

Sosyal Kaytarma Algısı İle İş Tatmini Arasındaki İlişkinin Otel İşletmeleri Açısından İncelenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Firdevs Feyza İNCE

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

firdevs.ince@hbv.edu.tr, www.orcid.org/0000-0003-1428-5484

Öz

Bu araştırmada, konaklama sektörü çalışanlarının sosyal kaytarma davranışı algılarının iş tatminine ilişkin etkisi ve ilişkisi, araştırma için seçilen konaklama sektörü çalışanları içerisinde belirlenen örnekleme uygulanan anket soruları çerçevesinde incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın ana amacı, konaklama sektöründe verilen hizmetin özelliği gereği, insana yakın ve grup çalışması gerektirmesi nedeniyle çalışanlarda görülen sosyal kaytarma davranışının onların iş tatmini ile ilişkisi ve etkileşimi olup olmadığını belirlemektir. Çalışmanın diğer amaçları da çalışan verimliliğini, performansını ve motivasyonunu artırıcı ve düzeltici uygulamaların önemini anlaşılmasına yardımcı olmak; aynı zamanda bu konuda farkındalık geliştirilmesine ışık tutmaktır. Araştırmanın evreni ve örneklemi; Ankara ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı toplam 57 konaklama işletmesinde çalışan ve rastgele seçilen toplam 384 otel çalışanıdır.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla uygulanan anket formlarından elde edilen veriler SPSS 20 paket istatistik programı kullanılarak analiz edilmiş, frekans ve yüzde dağılım tabloları incelenerek veri analizlerinde parametrik testler kullanılmış, katılımcıların sosyal kaytarma davranışı algılarının iş tatminlerine olan etkisi ve ilişkisini belirleyebilmek için ise basit regresyon ve korelasyon analizi yapılmıştır. Elde edilen bulguların daha iyi görülebilmesi için analiz sonuçları tablolanmış ve araştırmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır. Gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre yapılan analizlerde, sosyal kaytarma davranışı ve iş tatmini arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki ve etkileşim olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, örgütte çalışma sistemi içerisinde sosyal kaytarma davranışlarının var olması durumunun, işgörenlerin iş tatminlerini olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Araştırmanın tartışma bölümünde ise, örgüt yönetimlerinin sosyal kaytarma davranışının iş tatminine olumsuz etkilerini göz önünde bulundurarak, bu doğrultuda hareket etmeleri gerektiğinin önemi ve çalışanların iş tatminine olumsuz etki eden sosyal kaytarma davranışını önleyecek stratejik yaklaşımlar geliştirilmesi gerekliliğine dikkat çekilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Kaytarma Davranışı, İş Tatmini, Otel İşletmeleri

Makale Gönderme Tarihi: 01. 12. 2021

Makale Kabul Tarihi: 26. 02. 2022

Önerilen Atf:

İnce, F. F. (2022). Sosyal Kaytarma Algısı İle İş Tatmini Arasındaki İlişkinin Otel İşletmeleri Açısından İncelenmesi, *İşletme Akademisi Dergisi*, 3 (1): 46-56.



Examination of the Relationship Between The Perception of Social Loafing and Job Satisfaction in terms of Hotel Managements

Dr. Öğr. Üyesi Firdevs Feyza İNCE

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism

firdevs.ince@hbv.edu.tr, www.orcid.org/0000-0003-1428-5484

Abstract

In this research, the effect and relationship of the social loafing behavior perceptions of the accommodation sector employees on job satisfaction was tried to be examined within the framework of the questionnaire questions applied to the sample selected among the accommodation sector workers selected for the research. The main purpose of the research is to determine whether the social loafing behavior seen in employees has a relationship and interaction with their job satisfaction due to the nature of the service provided in the accommodation sector, and because it requires close to people and group work. Other purposes of the study are to help understand the importance of improving and corrective practices that increase employee productivity, performance and motivation; at the same time, it is to shed light on the development of awareness on this issue. The universe and sample of the research; a total of 384 randomly selected hotel employees working in 57 accommodation establishments with 4 and 5 stars operating in the province of Ankara.

In order to test the hypotheses, the answers of the questionnaire forms applied in the research were evaluated; the data obtained from the questionnaire forms were analyzed using the SPSS 20 package statistics program; frequency and percentage distribution tables were examined and parametric tests were used in data analysis; simple regression and correlation analysis were conducted to determine the effect and relationship of participants' perceptions of social loafing behavior on job satisfaction. In order to better see the findings, the results of the analysis were tabulated and interpreted in line with the purpose of the research. In the analyzes made according to the results of the research, it was determined that there is a negative significant relationship and interaction between social loafing behavior and job satisfaction. Accordingly, it has been observed that the existence of social loafing behaviors in the working system in the organization affects the job satisfaction of the employees negatively. In the discussion part of the research, attention is drawn to the importance of organizational management taking into account the negative effects of social loafing behavior on job satisfaction and to act in this direction, and the necessity of developing strategic approaches to prevent social loafing behavior that negatively affects employee job satisfaction.

