otonomi sağlanması.

Bamberger ve Meshoulam (2000), yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının üç ana kısımdan oluştuğunu ifade etmektedir: (1) personelin seçimi, yetiştirilmesi (daha kapsamlı ve genel beceri eğitimi), çalışan mobilitesi (örneğin, daha geniş kariyer yolları, işletme içinden terfi gibi) ve iş güvencesi sağlanması; (2) performans değerlendirme (belirli uzun dönemli hedeflere odaklı değerlendirme), ödüllendirme ve başka yararlar sağlanması gibi kapsamlı ve açık-uçlu ödüller gibi değerlendirme ve ödüller; (3) İş tasarımı (daha geniş iş tanımları, esnek iş görevleri) kararlara katılmanın teşvik edilmesi.

Bamberger ve Meshoulam'a (2000) göre, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları, üç ana boyuttan oluşmaktadır. Bunlar: seçici bir kadrolama, eğitim (daha yoğun, genel beceri eğitimi gibi), çalışan hareketliliği (örneğin, geniş kariyer yolları, firma içerisinde terfi gibi) ve iş güvencesi sağlanması; (2) performans değerlendirme (belirli bir biçimde uzun dönemli, sonuçlara odaklı değerlendirme), kapsamlı, açık-uçlu ödüller gibi ödüllendirme ve

diğer yararları içerisine alan değerlendirme ve ödüllendirme; (3) iş tasarımı (esnek iş görevleri, daha geniş iş tanımları gibi) ve kararlara katılımın teşvik edilmesini de kapsayan istihdam ilişkileri kurulması.

Özellikle stratejik insan kaynakları yönetimi konusuyla ilgilenen araştırmacılar, insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, çalışanların tavır ve davranışları üzerinde onların deneyimleri ve algılamaları oranında etkili olduğunu ileri sürmektedirler. Aynı şekilde yapılan bir başka çalışmada, çalışanların insan kaynakları uygulamalarına ilişkin algılarının yönetimin konuya ilişkin uygulama sırasında hazırladığı raporlardan oldukça farklı olduğu ortaya çıkmıştır (Liao vd., 2009: 379). Dolayısıyla, insan kaynakları ile örgütsel performans arasındaki neden-sonuç ilişkisinin başlangıcına ilişkin atılan adımların anlaşılması konusunda, önceki dönemde yapılan araştırmalarla, çalışan başarısı konusundaki yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının yöntemsel olarak tutarlılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Buna ilave olarak, çalışanların tutum ve davranışlarına ilişkin sonuçları belirlemede insan kaynakları uygulamalarına ilişkin algılamalarının rolünü değerlendirmeye gereksinim olduğu görülmektedir (Nishii vd., 2008: 503).

Bir örgütün imkânları ve yetenekleri onun değer yaratma araçlarını oluşturur. Örgütler, insan sermayesini rekabet avantajı kaynağı haline getirme yönünde tasarlanmalıdır. Yüksek performanslı insan kaynakları uygulamaları, çalışanların daha fazla çaba göstermeleri için onların motive edilmeleri, kararlara katılmalarının sağlanması ve sahip oldukları becerilerin geliştirilmesine yönelik temel bir dizi faaliyetler topluluğudur. Örgütlerde inovasyonu arttırmak için insan kaynakları yönetimi uygulamalarının yaratıcılığa ve yeni bilgi üretilmesine olanak sağlaması ve sahip olunan becerilerin ise örgütsel yaratıcılığa katkıda bulunması gerekir. Diğer taraftan örgütler, iş yerinde yeni fikirlerin uygulanmasını destekleyen ve teşvik eden bir çalışma ortamını sağlamaya gerek duyarlar. İnovasyonun, bilginin yaratılması, dağıtılması ve uygulanması süreçlerinin yönetiminde yerinde insan kaynakları yönetimi uygulamalarının olduğu bir faaliyet ortamında sürdürülerek teşvik edilebileceği ileri sürülmektedir (De Kok vd., 2006: 4457).

Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının ana görüşü şirketin, karar alma yetkisini konu hakkında bilgiye sahip olanlara devrederek, çalışanların bilgi ve becerilerini daha etkili olarak kullanarak ve çalışanları daha fazla iş yapmaya teşvik ederek rekabet maliyetleri aynı şekilde devam etse de daha yüksek esnekliğe, daha iyi ürün kalitesine ve daha üstün performansa ulaşmasının sağlanmasıdır. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının varsayımı, “kazan-kazan” yönteminden yalnızca işverenlerin yararlanmayacağı fakat aynı zamanda, ücretlerin ve iş tatmininin artmasıyla çalışanlarında yararlanacaklarıdır. En iyi uygulamaları savunanlar, belirli insan kaynakları yönetimi uygulamalarının en iyi sonuçları elde etmek isteyen her organizasyona uygun olduğunu ifade etmektedirler. Sözü edilen

uygulamaların tümü bir arada, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi olarak bilinmektedir. Delaney ve Huselid (1996: 957) en iyi uygulamaların, nihayetinde örgütsel performans artışıyla sonuçlanacak olan örgüt içindeki çalışanların performansının kapsamlı şekilde iyileştirilmesini amaçladığını ifade etmektedirler.

Huselid (1995: 649), örgütsel bağlılığın insan kaynakları yönetimi uygulamaları içerisinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Beceri düzeyi yüksek ve kendisini mesleğine adanmış olan çalışanlar, kazan-kazan durumuyla örgütün performansının artmasını sağlarlar. Çalışanların örgüte karşı bağlılıklarının artması, eğitim ve geliştirme gibi alanlarda işverenden karşılık görmelerinde etkili olur. Ampirik çalışmalar, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarını ve bunların örgütlere olan etkilerini ortaya koymuştur.

Psikolojik Güçlendirme

Örgüt araştırmacıları, alt düzeylerde çalışan personelin bilgi ve kaynaklara erişimini kolaylaştırarak üst yönetim düzeylerinden alt kademe yönetim düzeylerine karar alma yetkisinin devredilmesi de dahil güçlendirme yönetimi uygulamaları konusuna odaklanmışlardır (Bowen ve Lawler, 1992: 35). Son dönemde Thomas ve Velthouse (1990: 673), çalışanların içinde buldukları duruma göre kendilerine sağlanan katkılar (psikolojik güçlendirme) ve işleriyle ilgili olarak yerine getirmeleri gereken yükümlülükler arasındaki farkı oluşturan güçlendirme konusunda yeni alternatif perspektifler araştırılması gerektiğini ileri sürmüştür.

Benzer olarak Conger ve Kanungo (1988: 477), yönetim uygulamalarının, tek başına bir algılar setini ifade ettiğini ve söz konusu uygulamaların çalışanların güçlendirilmelerini sağlayacağını fakat bunların mutlaka güçlendirmeyi sağlayacakları anlamına gelmediğini söylemişlerdir. Son zamanlarda az sayıda araştırma güçlendirmenin psikolojik boyutuna odaklanarak kişisel olarak güçlendirme konusunu ele almıştır. Bununla birlikte birçok yazar, güçlendirmenin temelinde çalışanlara güçlendirme sırasında yerine getirmiş oldukları sorumluluklarını ihmal etmeden onların belirli görevleriyle ilgili faaliyetler üzerinde daha fazla özgürlük verilmesi olduğunu kabul etmektedirler (Schlessinger ve Heskett, 1991: 23).

Spreitzer (1995: 1456) güçlendirmenin geçerliliğine ve psikolojik güçlendirmenin yapısına odaklanmıştır ve yine bu yazara göre güçlendirme, çalışanların güçlendirilmesi veya hiç güçlendirilmemesinden ziyade az-çok güçlendirilebildiği sürekli bir değişken olarak karşımıza çıkar. Araştırmacılar, kendilerini daha etkili olarak gören çalışanların iş arkadaşları tarafından da etkili olarak algılandıklarını kanıtlamışlardır.

Chow ve diğerlerine (2006) göre psikolojik güçlendirme ile birlikte, örgütte görev yapan çalışanların, kendilerine olan güven düzeylerinin yükselmesi, kişisel gelişim konusunda istekli olmaları, önlerinde yeni fırsatlar olduğunu

anlamaları, işlerine ilişkin öz yeterliliklerinin artması, problemlerin çözümü hakkında sorumluluk üstlenmeleri, yaptıkları işler hakkında karar almaya istekli olmaları ve örgütün müşterilerine daha kaliteli hizmet vermeye odaklanmaları mümkün olmaktadır (Chow vd., 2006: 484).

Brymer (1991: 64), güçlendirmeyi, çalışanlara kendilerine özgü bir otonomi sağlayan ve yöneticilere daha fazla güven duymalarını sağlayan merkezi olmayan bir karar alma süreci olarak tanımlamışlardır. Güçlendirme kavramını ilk kez ortaya atan Conger ve Kanungo'ya (1988) göre güçlendirme, çalışanlara kendi kendilerine yarar sağlayan bir motivasyon aracı olarak onların yaptıkları işler ve bu işler kapsamında yerine getirmiş oldukları rolleriyle ilgili algılamalarıdır. Yazarlara göre güçlendirme, içsel bir motivasyon aracıdır. Thomas ve Velthouse (1990: 669), güçlendirmenin tek bir kavramla ifade edilemeyeceğini ve birden çok boyutu olan bir kavram olduğunu ifade etmişlerdir. Söz konusu yazarlara göre güçlendirme, bireylerin işlerine ilişkin rollerine uyum düzeyini yansıtan, dört boyutlu bir algılar seti olarak onların içsel motivasyonlarını arttırmaktadır. Sözü edilen boyutlar: anlam, yetkinlik, özerklik ve etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu boyutlar aşağıda sırasıyla açıklanmaktadır.

i. Anlam: Bireyin kendi idealleri veya standartlarıyla ilgili yargıda bulunduğu yerine getirdiği işe ilişkin amaç veya hedefin değeridir (Thomas ve Velthouse, 1990). Anlam, çalışanın yerine getirdiği işe ilişkin gereklilikler ile bu iş sırasında oynamış olduğu rol, sahip olduğu inançlar, değerler ve davranışlar arasındaki uyumu kapsamına alır (Spreitzer, 1995: 1443).

ii. Yetkinlik: Yetkinlik, çalışanın sahip olduğu becerilerin kendisinde olduğuna ilişkin inancıdır. Yetkinlik, çalışanın inançları, kişisel uzmanlığı veya çaba-performans beklentisine paralel olarak karşımıza çıkar. Yetkinlik konusunda yeterli inanca sahip olan çalışan, yerine getirdiği iş konusunda en yüksek performans düzeyini sergilemeye çaba gösterecektir. Bu boyut, kapsamlı bir yarar sağlamaktan ziyade kendine özgü bir iş rolüne odaklanıldığı için yetkinlik olarak isimlendirilmiştir (Spreitzer, 1995: 1443).

iii. Özerklik: Özerklik, yetkinliğin davranışa ilişkin ustalık olduğu bir durumda seçim yapma, girişimde bulunma ve eylemleri düzenlemede sahip olduğu tercih etme duygusudur. Seçim yapma, süreçleri (örneğin, iş yöntemleri, hız ve çaba konusunda karar alma örnekleri) işe ilişkin davranışları devam ettirme ve gerekli eylemleri başlatma konusunda sahip olunan özerkliği yansıtır (Spector, 1986: 1012).

iv. Etki: Etki, çalışanın iş konusundaki stratejik, yönetsel veya operasyonel sonuçları etkileyebilme derecesidir. Etki, öğrenilmiş çaresizliğin tersidir. Öte yandan etki, kontrol alanından farklıdır. Oysa etki, işin yapıldığı ortamın etkisi altındadır. İçsel kontrol alanı ise ortaya çıkan durumlara direnç gösterilen küresel kişilik özelliğini ifade eder (Wolfe ve Robertshaw, 1982: 721).

