T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KORONAVİRÜS PANDEMİSİ SÜRECİNDE YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDEKİ İŞGÖREN MEMNUNİYETİNİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Koray Yunus ELLİDÖRT

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Gülçin ÖZBAY

Aralık 2020

T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KORONAVİRÜS PANDEMİSİ SÜRECİNDE YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDEKİ İŞGÖREN MEMNUNİYETİNİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Koray Yunus ELLİDÖRT

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Bu tez 23.12.2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

JÜRİ	BAŞARI DURUMU
Jüri Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Gülçin ÖZBAY	BAŞARILI
Üye: Doç. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN	BAŞARILI
Üye: Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	BAŞARILI

BEYAN

Tez içindeki bütün bilgilerin akademik kurallara uyarak tarafımımca sağlandığını, görsel ve yazılı bütünkatkı ve sonuçların akademik ve etik kurallara elverişlibiçimde takdim edildiğni, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapılmadığını, başkalarının yapıtlarından faydalanılması durumunda bilimsel normlara elverişli olarak atıfta bulunulduğunu, tezde yer alan bilgilerin bu üniversite veya farklı bir üniversitede tez çalışmasında kullanılmadığını beyan ederim.

Koray Yunus ELLİDÖRT

15.06.2020

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim boyunca, her çalışmamda bana eşlik eden, yardımcı olan, akademik ve sektörel engin bilgilerini bana sunmaktan çekinmeyen, çalışmalarımı destekleyen Dr. Öğr. Üyesi Gülçin ÖZBAY'aşükranlarımı sunarım.

Hayatımın her alanında olduğu gibi bu araştırmada da beni destekleyen; babam Atilla ELLİDÖRT'e, annem Serpil ELLİDÖRT'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Çalışmanın veri toplama aşamasında bana yardımda bulunan; değerli arkadaşlarım Melih KABADAYI'ya, Şeyda SİNEKOĞLU'na, Tolgahan ŞENOL'a, Uğur ÖZDEMİR'e teşekkürlerimi sunarım.

Araştırma süresince her şekilde desteğini esirgemeyen çalışma arkadaşlarım; Selda TANYILDIZ GÜLNAR'a, Bahadır ŞENOL'a, Ezgi ÖZTÜRK'e, Sinem TANYILDIZ'a şükranlarımı sunarım.

Ayrıca, araştırma süresi boyunca manevi desteklerini eksik etmeyen, araştırmanın yapılma aşamasında her türlü desteği veren değerli hayat yoldaşım Dr. Kübra TAZE'ye teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR ..... **i**
İÇİNDEKİLER ..... **ii**
KISALTMALAR ..... **v**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **vi**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **viii**
ÖZET ..... **ix**
SUMMARY ..... **x**

BÖLÜM 1.
GİRİŞ **1**

BÖLÜM 2.
KORONAVİRÜS PANDEMİSİ, ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ **3**

2.1. Pandemi Kavramı 3
2.1.1. Geçmiş pandemiler 4
2.1.2. Koronavirüs pandemisi 5
2.1.3. Koronavirüs pandemisinin etkileri 6
2.1.3.1. Koronavirüs pandemisinin ekonomik etkileri 6
2.1.3.2. Koronavirüs pandemisinin turizm sektörüne etkisi 9
2.1.3.3. Koronavirüs pandemisinin turizm sektöründe istihdama etkisi 11
2.1.3.4. Koronavirüs pandemisinin turizm sektörüne ekonomik etkisi 12
2.1.4. Koronavirüs pandemisi için alınan ekonomik tedbirler 13
2.1.5. Koronavirüs pandemisinin etkilediği turizm sektörü için alınan destek paketleri 15
2.2. Örgütsel Bağlılık 17
2.2.1. Örgütsel bağlılığın önemi 18
2.2.2. Örgütsel bağlılığın sınıflandırılması 20
2.2.3. Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler 23
2.2.3.1. Kişisel faktörler 24
2.2.3.2. Örgütsel faktörler 25
2.2.3.3. Örgüt dışı faktörler 27

2.2.4. Turizm işletmeleri açısından örgütsel bağlılık kavramı 28
2.2.5. Örgütsel bağlılık sonuçları 28
2.2.5.1. Düşük örgütsel bağlılık düzeyi 29
2.2.5.2. Orta düzeyde örgütsel bağlılık 30
2.2.5.3. Yüksek düzeyde örgütsel bağlılık 31
2.3. Çalışan Memnuniyeti 32
2.3.1. Çalışan memnuniyetinin önemi 33
2.3.2. Çalışan memnuniyetini etkileyen faktörler 35
2.3.2.1. Bireysel faktörler 35
2.3.2.2. Örgütsel faktörler 36
2.3.3. Çalışan memnuniyeti ile ilgili teoriler ve kuramlar 37
2.3.4. Çalışan memnuniyeti sağlamaya yönelik uygulamalar 41

BÖLÜM 3.
YÖNTEM (METODOLOJİ) 46
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 46
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları 47
3.3. Araştırmanın Yöntemi 47
3.4. Evren ve Örneklem 48
3.5. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları 48
3.5.1. Çalışan memnuniyeti ölçeği 49
3.5.2. Örgütsel bağlılık ölçeği 49
3.6. Araştırmanın Modeli 50
3.7. Araştırmanın Hipotezleri ve Soruları 51
3.8. Verilerin Temizlenmesi ve Geçerlilik-Güvenirlik Analizleri 53
3.9. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Ölçeklerininin Güvenilirlik Analizi Sonuçları 53
3.10. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Ölçeklerinin Normallik Analizi Sonuçları 54
3.11. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Ölçeklerinin Geçerlilik Analizi Sonuçları 55
3.11.1. Çalışan memnuniyeti ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi 56
3.11.2. Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi 58

BÖLÜM 4.
BULGULAR VE TARTIŞMA 61
4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri 61
4.2. Katılımcıların Memnuniyet ve Örgütsel Bağlılık Algılarına İlişkin Bulgular 63
4.2.1. Çalışan memnuniyetine ilişkin tanımlayıcı istatistikler 64
4.2.2. Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler 66
4.3. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Değişkenleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular 70
4.4. Araştırmanın Değişkenlerinin Birbirleri Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bulgular 71
4.5. Katılımcıların Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılığa Yönelik Algıları İle Demografik Özelliklerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular 74
4.6. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Sonuçlar 84

BÖLÜM 5.
SONUÇ VE ÇIKARIMLAR 89

KAYNAKÇA 96
EKLER 109
ÖZGEÇMİŞ 112

KISALTMALAR

ANOVA	: Varyans Analizi
B	: Regresyon Katsayısı
Diğ.	**:** Diğerleri
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
F	: Varyans Analiziyle Alakalı Parametre
f	: Frekans
GSYH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IMF	: Uluslararası Para Fonu
N	**:** Sayı
P (sig.)	: Katsayıların Anlamlılık Değeri
R	: Çoklu Korelasyon Katsayısı
r	: Korelasyon Katsayısı
R^2	: Çoklu Açıklayıcılık Katsayısı
S.S	: Standart Sapma
T	: T-testiyle Alakalı Parametre
TUİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization)
Vb.	: Ve Benzeri
VIF	: Varyans Genişlik Faktörü
WB	: Dünya Bankası
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
%	**:**Yüzde

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1 : Antalya'ya gelen ziyaretçi sayılarının aylara ve yıllara göre dağılımının gösterimi 10
Tablo 2.2 : Turizm geliri ve ziyaretçi sayısı, III. çeyrek: Temmuz-Eylül, 2020 13
Tablo 2.3 : Ekonomik istikrar kalkan paketi 14
Tablo 2.4 : Kredi garanti fonu turizm destek paketi 17
Tablo 2.5 : Örgütsel bağlılık sonuçları 29
Tablo 2.6 : Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin örgüte uyarlanması 40
Tablo 3.1 : Cronbach's Alpha model yorumlanması 54
Tablo 3.2 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık ölçeklerine ilişkin güvenirlik analizleri……. 54
Tablo 3.3 : KMO değerleri sınıflandırması 55
Tablo 3.4 : Çalışan memnuniyeti ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçları……. 56
Tablo 3.5 : Çalışan memnuniyeti ölçeğiyle alakalı açıklayıcı faktör analizinin sonuçları……. 57
Tablo 3.6 : Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçları…….. 58
Tablo 3.7 : Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları 59
Tablo 4.1 : Katılımcıların demografik özellikleri 62
Tablo 4.2 : Çalışan memnuniyetine ilişkin tanımlayıcı istatistikler 65
Tablo 4.3 : Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler 67
Tablo 4.4 : Araştırma değişkenlerinin arasındaki ilişkiyle alakalı korelasyon analizi sonuçları 71
Tablo 4.5 : Çalışan memnuniyetinin boyutlarının duygusal bağlılığa etkisi 72
Tablo 4.6 : Çalışan memnuniyetinin boyutlarının devam bağlılığına etkisi 73
Tablo 4.7 : Çalışan memnuniyetinin boyutlarının normatif bağlılığa etkisi 74
Tablo 4.8 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının cinsiyet gruplarına göre farklılaşması- T testi sonuçları 75
Tablo 4.9 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının medeni durum gruplarına göre farklılaşması- T testi sonuçları 76
Tablo 4.10 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının yaş grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları 77
Tablo 4.11 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının eğitim grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları 78
Tablo 4.12 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının çalışılan bölüm grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları 80
Tablo 4.13 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları 82
Tablo 4.14 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının işletmede çalışma süresi grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları 83

Tablo 4.15 : Hipotezlere ilişkin sonuçlar 87

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 : Dünya hizmet ticareti aktivite endeksi (2007- 2020)..... 7
Şekil 2.2 : Türkiye istatistik kurumu (2018-2020) GSYH büyüme hızı.. 8
Şekil 2.3 : Türkiye İstatistik Kurumu (2019-2020) arası işsizlik oranı. 9
Şekil 2.4 : İş analizlerinin çeşitli insan kaynakları işlev ve programları ile olan ilişkisi..... 42
Şekil 3.1 : Araştırma modeli 50
Şekil 5.1 : Araştırma modeli sonuçları..... 91

KORONAVİRÜS PANDEMİSİ SÜRECİNDE YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDEKİ İŞGÖREN MEMNUNİYETİNİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ

ÖZET

Yiyecek-içecek işletmelerine günümüzde talebin artmasıyla beraber, işletme sayısı da buna bağlı olarak artarak, daha karmaşık sistemlere sahip olmuşlardır. Artan işletme sayısı ise işgören talebini doğurmuştur. Bu doğrultuda insan kaynağının yönetimi, işgörenlerin memnuniyeti ve örgütlerine olan bağlılıkları bu işletmelerde önemli bir hale gelmiştir. Yiyecek-içecek işletmeleri geçmişte daha basit bir yönetim şemasına sahip olan işletmelerdir. Fakat, günümüzde işgören sayısının artması ve yiyecek-içecek işletmelerinin büyümesiyle beraber daha büyük yönetim şemasına sahip olmuşlardır. Hizmetlerden ve yiyecek-içecek ürünlerinden oluşan bu işletmelerin kaliteleri, sundukları hizmet kalitesinin niteliğine göre belirlenmektedir. Hizmet sunan işletmelerde en önemli kaynak insandır. İnsan kaynağının iyi seçilmesi, iyi motive edilmesi, iyi yönetilmesi, işinden memnun olması ve örgüte sadık olması bu işletmeleri başarıya götürecek anahtardır. Özellikle koronavirüs pandemisinde en çok etkilenen sektörlerden birinin turizm sektörü olmasından dolayı, en çok etkilenen çalışanlarda bu sektörde istihdam edilmiş olanlardır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı; yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılığa etkisini araştırmaktır. Çalışanların araştırma değişkenlerine dair algılarının, demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığının kararlaştırılması ise çalışmanın bir diğer amacıdır. Buna bağlı olarak öncelikle; çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık ile ilgili literatür araştırması yapılarak araştırmanın teorik çerçevesi hazırlanmıştır. Daha sonrasında araştırma için belirlenen, Doğu Marmara Bölgesi'nde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmeleri işgörenlerine anket uygulanmıştır. Araştırma verileri kolayda örnekleme tekniği ile ulaşılan, 36 farklı işletmede çalışan 387 katılımcıdan veri toplanmıştır. Araştırma varsayımlarını ölçmek için regresyon ve korelasyon analizi kullanılmıştır. Çalışanların araştırmanın temel değişkenlerine ilişkin anlayışlarının, demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek hedefiyle, t-testi ve tek yönlü varyans (One-Way ANOVA) analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların memnuniyeti, örgütsel bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir. Çalışanların içsel memnuniyeti, duygusal bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir. Fakat içsel memnuniyetin devam bağlılığına ve normatif bağlılığa etkisi bulunmamaktadır. Çalışanların dışsal memnuniyeti, duygusal bağlılığına pozitif yönde etki etmekte olup, devam bağlılığı ve normatif bağlılık üzerinde etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek-İçecek, Örgütsel Bağlılık, Çalışan Memnuniyeti

THE EFFECT OF EMPLOYEE SATISFACTION IN FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC

SUMMARY

With the increasing demand for food and beverage businesses, the number of businesses has increased and more complex systems has led to demand for employees, so HR management has become important. Food and beverage businesses have more complex management systems today, the quality of which is determined according to the quality of food and service they provide. For the businesses in service sector, choosing the right people who are the most important resource for the job,properly motivatingand managing them, making sure that they are happy with their working environment and loyal to the establishment are the keys to success. One of the industries most affected by the coronavirus pandemic is tourism, the employees most affected by the pandemic are also in this industry. The purpose of this study is to investigate the effect of employee satisfaction on organizational commitment in the businesses during the coronavirus pandemic process. At the same time, the aim is to reveal whether there is a relationship between employee satisfaction and organizational commitment during the pandemic. Another aim is to determine whether the employees' perceptions of research variables differ according to their demographic characteristics. Accordingly, the theoretical framework of the study was formed by first scanning the literature on employee satisfaction and organizational commitment. Then, a survey was conducted on the employees of ministry-approved food and beverage businesses in the Eastern Marmara Region. The data were collected by convenience sampling technique. Regression and correlation analysis were used to test research hypotheses. Independent Samples T-Test and One-Way ANOVA were used to determine whether the participants' perceptions of thebasic variables of the study differ significantly according to their demographics.According to results, the internalsatisfaction of employees during the pandemic positively affects organizational andemotionalcommitment, but does not affect continuance and normative commitment. While the external satisfaction positively affects emotional commitment, it does not affect continuance and normative commitment.

Keywords: Food and Beverage, Organizational Commitment, Employee Satisfaction

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Turizm endüstrisi kapsamında bulunan yiyecek-içecek işletmeleri, hem konaklama işletmeleri bünyesinde hem de bağımsız olarak faaliyet göstermektedirler. Yiyecek-içecek işletmeleri, kendi içinde sundukları hizmetlere ve sınıflarına göre gruplara ayrılmaktadırlar. Yiyecek-içecek işletmelerinin sunduğu hizmetler düşünüldüğünde, turizm sektörü için büyük bir zorunluluk olduğu söylenebilir. Bu sebeple günümüzde yiyecek-içecek işletmelerine yönelik akademik çalışmalar artmakta ve turizm sektörünün bu kanadında faaliyet gösteren işletmelerin durumu analiz edilmektedir.

Yiyecek-içecek işletmeleri hem hizmetlerini hem ürünlerini satarlar. Bu doğrultuda işletmelerin ürünlerini satmada en önemli faktörün hizmet olması kaçınılmazdır. Hizmet işletmeleri, emek yoğun işletmeler olarak faaliyet göstermektedir. Emek yoğun işletmelerde çalışanlar her zaman daha ön plana çıkmaktadır. Yiyecek-içecek işletmelerinin en büyük sorunlarından biri çalışanlarının örgütüne bağlı olmadığı durumda uzun yıllar boyunca çalışamaması ve daha iyi bir örgüt bulduğunda ona geçiş yapmasıdır. Çalışanın örgütten ayrılması durumunda hem işletme hem de müşteriler olumsuz etkilenmektedir (Aktaş ve Gök, 2010, s.34).

İşgöreni örgütüne bağlayan en önemli faktörlerden biri ise çalışan memnuniyetidir. Çalışan memnuniyeti, işgörenin beklentisinin gerçekte karşılanıp karşılanmadığı durumlarda, duygusal ve davranışsal olarak pozitif veya negatif hareket etmesidir. İşletmelerin beklentisi, her çalışanın tam olarak memnun olmasıdır. Bu beklenti boş bir beklenti değildir, çünkü çalışanların çoğunun memnun olması örgüt içinde sağlıklı sonuçlar çıkarmaktadır (Kaynak, 1990, s. 112).

Turizm sektörü talep boyutunun genişliği nedeniyle, ortaya çıkan farklı durumlara olumlu veya olumsuz olarak ani tepki vermektedir. Turizmin gerçekleştiği destinasyonların katma değeri artmaktadır. Bu destinasyonların sahibi olan ülkeler, destinasyonların çekiciliği ile turist çekmektedir. Ülkeler çektikleri turistler ile birlikte yüksek gelirler elde ederek döviz girdisi sağlamaktadırlar. Fakat turizmin

sağladığı pozitif etki çok kırılgandır. Terör saldırıları, siyasi olaylar ve salgın hastalıklar gibi beklenmedik durumlarda turizmin dinamik yapısından dolayı, olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Koronavirüs pandemisi süresince, ülkeler çeşitli kısıtlamalar getirmiş, sınırlarını kapatmış, yasaklamalar getirmişlerdir. Bu yasaklamalar sonucunda, turizm durma noktasına gelmiştir. Küresel çapta yasaklamalar olduğu kadar ulusal olarak da yasaklamalar gerçekleşmiştir. Uygulanan sokağa çıkma yasakları, seyahat kısıtlamaları, salgının fazla yayılım gösterdiği bölgelerde karantinalar yiyecek-içecek sektörünü negatif yönde etkilemiştir. Yiyecek-içecek işletmeleri emek yoğun işletmeler olduğundan dolayı, bu işletmelerde istihdam oranı fazladır. Koronavirüs pandemisiyle beraber yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların birçoğu olumsuz etkilenmiştir. Birçok çalışan işsiz kalmış, ücretsiz izne çıkarılmış veya kısa çalışma düzenine geçirilmişlerdir. Bu doğrultuda çalışmada pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerindeki çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılıklarına etkisi araştırılmıştır.

BÖLÜM 2. KORONAVİRÜS PANDEMİSİ, ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ

2.1. Pandemi Kavramı

Bulaşıcı hastalıklar uzun yıllar boyunca bütün insanlığın tehdidi olmuştur. Bakteri ve virüsler kan, su ve hava yoluyla insandan insana geçtiğinden dolayı, insanın değil toplumun bir sorunu haline gelmiştir. Küreselleşen dünyada insanlar kadar virüs ve bakteriler de kolayca ulaşım imkanı bulmaktadır. Bundan dolayı virüs ve bakterilerin yayılma hızı eskiye göre daha hızlı ve tehlikeli şekilde olmaktadır (Temel, 2012, s. 1).

Tarih boyunca insanların ve toplumların salgın hastalıklardan daha fazla etkilenmesinin sebebi, kıtlıklardan doğan açlık, savaşlar ve doğal felaketlerdir. Salgın hastalıklar, insanları korkutarak paniğe sebep olmuştur. Panik ile beraber insanlar evlerini terk ederek farklı yerlere göç etmişlerdir. Bu göç sonucunda salgınlar, daha geniş coğrafyalara yayılmıştır. Sonuç olarak pandemiler ve epidemiler üretimlerin azalmasına, demografik yapının değişimine, ekonomik bunalımlara, kıtlığa ve olumsuz döngünün oluşmasına sebep olmuştur (Yıldız, 2014, s. 97).

Dünya sağlık örgütü (DSÖ), bir salgın hastalığın pandemi olabilmesi için üç dönem belirlemiş olup, bu üç dönem 6 aşamayı kapsamaktadır. İlk dönemin adı interpandemik dönemdir ve ilk iki aşamayı kapsamaktadır. İlk aşama, insanlarda yeni bir virüse rastlanılmamıştır. Daha önceden insanlarda görülmüş olup insanlarda hastalığa sebep olan bir virüsün alt tiplerinin hayvanlarda görülme olasılığı vardır. Fakat insanlar için enfekte riski yoktur. İkinci aşamada insanlarda yeni virüse rastlanılmamıştır, fakat hayvanlarda yeni alt tip virüs keşfedilmiş olup risk oranı yüksektir. Dünya Sağlık Örgütü ikinci dönemi alarm dönemi olarak tanımlamıştır. Bu dönem üçüncü, dördüncü ve beşinci aşamayı kapsar. Üçüncü aşamada yeni bir virüs ortaya çıkmıştır ve insandan insana yayılımı söz konusu değildir. Dördüncü aşamada insandan insana yayılım mevcuttur, fakat küçük gruplar halinde yerel bir yayılım vardır. Beşinci aşamada

yayılım yerel olmaktadır fakat bu aşamada küçük gruplarda değil daha büyük gruplarda yayılım gözükmektedir. Üçüncü dönem ise pandemi dönemi olarak tanımlanmıştır. Bu dönemde altıncı aşama yani pandemi aşaması vardır. Virüs bütün nüfusa yayılmıştır ve sürekli olarak yayılımı görülmektedir (World Health Organization, 2005; Temel, 2012, s. 15).

2.1.1. Geçmiş pandemiler

Geçmişten bugüne doğal afetler ve savaşlar dışında kitlesel şekilde insan ölümlerinin diğer sebebi pandemilerdir. İnsanlık tarihi incelendiğinde, hızlıca yayılım gösteren pandemiler yüz binlerce hatta milyonlarca insanın ölmesine sebep olmuştur. Bu pandemiler imparatorlukları çökertmiş, orduları bertaraf etmiş ve toplumda derin psikolojik yaralar oluşturmuştur (Yılmaz, 2017, s. 173).

Geçmiş pandemiler incelendiğinde, topluma en çok zarar veren salgınlardan biri kara vebadır. Kara veba Avrupa'da onbinlerce insanın ölmesine sebep olmuştur. 18. Yüzyıla kadar etkisini gösteren kara veba salgını, ticaret yolları ve savaşlar ile kıtalararası yayılıma neden olmuştur. Hayatta kalan insanların psikolojik durumu ve yaşamları eskisi gibi hiçbir zaman olmamıştır (Yıldız, 2014, s. 1).

Pandemi olarak kabul edilmiş olan bir diğer salgın hastalık ise koleradır. Kolera hijyen olarak yeterli olmayan alanlarda yayılmaktadır. Koleranın en çok etki ettiği alanlar; büyükşehirler, rutubetli, karanlık, pis ve havasız yerlerdir (Yıldırım, 2006, s. 18).Kolera, kısa sürede müdahale edilmezse ölümcül bir hastalıktır (Kearns, 1994, s. 122-124).Kolera da kara veba gibi 19. yüzyılın en önemli salgın hastalıklarından biridir. Kolera Asya, Afrika, Amerika ve Avrupa'da birçok insanın ölümüne sebep olmuştur (Diamond, 2002, s. 253-255).

Dünyayı etkileyen bir diğer pandemi ise İspanyol gribidir. İspanyol gribi dünyaya üç dalga halinde etki etmiştir. İlk dalganın mart ayında gözükmesinden sonra yaz aylarının sonlarına doğru etkisini yitirmiştir. İkinci dalga 1918 yılında sonbahar aylarında görülmeye başlamıştır. Üçüncü dalga ise 1918 yılının kış aylarında başlamış olup 1919 yılında etkisini sürdürmüştür. Salgının ilk dalgası ikinci ve üçüncü dalgası kadar etkili olmamıştır. Bunun nedeni H1N1 virüsü ilk dalgada insanların biyolojik yapısına tam

ayak uyduramamasıdır. Zamanla H1N1 virüsü mutasyona uğrayarak daha ölümcül ve tehlikeli hale gelmiştir (Quinn, 2008, s. 126; Yolun, 2012, s. 83).

İspanyol gribinin yayılmasındaki en etkili nedenlerden biri dünyanın savaş döneminde olmasıdır. Diğer nedenleri ise, sağlık sistemlerinin yetersiz olması, tedavi için gerekli yöntemlerin bulunamaması, hastalığı kontrol altına almak için yeteri kadar tedbir alınmamasıdır (Franco-Paredes ve diğ, 2009, s. 4). İspanyol gribi tarihte en ölümcül pandemilerden biri olarak yer almaktadır. Tam sayı bilinmemekle beraber dünyada ortalama 100 milyon insanın ölümüne sebep olmuştur (Chien ve diğ, 2010, s. 1639).

Dünyada uzun bir süre etkisini devam ettiren bir diğer salgın ise kuş gribidir. Kuş gribi farklı isimlerle, farklı tip virüsler ile dünyada yayılım göstermiştir (Ceyhan, 2006, s. 81).Kuş gribi, kanatlı hayvanlardan ismini almaktadır. Tıpkı insanlar gibi hayvanlar da hasta olabilmektedir. 1997 yılına kadar bu virüsün, kanatlı hayvanlarda hastalığa sebep olmadığı ve evcil kümes hayvanlarında hastalığa sebep olduğu düşünülmekteydi. Fakat 1997 yılında Hong Kong'da insana geçebildiği tespit edilmiştir. Kuş gribi virüsü, 41 ülkeye bulaşmış ve birçok insanın hasta olmasına ve ölmesine sebep olmuştur (Öztürk, 2007, s. 58-59).

Günümüze en yakın pandemi olan domuz gribi, hakkında en çok verinin elde edildiği pandemilerden biridir. Dünya Sağlık Örgütü 13 Kasım 2009'da bir açıklama yaparak, 8 Kasım 2009 tarihi itibariyle Dünyada H1N1 virüsü üzerine çalışma yapan 206'nın üzerinde laboratuarda kesinleşmiş pandemik influenza vakası olduğunu duyurmuştur (Kara, 2010, s. 48).

Domuz gribi (H1N1) pandemisi dünya üzerinde 160'dan fazla ülkeye bulaşmış olup 1 milyondan fazla insanı enfekte etmiştir. Vakaların %60'ı 18 yaş ve altıdır. Ölüm oranı dünya genelinde %1.1'dir (Kara, 2010, s. 56).

2.1.2. Koronavirüs pandemisi

Yeni koronavirüs hastalığı 2019 Aralık ayının sonlarına doğru, solunum yolu belirtileri gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020 tarihinde tanımlanmıştır. Salgın ilk olarak Çin'de deniz ürünleri ve hayvan pazarında bulunan insanlarda tespit edilmiştir. Vuhan şehri başta olmak üzere Çin'in diğer eyaletlerine ve dünyaya yayılmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2020).

Dünya Sağlık Örgütü, 11 Şubat 2020 tarihinde yeni hastalığı "coronavirusdisease 2019" anlamına gelen COVID-19 olarak adlandırmıştır. Bir süre sonra virüsün SARS-CoV'e benzerliği sebebiyle ismini SARS-CoV-2 olarak değiştirmiştir (Karadayı, 2020, s. 1).

19 Aralık 2020 itibariyle Dünya Sağlık Örgütü dünya çapında 73,9 milyon vaka ve 1.6 milyon ölüm bildirmiştir. Yine aynı rapora göre vaka artışında ve ölüm sayısında hızlanma belirtilmiştir. Pandeminin başlangıcından bu yana, daha genç nüfus gruplarında teyit edilmiş vakaların oranında artış zamanla gözlemlenmiş olup, en önemlisi ergenler ve gençler arasındaki vakaların oranının artmasıdır. Buna eş zamanlı olarak 65 yaş ve üzeri vakaların oranında düşüş ve ardından stabilizasyon gözlemlenmiştir. Salgının erken aşamalarına göre yaşlı kesimde salgının görülme oranı %40'tan %15'lere düşmüştür. Dünya Sağlık Örgütü bunun sebebini pandeminin başlarında test kapasitesinin düşük olmasından dolayı hastanede yatan yaşlı hastalara test yapılması olduğunu vurgulamıştır (World Health Organization, 2020a).

2.1.3. Koronavirüs pandemisinin etkileri

Koronavirüs pandemisi dünyaya birçok farklı alanda etki etmiştir. Özellikle ülkelerin sağlık sistemlerinin kapasitesini zorlayarak birçok hastaya hizmet verememelerine neden olmuştur. Dünyanın hemen hemen tüm ülkelerine yayılan virüs binlerce insanın ölümüne yol açmıştır. Sadece sağlık alanında olmamakla beraber, koronavirüs pandemisi ülkeleri ekonomik olarak da güç duruma düşürmüştür.

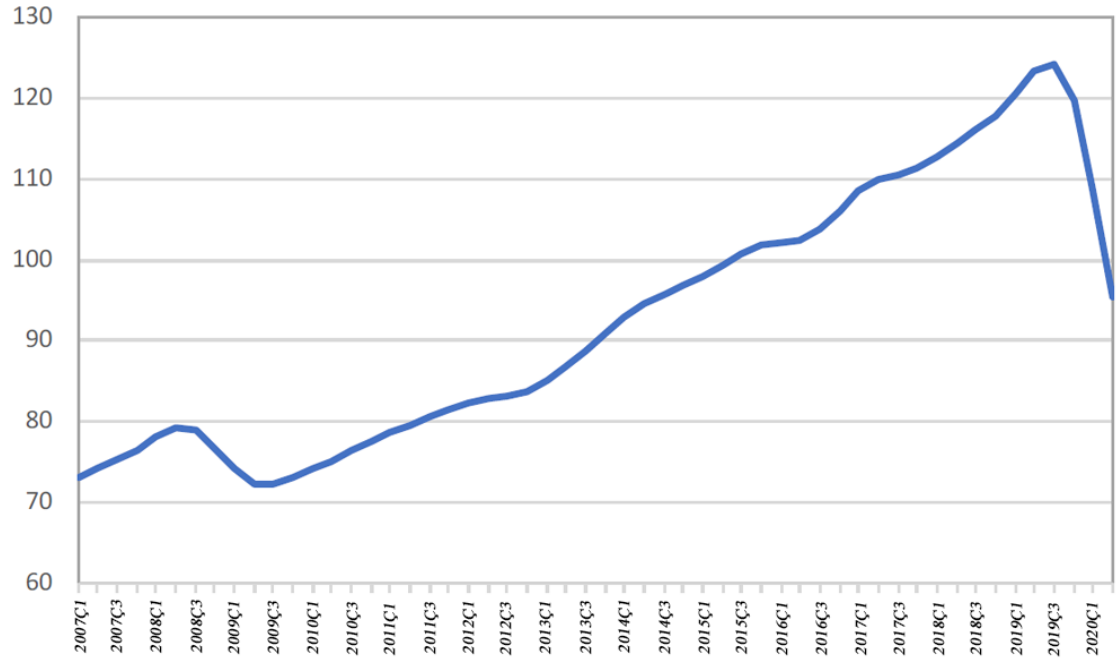
2.1.3.1. Koronavirüs pandemisinin ekonomik etkileri

Bütün dünya ülkeleri benzer bir şekilde koronavirüse karşı mücadele yöntemlerini uygulamıştır. Ülkelerin ekonomileri koronavirüs pandemisi nedeniyle neredeyse kilitlenme durumuna gelmiştir. Uygulanmakta olan yoğun test, sosyal mesafe kuralları, karantina ve diğer kişisel, sağlık bilgisi yöntemleri ülkelerin kaynaklarını tüketmeye zorlamıştır. Ülkelerin her biri farklı ekonomik koşullar içerisinde olduğu için içinde bulundukları duruma göre bu önlemleri almışlardır (Kumar, 2020, s. 233).

Koronavirüs salgınının ekonomik etkilerini azaltmak amacıyla birçok ülke ekonomik tedbir almaya başlamıştır. Bu önlemler, acil para ve maliye politikası hazırlama, sigorta sistemlerine yönelik politikalar, kredi destekleri, vergi kolaylıkları, nakit destekler, faiz

indirimleri olarak sıralanabilir. Ülkelerin dışında IMF ve WB gibi kuruluşlar, ülkelerin ekonomisinin krize girmemesi için çeşitli destek paketleri hazırlamıştır (Kaya, 2020, s. 223).

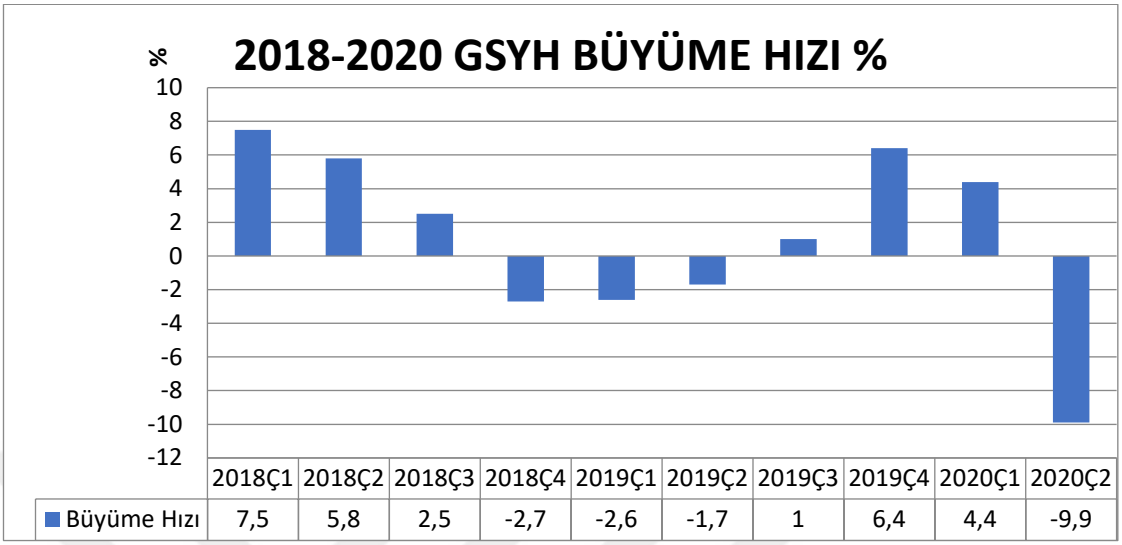
Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) 2020 yılı için dünya ticaret hacminde %9,2'lik bir düşüş öngörmektedir. 2021 yılı için ise %7,2'lik bir artış öngörmektedir. Bu tahminler pandeminin evrimine ve devletlerin buna bağlı olarak verdiği tepkilere doğru orantılı olarak değişebilmektedir. Yine Dünya Ticaret Örgütü'nün yaptığı tahmine göre Gayri Safi Yurt İçi Hasılalar 2020 yılında %4,8 düşecek, 2021 senesinde ise bir önceki seneye göre %4,9 artacaktır. Asya'da 2020 yılında ihracat %4,5 ithalat ise %4,4 düşecek olması öngörülmektedir. Dünyada ürün ticareti kadar hizmet ticareti de düşüş eğilimine girmiştir. Pandemi sürecindeki küresel ekonomik durgunluk sırasında mali kriz dönemine göre %9 daha fazla düşüş yaşanmaktadır. Şekil 2.1'de 2007 birinci çeyrek ile 2020 ikinci çeyrek arası dünya hizmet ticareti aktivite endeksi gösterilmektedir (World Trade Organization, 2020).