Keywords: Social Loafing Behavior, Job Satisfaction, Hotel Management

Received: 01. 12. 2021

Accepted: 26. 02. 2022

Suggested Citation:

İnce, F.F. (2022). Examination of the Relationship Between The Perception of Social Loafing and Job Satisfaction in terms of Hotel Managements, *Journal of Business Academy*, 3 (1): 46-56.

1.GİRİŞ

Günümüz dünyasında, ticari ve ekonomik ilişkilerin yapısı ve nitelikleri de geçmiş dönemlere göre değişmiş ve gelişmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak, örgütsel yapılar ve işleyiş stratejileri de değişikliğe uğramıştır. Giderek zorlaşan ve yoğunlaşan rekabet koşullarına uyum sürecinde günümüz işletmeleri örgüt amaçlarına ulaşmak konusunda pek çok yönetsel ve örgütsel stratejiler geliştirmek ve uygulamak durumunda kalmaktadır. Bu çerçevede, işletmelerin amaçlarına ulaşmalarında temel faktörlerden birinin de örgütün temel kaynaklarının başında gelen 'işgücünün etkin kullanımı' olduğu aşikârdır.

Günümüz örgütlerinde işgörenlerin çalışma şekillerinde de değişimler meydana gelmektedir. Çalışanların bireysel olarak icra ettikleri görevler ve işler, takım halinde yapılan işlere dönüşebilmektedir. Bu tür çalışma dinamiklerine resmi/hiyerarşik örgüt yapılarından ziyade informal/biçimsel olmayan, kendi kendini yöneten örgüt yapıları içerisinde rastlanmaktadır. Bir örgütte takım çalışması şeklinde yapılan işlerde takımın performansı, takımın içinde faaliyet gösteren bireylerin katkısı ve performansı oranında artmakta ya da azalmaktadır. Bu konuda yapılan ve çalışmamızda yer verilen araştırmalarda, işgörenlerin bireysel olarak yapılan işlerde yüksek performans gösterirken, takım çalışmalarında bireysel performansından daha düşük çaba sarf etme eğiliminde oldukları görülmüştür. Bu tespitlerden yola çıkılarak belirlenen performans kayıpları, örgütsel davranış bağlamında 'sosyal kaytarma' olarak tanımlanmaktadır.

Bu araştırmanın amacı; turizm sektöründe tüketiciye sunulan hizmetin önemli ölçüde işgücüne dayanması ve ekip çalışması gerektirmesi nedeniyle, özellikle konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin sosyal kaytarma algılarının iş tatminlerine etkisini belirlemektir. Buna ek olarak, işletme yönetimlerinin, çalışanların sosyal kaytarma algılarından kaynaklanan olumsuzluklar olabileceğini fark etmelerini sağlamak ve bu konuyla ilgili olarak alınabilecek tedbirlere ışık tutmaktır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

Takım halinde yapılan işlerde, takımın performansı, bireylerin katkısı oranında artmaktadır. Ancak yapılan araştırmalarda, bireysel olarak yapılan işlerde yüksek performans gösteren bazı çalışanların, takım çalışmalarında bireysel performansından daha düşük çaba sarf etme eğiliminde olduğu görülmektedir (Şeşen, H./Kahraman, Ç.A., 2014).

Sosyal kaytarma ile ilgili ilk araştırma, Fransız ziraat mühendisi Ringelmann tarafından 1913 yılında gerçekleştirilmiştir (Ringelmann, 1913). Ringelmann'ın yürüttüğü araştırma, halat çekme deneyi olarak adlandırılmaktadır. Bu araştırmada, bireylerin halat çekerken uyguladıkları kuvvetin, tek başına iken ve grup içerisinde iken farklı olduğu belirlenmiştir. Gruba katılanların sayısı arttıkça her bir bireyin uyguladığı kuvvetin daha da azaldığı tespit edilmiştir. Bunun da en önemli nedeni olarak, grup içerisinde bireyin performansının ayırt edilememesi olduğu belirtilmiştir. Grup halindeki faaliyetlerde her bir bireyin çabasının ayrıca ve net olarak belirlenememesi, sosyal kaytarmaya etki eden en önemli sebeplerdendir. Bir takım çalışması sonucunda elde edilecek ödül tüm gruba eşit dağıtılıyorsa, bu durum bireylerde en az bireysel çaba gösterme eğilimini ortaya çıkarmaktadır. 'Kalabalık içinde kaybolma' olarak adlandırılan bu durum sosyal kaytarma eğilimini artırmaktadır (Latane vd., 1979).