Psikolojik güçlendirme, dört boyut olarak (anlam, yetkinlik, seçim ve etki) karşımıza çıkan motivasyonel bir yapı olarak ifade edilmektedir. Bunların tümü bir arada, bir işin yerine getirilmesine yönelik bir role pasif olmaktan ziyade aktif biçimde uyum sağlanmasını yansıtır. Burada uyum kavramıyla kastedilen durum, bir işin veya buna ilişkin bir rolün yerine getirilmesinde etkili olabilecek çalışanın hisleri ve arzuları ile söz konusu olan uyumdur. Söz konusu boyutlar, psikolojik güçlendirmeye ilişkin kapsamlı bir yapı yaratılmasında birbirlerine bağlı şekilde bir arada olmalıdırlar. Başka bir deyişle, bunlardan herhangi birisinin olmaması veya tamamen eksik olmasa da güçlendirmenin tam olarak hissedilmesini olumsuz etkileyecektir. Böylece bu dört boyut, psikolojik güçlendirmenin anlaşılması için hemen hemen yeterli kabul edilen ve algılamalar seti şeklinde nitelendirilen boyutlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Thomas ve Velthouse, 1990).

Çalışanların güçlendirilmediği bir işyeri ortamında yöneticilerin çabaları belirlenen amaçlara erişilmesinde yetersiz kalacaktır. Çalışanların hem üstleri hem de astları tarafından takdir edildiğinin farkında olması ve özellikle bireysel performansına önem verildiğini algılaması onu işletme amaçları doğrultusunda daha çok çaba göstermeye yöneltecektir. Güçlendirilen çalışanlar, işlerini planlama, uygulamaya geçirme ve değerlendirmede kontrol ve güç sahibi olduklarını hissedeceklerdir. Psikolojik güçlendirme konusuyla ilgili olarak araştırma yapan yazarlar, güçlendirme sürecini çalışanlar açısından değerlendirmekte ve güçlendirme kavramının çalışanlarca bizzat algılanmasının kritik bir önem taşıdığını ifade etmektedirler. Çalışan personelin çalıştığı iş ortamını ve algılama şekli güçlendirme süreci üzerine etki etmekte ve çalışanların kendilerinin güçlendirildikleri konusunda bir algılama meydana gelmezse yapısal olarak arzu edilen güçlendirmenin ortaya çıkmayacağı ileri sürülmektedir (Spreitzer, 1995: 1444).

Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Örgütsel Bağlılık Unsurlarından Duygusal Bağlılık

Mowday ve diğerleri (1982) örgütsel bağlılığı, belirli bir örgütle ilişki içindeki bireyin örgütle özdeşleşmesinin göreceli oranı olarak tanımlayıp, örgütsel bağlılıkla ilişkisi olan üç faktörü şöyle açıklamışlardır: (1) bir örgütün hedef ve değerlerini kabullenmeye karşı güçlü bir inanç; (2) örgüt adına önemli bir çaba göstermeye istekli olma; ve (3) örgütteki üyeliğini devam ettirme konusunda güçlü bir arzuya sahip olma. Başka bir deyişle örgütler çalışan bağlılığından, (1) çalışanlar her gün işlerine gitmek için sabırsız bir beklenti içinde olduklarından ve bağlılık sahibi çalışanlar bağlılık göstermeyen çalışanlardan daha iyi motive olduklarından; (2) bağlılık sahibi çalışanlar, şirketin çıkarına davranış içinde olduklarından; ve (3) bağlılık içerisindeki çalışanlar, kendi arzularıyla örgütten ayrılmadıklarından onlardan yarar sağlayabilirler (Koch ve Steers, 1978: 124). “Şirketinize sadık olursanız, şirketiniz de size sadık olur” sözü eskilerden gelen değişmez bir ilkeyi sembolize ettiği gibi çalışanların kendilerini istihdam eden örgütlerindeki davranışları ve ona karşı takındıkları karmaşık tavrı ifade etmektedir

(Mowday vd., 1982). Örgütsel bağlılık, çalışanların örgüte bağlanmalarını ve belirli bir hedefe yönelmelerini sağlayan ve farklı şekillerde ortaya çıkan bir akıl seti olarak onların işten ayrılma oranını azaltan psikolojik bir durumdur (Meyer ve Herscovitch, 2001: 317).

Örgütsel bağlılık, çalışanın örgütsel hedefleri destekleme konusuna odaklanması durumunda ve bu konuda aktif bir şekilde örgütle işbirliğine girmeye karar verdiğinde ortaya çıkmaktadır. Benzer biçimde örgütsel bağlılık, çalışanın içerisinde yer aldığı gruba yönelik beslediği bir his ve duygulanma durumu olarak tanımlanabilir (Kanter, 1968: 511). Sheldon'a (1971: 149) göre örgütsel bağlılık, çalışanın kimliğini örgütle ilişkilendiren veya aralarında bağ kurulmasına etki eden bir tutum veya odaklanma olarak tanımlamıştır. Reichers (1985) bağlılığı, örgüt üyeliği ile bir arada olan ve örgütün dağıttığı ödüllerle ortaya çıkan maliyetlerin bir fonksiyonu olarak nitelendirmektedir (Reichers, 1985: 468).

Mowday ve diğerleri (1982), çalışanların görev aldıkları örgütlerin hedef ve değerleriyle uyum içinde olduklarını düşündükleri bir akıl seti olarak karşımıza çıkan tutumsal bağlılıkla onların içinde yer aldıkları bireysel bir süreç olan davranışsal bağlılık arasında bir fark olduğunu altını çizmişlerdir. Bir örgüt içinde geçmişte sergilenmiş olan davranışlar, çalışanların örgüte bağlanmasında etkili olur. Tutumsal ve davranışsal bağlılığın bir arada bir bütün olarak ortaya konulması, çok boyutlu örgütsel bağlılık modelini kavramsallaştıran Meyer ve Allen (1991: 77) tarafından gerçekleştirilmiştir. Meyer ve Allen'in (1991) üç unsurdan oluşan örgütsel bağlılık modeli, başlangıcından bu yana önemli bir popülerlik kazanmıştır.

Meyer ve Allen (1991) çalışanların örgüte olan bağlılıklarının, onların örgütteki üyeliklerini devam ettirme arzusunu ve zorunluluğunu yansıttığı sonucuna varmışlardır. Bu nedenle bağlılık, kendisini bir örgüt içinde üç farklı şekilde gösterir. Bunlardan duygusal bağlılık, çalışanların örgüte üye olmaktan hoşlanmaları ve örgüt içinde yer alarak onunla işbirliğine gitme derecesi ile ilgilidir. Duygusal bağlılık hisseden çalışanlar, örgütte kalmaya devam etmek istegindedirler. Devam bağlılığı, çalışanın örgütten ayrılma durumunda mahrum kalacağı bir takım faydalara dayalı olarak kişinin örgüte olan bağlılığını ifade eder. Normatif bağlılık ise çalışanların bir örgütte çalışmaya devam etme konusunda duydukları ahlâki bir yükümlülük hissi olarak karşımıza çıkmaktadır. Normatif olarak bağlılık içindeki çalışanlar, örgütsel sosyalizasyon, karşılık verme ihtiyacı ve borçluluk duygusu gibi nedenlerle örgütte kalmaya devam etmeleri gerektiği duygusunu taşırlar (Meyer ve Allen, 1991: 89).

Meyer ve Allen (1997), duygusal bağlılık konusunun gelişimine ilişkin üç önemli kaynak olduğunu belirtmektedir. Bunlar örgütsel özellikler, kişisel özellikler ve iş deneyimidir. Yapılan çalışmalarda, cinsiyet, deneyim ve diğer kişisel özelliklerin örgütsel bağlılıkla ilişkili olduğu ortaya konulmasına rağmen sözü edilen çalışmalarda örgütsel bağlılık, çok boyutlu bir yapı içinde değil basit bir yaklaşımla ölçülmüştür. Mottaz (1988), yaş ve eğitim gibi demografik

değişkenlerin örgütsel bağlılık üzerinde çok az bir etkisi olduğunu kaydetmiştir. Aynı şekilde Meyer ve Allen de (1997) kişisel özelliklerin (yaş, cinsiyet ve deneyim gibi) demografik değişkenlerle ölçülebileceğini ve mizaçla ilgili değişkenlerin (kişilik ve değerler gibi) duygusal bağlılıkla çok az bir ilişkisi olduğunu ileri sürmüşlerdir.

-Örgütsel Özellikler: Meyer ve Allen (1997), örgütsel özellikleri çalışmalarında incelemişler ve örgütsel adalet ödeme ve prosedürel adalet; stratejik karar alma ve yukarıya doğru iletişimin duygusal bağlılıkla pozitif şekilde ilişkili olduğunu göstermişlerdir (Schaubroeck vd., 1994). Konovsky ve Cropanzano (1991: 698) tarafından yapılan ve 195 laboratuvar çalışanının katıldığı bir araştırmada, örgütsel adaletin ilaç test etme programlarına dönük duygusal bağlılığın, çalışanların davranışlarını tahmin etmek amacıyla kullanılabileceği ortaya konulmuştur. Söz konusu araştırmaya katılan çalışanların, kendilerine yeni ilaç test etme politikası konusunda yeterli bilgi verilirse daha yüksek bir duygusal bağlılık sergileyecekleri tespit edilmiştir.

-İş Deneyimi: Meyer ve Allen (1997), görevin kimliği, otonomi düzeyi, işin yapıldığı şartlar, çalışanın kullandığı beceriler ve dürüstlük gibi işle ilgili özelliklerin duygusal bağlılıkla pozitif şekilde ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Duygusal bağlılığın, örgütlerdeki rol çatışması ve rol belirsizliği gibi çalışanların rolleriyle ilişkili olduğu gösterilmiştir. Bunun yanında duygusal bağlılık, yönetim ve çalışanlar arasındaki ilişkilerden de etkilenmektedir (Mathieu ve Zajac, 1990: 186).Yapılan araştırmalar, örgütsel bağlılığın, algılanan örgütsel desteğe katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır. Çalışanlar ve liderler ile ilgili faktörler de örneğin yöneticinin desteği, dönüşümcü liderlik, etkileşimci liderlik, lider-üye değişimi ve çalışan güçlendirme gibi duygusal bağlılıkla ilişkili bulunmaktadır (Ugboro, 2006: 232).

Bunun yanı sıra, iş tatmininin de duygusal bağlılıkla pozitif şekilde ilişkili olduğu bulunmuştur. Duygusal bağlılığı güçlü olan çalışanlar, zayıf olanlardan daha çok çalışmakta ve daha iyi performans göstermektedirler (Meyer ve Allen, 1997). Yapılan bir dizi çalışmada duygusal bağlılığın, işe ilişkin gösterilen çaba ve performansla pozitif biçimde ilişkili olduğu bulunmuştur (Vandenberghe vd., 2004). Diğer taraftan duygusal bağlılığın, işten ayrılma niyeti, devamsızlık ve çalışan devir hızıyla negatif şekilde ilişkilidir (Ugboro, 2006; Vandenberghe vd., 2004: 58).

Örgütsel bağlılık ve özellikle duygusal bağlılık konusu, örgütsel bilimlerde kapsamlı bir şekilde incelenmektedir. Duygusal bağlılıkla ilgili olarak onun öncülleri (algılanan örgütsel destek ve çalışan güçlendirme) ve sonuçları (devamsızlık, işgücü devir oranı ve performans) araştırılmıştır. Örneğin, örgütsel desteğin duygusal bağlılıkla pozitif şekilde ilişkili olduğu bulunmuştur (Lee ve Peccei, 2007: 682).

Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları, Psikolojik Güçlendirme ve Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Araştırmalar

Dyer ve Reeves (1995), insan kaynakları yönetimi uygulamalarının sonuçlarını; çalışanlar, örgütsel, finansal ve pazar boyutu olarak dört grup içerisinde ele aldılar. Söz konusu yazarlar, insan kaynakları yönetimine ilişkin bu uygulamaların dışı doğru etkiler yarattığını ortaya koydular. İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarının çalışanlar açısından ortaya çıkardığı etkiler, devamsızlık ve devir hızı gibi davranışsal tepkilerin yanı sıra iş tatmini ve bağlılık gibi duygusal tepkilerden oluşmaktadır. Örgütsel sonuçlar öncelikle kalite, verimlilik ve müşteri tatmini gibi operasyonel performans ölçülerine odaklanmaktadır. Kârlılık gibi finansal sonuçlar, örgütlerin bir sonraki nedensel zincirinde izlenmesi gereken adımları temsil etmektedir. Nihayet pazarla ilgili sonuçlar, hisse senedi fiyatına dayalı olan örgütlerin piyasa değerini ifade eden ölçülerden oluşmaktadır (Dyer ve Reeves, 1995: 656).

Becker vd. (1997) insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, operasyonel ve nihayetinde finansal piyasa sonuçlarına göre çalışmalarına odaklanması gereken, yaratıcılık, verimlilik ve isteğe bağlı çaba gibi davranışsal çıktılarla sonuçlanan çalışan becerileri, motivasyon ve iş tasarımı doğrultusunda faaliyetlere yönelik olması gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Bundan dolayı sözü edilen yazarlar, insan kaynakları yönetimi uygulamalarının en yakın sonuçlarının belirlenmesi amacıyla en çok duygusal olarak tahmin edilmesi gereken çalışan sonuçlarının incelenmesi üzerinde durulmasını önermişlerdir (Becker vd., 1997: 39).

Bazı araştırmacılar, insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri incelemişler ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, örgütsel bağlılıkla anlamlı ve pozitif şekilde bir ilişki olduğunu göstermişlerdir. Bu araştırmacıardan biri olan Browning 2006 yılında yapmış olduğu bir araştırmada araba kiralama, perakende ve sağlık kurumlarında görev yapan ön büro personeline ilişkin insan kaynakları yönetimi sistemlerinin örgütsel bağlılıkla ilişkisi olduğu ortaya konulmuştur (Browning, 2006: 1321).

Payne ve Huffman (2005: 167) yaptıkları bir çalışmada, bir insan kaynakları uygulaması olan mentorluk ve çalışan devir arası arasında örgütsel bağlılığın zamanla aracılık ilişkisine sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Stratejik insan kaynakları yönetimi konusunda çalışmalar yapan bilim adamları, insan kaynakları yönetimi uygulama sistemlerinin sürdürülebilir performans sonuçlarını bireysel iş uygulamalarından daha çok etkilediğini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda Dyer ve Reeves (1995), çalışan performansının, yetenek ve motivasyon bileşenleri olduğunda çok daha fazla etkilendiğini ifade etmişlerdir. Yazarlar özellikle performansın, çalışan motivasyonunu arttıran çok sayıda teşvik (görevlerin yerine getirilmesi konusundaki meslektaş baskısı, parasal ve parasal olmayan ödüllerin verilmesi gibi) ve gerekli çalışan becerilerinin geliştirilmesi ile sıkı seçim mekanizmaları ve çok sayıda eğitim fırsatı verilmesi gibi değişik destekleyici

uygulamalar olduğunda, büyük ölçüde en üst düzeye çıkacağını ileri sürmüşlerdir (Dyer ve Reeves, 1995).

Buna ek olarak Delery ve Doty (1996), belirli bireysel insan kaynakları yönetimi uygulamalarının diğer uygulamalara göre üstün olarak nitelendirildiğini, sistemde bir tek insan kaynakları yönetimi uygulamasının diğer destekleyici uygulamalar olmadan sürdürülebilir performans sonuçlarını etkileyen bir faktör olarak yetersiz kalacağına dikkat çekmiştir. Daha doğrusu sözü edilen yazarlar, bireysel en iyi uygulamaların sürdürülebilir başarıyı destekleyen daha üstün, daha kapsamlı evrensel insan kaynakları yönetimi sisteminin bir parçası olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Araştırmacılar, yüksek performanslı çalışma sistemleri, üst düzeyde bağlılık sağlayan insan kaynakları yönetimi modelleri ve üst düzeyde odaklı insan kaynakları sistemleri ve finansal performans olarak isimlendirilen değişik sistem ve modeller arasında tutarlı biçimde ortak özellikler olduğunu ortaya koymuşlardır. Delery ve Doty (1996: 831). Belirli insan kaynakları yönetimi uygulamaları, bağlılığa odaklanmış sistemler çerçevesi içerisinde yer alırken, yapılan çeşitli çalışmalar bu en iyi uygulama modellerinin ortak özellikleri taşıdıkları ifade edilmiştir. Özellikle bu modeller, grup ve örgüt düzeyinde performans sonuçlarını ödüllendiren ve örgütsel karar alma sürecine katılan çalışanlar için fırsatlar sunan performansa dayalı ödüllendirme planlarını kapsarlar (Arthur, 1992: 493).

McElroy (2001), Meyer ve Allen (1997), insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, örneğin işe alma, kendi-kendini yöneten takımlar/ademi merkezileşme, yüksek düzeyde ödüllendirmeyi örgütsel performansla ilişkilendirme, kapsamlı eğitim programları uygulama, statü farklılıklarını azaltma ve enformasyon paylaşımını örgüt, iş, meslek ve aynı zamanda çeşitli bağlılık davranış hedeflerine yönelik olarak duygusal bağlılık, normatif davranış ve devam bağlılığı hisleri gibi bağlılık biçimlerini güçlendirebileceğini ileri sürmüşlerdir. Bununla beraber, devam bağlılığı ve normatif bağlılıktan ortaya çıkan yan etkiler minimal düzeydedir. Yine yazarlar, çalışanların kendine değer verme, önemli olduğu hissi ile örgütsel destek duygusu yaratma, güven, adalet/dürüstlük algısı yaratması dolayısıyla örgütsel bağlılık formları ile insan kaynakları yönetimi uygulamaları arasında bir ilişki olduğunu ileri sürmektedirler (McElroy, 2001: 327).

Daha özel olarak Meyer ve Smith (2001: 331), insan kaynakları yönetimi uygulamalarının (performans değerlendirme, sağlanan faydalar, eğitim ve kariyer geliştirme) örgütsel destek ve bağlılık arasında daha yüksek düzeyde, prosedürel adaletle daha düşük düzeyde aracılık etkisine sahip olduğunu ve bunun sonucu olarak da insan kaynakları yönetimi uygulamalarının örgütsel bağlılık üzerine ne doğrudan ne de mutlak bir etkisinin olmadığını ileri sürmüşlerdir. Diğer taraftan yazarlar, insan kaynaklarını değerlendirme oranlarından bazıları ile tümüyle (performans değerlendirme) ya da kısmen (kariyer geliştirme, sağlanan faydalar) örgütsel destek arasında prosedürel adaletin aracılık etkisi olduğunu ve bundan

dolayı da prosedürel adaletin çalışanların destek algılamalarını şekillendirmede ve nihayet bağlılığın ortaya çıkmasında önemli bir faktör olabileceğini öne sürmüşlerdir.

Ogilvie (1986: 335) örgütsel bağlılığın, çalışanların terfi uygulamaları (prosedürel adalet) gibi insan kaynakları yönetimi uygulamalarına ilişkin algılamalarından güçlü biçimde etkilendiğini ifade etmişlerdir. Örgütler için insan kaynakları yönetimi uygulamaları, sırasıyla duygusal bağlılığı teşvik etmede ve çalışanların karşılıklı bağlılıklarını arttırmada ve onlarla ilgilenildiğini göstererek destek veya bağlılığı ortaya koymanın bir aracı olarak hizmet edebilir. Elde edilen bulgular, insan kaynakları yönetimi uygulamaları, çalışanlarca onlara örgütün bağlılığının kanıtı olarak görülürse çalışanların duygusal bağlılıklarına olumlu biçimde katkıda bulunabileceğini göstermektedir.

Çalışanları güçlendirmenin insan kaynaklarına otonomi ve sorumluluklar verilmesi olduğu kabul edilmektedir. İnsan kaynaklarına kendi kendini yönetme hakkının verilmesi, yöneticilere başka görev ve sorumluluklarını yerine getirmeleri için avantajlar sağlamaktadır. Güçlendirilmiş çalışanlar, örgütsel hedeflerin başarılması için yenilikçi fikirler ortaya koyma düşüncesinin ötesine geçerek çaba göstermekte ve yaptıkları işlerle daha fazla tatmin olurlar. Güçlendirmenin psikolojik yönü, güçlendirme ile ilgili çalışanların farkındalıklarının, akıl setleri ve deneyimlerine odaklanırken, geleneksel uygulamaların terk edilerek yeni bir değişim sürecinin başlatılmasını sağlar. Psikolojik olarak güçlendirilmiş olan çalışanlar, yaptıkları işlerle ve buldukları örgütle daha tatminkâr durumda olurlar. Dolayısıyla araştırmacılar, çalışanların güçlendirilmesiyle çalışan bağlılığının ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Rol belirginliği, örgüt iklimi, iş tatmini ve çalışan güçlendirme örgütsel bağlılığın öncülleri olarak belirlenmiştir. Çalışanların örgütsel bağlılığı, çalışanları güçlendirme türlerinden birisi olan ve iş tatmini, çalışan bağlılığı ve iş performansının öncüllerinden birisi olan psikolojik güçlendirme tarafından etkilenir (Patrick ve Laschinger, 2006: 17).

Psikolojik güçlendirme ve örgütsel bağlılık aynı şekilde yakından ilişkilidir. Janssen (2004: 56), psikolojik güçlendirmenin çalışanların örgütsel bağlılığını arttıracığına inanmıştır. Yapılan çok sayıda çalışma, güçlendirilmiş olduklarını hisseden çalışanların örgütlerine olan bağlılıklarını daha çok devam ettirdiklerini göstermiştir. Güçlendirilmiş çalışanlar, örgütte kalmaya daha istekli olacaklar ve yaptıkları işi ve çalıştıkları örgütü daha anlamlı biçimde etkileme kapasitesine sahip olduklarını düşüneceklerdir. Chan (2004: 42), psikolojik güçlendirmenin duygusal bağlılıkla pozitif biçimde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Çalışanların önemli olduklarının düşünüldüğü konusundaki algıları, onların inisiyatif üstlenme ve yeteneklerini geliştirmelerinin yanı sıra, örgüte olan duygusal bağlılıklarını da arttıracaktır. Yüksek kaliteli liderlik ve ast ilişkisinin analizinden ortaya çıkan sonuç, astların daha çok güçlendirilmiş olduklarını algılamalarını sağlarken çalışanların örgüte olan duygusal bağlılıkları üzerine de pozitif bir etki yapacaktır. Liden ve diğerleri (2000: 407) tarafından yapılan

çalışmalar, psikolojik güçlendirmeye ilişkin boyutların, iş karakteristikleri, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı biçimde aracılık rolü yaptığını ortaya koymuşlardır.