Şekil 2.1 : Dünya hizmet ticareti aktivite endeksi (2007- 2020*). (WTO, 2020). *2. Çeyrek verileridir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'dede 2020 yılında büyüme hacminin hızı düşüşe geçmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu'na göre 2020 yılının ikinci çeyreğinde %9.9

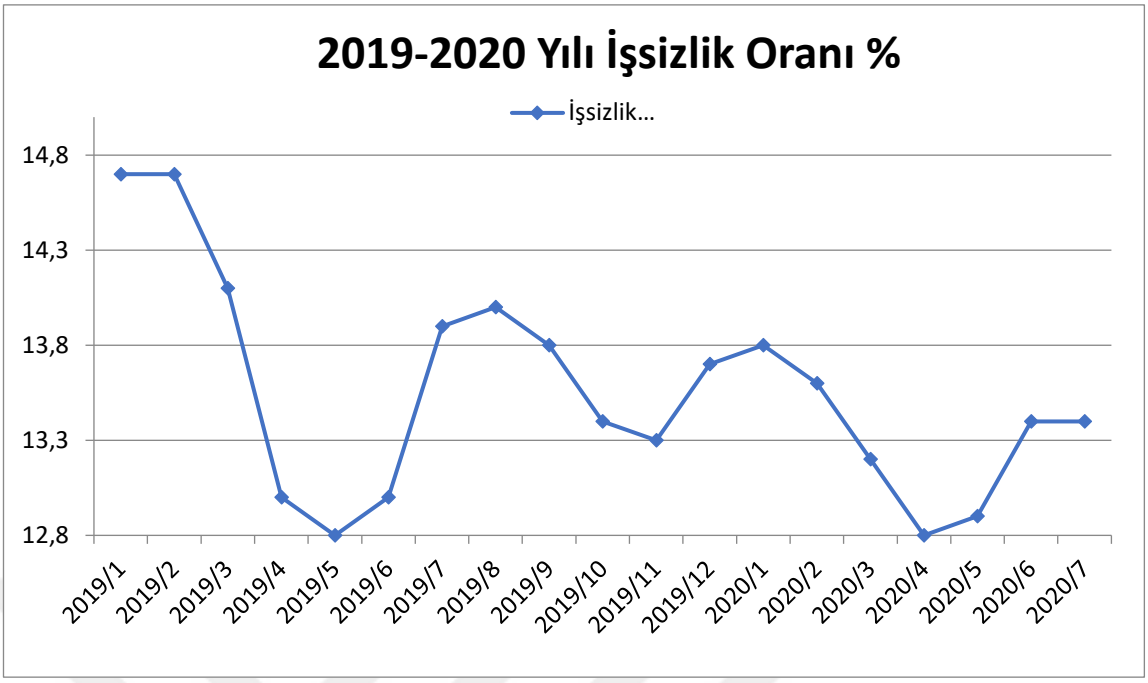
küçülme gerçekleşmiştir. Şekil 2.2'de 2018 yılının birinci çeyreği ile 2020 yılının ikinci çeyreği arasındaki gayri safi yurt için hasıla gösterilmiştir.



Şekil 2.2 : Türkiye İstatistik Kurumu (2018-2020*) GSYH büyüme hızı. (TUİK, 2020a). *2. Çeyrek verileridir.

Covid-19 pandemisinin başlamasıyla beraber 2020 yılının 2. çeyreğinde GSYH büyüme hızında büyük bir düşüş yaşanmıştır. 2020 yılının 1. çeyreği ile 2020 yılının 2. çeyreği arasında %14,3 fark söz konusudur. Covid-19 pandemisinin 2020 yılının 2. çeyreğinde oldukça şiddetli geçmesi, alınan önlemler, kısıtlamalar tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ekonomik büyüme hızının düşmesine etki etmektedir.

Bu veriler ışığında pandemiye bağlı olarak 2020 yılında işsizlik oranının artacağı, işsiz sayısının artacağı yönünde beklenti bulunmaktadır. Ülkelerin uygulamış olduğu önlemlere rağmen koronavirüs pandemisinin işgücü piyasasına etki etmesi kaçınılmazdır. Aşağıdaki Şekil 2.3'te Türkiye'deki işsizlik oranı 2019 1. ay ile 2020 7. ay arası gösterilmiştir.



Şekil 2.3 : Türkiye İstatistik Kurumu (2019-2020*) arası işsizlik oranı (TUİK, 2020b). *Temmuz ayı verileridir.

Şekil 2.3'te görüldüğü üzere pandeminin etkisini göstermeye başladığı 2020 yılının Mart-Nisan Ayı itibariyle işsizlik sayısı alınan önlemlere rağmen artış eğilimine girmiştir.

2.1.3.2. Koronavirüs pandemisinin turizm sektörüne etkisi

Koronavirüs pandemisi hiç şüphesiz turizm sektörünü negatif yönde etkileyecektir. Turizm sektöründe bulunan kobilerin daha çok etkileneceği düşünülmektedir (Acar, 2020, s. 14).Turizm sektörü diğer sektörlere nazaran olumlu veya olumsuz durumlara karşı ani tepkiler vermektedir. Bunun sebebi turizmin dinamik yapıya sahip olması ve turizm sektörünün talep boyutudur (Acar, 2020, s. 8). Tüketicilerin bir kriz durumunda ilk vazgeçtikleri şey lüks tüketimdir. Turizmde lüks tüketime girdiği için koronavirüs pandemisinde en çok etkilenecek sektörlerden biridir. Turizm sektöründe istihdam edilen 100 milyon kişinin işi riske girmiştir. Ayrıca ulaştırma sektörüne getirilen kısıtlamalar ve yasaklamalar turizm sektörüne negatif etki yaratmıştır. Turizm sektörü dünyada ortalama 330 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır ve dünya ekonomisinde %10,4 lük bir hacime sahiptir (Anadolu Ajansı, 2020a).

Koronavirüs pandemisinden önce Türkiye'de turizm yüksek bir ivme kazanmıştı. 1980'li yıllarda başlatılan planlar ile küresel bazda Türkiye turizm sektörü içerisinde güçlü bir oyuncu haline gelmişti. Özellikle de son 10 yıl içerisinde, turist sayısında %100'lük artış söz konusudur. UNWTO'nun verilerine göre Türkiye turizmde Avrupa'dan 1.8 kat dünyadan ise 1.6 kat daha hızlı büyümektedir (Çıtak ve Çalış, 2020, s. 119). Koronavirüs pandemisiyle birlikte hem Türkiye'ye gelen turist sayısında hem de turizm gelirinde ciddi bir kayıp oluşmuştur. Türkiye'de en çok turist çeken iller yıllara göre değişim göstermektedir. Bazı yıllar İstanbul bazı yıllar ise Antalya en çok turisti çeken il olmuştur. Türkiye Otelciler Birliği'nin verilerine göre 2017 yılından beri Antalya ili her geçen sene turist sayısını arttırmıştır. Fakat koronavirüs pandemisinin başladığı 2020 Mart ayından beri ciddi bir düşüş söz konusudur. Özellikle Mart-Nisan-Mayıs aylarında uygulanan sıkı tedbirler nedeniyle turizm durma noktasına gelmiştir. Haziran ayından itibaren Türkiye'nin kontrollü sosyal hayata geçerek tedbirleri gevşetmesiyle beraber turizm tekrar canlanmaya başlamıştır. Aşağıdaki Tablo 2.1'de Antalya ilinin 2017-2020 yılı arasındaki gelen turist sayısı paylaşılmıştır. 2020 yılının Eylül, Ekim, Kasım, Aralık ayı verileri araştırmanın yapıldığı sırada yayınlanmadığı için paylaşılamamıştır.

Tablo 2.1 : Antalya'ya gelen ziyaretçi sayılarının aylara ve yıllara göre dağılımının gösterimi (Türkiye Otelciler Birliği, 2020)

Ay	**Yıllar**				**Yıllara Göre değişin Oranı (%)**		
	2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2018/2017**	**2019/2018**	**2020/2019**
OCAK	87.310	90.835	139.307	186.225	3,6	53,3	33,7
ŞUBAT	84.612	101.371	152.801	202.769	19,8	50,7	32,7
MART	165.741	264.987	279.097	121.602	59,9	5,32	-56,4
NİSAN	517.360	687.621	954.620	905	32,9	38,8	-99,9
MAYIS	1.056.971	1.565.641	1.707.579	675	48,1	9,06	-99,9
HAZİRAN	1.473.621	1.922.714	2.228.992	21.044	30,5	15,9	-99,05
TEMMUZ	1.819.502	2.170.165	2.553.458	226.991	19,3	17,6	-91,1
AĞUSTOS	1.760.500	2.085.540	2.509.303	798.524	18,5	20,3	-68,1
EYLÜL	1.527.523	1.894.391	2.184.130		24	15,3	
EKİM	982.441	1.376.280	1.658.534		40,1	20,5	
KASIM	141.444	277.083	340.834		95,9	23	
ARALIK	121.937	199.330	243.056		63,5	21,9	
GENEL TOPLAM	**9.738.962**	**12.635.958**	**14.951.711**	**1.558.735**	**29,7**	**18,3**	
8 AY TOPLAM	**6.965.617**	**8.888.874**	**10.525.157**	**1.558.735**	**27,6**	**18,4**	**-85,2**

2.1.3.3. Koronavirüs pandemisinin turizm sektöründe istihdama etkisi

Gelişmekte olan ülkeler, ekonomilerini sanayi gelişimine adamak istemektedirler ve bu şekilde kalkınmayı planlamaktadırlar. Fakat sanayileşme teknoloji ile birlikte gerçekleştiği için insan emeği azalmaktadır. İnsan emeğinin azalmasıyla birlikte işsizlik sorunu ortaya çıkmaktadır (Yıldız, 2011, s. 59).

Turizm sektörünün doğrudan sağladığı istihdamın yanı sıra dolaylı olarak da sağladığı istihdam kayda değer şekilde yüksektir. Turizm sektörünün doğasında diğer sektörlere itici güç olma mevcuttur. Turizm sektörüne girdi sağlayan sektörlere de istihdam sağlayarak ülkenin toplam istihdamına katkı sağlamaktadır (Yıldız, 2011, s. 59; Korzay, 1992, s. 289; Coltman, 1989, s. 226-227).

Ayrıca turizm sektörü, sağladığı mevsimsel istihdam ile ülkenin niteliksiz işçilerine de istihdam kaynağı olmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler için avantaj olan bir diğer durum ise, turizm sektöründe niteliksiz işçilerin daha düşük ücretlerle mevsimsel olarak çalıştırılmasıdır. Bu durum işçinin maddi yükünden kurtularak rekabet avantajı sağlamaktadır.

Fakat çalışanları düşük ücretle çalıştırmanın etik bir durum olmadığı görüşü de mevcuttur (Trapper ve Font, 2004, s. 8; Küçüksarı, 2011, s. 21; Erol, 2020, s. 40).

Küresel olarak turizmin istihdama etkisi, ilgili literatürde derinlemesine araştırılmıştır. 2019 yılının sonuna kadar detaylı bilgiler elde etmek mümkündür fakat araştırma yapıldığı sırada pandeminin devam etmesi nedeniyle kesin istihdam istatistiğine ulaşmak mümkün değildir. UNWTO, WTTC gibi turizm örgütleri, iyi durum, temel seneryo ve en kötü senaryo şeklinde üç farklı tahminlemede bulunmuşlardır. 2019 yılı turizm verileri incelendiğinde, dünyada ortalama 330 milyon kişi turizm ve seyahat sektöründe çalışmaktadır. 2019 yılı turizm verilerine göre son beş yıldır, her yeni 4 iş istihdamından 1 tanesi doğrudan veya dolaylı olarak turizm sektörüne yapılmaktadır. Yine WTTC' nin durum raporuna göre, 2020 yılının sonu için iyimser beklenti olarak 98,2 milyon iş istihdamı, normal beklenti olarak 121,1 milyon iş istihdamı, kötü senaryo olarak ise 197,5 milyon iş istihdamı kaybı beklenmektedir (World Travel & Tourism Counsil, 2020).

2.1.3.4. Koronavirüs pandemisinin turizm sektörüne ekonomik etkisi

Dünyada, seyahat kısıtlamaları, bazı ülkelerin sınırlarını kapatması, turist gönderen ülkelerin turizm destinasyonu olarak geçen ülkelere riskli notu vermesi turizme eksi yönde etki etmektedir. Koronavirüs pandemisi krizi farklı bölgelerde, farklı şiddette ve farklı zamanlarda etki etse de bu kriz uluslararası turizmin karşı karşıya kaldığı en büyük kriz olarak düşünülebilir (UNWTO, 2020a).

UNWTO'nun 27 Ekim 2020'de yayınlamış olduğu verilere göre, uluslararası turizmde Ocak 2020-Ağustos 2020 ayları arasında 2019 yılına göre %70 lik bir düşüş olmuştur. Kuzey yarımkürede geleneksel olarak turizmin pik ayları Temmuz ve Ağustos aylarıdır. Temmuz 2020'de 2019'a göre %81, Ağustos 2020'de ise 2019'a göre %79 kayıp olduğu açıklanmıştır. Bu veriler 2019'un aynı dönemiyle karşılaştırıldığında ortalama 700 milyon turist kaybı ve 730 milyar Amerikan Doları kaybı anlamına gelmektedir. Bu veriler incelendiğinde 2009 küresel ekonomik ve mali krizin 8 katından fazla kayıp olduğu görülmektedir. UNWTO uzmanlar heyetine göre, en erken toparlanma 2021 yılının üçüncü çeyreğinde gerçekleşecektir. Karşıt görüşler ise toparlanmanın 2022 yılını bulacağını söylemektedir (UNWTO, 2020b).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TUİK) verileri incelendiğinde, 2019 yılında 34.520.332 dolar turizm geliri elde edildiği görülmektedir. 2020 yılı bitmediği için bütün yıla ait veriler henüz paylaşılmamıştır. Fakat 2019 yılının ilk 9 ayı ile 2020 yılının ilk 9 ayı TUİK tarafından paylaşılmıştır. 2019 yılının ilk 9 ayında 26.634.764 dolar gelir elde edilmiştir. 2020 yılının ilk 9 ayında ise 8.145.561 dolar gelir edildiği gözlemlenmektedir.

Dönem karşılaştırması yapıldığında 2020 yılının ilk 9 ayında geçen seneye göre 18.489.203 dolar daha az gelir elde edilmiştir. 2019 yılının 1. çeyreği incelendiğinde 4.629.679 dolar gelir elde edilmiştir. 2020 yılının 1. çeyreğinde ise 4.101.206 dolar gelir elde edilmiştir. Bu veriler ışığında 2019-2020 yılları arasında 1. çeyrek dilim karşılaştırıldığında %-11,4 fark vardır. Yine 2019 yılına bakıldığında ikinci çeyrekte 7.973.963 dolar elde edilmiştir. 2020 yılıyla karşılaştırma yapılamamaktadır.Bunun sebebi 2020 yılının ikinci çeyreğinde sınır kapılarında pandemi nedeniyle anket yapılamaması olarak TUİK tarafından açıklanmıştır. 2019 yılının 3. çeyreğinde 14.031.122 dolar gelir elde edilmiştir. 2020 yılının 3. çeyreğinde ise 4.044.356 dolar

gelir elde edilmiştir ve 2019-2020 yılı dönem karşılaştırması yapıldığında %-71,2'lik bir kayıp olduğu görünmektedir.

Bu bilgiler ışığında koronavirüs pandemisinin turizm sektörü üzerindeki ekonomik tahribatı daha açık olarak gözükmektedir. Ekonomik olarak çok büyük bir kayıp oluşması kaçınılmazdır. Tablo 2.2'de Türkiye İstatistik Kurumu'nun yayınlamış olduğu III. Çeyrek: Temmuz-Eylül, 2020 turizm geliri tablosu paylaşılmıştır.

Tablo 2.2 : Turizm geliri ve ziyaretçi sayısı, III. çeyrek: Temmuz-Eylül, 2020 (TUİK, 2020c)

		Çıkış yapan ziyaretçiler	
Yıl	**Çeyrek**	**Turizm Geliri Bin($)**	**Değişim Oranı (%)***
2019	**Yıllık**	**34 520 332**	**17,0**
	I	4 629 679	4,6
	II	7 973 963	13,2
	III	14 031 122	22,0
	IV	7 885 568	20,6
2019	**9 Aylık**	**26 634 764**	**15,9**
2020	**9 Aylık**	**8 145 561**	**-69,4**
	I	4 101 206	-11,4
	II	-	-
	III	4 044 356	-71,2

(*) Değişim Oranı: Bir önceki yılın aynı dönemine göre hesaplanmaktadır.

2.1.4. Koronavirüs pandemisi için alınan ekonomik tedbirler

Koronavirüs pandemisi sebebiyle devletlerin almış olduğu sosyal tedbirler ve uyguladıkları yasaklar birçok sektörde talebi düşürmüştür. Özellikle hizmet sektöründe etki çok yüksek olmuştur. Yiyecek-içecek sektöründe uygulanan kısıtlamalar sektörde bulunan işletmeleri ve çalışanları negatif yönde etkilemiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde yiyecek-içecek işletmeleri için işletmede servis yapma yasaklanmıştır. Ayrıca paket servis yapabilecekleri saatler devlet tarafından belirlenerek işletmelerin düzenlemesine bırakılmamıştır.

Devletin koyduğu yasaklamaların yanısıra insanlarda oluşan virüs korkusu talebin azalmasına neden olmuştur. Koronavirüs pandemisinin başından beri zarar gören yiyecek-içecek işletmeleri, ikinci dalganın gelmesiyle beraber sermayeleri negatif

etkilenmiştir. Konaklama ve seyahat sektöründe ise durum daha ciddi olmakla beraber sektör durma noktasına gelmiştir.

Ülkeler ekonomik daralma ve durgunluk karşısında ivedi şekilde ekonomik destek paketlerini açıklamışlardır. Çin, İtalya gibi pandemiden çokça etkilenen ülkeler, bazı sektörlerde ve bir çok bölgede vergi, sosyal güvenlik, ipotek, kira ödemelerini geçiçi süreyle askıya almışlardır. Japonya halkına ve ülkede bulunan firmalara nakit ödeme desteği vermiştir. Ayrıca bir yıl süreyle vergi ve sosyal güvenlik primlerini ertelemiştir. Almanya ve Fransa geçiçi süreyle faizsiz vergi öteleme uygulamasına gitmiştir. Ayrıca birkaç borç sözleşemesi uygulamasını askıya almışlardır. Küçük, orta işletmeler ve serbest meslek erbabı kişiler için nakit desteği sağlamışlardır (Çıtak ve Çalış, 2020, s. 125).

Türkiye'de koronavirüs pandemisinin ekonomik tahribatlarını azatlamak amacıya birçok ekonomik tedbir alınmıştır. Ekonomik istikrar kalkan paketi olarak adlandırılan ekonomiye destek paketi; çalışanları, emeklileri, esnafı, işverenleri kapsayan ve ödemeleri düzenleyici maddelerden oluşmaktadır. Aşağıdaki Tablo 2.3'te detaylı olarak ekonomik istikrar kalkan paketinin maddeleri paylaşılmıştır.

Tablo 2.3 : Ekonomik istikrar kalkan paketi (Anadolu Ajansı, 2020b)

Vergi ve Diğer Ödemeler	**Bankacılık**	**Çalışanlar ve Emekliler**
2 milyon vergi mükellefinin, muhtasar, KDV ve prim ödemeleri 6 ay ertelendi.	Nakit sıkıntısı çeken işletmelerin kredi borçları faizsiz 3 ay ertelendi.	Asgari ücret desteği 12 ay boyunca 75 lira olarak yapılacak.
Zorlayıcı sebep desteği alan mükelleflere ek olarak gelir vergisi mükellefi 1.9 milyon insan daha zorlayıcı neden kapsamına dahil edildi.	Aylık 5 bin tl geliri olan yurttaşlara destek paketi hazırlandı.	Özel ve kamu sektörlerinde uzaktan çalışma ve esnek çalışma modelleri uygulandı.
65 yaş üzeri vergi mükellefi vatandaşların, beyanname ve ödemeleri ötelendi.	İşletmelere, işçi çıkarmama kaydıyla işe devam kredisi verildi.	Faaliyetlerini durduran veya yavaşlatan işletmelerin çalışanlarına kısa çalışma ödeneği uygulandı.
Konaklama vergisi, Ocak 2021'e ertelendi.	Gecikmeye giren kredilerin takip süresi 90 günden 180 güne çıkarıldı.	En düşük emeklilik maaşı 1500 lira oldu, ücretli öğretmenlere ve usta öğreticilere ek ödeme yapıldı.
	İhracatçıya stok finansmanı desteği verildi.	

Tablo 2.3 (devam) : Ekonomik istikrar paketi (Anadolu Ajansı, 2020b)

Konaklama vergisi, Ocak 2021'e ertelendi.	Kredi garanti fonu limiti 2 misline çıkarıldı.	İhtiyaç sahibi 2.1 milyon haneye 1000tl nakdi destek yapıldı.
Otel kiralamalarıyla alakalı olan irtifak hakkı bedelleri ve hasılat payı ödemeleri 6 ay ötelendi.	Değeri 500 bin tl altındaki konutlarda kredi limiti %90'a çıkarıldı.	2 aylık telafi çalışma süresi 4 ay olarak düzenlendi.
Belediye kesintileri 3 ay ötelenerek, 3 milyar liralık kaynak aktarıldı.	Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında temerrüde düşen işletmelerin kredi siciline "zorlayıcı sebep" notu düşülmesi sağlandı	Sağlık çalışanlarının ve üniversite hastanelerinin işgörenlerinin performans ödemeleri 3 ay üst limitten gerçekleştirildi.
Belediyelerin ve il özel idarelerine ait taşımaz malların kira ödemesi esnetildi.	KOBİ'lerin devlet destekli alacak sigortası 25 milyon liradan 125 milyon liraya arttırıldı.	

2.1.5. Koronavirüs pandemisinin etkilediği turizm sektörü için alınan destek paketleri

Son yıllarda teknolojinin gelişmesiyle beraber ulaşım sektörü de gelişmiştir. Bu gelişmeye bağlı olarak turizm tüketicilerinin seyahat imkanıda gelişmiştir. Ulaşım sektörünün gelişmesi ve seyahat sektörünün gelişmesi, turizm sektörünün gelişmesine ivme kazandırmıştır. Fakat koronavirüs pandemisi turizm sektörünü hiç olmadığı şekilde kötü etkilemiştir. Virüs salgınının yarattığı panik havası, seyahat kısıtlamaları, uygulanan karantina ve izolasyon turizm tüketicilerinin evde kalmalarına ve seyahatlerini iptal veya ertelemesine neden olmuştur. Bununla birlikte koronavirüs tedavisininin bulunmamış olması ve etkili bir aşının geliştirilememiş olması tüketici davranışlarını etkilemektedir. Koronavirüs pandemisi insanların seyahat alışkanlıklarını, sosyal yaşamlarını ve iş yaşamlarını önemli ölçüde etkilemiştir. İnsanlar bir doğal refleks olarak kendilerini maddi ve manevi korumaya almışlardır. Hem insanların iç motivasyonlarına hem de dışsal sebeplerle turizm sektörü önemli ölçüde yara almıştır (Kabadayı ve Kardeş, 2020, s. 3715).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin 2020 yılı itibariyle, gelirlerinde sert bir düşüş yaşamaları beklenmektedir. Ayrıca gelirlerindeki düşüşle beraber likitidelerinde aksamalar meydana gelecektir. Bu firmalar net işletme sermayelerinde büyük bir düşüş yaşayarak günlük faaliyetleri için gerekli likiditeyi sağlamakta zorluk çekeceklerdir. Bu durum turizm sektöründeki işletmelerin mali yapılarının bozulmasına, sermaye

güçlerinin erimesine ve borç bağımlılığının sürekli bir hale gelmesine neden olacaktır (Çıtak ve Çalış, 2020, s. 119).

Turizm işletmelerinin bu sorunların içinden tek başına çıkmasını beklemek yanlış olacaktır. Tam olarak devletlerin bu noktada devreye girmesi beklenmektedir. Birçok devlet ekonomik destek paketlerinin yanı sıra turizm destek paketlerini de devreye almıştır. Türkiye turizm sektöründe dünyada öncü bir ülkedir. Turizm,Türkiye ekonomisinde yüksek bir hacim kaplamasının yanı sıra istihdam konusunda da kurtarıcı bir sektördür. Türkiye de ekonomik destek paketlerinin yanı sıra turizm sektörüne destek paketleri de uygulayamaya koymuştur. Bunlar aşağıda sıralanmaktadır (Dünya Gazetesi, 2020).

- 518 Sayılı VUK Tebliği ile birçok sektör gibi Turizm Sektörü Mücbir Sebep sayılan sektörler içerisine alınmıştır. Buna göre Haziran 2020 sonuna dek verilmesi ve ödenmesi gereken KDV ve Muhtasar beyanname ve ödemeleri altışar ay ötelenmiştir.
- Benzer erteleme Sigorta primleri için de uygulamaya konulmuştur.
- Nisan 2020'de yürürlüğe girmesi gereken Konaklama Vergisi 2021 başına ertelenmiştir.
- 2020 Haziran ayının sonuna kadar ödenmesi gereken irtifak hakkı bedelleri, ecri misil gibi ödemeler 6 ay ertelenmiştir.
- İç hat uçuşlarında KDV oranı 30.06.2020 ye kadar %18 den %1'e indirilmiştir.
- Kısa çalışma ödeneğinden diğer sektörler gibi yararlanılabilmiştir.

Ayrıca Türkiye Bankalar Birliği, 01.11.2021 tarihini geçmemek suretiyleen fazla 12 ayı ödemesiz dönem olmak üzere yekün 48 ay vadeli kredi paketi açıklamıştır. Bu kredi paketi, turizm sektöründe faaliyet gösteren ve bu işletmelerin tedarikçileri olan KOBİ veya KOBİ dışı şirketler için hazırlanmış destek paketidir. Turizm destek kredi paketi, maaş ve kira ödemeleri başta olmak üzere, sözleşme veya faturaya aitbütün sabit giderleri ve nakit ihtiyaçların karşılanması ayrıca bu şekilde salgının nakit akışları dengesi üzerindeki olumsuz etkisini indirerek üretim ve istihdam güçlerinin korunmasını hedeflemektedir (Kredi Garanti Fonu, 2020). Tablo 2.4'te kredi detaylarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2.4 : Kredi garanti fonu turizm destek paketi (Kredi Garanti Fonu, 2020)

Ciro	Kefalet Üst Limiti	Kredi Üst Limiti
0-3 Milyon TL	80.000 TL	100.000 TL
3-25 Milyon TL	800.000 TL	1.000.000 TL
25-50 Milyon TL	4.000.000 TL	5.000.000 TL
50-125 Milyon TL	8.000.000 TL	10.000.000 TL
125 Milyon TL Üzeri	16.000.000 TL	20.000.000 TL
Konaklama	32.000.000 TL	40.000.000 TL

2.2. Örgütsel Bağlılık

Günümüz rekabet koşullarında diğer işletmelerin bir adım önüne geçerek başarılı olma istekleri işletmelerin çeşitli çözümler üretmelerine neden olmuştur. Bu çözümlerden biri, çalışanlarını örgüte bağlı tutarak amaçlarını verimli ve etkili bir şekilde yerine getirmesidir. Örgütsel bağlılık işletmelerin performansını yükselterek işgörenlerin de işletmeye katılımlarını sağlamaktadır (Yalçın ve İplik, 2005, s. 395).

İşletmeler belirli bir amaca hizmet etmek için kurulmuşlardır. Bu amaçları gerçekleştirmek için hammadde, para, sermaye, bilgi, girişimci, teknoloji ve işgücü gibi araç ve girdileri kullanırlar. İşgücü bu kaynakları kullanarak işletme amaçları doğrultusunda hareketi veren girdidir (Örs ve diğ, 2003, s. 218).

İşletme gerek teknoloji gerekse para konusunda iyi bir durumda olabilir veya güçlü bir sermayeye ve kaliteli hammaddeye sahip olabilir. Fakat bu girdi ve araçları verimli, etkili yönetecek insan kaynağına sahip değilse işletmede problemler ortaya çıkacaktır. İşletmenin bulundurduğu insan kaynağı hem kötü olup hem de motive edilmediği durumda, çalışanların örgütsel bağlılığı düşük olacaktır. Bunun sonucunda işletmede problemler daha da büyüyecektir (Güney, 2011, s. 275).

90'lı yılların başında işletmelerin küçülme hedefleri doğrultusunda işten çıkarılmalar olmuştur. Bu işten çıkarmalardan dolayı, diğer işçilerin örgüte bağlılık duyuları zedelenmiştir. İşletmeler, örgütlerine bağlı çalışanlar yerine profesyonel işçileri dahil etmesi, sadakati olan çalışanların, zedelenen bağlılığının daha da azalmasına sebep olmuştur (Akkirman, 2004, s. 158).

İnsanlar günümüzde okullarda, derneklerde, şirketlerde, kamu kurumlarında çeşitli örgütlerde bulunmaktadır. İnsanların örgütler ile çok fazla ilişkisi olmasına rağmen örgütsel bağlılık kavramını açıklamak zordur (Shein, 1976, s. 7). Bağlılık kavramı ilk

olarak Whyte tarafından 1956 tarihinde çalışılmıştır (Bibican, 2019, s. 16). Whyte örgüt insanı çalışmasında; işgöreni sadece örgüt çalışanı değil örgüte bağlı bir kişi olarak tanımlamıştır (Balay, 2000, s. 14). Örgüt insanı, içinde bulunduğu örgütü ilham kaynağı olarak görerek yaratıcı düşünceler üretmektedir. Ayrıca insanın bir yere ait olma duygusu ihtiyacını örgüt karşılayarak bağlılık oluşturmaktadır (Randall, 1987, s. 460).

Örgütsel bağlılık kavramı ilgili literatürde araştırıldığında birçok tanım ile karşılaşılmıştır. Örgütsel bağlılık, örgütte çalışan işgörenlerin içinde bulunduğu örgüte duyduğu bağlılığı ifade etmektedir (Bayram, 2005, s. 125). İşgörenlerin örgüte duymuş olduğu bağlılık neticesinde, örgütün kurumsal amaçlarını ve değerlerini kabul ederek örgütün belirlemiş olduğu amaçlara ulaşmak için çaba harcaması beklenmektedir (Durna ve Veysel, 2011, s. 211). Bir diğer tanımda, işgörenin örgütte devamlılığı ve devamlılığı için çaba sarf etmesi, örgütün belirlemiş olduğu amaçları ve örgüt değerlerini içselleştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Doğan ve Kılıç, 2007, s. 39).

İşgörenler bir örgüte girmek isterler. Çünkü örgüte girişleriyle beraber kendi hedeflerine ulaşabileceklerini düşünürler. Bununla birlikle işgörenler örgütlerinden ödül beklentisine girmektedirler. Ödül, işgörenin örgüte bağlılığı ile doğrudan ilgilidir. Ödül kişinin beklediği derecedeyse örgütsel bağlılık artmaktadır (Grusky, 1966: 489).

Örgütsel bağlılık işletmeler için önemli olduğu kadar diğer örgütler için de önemlidir. İlgili alanyazın incelendiğinde örgütsel bağlılığın örgütün başarılı bir performans sergilemesinde etkili olduğu tespit edilmiştir (Nehmeh, 2009, s. 2). Çalışanın, örgüte bağlılığının bulunması durumunda çalışan, örgütü hem içselleştirecektir hem de örgütsel hedefler için sıkı bir şekilde çalışacaktır (Ming ve Ying, 2010, s. 1164).

2.2.1. Örgütsel bağlılığın önemi

Örgütsel bağlılık başarıyı hedeflemek için değerli bir faktördür. Örgütsel bağlılığı düşük olan çalışanlar örgütün misyonuna bütün benliklerini koymamaktadırlar. Bu çalışanlar örgütün başarısını değil kişisel başarılarını düşünmektedirler. Ayrıca dışarıdaki bir işletmeden iyi bir teklif gelir ise bulundukları örgütten ayrılma eğilimi göstermektedirler (Oberholster ve Taylor,1999, s. 57). İşletmelerin hayatına devam edebilmesi için çalışanlarının örgütten ayrılmaması gerekmektedir. Çalışanlar örgüte ne kadar bağlı olursa işletmede o kadar güçlenmektedir. İşletmeler çalışanların örgüte

bağlılığını arttırmak amacıyla birçok teşvik edici faaliyet gerçekleştirmektedir (Çetin, 2004, s. 90).

Örgüte bağlı çalışanlar örgüt ile birlikte hareket etmektedir. Örgütün belirlemiş olduğu hedefler doğrultusunda düzenli şekilde çalışarak işletmenin varlıklarını korur ve işletme hedeflerini kendi hedefleriymiş gibi benimser (Stup, 2006, s. 3). Günümüz koşullarında işletmelerin sermaye yapısından ve fiziksel olanaklarından ziyade entelektüel sermaye çok daha önemli duruma gelmiştir.

İşletmenin bilgi birikimini oluşturan nitelikli çalışanların işletmeye bağlı tutulması bu doğrultuda kritik önem arz etmektedir. Çalışanları örgütte tutmanın tek yolu işletmenin iyi bir maddi olanak sağlaması değildir. Birçok durumda çalışanların daha az ücret vermesine rağmen farklı bir işletmeye geçtiği gözlemlenmiştir. Bunun nedeni, işletmenin ve yöneticilerin çalışan bağlılığını arttırma konusunda yetersiz kalmasıdır (Özdevecioğlu, 2013, s. 115).

Günümüzdeki rekabet koşulları işletmeleri daha üretken, öğrenme odaklı, esnek ve müşteri odaklı olmasını zorunlu kılmıştır. Bu durumdan dolayı çalışanlarında özelliklere uygun olması gerekmektedir. Yöneticiler çalışanlarının duygusal olmasını, entelektüel olmasını ve enerjisini işletme için harcamasını istemektedir. Fakat yöneticiler çalışanların beklentileriyle ilgilenmeyip çalışanlardan daha fazla istekte bulunmaya devam ettiği gözlenmektedir. Bu davranışlar çalışanlarda örgütsel bağlılığı arttırmak yerine düşürüp stres ve tükenmişliğe sebep olmaktadır (Ulrich, 1998, s. 18).

Çalışanların örgütsel bağlılığı düşük olduğunda hizmet veya ürün kalitesi etkilenecektir. İşletmedeki verimlilik konusu komplike bir konu olduğu için örgütsel bağlılık dışında birçok durum verimliliği etkilemektedir. Fakat bütün oluşan durumların temelinde örgütsel bağlılık yatmaktadır. Örgütüne bağlı olan çalışanlar, işletmenin iyi geçirdiği günlerde yanında olduğu kadar işletmenin kötüye gittiği günlerde işletmenin yanında olur, devamsızlık yapmaz, işine düzenli olarak devam eder, zamanın büyük bir kısmını işletmede geçirir, işletmenin varlıklarını korur, içinde bulunduğu örgütün amaçlarını kendi amaçlarıymış gibi benimser (Doğan, 2013, s. 68-69).

Örgütten ayrılan bireylerin yol açtığı işgücü devir hızı yüksekliğinin işletmeye hem maddi hem manevi maliyeti yüksektir. Çünkü çalışanların moralinin düşük olması

düşük verimliliğe, yeni çalışan eğitimi ve çalışanları elde tutma çabaları parasal maliyete neden olmaktadır (William ve Werther, 1997, s. 182).