Yapılan bir başka sosyal kaytarma araştırmasında da; örgütlerde grup üyelerinin sayısının artması sonucunda sorumlulukların ve görevlerin daha fazla işgörene pay edilmesi nedeniyle bazı grup üyelerinin gruba ve yapılan işe bireysel katkılarının fark edilemeyeceğine inanması neticesinde bireysel olarak iş yapmaya yönelik çabalarının azalması durumunun ortaya çıktığı gösterilmiştir (Kanten, 2014: 14).

Sosyal kaytarma ile ilgili örgütsel davranış ve çalışma psikolojisi alanında yapılan araştırmalarda, bu davranışın grup üyelerinin olumsuz davranış sergileyen diğer işgörenleri örnek almaları sonucunda zamanla artabileceği de vurgulanmaktadır (Tolukan, 2017: 2-4).

Latané ve diğerleri (1979) orijinal adı “Clap Your Hands and Shout Out Loud” olan el çırpma ve yüksek sesle bağırma temalı bir deney gerçekleştirmiştir. Latané ve arkadaşları bu deney sonucunda, gruptaki kişi sayısı arttıkça, deneklerin her birine düşen gürültü şiddetinin de azaldığını kanıtlamış, bireylerin grup halinde iken çabalarındaki düşüşü bilimsel bir deneyle açıklamış ve sosyal kaytarmayı “çalışma grubu içerisinde bireyin, aynı görevi yapan diğer bireylerle karşılaştırıldığında çabasını azaltma eğilimi” olarak ifade etmiştir. Sosyal kaytarma (social loafing) kavramının ilk kez kullanıldığı bu çalışmada sosyal kaytarma “toplumsal bir hastalık” olarak nitelendirilmiştir (İlgin, 2013: 241).

Bunu destekleyen bir diğer çalışmada ise; grubun büyüklüğü ile sosyal etki teorisi ve sosyal kaytarma arasındaki ilişki incelenmiş ve grup büyüdükçe her birey üzerine düşen etki azaldığından bireydeki sosyal kaytarma eğiliminde de artış gözlemlenmiştir (Karau & Williams, 1993).

Bu araştırmalara ek olarak, grup içinde bireylerin çabalarının özel olarak belirlendiği durumlarda bireylerin performanslarında artış olduğu, belirlenemediği durumlarda ise kaytarma davranışında artış olduğu gözlemlenmiştir (Liden vd., 2004).

Yukarıda bahsi geçen araştırma sonuçlarına ek olarak, bir örgüt içerisinde faaliyet gösteren bireylerin etkileşimlerinin sosyal mübadele çerçevesinde karşılıklı saygı ve güvene dayalı olarak geliştiği görülmüştür (Uhl-Bien vd., 2000).

Dolayısıyla, bu araştırmaların da sağladığı veriler ışığında görülmektedir ki, bireylerin aralarındaki sosyal değişimin kalitesi yükseldikçe o grup içerisindeki bireylerin sosyal kaytarmaları da azalmaktadır (Murphy vd., 2003).

3.YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Bu çalışmada, nicel veri toplama yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Tezer (1991) tarafından geliştirilen ankette toplam 10 soru bulunmaktadır. İşgörenlerin iş tatminini ölçmeye yönelik olarak hazırlanmış olan bu bölüm 5’li Likert türünde derecelendirilerek oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan anket, çalışanların demografik bilgileri, sosyal kaytarma davranışları ve iş tatminlerinin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanmıştır ve üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın amacından hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₁: Araştırmaya katılanların sosyal kaytarma davranışlarına ilişkin algıları ile iş tatminleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Araştırmaya katılanların sosyal kaytarma davranışlarının iş tatminine etkisi vardır.

H₃: Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine göre sosyal kaytarma algısına ilişkin anlamlı farklılıklar vardır.

H₄: Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine göre iş tatminine ilişkin anlamlı farklılıklar vardır.

3.2.Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezleri analiz edebilmek için, öncelikle uygulanan anketi cevaplamaya gönüllü kişiler seçilmiştir. Bu çerçevede araştırma, Ankara’da faaliyet gösteren 42 adet 4 yıldızlı ve 15 adet 5 yıldızlı (TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara İl Kültür ve Turizm

Müdürlüğü, 2022) olmak üzere toplam 57 otel olduğu belirlenmiştir. Söz konusu otellerdeki resmi çalışan sayısı verisine ulaşılammış olmakla birlikte, yaklaşık olarak 2.800 çalışan olduğu öngörülmüştür. Bu çerçevede, evren içerisinde rastgele seçilen otellerde istihdam edilenler arasından yine rastgele seçilen 384 kişiye uygulanan anket formu ile değerlendirilmiştir.