Üç unsurlu örgütsel bağlılık modelinin boyutlarından birisi olan duygusal bağlılık, en güçlü şekilde işle ilgili davranışlarla (devam ve örgütsel vatandaşlık davranışı gibi) ilişkilidir ve üç unsurlu örgütsel bağlılık modeli ile ilgili olarak yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu duygusal bağlılık üzerinedir. Meyer ve diğerleri (2002: 32), örgütsel bağlılık konusunda uyguladıkları meta-analizleri, temel öncüller, korelasyonlar ve örgütsel bağlılığın sonuçlarına dönük olarak yaptıkları çalışmada, duygusal bağlılığın örgütsel destekle ($\rho = .63$), etkileşimsel adalet ($\rho = .50$) ve dönüşümcü liderlikle ($\rho = .46$) pozitif şekilde ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Yazarların Kuzey Amerikalı çalışanlar arasında yaptıkları çalışmada rol belirsizliğinin duygusal bağlılıkla negatif bir ilişki içinde olduğu ($\rho = -.39$) ve iş tatmininin örgütsel bağlılıktan farklı bir yapı arz etse de duygusal bağlılıkla anlamlı bir ilişkisinin olduğu ($\rho = .65$), yine işe bağlılık ($\rho = .53$) ve mesleki bağlılığın ($\rho = .50$) duygusal bağlılıkla pozitif şekilde ilişkili bulunduğu ortaya konulmuştur. Yine aynı yazarlar, düşük devir oranı algılamaları ile duygusal bağlılığın sonuçlarını ($\rho = .56$) ve örgütsel vatandaşlık davranışı ($\rho = .32$) gibi ekstra rol davranışlarının sonuçlarını özetledikleri çalışmalarında, bireysel davranışın örgütsel etkinliğe katkıda bulunduğunu fakat resmi ödüllendirme sistemiyle farkında olunmayan çalışan davranışının, yüksek duygusal bağlılıkla bir arada olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu bulgular duygusal bağlılığın, ödül göz önüne alınmadan önceden tanımlanan bireysel davranış dışındaki davranışların kendiliğinden gelişen örgütsel davranışla ilişkili olabileceğini göstermektedir (George ve Brief, 1992: 310). Bununla birlikte son dönemlerde yapılan bir araştırmada duygusal bağlılığın, örgütün yararı doğrultusunda tanımlanan işe ilişkin rollerin dışında başka bir çalışana iş arkadaşı yardımcı olduğunda ortaya çıkan kişiler arası vatandaşlık davranışıyla herhangi bir ilişkisi bulunmadığı anlaşılmıştır (Bowler ve Brass, 2006: 82). Yani duygusal bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışıyla pozitif, benzer araştırmacılarca ve ilişkili bulunduğu örgütlerle gösterildiği gibi çalışan devir oranı algılamalarıyla negatif şekilde ilişkilidir.

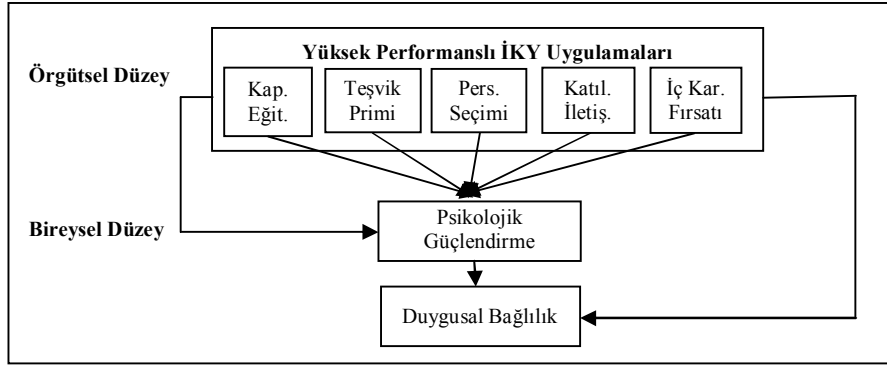
Geçen yirmi yılda stratejik perspektiften insan kaynakları yönetimi uygulamaları ve örgütsel etkinliği incelemeye odaklanan çok sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. (Arthur, 1992; Bae ve Lawler, 2000; Becker ve Huselid, 1998; Delaney ve Huselid, 1996; Delery ve Doty, 1996; Dyer ve Reeves, 1995; Huselid, 1995; Sun vd., 2007). Çok sayıda araştırmacı, bu değişkenlerle ilgili olarak pozitif ilişkiler ortaya çıkardılar. İnsan sermayesi perspektifinden, insan kaynakları yönetimi uygulamaları çalışanların yeteneklerinin geliştirilerek arzu edilen örgütsel sonuçların elde edilmesine katkıda bulunabilir (Wei vd., 2010: 1631). Bu nedenle bu çalışmada, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık üzerindeki etkileri incelenerek bunlar arasındaki ilişkilerin düzeyi karşılaştırılmakta ve ayrıca

psikolojik güçlendirmenin duygusal bağlılıkla arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesine çalışılmaktadır.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Aşağıdaki Şekil 1’de de görüldüğü gibi, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık değişkenlerini pozitif şekilde etkileyeceği varsayılmaktadır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Yukarıdaki Şekil 1’de gösterilen araştırma modeli doğrultusunda test edilmesi amacıyla geliştirilen hipotezler şunlardır:

Hipotez 1: Kapsamlı eğitim verilmesi süreci ile psikolojik güçlendirme arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 2: Teşvik primi verilmesi ile psikolojik güçlendirme arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 3: Duyarlı personel seçimi süreci ile psikolojik güçlendirme arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 4: Katılım ve iletişimin teşvik edilmesi ile psikolojik güçlendirme arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 5: İçsel kariyer fırsatı sunulması ile psikolojik güçlendirme arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 6: Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile psikolojik güçlendirme arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 7: Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile duygusal bağlılık arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 8: Psikolojik güçlendirme ile duygusal bağlılık arasında pozitif bir ilişki vardır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ELDE EDİLEN BULGULAR

Ana Kütle ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın ana kütlelerini, Uşak Organize Sanayi Bölgesi sınırları içinde faaliyet gösteren ve satışlarının büyük bölümünü ihracat odaklı olarak gerçekleştiren büyük ölçekli tekstil işletmelerinde çalışan beyaz yakalı personel oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise sözü edilen işletmeler arasından kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen 10 tekstil işletmesinde görev yapan beyaz yakalı çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırma kapsamındaki işletmelere gönderilen 200 adet anket formundan geriye dönen ve analiz için uygun olduğu belirlenen 107 (%53,5) adet anket formu değerlendirme kapsamına alınmıştır. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri analiz edildiğinde, 68 kişinin (%63,6) üniversite mezunu, 25 kişinin (%23,4) lise mezunu, 8 kişinin (%7,5) yüksek lisans mezunu olduğu, 71 kişinin erkek (%66), 36 kişinin (%36) bayan olduğu anlaşılmıştır. Katılımcılardan 32 kişinin (%29,9) 3-5 yıl arasında mesleki deneyime sahip oldukları, 27 kişinin (%25,2) 6-10 yıllık bir deneyime sahip buldukları, 23 kişinin (%21,5) 11-15 yıl arasında bir zaman diliminde deneyim sahibi oldukları görülmüştür.

Veri Toplama Yöntemi ve Ölçüm

Araştırmayla ilgili gerekli verilerin toplanmasında grup tipi anket uygulama biçiminden yararlanılmıştır. Bu yöntemde anket, bir grup olarak bir arada bulunan kimselere verilerek, yanıtlar aynı zamanda ve toplu olarak alınır. Bu yöntemin uygulanabilmesi için ilgilenilen evrenin bir grup oluşturması gerekir. Toplu halde yanıt alınması önemli zaman, eleman ve para tasarrufu sağlar. Aynı zamanda uygulamacı ile cevaplayıcı yüz yüze kalacağından işbirliği oranı artar (Sencer ve Sencer, 1978: 185). Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizinde SPSS 16.0 programından yararlanılmıştır. Araştırmayla ilgili olarak 130 personelden elde edilen veriler ilk olarak, araştırma değişkenlerine ilişkin faktör yapısını belirlemek amacıyla faktör analizine tabi tutulmuştur. Araştırmada ikinci olarak, sözü edilen faktörlerin içsel tutarlılıklarını tespit etmek üzere güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Üçüncü olarak, araştırma konusu değişkenlerin aralarındaki ilişkileri ortaya çıkarmak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın sonuncu aşamasında, araştırmanın bağımsız değişkeni olan yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, bağımlı değişkenler olarak belirlenen psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık üzerine etkilerini tespit etmek amacıyla regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yararlanılan ölçekte yer alan sorular beşli Likert Ölçeğine göre derecelendirilerek sorulmuştur: (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, ve (5) Kesinlikle Katılıyorum. Araştırma modeli kapsamında aralarındaki ilişkilerin ortaya konulmaya çalışıldığı değişkenler ve bunlara ilişkin olarak yararlanılan ölçekler aşağıda açıklanmaktadır.

Kontrol Değişkenleri: Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları, psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık arasındaki ilişkilerin araştırılmasına uygun olarak beş demografik değişken kullanılmıştır. Bunlar, yaş, eğitim, cinsiyet, örgütsel ve pozisyona ilişkin görev süresidir. Son dönemde kontrol değişkenleri olarak yaş, eğitim ve cinsiyete odaklanıldığı görülmektedir (Meyer vd., 2002: 20).

Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları: Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ölçeği, konuyla ilgili olarak ilk olma özelliğindeki çalışmalardan Türkçeye çevrilerek uyarlanmıştır (Delaney ve Huselid, 1996: 949; Delery ve Doty, 1996: 835; Snell ve Dean, 1992: 504, Wei vd., 2010: 1632). Sonuçta altı farklı insan kaynakları yönetimi uygulamaları faktörü kavramsallaştırılarak ölçülmüştür. Örgüt içi kariyer fırsatları, örgütün kendi içindeki kariyer basamakları veya sağlanan kariyer fırsatları kapsamı oranında söz konusudur. Örgüt içi kariyer fırsatları boyutu beşli Likert tipi ifadelerle ölçülmüştür (Örneğin, 'Bizim örgütümüz iyi tasarlanmış geliştirme programına sahiptir' gibi). Elde edilen yüksek puanlar, çalışanlara sunulan önemli fırsatlarla bir arada olarak iyi tanımlanmış örgüt içi kariyer fırsatlarının ve kadrolama sisteminin var olduğunu göstermektedir. Yine bir diğer boyut olarak karşımıza çıkan kapsamlı eğitim verilmesi boyutu, beşli Likert tipi ifadelerle ölçülmüştür (örneğin, 'Bizim örgütümüz çalışanların sürekli eğitim almalarını teşvik eder' gibi). Bu ölçeğe ilişkin olarak elde edilen yüksek puanlar, çalışanlar için kapsamlı ve resmi eğitim programları uygulandığını ortaya koymaktadır. İstihdam güvenliği, çalışanın işinde belirli bir süre kalması veya buna ilişkin ortaya çıkan beklenti düzeyi olarak kavramsallaştırılmıştır. Ölçekte bu boyut (bizim örgütümüz, çalışanlarına iş güvenliği sağlar gibi) iki sorunun ortalaması olarak ölçülmüştür. Bu boyutta elde edilen yüksek puanlar, daha yüksek bir iş güvenliği düzeyini temsil etmektedir. Katılım ve iletişim boyutu, çalışanların işlerine girdi sağlama düzeyi ve örgüt için değerli olan girdileri sunma düzeyi olarak tanımlanmıştır. Bu boyut (örgütümüz, çalışanların yönetime katılmalarına önem verir) şeklindeki dört maddenin ortalaması olarak ölçülmüştür. Elde edilen yüksek puanlar, daha yüksek düzeyde yönetime katılma ve iletişimde bulunma sürecini yansıtmaktadır. Seçici şekilde işe alma boyutu "yeni işe alınacak çalışanları seçmek için panel mülakatlar kullanılır" gibi işe alma sürecinde kapsamlı ve karmaşık seçme sürecini temsil eden beş adet Likert tipi madde kullanılarak değerlendirilmiştir. Ölçekte son olarak araştırmaya katılanların, çalışanların kazançlarını belirlemede iş performanslarının ne kadar önemli olduğuna ilişkin algılamalarını temsil eden (yeteneğe dayalı ödeme sistemi gibi) beşli teşvik edici ödeme indeksi maddesi kullanılmıştır. Bu boyutla ilgili olarak elde edilen yüksek puanlar, teşvik edici ödeme uygulamalarının çalışan motivasyonunu muhtemelen arttırdığını göstermektedir. Huselid (1998) tarafından yapılan araştırmada, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimine ilişkin altı uygulamayı ölçmek için kullanılan ölçeklerin güvenilirlik (Cronbach Alpha) değeri içsel tutarlılığı sağlayan düzeylerde ,79'dan ,93'e sıralandığı tespit edilmiştir. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları, insan kaynakları

uygulamalarının sinerjik kompozisyonundan oluşan bir sistem olarak ele alınmıştır (Bae ve Lawler, 2000: 517; Becker ve Huselid, 1998: 76; Guthrie, 2001: 185; Sun vd., 2007: 558). Bir diğer ifadeyle bütünleşik bir indeksin kullanılması, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının firmanın önemli stratejik bir aktifi olduğu konusunda şimdiye kadar farkına varılmayan gerçeği ortaya çıkarabilir.