Turizm sektöründe çalışma saatleri yüksek buna karşın çalışma ücretleri düşüktür, ayrıca çalışanların iş-aile çatışmalarına neden olmakla beraber stres seviyesi bir hayli yüksektir (Namasivayam ve Zhao, 2007, s. 1212-1223). Bu nedenlerden dolayı turizm sektöründe moral seviyesi düşük, işgücü devir oranı yüksektir. Turizm işletmeleri, emek yoğun sektör olduğundan dolayı yüksek devir hızı istenmemektedir. Yüksek devir hızı turizm işletmelerinin maliyetlerini arttırdığı gibi hizmet kalitesini de düşürmektedir (Subramaniam ve diğ, 2002, s. 304).

İşletmeler çalışanlarının örgüte bağlı olmasını istemektedirler. Çünkü içinde bulunduğu örgüte bağlılık gösteren çalışan, işletmenin belirlediği amaç ve hedefler doğrultusunda tüm çabasıyla hizmet edecektir. Çalışanın bağlılığı az olduğu durumlarda ise çalışan işletmenin belirlemiş olduğu hedef ve amaçları umursamayacak veya önemsemeyecektir (Selvitopu ve Şahin, 2013, s. 187).

2.2.2. Örgütsel bağlılığın sınıflandırılması

Örgütsel bağlılık yaklaşımları litatürde incelendiğinde, genel yaklaşımın hesapçı, araçsal ve bu yaklaşımların karşıtı olan normatif ve moral bağlılığı olduğu gözlemlenmiştir. Bunların yanısıra farklı yaklaşımlarında olduğu ilgili literatürde karşımıza çıkmaktadır (Balay, 2000, s. 19).

Mowday yaklaşımı

Mowday ve diğerleri (1982), örgütsel bağlılığı tutum bağlılığı ve davranış bağlılığı olarak iki farklı açıdan ele almıştır. Davranışsal bağlılık, çalışanın davranışsal faaliyetlerinden kaynaklanan bağlılıktır. Davranışsal bağlılıkta çalışanın örgüte bağlılığını geçmişteki kariyerine yapmış olduğu yatırım belirlemektedir. Çalışan, örgütten ayrılmasının onun için zedeleyici ve dezavantaj olduğunu düşünürse örgütte bulunmaya devam etmektedir. Tutumsal bağlılıkta ise, çalışanın örgütün amaçlarını ve hedeflerini benimseyerek örgütün çıkarları doğrultusunda hareket ederek örgütüne bağlı bulunmasıdır (Balay, 2000, s. 24). Çalışan örgütüne tutumsal olarak bağlı ise örgütüne

daha sadık olacak ve örgütün değerlerini benimseyerek örgütsel faaliyetlere daha çok katılım sağlayacaktır (Bayram, 2005, s. 129).

Katz ve Kahn yaklaşımı

Katz ve Kahn (1977) örgütte bulunan çalışanların örgüt gerekliliklerini yerine getirmesi ve örgüte bağlılık duyması için farklı ödüllere dayalı devrelere ihtiyaç duyduğunu ileri sürmüşlerdir. Çalışanların örgütte yerine getirdiği davranışlar hem iç hem de dış ödüllerin birleşimi sonucu oluşmuştur. İç ödüller anlatımsal devreyi, dış ödüller ise araçsal devreyi ifade eder. İçsel bakımdan ödüllendirici olduğu durumlar anlatımsal devreyi ifade eder. Çalışanın yapmış olduğu davranış sistem içerisindeki diğer çalışanların değer ve gereksinimlerini doğrudan ele alır. Bir başka açıdan çalışanlar üstlenmiş olduğu rolü sadece aldığı para karşılığında yapar, para gibi ödüllerde ise araçsal devreye girer (Balay, 2000, s. 23).

Etzioni'nin sınıflandırması

Örgütsel bağlılık konusunda sınıflandırma çalışmalarını başlatan kişi Etzioni (1975) olmuştur. Etzioni üyelerin örgüte bağlılığını yabancılaştırıcı, hesapçı ve ahlaki bağlılık olmak üzere üç farklı sınıfa ayırmıştır.

Yabancılaştırıcı bağlılık: Çalışan, örgüte karşı yüksek derecede olumsuz yönelimdedir ve davranışları sınırlandırılmıştır. Çalışan örgüte psikolojik olarak bağlı olmamakla beraber örgüt üyeliğini devam ettirmektedir (Bayram, 2005, s. 130).

Hesapçı bağlılık: Çalışan ile örgüt arasındaki çıkar ilişkisine dayanır, çalışan örgütten aldığı ödüller karşılığında aldığı ödül miktarında eylem gerçekleştirir (Kardaş, 2016, s. 56).

Ahlaki bağlılık: Çalışanın örgütün amaçlarıyla, değerleriyle, hedefleriyle özdeşleşerek otoriteyi benimsemesine dayanır. Çalışanlar toplum için faydalı olabilecek hedeflerde daha çok örgütlerine bağlanırlar (Çilesiz, 2014, s. 28).

Weiner'in sınıflandırması

Weiner, normatif bağlılığı çalışanın değer ve moral temeline dayanması şeklinde açıklamıştır. Moral ve normatif bağlılık, toplumun yarattığı baskılardan dolayı çalışanın

örgütsel amaçları ve hedeflerine uyarak eylem gerçekleştirmesine neden olmaktadır (Balay, 2000, s. 20). Böylece yüksek normatif bağlılığa sahip olan çalışanlar örgütte bulunmanın doğru olduğuna inanarak örgüte bağlı kalmaya devam etmektedirler (Ertan, 2008, s. 18).

O'reailly ve Chatman yaklaşımı

O'reailly ve Chatman, işgörenin psikolojik bir yaklaşımla örgüte bağlı olduğunu belirterek, örgütsel bağlılığı üç boyut ile açıklamıştır (O'Reilly ve Chatman, 1986, s. 492-493)

Uyum: Çalışanlar örgütüyle uyum içinde çalışmaktadır. Bu boyuta göre çalışanlar maddi veya manevi çıkarları için veya karşılaşacağı cezalardan uzak durmak için örgüte bağlı kalmaktadırlar (Gül, 2002, s. 43).

Özdeşleşme: Bu boyut çalışanların örgütte bulunan diğer kişilerle yakın ilişki kurma isteğine dayanmaktadır. Çalışanlar eylemlerini kendilerini ifade etmek ve doyum sağlamak için diğer çalışanlar ve gruplarla ilişkilendirerek gerçekleştirdiğinde örgütle özdeşleşme oluşur (Sürücü ve Maslakçı, 2018, s. 55).

İçselleştirme: Çalışanların bireysel değerlerinin örgütsel değerler ile uyuşması temeline dayanır. Çalışanın iç dünyasındaki değerler örgütte bulunan diğer çalışanların değerleri ile uyumlu olduğu zaman bu boyut gerçekleşir (Balay, 2000, s. 22-23).

Allen ve Meyer'in yaklaşımı

Allen ve Meyer yaklaşımı tutumsal bağlılık alanında literatürde en önde gelen ve oldukça popüler olan bir yaklaşımdır. Allen ve Meyer'e göre örgütsel bağlılık çalışanın örgüte psikolojik açıdan yaklaşmasına dayanmaktadır (Yüceler, 2009, s. 448).

Bu yaklaşıma göre örgütüne bağlı çalışanlar uzun yıllar boyunca çalışmaya düzenli olarak devam eder, devamsızlık yapmaz, içinde bulunduğu örgütü savunur, örgütün amaçlarını ve değerlerini benimser ve bunları örgüt içindeki ve dışındaki kişilere anlatır (Örücü ve Boz, 2014, s. 66). Örgütsel bağlılığı Allen ve Meyer üç grupta incelemişlerdir.

Duygusal bağlılık

Çalışanın içinde bulunduğu örgüte karşı duyduğu bağlılık çeşididir, çalışan bu bağlılıkta örgütle özdeşleşerek örgüte ilgi duyar ve katılım gösterir. Çalışanlar örgüte duygusal olarak bağlandıklarında örgüte ihtiyaç duydukları için değil örgüte hissetmiş olduğu bağlılık duygusundan dolayı bağlı olur (Diker, 2014, s. 38).

Duygusal bağlılığı güçlü olan çalışanlar örgüt değerlerini ve hedeflerini içselleştirerek kendi hedefleri ve değeriymiş gibi görür. Örgüte bu düzeyde bağlı olan işgören kendisini örgütün bir kısmı olarak sayar, aileden bir bireymiş gibi hisseder (Badem, 2018, s. 46). Bir çalışanın örgüte bu derecede bağlanması işverenler için en fazla arzu edilen durumdur (Ekiztepe, 2011, s. 32).

Devam bağlılığı

Çalışan, örgütten ayrılmasının maliyetini hesapladığında kendisine pahalıya geliyorsa örgütte kalmaya devam eder. Örneğin çalışan uzun yıllar bir işletmede çalıştıysa ve kendi isteğiyle ayrılmak istiyorsa kıdem tazminatını alamayacağını bilir ve örgütte kalmaya devam eder. Bu yaklaşım çalışanın örgüte karşı ödül-maliyet bakış açısıyla baktığını belirtmektedir (Balay, 2000, s. 22). Çalışanlar işletmede bulunduğu süre boyunca emek, zaman ve çaba harcamaktadır ve bunların karşılığında statü, ücret ve saygınlık kazanmaktadır, çalışan bu kazanımlarını örgütten ayrılarak kaybetmek istemez (Çalışkan, 2015, s. 121).

Normatif Bağlılık

Normatif bağlılık çalışanın daha önce tecrübe ettiği kişisel deneyimleriyle alakalıdır (Güney, 2011, s. 289). Normatif bağlılık ayrıca, işletmenin çalışan için yapmış olduğu yatırımlar ve çabalar sonucu çalışanın kendisini örgütüne borçlu olarak hissetmesini sağlamaktadır. Bunun sonucunda çalışan bu borcu ödemek için örgütüne bağlı kalmaya devam etmektedir (Çilesiz, 2014, s. 34; Erkmen ve Bozkurt, 2015, s. 206).

2.2.3. Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler, kişilerin örgüte olan bağlılığını hem negatif hem de pozitif etkileyebilmektedir. Çalışanların işletmeye bağlılığını etkileyen faktörler üçe ayrılmaktadır bunlar; kişisel faktörler, örgütsel faktörler ve örgüt dışı faktörlerdir.

2.2.3.1. Kişisel faktörler

Örgütteki her çalışanın kişiliği, karakteri, davranışları farklıdır. Bundan dolayı işletmeler örgütsel bağlılık incelemesi yaparken her çalışanın farklı bir kişiliğe sahip olduğunu bilmesi gerekmektedir. Kişisel özellikler her çalışan arasında farklılık yarattığı gibi örgüte bağlılık derecesini de değiştirmektedir (Eren, 1998, s. 234). Buna örnek olarak işletmede aynı pozisyonda çalışan iki kişiye aynı ücret verilse dahi örgüte bağlılık derecesinin farklı olması, beklentilerinin değişken olması verilebilir.

Yaş

Örgütsel bağlılığın yaş ile arasındaki ilişkinin ölçülmesiyle alakalı yapılan çalışmalarda farklı sonuçlarla karşılaşılmıştır. Stevens ve diğerleri (1978) de yapmış olduğu araştırmada örgütsel bağlılık ile yaş arasında ilişki bulamamışlardır. Bu çalışmayla beraber, Morris ve Sherman (1981) de yaptığı çalışmada örgütsel bağlılık ile yaş arasında bağlantı bulamamıştır. Buchko ve diğerleri (1998) yaptığı çalışmada ise, çalışanların yaşları arttıkça örgütsel bağlılıklarının tüm boyutlarında artış olduğu sonucuna. Çalışanların yaşının arttığında duygusal bağlılıklarının artmasının sebebi; işletmede geçirmiş olduğu süreye bağlı olarak diğer çalışanlar ile arasında oluşan karşılıklı ilişki, örgüte katkıları, örgütün ve çalışma arkadaşlarının kendisine katkısı, bu süre zarfında yaşadığı kazanımlardır (Diker, 2014, s. 55).

Yaş arttıkça devam bağlılığı da artmaktadır. Bunun nedeni örgütte bulunan çalışanın yaşı arttıkça iş bulma riskinin artması, risk alarak farklı örgütlere gitme isteksizliği gösterilebilir ve çalışan için bulunduğu örgüt çekici bir hale gelir (Solmuş, 2004, s. 217).

Cinsiyet

Erkek çalışanların kadın çalışanlara göre örgütlerine daha fazla bağlı olduğunu ileri sürülmektedir. Bunun nedeni toplumsal baskılar ile kadının üzerine yüklenmiş olan evindeki görevler, ailesine sahip çıkma görevi ve çocuğuna bakma görevleri bulunmuş olduğu örgüte daha az bağlı olmasına sebebiyet vermektedir. Erkeklerde ise bu görevler olmadığından çalışmış olduğu örgüte daha fazla bağlı olacaktır (Hasanov, 2010, s. 76).

Eğitim düzeyi

Yapılan araştırmalar incelendiğinde eğitim seviyesi ile örgütsel bağlılık arasında ters ilişki olduğu saptanmıştır. Çalışanlarda eğitim düzeyi arttıkça örgüte bağlılığı

azalmaktadır. Bunun sebebi eğitim düzeyi yüksek olan çalışanların beklenti ve isteklerinin artmasıdır (Angle ve Perry, 1981, s.8; Abdulla ve Shaw, 1999, s. 91; Cengiz, 2001, s. 109; Morris ve Sherman, 1981, s.519; Wahn, 1998, s. 256).

Eğitim düzeyi yüksek olan çalışanın beklenti ve taleplerini her örgüt karşılayamayacaktır veya karşılamakta güçlük çekecektir (Kılınç, 2013, s. 57). Bu çalışanlar çoğu zaman içinde bulunduğu örgütü bir basamak olarak görmektedir. Asıl hedefi örgütün çıkarları değil kendi çıkarları olacaktır, daha çok kendi kariyeri için çaba sarf ederek örgüt amaçlarını ve çıkarlarını ikinci plana atacaktır. Bir başka neden ise eğitim düzeyi yüksek olan çalışanın örgütte yükseldiğinde kendi yeteneklerini ve bilgisini gösterebileceği konum bulamama durumudur (Öztürk, 2013, s. 33).

Medeni durum

Yapılan birçok araştırmada çalışanın evli olması örgütsel bağlılığı arttırdığı vurgulanmaktadır. Evli olan çalışanın özellikle erkeklerin sosyal sorumluluklarının yüksek oluşu bulunduğu örgüte daha bağlı olmasına sebebiyet vermektedir (Alan, 2010, s. 67). Fakat bu bağlılık duygusal bağlılık ile açıklanamayacak bir bağlılıktır. Devam bağlılığı, normatif bağlılık bu bağlılık için daha doğru bir boyut olacaktır.

2.2.3.2. Örgütsel faktörler

Örgütsel faktörler örgütün özeliklerinden, işletmenin tutumundan ve işletmenin çalışan için sunmuş olduğu imkanlardan oluşmaktadır. Örgütsel faktörler örgütsel bağlılık ile doğrudan ilişki halindedir.

İş yükü ve işin nitelikleri

İş yükü çalışanın örgütte yapmış olduğu faaliyetlerin yoğunluğunu ifade etmektedir. İş yükü çok arttığı durumlarda çalışanın yerine getirmesi gereken faaliyet için yeterli zaman bulunmadığı için çalışan yüksek iş yükü altında ezilir. Az iş yükü olduğu durumda ise çalışana fazlaca zaman kalır. Bu iki durumda çalışanda psikolojik ve fizyolojik sonuçlara yol açar, bu sonuçlar çalışanın örgüte bağlılığını etkilemektedir. (Güçlü, 2006, s. 50).

Çalışanın işyerinde yerine getirdiği faaliyetlerin nitelikleri incelendiğinde, yapmış olduğu faaliyet nitelikli ise tatmin sağlayacaktır. Nitelikli değil ise çalışan yaptığı işi

sorgulayarak tatminsizlik oluşacaktır. Oluşan bu tatminsizlik örgüte bağlılığını negatif şekilde etkileyecektir (Hunt ve diğ, 1985, s. 117).

Ücret düzeyi

İşletmeler için ücret bir maliyet kavramıdır. Çalışan için ise ücret ödüldür. Her çalışan ücret ile tatmin olmamakla beraber yapmış olduğu iş karşılığında beklediği ödüldür (Balay, 2000, s. 68). Ücret örgütsel bağlılığı etkileyen en güçlü etmenlerden birisidir. Çalışan almış olduğu ücretle hayatını sürdürmekte ve ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İhtiyaçlarını karşılayamayan çalışan mutsuz olacaktır. İşletme ekonomik durumunu baz alarak çalışan için optimum ücreti belirlemesi ve çalışanı maliyet kalemi olarak görmeyip ücret düzeyini arttırması çalışanın örgütsel bağlılığını arttıracaktır (Sabuncuoğlu, 2008, s. 209).

Ücretle alakalı bir diğer faktör ise adil ücret kavramıdır. İşletmede aynı pozisyonda çalışan iki çalışan farklı ücretler aldığında az ücret alan çalışanın kendisini değersiz hissederek işi önemsememesine örgütü önemsemeyip bağlılığının azalmasına sebep olur (Canman, 2000, s. 200).

Örgüt kültürü

Örgütün hedeflerini gerçekleştirmede yüksek derecede önemli olan örgüt kültürü işgörenler tarafından kabul edildiğinde örgütsel bağlılıklarını yükseltici bir etkiye sahiptir (Gülova ve Demirsoy, 2012, s. 61). Örgüt kültürüne ait modeller, simgeler, değerler, inançlar ve temel varsayımlar örgütsel bağlılığı oluşturan önemli faktörlerdir. Kültürün elemanları ile örgütsel bağlılık derecesi arasında önemli ilişki vardır. Zengin ve güçlü bir örgüt kültürüne sahip olan işletmelerdeki çalışanlar örgütlerine daha fazla bağlı olurlar (Kulkalyuenyong, 2012, s. 63).

Yönetim tarzı ve liderlik anlayışı

Örgütlerde yöneticilerin benimsemiş olduğu yönetim tarzı ve liderlik biçimi çalışanların örgüte bağlılığını etkilemektedir. Eğer ki işletmede üst yönetim örgütsel değerlere ve örgütsel bağlılığa önem veriyorsa çalışanları da bu durum etkileyecek ve örgütsel bağlılığını arttıracaktır (Boyacı, 2010, s. 29-30).

Terfi ve ödül sistemi

Terfi, işletmede çalışanın daha üst bir pozisyondaki bir işe yükselmesidir. Turizm sektöründe terfi imkanları çalışanlar açısından önemlidir. Yapılan araştırmalar işyerindeki terfi olanaklarının olması ve çalışanların terfi ettirilmesi örgütsel bağlılığı arttırdığını sunmuştur. Terfi alan çalışan başarısının bir sonucu olarak daha fazla ücret, daha fazla sorumluluk alacağından dolayı kendini iyi hissedecektir. Bu iyi hissetme örgütüne yansıyarak bağlılığını arttıracaktır (Devran, 2014, s. 28).

Örgüt içi adalet

Örgüt içi adalet yöneticilerin almış olduğu kararlar doğrusunda oluşmaktadır. Yöneticilerin almış olduğu kararları çalışanların nasıl algıladığı önemlidir. Çalışanlar örgütte çalışan diğer bireyler ile eşit haklara sahip olmak isterler. Örneğin kendi pozisyonunda çalışan bir kişi ile aynı maaşı almak ister maaşları arasında fark olduğu zaman kendisine adil davranılmadığını düşünür. Bir diğer örnek ise terfi durumlarında adaletsiz davranılması çalışan için kötü bir durumdur ve bu durum çalışanın örgüte bağlılığını azaltır (Bibican, 2019, s. 33).

2.2.3.3. Örgüt dışı faktörler

Çalışanların örgüte bağlılığı sadece kişisel ve örgütsel faktörler ile alakalı değildir, örgüt dışı faktörler de çalışanın örgüte bağlılığını etkilemektedir. Bu örgüt dışı faktörlerin en önemlisi yeni iş imkanıdır. Örgütte bulunan çalışanların yeni iş imkanlarıyla ilgili edindiği bilgiler bulunduğu örgütten ayrılmasına sebebiyet verebilir, bunun nedeni dışarıdaki işlerin ücret olarak daha cazip gelmesi, sosyal haklarının daha fazla olması, terfi imkanlarının yüksek olması olarak gösterilebilir. Özellikle çalışanın eğitim seviyesi yüksekse daha fazla iş imkanı olacağından bulunduğu iş ile yeni iş arasında karşılaştırma yaparak kendi çıkarları doğrultusunda hareket ederek bulunduğu örgütü terk edebilir (Bibican, 2019, s. 34). Örgütsel bağlılığı etkileyen diğer unsurlar ise; profesyonellik, işsizlik oranı, ülkenin sosyo-ekonomik durumu ve sektörün durumudur (İnce ve Gül, 2005, s. 59).

2.2.4. Turizm işletmeleri açısından örgütsel bağlılık kavramı

Turizm işletmeleri emek yoğun işletmelerdir. Turizm işletmelerinde çalışanlar direkt olarak müşteriler ile bağlantı kurmaktadır ve turizm işletmesinin başarısı müşteri memnuniyetine dayanmaktadır. Buna bağlı olarak çalışanlarının müşterilerini ne derecede memnun ettikleri önemli bir hal almaktadır. Turizm işletmelerinde çalışanlar memnun değil ise bu memnuniyetsizliği müşterilere de yansıtacaktır.

Turizm işletmelerinde insan kaynaklarının nitelikli eleman bulabilmesi yüksek öneme sahiptir ve bu elemanların kaybedilmemesi gerekmektedir. Çünkü kaybedilmesi durumunda yeniden nitelikli eleman bulunması, yetiştirilmesi işletmeye uyumunun sağlanması yüksek maliyete yol açar. Günümüz çalışma koşullarında çalışanlar sadece ücrete önem vermemektedir, işyerinin vermiş olduğu sosyal olanaklar, çalışma koşulları, örgüt kültürü vb. unsurlar çalışanlarda için önemli bir yeri vardır. Çalışanların önemi bu denli yüksek olan turizm işletmelerinde örgütsel bağlılık konusu önemli bir hal almaktadır. (Avcı ve Küçükusta 2009, s. 36-37; Akıncı, 2006, s. 26; Silva, 2006, s. 324; Namasivayam ve Zhao 2007, s. 1212). Yapmış oldukları çalışmalarda örgütsel bağlılık ile iş doyumu arasında pozitif bağlantı bulmuşlardır.

İşletmeler çalışanlarından yüksek bir performans beklemektedirler. İşinden memnun olan bir çalışan yüksek bir özveri ile çalışıp olumlu tutum sergilerken, işinden memnun olmayan çalışan olumsuz, memnuniyetsiz, endişeli, üzüntülü ve sıkıntılı tavırlar sergilediği gözlemlenmiştir (Tatareddy, 2015, s. 40).

2.2.5. Örgütsel bağlılık sonuçları

Örgütsel bağlılığın bir süreç olduğu düşünüldüğünde, sonuç kısmı en önemli kısmıdır. Çünkü örgütsel bağlılık sonuçları bakımından anlam kazanmaktadır. Örneğin işgörenin işten ayrılması, yüksek işgücü devri, kötü iş yapma gibi örgütsel bağlılığın olumlu veya olumsuz sonuçları olacaktır. Bu olumlu veya olumsuz sonuçlar hem örgütsel temelde hem de bireysel temelde pozitif veya negatif etki etmektedir. Örgütsel bağlılığın yüksek olması her durumda pozitif etki etmemektedir. Örneğin, örgütsel amaçların ulaşılabilir ve kabul edilebilir olmaması durumunda yüksek düzeydeki bağlılık örgütün dağılmasına neden olabilir. Örgütsel amaçların ulaşılabilir olması durumunda ise yüksek düzey bağlılıkta çalışanlar olumlu davranış sergileyeceklerdir (Wiener, 1982, 421-422).

Aşağıda verilmiş olan Tablo 2.5'te örgütsel bağlılık sonuçları özetlenerek, her örgütsel bağlılık düzeyi için ayrı ayrı açıklanmıştır.

Tablo 2.5 : Örgütsel bağlılık sonuçları

	Bireysel		**Örgütsel**	
	Pozitif	**Negatif**	**Pozitif**	**Negatif**
Düşük Bağlılık Düzeyi	Bireysel yaratıcılık, yenilikçilik ve özgünlük, insan kaynağını daha etkin kullanma.	*Daha yavaş kariyer ilerlemesi ve daha yavaş terfi, dedikodular sonucunda doğan kişisel maliyetler, örgütten ayrılma veya örgütün amaçlarına ters hareket etme.*	*Zayıf performans gösteren çalışanların hasarının azaltılması, morallerin yükselmesi ve ikame çalışanlar çağırmak.*	*Yüksek işgücü devri, devamsızlık, işe geç gelme, düşük kaliteli iş, örgütte kalma isteksizliği, örgüte karşı illegal girişimlerde bulunma.*
Orta Bağlılık Düzeyi	Gelişmiş aidiyet, sadakat, yeterlilik, güvenlik duyguları, yaratıcılığın gelişmesi.	*Kariyer olanaklarının ve terfi olanağının sınırlandırılması.*	*Daha yüksek iş doyumu, örgütten ayrılmanın azalması, işgören devir hızının düşmesi.*	*Çalışanlar fazladan yaptıkları işleri sınırlar, aidiyet duyguları düşer, örgütsel etkinlikleri düşer.*
Yüksek Bağlılık Düzeyi	Bireylerin kariyerlerini ilerletmesi ve örgüt tarafından ödüllendirilmesi, bireyin iş yapma tutkusunun artması.	*Bireyin gelişme olanaklarının kısıtlanması, yaratıcılığının azalması, değişime direnç göstermesi.*	*Güvenli ve istikrarlı iş gücü olur, çalışanlar örgütün daha fazla iş yükü vermesini kabul eder, örgütün hedefleri karşılanabilir.*	*İnsan kaynağı verimli değerlendirilmez, örgütsel esneklik kaybolur, yüksek bağlılığı olan çalışanlar illegal girişimlerde bulunur.*

2.2.5.1. Düşük örgütsel bağlılık düzeyi

Düşük örgütsel bağlılık seviyesinde çalışanların örgüte karşı bağlılığı düşüktür. Çalışan örgütün belirlemiş olduğu gaye ve hedefleri içselleştirmez. Ayrıca bu hedef ve amaçlar için çaba sarf etmez (Demir ve Öztürk, 2013, s. 24).

Olumlu sonuçları

Düşük örgütsel bağlılık düzeyinin olumlu sonuçları örgütsel bazda incelendiğinde, örgütte oluşan yüksek devir hızı sayesinde düşük performans gösteren ve devamsızlık gösteren personelin örgütten ayrılmasına neden olarak yeni işgörenlere yer açar. Ayrıca düşük performans gösteren çalışanların yapmış olduğu hatalardan dolayı ortaya çıkan hasarı en aza indirir. Bireysel bazda düşük örgütsel bağlılık, çalışanın yaratıcılığını tetikler ve gelişime açık tutar. Ayrıca düşük örgütsel bağlılığa sahip çalışan farklı işlere geçmek istemesinden dolayı yeni işler araştırmaya başlar, buda insan kaynaklarını daha etkin kullanmaya yarar sağlar (Randall, 1987, s. 461).

Olumsuz sonuçları

Düşük bağlılığın örgütlere olumsuz etkileri de bulunmaktadır bunlar; yüksek işgören devir hızı, çalışanların devamsızlık yapması, işe geç kalma, çalışanın örgütte kalma isteğinin azalması, düşük iş kalitesi ve çalışanın hırsızlık yapmasıdır. Çalışanların örgütsel bağlılığının düşük olması sonucunda, verilen görevleri yerine getirmeme, grup çalışmasına uymama gibi davranışlar sergilerler. Bu davranışlarından dolayı işverenler bu çalışanları gözden çıkarır ve terfi etme olanakları düşer (Randall, 1987, s. 461, 463).

2.2.5.2. Orta düzeyde örgütsel bağlılık

Çalışanlar bu düzeyde örgüte tam olarak sadık değildir. Fakat çalışanların sorumluluk ve sadakat duygularında artış vardır. Çalışanlar kendi kimliklerini korumakta olup örgütün kendisini şekillendirmesine izin vermez (Randall, 1987, s. 463).

Olumlu sonuçları

Çalışanlar yeteneklerini ve yaratıcılıklarını geliştirir. Örgütün bütün değerlerini kabul etmeseler de bazı değerlerini kabul ederler. Çalışanlar hem kendi değerlerini korurlar hem de örgütün değerleriyle bütünleşirler. Bu değerlerden yararlı ve olumlu olanları kabul ederler fakat zararlı olanları kabul etmezler (Balay, 2000, s. 88). Bu tür bir bağlılıkta çalışanlar örgüte ve çalışanlara karşı ılımlı davranmakta ve bundan dolayı örgütte bulunma süreleri artmaktadır. Örgütten ayrılma istekleri azalmakta ve iş doyumları artmaktadır (Randall, 1987, s. 464).

Olumsuz sonuçları

Ilımlı düzeyde bağlılığı bulunan işgörenlerin topluma karşı sorumluluğu ile örgüte karşı sorumluluğu arasında kalmakta ve bu kararsızlık sonucunda örgütte verimsizlik baş göstermektedir (Bayram, 2006, s. 136). İşgörenlerin kariyer ve terfi olanakları kısıtlanır ve oldukları konumda kalırlar.

2.2.5.3. Yüksek düzeyde örgütsel bağlılık

Yüksek düzeydeki örgütsel bağlılıkta, etkili bir şekilde pozitif yarar sağlarken etkili bir şekilde negatif sonuçlar doğurabilir. İlgili alanyazın incelendiğinde araştırmacılar yüksek bağlılık düzeyinin olumlu sonuçları olduğu kadar olumsuz sonuçlarının da olduğunu vurgulamıştır.

Olumlu sonuçları

Yüksek bağlılık düzeyinde çalışanlar etkili ve verimli şekilde performans sergileyerek fazladan verilen iş yüklerini kabul eder. Çalışanlar kariyerlerini ilerletirken aynı zamanda örgüt tarafından da ödüllendirilirler. Mowday ve arkadaşlarının yapmış olduğu çalışmada bağlılık düzeyi arttıkça, çalışanın güven ve aidiyet duygusunun arttığını bunun sonucunda ise stresinin düştüğünü belirtmişlerdir (İnce ve Gül, 2005, s. 98).

Çalışanların örgüte bağlılık oranı yükseldikçe, örgütün içinde veya dışında örgüt için çalışma isteği artmaktadır (Love, 2013, s. 193). Ayrıca yüksek seviyede bağlılık gösteren işgörenler önemli sağlık sebepleri dışında devamsızlık göstermezler ve devamsızlık göstermemeleri işletmeyi ek bir yükten korur. İşletmeler bu düzeyde bağlı olan çalışanları kaçırmak istemezler çünkü aynı şekilde performans gösteren çalışanı bulmak ve o çalışanı aynı bağlılık düzeyine çıkarmak oldukça güç ve maliyetli bir işlemdir (Balay, 2000, s. 90).

Olumsuz sonuçları

Yüksek bağlılık düzeyinin olumlu sonuçlarının mevcudiyeti kadar olumsuz sonuçları da bulunmaktadır. Çalışan yüksek bağlılık düzeyinden dolayı kariyerini sınırlamakta ve kendini geliştirmeye kapamaktadır. Ayrıca iş dışı yaşadığı stres artmaktadır (Randall, 1987, s. 465).

Yüksek bağlılık düzeyi örgüt bazında incelendiğinde, örgüte en büyük etkisi esnekliğini kaybettirmesidir. Dış faktörlerden kaynaklanan değişim gerektiren durumlarda

esnekliğini kaybeden örgüt, hızlı şekilde değişime cevap veremez. Üst yönetim geçmişten gelen alışkanlıklarını devam ettirdikleri için kendi kararlarını değiştirmede isteksiz olurlar ve örgütü tehlikeye düşürürler (Balay, 2000, s. 92).

2.3. Çalışan Memnuniyeti

Çalışan memnuniyeti kavramının önemini ortaya koyan çalışmalar (Kornhauser ve Sharp, 1932) ilk olarak 1930'lu yıllarda ortaya çıkmıştır. Çalışan memnuniyetinin literatürde pek çok tanımlaması vardır. Çalışan memnuniyeti şu şekilde tanımlanmaktadır: Çalışan memnuniyeti beş duyu organı ile fark edilmesi güç bir kavramdır. Ayrıca anlaşılabilmesi zor bir olgudur. Hackman ve Oldham, personel memnuniyetini "*çalışanların işine karşı duyduğu mutluluk*" olarak tanımlamıştır (Hackman ve Oldham, 1975, s. 162).

Saager vd., 2012 yapmış olduğu çalışmada çalışan memnuniyetini, işgörenlerin işine ve etrafına karşı beslemiş olduğu memnuniyet duygusunun olumlu veya olumsuz olması olarak tanımlamıştır. Moyes ve diğerlerine (2008, s. 65)göre personel memnuniyeti, çalışanın işyerindeki pozisyonundan memnun olmasıdır.

Locke (1976, s. 1300) çalışan memnuniyetini, çalışanın bulunduğu işi veya iş tecrübelerini değerlendirmesi sonucunda olumlu veya olumsuz duygusal düşünceye sahip olması olarak tanımlamıştır. Lam ve diğerleri (2001, s. 36) yapmış olduğu araştırmada çalışanların işyerine ve işyerindeki işlere karşı gösterdiği tutumu çalışan memnuniyeti olarak nitelendirmiştir.

Şimşek ve diğerleri (2001, s. 136) çalışan memnuniyetini, çalışanın yapmış olduğu işten elde ettiği maddi kazanımlar ile birlikte çalışma arkadaşlarıyla beraber oluşturdukları eserlerden elde ettiği mutluluk olarak tanımlamışlardır. Çalışan memnuniyetinin bir başka tanımı ise; çalışanın elde etmek istediği maddi veya manevi değerler karşılığında gerçekte elde ettiği değerlerin karşılaştırılması sonucunda verdiği duygusal reaksiyonların birleşimidir (Cranny ve diğ,1992, s. 1).

Bazı araştırmacılar ise çalışan memnuniyetini dar bir kapsamda değil daha geniş bir kapsamda duygusal ve bilişsel boyut olarak ikiye ayırıp aynı zamanda iş tutumu olarak tanımlamışlardır (Davras ve Gülmez,2013, s. 168).

Oshagbemi'ye (2000,s. 88) göre personel memnuniyeti, işgörenin işiyle alakalı beklediği veya arzu ettiği çıktılar ile gerçekleşen çıktıların kıyaslaması sonucunda verdiği duygusal tepkidir. Personel memnuniyeti, motivasyon, maneviyat, işle özdeşleşme ve işgörenin çalıştığı işi cazip bulmasıyla doğru orantılıdır. Çalışanların iç motivasyonlarının amaç doğrultusunda hareket etmesiyle işgören memnuniyeti oluşmaktadır. Personel memnuniyeti, işgörenin işini ve iş hayatını ölçümlemesi sonucu elde ettiği haz duygusudur (Başaran, 1991, s. 36-74; Köroğlu, 2011, s. 20).

2.3.1. Çalışan memnuniyetinin önemi

Günümüz örgütlerinde her çalışanın ayrı ayrı bir önemi olduğu düşüncesi hakimdir. Örgütlerin başarılarını sürekli kılmak için bu düşünceyle birlikte çalışanlarının hepsinin ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılama isteği vardır (Doğan ve Karataş, 2011, s. 10). Bunun sebebi ise çalışanların memnuniyet düzeyinin artması onların örgüte bağlılığını arttıracağı gibi motivasyonunun yükselecek olmasıdır. Bu sayede işletme kaliteli ürün ve hizmet üretecek hem de çalışanları kararlı ve etkin olacaktır (Eskildsen ve Dahlgaard, 2000, s. 1081; Emhan ve Gök,2011, s. 161).

Örgütlerdeki yöneticilerin öncelikli amacı gerekli nitelikteki elemanı işe alarak en üst düzeyde memnuniyet seviyesine ulaştırmaktır. Örgütlerin başarıları incelendiğinde çalışanın verimliliği kadar memnuniyet seviyesinin de önemli olduğu tespit edilmiştir. Örgütlerin sürdürülebilir şekilde başarılı ve etkin olabilmesi için örgütteki çalışanların memnuniyet ve iş doyum seviyesinin yüksek olması gerekmektedir. Burada yönetim kademesine düşen görev ise, işlerin cazip kılınarak çalışanların örgütte uzun süre bulunmalarını sağlamaktır. Örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için çalışanların, iç ilişkilerden, ödül sistemlerinden, yönetim felsefesinden memnun olmaları gerekmektedir (Yüksekbilgi ve Akduman, 2017, s. 69).

İşletmeler rekabet gücünü korumak, kaliteli ürün ve hizmet üretmek için insan kaynağını en etkili şekilde değerlendirmek istemektedirler. İnsan kaynağını etkili şekilde kullanırken işten ayrılmalar sonucu oluşan maliyetlere katlanmak istemezler. Çalışan memnuniyeti hem çalışanların faaliyetlerini daha etkin şekilde gerçekleştirmesi için kullanılan bir araçken hem de bir ölçüm aracıdır. İşletmelerin yapmış oldukları

memnuniyet faaliyetlerinin ne kadar ve ne ölçüde işe yaradığını ölçmek için memnuniyet kavramı bir ölçüm parametresi olarak kullanılabilir (Öğer, 2009, s. 15).

Personel memnuniyetini değerli kılan bir diğer neden ise, verimliği arttırma gibi pozitif etkisinin bulunmasıdır. Ayrıca işten ayrılma, devamsızlık gibi istenmeyecek durumlara negatif etkisi vardır (Keser, 2002, s. 9). Locke'ye (1976, s. 1304) göre, memnuniyet duygusu tatmin olmayan çalışanların işlerine karşı olan ilgisi azalır ve yaptığı iş kalitesi düşer. İşletme için ise bu olay zaman maddi kayba neden olur.

Örgütsel başarıya ulaşmaya dolaylı olarak etki eden çalışan memnuniyeti çalışanların işlerini sevmesine ve değer vermesine sebep olur. İşlerine değer veren ve işini severek yapan çalışanlar örgütün başarıya ulaşmasındaki en büyük etkenlerdir (Doğan ve Karataş, 2011, s. 2).

Çalışan memnuniyetinin hem maddi yönü hem de insani boyutu vardır. Maddi yönden incelendiğinde memnun bir çalışan işletmenin pazar payını arttırır, kararlılığını sağlar ve genel anlamda örgütün maddi başarısına ön ayak olur. İnsani boyutu ele alındığında, memnun bir çalışan mutlu bir insan olacak ve toplumsal refah gerçekleştirilmiş olacaktır (Durna, 2019, s. 6). Hizmet sektöründe müşteri memnuniyeti ile işgören memnuniyeti arasında doğrusal bir ilişki olduğu yapılan araştırmalarda ortaya koyulmuştur (Matzler ve diğ, 2004, s. 1180).

Turizm işletmelerinde ise çalışan memnuniyeti daha çok öne çıkmaktadır. Turizm işletmelerinin en büyük amaçları; işletmelerine gelen müşterileri memnun ederek kar oranlarını yükseltip bu durumu sürdürülebilir bir hale getirmektedir. Bu tür işletmelerde müşterilerin doğrudan çalışanlar ile iç içe olması sebebiyle hizmeti sunan çalışanın memnuniyet seviyesinin yüksek olması gerekmektedir. Memnuniyet seviyesi düşük olan çalışanın bunu müşteriye yansıtarak müşteri memnuniyetini düşürmesi kaçınılmazdır (Davras ve Gülmez, 2013, s. 167-168).

Toplam kalite yönetimi anlayışına göre müşterinin tatmin olmasının sırrı müşteri beklentilerini en üst seviyede tutmaktır. Bu anlayışa göre bunun sağlanmasının koşulu çalışanın beklentilerini ve isteklerini karşılayarak memnuniyet seviyesinin arttırılmasıdır. Kendi istek ve beklentilerinin karşılandığını gören çalışan müşteriyi memnun ederken zorlanmaz, işletmenin ve örgütün hedefleri doğrultusunda hareket eder (Genç, 2014, s. 29).

İşletmedeki çalışanların memnuniyet düzeyinin düşük olmasının negatif sonuçları olacaktır. Çünkü bir işletmenin amaçlarına ulaşabilmesi için çalışanlarının memnuniyet seviyelerinin yüksek olması gerekmektedir. Memnuniyetinin yüksek olmadığı takdirde çalışanların hata yapma riski artar, bağlılıkları azalır, işten ayrılmalar artar buna bağlı olarak iş gücü devir hızı oranı artar (Uyaroğlu, 2018, s. 26).

2.3.2. Çalışan memnuniyetini etkileyen faktörler

Çalışan memnuniyeti faktörleri incelendiğinde iki farklı kategoriye ayırmanın mümkün olduğu belirlenmiştir. Bunlar bireysel faktörler ve örgütsel faktörler olarak ayrılmaktadır.

2.3.2.1. Bireysel faktörler

İşgörenlerin çalışma hayatında memnuniyetini etkileyen bireysel faktörlerin önemli bir yeri vardır. İşgörenlerin işyerindeki memnuniyeti sosyal hayatlarını da olumlu veya olumsuz etkileyecektir. Çalışan memnuniyetini etkileyen bireysel faktörler; kişilik, beklenti, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi olarak ele alınmaktadır (Eceoğlu, 2020, s. 5)

Kişilik

Çalışan memnuniyetiyle alakalı yapılmış olan çalışmalarda kişilik faktörünün çalışan memnuniyetine etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Bu çalışmalarda, çalışanların pozisyonları aynı olsa bile her çalışanın memnuniyet düzeyinin farklı olduğu saptanmıştır. Bazı çalışanlar pozisyonundan memnunken bazı çalışanlar bulunduğu pozisyondan memnun olmamaktadır. Bir diğer bulunan sonuçta ise çalışanların kişilik özelliklerine ters düşen iş pozisyonlarında memnuniyet seviyelerinin düştüğü tespit edilmiştir (Öğer, 2009, s. 32).

Beklenti

Çalışanların işten beklenti düzeyleri memnuniyet düzeyleri ile ilişkilidir. Çalışan işten beklentisinin üzerinde bir sonuç alırsa memnuniyeti sağlanacaktır. İşten beklentisinin altında bir sonuç ile karşılaşır ise memnuniyet düzeyi düşecektir (Şalvarcı, 2019, s. 72).

Yaş

Yaş faktörü çalışan memnuniyeti ile ilişkisi olan bir faktördür. İlgili literatür araştırıldığında, orta yaşlardaki çalışanların sürekli aynı işi yapmasından dolayı sıkılma hali olduğu tespit edilmiştir. Sıkılma sonucunda memnuniyetsizlik gibi sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Biraz daha yaşlı çalışanlarda ise kazanılmış tecrübeler ile birçok problemi çözebilme yeteneği, çalışana doyum sağlayarak memnun olmasına neden olmaktadır (Öğer, 2009, s. 34-35).

Cinsiyet

Yapılan çalışmalarda kadın çalışanların ve erkek çalışanların beklentilerinin farklı olduğu tespit edilmiştir. Erkek çalışanların işin güvenirliliği, kariyer şansı, iş çeşidi, işletmenin marka bilinirliliği, iş arkadaşları, ücret, çalışma saatleri, üstlerinin davranışları gibi beklentileri bulunmaktadır. Kadınların ise; iş çeşitliliği ve sosyal getiriler gibi beklentileri bulunmaktadır. Kadın ve erkeklerin beklentilerinin farklı olması memnuniyet düzeylerini de etkilemektedir (Durna, 2019, s. 22).

Eğitim düzeyi

Eğitim düzeyinin çalışanların memnuniyeti ile arasında bir ilişki olduğu ilgili literatürde araştırıldığında gözlemlenmiştir. Eğitimini aldığı işi yapan çalışanın memnuniyetinin arttığı tespit edilmiştir (Barlı ve diğ, 2005, s. 392).

2.3.2.2. Örgütsel faktörler

Çalışan memnuniyeti çok sayıda örgütsel faktör tarafından etkilenmektedir. Buna bağlı olarak, çalışan memnuniyetine etki eden örgütsel faktörler; takım çalışması, yükselme olanağı, ücret, çalışma koşulları, yönetimin yaklaşımıdır.

Takım çalışması

İnsanların bir yere ait olma isteği işletmeler bazında takım çalışmasından geçmektedir. İşletmelerdeki takım olma ve beraber hareket etme insanların bu duygusunu tatmin etmektedir. İyi bir takımda olan çalışanlar problemleri daha hızlı çözecek olup memnuniyet seviyesi artacaktır (Eren, 2004, s. 477).

Yükselme olanağı

Her çalışan için işletmede yükselme farklı anlama gelebilir. Örneğin bir çalışan için yükselme, daha fazla para kazanma, statü, daha iyi bir konum ve başarı anlamına gelirken, diğer çalışan için ruhsal gelişme olarak düşünülebilir. İşletmelerdeki yükselme imkanlarının olması, yükselme sıklığının fazlalığı, adil olması ve çalışandaki yükselme isteği memnuniyet sağlama üzerinde etkilidir (Genç, 2014, s. 47).

Ücret

Çalışanın işletmeye ve örgüte göstermiş olduğu emek ve işletmeye katmış olduğu bilgi, beceri ve tecrübe karşılığında almış olduğu ödemenin yeterli olması çalışanı memnun etmektedir. Bunun sonucunda ise kendini işe vererek verimli olmaktadır. Aksi durum ise çalışanın bulunduğu örgüte karşı tavır almasına sebep olmaktadır (Günbayı, 2000, s. 5).

Çalışma koşulları

Çalışanlar çalıştığı yerin iklimlendirme sistemlerine, rahatlığına, gürültüsüzlüğüne, tehlikesiz oluşuna önem verirler. Özellikle evlerine olan mesafenin kısa olmasını beklerler. Çalıştıkları yapının yeni olması, kullandıkları araç ve gereçlerin iyi durumda olmasını beklerler. Bu değişkenler olumlu olarak karşılandığında çalışan memnuniyeti pozitif yönde etkilenmektedir (Genç, 2014, s. 47).

Yönetimin yaklaşımı

Yönetimin çalışanlara yaklaşımı çalışan memnuniyetini en çok etkileyen faktörlerden biridir (Örücü ve diğ, 2006, s. 41). Çalışanların her biri farklı kültürde, farklı karakterde, farklı kişiliktedir. Çatışmaların engellenmesi ve işi en iyi şekilde yürütmenin sorumluluğu yönetim kademesine düşmektedir. Yönetim kademesinin yapmış olduğu davranışlar çalışanın memnuniyet düzeyini hem pozitif hem de negatif yönde etkileyebilir. Çalışanlara doğrudan veya dolaylı yoldan temasta bulunan üst düzey yöneticiler, orta düzey yöneticiler ve alt düzey yöneticilerin çalışanlara karşı tutumu önemlidir (Eren, 2004, s. 202).

2.3.3. Çalışan memnuniyeti ile ilgili teoriler ve kuramlar

Çalışan memnuniyeti süreç içerisinde farklı tanım ve teoriler ile açıklamıştır. Güncel olarak önemini sürdüren başlıca teoriler işletme bilimi ve yönetimi çerçevesinde

incelenmiştir. Literatürde sıklıkla rastlanan ve üzerine çalışmalar yapılan memnuniyet teorileri; Maslow ve gereksinimler hiyerarşisi, Herzberg motivasyon teorisi, Hackman ve Oldham iş özellikleri modeli, Locke'nin değer teorisi olarak sıralanabilir.

Maslow ve gereksinimler hiyerarşisi

Maslow, diğer psikologların aksine dürtü, tutum, davranış ve alışkanlık gibi kavramları tek tek incelemek yerine holistik ve dinamik bir yaklaşımla incelemiştir. Maslow'un holistik ve dinamik bir yaklaşımla incelemesi için bazı temellere dayandırması gerekmiş ve bu temeli sendrom ile açıklamıştır. Yani birbiriyle alakasız gibi görünen psikolojik durumların bir araya geldiklerinde tek bir olguyu oluşturduklarını savunmuştur (Kaynak, 1990, s. 114).

Maslow bu ihtiyaçları beş ayrı gruba ayırmış olup bunlar; fizyolojik ihtiyaçlar, güven ihtiyaçları, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygı görme ihtiyacı, kendini gerçekleştirmedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta bu ihtiyaçlar alttan üste doğru sıralanmış olup, bir alttaki ihtiyaç karşılanmadan diğer ihtiyacın ortaya çıkmadığıdır.

Fizyolojik ihtiyaçlar

Fizyolojik ihtiyaçlar bütün canlılar için gerekli ihtiyaçlardır. Sonradan kazanılmış değil doğuştan var olan ihtiyaçlardır. Yiyecek içecek gereksinimi, hava, cinsellik bu ihtiyaçlara örnek olarak gösterilebilir. Bu ihtiyaçlar karşılanmadığında insanlar zor duruma düşeceklerdir. Karşılandığında ise doyuma ulaşacaklardır. Doyuma ulaşan insanın motive olması uzun sürmeyecek olup bir süre sonra motivasyonu düşecektir (Kaynak, 1990 s. 117).

Güven ihtiyaçları

İnsanlar fizyolojik ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra güvenlik ihtiyacı duyar. Güvenlik ihtiyacı, insanlık tarihinden beri süre gelmektedir. İnsanlar mağaralarda yaşamını sürdürdüğünde ateş yakması, avladığı hayvanların etlerini tuzlayarak saklaması, kendilerini korumak için av aletleri yapması bunlara örnektir. Güvenlik ihtiyacı, bireyin fizyolojik ve psikolojik olarak kendini rahat hissetmesidir. Ayrıca hissettiği rahatın istikrarlı ve sürekli olması gerekmektedir (Smith ve diğ, 1981, s. 561; Durmuş, 2020, s. 1735).

Ait olma ve sevgi ihtiyaçları

İnsanlar sosyal bir varlıktır ve diğer insanlarla beraber yaşamak ister. Bazen bu, isteğe bağlı olmamaktadır. Çünkü aile, okul ve işyerleri insanların zorunlu olarak bir arada olması gerektiği yerlerdir. Birey bulunduğu sosyal ortamlarda sevilmek ister. Ayrıca sosyal ortamındaki bireyleri de sevme ihtiyacı duyar. Sevmediği ve sevilmediği bir sosyal ortamda birey rahatsız olur (Eren, 1984, s. 34).

Saygı görme ihtiyacı

Ait olma ve sevgi ihtiyaçlarını karşılayan birey toplum tarafından saygı gösterilen biri olmak isteyecektir. Birey elde ettiği başarılar karşılığında itibar sahibi olmak, iyi bir mevkiye sahip olmak, tanınmak, onurlu olmak, değerli olmak, önemli olmak isteyecektir. Bu ihtiyaçta dikkat edilmesi gereken nokta, birey ne kadar başarılı olursa olsun kendi kendine giderebileceği bir ihtiyaç değildir. Diğer bireylerin bireye davranışı ile giderilebilecek bir ihtiyaçtır (Eroğlu, 1996, s. 43-44; Aktaş, 2018, s. 49).

Kendini gerçekleştirme ihtiyacı

Hiyerarşinin diğer aşamaları bütün insanlık tarafından kabul edilen ve bütün insanlık için geçerli olan ihtiyaçlardır. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı ise her birey için değişen özel bir ihtiyaçtır. Birey diğer aşamaları tamamladığı takdirde bu ihtiyacı ortaya çıkacaktır. Gerçekçi yaklaşıldığında birey müzisyense müzik yaparak, öğretmen ise öğreterek, bilim adamı ise bilimsel içerikler üreterek tatmin sağlayacaktır (Kaynak, 1990, s. 121).

Herzberg motivasyon teorisi

Herzberg'in motivasyon teorisi, Maslow'un ihtiyaçlar teorisinden sonra literatürde en çok bilinen ihtiyaç teorisidir ve iş tatmini üzerine yapılmış olan teorilerden en kapsamlı ve en önemli teorilerden biri olarak kabul görmektedir (Drafke ve Kossen, 1997, s. 281). Bu teori, işle ilgili hangi durumların motive edeceğini veya hangi durumların motive etmeyeceğini belirleme amacıyla bireysel tepki ve tutumların araştırılmasını amaçlar. Bu teori iki faktörle memnuniyet kavramını incelemektedir. Bunlar; hijyen faktörleri ve motivasyon faktörleridir (Gökçe ve diğ, 2010, s.237).

Hijyen faktörleri

Herzberg, hijyen faktörlerini işletme politikası ve yönetimi, gözetim, gözetmenlerle ilişkiler, iş koşulları, ücret, kişisel yaşam alanı, astlar ile ilişkiler, statü ve güvenlik olarak belirlemiştir. İşyerinde hijyen faktörlerinin belirli bir düzeyin altına düşmemesi gerekmektedir. Hijyen faktörleri kabul edilebilir düzeyin altına düştüğü takdirde, işgören çalışma arkadaşlarından, işyerinden, yöneticilerinden sıkılmaya başlayacaktır. Bunun sonucu olarak işgören devamsızlık yapabilir ve işten ayrılabilir (Korkmazer ve Aksoy, 2017, s. 823).

Motivasyon faktörleri

Bu faktörler etki derecesine göre sıralanmış olup sırasıyla; başarı, kabul edilme, işin kendisi, sorumluluk, ilerleme ve gelişmedir. Hijyen faktörlerinin çalışan üzerinde motive edici bir etkisi yoktur. Fakat düzensiz ve yeterli seviyede olmadıklarında memnuniyet oluşmamaktadır. Motive edici faktörleri Herzberg şu şekilde belirlemiştir; bireyi yöneltici, kamçılayıcı ve giderildikleri ölçüde tatmin yaratıcı niteliktedir. Bu faktörlerden herhangi birinin gerçekleşmemesi durumunda ise motivasyon eksikliği oluşmaktadır (Kaynak, 1990, s. 127).

Steers ve Porter (1991)yapmış olduğu çalışmada, Maslow'un gereksinimler hiyerarşisini örgüte uyarlayarak bir model geliştirmiştir. Bu modele göre fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyaçları, sosyal ihtiyaçlar, saygınlık ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı örgütsel etkenler ile eşleştirilmiştir. Aşağıdaki Tablo 2.6'da gereksinimler hiyerarşisinin örgüte uyarlaması gösterilmiştir.

Tablo 2.6 : Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin örgüte uyarlanması (Steers ve Porter, 1991; Çetinkanat, 2000, s. 9; Durna, 2019, s. 11).

Gereksinim Düzeyi	Genel Doyum Etkenleri	Örgütsel Etkenler
Fizyolojik	Yeme içme, uyuma, barınma.	Maaş, yemek, güzel çalışma ortamı
Güvenlik	Fizyolojik denge, rahatlık, düzen, sosyal yapı.	İş güvenliği, işletme olanakları
Sosyal	Sevgi, Şevkat, yardımcı olma, ait olma.	İyi iş ortamı, profesyonel ilişkiler, dostça denetim
Saygınlık	Prestij, statü, başarı, güven duyulmak.	Sosyal ortamlarda tanınma, statü, iyi geri bildirim
Kendini Gerçekleştirme	Yaratıcılık, ilerleme.	Yaratıcılık için olanak yaratılması, amaçlara ulaşma, ilerleme

Hackman ve Oldham iş özellikleri modeli

Hackmen ve Oldham çalışan memnuniyetinin oluşması için; işin gerektirdiği yetenek çeşitliliği, iş ile özdeşleşme, işin anlamı ve tanımı, iş yapılırken çalışanın özerkliği ve gösterdiği performans karşılığında aldığı geri bildirim şeklinde 5 temel özellik belirlemiştir (Erken, 2013, s. 1). Bu modelde bir işteki motivasyon potansiyelini analiz etmek mümkün olmaktadır.

Locke'nin değer teorisi

Bu teoriye göre, çalışan memnuniyetine etki eden her faktörün etkisi belirlenebilir. Bunun sonucunda her faktörün etkisini ayrı ayrı değerlendirmeye alan örgütler çalışanların memnuniyet düzeylerini geliştirebilirler. Ayrıca bu teoride savunulan diğer durum ise tek bir faktör üzerine yoğunlaşan örgütlerde çalışanlarda daha fazla memnuniyetsizlik duygusunun oluşacağıdır. Bir örnek ile açıklamak gerekirse bir çalışan için fiziksel güç gerektiren bir iş memnun edici olurken diğer çalışan için farklı varyasyonların olduğu zihinsel olarak yaptığı iş memnun edici olabilir (Yılmaz, 2018, s. 32-33).

2.3.4. Çalışan memnuniyeti sağlamaya yönelik uygulamalar

İş analizleri

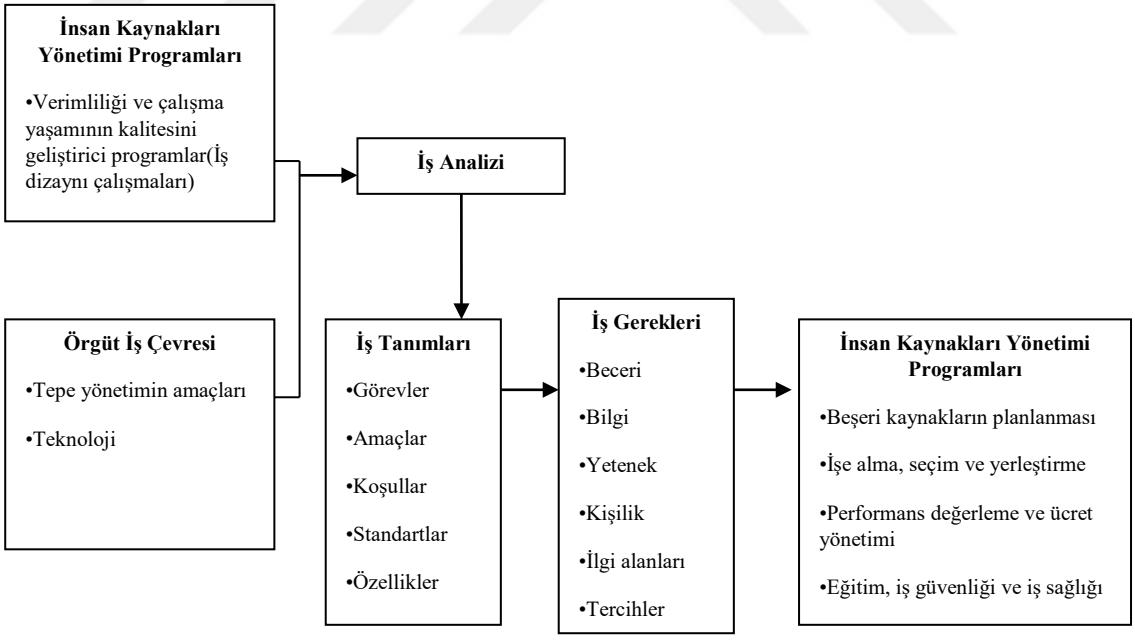
İş analizi, işletmedeki işlerin içerdiği görev, sorumluluk ve çalışma koşullarını belirlemeye yönelik çabalardan oluşur. Bu çalışmalarda işi yapacak olan çalışanın gerekli olan bilgi, beceri ve yetenekleri belirlenmeye çalışılır (Kaynak ve diğ, 2000, s. 52). İyi bir iş analizi örgüt içi iletişimi arttıracaktır. Fakat iş analizi yapılırken dikkat edilmesi gereken nokta çalışanlar tarafından kolay anlaşılabilir olmasıdır. Soyut kavramlardan uzaklaştırarak daha somut olarak çalışanlara sunulmalıdır (Unutkan, 1995, s. 207).

İş analizleri iki yaklaşımla ele alınabilir. Birincisi işletmeler iş analizlerini insan kaynakları açısından inceler. Bu tür iş analizleri işletmelerde insan kaynakları planlama, ücret yönetimi, eğitim gibi konulardaki insan kaynaklarına veri sağlayacak şekilde hazırlar. İkinci yaklaşım ise iş analizi kavramını daha geniş olarak tanımlar. Bu

yaklaşıma örnek olarak iş basitleştirme, zaman hareket etütleri, yöntem geliştirme, iş ölçümü gibi faaliyetler gösterilebilir (Kaynak ve diğ, 2000, s. 52).

İş analizinin sağladığı faydalardan biri işe alım yaparken kesin ve açıkça anlaşılabilir kriterler belirtmesidir. Diğer faydalar ise, gelecekte ortaya çıkacak eğitim ihtiyacını ortaya koyması, çalışanların kariyer planlamalarını yapmasını kolaylaştırması, performansı etkileyen olumsuz koşulları ortadan kaldırması, iş ortamını geliştirmesidir. İş analizinin bu faydaları çalışanların memnuniyetinin artmasını sağlamakta etkili olmaktadır. Çünkü çalışanlar yapacakları işi ve kendilerinden beklenenleri daha önceden bilirler (Unutkan, 1995, s. 208-209).

İş analizleri diğer insan kaynakları programları ile ilişkilidir, bu ilişkiden dolayı iş analizleri sürecinde yaşanan yetersizlikler ve sorunlar sonucunda çeşitli aksaklıklar olmaktadır ve bu aksaklıklar sonucu insan kaynakları programının başarısını olumsuz etkilenmektedir. İş analizi çalışmalarına işletmede gerekli önem verilmediği taktirde bir zincir halinde aksaklık kaçınılmazdır (Kaynak ve diğ, 2000, s. 55). İş analizlerinin çeşitli insan kaynakları işlev ve programları ile olan ilişkisi Şekil 2.4'te belirtilmiştir.



Şekil 2.4 : İş analizlerinin çeşitli insan kaynakları işlev ve programları ile olan ilişkisi (Kaynak ve diğ, 2000, s. 56).

İş dizaynı

Çalışanlar harcadığı zaman ve enerji karşılığında maddi ve manevi getiri elde eder. Fakat sistem bu kadar basit işlemez, kişinin kapasitesi ile işin gereklilikleri arasında uyuşmazlık olursa kişi hem psikolojik hem de fizyolojik olarak çöker. Günümüz teknolojisinde fiziksel güç gerektiren işler gerek otomasyon sistemleri gerekse işte kolaylaştırmalar sayesinde kişinin fazla fiziksel enerji harcamasını engellemektedir. Fiziksel güç sınırları bilimsel olarak bilindiği için bu sorunu çözmek kolay bir hale gelmiştir (Yumuşak, 2002, s. 47).

İş dizaynı, geçmişten bugüne üst düzey yöneticilerin astlarının yaptığı iş ve görevlerinde değişiklik yapması şeklinde süregelmiştir. Günümüzde iş dizaynı, iş hayatının değişimiyle beraber, işgörenler bireysel olarak kendi yetenek ve tercihlerine göre işlerini aşağıdan yukarıya doğru dizayn etmesi şeklinde gelişmiştir (Turan, 2019, s. 1). İş dizaynı uygulayabilmek için bazı tekniklere ihtiyaç duyulmaktadır. İşin yapısını değiştirmek ve süreci yeniden tanımlamak için aşağıdaki iş dizaynı teknikleri uygulanmaktadır (Çakan ve Tutar, 2019, s. 635):

- İş rotasyonu,
- İş genişletme ve iş zenginleştirme,
- Özerk çalışma grupları,
- Alternatif çalışma programları (Kerman, 2004, s. 14; Kaynak ve diğ, 2000, s. 68).

İş değerleme

İş değerleme, işletmede bulunan tüm iş süreçlerinin o işletmede bulunan diğer iş süreçlerine göre önemini tanımlamak için kullanılan bir süreçtir. İş değerlemenin temel amacı işletme içinde yer alan işleri birbiriyle karşılaştırmak ve çalışanlar için adaletli bir ücret sistemi kurmaktır (Çetin ve diğ, 2014, s. 163). Bir diğer tanıma göre ise, işletmedeki işlerin içeriği ve önemi doğrultusunda, istemiş olduğu sorumluluk, beceri gibi faktörlere göre diğer işler ile karşılaştırmasının yapılarak o işe değer belirlenmesidir (Yüksel, 2004, s. 214).

İş değerlemenin diğer amaçları ise; işlerin diğer işlere göre değerlerini ve önemlerini belirlemek, işletmedeki iş süreçlerini kademeli olarak değerlendirerek tarafsız bir şekilde oluşturmak, yapılan işler için ödenen ücretlerin etik ve kanuna uygun

olduğundan emin olmaktır (Çetin ve diğ, 2014, s. 163). İş değerlemenin yararları ise şu şekildedir (Özgen ve Öztürk, 2005, s. 268):

- İş değerleme işletmede doğan iş eğitimi ihtiyaçlarını belirlemeye yardımcı olur.
- Aynı sektörde bulunan işletmelerde bulunan ücret sistemleri ile karşılaştırma yapmaya katkı sağlar.
- İş değerlendirmesi sonucunda işçiye göre iş değil işe göre işçi bulunmasını sağlar. İş değerlendirme sürecinde işin gerektirdiği nitelik, özellik ve çalışma koşulları belirlendiği için ortaya çıkan bu bilgiler ile personel seçimi daha etkili olur.
- İşletmede adil bir ücret yapısının kurulmasına katkı sağlar.

İş değerleme yapabilmek için belirli teknikler kullanılmaktadır(Çetin, ve diğ, 2014, s. 164):

1. Analitik olmayan yöntemler
   - Sıralama yöntemi
   - Sınıflama yöntemi
2. Analitik yöntemler
   - Faktör karşılaştırma yöntemi
   - Puan yöntemi

Amaç birliği

İşletmenin önemli işlevlerinden en çok öne çıkanı örgüt olarak işletme hedefleri ile işgörenlerin hedefleri arasında eşit bir denge kurmaktır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1996, s. 123). Örgütlerin asıl amacı bir hedefi gerçekleştirmek için ortak çabada bulunmaktır. Örgüt burada bir amaç değil araç olarak kullanılmaktadır. Örgütsel başarıya ulaşmak için insanı sömürmek yerine insanı kazanmak gerekir. Bu doğrultuda amaç birliği örgütsel birliğe yol açar. Amaç birliği kendi kendine oluşan bir durum değildir. Aksine üst yönetim tarafından oluşturulmalıdır. Burada önemli olan nokta yöneticilerin astlarını yaptıkları işleri düzgün, verimli ve dürüst şekilde yapmalarının işletme çıkarlarına olduğu kadar, kendi çıkarları içinde yaptığına inandırmasıdır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1996, s. 123-124).

Yetki ve sorumluluk dengesi

Örgütün en üst kademesindeki yönetici tek başına bütün bir örgütü yönetemez. Bundan dolayı yetkilerinin bazılarını astlarına dağıtması gerekmektedir (Simeray, 1971, s. 25). İşletmelerin doğasında büyümek ve gelişmek vardır. Bu büyüme ve gelişmenin sonucunda örgüt büyür ve tek bir kişinin yönetmesi güçleşir. Örgütün en tepesinde bulunan yöneticiden en altta bulunan yöneticiye kadar yetki devri yapılması gerekmektedir. Burada önemli olan bu yetki devrinin dengeli bir şekilde yapılmasıdır. İşletmelerde iki türlü yönetim modeli bulunur; birincisi merkezcil model diğeri ise merkezcil olmayan modelidir. Günümüz işletmeleri daha çok, merkezcil olmayan modeli uygulamaktadırlar. Merkezcil olmayan modele göre personele kendi yetki alanları içinde bağımsız hareket özgürlüğü verilir. Böyle bir yönetim modelinde, çalışanlar verimli ve istekli çalışarak bunu çalışma ortamına yansıtır. Sonucunda ise çalışma ortamındaki bütün çalışanlar beklenen verimi karşılar ayrıca istekli olurlar (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1996, s. 124-125).

BÖLÜM 3. YÖNTEM (METODOLOJİ)

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın ana amacı, koronavirüs pandemisi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılığa etkisini belirlemektir. Araştırmada ayrıca çalışan memnuniyetinin boyutlarının, örgütsel bağlılığın boyutları üzerindeki etkilerinin farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılık ile ilişkisi olup olmadığının tespiti ise çalışmanın bir diğer amacıdır.

Yiyecek-içecek işletmelerine günümüzde talebin artmasıyla beraber, işletme sayısı da buna bağlı olarak artarak, daha karmaşık sistemlere sahip olmuşlardır. Artan işletme sayısı işgören talebini doğurmuştur. Bu doğrultuda insan kaynağı yönetimi bu işletmelerde önemli bir hale gelmiştir.

Yiyecek-içecek işletmelerin ürünlerinin ve hizmetlerinin kalitesi çalışanlarının memnuniyeti ve örgütüne bağlılığıyla doğru orantılıdır. Müşterileriyle birebir iletişimde olan çalışanın memnuniyeti bu işletmeler için daha önemli bir hal almaktadır. Yiyecek-içecek sektöründe çalışanlar daha iyi bir teklif aldıklarında örgütlerini değiştirmektedirler. Bu durum hem işletmeyi hem de müşteriyi olumsuz yönde etkilemektedir. Rekabet koşullarının ağır olduğu bu dönemde müşteri memnuniyeti yiyecek-içecek işletmeleri için önemlidir. Özellikle pandemi sürecinde, çalışanın bu denli önemli olduğu bu işletmelerde örgütsel bağlılık ve çalışan memnuniyeti araştırılması gereken bir konudur.

İlgili literatür incelendiğinde, yiyecek-içecek işletmelerine yönelik, çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılığa etkisinin araştırıldığı çalışmaya rastlanılmamıştır. Özellikle koronavirüs pandemisi sürecinde, bu araştırmanın yapılması çalışmayı özgün ve önemli kılmaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, literatüre katkı sağlayacağı gibi yiyecek-içecek işletmelerinin insan kaynakları yönetimine de katkı sağlayacaktır.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yiyecek-içecek işletmeleri sundukları hizmete ve ürünlere göre çok çeşitlidir. Birçok yiyecek-içecek işletmesinin örgüt yapısı basit yapıdan oluşmaktadır. Araştırma, çalışanların memnuniyetini ve örgütsel bağlılığa etkisini araştırmaktadır. Buna bağlı olarak örgüt yapısı daha düzenli ve kapsamlı olan turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmeleri örneklem olarak seçilmiştir. Bu sebeple diğer yiyecek-içecek kuruluşlarının örnekleme dahil edilmemesi araştırmanın sınırlılığını meydana getirmektedir.