Psikolojik Güçlendirme: Psikolojik güçlendirme değişkenini ölçmek amacıyla Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen ve Türkçeye Sürgevil vd., (2013: 5378) tarafından uyarlanan Psikolojik Güçlendirme Ölçeği (Psychological Empowerment Instrument-PEI) kullanılmıştır. Söz konusu ölçek dört boyuttan meydana gelmektedir. Bunlar anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki olarak belirlenmiştir. Ölçeğe ilişkin bu boyutların her biri üç sorudan oluşmaktadır. Spreitzer (1995), anlamlılık ölçeğini geliştirmiş olduğu çalışmadan yararlanarak oluşturmuştur. Psikolojik güçlendirme ölçeğini oluşturan alt boyutların her biri kendi içlerinde değerlendirilerek her farklı boyut için belirli sonuçlar elde edilebildiği gibi, ölçekteki tüm boyutların toplanmasıyla birlikte toplam psikolojik güçlendirme puanı elde edilebilmektedir. Araştırmada ilgili ölçek, 5'li Likert Ölçeği ile derecelendirilmiştir. Araştırmaya katılanlardan, psikolojik güçlendirme ile ilgili ifadelerle katılma düzeylerini “1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden birini işaretleyerek belirtmeleri istenmiştir. Belirtilen yüksek değerler; yüksek psikolojik güçlendirme algısına işaret etmektedir (Sürgevil vd., 2013: 5371).

Duygusal Bağlılık: Allen ve Meyer (1991: 77) tarafından geliştirilen üç boyutlu model, çalışanların örgütsel bağlılığı ile ilgili olarak günümüzde en yaygın şekilde kabul edilen modeldir. Ugboro (2006), duygusal bağlılığı ölçmek amacıyla sekiz maddeden altısını kullandı. McCormack ve diğerleri (2006), Allen ve Meyer'in orijinal ölçeğini yeniden ele alarak duygusal bağlılığı ölçmek için üç maddelik bir ölçek geliştirdiler (McCormack vd., 2006: 316-331). Bu çalışmada duygusal bağlılık değişkeni, Allen ve Meyer'in (1991) ölçüm aracı ve Ugboro'nun (2006) çalışması göz önünde tutularak sekiz madde ile ölçülmüştür. Ölçekte bulunan sorular, “işletmenin sorunlarını kendi sorunlarım gibi hissediyorum”, “bu işletmenin benim için özel bir anlamı var” ve “bu işletmedeki işimi kendi özel işim gibi hissediyorum” şeklinde ifadelerden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında duygusal bağlılık ölçeği, 5'li Likert Ölçeği ile derecelendirilmiştir. Araştırmaya katılanlardan, duygusal bağlılık ile ilgili ifadelerle katılma düzeylerini “1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden birini işaretleyerek ortaya koymaları istenmiştir. Ölçekte yüksek değerlerin tercih edilmesi, araştırmanın amacı açısından en yüksek duygusal bağlılık algısına işaret etmektedir.

ANALİZLER

Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırma kapsamında hazırlanan anket formunda yer alan her maddenin beklenen şekilde faktörlere ayrılıp ayrılmadığını tespit etmek için SPSS 16 programı kullanılarak keşifsel (açıklayıcı) faktör analizleri yapılmıştır. Araştırmada yararlanılan ölçeklerin küresel literatürde yaygın olarak kullanılan, güvenilirliği ve geçerliliği kanıtlanmış ölçekler oldukları halde bu araştırmada tekrar doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ölçeğine ilişkin olarak elde edilen verilere söz konusu ölçeğin yapı geçerliliğinin test edilmesi amacıyla keşifsel (açıklayıcı) faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Uygulanan temel bileşenler analiziyle yapılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklemin faktör analizi için yeterli (KMO değeri=,749) olduğunu göstermiştir. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi değişkenlerine ilişkin olarak elde edilen verilerin normal bir dağılıma sahip olup olmadıklarının tespit edilmesine yönelik olarak yapılan Barlett testinin sonucunun anlamlı olduğu görülmüştür (1105,329; $p<0,01$). Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda beş faktör olduğu belirlenmiştir. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi değişkenlerine ait faktör yükleri aşağıdaki Tablo 1’de gösterilmektedir. Söz konusu beş faktör toplam varyansın %68,558’ini açıklamaktadır. Faktör 1 olarak tespit edilen kapsamlı eğitim verme tek başına toplam varyansın en büyük bölümünü (%17,228’ünü) açıklamaktadır. Faktör 2 olarak karşımıza çıkan teşvik primi verilmesi, toplam varyansın %17,104’ünü, Faktör 3 olarak duyarlı şekilde personel seçimi %14,422’sini, Faktör 4’ü ifade eden katılım ve iletişim %11,902’sini ve Faktör 5’i oluşturan içsel kariyer fırsatları toplam varyansın %7,902’sini oluşturmaktadır. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ölçeği kapsamındaki değişkenlerin güvenilirlik (Cronbach Alpha) katsayıları, sırasıyla kapsamlı eğitim verme (,828), teşvik primi verilmesi (,856), duyarlı şekilde personel seçimi (,843), katılım ve iletişim (,736) ve içsel kariyer fırsatları (,717) şeklinde tespit edilmiştir. Psikolojik güçlendirme ölçeğine ilişkin olarak elde edilen verilere ilk olarak sözü edilen ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlanması amacıyla keşifsel (açıklayıcı) faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan temel bileşenler analiziyle yapılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri=,761) ortaya koymuştur. Psikolojik güçlendirme ölçeği değişkenlerine ilişkin verilerin normal bir dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Barlett testi gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonucun anlamlı olduğu tespit edilmiştir (551,642; $p<0,01$). Psikolojik güçlendirme ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda, orijinal ölçekten farklı olarak üç faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Oluşan faktörler toplam varyansın %66,054’ünü açıklamaktadır. Buna göre ölçekte faktör 1 olarak tespit edilen anlam boyutu toplam varyansın %24,055’ini açıklamakta, Faktör 2’yi ifade eden etki boyutu toplam varyansın %22,387’sini açıklamakta ve faktör üç olarak tek bir faktör altında toplandığı tespit edilen özerklik ve yetkinlik alt boyutlarının toplam

varyansın %19,612'sini açıklamaktadır. Araştırmada psikolojik güçlendirme değişkeni, elde edilen bu sonuçlardan hareket ederek, “anlam”, “etki” ve “özerklik-yetkinlik” olmak üzere üç boyutlu bir yapı halinde ele alınmıştır. Psikolojik güçlendirme ölçeğine ilişkin değişkenlere uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda, söz konusu ölçeğe ilişkin olarak elde edilen Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla anlam (,845), etki (,812) ve özerklik-yetkinlik (,728) olarak tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan duygusal bağlılık ölçeğinde bulunan sekiz sorunun ortalamaları alınarak tek bir boyut halinde analizlerde kullanılmıştır. Söz konusu ölçekte yer alan sorulardan hiç birisi çıkarılmamış, ölçeğe uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda (Cronbach Alpha) katsayısı ,834 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 1: Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Ölçeğinde Yer Alan Sorular ile ilgili Faktör Yükleri

Faktör 1: Kapsamlı Eğitim Verilmesi (Açıklanan Varyans=17,228; Cronbach's Alpha=0,828)	
1. Çalışanlara genel becerilerini arttırmaları için kapsamlı eğitim programları uygulanır.	,853
2. Bu işletmede eğitim süreci sistemli şekilde yapılandırılır.	,835
3. Çalışanlara farklı eğitim gereksinimlerini giderecek çeşitli programlar sunulur.	,827
4. Bu işletmede çalışanlar, sürekli eğitim almaları için teşvik edilir.	,768
5. Bu işletmede iyi tasarlanmış bir personel geliştirme programı uygulanır.	,638
6. Bu işletmede çalışanların istedikleri kadar kalmaları beklenir.	,430
Faktör 2: Teşvik Primi Verilmesi (Açıklanan Varyans=17,104; Cronbach's Alpha=0,856)	
7. Bu işletmede çalışanlara başka işletmelerle rekabet halinde bir ücret ödenir.	,857
8. Bu işletmede takım performansına dayalı prim ödemesi vardır.	,807
9. Önemli primler, örgütün kârlılığına bağlı olarak ödenir.	,772
10. Bu işletmede yeteneğe dayanan bir ücret bir ücret sistemi uygulanır.	,729
11. Bu işletmedeki primlerin hesaplanmasında çalışanlarda söz sahibidir.	,701
Faktör 3: Duyarlılık İçerisinde Personel Seçimi (Açıklanan Varyans=14,422; Cronbach's Alpha=0,843)	
12. İşe personel alımında prosedürlere azami özen gösterilir.	,857
13. İşe alınacak personelin kişisel ve örgütsel kültürünün benzerliğine özen gösterilir.	,817
14. İşe alınacak personelin önceki iş deneyimleri göz önünde bulundurulur.	,779
15. Yeni işe alınacak personeli seçmek için panel mülakat düzenlenir.	,619
Faktör 4: Katılım ve İletişim (Açıklanan Varyans=11,902; Cronbach's Alpha=0,736)	
16. Çalışanlara işlerini yapmada öneriler geliştirme fırsatı sağlanır.	,806
17. Çalışanların işlerinde açık iletişim kurmalarına olanak verilir.	,747
18. Bu işletmede çalışanların kararlara katılmalarına önem verilir.	,723
Faktör 5: İçsel Kariyer Fırsatı (Açıklanan Varyans=7,902; Cronbach's Alpha=0,717)	
19. Bu işletmede boş pozisyonlara hali hazırda çalışanlar atanır.	,749
20. Bu işletmede iyi tasarlanmış bir personel geliştirme programı uygulanır.	,593
Çıkarım Yöntemi: Temel bileşenler analizi – Döndürme Yöntemi: Varimax Döndürmesi	

Korelasyon Analizleri

Aşağıdaki Tablo 1’de gösterildiği gibi, araştırma kapsamında yer alan değişkenlerin aralarındaki ilişkilerin ortaya konulması amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan korelasyon analizi ile elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi

uygulamalarına ilişkin boyutların araştırmanın bağımlı değişkenlerini oluşturan psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık ile %1 anlamlılık düzeyinde ve pozitif şekilde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarından katılım ve iletişim boyutunun, psikolojik güçlendirme ile pozitif yönde ve %5 anlamlılık düzeyinde ($r=,406$, $p<.05$) kuvvetli bir ilişki olduğu görülmektedir. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarından kapsamlı eğitim verilmesi, içsel kariyer fırsatları sunulması ve duyarlılık içerisinde personel seçimi süreçlerinin psikolojik güçlendirme ile %1 anlamlılık düzeyinde ve pozitif şekilde ilişki içinde oldukları anlaşılmıştır. Diğer taraftan, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarından teşvik primi verilmesi boyutunun psikolojik güçlendirme ile ($r= -,063$) negatif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Korelasyon matrisinde bir diğer bağımlı değişkeni ifade eden duygusal bağlılık ile yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları arasındaki ilişkiler incelendiğinde katılım ve iletişimin teşviki boyutunun ($r=,498$, $p<.05$) duygusal bağlılık ile anlamlı şekilde ve pozitif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen diğer bulgulara bakıldığında duygusal bağlılıkla negatif ve ters yönlü ilişkisi olan yüksek performanslı insan kaynakları boyutunun ($r= -,029$) teşvik primi verilmesi boyutu olduğu görülmektedir. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarının psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık arasındaki ilişkiler bütün olarak değerlendirildiğinde, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile duygusal bağlılık ve psikolojik güçlendirme arasında %1 anlamlılık düzeyinde ve pozitif şekilde ilişkiler bulunduğu ($r=,247$, $p<.01$; $r=,224$, $p<.01$) görülmektedir. Ancak yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkinin, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi ile psikolojik güçlendirme arasındaki ilişkiye göre daha kuvvetli biçimde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Araştırma Değişkenlerine Ait Güvenilirlik, Ortalama, Standart Sapma ve Pearson Korelasyonları