Araştırma koronavirüs pandemisi sürecinde yapıldığı için birçok sınırlılığa sahiptir. Araştırmanın konusu gereği çalışanlar ile yüz yüze anket yapmak daha sağlıklı olacaktır. Bu nedenle anket formlarının büyük bir kısmı yüz yüze doldurtulmuştur. Fakat hem araştırmacının hem de katılımcının sağlığının tehdit altına girme olasılığı nedeniyle araştırmanın anketlerinin bir bölümü çevirimiçi olarak doldurtulmuştur. Yiyecek-içecek işletmelerinin koronavirüs pandemisi sebebiyle bir bölümü, ekonomik kaygılar ve talep kaygısı nedeniyle araştırmanın yapıldığı dönemde kapalıdırlar. Ayrıca, açık olan yiyecek-içecek işletmelerinin çalışanlarının bir bölümü, ücretsiz izne çıkarılmış veya işten çıkarılmışlardır. Araştırmanın tamamlanması için zamanın kısıtlı olması ve maliyet unsurları çalışmayı kısıtlayan diğer nedenlerdir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Nicel araştırma yöntemleri kapsamında ağırlıklı olarak kullanılan anket tekniğiyle veriler elde edilmiştir. Yiyecek-içecek işletmelerinde katılımcıların her bir maddeye katılım seviyelerinin detaylı bir biçimde öğrenilmesi amacıyla 5'li Likert tipi derecelendirme tercih edilmiştir. Pandemi sürecinde, yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların memnuniyetinin, örgütsel bağlılığa etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan alan araştırması, 2020 yılının Eylül, Ekim ve Kasım aylarında yapılmıştır. Anketlerin büyük bir çoğunluğu anket formu ile yüz yüze doldurtulmuştur. Araştırmada kullanılan anket formu üç kısımdan meydana gelmektedir. İlk kısımda katılımcılara ilişkin demografik özellikler (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, turizm eğitimi durumu, yiyecek içecek işletmelerinde çalışma süresi, katılımcının bulunduğu işletmede çalışma süresi, katılımcının hangi departmanda çalıştığı, katılımcının işletmedeki görevi) bulunmaktadır (EK1).

Anketin ikinci kısmında, örgütsel bağlılığı ölçmek amacıyla 24 soru bulunmaktadır. Üçüncü kısımda ise çalışan memnuniyetini ölçmek amacıyla 20 soru bulunmaktadır.

3.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Doğu Marmara Bölgesi'nde etkinlik gösteren turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Alan araştırması için Doğu Marmara Bölgesi'nin seçilme nedeni, bölgenin Türkiye'deki en çok yiyecek-içecek işletmesinin bulunduğu bölge olmasıdır. Pandemi sürecinde, yiyecek-içecek işletmelerinin kapalı olması sebebiyle evrenin tamamına ulaşılamamıştır. Turizm işletme belgeli yiyecek içecek işletmelerinin listesine, T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nden ulaşılmıştır. Ancak araştırma sırasında turizm işletme belgesi olan ama bakanlığın listesinde olmayan yiyecek-içecek işletmelerinin de olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda evreni oluşturan turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmelerinin, çalışan sayısı tam olarak bilinememektedir. Bu nedenle, mesafe, zaman, maliyet, koronavirüs pandemisi ve işgörenlerin hepsine ulaşılmasının güç olması gibi etkenler sebebiyle örneklem alma tercih edilmiştir. Örneklemin evreni temsil etmesi için, en fazla evren büyüklüğü için 384 katılımcıya ulaşmak gerekmektedir (Sekaran, 1992, s. 253).

Araştırmada kolayda örnekleme tekniği kullanılmış olup, kolayda örnekleme tekniği sosyal bilimlerde genel olarak kullanılan bir örnekleme tekniğidir. Kolayda örnekleme tekniğinde en kolay ulaşılan katılımcı, en kusursuz katılımcı olarak değerlendirilmektedir (Coşkun ve diğ, 2015, s. 142). Araştırmada 800 adet anket formu dağıtılmış olup, eksik doldurulmuş, hatalı doldurulmuş ve geri dönmemiş olan anket formları çıkarıldıktan sonra 387 geçerli anket değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışmada kullanılan veriler 36 adet turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmesinden elde edilmiştir.

3.5. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırma koronavirüs pandemisi sürecinde yapıldığı için, veri toplama araçlarının oluşturulma sürecinde uzman görüşüne başvurulmuştur. Alanın uzmanlarının görüşleri doğrultusunda ölçekler seçilmiş ve uygulanmıştır. Ölçekler kullanılmadan önce, ölçekte

bulunan soruların başlarına "pandemi sürecinde", "pandemi döneminde" ifadeleri eklenmiştir. Belirli bir zamanı ölçemeyen genel zamanı ifade eden maddelerde ifade ekleme yoluna gidilmemiştir.

3.5.1. Çalışan memnuniyeti ölçeği

Çalışanların memnuniyet düzeyini ölçmek amacıyla, Dawis, Weiss, England ve Loftquist (1967, s. 1-2) tarafından oluşturulan Minnesota (MSQ) ölçeğinin kısa formu olan 20 soruluk sürümü Türkçe'ye uyarlanarak kullanılmıştır (EK-2). Ölçek aynı çalışmada iki form olarak yaratılmış olup, 20 soruluk ve 100 soruluk versiyonları bulunmaktadır. Bu çalışmada 20 soruluk sürümünün kullanılma sebebi, katılımcıların soru fazlalığı sebebiyle anketten bıkma, sıkılma olabileceğinin düşünülmesidir. Ölçek iki boyuttan oluşmaktadır. İlk boyut "içsel memnuniyet", ikinci boyut ise "dışsal memnuniyet" olarak tanımlanmıştır. İçsel memnuniyet, "*Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede bağımsız çalışma olanağı buluyorum*", dışsal memnuniyet, "*Pandemi sürecinde yaptığım işe göre aldığım ücret iyidir*" gibi sorulardan oluşmaktadır. Katılımcıların ölçekte yer alan her ifadeye katılım seviyelerinin belirlenmesi amacıyla "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, "5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklindeki 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır.

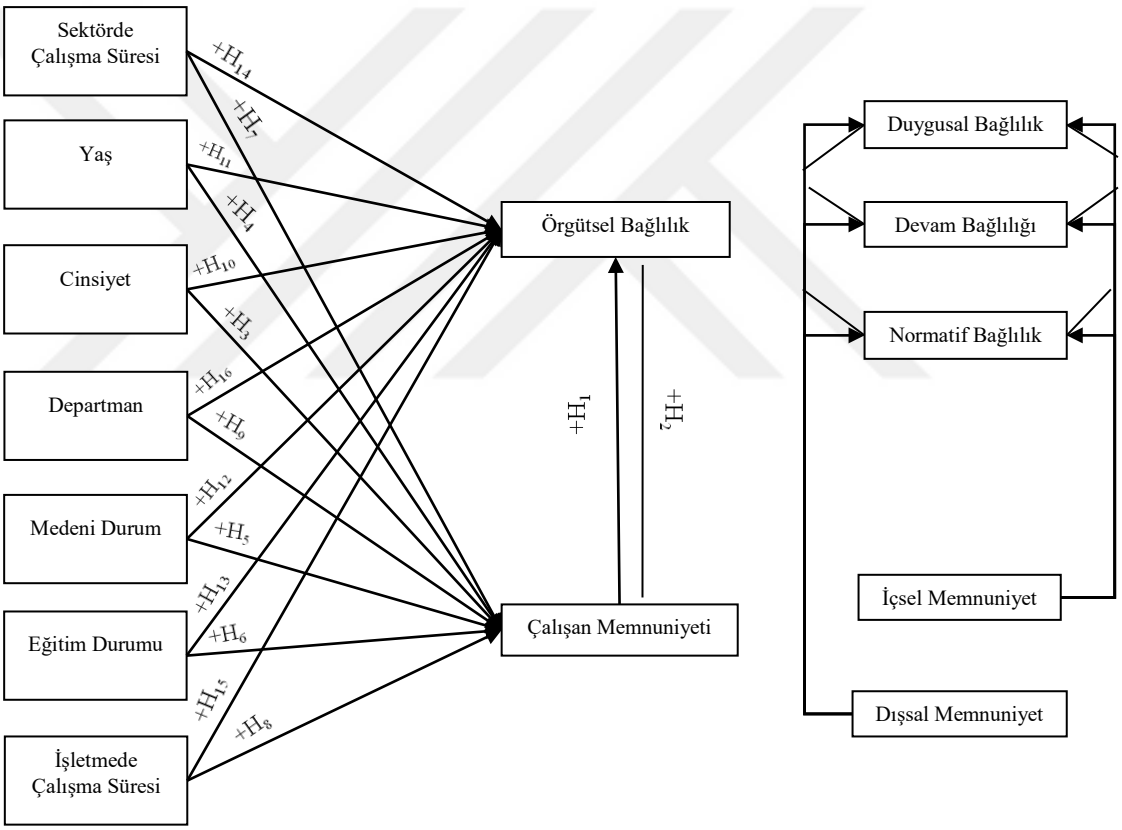
3.5.2. Örgütsel bağlılık ölçeği

Katılımcıların tamamı yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanlardan oluşmaktadır. Bu çalışanların örgütsel bağlılık düzeyini ölçmek için Allen ve Meyer (1990, s. 6-7) tarafından yapılmış olan, 24 maddeden oluşan örgütsel bağlılık ölçeği Türkçeye uyarlanarak kullanılmıştır (EK-3). Bu ölçek 3 boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar; "duygusal bağlılık", "devam bağlılığı" ve "normatif bağlılık" olmak üzere katılımcılara yöneltilmiştir. Duygusal bağlılık "*Pandemi sürecinde işletmenin problemlerini kendi problemlerim gibi görürüm*", Devam bağlılığı "*Pandemi sürecinde bu işten ayrılmamamın diğer sebebi iş alternatiflerimin az olması*", Normatif bağlılık "*Pandemi döneminde bu işletmede çalışmamın en önemli nedeni sadakatli olmamdır*" gibi sorularla ölçülmektedir. Katılımcıların ölçekte yer alan her ifadeye katılım seviyelerinin belirlenmesi amacıyla; "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım,

4=Katılıyorum, “5=Kesinlikle Katılıyorum” şeklindeki 5’li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır.

3.6. Araştırmanın Modeli

Pandemi sürecinde, yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla yapılan bu araştırmanın modeli Şekil 3.1’de sunulmuştur.



Şekil 3.1 : Araştırma modeli

3.7. Araştırmanın Hipotezleri ve Soruları

Bu araştırmanın amacı; koronavirüs pandemisi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan işgörenlerin memnuniyetinin örgütsel bağlılığa etkisini ölçmektir. Bu araştırmada hedefe uygun olarak cevap aranan ana soru: "Koronavirüs pandemisi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan işgörenlerin memnuniyeti örgütsel bağlılıklarını etkilemekte midir?" sorusudur.

Çalışan memnuniyeti boyutlarının; örgütsel bağlılığa ve örgütsel bağlılığın boyutlarına etkisini belirlemek ve katılımcıların demografik özelliklerine göre koronavirüs pandemisi sürecinde memnuniyetlerinin ve örgütsel bağlılıklarının farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla literatürden yola çıkarak aşağıdaki hipoteziler oluşturulmuştur.

H_1: Çalışan Memnuniyeti, Örgütsel Bağlılığa pozitif yönde etki eder.

H_{1a}: İçsel Memnuniyet, Duygusal Bağlılığa pozitif yönde etki eder.

H_{1b}: İçsel Memnuniyet, Devam Bağlılığına pozitif yönde etki eder.

H_{1c}:İçsel Memnuniyet, Normatif Bağlılığa pozitif yönde etki eder.

H_{1d}: Dışsal Memnuniyet, Duygusal Bağlılığa pozitif yönde etki eder.

H_{1e}: Dışsal Memnuniyet, Devam Bağlılığına pozitif yönde etki eder.

H_{1f}: Dışsal Memnuniyet, Normatif Bağlılığa pozitif yönde etki eder.

H_2: Çalışan Memnuniyeti ile Örgütsel Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2a}: İçsel Memnuniyet ile Duygusal Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2b}: İçsel Memnuniyet ile Devam Bağlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2c}: İçsel Memnuniyet ile Normatif Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2d}: Dışsal Memnuniyet ile Duygusal Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2e}: Dışsal Memnuniyet ile Devam Bağlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2f}:Dışsal Memnuniyet ile Normatif Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_3:Çalışanların cinsiyeti ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_4:Çalışanların yaşı ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_5:Çalışanların medeni durumu ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_6:Çalışanların eğitim durumu ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_7:Çalışanların yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresiyle memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_8:Çalışanların bulundukları işletmede çalışma süresiyle memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_9:İşgörenlerin çalıştığı departman ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{10}:Çalışanların cinsiyeti ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_{11}:Çalışanların yaşı ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_{12}:Çalışanların medeni durumu ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_{13}:Çalışanların eğitim durumu ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_{14}:Çalışanların yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_{15}:Çalışanların bulundukları işletmede çalışma süresi ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

H_{16}:İşgörenlerin çalıştığı departman ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır.

Bu araştırmanın amaçlarından biri de pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların, araştırma modelinde yer alan temel değişkenleri algılama düzeylerinin, demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemektir. Araştırmada yer olan demografik değişkenler; cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum, turizm eğitimi düzeyi, sektörde çalışma süresi, işletmede çalışma süresi, çalışanın hangi departmanda yer aldığı, çalışanın işletmedeki unvanı olarak belirtilmiştir. Buna bağlı olarak, çalışanların değişkenlerine ilişkin görüşlerinin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere varsayım yerine, sorular oluşturularak araştırma sonucunda öğrenilmek istenilmiştir.

3.8. Verilerin Temizlenmesi ve Geçerlilik-Güvenirlik Analizleri

Veri temizleme, normal verilerden farklı çıkan verilerin tespit edilerek düzeltilmesi, eksik verilerin tamamlanması, verilerdeki tutarsızlıkların düzeltilmesi gibi işlemelere verilen isimdir. Verilerin üzerinde analiz yapılmasına engel teşkil edecek sorunların çözülmesi, anlamlı bulgular edilmesi, veri kalitesi ve güvenirliliğini arttırmaktadır (Oğuzlar, 2003, s. 70-71). Buna bağlı olarak çalışmada yer alan ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi, güvenirliliğini test etmek amacıyla Cronbach's Alpha değeri kullanılmıştır. İlk olarak bu bölümde, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlilik analizlerine, daha sonra ilgili ölçeklerin geçerlilik analizleri ile ilgili sonuçlara yer verilecektir.

3.9. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Ölçeklerininin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Güvenirlik, ölçeğin taşıması gereken özelliklerden birisidir. Farklı ölçümlerde elde edilen ölçüm verilerinin kararlılığını gösterir. Güvenilir bir ölçek hatasız ölçme yapabilen ölçektir. Ölçmelerin tam olarak hatasız olması çok zordur, bundan dolayı ölçeğin güvenirliğini en üst düzeye çıkarmanın yolu hatayı en aza indirgemektir (Ercan ve Kan, 2004, s. 212). Bu araştırmada, çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık ölçeklerinin güvenirlik analizleri uygulanırken Cronbach's Alpha Değeri baz alınmıştır. Alfa değeri (α) 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır. Bu değer 1'e yakınlaştıkça

güvenirlik yükselmektedir. Ölçeklerle alakalı güvenilirlik analizleri sonucunda ulaşılan Alfa değerinin yorumlanması aşağıdaki Tablo 3.1'deki gibidir.

Tablo 3.1 : Cronbach's Alpha model yorumlanması (Kılıç, 2016, s. 48)

Cronbach's Alfa Değeri	Değerlendirme
0.80<α < 1.00	Ölçek yüksek güvenirliktedir
0.61<α < 0.80	Ölçek orta güvenirliktedir
0.41< α < 0.60	Ölçek düşük güvenirliktedir
0.00<α < 0.40	Ölçek güvenilir değildir

Araştırmada yer alan her ölçeğe ve her boyuta ilişkin Cronbach's Alpha değeri Tablo 3.2'de verilmektedir. Tablodaki sonuçlara göre; çalışan memnuniyeti ölçeğinin güvenirlik katsayısı (α): 0,87 olarak çıkmıştır. Bu seviye ölçeğin yüksek güvenirliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Ayrıca çalışan memnuniyetinin; içsel boyutunu temsil eden ifade (α:0,84) ve dışsal boyutunu temsil eden ifade (α:0,89) yüksek güvenirliğe sahiptir. Örgütsel bağlılık ölçeğinin güvenirlik katsayısı (α) 0,85 olarak belirlenmiştir. Bu seviye ölçeğin yüksek güvenirliliğe sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık boyutu (α:0,90), devam bağlılığı boyutu (α:0,85) ve normatif bağlılık boyutu (α:0,88) yüksek güvenirliliğe sahiptir.

Tablo 3.2'de yer verilen veriler incelendiğinde, araştırmada bulunan ölçek ve boyutların tümünün yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 3.2 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık ölçeklerine ilişkin güvenirlik analizleri

Ölçekler	Boyutlar	Cronbach's Alpha (α)
Çalışan Memnuniyeti	İçsel Boyut	,842
	Dışsal Boyut	,898
	Genel	,872
Örgütsel Bağlılık	Duygusal Bağlılık	,908
	Devam Bağlılığı	,859
	Normatif Bağlılık	,885
	Genel	,851

3.10. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Ölçeklerinin Normallik Analizi Sonuçları

Yiyecek içecek işletmelerinde çalışan işgörenlerin memnuniyetinin ve örgütsel bağlılığa etkisini ölçmek için katılımcılara sorulan sorular sonucunda elde edilen verilerin normal

dağılıp dağılmadığını ölçmek amacıyla "Kolmogorov-Smirnov" testi uygulanmıştır. Tabachnik'e göre verilerin -1,5 ile +1,5 arasında değer alması durumunda verilerin normal dağılım sergilemektedir. Bu doğrultuda yapılan analiz sonucunda verilerin Skewness ve Kurtosis değerleri incelendiğinde tüm verilerin -1,5 ile +1,5 değerleri arasında olduğu saptanmıştır. Buna bağlı olarak, verilerin normal dağıldığı belirlenmiştir. Veriler normal dağılım sergilediği için parametrik testler kullanılmıştır.

3.11. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Ölçeklerinin Geçerlilik Analizi Sonuçları

Doğru bir yöntem ile ölçeğin güvenirliği sağlansa bile, güvenirliğin ölçeğin kararlılığını gösterdiğinden dolayı ölçeğin neyi neyi ölçtüğünü göstermez. Buna bağlı olarak ölçeğin ölçmeyi amaçladığı özelliği, diğer özellikler ile karıştırmadan doğru ölçebilme derecesini saptamak gerekmektedir. Bu özelliğe ise ölçeğin geçerliliği adı verilmektedir (Ercan ve Kan, 2004, s. 214). Araştırmada yer alan; çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık ölçeklerinin, yapı geçerliliklerinin ortaya çıkarılması için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi uygulanmadan önce, veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı belirlenmesi gerekmektedir. Buna bağlı olarak Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin gözlemlenmesi gerekmektedir. KMO testi değişkenlerin arasındaki korelesyonları ve faktör analizinin uygunluğunu ölçmektedir. KMO testi 0 ile 1 arasında değer verir. KMO değeri, 0,50'nin altında kaldığında analiz kabul edilemez (Yaşlıoğlu, 2017, s. 75-76). Ancak sosyal bilimlerde kabul edilebilir KMO değeri 0,70'dir (Coşkun ve diğ, 2015: 268). Aşağıdaki Tablo 3.3'te KMO değerinin yorumlanabilmesi amacıyla, değerlerin sınıflandırılmasına yer verilmiştir.

Tablo 3.3 : KMO değerleri sınıflandırması (Sarıçiçek ve Aytekin, 2020 s. 94).

KMO Değeri	Değerlendirilmesi
0,90	Mükemmel
0,80	Çok İyi
0,70	İyi
0,60	Orta
0,50	Zayıf
0,50'nin altı	Kabul Edilemez

3.11.1. Çalışan memnuniyeti ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi

Personel memnuniyeti ölçeğinin faktör analizi için uyumlu olup olmadığını belirtmek amacıyla, KMO ve Bartlett Küresellik testleri yapılmıştır. Tablo 3.4'teki test sonuçları gözlemlendiğinde; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem uygunluğu değerinin (0,889) "Çok iyi" seviyede olduğu ve Bartlett Küresellik Testi sonucunun anlamlı (Ki-Kare=3560.746; p=0,000<0,05) olduğu gözlemlenmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda verinin faktör analizi için elverişli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda faktör analizi sonucunun geçerli olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3.4 : Çalışan memnuniyeti ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri		.889
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	3560.746
	Serbestlik Derecesi	136
	Anlamlılık	.000

(p<0,05)

Veriler analiz edilirken, Temel Bileşenler Metodu ve Varimax Döngüsü kullanılmıştır. 20 maddelik ölçeğin uygun olan 17 ifadesi ile gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda 2 faktör oluşmuştur. Fakat araştırmanın amaçlarından birinin de çalışan memnuniyetinin her boyutunun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin hangi seviyede gerçekleştiğini tespit etmek olması nedeniyle araştırmacı tarafından faktör sayısı belirlenmesi yöntemi uygulanmıştır. Buna bağlı olarak 11, 15, 16 numaralı ifadeler faktör analizinden çıkarılmıştır. Bu neticede ifadeler, bulunmaları gerektiği boyutların altında mükemmel olarak toparlanmışlardır. Faktör analizi sonucunda oluşan boyutlar; içsel boyut (9 madde), dışsal boyut (8 madde) ve genel iş tatmini (17 madde) olarak adlandırılmıştır. Tablo 3.5'te, analiz sonucunda ortaya koyulan maddelerin faktör yükleri, faktörlerin varyans değerleri ve başlangıç öz değerleri verilmiştir.

Tablo 3.5'teki sonuçlara göre, faktör yüklerinin 0,407 ile 0,822 arasında olduğu gözlemlenmektedir. Bu faktör yükleri, her ifadenin faktör yükünün değerli olduğu anlamını taşımaktadır. Çalışan memnuniyetini oluşturan, içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet boyutları toplam varyansın %56,78'ini açıklamaktadır. En yüksek

açıklama oranı %33,78 ile içsel memnuniyet boyutuna aittir. Dışsal memnuniyet boyutunun açıklanan varyansı ise %22,99'dur.

Tablo 3.5 : Çalışan memnuniyeti ölçeğiyle alakalı açıklayıcı faktör analizinin sonuçları

Faktörler	Faktör Yükü	Öz Değer	Açıklanan Varyans Yüzdesi	Ort. ($\bar{x}$)	Alpha (α)
İçsel Memnuniyet		5.744	33.788	3,76	0,904
Pandemi sürecinde çalışma arkadaşlarım birbirleriyle iyi iletişim kurar	.791				
Pandemi sürecinde işimle ilgili alınan kararlar uygulamaya koyulur.	.782				
Pandemi sürecinde yaptığım iş sonucunda taktir alırım.	.782				
Pandemi sürecinde yöneticilerim emrindeki işleri iyi yönetir.	.767				
Pandemi sürecinde yöneticilerimin karar verme yetisi güçlüdür.	.765				
Pandemi sürecinde yaptığım işe göre aldığım ücret iyidir.	.762				
Pandemi sürecinde yaptığım iş bana doyum sağlar	.745				
Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede terfi imkanım vardır.	.711				
Dışsal Memnuniyet		3.909	22.993	3,85	0,887
Pandemi sürecinde ara sıra değişik şeyler yapabilme imkanı buluyorum.	.822				
Pandemi sürecinde çalıştığım işletme beni meşgul eder.	.806				
Pandemi sürecinde çalıştığım işletme beni meşgul eder	.806				

Tablo 3.5 (devam) : Çalışan memnuniyeti ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları

Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede bağımsız çalışma olanağı buluyorum	.806
Çalıştığım işletme pandemi sürecinde toplumda saygın bir kişi olma şansı veriyor.	.804
Pandemi sürecinde çalıştığım işletme bana başkaları için bir şeyler yapma olanağı tanır.	.802
Pandemi sürecinde bile çalıştığım işyeri bana gelecek sağlar.	.770
Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri insanları yönlendirmek için bana fırsat tanır.	.763
Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri vicdani sorumluluk taşımamı sağlar.	.724
	.699

3.11.2. Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi

Çalışan memnuniyeti ölçeğinden sonra, örgütsel bağlılık ölçeğinin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlet Küresellik testleri uygulanmıştır. Tablo 3.6'daki sonuçlar incelendiğinde; KMO örneklem uygunluğu değerinin (0,899) "çok iyi" seviyesinde olduğu ve Bartlett Küresellik Testi sonucunun (Ki-Kare=4313.694; p=0,000<0,05) anlamlı olduğu gözlemlenmektedir. Bu sonuçların ışığında sağlanan verilerin, faktör analizine elverişli olduğu gözlemlenmektedir ve faktör analizi sonucu geçerlidir.

Tablo 3.6 : Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri		.899
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	4313.694
	Serbestlik Derecesi	276
	Anlamlılık	.000

(p<0,05)

Tablo 3.7'de, yapılan faktör analizinde beliren boyutlar ve boyutları oluşturan ifadelerin faktör yükleri, bu faktörlerin varyans ve başlangıç öz değerleri paylaşılmıştır. Temel Bileşenler Yöntemi ve Varimax Rotasyonu verilerin analizinde kullanılmıştır. Başlangıç özdeğerleri 1'den fazla olan veriler faktör olarak değerlendirmeye alınmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda 3 boyut elde edilmiştir bunlar; duygusal bağlılık (8 madde), devam bağlılığı (8 madde), normatif bağlılık (8 madde) olarak adlandırılmıştır.

Tablo 3.7'deki sonuçlara göre, faktör yüklerinin 0,571 ile 0,866 arasında olduğu gözlemlenmektedir. Bu faktör yüklerinin değerleri, ifadelerin faktör yüklerinin uygun düzeyde olduğu gözlemlenmektedir. Örgütsel bağlılık ölçeğini oluşturan; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları toplam varyansın %56,11'ini açıkladıkları gözlemlenmektedir. En çok varyansı açıklayan faktör %23,04 ile normatif bağlılık boyutudur. Ardından %18,13 ile duygusal bağlılık boyutu ve %14,93 ile devam bağlılığı boyutu takip etmektedir.

Tablo 3.7 : Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları

Faktörler	**Faktör Yükü**	**Öz Değer**	**Açıklanan Varyans Yüzdesi**	**Ort. (x̄)**	**Alpha (α)**
Duygusal Bağlılık		4.353	18.136	3,64	0,908
Pandemi sürecinde işletmenin problemlerini kendi problemlerim gibi görürüm.	.866				
Pandemi sürecinde bu işletmede kendimi ailenin parçası olarak hissetmiyorum.	.855				
Pandemi sürecinde çalıştığım işletmeye duygusal olarak bağlı hissetmiyorum.	**.855**				
Pandemi sürecinde bu işletmenin benim için kişisel bir anlamı var.	.815				
Çalışma hayatımın devamını bu işletmede geçirmek beni mutlu eder.	.813				
Pandemi sürecinde bu işletmede sağladığım uyumu farklı bir işletmede de sağlayabileceğimi düşünmüyorum.	.699				
Pandemi sürecinde çalıştığım işletmeye güçlü bir aidiyet duygusu hissetmiyorum.	.664				
Pandemi sürecinde dışarıdaki yaşamımda işletmem hakkında konuşmak hoşuma gider	.650				

Tablo 3.7 (devam) : Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları

Devam Bağlılığı		**3.585**	**14.936**	**3,71**	**0,859**
Pandemi sürecinde işten ayrılmak maddi açıdan bana sorunlar yaratmaz.	.776				
Pandemi sürecinde bu işten ayrılmamamın diğer sebebi iş alternatiflerimin az olması.	.762				
Pandemi sürecinde bu işletmeden ayrılırsam hayatımdaki çoğu şey kötü etkilenir.	.757				
Pandemi sürecinde istesem bile bu işten ayrılmak benim için çok zor olurdu.	.707				
Pandemi sürecinde işten ayrılmak için pek fazla seçeneğim olmadığını düşünüyorum.	.706				
Pandemi sürecinde bu işletmede ihtiyaçlarımdan dolayı çalışıyorum.	.691				
Bu işletmede çalışmaya devam etmemin en önemli nedenlerinden biri burada sahip olduğum kişisel faydaları başka bir işletmenin sağlayamayacağı olasılığıdır.	.681				
Pandemi sürecinde başka bir iş bulmadan bu işletmeden ayrılmaktan korkmuyorum.	.571				
Normatif Bağlılık		5.530	23.042	3,72	0,885
Pandemi döneminde insanlar çok iş değiştiriyorlar.	.783				
Pandemi döneminde başka bir işletmeden daha iyi bir iş teklifi alsam bile bu işletmeden ayrılmayı doğru bulmazdım.	.777				
Çalışanın her zaman çalıştığı işletmeye sadık olması gerektiğine inanmıyorum.	.766				
İnsanların kariyerlerinin büyük bir kısmını tek bir işletmeye bağlı kalarak çalıştığı dönemler daha iyiydi.	.742				
Bir işletmeye sadık kalmam bana öğretildi.	.738				
Pandemi sürecinde iş adamı veya iş kadını olmak istemeyi mantıklı bulmuyorum.	.724				
Pandemi döneminde bu işletmede çalışmamın en önemli nedeni sadakatli olmamdır.	.724				
Çalışanın işletmeden işletmeye geçiş yaparak iş değiştirmesini etik bulmuyorum.	.696				

BÖLÜM 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çalışmanın bu aşamasında, katılımcıların; yaş grupları, cinsiyetleri, eğitim düzeyleri, medeni durumları, turizm eğitimi durumları, yiyecek içecek sektöründe geçirdikleri süre, şuanda bulundukları işletmede geçirdikleri süre, çalışanların hangi departmanlarda çalıştıkları, çalışanların işletmedeki görevlerine ilişkin bilgiler verilmektir. Çalışanların, demografik özellikleriyle alakalı frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 3.8'de yer almaktadır.

katılımcıların %50,60'ı kadın çalışanlardan oluşmaktadır. Cinsiyet verileri incelendiğinde, erkek ve kadın katılımcılarının sayısı birbirine yakın olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle son yıllarda turizm sektöründe kadın çalışanların arttığı bilinmektedir (Uğuz ve Topbaş, 2016 s. 68).

Katılımcıların %35,70'i 25 yaş ve altından oluşmaktadır. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %57,40'ının bekar, %42,40'ının evli olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların %0,20'si medeni durumunu belirtmemiştir. Tablo 3.8 incelendiğinde katılımcıların %45'inin ortaöğretim mezunu olduğu görülmektedir.

Turizm eğitimi düzeyi incelendiğinde katılımcıların %77,30'unun turizm eğitimi almadığı gözlemlenmektedir. Katılımcıların %6,20'si turizm sertifikası bulunurken, %6,20'si lisans, %5,70'i önlisans düzeyinde turizm eğitimi alırken, %1,80'i ise turizm meslek lisesinde turizm eğitimi almıştır.

Katılımcıların, yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi incelendiğinde, %28,90'ı 10 yıl ve üzeri sektör tecrübesine sahiptir. Çalışanların %28,20'si 4-6 süreyle sektör tecrübesine sahip olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan katılımcıların bulunduğu işletmede geçirdikleri süre incelendiğinde katılımcıların %42,10'u 1-3 yıl arası ve %22,70'i 1 yıldan az süredir aynı işletmede olduklarını aktarmıştır.

Katılımcıların bulunduğu işletmede, hangi bölümlerde çalıştıkları da araştırma kapsamında öğrenilmiştir. Bu veriler incelendiğinde katılımcıların, %56,10'u servis bölümünde, %17,10'u mutfak bölümünde, %9,60'sı kasa bölümünde çalışmaktadır.

Katılımcıların, %5,70'i muhasebe bölümünde, %3,10'u teknik servis bölümünde, %2,60'ı üst yönetimde, %2,30'u banket bölümünde, %1,60'ı medya bölümünde, %1,60'ı temizlik bölümünde çalışmaktadır. Katılımcıların, %0,50'si ise müzik ile alakalı bölümde çalışmaktadır.

Katılımcıların işletmedeki görevleri incelendiğinde, %77,50'si gibi büyük bir çoğunluğunun araştırmanın hedefi doğrultusunda çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %12,70'i ise şef olarak görev almaktadır. Katılımcıların, %3,90'ı müdür yardımcısıdır. Katılımcıların %3,10'u müdür, %2,80'i ise kaptan olarak görev almaktadır. Demografik Özellikler Tablo 4.1'de özetlenmiştir.

Tablo 4.1 : Katılımcıların demografik özellikleri

Değişkenler		**Kişi Sayısı (f)**	**Yüzde (%)**
Cinsiyet	Erkek	191	49,40
	Kadın	196	50,60
Yaş	18-25	138	35,70
	26-33	112	28,90
	34-41	80	20,70
	42 ve Üzeri	57	14,70
Medeni Durum	Evli	164	42,40
	Bekar	222	57,40
	Belirsiz	1	0,20
Eğitim Durumu	İlköğretim	31	8,00
	Ortaöğretim	174	45,00
	Önlisans	111	28,70
	Lisans	57	14,70
	Lisansüstü	14	3,60
Turizm Eğitimi Düzeyi	Sertifika	24	6,20
	Turizm Meslek Lisesi	7	1,80
	Önlisans Turizm	22	5,70
	Lisans Turizm	24	6,20
	Lisansüstü Turizm	11	2,80
	Alınmadı	299	77,30

Tablo 4.1 (devam) : Katılımcıların demografik özellikleri

Sektörde Çalışma Süresi	1 Yıldan Az	16	4,10
	1-3 Yıl	89	23,00
	4-6 Yıl	109	28,20
	7-9 Yıl	61	15,80
	10 Yıl ve Üzeri	112	28,90
İşletmede Çalışma Süresi	1 Yıldan Az	88	22,70
	1-3 Yıl	163	42,10
	4-6 Yıl	81	20,90
	7-9 Yıl	31	8,00
	10 Yıl ve Üzeri	24	6,20
Çalışılan Bölüm	Mutfak	66	17,10
	Servis	217	56,10
	Kasa	37	9,60
	Muhasebe	22	5,70
	Teknik Servis	12	3,10
	Müzisyen	2	0,50
	Medya	6	1,60
	Banket	9	2,30
	Üst Yönetim	10	2,60
	Temizlik	6	1,60
İşletmedeki Görev	Müdür	12	3,10
	Müdür Yardımcısı	15	3,90
	Şef	49	12,70
	Kaptan	11	2,80
	Çalışan	300	77,50

4.2. Katılımcıların Memnuniyet ve Örgütsel Bağlılık Algılarına İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya katılan yiyecek-içecek işletmeleri çalışanlarının memnuniyet ve örgütsel bağlılık algılarına ait elde edilen bulgular verilmektedir. İşgörenlerin yorumlamalarını saptamak amacıyla ankette bulunan her tabir için; frekans

değerleri, yüzdelik değerler, aritmetik ortalamalar ve standart sapmalara dair nitelendirici değerler dört başlık olarak derlenmiştir. İlk olarak çalışan memnuniyeti, daha sonrasında örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler bu bölümde verilecektir.

4.2.1. Çalışan memnuniyetine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Çalışan memnuniyeti ölçeğine dair ifadelerin; ortalama, standart sapma, frekans ve yüzdelik çözülümleri şu şekildedir; yiyecek-içecek işletmeleri çalışanlarının memnuniyetleri incelendiğinde aritmetik ortalamalarının 3,80 olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca çalışan memnuniyeti ifadelerinin standart sapma değeri 0,82'dir.Aritmetik ortalamaya göre genel olarak çalışanlar orta düzeyde memnun gözükmektedir. Çalışan memnuniyetinin içsel ve dışsal boyutlarının aritmetik ortalamaları ayrı ayrı incelendiğinde, içsel boyutun aritmetik ortalaması 3,76'dır, standart sapma değeri ise 0,91'dir. Dışsal boyutun aritmetik ortalaması ise 3,85'tir, standart sapma değeri ise 0,74'tür.

Katılımcılar tarafından en çok olumsuz algılanan memnuniyet maddesi 3,57 aritmetik ortalamayla "Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede terfi imkanım vardır" ifadesidir. Bu maddeye katılımcıların %14,2'si olumsuz, %25,3'ü orta, %60,4'ü olumlu cevap vermiştir. Bu maddeye verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların pandemi sürecinde terfi imkanı ortalama düzeyde olmaktadır. Bu ifadenin standart sapma değeri ise 1,03'tür. Katılımcılar tarafından en çok olumlu algılanan madde ise, 4,01 ortalama ile "Pandemi sürecinde yöneticilerim emrindeki işleri iyi yönetir" ifadesidir. Bu maddeye katılımcıların %73,6'sı olumlu, %15'i orta, %11,4'ü ise olumsuz cevap vermişlerdir. Bu ifadeye verilen cevaplar incelendiğinde,

Katılımcıların çalıştığı yiyecek-içecek işletmelerindeki yöneticilerinin pandemi sürecinde emrindeki işleri iyi yönettiği anlaşılmaktadır. Bu ifadenin standart sapma değeri ise 1,09'dur. Çalışan memnuniyetine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 4.2'de özetlenerek açıklanmıştır.

Tablo 4.2 : Çalışan memnuniyetine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Maddeler		Katılım Düzeyi					Ort. (x̄)	S.S.
		1	2	3	4	5		
Pandemi sürecinde çalıştığım işletme beni meşgul eder.	f	34	48	71	111	123	3,62	1,28
	%	8,8	12,4	18,3	28,7	31,8		
Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede bağımsız çalışma olanağı buluyorum.	f	23	49	88	119	108	3,62	1,18
	%	5,9	12,7	22,7	30,7	27,9		
Pandemi sürecinde ara sıra değişik şeyler yapabilme imkanı buluyorum.	f	14	51	52	93	177	3,95	1,20
	%	3,6	13,2	13,4	24,0	45,7		
Çalıştığım işletme pandemi sürecinde toplumda saygın bir kişi olma şansı veriyor.	f	23	44	59	125	136	3,79	1,20
	%	5,9	11,4	15,2	32,3	35,1		
Pandemi sürecinde yöneticilerim emrindeki işleri iyi yönetir.	f	13	31	58	119	166	4,01	1,09
	%	3,4	8,0	15,0	30,7	42,9		
Pandemi sürecinde yöneticilerimin karar verme yetisi güçlüdür.	f	9	33	82	160	103	3,91	0,99
	%	2,3	8,5	21,2	41,3	26,6		
Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri vicdani sorumluluk taşımamı sağlar.	f	18	39	70	128	132	3,81	1,14
	%	4,7	10,1	18,1	33,1	34,11		
Pandemi sürecinde bile çalıştığım işyeri bana gelecek sağlar.	f	17	48	66	154	102	3,71	1,10
	%	4,4	12,4	17,1	39,8	26,4		
Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri bana başkaları için bir şeyler yapma olanağı tanır.	f	8	50	80	117	132	3,81	1,10
	%	2,1	12,9	20,7	30,2	34,1		
Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri insanları yönlendirmek için bana fırsat tanır.	f	27	39	64	119	138	3,78	1,22
	%	7,0	10,1	16,5	30,7	35,7		
Pandemi sürecinde işimle ilgili alınan kararlar uygulamaya koyulur.	f	18	23	76	121	149	3,93	1,11
	%	4,7	5,9	19,6	31,3	38,5		

Tablo 4.2 (devam) : Çalışan memnuniyetine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Pandemi sürecinde yaptığım iş bana doyum sağlar.	f	7	33	103	127	117	3,81	1,01
	%	1,8	8,5	26,6	32,8	30,2		
Pandemi sürecinde işimi yaparken kendi yöntemlerimi kullanabiliyorum.	f	11	26	78	160	112	3,86	1,00
	%	2,8	6,7	20,2	41,3	28,9		
Pandemi sürecinde yaptığım işe göre aldığım ücret iyidir.	f	12	32	100	154	89	3,71	1,00
	%	3,1	8,3	25,8	39,8	23,0		
Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede terfi imkanım vardır.	f	21	34	98	170	64	3,57	1,03
	%	5,4	8,8	25,3	43,9	16,5		
Pandemi sürecinde çalışma arkadaşlarım birbiriyle iyi iletişim kurar.	f	10	21	67	145	144	4,01	0,99
	%	2,6	5,4	17,3	37,5	37,2		
Pandemi sürecinde yaptığım iş sonucunda taktir alırım.	f	6	26	74	159	122	3,94	0,95
	%	1,6	6,7	19,1	41,1	31,5		

4.2.2. Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Örgütsel bağlılık ölçeği ifadelerinin, standart sapma, ortalama, frekans ve yüzdelik dağılımları şu şekildedir; katılımcıların, örgütsel bağlılığa ilişkin verdiği cevaplara göre, aritmetik ortalamaları 3,69'dur, standart sapma değeri ise 0,82'dir. Katılımcıların, örgütsel bağlılık ifadelerine verdikleri yanıtların aritmetik ortalamasına göre, katılımcıların genel olarak orta düzeyde bağlı oldukları gözükmektedir. Örgütsel bağlılık ölçeğinin, duygusal bağlılık boyutu incelendiğinde, verilen yanıtların aritmetik ortalaması 3,64'tür, standart sapma değeri ise 0,88'dir. Devam bağlılığı boyutunun aritmetik ortalaması 3,71'dir.Standart sapma değeri 0,77'dir. Normatif bağlılık boyutu incelendiğinde ise aritmetik ortalaması 3,72 olup, standart sapma değeri 0,82'dir.

Katılımcılar tarafından en olumlu yanıt, 3,97 aritmetik ortalamayla "Pandemi döneminde bu işletmede çalışmamın en önemli nedeni sadakatli olmamdır" ifadesidir. Bu maddeye katılımcıların %67,7'si olumlu, %22,5'i orta düzeyde, %9,8'i olumsuz

yanıt vermiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun bulundukları işletmede çalışma nedenlerinin sadakat duygusundan dolayı olduğu gözükmektedir.

Katılımcılar tarafından en olumsuz yanıt verilen ifade "Pandemi sürecinde başka bir iş bulmadan bu işletmeden ayrılmaktan korkuyorum" şeklindeki ifadedir. Bu ifade anket formunda ters bir ifadedir ve cevaplar ters çevrilmiştir. Bu maddeye katılımcıların %42,1 olumsuz, %40,6'sı orta, %17,3'ü olumlu cevap vermiştir. Katılımcıların verdiği cevap incelendiğinde, pandemi sürecinde başka bir iş bulmadan bulundukları işten ayrılmaktan korktuklarını belirtmişlerdir. Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 4.3'de özetlenerek açıklanmıştır.

Tablo 4.3 : Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Maddeler		**Katılım Seviyesi**					**Ort. (x̄)**	**S.S.**
		1	**2**	**3**	**4**	**5**		
Çalışma hayatımın devamını bu işletmede geçirmek beni mutlu eder.	f	24	49	88	118	108	3,61	1,19
	%	6,2	12,7	22,7	30,50	27,9		
Pandemi sürecinde işletmenin problemlerini kendi problemlerim gibi görürüm	f	28	40	88	119	112	3,63	1,20
	%	7,2	10,3	22,7	30,7	28,9		
Pandemi sürecinde çalıştığım işletmeye duygusal olarak bağlı hissetmiyorum	f	18	38	108	112	111	3,67	1,12
	%	4,7	9,8	27,9	28,9	28,7		
Pandemi sürecinde dışarıdaki yaşamamımda işletmem hakkında konuşmak hoşuma gider.	f	13	54	89	135	96	3,63	1,10
	%	3,4	14,0	23,0	34,9	24,8		
Pandemi sürecinde bu işletmede sağladığım uyumu farklı bir işletmede de sağlayabileceğimi düşünmüyorum.	f	7	49	96	122	113	3,73	1,06
	%	1,8	12,7	24,8	31,5	29,2		
Pandemi sürecinde bu işletmede kendimi ailenin parçası olarak hissetmiyorum.	f	12	48	100	106	121	3,71	1,12
	%	3,1	12,4	25,8	27,4	31,3		

Tablo 4.3 (devam) : Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Pandemi sürecinde bu işletmenin benim için kişisel bir anlamı var.	f	20	36	90	130	111	3,71	1,13
	%	5,2	9,3	23,3	33,6	28,7		
Pandemi sürecinde çalıştığım işletmeye güçlü bir aidiyet duygusu hissetmiyorum.	f	20	76	75	150	66	3,42	1,13
	%	5,2	19,6	19,4	38,8	17,1		
Pandemi sürecinde bu işletmeden ayrılırsam hayatımdaki çoğu şey kötü etkilenir	f	16	41	88	106	136	3,78	1,15
	%	4,1	10,6	22,7	27,4	35,1		
Pandemi sürecinde bu işten ayrılmamamın diğer sebebi iş alternatiflerimin az olması	f	18	29	90	112	138	3,83	1,13
	%	4,7	7,5	23,3	28,9	35,7		
Bu işletmede çalışmaya devam etmemin en önemli nedenlerinden biri burada sahip olduğum kişisel faydaları başka bir işletmenin sağlayamayacağı olasılığıdır.	f	16	56	139	97	79	3,43	1,09
	%	4,1	14,5	35,9	25,1	20,4		
Pandemi sürecinde işten ayrılmak maddi açıdan bana sorunlar yaratmaz	f	13	38	74	118	144	3,88	1,11
	%	3,4	9,8	19,1	30,5	37,2		
Pandemi sürecinde işten ayrılmak için pek fazla seçeneğim olmadığını düşünüyorum.	f	15	29	90	119	134	3,84	1,09
	%	3,9	7,5	23,3	30,7	34,6		
Pandemi sürecinde başka bir iş bulmadan bu işletmeden ayrılmaktan korkmuyorum	f	11	56	157	108	55	3,36	0,98
	%	2,8	14,5	40,6	27,9	14,2		

Tablo 4.3 (devam) : Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Pandemi sürecinde istesem bile bu işten ayrılmak benim için çok zor olurdu.	f	13	35	108	141	90	3,67	1,03
	%	3,4	9,0	27,9	36,4	23,3		
Pandemi sürecinde bu işletmede ihtiyaçlarımdan dolayı çalışıyorum.	f	13	30	86	119	139	3,88	1,08
	%	3,4	7,8	22,2	30,7	35,9		
Çalışanın işletmeden işletmeye geçiş yaparak iş değiştirmesini etik bulmuyorum.	f	14	49	123	136	65	3,48	1,02
	%	3,6	12,7	31,8	35,1	16,8		
Pandemi döneminde insanlar çok iş değiştiriyorlar.	f	23	35	104	38	87	3,59	1,10
	%	5,9	9,0	26,9	35,7	22,5		
Çalışanın her zaman çalıştığı işletmeye sadık olması gerektiğine inanmıyorum.	f	20	41	107	156	63	3,51	1,04
	%	5,2	10,6	27,6	40,3	16,3		
Pandemi döneminde başka bir işletmeden daha iyi bir iş teklifi alsam bile işletmemden ayrılmayı doğru bulmazdım.	f	23	25	83	121	135	3,82	1,15
	%	5,9	6,5	21,4	31,3	34,9		
Pandemi döneminde bu işletmede çalışmamın en önemli nedeni sadakatli olmamdır.	f	3	35	87	104	158	3,97	1,03
	%	0,80	9,0	22,5	26,9	40,8		
Bir işletmeye sadık kalmam gerektiği bana öğretildi	f	15	36	84	120	132	3,82	1,11
	%	3,9	9,3	21,7	31,0	34,1		
İnsanların kariyerlerinin büyük bir kısmını tek bir işletmeye bağlı kalarak çalıştığı dönemler daha iyiydi.	f	14	32	94	116	131	3,82	1,09
	%	3,6	8,3	24,3	30,0	33,9		

Tablo 4.3 (devam) : Örgütsel bağlılığa ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Pandemi sürecinde iş adamı veya iş kadını olmak istemeyi mantıklı bulmuyorum	f	25	39	81	105	137	3,74	1,22
	%	6,5	10,1	20,9	27,1	35,4		

4.3. Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Değişkenleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık değişkenleri arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla korelasyon analiz yapılmıştır. Çalışan memnuniyeti ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki ($r=,230$; $p<0,05$) vardır.

Veriler incelendiğinde, içsel memnuniyet boyutu ile dışsal memnuniyet boyutu arasında $p<0,01$ düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu, duygusal bağlılık boyutuyla $p<0,01$ düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu, devam bağlılığı boyutuyla anlamlı bir ilişkisi olmadığı, normatif bağlılık boyutu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı gözlemlenmektedir. Dışsal memnuniyet boyutunun; duygusal bağlılık boyutuyla $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ilişkisi olduğu, devam bağlılığı ve normatif bağlılık ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı belirlenmiştir.

Duygusal bağlılık boyutunun, normatif bağlılık boyutu ile $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişkisi olduğu, devam bağlılığı boyutuyla anlamlı bir ilişkisi olmadığı gözlemlenmektedir. Devam bağlılığı boyutunun, normatif bağlılık boyutu ile $p<0,01$ düzeyinde anlamlı bir ilişkisi olduğu, duygusal bağlılık boyutuyla anlamlı bir ilişkisi olmadığı belirlenmiştir.

Değişkenlerin boyutları arasındaki ilişkiyi açıklayan korelasyon katsayıları ve değerleri iki yönlü olmak üzere Tablo 4.4'de belirtilmiştir.

Tablo 4.4 : Araştırma değişkenlerinin arasındaki ilişkiyle alakalı korelasyon analizi sonuçları

		İçsel Memnuniyet	Dışsal Memnuniyet	Duygusal Bağlılık	Devam Bağlılığı	Normatif Bağlılık
İçsel Memnuniyet	PearsonCorrelation	1	,194**	,147**	,090	,047
	Sig. (2-yönlü)		,000	,004	,076	,354
	N	387	387	387	387	387
Dışsal Memnuniyet	PearsonCorrelation	,194**	1	,260**	,080	,042
	Sig. (2-yönlü)	,000		,000	,116	,405
	N	387	387	387	387	387
Duygusal Bağlılık	PearsonCorrelation	,147**	,260**	1	,072	,104*
	Sig. (2-yönlü)	,004	,000		,160	,041
	N	387	387	387	387	387
Devam Bağlılığı	PearsonCorrelation	,090	,080	,072	1	,153**
	Sig. (2-yönlü)	,076	,116	,160		,003
	N	387	387	387	387	387
Normatif Bağlılık	PearsonCorrelation	,047	,042	,104*	,153**	1
	Sig. (2-yönlü)	,354	,405	,041	,003	
	N	387	387	387	387	387

** 0,05 düzeyinde anlamlılık (2-yönlü).
* 0,01 düzeyinde anlamlılık (2-yönlü).

İçsel memnuniyet boyutunun; dışsal memnuniyet boyutu ile pozitif yönlü (r=0,194) ve ilişki olduğu, duygusal bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,147) ilişki olduğu, devam bağlılığı boyutu ve normatif bağlılık boyutu ile ilişkisi olmadığı gözlemlenmektedir.

Dışsal memnuniyet boyutunun; duygusal bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,260) ilişki olduğu, devam bağlılığı boyutu ve normatif bağlılık boyutu ile ilişkisi olmadığı gözlemlenmektedir.

Duygusal bağlılık boyutunun; normatif bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,104) anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Duygusal bağlılık boyutu, devam bağlılığı ile ilişkisi olmadığı gözlemlenmektedir.

Devam bağlılığı boyutunun; normatif bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,153) ilişkili olduğu gözlemlenmektedir. Devam bağlılığı boyutunun duygusal bağlılık boyutuyla ilişkisi olmadığı belirlenmiştir.

4.4. Araştırmanın Değişkenlerinin Birbirleri Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bulgular

Çalışmada bulunan değişkenin diğer değişken üzerindeki etkisini ölçmek için regresyon analizi kullanılmıştır. Bağımsız değişken olan çalışan memnuniyetinin, bağımlı değişken olan örgütsel bağlılık değişkeninin üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Buna göre, yapılan regresyon analizi sonucunda, çalışan memnuniyetinde ki 1 birimlik artış

çalışanların örgütsel bağlılığını pozitif yönde 0,190 (Uyarlanmış R^2) etkilemektedir ($p<0,05$). Daha sonra bağımsız değişken olan çalışan memnuniyetinin boyutları ile bağımlı değişken olan örgütsel bağlılık ölçeğinin duygusal bağlılık boyutu üzerindeki etkisi ölçülmüş olup, daha sonrasında bağımsız değişken olan çalışan memnuniyeti ölçeğinin boyutları ile bağımlı değişken olan örgütsel bağlılık ölçeğinin devam bağlılığı boyutu ve normatif bağlılık üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutu üzerindeki etkisine yönelik regresyon analizi

Çalışan memnuniyeti değişkeninin boyutlarının, örgütsel bağlılık değişkeninin duygusal bağlılık boyutu üstündeki etkilerine ait regresyon analizi sonuçları Tablo 4.5'de verilmiştir. Oluşturulan modelin anlamlılık durumunu analiz etmek için ANOVA testi kullanılmıştır. Aşağıda verilmiş olan tabloda F ve p değerleri modelin bütünselliğini belirtmektedir. Tablo 4.5'de ki veriler çalışan memnuniyeti değişkeninin boyutları ile örgütsel bağlılık değişkeninin boyutları arasındaki regresyon modelinin anlamlılık değerlerini göstermektedir. Modelde çalışan memnuniyeti değişkeninin boyutu olan içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet bağımsız değişken olarak, örgütsel bağlılık ölçeğinin boyutu olan duygusal bağlılık bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

Tablo 4.5 : Çalışan memnuniyetinin boyutlarının duygusal bağlılığa etkisi

Bağımsız Değişkenler	**Standart Beta (β)**	**T**	**Sig**	**Tolerans**	**VIF**
Sabit	2,176	8,143	,000**		
İçsel Boyut	,097	2,015	,045*	,962	1,039
Dışsal Boyut	,286	4,804	,000**	,962	1,039
*p<0,05**p<0,001	R: ,278	R^2: ,077	Uyarlanmış R^2: ,072		
F: 216,043	p: 0,000				

Modeldeki bağımsız değişken tarafından, bağımlı değişkenin açıklanma oranı %7,2 (Uyarlanmış R Kare=0,072) olarak gerçekleşmiştir. Bağımsız değişkenin, bağımlı değişkeni etkilemedeki önem dereceleriyle alakalı katsayılara bakıldığında, duygusal bağlılık boyutunu etkileyen en önemli memnuniyet boyutunun, dışsal memnuniyet (β = 0,286; t=4,804; p=,000) olduğu gözükmektedir. İçsel memnuniyet boyutu, örgütsel bağlılığın alt boyutu olan duygusal bağlılığa (β=,097; t=4,804; p=,045) etki ettiği gözlemlenmektedir.

Çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılığın devam bağlılığı boyutunun üzerindeki etkisine yönelik regresyon analizi

Çalışan memnuniyeti boyutlarının, örgütsel bağlılık ölçeğinin devam bağlılığı boyutu üstündeki etkileriyle alakalı regresyon analizinin sonuçları Tablo 4.6'da verilmiştir. Oluşturulan modelin anlamlılık durumunu analiz etmek için ANOVA testi kullanılmıştır. Verilmiş olan F ve p değerleri modelin bütünselliğini ifade eder. Tablodaki veriler çalışan memnuniyeti değişkeninin boyutları ile örgütsel bağlılık değişkeninin boyutları arasındaki regresyon modelinin anlamlı olup olmadığını göstermektedir. Modelde çalışan memnuniyeti ölçeğinin boyutu olan içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet bağımsız değişken olarak, örgütsel bağlılık ölçeğinin boyutları olan devam bağlılığı bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 4.6 : Çalışan memnuniyetinin boyutlarının devam bağlılığına etkisi

Bağımsız Değişkenler	**Standart Beta (β)**	**T**	**Sig**	**Tolerans**	**VIF**
Sabit		13,308	,000**		
İçsel Boyut	,065	1,501	,134	,962	1,039
Dışsal Boyut	,067	1,256	,210	,962	1,039

*p<0,05**p<0,001 R: ,110 R^2: ,012 Uyarlanmış R^2: ,007
F: 2,369 p: 0,095

Modeldeki bağımsız değişken tarafından, bağımlı değişkenin açıklanma oranı %0,07 (Uyarlanmış R Kare=0,007) olarak gerçekleşmiştir. Çalışan memnuniyeti bağımsız değişkenin alt boyutu olan içsel bağlılığın, bağımlı değişkeni üzerindeki etki incelendiğinde; devam bağlılığı boyutunu etkilemediği (β=0,065; t=1,501; p=,134) gözlemlenmektedir. Çalışan memnuniyeti bağımsız değişkeninin alt boyutu olan dışsal bağlılık boyutunun, örgütsel bağlılık değişkeninin alt boyutu olan devam bağlılığına (β=,067; t=1,256; p=,210) etki etmediği gözlemlenmektedir.

Çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılığın normatif bağlılık boyutunun üzerindeki etkisine yönelik regresyon analizi

Çalışan memnuniyeti boyutlarının, örgütsel bağlılık değişkeni normatif bağlılık boyutu üstündeki etkilerine ait regresyon analizi sonuçları Tablo 4.7'te verilmiştir. Oluşturulan modelin anlamlılık durumunu incelemek amacıyla ANOVA testi kullanılmıştır. Aşağıda verilmiş olan tablodaki F ve p değerleri modelin bütünsel olup olmadığını

belirtmektedir. Tablodaki bilgiler çalışan memnuniyeti değişkeninin boyutları ile örgütsel bağlılık değişkeninin normatif boyutu arasındaki regresyon modelinin anlamlı olup olmadığını göstermektedir. Modelde çalışan memnuniyeti ölçeğinin boyutu olan içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet bağımsız değişken olarak, örgütsel bağlılık ölçeğinin boyutları olan, devam bağlılığı bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 4.7 : Çalışan memnuniyetinin boyutlarının normatif bağlılığa etkisi

Bağımsız Değişkenler	**Standart Beta (β)**	**T**	**Sig**	**Tolerans**	**VIF**
Sabit		13,400	,000**		
İçsel Boyut	,036	,781	,435	,962	1,039
Dışsal Boyut	,038	,666	,506	,962	1,039
*p<0,05**p<0,001	R: ,058	R^2: ,003	Uyarlanmış R^2: -,002		
F: ,652	p: 0,522				

Modeldeki bağımsız değişken tarafından, bağımlı değişkenin açıklanma oranı %-0,02 (Uyarlanmış R Kare=-0,002) olarak gerçekleşmiştir. Çalışan memnuniyeti bağımsız değişkenin alt boyutu olan içsel bağlılığın, bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi incelendiğinde; devam bağlılığı boyutunu etkilemediği (β=0,036; t=0,78; p=,435) gözlemlenmektedir. Çalışan memnuniyeti bağımsız değişkeninin alt boyutu olan dışsal bağlılık boyutunun, örgütsel bağlılık değişkeninin alt boyutu olan devam bağlılığına (β=,038; t=666; p=,506) etki etmediği gözlemlenmektedir.

4.5. Katılımcıların Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılığa Yönelik Algıları İle Demografik Özelliklerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Katılımcıların, çalışan memnuniyetinin; içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet boyutları, örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları değerlendirmelerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla T testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Bu analizler sonucunda katılımcıların demografik özellikleri ile değişkenlere ilişkin değerlendirmelerinin farklılaşıp farklılaşmadığı ortaya çıkmıştır.

Cinsiyet

Çalışanların cinsiyetlerine bağlı olarak; çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılığa ilişkin değerlendirmelerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla t-testi uygulanmıştır. T-testi sonuçları Tablo 4.8'te verilmiştir.

Tablo 4.8 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının cinsiyet gruplarına göre farklılaşması- T testi sonuçları

Değişken	Cinsiyet	Ortalama	S.S	t	p
İçsel Memnuniyet	Erkek	3.7454	.92892	-.397	.317
	Kadın	3.7825	.90837	-.397	
Dışsal Memnuniyet	Erkek	3.8424	.74074	-.300	.874
	Kadın	3.8651	.74976	-.300	
Duygusal Bağlılık	Erkek	3.6139	.92095	-.661	.087
	Kadın	3.6735	.85347	-.660	
Devam Bağlılığı	Erkek	3.7317	.78136	-.480	.999
	Kadın	3.6939	.76620	. -.480	
Normatif Bağlılık	Erkek	3.7762	.78050	1.202	.264
	Kadın	3.6760	.85651	1.202	
Örgütsel Bağlılık	Erkek	3.7072	.52631	.487	.619
	Kadın	3.6811	.52875	.487	
Personel Memnuniyeti	Erkek	3.7967	.64358	-.454	.804
	Kadın	3.8262	.63484	-.454	

Tabloda bulunan sonuçlara göre çalışanların; içsel memnuniyete, dışsal memnuniyete, duygusal bağlılığa, devam bağlılığına, normatif bağlılığa yönelik değerlendirmelerinin, cinsiyet gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p>0,05$).

Medeni durum

Katılımcıların, çalışan memnuniyetinin; içsel memnuniyet ve memnuniyet boyutları, örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları

değerlendirmelerinin medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t-testi yapılmıştır. T-testi sonuçları Tablo 4.9'da verilmiştir.

Yapılan analizin sonuçlarına göre katılımcıların; "normatif bağlılık" boyutlarına yönelik değerlendirmelerinin medeni durum gruplarına göre farklılaştığı gözlemlenmektedir ($p<0,05$). Normatif bağlılığı evlilerin (aritmetik ortalama=3,8689), bekarlara göre (aritmetik ortalama=3,6205) daha yüksek oranda algıladıkları belirlenmiştir. Katılımcıların; içsel memnuniyet, dışsal memnuniyet, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılığa yönelik algılarının, medeni durum gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p>0,05$).

Tablo 4.9 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının medeni durum gruplarına göre farklılaşması- T testi sonuçları

Değişken	Medeni Durum	Ortalama	S.S	t	p
İçsel Memnuniyet	Evli	3.8079	.93320	.779	.618
	Bekar	3.7342	.90813	.776	
Dışsal Memnuniyet	Evli	3.8157	.78755	-.902	.220
	Bekar	3.8849	.71180	-.888	
Duygusal Bağlılığı	Evli	3.6220	.87920	-.452	.789
	Bekar	3.6633	.89482	-.453	
Devam Bağlılığı	Evli	3.7226	.77527	.207	.654
	Bekar	3.7061	.77451	.207	
Normatif Bağlılık	Evli	3.8689	.68449	2.967	.000
	Bekar	3.6205	.89626	3.087	
Örgütsel Bağlılık	Evli	3.7378	.51664	1.374	.717
	Bekar	3.6633	.53414	1.381	
Çalışan Memnuniyeti	Evli	3.8121	.64819	-.029	.453
	Bekar	222	3.8140	-.029	

Yaş

Katılımcıların, çalışan memnuniyetinin; içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet boyutları, örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık

boyutları değerlendirmelerinin yaş gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek hedefiyle tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 4.10'de verilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların; içsel memnuniyete, dışsal memnuniyete, duygusal bağlılığa, devam bağlılığına, normatif bağlılığa yönelik değerlendirmelerinin, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (p>0,05).

Tablo 4.10 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının yaş grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Değişken	Yaş	Ortalama	S.S	F	p
İçsel Memnuniyet	18-25	3.7165	.96394	.242	.867
	26-33	3.7667	.88603		
	34-41	3.8172	.94529		
	42 ve Üzeri	3.8004	.83815		
Dışsal Memnuniyet	18-25	3.8945	.74485	2.420	.066
	26-33	3.8433	.68956		
	34-41	3.9583	.72492		
	42 ve Üzeri	3.6296	.84132		
Duygusal Bağlılık	18-25	3.6413	.91031	1.492	216
	26-33	3.5167	.89299		
	34-41	3.7766	.77991		
	42 ve Üzeri	3.7149	.94425		
Devam Bağlılığı	18-25	3.6658	.75367	.680	.565
	26-33	3.7143	.73683		
	34-41	3.8156	.80199		
	42 ve Üzeri	3.6776	.85040		
Normatif Bağlılık	18-25	3.6585	.85309	1.020	.383
	26-33	3.7411	.87664		
	34-41	3.7078	.82123		
	42 ve Üzeri	3.8816	.58888		
Örgütsel Bağlılık	18-25	3.6552	.49140	1.219	.302
	26-33	3.6574	.54383		
	34-41	3.7667	.53719		
	42 ve Üzeri	3.7580	.55887		
Çalışan Memnuniyeti	18-25	3.8107	.65833	.904	.439
	26-33	3.8072	.60779		
	34-41	3.8919	.63867		
	42 ve Üzeri	3.7100	.65000		

Eğitim düzeyi

Katılımcıların, çalışan memnuniyetinin; içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet boyutları, örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları değerlendirmelerinin eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 4.11'de verilmiştir.

Analiz sonucunda çıkan sonuçlara göre katılımcıların; içsel memnuniyete, dışsal memnuniyete, duygusal bağlılığa, devam bağlılığına, normatif bağlılığa yönelik algılarının, eğitim kümelerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği gözlemlenmektedir. (p>0,05).

Tablo 4.11 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının eğitim grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Değişken	Eğitim Düzeyi	Ortalama	S.S	F	p
İçsel Memnuniyet	İlköğretim	3.5887	.79267	.373	.828
	Ortaöğretim	3.7629	.95340		
	Önlisans	3.7815	.93518		
	Lisans	3.8333	.86258		
	Lisansüstü	3.7500	.86603		
Dışsal Memnuniyet	İlköğretim	3.7419	.72713	1.544	.189
	Ortaöğretim	3.9374	.73240		
	Önlisans	3.7668	.80695		
	Lisans	3.8908	.65751		
	Lisansüstü	3.6032	.68036		
Duygusal Bağlılık	İlköğretim	3.9718	.70468	1.637	.164
	Ortaöğretim	3.6243	.92351		
	Önlisans	3.5968	.89231		
	Lisans	3.5526	.85270		
	Lisansüstü	3.9107	.76810		
Devam Bağlılığı	İlköğretim	3.6855	.89202	.092	.985
	Ortaöğretim	3.7284	.80308		
	Önlisans	3.7218	.74614		
	Lisans	3.6623	.71611		
	Lisansüstü	3.7054	.61941		
Normatif Bağlılık	İlköğretim	4.0363	.43803	1.699	.149
	Ortaöğretim	3.7256	.86735		
	Önlisans	3.7196	.79061		
	Lisans	3.5614	.88644		
	Lisansüstü	3.7500	.71050		

Tablo 4.11 (devam) : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının eğitim grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Örgütsel Bağlılık	İlköğretim	3.8978	.45945	1.843	.120
	Ortaöğretim	3.6928	.54840		
	Önlisans	3.6794	.51734		
	Lisans	3.5921	.51561		
	Lisansüstü	3.7887	.43806		
Çalışan Memnuniyeti	İlköğretim	3.6698	.65568	.945	.438
	Ortaöğretim	3.8553	.64765		
	Önlisans	3.7737	.66774		
	Lisans	3.8638	.55551		
	Lisansüstü	3.6723	.55744		

Çalışılan bölüm

Katılımcıların, çalışan memnuniyetinin; içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet boyutları, örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları değerlendirmelerinin çalışılan bölüme göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır.

Tablo incelendiğinde katılımcıların; dışsal memnuniyet ($F=2.081$; $p<0,05$) ve duygusal bağlılık ($F=2.027$; $p<0,05$) boyutlarına yönelik değerlendirmelerinin çalıştıkları bölümlere göre anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Dışsal memnuniyet boyutunda, medya bölümü (aritmetik ortalama=4,333) çalışanlarının, teknik servis bölümü (aritmetik ortalama=3,37) çalışanlarına göre daha çok memnun oldukları tespit edilmiştir.

Duygusal bağlılık boyutunda, müzik bölümü çalışanları (aritmetik ortalama=4.750) yönetim bölümü çalışanlarına (aritmetik ortalama=2,912) göre daha çok duygusal olarak bağlıdır.

Araştırmanın diğer boyutları olan, içsel memnuniyet, devam bağlılığı ve normatif bağlılığa katılımcıların görüşlerinde çalışılan bölümler arası anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 4.12'de verilmiştir.

Tablo 4.12 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının çalışılan bölüm grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Değişken	Çalışılan Bölüm	Ortalama	S.S	F	p
İçsel Memnuniyet	Mutfak	3.6420	.99588	.743	.669
	Servis	3.7742	.92757		
	Kasa	3.6791	.87576		
	Muhasebe	3.9261	.77408		
	Teknikservis	3.7813	.76894		
	Müzisyen	3.5000	1.94454		
	Medya	3.9792	.79221		
	Banket	4.1528	.78007		
	Yönetim	4.1000	.74021		
	Temizlik	3.3750	1.05771		
Dışsal Memnuniyet	Mutfak	3.9141	.76753	2.081	.030
	Servis	3.9247	.67185		
	Kasa	3.5526	.87704		
	Muhasebe	3.8232	.80610		
	Teknikservis	3.3796	.88947		
	Müzisyen	3.5556	1.09994		
	Medya	4.3333	.28109		
	Banket	3.8272	.88211		
	Yönetim	3.5222	.90275		
	Temizlik	3.7593	.74839		
Duygusal Bağlılık	Mutfak	3.6155	.88424	2.027	.035
	Servis	3.6976	.84235		
	Kasa	3.3514	.97398		
	Muhasebe	3.5682	1.02696		
	Teknikservis	3.8229	.89102		
	Müzisyen	4.7500	.17678		
	Medya	3.8333	.54006		
	Banket	3.8472	.75202		
	Yönetim	2.9125	1.11656		
	Temizlik	4.1042	.79615		
Devam Bağlılığı	Mutfak	3.6761	.96774	1.534	.134
	Servis	3.7794	.66160		
	Kasa	3.5878	.75684		
	Muhasebe	3.8068	.85193		
	Teknikservis	3.2500	1.02663		
	Müzisyen	3.1875	1.50260		
	Medya	3.0625	.80526		
	Banket	3.6111	.83723		
	Yönetim	3.7125	.53376		
	Temizlik	4.0208	1.08805		
Normatif Bağlılık	Mutfak	3.9451	.60888	1.245	.266
	Servis	3.6158	.86472		
	Kasa	3.7466	.82363		
	Muhasebe	3.8409	.90812		
	Teknikservis	3.8750	.63290		
	Müzisyen	3.6250	1.76777		
	Medya	3.9583	.52241		
	Banket	3.9722	.31732		
	Yönetim	3.6875	1.08213		
	Temizlik	3.9167	.96717		

Tablo 4.12 (devam) : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının çalışılan bölüm grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Örgütsel Bağlılık	Mutfak	3.7456	.50806	.947	.266
	Servis	3.6976	.48227		
	Kasa	3.5619	.57102		
	Muhasebe	3.7386	.70255		
	Teknikservis	3.6493	.72528		
	Müzisyen	3.8542	1.14905		
	Medya	3.6181	.25058		
	Banket	3.8102	.26113		
	Yönetim	3.4375	.61591		
	Temizlik	4.0139	.93194		
Çalışan Memnuniyeti	Mutfak	3.7861	.75088	1.147	.329
	Servis	3.8539	.61071		
	Kasa	3.6121	.57526		
	Muhasebe	3.8717	.54901		
	Teknikservis	3.5686	.54972		
	Müzisyen	3.5294	1.49740		
	Medya	4.1667	.42323		
	Banket	3.9804	.74986		
	Yönetim	3.7941	.64928		
	Temizlik	3.5784	.77094		

Yiyecek-İçecek işletmelerinde çalışma süresi

Katılımcıların, çalışan memnuniyetinin; içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet boyutları, örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları değerlendirmelerinin, katılımcının yiyecek-içecek işletmelerinde çalışma süresine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 4.13'de verilmiştir.