		Ort.	Std. Spm.	1	2	3	4	5	6	7	8
KEV	1	3,78	,8172	0,828(a)	,027	,215*	,248*	,218*	,242*	,223*	,466**
TEP	2	3,37	1,114		0,856(a)	,450**	,226*	,346**	-,029	-,063	,665**
DİP	3	3,83	,9998			0,843(a)	,234*	,491**	,019	,072	,744**
KAT	4	3,90	,8375				0,736(a)	,453**	,498**	,406**	,624**
İÇK	5	3,81	1,084					0,717(a)	,182	,186	,779**
DUB	6	4,20	,6365						0,834(a)	,631**	,247*
PSİ	7	4,23	,5372							0,813(a)	,224*
YPIK	8	3,74	,6467								0,857(a)

KEV: Kapsamlı Eğitim Verilmesi; TEP: Teşvik Primi Verilmesi; DİP: Duyarlılık İçerisinde Personel Seçimi; KAT: Katılım ve İletişimin Teşvik Edilmesi; İÇK: İçsel Kariyer Fırsatları Sunulması; DUB: Duygusal Bağlılık; PSİ: Psikolojik Güçlendirme; YPIK: Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi.
** $p<.01$ * $p<.05$

Regresyon Analizleri ve Hipotezlerin Test Edilmesi

Aşağıdaki Tablo 2’de, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile araştırmanın bağımlı değişkenleri arasındaki ilişkiler çoklu ve

tekli regresyon analizleri yapılarak ortaya konulmaya çalışılacaktır. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile psikolojik güçlendirme arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amacıyla dönük olarak beş regresyon modeli oluşturulmuştur. Söz konusu modellerin tümünün istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 3: Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Psikolojik Güçlendirme Üzerine Etkileri

Model	Bağımsız Değişken: Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları									
	Kapsa. Eğitim	Teşvik Primi	Duyarlı Seçim	Katılım-İletişim	İçsel Kariyer	Model F	Adj. R Square	R Square	Signif. Level	D. Watson
Model 1	,223*					5,501	,041	,050	,000	1,723
Model 2		-,120	,126			,877	,002	,017	,000	1,725
Model 3	,210*	-,101	,072			2,134	,031	,059	,000	1,713
Model 4				,405**	,003	10,264	,149	,165	,000	1,732
Model 5	,119	-,175	,016	,397**	,033	5,247	,167	,206	,000	1,766

**p< .01 *p< .05; Modele İlişkin Bağımlı Değişken: Psikolojik Güçlendirme.

Yukarıdaki Tablo 2’de gösterilen ve araştırmaya ilişkin olarak kurulan birinci regresyon modeli ile yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarından kapsamlı eğitim verilmesi sürecinin psikolojik güçlendirme bağımlı değişkenini %1 anlamlılık düzeyinde ve pozitif şekilde etkilediği anlaşılmıştır ($\beta=,223$, $p< 0.01$). Araştırma kapsamında kurulan ikinci regresyon modelinde, teşvik primi ve duyarlı personel seçimi değişkenlerinin psikolojik güçlendirme üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Teşvik primi ödenmesi değişkeninin psikolojik güçlendirme üzerinde negatif yönde etkisi olduğu, duyarlı şekilde personel seçiminin ise psikolojik güçlendirme değişkenini pozitif şekilde etkilediği tespit edilmiştir ($\beta =,126$, $p< 0.01$). Kapsamlı eğitim verilmesi, katılım ve iletişim ile duyarlı personel seçimi değişkenlerinin psikolojik güçlendirmeye etkilerinin birleşik şekilde analiz edildiği üçüncü regresyon modelinde, kapsamlı eğitim verilmesi ve duyarlı personel seçimi değişkenlerinin psikolojik güçlendirmeyi %1 anlamlılık düzeyinde ve pozitif yönde etkiledikleri, teşvik priminin ise negatif biçimde etkilediği tespit edilmiştir.

Diğer taraftan psikolojik güçlendirme üzerine en fazla etkiyi kapsamlı eğitim verilmesi değişkeninin yaptığı anlaşılmıştır ($\beta =,210$, $p< 0.01$). Araştırmaya ilişkin olarak kurulan dördüncü regresyon modelinde, katılım-iletişim ve içsel kariyer fırsatları sunulması boyutlarının psikolojik güçlendirmeye etkileri araştırılmıştır. Model istatistiksel olarak anlamlıdır (Sig.=,000). Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde söz konusu her iki değişkenin psikolojik güçlendirmeyi etkiledikleri özellikle katılım ve iletişim boyutunun etkisinin ($\beta =,405$, $\beta =,003$) içsel kariyer fırsatları sunulmasına göre çok daha güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarının psikolojik güçlendirmeye etkilerinin araştırıldığı beşinci regresyon

modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Söz konusu modelle birlikte elde edilen sonuçlar incelendiğinde, teşvik primi verilmesi dışındaki tüm boyutların psikolojik güçlendirmeyi pozitif yönde etkiledikleri, en fazla etkisi olan değişkenin katılım ve iletişimin teşvik edilmesi olduğu, etki düzeyi en zayıf değişkenin ise duyarlı şekilde personel seçilmesi olduğu ($\beta = ,016$, $p < 0.01$) tespit edilmiştir. Aşağıdaki Tablo 3'te gösterilen regresyon analizi bulguları, araştırmanın bağımsız değişkenini oluşturan yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, bağımlı değişkenler olarak tespit edilmiş olan psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Sonuçlar değerlendirildiğinde yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının psikolojik güçlendirme üzerinde %1 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde etkili olduğu, yine aynı değişkenin duygusal bağlılık üzerinde %1 anlamlılık düzeyinde ve kuvvetli şekilde etkisi olduğu tespit edilmektedir. Yüksek performanslı insan kaynakları uygulamalarından en fazla etkilenen bağımlı değişkenin duygusal bağlılık olduğu ($\beta = ,247$, $p < 0.01$), bunu duygusal bağlılığın izlediği anlaşılmaktadır.

Tablo 4: Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Psikolojik Güçlendirme ve Duygusal Bağlılık Üzerine Etkileri

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken							
	Psikolojik Güçlendirme				Duygusal Bağlılık			
	St. Regr. Coeff. (Beta)	Std. Error	t-values	Sig.	St. Regr. Coeff. (Beta)	Std. Error	t-values	Sig.
Y. Perf. İnsan Kaynakları	,224**	,078	2,360	,000	,247**	,093	2,615	,000
R=,224, Adjusted R Square: ,041; R Square: ,050; Std. Error of the Estimate: ,51629; Durbin-Watson: 1,651; Constant: 3,554				R=,247, Adjusted R Square: ,052; R Square: ,061; Std. Error of the Estimate: ,61974; Durbin-Watson: 1,694; Constant: 3,292				

**p< .01 *p< .05 (tek taraflı), Bağımlı Değişkenler: Psikolojik Güçlendirme, Duygusal Bağlılık

Araştırmada psikolojik güçlendirmenin, duygusal bağlılık üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amacıyla aşağıdaki Tablo 4'te gösterilen tekli regresyon modeli kurulmuştur. Modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Regresyon modelinden elde edilen bulgular analiz edildiğinde, psikolojik güçlendirmenin %1 anlamlılık düzeyinde ve pozitif yönde oldukça kuvvetli bir şekilde etkilediği ($\beta = ,631$, $p < 0.01$) tespit edilmiştir.

Tablo 5: Psikolojik Güçlendirmenin Duygusal Bağlılık Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken			
	Duygusal Bağlılık			
	Stand. Regression Coefficients (Beta)	Std. Error	t-values	Sig.
Psik. Güçlendir.	,631**	,091	8,337	,000
R= ,631, Adjusted R Square: ,393; R Square: ,398; Std. Error of the Estimate: ,49612; Significance Level: ,000**; Durbin-Watson: 1,786; Constant: ,973				

**p< .01 *p< .05 (tek taraflı).

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışmanın amacı tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile psikolojik güçlendirme ve çalışanların duygusal bağlılıkları arasındaki ilişkilerin araştırılmasıdır. Elde edilen sonuçlar yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Yüksek ortalama değerlere sahip yüksek performanslı insan kaynakları yönetiminin çoğunun, psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık üzerine etkileri bulunduğu araştırılmaya katılanlar tarafından algılandığı tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan veriler, ortalamalar, korelasyon analizi, standart sapma, tekli ve çoklu regresyon analizleri ile güvenilirlik analizleri gibi istatistiksel araçlar yardımıyla analize tabi tutulmuştur. Tekstil sektöründeki yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, araştırmanın bağımlı değişkenleri ile olan ilişkilerini değerlendirmek amacıyla korelasyon analizinden yararlanılmış, araştırmaya katılanlardan toplanan verilerdeki değişimleri anlamak için standart sapmalar hesaplanmıştır. Toplanan verilerin güvenilirliği Cronbach Alpha güvenilirlik analizi uygulanarak tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan korelasyon analizi, tüm değişkenlerin önemli ölçüde ilişkili olduklarını göstermiştir.

Araştırmada elde edilen regresyon analizi sonuçları, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılıkla anlamlı şekilde ve kuvvetlice ilişkili olduklarını göstermiştir. Yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının psikolojik güçlendirme üzerine ilişkileri analiz edildiğinde, kapsamlı eğitim verilmesi, duyarlı şekilde personel seçiminin yapılması, katılım ve iletişim sürecinin teşvik edilmesi ve içsel kariyer fırsatları sunulması değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu nedenle, H_1 , H_3 , H_4 ve H_5 kabul edilmektedir. Araştırmada yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarından teşvik primi verilmesi boyutunun psikolojik güçlendirme üzerine anlamlı bir etkisi olduğunu gösteren bir bulguya rastlanmamıştır. Bu nedenle araştırmaya ilişkin H_2 desteklenmemektedir.

Ortaya çıkan bu sonuçlar, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının parasal nitelik taşımayan ödüllerle daha verimli ve etkin olacağını göstermektedir. Araştırmada, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının duygusal bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkileri olduğu görülmektedir. Bu kapsamda test edilmek üzere tasarlanan H_6 kabul edilmiştir. Elde edilen bu sonuç değerlendirildiğinde yüksek performanslı insan kaynakları yönetimine ilişkin olarak çalışanlara kapsamlı bir eğitim verilmesinin, örgütün pazardaki geleceğine ve vizyonuna duyarlı elemanların işe alınmasının, onların karar alma süreçlerine katılarak iletişim kurmalarının özendirilmesinin ve örgütte bugün işlerini iyi yaptıklarında gelecekte daha iyi kariyer olanaklarına

erişeceklerinin kendilerine duyurulmasının örgüte olan duygusal bağlılıklarını daha da arttırdığı anlaşılmıştır. Araştırmayla elde edilen önemli sonuçlardan birisi de yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılıklarının karşılaştırıldığı regresyon modeline ilişkin bulgudur. Bu sonuçla birlikte H₇ kabul edilmiştir. Ortaya çıkan sonuç yüksek performanslı insan kaynakları yönetiminin duygusal bağlılık üzerindeki etkisinin psikolojik güçlendirmeye göre daha kuvvetli şekilde olduğunu göstermektedir ($\beta=,247>,224$; $p< 0.01$). Araştırmada son olarak, psikolojik güçlendirmenin örgütsel bağlılığı oldukça kuvvetli şekilde ve pozitif yönde etkilediği anlaşılmıştır. Bu sonuçla birlikte H₈ kabul edilmiştir ($\beta=,631$, $p<0.01$).