Tablo incelendiğinde katılımcıların; duygusal bağlılık boyutuna ($F=3.417$; $p<0,05$) yönelik değerlendirmelerinin, yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresine göre anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Duygusal bağlılık boyutunda, yiyecek-içecek sektöründe 1 yıldan az çalışma süresi olan katılımcıların (aritmetik ortalama=4.18), yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi 7-9 yıl olan katılımcılara (aritmetik ortalama=3.46) göre daha fazla bağlı oldukları tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer boyutları olan, içsel memnuniyet, dışsal memnuniyet, devam bağlılığı ve normatif bağlılığa göre yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4.13 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlık boyutlarının yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Boyut	Yiyecek-İçecek Sektöründe Çalışma Süresi	Ortalama	S.S	F	p
İçsel Memnuniyet	1 Yıldan Az	4.0234	.76406	1.359	.248
	1-3 Yıl	3.6980	.95044		
	4-6 Yıl	3.6479	.97616		
	7-9 Yıl	3.7807	.82905		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.8839	.89050		
Dışsal Memnuniyet	1 Yıldan Az	3.9583	.68117	.085	.987
	1-3 Yıl	3.8502	.80090		
	4-6 Yıl	3.8440	.72516		
	7-9 Yıl	3.8470	.71151		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.8552	.75431		
Duygusal Bağlılık	1 Yıldan Az	4.1875	.74861	3.417	.009
	1-3 Yıl	3.6854	.93619		
	4-6 Yıl	3.5046	.88338		
	7-9 Yıl	3.4693	.88113		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.7645	.83098		
Devam Bağlılığı	1 Yıldan Az	3.5313	1.10350	.297	.880
	1-3 Yıl	3.7022	.75437		
	4-6 Yıl	3.7156	.69511		
	7-9 Yıl	3.6988	.72865		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.7511	.83567		
Normatif Bağlılık	1 Yıldan Az	3.8672	.68537	.541	.706
	1-3 Yıl	3.7598	.92188		
	4-6 Yıl	3.6456	.81232		
	7-9 Yıl	3.7992	.75735		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.7154	.79858		
Örgütsel Bağlılık	1 Yıldan Az	3.8620	.58149	1.287	.275
	1-3 Yıl	3.7158	.58605		
	4-6 Yıl	3.6219	.50600		
	7-9 Yıl	3.6557	.45807		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.7437	.52204		
Çalışan Memnuniyeti	1 Yıldan Az	3.9890	.59456	.831	.506
	1-3 Yıl	3.7786	.66970		
	4-6 Yıl	3.7518	.66375		
	7-9 Yıl	3.8158	.55592		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.8687	.63757		

İşletmede çalışma süresi

Katılımcıların, çalışan memnuniyetinin; içsel memnuniyet ve dışsal memnuniyet boyutları, örgütsel bağlılığın; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları değerlendirmelerinin, katılımcının işletmede çalışma süresine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 4.14'de verilmiştir.

Tablo incelendiğinde katılımcıların; normatif bağlılık boyutuna ($F=5.322$; $p<0,05$) yönelik değerlendirmelerinin, işletmede çalışma süresine göre anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Duygusal bağlılık boyutunda, işletmede 1 yıldan az çalışma süresi olan katılımcıların (aritmetik ortalama=3.91), işletmede çalışma süresi 10 yıl ve üzeri olan katılımcılara (aritmetik ortalama=3.08) göre daha çok bağlı oldukları tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer boyutları olan, içsel memnuniyet, dışsal memnuniyet, devam bağlılığı ve duygusal bağlılığa göre işletmede çalışma süresi arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4.14 : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının işletmede çalışma süresi grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Boyut	İşletmede Çalışma Süresi	Ortalama	S.S	F	p
İçsel Memnuniyet	1 Yıldan Az	3.7699	.92166	1.518	.196
	1-3 Yıl	3.7500	.88214		
	4-6 Yıl	3.6852	.96483		
	7-9 Yıl	3.6976	.99675		
	10 Yıl Ve Üzeri	4.1927	.82503		
Dışsal Memnuniyet	1 Yıldan Az	3.8447	.73288	.918	.453
	1-3 Yıl	3.7887	.79887		
	4-6 Yıl	3.9712	.64973		
	7-9 Yıl	3.8423	.78346		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.9491	.64538		
Duygusal Bağlılık	1 Yıldan Az	3.6335	.88242	1.611	.171
	1-3 Yıl	3.5445	.86554		
	4-6 Yıl	3.6914	.94188		
	7-9 Yıl	3.8871	.84985		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.8854	.85332		
Devam Bağlılığı	1 Yıldan Az	3.6037	.87597	.642	.633
	1-3 Yıl	3.7638	.65248		
	4-6 Yıl	3.7052	.78792		
	7-9 Yıl	3.7379	.84432		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.7552	.98458		

Tablo 4.14 (devam) : Çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılık boyutlarının işletmede çalışma süresi grupları arasındaki farklılaşması- ANOVA sonuçları

Normatif Bağlılık	1 Yıldan Az	3.9134	.70465	5.322	.000
	1-3 Yıl	3.6779	.83274		
	4-6 Yıl	3.8040	.74108		
	7-9 Yıl	3.7298	.73250		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.0885	1.15125		
Örgütsel Bağlılık	1 Yıldan Az	3.7169	.48287	.833	.505
	1-3 Yıl	3.6621	.52958		
	4-6 Yıl	3.7335	.50979		
	7-9 Yıl	3.7849	.60487		
	10 Yıl Ve Üzeri	3.5764	.61859		
Çalışan Memnuniyeti	1 Yıldan Az	3.8095	.62323	1.164	.326
	1-3 Yıl	3.7705	.63517		
	4-6 Yıl	3.8366	.63899		
	7-9 Yıl	3.7742	.66536		
	10 Yıl Ve Üzeri	4.0637	.67179		

4.6. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Sonuçlar

"H_1 Çalışan Memnuniyeti, Örgütsel Bağlılığa pozitif yönde etki eder" Hipotezi, regresyon analizi neticesinde açıklayıcılık değerinin (,190) anlamlı (p<0,05) çıkması sonucunda desteklenmiştir.

"H_{1a} İçsel Memnuniyet, Duygusal Bağlılığa pozitif yönde etki eder" Hipotezi, regresyon analizi neticesinde açıklayıcılık değerinin (,097) anlamlı (p<0,05) çıkması sonucunda desteklenmiştir.

"H_{1b} İçsel Memnuniyet, Devam Bağlılığına pozitif yönde etki eder" Hipotezi, regresyon analizi neticesinde açıklayıcılık değerinin (,065) anlamsız (p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{1c} İçsel Memnuniyet, Normatif Bağlılığa pozitif yönde etki eder" Hipotezi, regresyon analizi neticesinde açıklayıcılık değerinin (,036) anlamsız (p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{1d} Dışsal Memnuniyet, Duygusal Bağlılığa pozitif yönde etki eder" Hipotezi, regresyon analizi neticesinde açıklayıcılık değerinin (,286) anlamlı (p<0,05) çıkması sonucunda desteklenmiştir.

"H_{1e} Dışsal Memnuniyet, Devam Bağlılığına pozitif yönde etki eder" Hipotezi, regresyon analizi neticesinde açıklayıcılık değerinin (,067) anlamsız (p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{1f} Dışsal Memnuniyet, Normatif Bağlılığa pozitif yönde etki eder" Hipotezinin, regresyon analizi neticesinde açıklayıcılık değerinin (0,38) anlamsız (p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_2 Çalışan Memnuniyeti ile Örgütsel Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, korelasyon analizi sonucunda pozitif yönlü anlamlı bir ilişki (r=,230; p<0,05) çıkması sonucunda desteklenmiştir.

"H_{2a} İçsel Memnuniyet ile Duygusal Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, korelasyon analizi sonucunda pozitif yönlü anlamlı bir ilişki (r=,147; p<0,05) çıkması sonucunda desteklenmiştir.

"H_{2b} İçsel Memnuniyet ile Devam Bağlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, korelasyon analizi sonucunda anlamlı bir ilişki yoktur (r=,090; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{2c} İçsel Memnuniyet ile Normatif Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, korelasyon analizi sonucunda anlamlı bir ilişki yoktur (r=,047; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{2d} Dışsal Memnuniyet ile Duygusal Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, korelasyon analizi sonucunda pozitif yönlü anlamlı bir ilişki (r=,260; p<0,05) çıkması sonucunda desteklenmiştir.

"H_{2e} Dışsal Memnuniyet ile Devam Bağlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, korelasyon analizi sonucunda anlamlı bir ilişki yoktur (r=,080; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{2f} Dışsal Memnuniyet ile Normatif Bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, korelasyon analizi sonucunda anlamlı bir ilişki yoktur (r=,042; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_3:Çalışanların cinsiyeti ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, t-testi analizi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (t=,-454; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_4:Çalışanların yaşı ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi analizi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=,904; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_5:Çalışanların medeni durumu ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, t-testi analizi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (t=-029; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_6:Çalışanların eğitim durumu ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi analizi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=,945; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_7:Çalışanların yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresiyle memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=,831; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_8:Çalışanların bulundukları işletmede çalışma süresiyle memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=1,164; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_9:İşgörenlerin çalıştığı departman ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=1,147; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{10}:Çalışanların cinsiyeti ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, t-testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (t=,487; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{11}:Çalışanların yaşı ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=1,219; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{12}:Çalışanların medeni durumu ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, t-testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (t=1,374; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{13}:Çalışanların eğitim durumu ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=1,843; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{14}:Çalışanların yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=1,287; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{15}:Çalışanların bulundukları işletmede çalışma süresi ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=,833; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

"H_{16}:İşgörenlerin çalıştığı departman ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır" Hipotezinin, anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık yoktur (F=,947; p>0,05) çıkması sonucunda desteklenmemiştir.

Araştırmada verilen hipotezlerin ret ve kabul durumuna ilişkin sonuçlar tablolaştırılarak Tablo 4.15'te gösterilmiştir.

Tablo 4.15 : Hipotezlere ilişkin sonuçlar

Numara	Hipotez	Kabul ve Ret Durumu
H1	Çalışan Memnuniyeti, Örgütsel Bağlılığa pozitif yönde etki eder.	Desteklendi
H1a	İçsel Memnuniyet, Duygusal Bağlılığa pozitif yönde etki eder.	Desteklendi
H1b	İçsel Memnuniyet, Devam Bağlılığına pozitif yönde etki eder.	Desteklenmedi
H1c	İçsel Memnuniyet, Normatif Bağlılığa pozitif yönde etki eder.	Desteklenmedi
H1d	Dışsal Memnuniyet, Duygusal Bağlılığa pozitif yönde etki eder.	Desteklendi
H1e	Dışsal Memnuniyet, Devam Bağlılığına pozitif yönde etki eder.	Desteklenmedi
H1f	Dışsal Memnuniyet, Normatif Bağlılığa pozitif yönde etki eder.	Desteklenmedi
H2	Çalışan Memnuniyeti ile Örgütsel Bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H2a	İçsel Memnuniyet ile Duygusal Bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H2b	İçsel Memnuniyet ile Devam Bağlılığı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H2c	İçsel Memnuniyet ile Normatif Bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H2d	Dışsal Memnuniyet ile Duygusal Bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H2e	Dışsal Memnuniyet ile Devam Bağlılığı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H2f	Dışsal Memnuniyet ile Normatif Bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi

Tablo 4.15 (devam) : Hipotezlere ilişkin sonuçlar

H3	Çalışanların cinsiyeti ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H4	Çalışanların yaşı ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H5	Çalışanların medeni durumu ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H6	Çalışanların eğitim durumu ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H7	Çalışanların yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresiyle memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H8	Çalışanların bulundukları işletmede çalışma süresiyle memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H9	İşgörenlerin çalıştığı departman ile memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır	Desteklenmedi
H10	Çalışanların cinsiyeti ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H11	Çalışanların yaşı ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H12	Çalışanların medeni durumu ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H13	Çalışanların eğitim durumu ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H14	Çalışanların yiyecek-içecek sektöründe çalışma süresi ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H15	Çalışanların bulundukları işletmede çalışma süresi ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi
H16	İşgörenlerin çalıştığı departman ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir farklılık vardır	Desteklenmedi

BÖLÜM 5. SONUÇ VE ÇIKARIMLAR

İlgili alanyazın incelemesi sonucunda yaratılan araştırma modeli, Doğu Marmara Bölgesi'nde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmeleri çalışanları üzerinde test edilmiştir. Çalışmada, yiyecek-içecek işletmelerinde işgörenlerin memnuniyetinin örgütsel bağlılığa etkisi tespit edilmiştir. Ayrıca işgörenlerin araştırma değişkenleriyle alakalı yorumlamalarının, demografik özelliklerine göre değişip değişmediği de belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan çalışanların, demografik özellikleriyle ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde, katılımcıların %50,60'ı kadın, %35,70'i 25 yaş ve altında ve %57,40'ı bekardır. Araştırmada, çalışan memnuniyeti; "içsel memnuniyet" ve "dışsal memnuniyet" olarak 2 boyut kapsamında incelenmiştir. Örgütsel bağlılık; "duygusal bağlılık", "devam bağlılığı" ve "normatif bağlılık" olarak 3 boyutta incelenmiş olup pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan işgörenlerin çalışan memnuniyeti boyutlarına yönelik verdiği cevapların ortalamaları incelenmiştir. İçsel memnuniyetin 3,76, dışsal memnuniyetin 3,85 ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Varılan sonuçta, yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların en yüksek düzeyde ortalamaya sahip memnuniyet boyutunun "dışsal memnuniyet" olduğu ortaya çıkmıştır. Dışsal memnuniyet boyutunun en yüksek ortalamaya sahip boyut olmasıyla beraber çalışanların, bulundukları işletmenin politikasını beğendikleri, yönetimini sevdikleri, astları ve üstleriyle ilişkilerinin iyi olduğu yönünde çıkarım yapılabilir.

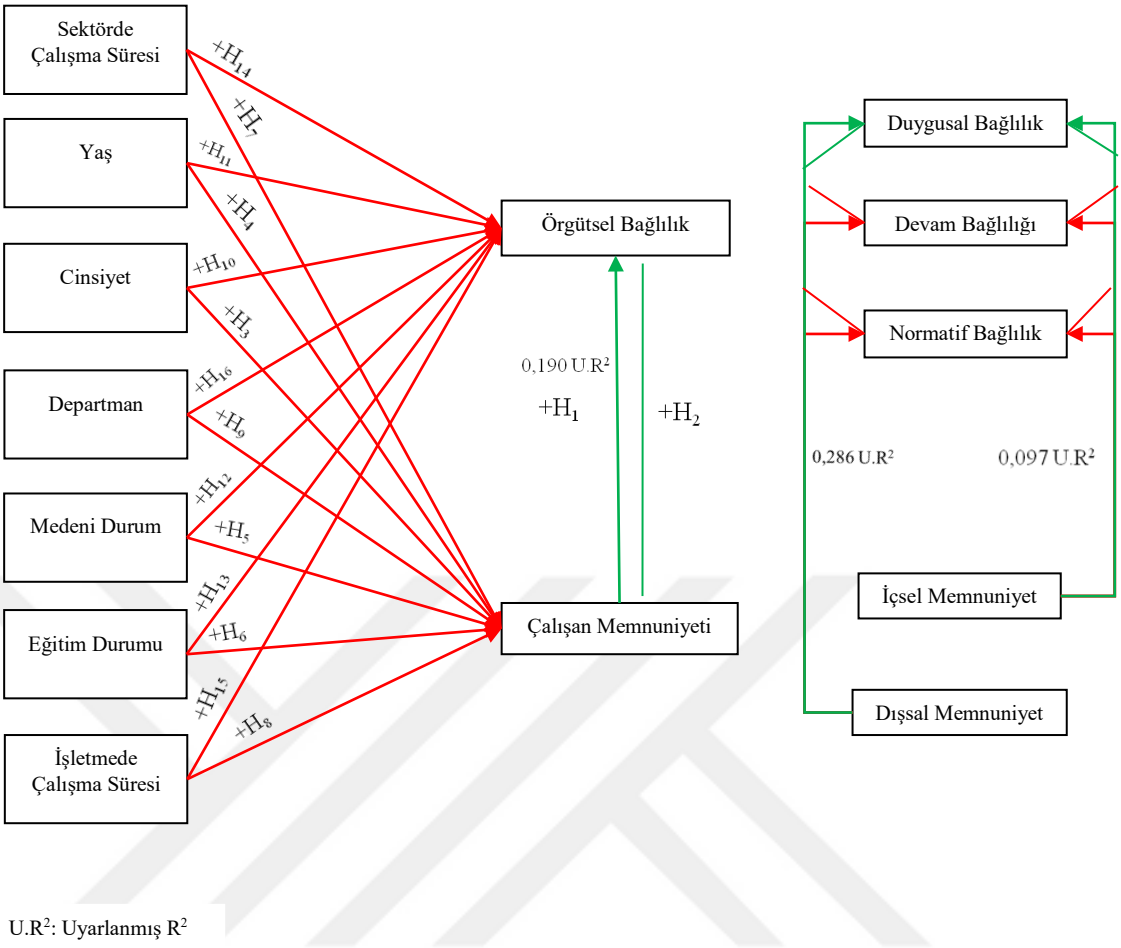
Araştırmaya katılan yiyecek-içecek işletmeleri çalışanlarının, örgütsel bağlılık boyutlarına yönelik görüşlerinin ortalamaları incelendiğinde, duygusal bağlılık 3,64, devam bağlılığı 3,71, normatif bağlılık ise 3,72 çıkmıştır. En yüksek bağlılık derecesinin normatif bağlılık olmasının sebebi, çalışanların koronavirüs pandemisi sürecinde çalıştığı işletmeye maliyet fayda gözüyle baktıkları söylenebilir. Geçmiş araştırmalar incelendiğinde, Güçlü'nün (2006) turizm işletmelerinde yapmış olduğu çalışmada çalışanların en yüksek bağlılık derecesinin duygusal ve devam bağlılığı olduğunu belirtmiştir. Palavar'ın (2010) otel işletmelerinde çalışan işgörenler üzerinde yapmış olduğu çalışmada ise en yüksek bağlılık düzeylerinin duygusal bağlılık olduğu sonucuna varılmıştır. Duygusal bağlılık boyutu özellikle turizm işletmelerinin en çok

arzu ettiği bağlılık boyutudur. Çünkü işgücü devir hızı yüksek olan bu işletmeler çalışanlarının en yüksek derecede bağlı olmasını istemektedirler. Ancak koronavirüs pandemisi sürecinde yiyecek-içecek sektöründe yaşanan belirsizlik ve uzun süreli ücretsiz izin ve kısa çalışma düzeni gibi uygulamalar çalışanların işletmelerine bağlılıklarının daha çok fayda maliyet olarak oluşmasına neden olmuş olabilir.

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişki incelendiğinde, çalışan memnuniyeti ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışan memnuniyeti değişkeninin boyutu olan içsel memnuniyet boyutunun; dışsal memnuniyet boyutu ile pozitif yönlü (r=0,194) ve ilişki olduğu, duygusal bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,147) ilişki olduğu gözlemlenmektedir. Çalışan memnuniyeti değişkeninin diğer boyutu olan dışsal memnuniyet boyutunun; duygusal bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,260) ilişki olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel bağlılık değişkeninin boyutu olan duygusal bağlılık boyutunun; normatif bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,104) anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir.

Örgütsel bağlılık değişkeninin bir diğer boyutu olan devam bağlılığı boyutunun; normatif bağlılık boyutu ile pozitif yönlü (r=0,153) ilişkili olduğu gözlemlenmektedir. Kardaş'ın (2016, s. 159) konaklama işletmelerinde yapmış olduğu çalışmasında da çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılık ile ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Ertan'ın (2008, s. 148) Antalya'da beş yıldızlı otel işletmelerinde yaptığı araştırmanın sonucunda da çalışan memnuniyeti ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Şahaner'in (2019, s. 83) otomotiv sektöründe beyaz yakalı çalışanlar üzerinde yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre, çalışan memnuniyetinin devam bağlılığı ve normatif bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamış olup duygusal bağlılık ile anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak, araştırmanın koronavirüs pandemisi sürecinde yapılması ve çıkan sonuçların farklılık gösterebileceği değerlendirildiğinde, bu çalışmanın özgün değerlerinden biri ortaya çıkmaktadır.

Pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin araştırma modeli çerçevesinde Şekil 5.4'te paylaşılmıştır.



Şekil 5.1 : Araştırma modeli sonuçları

Çalışan memnuniyeti boyutlarının, örgütsel bağlılık boyutları üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonucunda; çalışanların içsel memnuniyetinin duygusal bağlılıklarına pozitif etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Fakat çalışanların içsel memnuniyetinin devam bağlılığına ve normatif bağlılığa etkisi olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca, çalışanların dışsal memnuniyetinin duygusal bağlılıklarını pozitif yönde etki ettiği saptanmıştır. Yine içsel memnuniyet gibi, normatif bağlılığa ve devam bağlılığına etkisi olmadığı gözükmektedir. Bu sonuçlardan yola çıkarak, pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların, işini severek yapması, yükselme veya terfi imkanının olması, başarı hissi gibi içsel memnuniyet görüşleri ile işletme politikası, işletme yönetimi, ast üst ilişkisi, ücret ve çalışma koşulları gibi dışsal memnuniyet görüşleri bulundukları örgüte duygusal bağlılığını pozitif etki ettiği düşünülebilir. Önegi'nin (2014, s.82) otel işletmelerinde yapmış olduğu çalışmada çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılık üzerinde etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Ancak,

Özkan'ın(2018) konaklama işletmelerinde çalışanların iş tatmini algılarının örgütsel bağlılıkları etkisi üzerinde yapmış olduğu araştırmada iş tatmininin örgütsel bağlılığa negatif yönlü etki ettiği sonucuna varmıştır. Bu sonuçlardan yola çıkarak, araştırmanın yapıldığı zaman ve yere göre farklı sonuçlar elde edildiği söylenebilir. Fakat, yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini inceleyen araştırma bulunamamıştır. Bundan dolayı yiyecek-içecek işletmelerinde iş görenlerin çalışan memnuniyetinin örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisine yönelik karşılaştırma yapılamamaktadır. Bu durum çalışmanın literatürdeki özgünlüğünün göstergesidir.

Araştırmanın bir diğer amacı olan demografik özelliklere göre, katılımcının araştırma değişkenlerine ilişkin görüşlerinin değişip değişmediğini belirlemektir. Buna bağlı olarak aşağıda demografik değişkenlere göre katılımcının değişkenlere ilişkin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı paylaşılmıştır.

Katılımcıların cinsiyet gruplarına göre, araştırmanın değişkenlerine ilişkin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için yapılan t-testi analizi sonucunda katılımcıların, araştırmanın değişkenlerine yönelik görüşlerinin, cinsiyet gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği gözlemlenmektedir. Akıncı, Özcan ve Demirel (2011) ve Bilgiç (2019) yapmış olduğu çalışmalarda cinsiyetin çalışan memnuniyetinde etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Ancak Davras (2013) ve Demirdağ (2015)'ın çalışmalarında cinsiyetin çalışan memnuniyetinde etkili olduğu sonucuyla farklılık göstermektedir.

Katılımcıların medeni durumuna göre, çalışmanın değişkenlerine ilişkin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan t-testi analizi sonucunda katılımcıların, araştırmanın değişkenlerine yönelik görüşlerinin, medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermediği gözlemlenmiştir. Erdağı (2018) hizmet sektöründe çalışanlarına yönelik yapmış olduğu araştırmada, çalışanların medeni durumunun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı şekilde farklılaşmadığını tespit etmiştir. Ancak örgütsel bağlılık değişkeninin "normatif bağlılık" boyutuna yönelik değerlendirmelerinin medeni duruma göre farklılaştığı gözlemlenmektedir. Evlilerin, bekarlara göre daha yüksek oranda normatif olarak bağlı oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların, içsel memnuniyet, dışsal memnuniyet, duygusal bağlılık, devam bağlılığı

ve normatif bağlılığa yönelik görüşlerinin, medeni durum gruplarına göre anlamlı bir fark göstermediği belirlenmiştir.

Katılımcıların yaş gruplarına göre, çalışmanın değişkenlerine ilişkin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda katılımcıların, çalışmanın değişkenlerine yönelik görüşlerinin, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği gözlemlenmektedir. Bayrakçı (2015) yapmış olduğu çalışmada da katılımcıların yaş gruplarına göre örgütsel bağlılığa ilişkin algılamalarında anlamlı bir farklılık olmadığını tespit etmiştir. Dolapoğlu (2018) yapmış olduğu araştırmada, katılımcıların yaş gruplarına göre çalışan memnuniyetine ilişkin algılamalarında anlamlı bir farklılık olmadığını tespit etmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların, eğitim gruplarına göre, çalışmanın değişkenlerine ilişkin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda katılımcıların, çalışmanın değişkenlerine yönelik görüşlerinin, eğitim gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen bir diğer demografik özellik sorusu ise çalıştıkları bölümlerin hangileri olduklarıdır. Verileri analiz etmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu sonuçlara göre katılımcıların, dışsal memnuniyet ve duygusal bağlılık boyutlarına yönelik değerlendirmelerinin çalıştıkları bölümlere göre anlamlı şekilde farklılaştığı saptanmıştır. Dışsal memnuniyet boyutunda en yüksek ortalamaya sahip bölüm medya bölümüdür. Buna bağlı olarak, yiyecek-içecek işletmelerinde medya departmanında çalışanlarının diğer departmanlara göre yönetim ile daha iyi geçindiği, ast ve üst ilişkilerini daha iyi kurduğu, işletmenin politikalarını sevdiği söylenebilir.

Duygusal Bağlılık boyutunda en çok ortalamaya sahip bölüm müzisyen departmanıdır. Müzisyen departmanının en yüksek ortalamaya sahip olma nedeni, koronavirüs pandemisi sürecinde en çok etkilenen çalışanlardan biri müzisyenler olmasıdır. Koronavirüs pandemisi sürecinde Türkiye'de ilk kısıtlamaya gidilen sektör eğlence sektörüdür. Bu doğrultuda eğlence sektöründe çalışan müzisyenlerin birçoğu işsiz kalmışlardır. Fakat araştırmaya katılan işletmelerde, müzisyenlerin duygusal bağlılıklarının fazla çıkma sebebi, bu işletmelerin çalışanlarına sahip çıktığı, müzisyenlerin ise örgütüne karşı aile olarak baktığı söylenebilir. En az ortalamaya sahip

bölüm ise yönetim departmanıdır. Araştırmanın diğer boyutları olan, içsel memnuniyet, devam bağlılığı ve normatif bağlılığa göre katılımcıların boyutlara ilişkin görüşlerinde bölümler arası anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Katılımcıların sektörde çalışma süresine göre, değişkenlere ilişkin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu sonuçlara göre katılımcıların, duygusal bağlılık boyutuna ilişkin görüşlerinin sektörde çalışma süresine göre farklılaştığı belirlenmiştir. Çalışanların memnuniyet değişkenine ilişkin verdiği cevaplara göre incelendiğinde sonuçlar Arslan (2011) in yaptığı çalışmanın sonucunu desteklemektedir. Ancak Davras (2013) ve Bilgiç'in (2019) kriz döneminde yaptığı araştırma ile ters düşmektedir. Bu araştırmalarda kriz döneminde turizm sektöründe işgörenlerin çalışma süresi arttıkça memnun oldukları tespit edilmiştir. Ekonomik kriz ile koronavirüs pandemisi çok farklı durumlardır. Koronavirüs pandemisi Mart 2019'dan beri devam etmektedir ve ne zaman biteceği henüz kestirilememektedir. Bu durum turizm sektörü çalışanlarında umutsuzluğa yol açmış olabilir bundan dolayı sektörde çalışma süreleri memnuniyet derecelerini değiştirmiyor yorumu yapılabilir.

Katılımcıların işletmede çalışma süresine göre, çalışmanın değişkenlerine ilişkin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla tekyönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu sonuçlara göre katılımcıların, normatif bağlılık boyutuna yönelik değerlendirmelerinin işletmede çalışma süresine göre anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Araştırmanın diğer boyutlarına yönelik farklılaşmamaktadır.

Araştırma sonunda uygulayıcılara yönelik öneriler şunlardır:

- Pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmeleri çalışanları en çok zarar gören çalışanlardan olduğu aşikardır. Bu çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılıklarına etki ettikleri gözlemlenmektedir. Koronavirüs pandemisi süreci boyunca, yiyecek-içecek işletmelerinin çalışanların memnuniyeti en üst düzeyde tutmak için çalışmalar yapmalıdırlar.
- Çalışanlar yaptığı işi icra ederken memnun olduklarında örgütüne bağlılıklarıda artmaktadır. Bu bağlamda, çalışanların yaptığı işlerin değerlendirilmesi, dizayn edilmesi, analizi yapılması gerekmektedir. Çalışanın işinden sıkılmamasını,

yaptığı işin ilgi çekici olmasını, yaptığı işin sorumluluk taşımaya vesile olmasını sağlamak çalışanın işine ilgi duymasını arttıracaktır.

- Çalışanlar, aldığı ücreti beğendiğinde, ödüllendirilmekten hoşlandığında ve işletmenin politikasını beğendiğinde duygusal bağlılıkları artmaktadır. Duygusal bağlılık bir çalışanın örgüte duyduğu en yüksek bağlılık düzeyi olduğu göz önünde bulundurulursa, işletmenin şirket politikasını çalışanların benimseyeceği şekilde belirlemesi, şirket kültürü oluşturması, toplumsal şartlara göre örgüt yapısını oluşturması gerekmektedir.
- Koronavirüs pandemisi sürecinde yapılan bu araştırmada, çalışanların işletmeye bağlı olmalarının en büyük sebebinin, işletmesine sadık olmasından kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna bağlı olarak, yiyecek-içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin çalışanlarını işletmeye sadakatini arttıracak çalışmaları yapmaları önerilmektedir.

Araştırma sonunda araştırmacılara yönelik öneriler şunlardır:

- İnsan kaynağının önemli olduğu yiyecek-içecek işletmelerinde, çalışanların memnuniyeti ve örgütlerine bağlılıklarına ilişkin pandemi sürecinden sonra araştırma yapılması önerilmektedir. Araştırma pandemi sürecinde yapıldığından dolayı süreç sonunda farklı sonuçlar verebilir. Ayrıca, koronavirüs pandemisi sonrasında daha çok işletmeye ulaşmak mümkün olabilir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların büyük bir kısmı turizm eğitimi almamış çalışanlardan oluşmaktadır. Bu konuda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara turizm eğitimi almış çalışanlar üzerinde araştırma yapmaları önerilmektedir.
- Bu konu hakkında çalışma yapacak araştırmacılara, örgüt yapısı daha küçük olan yiyecek-içecek işletmelerinde, çalışanların memnuniyeti ile örgütsel bağlılıklarının araştırılması önerilir.
- Yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların memnuniyetinin örgütsel bağlılıklarına etkisini araştıran çalışmalar yok denecek kadar azdır. Dolayısıyla, bu konu hakkında yapılacak çalışmalar literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Abdullah, M. H., & Shaw, J. D. (1999). Personal Factors And Organizational Commitment: Main And İnteractive Effects İn The United Arab Emirates. *Journal of Managerial Issues,* 11 (1), 77-93.

Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi,* 4 (1), 7-21.

Akıncı, Z. (2006). Örgütsel Bağlılığın İsteğe Bağlı İşgücü Devir Hızı Ve İş Tatmini Üzerine Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi,* 3 (2), 26-33.

Akıncı, Z., Özcan, İ., Demirel, O. N. (2011) Kriz Yönetimi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Basımevi.

Akkirman, A. D. (2004). *Sanal İşyerinde Örgütsel Davranış* 1. Baskı. Bursa: Aktüel Yayınları.

Aktaş, A., & Gök, B. (2010). Örgütsel Bağlılığın İş Gören Başarımı Üzerindeki Etkisi: Antalya'daki A Grubu Seyehat Acentesi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *11. Ulusal Turizm Kongresi* (s. 34-41). Detay Yayıncılık.

Aktaş, E. (2018). Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramına Göre Günümüzde Kadına Yönelik Tüketim Analizi. (Yüksek Lisans Tezi) . Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Alan, H. (2010). Bilgi İşçilerinin İş Tatmininin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri Ve Bir Kamu Kurumunda Çalışan Bilgi İşçileri Üzerinde Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The Measurement And Antecedents Of Affective, Continuance And Normative Commitment To The Organization. *Journal Of Occupational Psychologhy* (63), 1-18.

Anadolu Ajansı. (2020a) Erişim Adresi https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kovid-19-kuresel-turizm-sektorunu-ve-turkiyeyi-nasil-etkileyecek/1840883 (16 Kasım 2020)

Anadolu Ajansı. (2020b) Erişim Adresi https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/ekonomik-istikrar-paketi-tum-kesimlere-kalkan-oldu/1795337 (16 Kasım 2020)

Angle, H. L., & Perry, J. L. (1981). An Emprical Assessment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness. *Administrative science quarterly,* 26 (1), 1-14.

Arslan, S. (2011). Otel işletmelerinde İş Tatmininin Ölçülmesi ve Lara-Kundu Otellerinde Bir Alan Çalışması. (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Avcı, N., & Küçükusta, D. (2009). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,* 20 (1), 33-44.

Aydın, Ş. (2004). Otel İşletmelerinde Örgütsel Stres Faktörleri: 4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 6 (4), 1-21.

Badem, M. A. (2018). Fazla Çalışma Sürelerinin Çalışanların Yaşam Kalitesi Ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerindeki Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Balay, R. (2000). *Yönetici Ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık* 1. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Barlı, Ö., Bilgili, B., Çelik, S., & Bayrakçeken, S. (2005). İlköğretim Okul Öğretmenlerinin Motivasyonları: Farklılıkların Ve Sorunların Araştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 5 (1), 391-417.

Başaran, İ. E. (1991). *Örgütsel Davranış* 2. Baskı. Ankara: Gül Yayınevi.

Bayram, L. (2006). Geleneksel performans değerlendirme yöntemlerine yeni bir alternatif: 360 derece performans değerlendirme. *Sayıştay Dergisi* , 62(1), 47-65.

Bayrakçı, G. (2015) Turizm Çalışanlarının Profesyonel Değerleri İle Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlilik. *Sayiştay Dergisi* (59), 125-139.

Bibican, Ç. (2019). Ankara'da Bulunan Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Hizmet Verme Yatkınlığının Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatmini İlişkisi Üzerindeki Aracı Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Bilgiç, Y. E. (2019) Turizm Sektöründe Kriz Öncesi ve Kriz Sürecinde Çalışanların İş Tatmininin Karşılaştırılması: Kuşadası Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta

Boyacı, M. F. (2010). Örgütsel Bağlılığın Arttırılmasında Etkin İletişim - Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi) . Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Buchko, A. A., Weinzimmer, L. G., & Sergeyev, A. V. (1998). Effects of Cultural Context on the Antecedents, Correlates, and Consequences of Organizational Commitment: A Study of Russian Workers. *Journal of Business Research,* 43 (3), 109-116.

Canman, D. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetimi.* Ankara: Yargı Yayınevi.

Cengiz, A. A. (2001). Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri ve Eskişehir'de Sağlık Personeli Üzerinde Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Ceyhan, M. (2006). Avian İnfluenza (Kuş Gribi, Tavuk Vebası): Yaşadığımız Bir Salgının Ardından. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 49, 81-89.

Chien, Y. W., Klugman, K. P., & Morens, D. M. (2010). Efficacy Of Whole-Cell Killed Bacterial Vaccines In Preventing Pneumonia And Death Furing The 1918 Influenza Pandemic. *The Journal Of Infectious Diseases,* 202 (11), 1639-1648.

Coltman, M. M. (1989). *Introduction to Travel and Tourism: An International Approach* 1. Baskı. New York: Wiley.

Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı* 8. Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Cranny, C. J., Cain-Smith, P., & Stone, E. F. (1992). *Job satisfaction: How people feel about their jobs and how it affects their performance Lexington Books.* New York: Lexington Books.

Çakan, S., & Tutar, H. (2019). Aile İşletmelerinde Strateji Belirleme: Bir Durum Çalışması. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 631-650.

Çalışkan, A. (2015). Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Etik İklimin Aracılık Rolü. *Uluslararası İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi,* 1 (2), 115-141.

Çetin, C., Arslan, M. L., & Dinç, E. (2014). *İnsan Kaynakları Yönetimi.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım Yayınları.

Çetin, M. Ö. (2004). *Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık* 1. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Çetinkanat, C. (2000). *Örgütlerde Güdüleme Ve İş Doyumu.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Çilesiz, E. (2014). İşgören Yabancılaşması İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Ankara'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Çıtak, N., & Çalış, Y. E. (2020). Covid-19 Salgınının Turizm Sektörü Üzerine Olan Finansal Etkileri. *Ida Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi* , 110-132.

Davras, Ö., & Gülmez, M. (2013). Otel İşletmelerinde Çalışan Memnuniyetine Etki Eden Faktörler: Kemer-Lara-Belek-Side-Alanya Bölgelerinde Bir Çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,* 24 (2), 167-184.

Dawis, R. V., Weiss, D. J., England, G. W., & Loftquist, L. H. (1967). Manuel For The Minnesota Satisfaction Questionnaire. *Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation XXII, Minnepolis: University of Minnesota, Industrial Relations Center* , 1-119.

Demir, C., & Öztürk, U. C. (2013). Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlilik Üzerine Etkisi Ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 26 (1), 17-41.

Demirdağ, Ş. A. (2015) Örgütsel Güven ve İş Tatmini Arasındaki İlişki: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Devran, D. (2014). Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini İlişkisi: Van İli İlk ve Ortaokulları Öğretmenleri Üzerine Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi). Van Yüzüncı Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.

Diamond, J. (2002). *Tüfek Mikrop ve Çelik* 1. Baskı. (Ü. İnce, Çev.) Ankara: Tübitak.

Diker, O. (2014). Algılanan Liderlik Tarzları, Örgüt Kültürü Ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinin Turizm Endüstrisinde İncelenmesi. (Doktora Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Dolapoğlu, N. (2018) Toplam Kalite Yönetimi İle Çalışan Memnuniyeti ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Devlet ve Özel Hastane Örneği. (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Doğan, E. Ş. (2013). *Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık,* 1. Baskı. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Doğan, S., & Karataş, A. (2011). Örgütsel etiğin çalişan memnuniyetine etkisi üzerine bir araştirma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 37, 1-40.

Doğan, S., & Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri Ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (29), 37-61.

Drafke, M., & Kossen, S. (1997). *The Human Side Of Organizations* 7. Baskı. New York: Addison-Wesley Publisher.

Durmuş, İ. (2020). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisinin Genç Bireylerin Yaşam Tarzları İle Girişimcilik Niyetleri Açısından İncelenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 9 (3), 1731-1749.

Durna, A. (2019). Personel Memnuniyetinin İş Verimliliği Üzerine Etkisi: Özel Hastane Uygulaması. *(Yüksek Lisans Tezi)* . Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.

Durna, U., & Veysel, E. (2011). Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi,* 6 (2), 210-219.

Dünya Gazetesi. (2020) Erişim Adresi https://www.dunya.com/kose-yazisi/covid-19-kapsaminda-turizm-sektoru-icin-uygulanan-destekler/467970 (16 Kasım 2020)

Eceoğlu, S. (2020) Çalışan Memnuniyeti ve Çalışan Performansı Arasındaki İlişki: Bir Telekomünikasyon Şirketi Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Ekiztepe, B. (2011). Konaklama İşletmelerinde Etik İklimi, Örgütsel Adalet Ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Emhan, A., & Gök, R. (2011). Bankacılık sektöründe personel memnuniyeti ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin araştırılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi,* 51, 157-174.

Ercan, İ., & Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi,* 30 (3), 211-216.

Erdağı, K. (2018) İş Doyumu İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Eren, E. (1984). *Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi* 2. Baskı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Eren, E. (1998). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* 5. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.

Eren, E. (2004). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* 8. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Erken, M. (2013). Çalışan Memnuniyeti Üzerinde Sağlık Sektöründe Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Erkmen, T., & Bozkurt, S. (2015). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 31 (2), 197-227.

Eroğlu, F. (1996). *Davranış Bilimleri* 3. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.

Erol, S. I. (2020). Covid-19'un Turizm Sektöründe İstihdama Etkisi: İtalya, İspanya ve Türkiye Örnekleri. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi,* 8 (2), 38-49.

Ertan, H. (2008). Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu Ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Antalya'da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir İnceleme. (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Eskildsen, J. K., & Dahlgaard, J. J. (2000). A causal model for employee satisfaction. *Total quality management,* 11 (8), 1081-1094.

Franco-Parades, C., Carrasco, P., & Preciado, J. I. (2009). The First Influenza Pandemic In The New Millennium: Lessons Learned Hitherto For Current Control Efforts And Overall Pandemic Preparedness. *Journal Of Immune Based Therapies And Vaccines,* 7(1), 1-6.

Genç, F. (2014). Personel Memnuniyeti İle Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki: Aydın' Da Faaliyet Gösteren Yiyecek- İçecek İşletmeleri Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Gökçe, G., Şahin, A., & Bulduklu, Y. (2010). Herzberg'in çift faktör kuramı ve alt gelir gruplarında bir uygulama: Meram Tıp Fakültesi örneği. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,* 10 (20), 233-246.

Grusky, O. (1966). Career mobility and organzational commitment. *Administrative Science Quarterly,* 10 (4), 488-503.

Güçlü, H. (2006). Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi. (Doktora Tezi) . Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Gül, H. (2002). Örgutsel Bağlılık Yaklaşımlarının Mukayesesi ve Değerlendirmesi. *Ege Academic Review,* 2 (1), 37-56.

Gülova, A. A., & Demirsoy, Ö. (2012). Örgüt Kültürü Ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Hizmet Sektörü Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal,* 3 (3), 49-76.

Günay, İ. (2016). Tükenmişlik Sendromunun Örgütsel Bağlılık, Motivasyon Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkilerinin Değerlendirilmesi: Antalya - Kundu Oteller Bölgesinde Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Günbayı, İ. (2000). *Örgütlerde iş doyumu ve güdüleme* 1. Basım. Ankara: Özen Yayımcılık.

Güney, S. (2011). *Örgütsel Davranış* 1. Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Basım.

Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied psychology,* 60 (2), 159–170.

Hasanov, V. (2010). Çalışanların İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarına İlişkin Algılamalarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi. (Doktora Tezi) . Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Hunt, S. D., Chonko, L. B., & Wood, V. R. (1985). Organizational Commitment And Marketing. *Journal Of Marketing,* 49 (1), 112-126.

İnce, M., & Gül, H. (2005). *Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık* 1.Baskı. Konya: Çizgi Kitabevi.

Kabadayı, M. (2018). Yönetsel Gücün Örgütsel Güven-Performans ve Özdeşleşme Etkileşimi Kapsamındaki Rolü: Bodrum'daki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitiüsü, Sakarya.

Kabadayı, M., & Kardeş, N. (2020). Kovid-19'un (Koronavirüsün) Yerli Turist Davranışı ve Seyahat Eğilimlerine Etkileri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi,* 4 (4), 3703-3719.

Kara, A. (2010). Domuz Gribi (Pandemik İnfluenza 2009, İnfluenza 2009 H1N1). *Çocuk Sağlığı Ve Hastalıkları Dergisi,* 53 (1), 42-58.

Karadayı, B. S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Anesteziyoloji Ve Reanimasyon Uzmanları Ve Araştırma Görevlilerindeki Tükenmişlik Üzerine Etkisi. (Tıpta Uzmanlık Tezi). Çukurova Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Adana.

Kardaş, S. (2016). Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personelin İş Tatmin Düzeyleri İle Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Kaya, D. G. (2020). Koronavirüs Pandemisinin Küresel Ekonomideki İzleri: Kamu Finansal Dengesi, Ticaret Hacmi, Enflasyon, İşsizlik Ve Ekonomik Büyüme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi,* 7 (5), 221-237.

Kaynak, T. (1990). *Organizasyonel Davranış.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi.

Kaynak, T., Adal, Z., & Ataay, İ. (2000). *İnsan kaynakları yönetimi.* İstanbul: Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.

Kearns, G. (1994). Cholera. J. Belchem, & R. P. Evans içinde, *A Dictionary of Nineteenth-Century World History* (s. 122-124). London: Wiley-Blackwell.

Kerman, S. T. (2004). İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları, Rotasyon Gerekli Mi? (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Keser, A. (2002). Çalışma İlişkilerinde Farklı Bir Yaklaşım: Psikolojik Akit. *Öneri Dergisi,* 5 (17), 9-13.

Kılıç, S. (2016). Cronbach's alpha reliability coefficient. *Psychiatry and Behavioral Sciences,* 6 (1), 47-48.

Kılınç, T. D. (2013). Sınıf Öğretmenlerinin Okul Müdürlerinin Dönüşümcü Ve Etkileşimci Liderlik Stilleri Ve Kendi Örgütsel Bağlılıklarını Algılamaları İle Okul Müdürlerinin Sınıf Öğretmenlerinin Örgütsel Bağlılıklarını Algılamaları Arasındaki İlişki: Mersin İli Tarsus ilçesiÖrneği(Yüksek Lisans Tezi). Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Kinicki, A., & Kreitner, R. (2009). *Organizational behavior: Key concepts, skills & best practices.* New York: McGraw-Hill/Irwin.

Korkmazer, F., & Aksoy, A. (2017). Herzberg'in Hijyen Faktörlerinin Çalışanların İşten Ayrılma Davranışlarına Etkisine Yönelik Bir Araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 17 (2), 821-833.

Kornhauser, A. W., & Sharp, A. A. (1932). Employee attitudes; suggestions from a study in a factory. *Personnel journal,* 10, 393–404.

Korzay, M. (1992). Turizmde İstihdam ve Eğitim. *III. İzmir İktisat Kongresi, Turizm Çalışma Grupları*, (s. 289-311). İzmir.

Kredi Garanti Fonu. (2020) Erişim Adresi https://www.kgf.com.tr/index.php/tr/urunlerimiz/hazine-destekli-kefaletler/turizm-destek-paketi (16 Kasım 2020)

Köroğlu, Ö. (2011). İş Doyumu Ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. (Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Kulkalyuenyong, P. (2012). Analysis Of Organizational Culture And Commitment To The Ministry Of Public Health Under The Central Administration: A Comparative Study Of

Service Agents And Policy Agents. (Doktora Tezi). Chulalongkorn University, School of Public Administration, Thailand.

Kumar, S. (2020). In Integrated Risk of Pandemic: Covid-19 Impacts, Resilience and Recommendations. M. K. Goyal, & A. K. Gupta içinde, *Economic Impact of Covid-19 and Challenges of Recovery* (s. 231-254). Singapore: Springer.

Küçüksarı, G. (2011). Turizmin Yerel Ekonomiye Etkisinin Konaklama İşletmeleri Özelinde Analizi:Manavgat Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Lam, T., Zhang, H., & Baum, T. (2001). An investigation of employees' job satisfaction: the case of hotels in Hong Kong. *Tourism management,* 22 (2), 157-165.

Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. M. D. Dunnette içinde, *Handbook of industrial and organizational psychology*1. Baskı (1297-1343). Chicago: Rand McNally Publishing Company.

Love, K. G. (2013). Demographic differences in organizational commitment to the university of college of business administration students: An application of the Allen and Meyer model. *College Student Journal* , 47(1), 192-202.

Matzler, K., Fuchs, M., & Schubert, A. (2004). Employee satisfaction: does Kano's model apply? *Total Quality Management & Business Excellence,* 15 (9-10), 1179-1198.

Ming, L., & Ying, Z. Z. (2010). How does organizational commitment affect organizational innovation. *International Conference On E-Business and E-Government* (s. 1164-1170). IEEE.

Morris, J. H., & Sherman, J. D. (1981). Generalizability Of An Organizational Commitment Model. *Academy Of Management Journal,* 24 (3), 512-526.

Moyes, G. D., Shao, L. P., & Newsome, M. (2008). Comparative Analysis of Employee Job Satisfaction in the Accounting Profession. *Journal of Business & Economics Research,* 6 (2), 65-81.

Namasivayam, K., & Zhao, X. (2007). An investigation of the moderating effects of organizational commitment on the relationships between work–family conflict and job satisfaction among hospitality employees in India. *Tourism Management,* 28 (5), 1212-1223.

Nehmeh, R. (2009). What is organizational commitment, why should managers want it in their workforce and is there any cost effective way to secure it. *Swiss management center* (5), 1-11.

Oberholster, F. R., & Taylor, J. W. (1999). Spiritual Experience And Organizational Commitment Of College. *International Forum,* 2 (1), 57-78.

Oğuzlar, A. (2003). Veri Ön İşleme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (21), 67-76.

O'Reilly, C., & Chatman, J. (1986). Organizational Commitment And Psychological Attachment: The Effect Of Compliance, Identification And Internalization On Prosocial Behavior. *Journal Of Applied Psychologhy,* 71 (3), 492-499.

Oshagbemi, T. (2000). Satisfaction with Co-workers' Behaviour. *Employee Relations,* 22 (1), 88-106.

Öğer, C. B. (2009). İnsan Kaynaklarında Çalışan Memnuniyeti Ve Bir Örnek Olay. (Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Önegi, M. (2014). Otel İşltmelerinde Çalışan İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeyinin İş Tatmini ve Çalışma Performansına Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Örs, M., Acuner, A. M., Sarp, N., & Önder, Ö. R. (2003). Antalya Tıp Fakültesi Hastanesi'nde, Antalya Sosyal Sigortalar Kurumu Hastanesi'nde ve Antalya Devlet Hastanesi'nde Çalışan Hekimler İle Hemşirelerin Örgütlerine Bağlılıklarına İlişkin Görüşlerin Değerlendirilmesi. *Ankara Tıp Fakültesi Mecmuası,* 56 (4), 217-224.

Örücü, E., & Boz, H. (2014). Konaklama İşletmelerinde İşe Alıştırma Eğitiminin Örgütsel Bağlılığa Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 21 (1), 61-76.

Örücü, E., Yumuşak, S., & Bozkır, Y. (2006). Kalite yönetimi çerçevesinde bankalarda çalışan personelin iş tatmini ve iş tatminini etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi Dergisi,* 13 (1), 39-51.

Özdevecioğlu, M. (2013). Algilanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlilik Arasindaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştirma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 18 (2), 113-130.

Özgen, H., & Öztürk, A. (2005). *İnsan Kaynakları Yönetimi.* Adana: Nobel Kitabevi.

Özkan, U. D. (2019). Konaklama İşletmelerinde Çalışanların İş Tatmini Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Öztürk, H. E. (2007). Salgin Hastaliklarin Turizm Sektörüne Etkisi Türkiye' de Kuş Gribi Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Öztürk, M. (2013). Örgütsel Bağlılık Ve Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılık Düzeyleri (Kırklareli Örneği). (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Quinn, T. (2008). *A Social History Of Influenza* 1. Baskı. London: New Holland Publishers Ltd.

Palavar, K. (2010). Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin Eğitimi İle Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki Belek Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Randall, D. M. (1987). Commitment and organization: the organization man revisited. *Academy Of Management View,* 12 (3), 460-471.

Sabuncuoğlu, Z. (2008). *İnsan Kaynakları Yönetimi (Uygulamalı).* Bursa: Alfa Aktuel Basım.

Sabuncuoğlu, Z., & Tüz, M. (1996). *Örgütsel Psikoloji* 2. Baskı. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.

Sageer, A., Rafat, S., & Agarwal, P. (2012). Identification of variables affecting employee satisfaction and their impact on the organization. *IOSR Journal of business and management,* 5 (1), 32-39.

Sarıçiçek, R., & Aytekin, M. (2020). Türkiye'deki Bağımsız Denetçilerin Denetim Kalitesini Azaltan Davranışlarının Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* (87), 89-106.

Scott, M., Swortzel, K. A., & Taylor, W. N. (2005). The relationships between selected demographic factors and the level of job satisfaction of extension agents. *Journal of Southern Agricultural Education Research,* 55 (1), 102-115.

Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach.* New York: John Wiley, and Sons.

Selvitopu, A., & Şahin, H. (2013). Ortaöğretim öğretmenlerinin örgütsel adalet algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi,* 14 (2), 171-189.

Shein, E. (1976). *Örgütsel Psikoloji.* Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını.

Silva, P. (2006). Effects of Disposition on Hospitality Employee Job Satisfaction and Commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 18 (4), 317-328.

Silverberg, S. M. (2008). Employee perceptions & voluntary turnover: A case study. *University of Calgary Department of Sociology Alberta* .

Simeray, J. P. (1971). *La structure de l'enterprise: principles et définitions, types de structures et organigrammes.* Paris: Entreprise Moderne d'edition.

Smith, G. R., Gregory, T. B., & Pugh, R. C. (1981). Meeting Student Needs: Evidence For The Superiority Of Alternative Schools. *The Phi Delta Kappan,* 62 (8), 561-564.

Solmuş, T. (2004). *İş Yaşamında Duygular ve Kişilerarası İlişkiler.* İstanbul: Beta Yayınevi.

Steers, R. M., & Porter, L. (1991). *Motivation And Work Behavior* 5. Baskı. New York: McGraw-Hill Inc.

Stevens, J. M., Bayer, J. M., & Trice, H. M. (1978). Assessing Personal, Role And Organizational Predictors Of Managerial Commitment. *Academy Of Management Journal,* 21 (3), 380-396.

Stup, R. E. (2006). *Special Research Report: Human Resource Management And Dairy Employee Organizational Commitment.* Pennyslvania: The Pennyslvania State University.

Subramaniam, N., McManus, L., & Mia, L. (2002). Enhancing Hotel Managers' Organisational Commitment: An Investigation Of The Impact Of Structure, Need For Achievement And Participative Budgeting. *International Journal Of Hospitality Management,* 21 (4), 303-320.

Sürücü, L., & Maslakçı, A. (2008). Örgütsel Bağlılık Üzerine Kavramsal İnceleme. *International Journal of Management and Administration,* 2 (3), 49-65.

Şahaner, B. (2019). Çalışanların İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılıklarının Analizi: Otomotiv Sektöründe Beyaz Yakalı Çalışanlar Üzerine Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Balıkesir.

Şalvarcı, S. (2019). Turizm işletmelerinde içsel pazarlama, sosyo-kültürel uyum ve çalışan memnuniyeti ilişkisi: Antalya'da yapılan bir araştırma. (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Şimşek, M. Ş., Çelik, A., & Akgemci, T. (2001). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Tatareddy, M. (2015). Employee Job Satisfaction A Case Study of South Central Railway (Doktora Tezi). Gulbarga University Department of Commerce Gulbarga.

Temel, M. K. (2012). 1918 Grip Pandemisi . (Yüksek Lisans Tezi) . İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020) Erişim Adresi https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html (16 Kasım 2020)

Trapper, R., & Font, X. (2004). *Tourism Supply Chains. Report Of A Desk Research Project For The Travel Foundation.* England: Leeds Metropolitan University and Environment Business & Development Group.

Turan, M. F. (2019). İş Şekillendirmenin İş Performansına Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde İş Tutumlarının Aracılık Rolünün İncelenmesi. (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sakarya.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2020a) Erişim Adresi https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dönemsel-Gayrisafi-Yurt-İçi-Hasıla-II.-Çeyrek:-Nisan---Haziran,-2020-33605 (16 Kasım 2020)

Türkiye İstatistik Kurumu. (2020b) Erişim Adresi https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=İşgücü-istatistikleri-Ağustos-2020-33792 (16 Kasım 2020)

Türkiye İstatistik Kurumu. (2020c) Erişim Adresi https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-III.-Ceyrek:-Temmuz---Eylul,-2020-33674 (16 Kasım 2020)

Türkiye Otelciler Birliği. (2020). Erişim Adresi http://www.turob.com/files/dosyalar/excel/Ağustos%202020%20Antalya.xlsx (11 Kasım 2020)

Uğuz, S. Ç., & Topbaş, F. (2016). Turizmde Kadın İstihdamı ve Ücret Ayrımcılığı: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,* 27 (1), 62-77.

Ulrich, D. (1998). Intellectual Capital= Competence X Commitment. *MIT Sloan Management Review,* 39 (2), 15.

Unutkan, G. A. (1995). İş Analizlerinin Personel Eğitimindeki Yeri ve Önemi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi,* 9 (1-2), 207-227.

Uyaroğlu, A. (2018). Hizmet Sektöründe Çalışan Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma (Konaklama İşletmeciliği Örneği). (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Van Breukelen, W., Van der Vlist, R., & Steensma, H. (2004). Voluntary employee turnover: Combining variables from the 'traditional'turnover literature with the theory of planned behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior* , 25(7), 893-914.

Wahn, J. C. (1998). Sex differences in the continuance component of organizational commitment. *Group & Organization Management,* 23 (3), 256-266.

Wiener, Y. (1982). Commitment in organizations: A normative view. *Academy of management review* , 7(3), 418-428.

William, B., & Werther, J. (1997). *Sevgili Patron.* (H. Barlas, Çev.) Ankara: HYB Yayıncılık.

World Health Organization. (2005) Erişim Adresi https://www.who.int/csr/resources/publications/influenza/en/WHO_CDS_CSR_GIP_2005_5.pdf (15 Kasım 2020)

World Health Organization. (2020a) Erişim Adresi https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019 (19 Aralık 2020)

World Tourism Organization. (2020a) Erişim Adresi https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020 (16 Kasım 2020)

World Tourism Organization. (2020b) Erişim Adresi https://www.unwto.org/news/international-tourism-down-70-as-travel-restrictions-impact-all-regions (16 Kasım 2020)

World Trade Organization. (2020a) Erişim Adresi https://www.wto.org/english/news_e/pres20_e/pr862_e.htm (16 Kasım 2020)

World Travel & Tourism Counsil. (2020) Erişim Adresi https://wttc.org/Research/EconomicImpact/RecoveryScenarios/moduleId/1450/itemId/92/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload (16 Kasım 2020)

Yalçın, D., & İplik, Ö. (2005). Beş yıldızlı otellerde çalışanların demografik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma: Adana ili örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 14 (1), 395-412.

Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizi Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi* (46), 74-85.

Yıldırım, N. (2006). Su İle Gelen Ölüm Kolera Ve İstanbul Suları. *Toplumsal Tarih* (145), 1-11.

Yıldız, F. (2014). 19. Yüzyıl'da Anadolu'da Salgın Hastalıklar (Veba, Kolera, Çiçek, Sıtma) Ve Salgın Hastalıklarla Mücadele Yöntemleri. (Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi,* 3 (5), 54-71.

Yılmaz, Ö. (2017). Veba, Kolera ve Salgınlar: Trabzon'da Halk Sağlığı ve Sağlık Kurumları. *Mavi Atlas, 5* (1), 1804-1895.

Yılmaz, T. (2018). Stratejik Yönetim Açısından Personel İlişkileri Yönetimi: Turizm İşletmelerinde İlişki Yönetiminin Personel Memnuniyetine Etkisinde İş Özerkliğinin Aracı Rolü. (Yüksesk Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Yolun, M. (2012). İspanyol Gribinin Dünya ve Osmanlı Devleti Üzerindeki Etkileri. (Yüksek Lisans Tezi). Adıyaman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman.

Yumuşak, S. (2002). İnsan Kaynaklarının Verimliliğinin Arttırılmasında Uyumlaştırma Teknikleri. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Yüceler, A. (2009). Örgütsel Bağlılık Ve Örgüt İklimi İlişkisi: Teorik Ve Uygulamalı Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (22), 445-458.

Yüksekbilgili, Z., & Akduman, G. (2017). Yapılan İşin Anlamı Ve Personel Devir Hızı İlişkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi*, (s. 67-76). İstanbul.

Yüksel, Ö. (2004). *İnsan Kaynakları Yönetimi* 5. Baskı. Ankara: Gazi Kitapevi.

EKLER

EK 1: Demografik Özellikler

PANDEMİ SÜRECİNDE YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN MEMNUNİYETİNİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yapılan araştırmanın amacı, **Türkiye'de pandemi sürecinde yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bünyesinde çalışan işgörenlerinmemnuniyetinin örgütsel bağlılığa etkisi'**ni araştırmaktır. Cevaplarınız ve adınız üçüncü bir şahıs ile **paylaşılmayacak** olup sadece bilimsel amaçlar için kullanılacaktır.

Koray Yunus ELLİDÖRT

[redacted]

[redacted]

1. Cinsiyetiniz? ☐ Erkek ☐ Kadın
2. Yaşınız? ☐ 18-25 ☐ 26-33 ☐ 34-41 ☐ 42 ve üzeri
3. Medeni Durumunuz? ☐ Evli ☐ Bekar
4. Eğitim Durumunuz? ☐ İlköğretim ☐ Ortaöğretim ☐ Önlisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü
5. Turizm eğitimi aldınız mı? ☐ Evet ☐ Hayır

   Cevabınız **EVET** ise; Eğitim aldığınız türü seçiniz.

   ☐ Sertifika ☐ Turizm meslek lisesi ☐ Önlisans Turizm MYO

   ☐ Lisans Turizm, Gastronomi, Yiyecek-İçecek ☐ Lisansüstü Turizm, Gastronomi, Yiyecek-İçecek

   ☐ Diğer (Belirtiniz)……..
6. Kaç yıldır Yiyecek-İçecek sektöründe çalışıyorsunuz?

   ☐ 1 Yıldan az ☐ 1-3 Yıl ☐ 4-6 Yıl ☐ 7-9 Yıl ☐ 10 Yıl ve üzeri
7. Kaç yıldır bu işletmede çalışıyorsunuz?

   ☐ 1 Yıldan az ☐ 1-3 Yıl ☐ 4-6 Yıl ☐ 7-9 Yıl ☐ 10 Yıl ve üzeri
8. Hangi departmanda çalışıyorsunuz?

   ☐ Mutfak ☐ Servis ☐ Kasa ☐ Muhasebe ☐ Diğer (Belirtiniz)……..
9. İşletmedeki göreviniz?

   ☐ Müdür ☐ Müdür Yardımcısı ☐ Şef ☐ Kaptan ☐ Çalışan

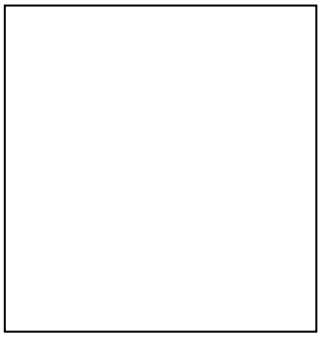
EK 2: Çalışan Memnuniyeti Ölçeği

A) Sağ taraftaki kutular Kesinlikle katılmıyorum' dan Kesinlikle katılıyorum'a doğru soldan sağa sıralanmıştır. İfadelere katılım düzeyinizi en düşük "1" en yüksek "5" olarak ifade ediniz.	**Kesinlikle Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**
	1	2	3	4	5
1)Pandemi sürecinde çalıştığım işletme beni meşgul eder.					
2)Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede bağımsız çalışma olanağı buluyorum					
3)Pandemi sürecinde ara sıra değişik şeyler yapabilme imkanı buluyorum					
4)Çalıştığım işletme pandemi sürecinde toplumda saygın bir kişi olma şansı veriyor					
5)Pandemi sürecinde yöneticilerim emrindeki işleri iyi yönetir.					
6)Pandemi sürecinde yöneticilerimin karar verme yetisi güçlüdür.					
7)Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri vicdani sorumluluk taşımamı sağlar.					
8)Pandemi sürecinde bile çalıştığım işyeri bana gelecek sağlar.					
9)Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri bana başkaları için bir şeyler yapma olanağı tanır.					
10)Pandemi sürecinde çalıştığım işyeri insanları yönlendirmek için bana fırsat tanır.					
11)Pandemi sürecinde işim kendi yeteneklerimi kullanmama imkan sağlar.					
12)Pandemi sürecinde işimle ilgili alınan kararlar uygulamaya koyulur.					
13)Pandemi sürecinde yaptığım işe göre aldığım ücret iyidir.					
14)Pandemi sürecinde çalıştığım işletmede terfi imkanım vardır.					
15)Pandemi sürecinde çalıştığım işletme kendi fikirlerimi icra etmeme imkan verir.					
16)Pandemi sürecinde çalıştığım işin çalışma şartları iyidir.					
17)Pandemi sürecinde çalışma arkadaşlarım birbiriyle iyi iletişim kurar.					
18)Pandemi sürecinde yaptığım iş sonucunda taktir alırım.					
19)Pandemi sürecinde yaptığım iş bana doyum sağlar.					
20)Pandemi sürecinde işimi yaparken kendi yöntemlerimi kullanabiliyorum.					

EK 3: Örgütsel Bağlılık Ölçeği

B) Sağ taraftaki kutular Kesinlikle katılmıyorum' dan Kesinlikle katılıyorum'a doğru soldan sağa sıralanmıştır. İfadelere katılım düzeyinizi en düşük "1" en yüksek "5" olarak ifade ediniz.	**Kesinlikle Katılmıyoru**	**Katılmıyoru**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**
	1	2	3	4	5
1)Çalışma hayatımın devamını bu işletmede geçirmek beni mutlu eder					
2)Pandemi sürecinde işletmenin problemlerini kendi problemlerim gibi görürüm.					
3)Pandemi sürecinde çalıştığım işletmeye duygusal olarak bağlı hissetmiyorum					
4)Pandemi sürecinde dışarıdaki yaşamımda işletmem hakkında konuşmak hoşuma gider.					
5)Pandemi sürecinde bu işletmede sağladığım uyumu farklı bir işletmede de sağlayabileceğimi düşünmüyorum					
6)Pandemi sürecinde bu işletmede kendimi ailenin parçası olarak hissetmiyorum					
7)Pandemi sürecinde bu işletmenin benim için kişisel bir anlamı var.					
8)Pandemi sürecinde çalıştığım işletmeye güçlü bir aidiyet duygusu hissetmiyorum.					
9)Pandemi sürecinde bu işletmeden ayrılırsam hayatımdaki çoğu şey kötü etkilenir					
10)Pandemi sürecinde bu işten ayrılmamamın diğer sebebi iş alternatiflerimin az olması.					
11)Bu işletmede çalışmaya devam etmemin en önemli nedenlerinden biri burada sahip olduğum kişisel faydaları başka bir işletmenin sağlayamayacağı olasılığıdır.					
12)Pandemi sürecinde işten ayrılmak maddi açıdan bana sorunlar yaratmaz					
13)Pandemi sürecinde işten ayrılmak için pek fazla seçeneğim olmadığını düşünüyorum.					
14)Pandemi sürecinde başka bir iş bulmadan bu işletmeden ayrılmaktan korkmuyorum					
15)Pandemi sürecinde istesem bile bu işten ayrılmak benim için çok zor olurdu.					
16)Pandemi sürecinde bu işletmede ihtiyaçlarımdan dolayı çalışıyorum.					
17)Çalışanın işletmeden işletmeye geçiş yaparak iş değiştirmesini etik bulmuyorum					
18)Pandemi döneminde insanlar çok iş değiştiriyorlar.					
19)Çalışanın her zaman çalıştığı işletmeye sadık olması gerektiğine inanmıyorum.					
20)Pandemi döneminde başka bir işletmeden daha iyi bir iş teklifi alsam bile işletmemden ayrılmayı doğru bulmazdım.					
21)Pandemi döneminde bu işletmede çalışmamın en önemli nedeni sadakatli olmamdır.					
22)Bir işletmeye sadık kalmam gerektiği bana öğretildi.					
23)İnsanların kariyerlerinin büyük bir kısmını tek bir işletmeye bağlı kalarak çalıştığı dönemler daha iyiydi.					
24)Pandemi sürecinde iş adamı veya iş kadını olmak istemeyi mantıklı bulmuyorum					

ÖZGEÇMİŞ



Ad-Soyad **: Koray Yunus Ellidört**

Doğum Tarihi ve Yeri **:** [redacted]

E-posta **:** [redacted]

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lise** **:** 2012, Akçakoca Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
- **Lisans** **:** 2016, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konaklama İşletmeciliği

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- 2010-2011 yılları arasında Gyp Sophilla Holiday Village'de çalıştı
- 2011-2012 yılları arasında Baltürk Otel'de çalıştı.
- 2014-2015 yılları arasında HiltonSA Ankara'da çalıştı.
- 2017'den beri Tanyıldız İnşaat Limited Şirket'i bünyesindeki düğün salonları ve restoranında genel müdür yardımcısı olarak çalışmakta.

BİLDİRİLER VE MAKALELER:

- **Özbay, G, Ellidört, K.** (2020). Turizm Sektöründe Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Sorunları: Kocaeli Örneği. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18 (3), 179-195
- **Özbay, G, Ellidört, K.** (2020). Yiyecek İçecek Sektöründe Faaliyet Gösteren Aile İşletmelerinin İşgücü Devir Hızı Sorunları: Kocaeli İlinde Bir Araştırma. 2. *Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi* (425-448)