Araştırmaya ilişkin sonuçlar, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının etkileri konusunda bugüne kadar yapılan başka araştırmaların sonuçlarıyla benzer nitelikler taşımakta (Spreitzer, 1995; Spreitzer vd., 1997; Appelbaum vd., 2000, vb.) ve elde edilen ampirik sonuçlar genellikle tasarlanan hipotezleri desteklemektedir. Günümüzde uzun dönemde örgüte rekabet yeteneği kazandıran, gerçekten kendilerine ödeme yapılmasını hak eden, örgüte bağlılığı olan, kendisini örgüte adayan, dürüst ve sadık bir işgücünü örgütte tutmak oldukça kritik bir önem arz etmektedir. Bundan dolayı tekstil sektöründe çalışanların örgüte olan bağlılıklarını sağlayan, onların psikolojik olarak güçlendirmelerini destekleyen yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının benimsenmesi gerekmektedir. Bu araştırma kapsamında formüle edilen bütün hipotezler %1 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiş ve daha da önemlisi, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi boyutlarının birisi dışındakilerin tümü araştırmaya katılan işletmelerdeki çalışanların psikolojik güçlendirme ve duygusal bağlılık düzeyleriyle oldukça yüksek ve anlamlı şekilde ilişkili bulunmuştur.

Araştırmanın örgütlere, insan kaynakları yöneticilerine ve takım liderlerine yönelik olarak ortaya çıkardığı etkiler değerlendirildiğinde, yüksek performanslı insan kaynakları yönetimine ilişkin uygulamalar ve programlar, çalışanların duygusal bağlılık düzeylerini arttırarak psikolojik güçlendirme konusunda arzu edilen etkinliği sağlayabilir. Psikolojik güçlendirmenin çalışanların güvenlerini arttırması, kendilerini işleriyle ilgili konularda daha çok geliştirmeye adanmalarını sağlaması, öz yeterliliklerinin daha da yükselmesi, ortaya çıkan problemlere çözüm bulma konusunda sorumluluk üstlenmeleri, yaptıkları işlerle ilgili daha çok karar almaya çalışmaları ve örgütün müşterilerine odaklanma konusunda liderlik etmeleri daha çok mümkün hale gelmektedir. Psikolojik güçlendirmenin başarısının, insan kaynaklarının performansını daha da arttırmasıyla çalışanların duygusal bağlılıkları, iş tatminleri ve bireysel iş performansları da artacaktır. Tüm bu davranışsal değişkenlerdeki iyileştirmeler ise örgütün enformasyon ve değer zincirlerini düşük maliyetli ve yüksek performanslı büyüme ekseninde teşvik edici olacaktır. Bu kapsamda yüksek performanslı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının destekleyici niteliğinin kritik bir önem taşıdığı anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

Appelbaum, E., Bailey, T., Berg, P. ve Kalleberg, A. (2000). *Manufacturing advantage: Why high performance work systems pay-off*. Ithaca, New York: ILR Press.

Armstrong, M. (2000). *Strategic human resource management: A guide to action*. London: Kogan Page.

Arthur, J. B. (1992). The link between business strategy and industrial relations systems in American steel minimills. *Industrial and Labor Relations Review*, 45 (3): 488-506.

Bae, J. ve Lawler, J. J. (2000). Organizational and HRM strategies in Korea: Impact on firm performance in an emerging economy. *Academy of Management Journal*, 43 (3): 502-517.

Bamberger, P. ve Meshoulam, I. (2000) *Human resource management strategy*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Becker, B. E. ve Gerhart, B. (1996). The impact of human resource management on organizational performance: Progress and prospects. *Academy of Management Journal*, 39 (4): 779-801.

Becker, B., Huselid, M., Pinckus, P. ve Spratt, M. (1997). HR as a source of shareholder value: Research and recommendations. *Human Resource Management*, 36 (1): 39-48.

Becker, B. E. ve Huselid, M. A. (1998). High performance work systems and firm performance: A synthesis of research and managerial implications. *Research in Personnel and Human Resource Management*, 16 (1): 53-101.

Bowen, D. E. ve Lawler, E. E. (1992). The empowerment of service workers: What, why, how and when? *Sloan Management Review*, 33 (3): 31-39.

Bowen, D. E. ve Ostroff, C. (2004). Understanding HRM-firm performance linkages: The role of the “strength” of the HRM system. *Academy of Management Review*, 29 (2): 203-221.

Bowler, W. M. ve Brass, D. J. (2006). Relational correlates of interpersonal citizenship behavior: A social network perspective. *Journal of applied Psychology*, 91(1): 70-82.

Browning, V. (2006). The relationship between HRM practices and service behaviour in South African service organizations. *International Journal of Human Resource Management*, 17 (7):1321-1338.

Brymer, R. (1991). Empowerment: A guest-driven leadership strategy. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32 (1): 58-68.

Chan, Y. H. (2004). An ontological network approach to the study of antecedents, moderator, mediators and outcomes of psychological empowerment. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*, 64 (10-A): 37-49.

Chow, I. H., Sha, Z. ve Hong, J. (2006). The impact of developmental experience, empowerment and organizational support on catering service staff performance. *Hospitality Management*, 25 (3): 478-495.

Conger, J. A. ve Kanungo, R. N. (1988). The empowerment process: Integration theory and practice. *Academy of Management Journal*, 13 (3): 471-482.

De Cicco, J., Laschinger, H. ve Kerr, M. (2006). Perceptions of empowerment and respect: Effect on nurses organizational commitment in nursing homes. *Journal of Gerontological Nursing*, 32 (5): 49-56.

De Kok, J. M. P., Uhlaner, L. M. ve Thurik, A. R. (2006). Professional HRM practices in family owned-managed enterprises. *Journal of Small Business Management*, 44 (3): 441-460.

Delaney, J. T. ve Huselid, M. A. (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. *Academy of Management Journal*, 39 (4): 949-969.

Delery, J. E. ve Doty, D. H. (1996). Modes of theorizing in strategic human resource management: Tests of universalistic, contingency, and configurational performance predictions. *Academy of Management Journal*, 39 (4): 802-835.

Dyer, L. ve Reeves, T. (1995). Human resource strategies and firm performance: What do we know and where do we need to go? *International Journal of Human Resource Management*, 6 (3): 656-670.

George, J. M. ve Brief, A. P. (1992). Feeling good-doing good: A conceptual analysis of the mood at work-organizational spontaneity relationship. *Psychological Bulletin*, 112 (2): 310-329.

Guthrie, J. P. (2001). High-involvement work practices, turnover, and productivity: Evidence from New Zealand. *Academy of Management Journal*, 44 (1): 180-190.

Huselid, M. A. (1995). The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of Management Journal*, 38 (3): 635-672.

Jacques, E. ve Clement, S. D. (1994). *Executive leadership: A practical guide to managing complexity*. Cambridge: Blackwell.

Janssen, O. (2004). The barrier effect of conflict with superiors in the relationship between employee empowerment and organizational commitment. *Work & Stress*, 18 (1): 56-65.

Kanter, R. M. (1968). Commitment and social organization: A study of commitment mechanism in utopian communities. *American Sociological Review*, 33 (4): 499-517.

Koch, R. L. ve Steers, R. M. (1978). Job attachment, satisfaction, and turnover among public sector employees. *Journal of Vocational Behavior*, 12 (1): 119-128.

Konovsky, M. A. ve Cropanzano, R. (1991). Perceived fairness of employee drug testing as a predictor of employee attitudes and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 76 (5): 698-707.

Laschinger, H. K. S., Finegan, J. E., Shamian, J. ve Wilk, P. (2004). A longitudinal analysis of the impact of workplace empowerment on work satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 25 (4): 527-545.

Lee, J. ve Peccei, R. (2007). Perceived organizational support and affective commitment: The mediating role of organization-based self-esteem in the context of job insecurity. *Journal of Organizational Behavior*, 28 (6): 661-685.

Liao, H., Toya, K., Lepak, D. P. ve Hong, Y. (2009). Do they see eye to eye? Management and employee perspectives of high performance work systems and influence processes on service quality. *Journal of Applied Psychology*, 94 (2): 371-391.

Liden, R. C., Wayne, S. J. ve Sparrowe, R. T. (2000). An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationships and work outcome. *Journal of Applied Psychology*, 85 (3): 407-416.

Luthans, F. (1992). *Organizational behavior*. 6. Baskı. New York: McGrawHill Inc.

Mathieu, J. E. ve Zajac, D. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlations, and consequences of organizational commitment. *Psychological Bulletin*, 108 (2): 171-194.

McCormack, D., Casimir, G., Djurkovic, N. ve Yang, L. (2006). The concurrent effects of workplace bullying, satisfaction with supervisor and satisfaction with co-workers on affective commitment among schoolteachers in China. *International Journal of Conflict Management*, 17 (4): 316-331.

McElroy, J. C. (2001). Managing workplace commitment by putting people first. *Human Resource Management Review*, 11 (3): 327-335.

Menon, S. T. (2001). Employee empowerment: An integrative psychological approach. *Applied Psychology: An International Review*, 50 (1): 153-180.

Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L. ve Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61 (1): 20-52.

Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1 (1): 61-89.

Meyer, J. P. ve Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human Resource Management Review*, 11 (3): 299-326.

Meyer, J. P. ve Smith, C. A. (2001). HRM practices and organizational commitment: Test of a mediation model. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 17 (4): 319-331.

Mowday, R. T., Porter, L. W. ve Steers, R. M. (1982). *Employee-organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. New York: Academic Press.

Nishii, L. H., Lepak, D. P. ve Schneider, B. (2008). Employee attributions of the “why” of HR practices: Their effects on employee attitudes and behaviors, and customer satisfaction. *Personnel Psychology*, 61 (3): 503-545.

Ogilvie, J. R. (1986). The role of human resource management practices in predicting organizational commitment. *Group & Organization Studies*, 11 (4): 335-359.

Patrick, A. ve Laschinger, H. K. S. (2006). The effect of structural empowerment and perceived organizational support on middle level nurse managers' role satisfaction. *Journal of Nursing Management*, 14 (1): 13-22.

Payne, S. C. ve Huffman, A. H. (2005). A longitudinal examination of the influence of mentoring on organizational commitment and turnover. *Academy of Management Journal*, 48 (1): 158-168.

Reichers, A. E. (1985). A review and reconceptualization of organizational commitment. *Academy of Management Review*, 10 (3): 465-476.

Schaubroeck, J., May, D. R. ve Brown, F. W. (1994). Procedural justice explanations and employee reactions to economic hardship: A field experiment. *Journal of Applied Psychology*, 79 (3): 455-460.

Schlessinger, L. A. ve Heskett, J. L. (1991). Breaking the cycle of failure in services. *Sloan Management Review*, 32 (3): 17-28.

Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal araştırmalarda yöntem bilim*. Ankara: TODAİE Yayınları.

Sheldon, M. E. (1971). Investments and involvements as mechanisms producing commitment to the organization. *Administrative Science Quarterly*, 16 (2): 143-150.

Snell, S. ve Dean, J. (1992). Integrated manufacturing and human resource management: A human capital perspective. *Academy of Management Journal*, 35 (3): 467-504.

Spector, P. E. (1986). Perceived control by employees: A meta-analysis of studies concerning autonomy and participation at work. *Human Relations*, 39 (11): 1005-1016.

Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement and validation. *Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465.

Spreitzer, G. M. (1997). Toward a common ground in defining empowerment. *Research in Organizational Change and Development*, 10 (1): 31-62.

Spreitzer, G. M., Kizilos, M. A., Nason, S. W. (1997). A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness, satisfaction, and strain. *Journal of Management*, 23 (5): 679-704.

Sun, L. Y., Aryee, S. ve Law, K. S. (2007). High-performance human resource practices, citizenship behavior, and organizational performance: A Relational Perspective. *Academy of Management Journal*, 50 (3): 558-577.

Sürgevil, O., Tolay E. ve Topoyan, M. (2013). Yapısal güçlendirme ve psikolojik güçlendirme ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri. *Journal of Yasar University*, 8 (31): 5371-5391.

Thomas, K., ve Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15 (4): 666-681.

Ugboro, I. O. (2006). Organizational commitment, job redesign, employee empowerment and intent to quit among survivors of restructuring and downsizing. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 7 (3): 232-253.

Vandenberghe, C., Bentein, K. ve Stinglhamber, F. (2004). Affective commitment to the organization, supervisor, and work group: Antecedents and outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 64 (1): 47-71.

Way, S. A. (2002). High performance work systems and intermediate indicators of firm performance within the US small business sector. *Journal of Management*, 28 (6): 765-785.

Wei, Y.-C., Han, T.-S. ve Hsu, I.-C. (2010). High-performance HR practices and OCB: A cross-level investigation of a causal path. *The International Journal of Human Resource Management*, 21 (10): 1631-1648.

Whitener, E. M. (2001). Do high commitment human resource practices affect employee commitment? A cross-level analysis using hierarchical linear modeling. *Journal of Management*, 27 (5): 515-535.

Wolfe. L. M., ve Robertshaw, D. (1982). Effects of college attendance on locus of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 (1): 802-610.

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
MAKALE YAYIM İLKELERİ VE YAZIM KURALLARI

1. Genel İlkeler

DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce yazılan makaleler de yayımlanabilir. Dergi, alana özgün katkılar yapan teorik ve/veya uygulamalı makaleleri yayınlamayı amaçlar. Dergiye gönderilen makalelerin daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması ve herhangi bir yerde yayınlanması için değerlendirme sürecine girmemiş olması gerekir. Gönderilen makaleler, ilk olarak yayın kurulu tarafından alana özgün katkısı, bilimsel anlatımı ve yazım kuralları yönünden incelenir. Çalışmalar, ön değerlendirme ölçütlerini karşılamaları halinde üç hakeme gönderilir. Hakemlerin ve yazarın kimlikleri bu süreçte gizli tutulur. Hakem raporları doğrultusunda makalenin yayınlanıp yayınlanmamasına, yayın kurulu karar verir. Yayınlanmayan makaleler, yazara geri verilmez. Dergideki makalelerin bilimsel sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanmış eserlerden kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir. Dergide yayınlanmasından sonra makalenin tüm telif hakları DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'ne aittir. Yayınlanmış çalışmaların yazarlarına telif ücreti ödenmez. DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi onayı olmadan yayınlanmış makaleler başka bir yerde yayınlanamaz ve çoğaltılamaz.

2. Makalelerin Gönderilmesi

Makaleler, "MS Word" programında çıktısı alınıp, "üç" kopya olarak ve makalenin içine kopyalandığı bir CD'yle "Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi, Kaynaklar Yerleşkesi, 35160 Buca-İzmir" adresine gönderilmelidir. Ayrıca, makalenin "MS Word"de yazılmış hali, e-postayla sbedergi@deu.edu.tr e-posta adresine gönderilmelidir.

3. Yazım Kuralları ve Biçimsel Özellikler

Makaleler, MS Word programında "Times New Roman 11 Punto" karakteriyle **tek satır aralıklı** ve **iki yana yaslanmış** olarak yazılır. Paragraf başlarındaki girinti "**1,25 cm**" ve paragraf aralarındaki boşluk önce "**0 nk**" sonra "**6 nk**" olmalıdır. (Bu ayarlar MS Word programında "paragraf ayarları" – "girintiler ve aralıklar" bölümünden yapılmaktadır). Sayfa yapısı A4 olmalı; sağ 4 cm, sol 4 cm, üst 5,25 cm ve alt kenarlardan "4,75 cm" boşluk bırakılmalıdır. (Bu ayarlar "sayfa düzeni" – "kenar boşlukları" bölümünden yapılmaktadır).

Makalenin genel kurgusu sırasıyla şöyledir: **Makale adı, yazar adı, Türkçe öz, Türkçe anahtar kelimeler, makalenin İngilizce adı, İngilizce öz, İngilizce anahtar kelimeler, tam metin, dipnotlar, kaynakça ve ekler.** Öz ve anahtar kelimeler "Times New Roman 10 Punto" karakteriyle yazılmalıdır.

Makaleler, herhangi bir yerde sunulmuşsa bu durum mutlaka makale başlığına dipnot verilerek gösterilmelidir.

Makalenin ilk sayfası kapak sayfasıdır. Bu sayfada, çalışmanın başlığı (büyük harflerle, 11 Punto ve koyu), yazar adı ve soyadı (soyadı büyük harflerle), ünvanı, adresi ve varsa teşekkür notu bulunur. İkinci sayfada, makalenin başlığı tekrar yazılmalıdır. Öz, anahtar kelimeler, İngilizce öz ve anahtar kelimeler ikinci sayfada olmalıdır. Özler ortalama 150 kelimedenden oluşmalıdır. Özde, çalışmanın amacı ve kapsamı, özgün yönü ve incelediği alana getirdiği katkı, yöntemi ve başlıca vurguları, değerlendirmeler ve öneriler kısaca belirtilmelidir. Anahtar kelimeler en az iki en çok altı tane olmalıdır. Makalenin ana metni üçüncü sayfadan başlamalıdır. Metindeki ana başlıklar, büyük harfle ve koyu olarak yazılmalıdır. İkinci düzey başlıklar koyu ve kelimelerin sadece ilk harfleri büyük yazılmalıdır. Üçüncü düzey başlıklarınsa koyu ve sadece ilk kelimelerinin ilk harfi büyük yazılmalıdır.

Tablo ve şekil başlıkları, tablo ve şekillerin üzerinde numaralandırılarak “Times New Roman 10 Punto” olarak yazılmalıdır. Tablo içi yazım karakteri “Times New Roman 9 Punto” olmalıdır.

Dergide, **kaynak gösterme metin içinde parantez içinde yazar soy ismi ve yayın yılı olarak verilir.** Örneğin: (Ahmet, 2005: 46). Kaynak gösterilen çalışma iki yazarlıysa iki yazarın soy isimleri gösterilir. (Ahmet ve Ozan, 2003: 69). Kaynak gösterilen çalışma üç ve daha fazla yazarlıysa ilk yazarın “soy ismiyle vd.” ifadesi kullanılmalıdır. Örneğin: (Ahmet vd., 2006: 79). Metin içinde aynı konuya birden fazla kaynak gösterilmişse ya da yer verilmişse, yazarların soy isimleri alfabetik sıralamayla gösterilmelidir. Örneğin; (Ahmet, 2009; Can, 2001; Uysal 2006). Aynı yazarın aynı yıla ait farklı çalışmaları, yayın yılı sonuna konulacak “a, b, c, ...” harfleriyle gösterilmelidir. Örneğin: (Yılmaz, 2008a; 2008b).

Metinde dipnot uygulaması ilgili sayfanın altında, metnin bütünlüğü bozmayacak şekilde yalnızca açıklama amacıyla kullanılmalıdır ve “Times New Roman 10 Punto” karakteriyle verilmelidir.

Kaynakçada, örnek çalışmalar için uyulması gereken genel kurallar aşağıda gösterilmiştir.

Kitap:

Rosenau, P. M. (2004). *Post-modernizm ve toplum bilimleri*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Kitap bölümü:

Muecke, M. A. (1994). On the evaluation of ethnographies. J. M. Morse (Der.) *Critical issues in qualitative research*: İçinde 187–209. London: Sage.

Dergi:

Kılıç, G. ve Öztürk, Y. (2009). Kariyer yönetimi: beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1): 45–60.

E-dergi:

Drichoutis, A. C., Lazaridis, P. ve Nayga, R. M. Jr. (2006). “Consumers’ use of nutritional labels: a review of research studies and issues”, *Academy of Marketing Science Review* (e-journal), 2006 (9): <http://www.amsreview.org/articles/drichoutis09-2006.pdf>, (02.09.2011).

Tez:

Çolakoğlu, Ü. (1997). Konaklama işletmelerinde yönetici-yönetilen ilişkilerinde iletişim stratejileri. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Sempozyum ve kongre bildirileri:

Önder, A. Ö., Karadağ, M. ve Deliktaş, E. (2003) “Seçilmiş İllerde Kamu Sermaye Stokunun Özel Sektör İmalat Sanayii Üretim Etkinliği Üzerine Etkisi” Pamukkale Üniversitesi KEAS’03 Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu-1, Eylül 11-12, Denizli.

Temiz, D. ve Gökmen, A. (2009). Foreign Direct Investment and Export in Turkey: The Period of 1991-2008, *EconAnadolu 2009: Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi*, 17-19 Haziran 2009, Eskişehir, Türkiye.

İnternet adresi:

University of Georgia, “Points of pride”, <http://www.uga.edu/profile/pride.html> (erişim tarihi).

Raporlar:

TCMB, (1995)Yıllık Rapor. www.tcmb.gov.tr, (01.05.2011). **veya** Bikmen, F. ve Meydanoğlu, Z. (2006). *Türkiye’de sivil toplum: bir değişim süreci*. Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu. İstanbul: Tüsev Yayınları No: 39.

İnternet makale:

Suronovic, M. S. (2005). *International finance theory and policy*. <http://internationalecon.com/Finance/Fch70/Fch70.php> (erişim tarihi).

İnternet bildiri:

Temiz, D. ve Gökmen, A. (2009). Foreign Direct Investment and Export in Turkey: The Period of 1991-2008, EconAnadolu 2009: Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi, 17-19 Haziran 2009, Eskişehir, Türkiye (econ.anadolu.edu.tr/fullpapers/ Temiz_Gokmen_econanadolu2009.pdf) (erişim tarihi).

Makalenin yazımıyla atıflarla ilgili belirtilmeyen diğer konularda bilimsel makale yazım kuralları esas alınmalıdır. Yararlanılan kaynaklar, makalenin sonunda ayrı bir sayfada soy isim sırasıyla alfabetik olarak “kaynakça” başlığı altında gösterilmelidir. Kaynakçada aynı yazarın aynı yıla ait çalışmaları varsa, çalışmanın yapıldığı yılsonuna “a, b, c, ...” harfleri koyularak sıralanmalıdır.

Söz konusu kural ve ilkelere uymayan makalelerin sorumlulukları yazar(lar)a aittir. Dergi Yayın Komisyonu’nun ilgili kural ve ilkelere uymayan makaleleri “değerlendirme sürecinde” “reddetme” hakkı bulunmaktadır.

İÇİNDEKİLER / CONTENT

- İşten Ayrılma Niyeti ve Aşırı Rol Yükünün Otel Çalışanlarının Sosyal Aylaklık Davranışlarına Etkisi
Yılmaz AKGÜNDÜZ, Gürkan AKDAĞ, Ozan GÜLER, Serdar SÜNNETÇİOĞLU 515
- Kosovo Force (KFOR) Organization Image: Empirical Research on Kosovo Armed Forces (KSF)
Korhan ARUN 537
- Çalışanların Örgütsel Adalet Algılarının Psikolojik Sermaye Üzerine Etkisi: Çalışanların İyilik Halinin Düzenleyici Rolü
Mazlum ÇELİK, Ömer TURUNÇ, Necdet BİLGİN 559
- Moda Odaklı İçgüdüsel Satın Alma Davranışına Etki Eden Faktörler
İlknur TÜFEKÇİ, Aysel ERCİŞ, Bahar TÜRK 587
- Yüksek Performanslı İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları, Psikolojik Güçlendirme ve Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma
Hüseyin YILMAZ, Atila KARAHAN 607