Evrenin büyüklüğüne, örnekleme hatasına ve güven aralığına göre uygun örneklem büyüklüğünün belirlenmesi konusunda çeşitli istatistiksel yöntemler olup, yapılan hesaplar özet olarak örneklem büyüklüğü tabloları ile gösterilmektedir. Söz konusu ilişkilerin daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla $\alpha=0,05$ için $\pm 0,03$, $\pm 0,05$ ve $\pm 0,10$ örnekleme hataları konusunda farklı evren büyüklükleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. $\alpha=0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri

| Evren Büyüklüğü | + 0.03 örnekleme hatası (d) | | | +0.05 örnekleme hatası (d) | | | +0.10 örnekleme hatası (d) | | |
|--------------------|--------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------|----------------|----------------|
| | p=0.5 q=0.5 | p=0.8 q=0.2 | p=0.3 q=0.7 | p=0.5 q=0.5 | p=0.8 q=0.2 | p=0.3 q=0.7 | p=0.5 q=0.5 | p=0.8 q=0.2 | p=0.3 q=0.7 |
| 100 | 92 | 87 | 90 | 80 | 71 | 77 | 49 | 38 | 45 |
| 500 | 341 | 289 | 321 | 217 | 165 | 196 | 81 | 55 | 70 |
| 750 | 441 | 358 | 409 | 254 | 185 | 226 | 85 | 57 | 73 |
| 1.000 | 516 | 406 | 473 | 278 | 198 | 244 | 88 | 58 | 75 |
| 2.500 | 748 | 537 | 660 | 333 | 224 | 286 | 93 | 60 | 78 |
| 5.000 | 880 | 601 | 760 | 357 | 234 | 303 | 94 | 61 | 79 |
| 10.000 | 964 | 639 | 823 | 370 | 240 | 313 | 95 | 61 | 80 |
| 25.000 | 1023 | 665 | 865 | 378 | 244 | 319 | 96 | 61 | 80 |
| 50.000 | 1045 | 674 | 881 | 381 | 245 | 321 | 96 | 61 | 81 |
| 100.000 | 1056 | 678 | 888 | 383 | 245 | 322 | 96 | 61 | 81 |
| 1.000.000 | 1066 | 682 | 896 | 384 | 246 | 323 | 96 | 61 | 81 |
| 100 mln. | 1067 | 683 | 896 | 384 | 245 | 323 | 96 | 61 | 81 |

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

Tablodan da görüleceği üzere (2.500 evren büyüklüğü için 333); araştırmamızda kullanılan örneklem büyüklüğünün (384 çalışan), seçilen hata payına göre evreni temsil etmek açısından uygun ve yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmanın evreni olarak konaklama işletmelerinin seçilmesinin temel nedeni, bu tür işletmelerde verilen hizmetin özelliği gereği grup çalışması ve insan-yoğun, emek-yoğun görevler içermesidir.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan anket formunda, birinci bölümde ankete katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik toplam dört soru bulunmaktadır. İkinci bölümde, Tezer (1991) tarafından geliştirilen ve ankete katılanların iş tatminlerini ölçmeye yönelik olarak hazırlanmış toplam 10 soru bulunmaktadır. İşgörenlerin iş tatminini ölçmeye yönelik olarak hazırlanmış olan bu bölüm 5’li Likert türünde derecelendirilerek oluşturulmuştur. Üçüncü bölümde ise, ankete katılanların sosyal kaytarma algısını belirlemeye yönelik (Liden vd. (2004)’e benzer şekilde) toplam 13 sorudan oluşan sosyal kaytarma ölçeği bulunmaktadır. Anket formlarından elde edilen veriler, SPSS 20 paket istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında frekans ve yüzde dağılım tabloları incelenerek veri analizlerinde parametrik testler kullanılmış; verilerin güvenilirliğini test edebilmek için tutarlılık değeri olan Cronbach alpha güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır.

3.4.Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında katılımcıların sosyal kaytarma davranışı algılarının iş tatminlerine olan etkisi ve ilişkisini belirleyebilmek için ise basit regresyon ve korelasyon testi ile birlikte katılımcıların demografik özellikleri açısından farklılaşan gruplar arasında sosyal kaytarma algılarına ve iş tatminlerine yönelik demografik değişkenler bakımından farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla T Testi ve Anova testi uygulanmıştır. Elde edilen bulguların daha iyi görülebilmesi için analizler tablanmış ve araştırmanın amacı doğrultusunda bulgular yorumlanarak sonuç ve öneriler bildirilmiştir.

4.BULGULAR

Araştırma kapsamında, verilerin güvenilirliğini test edebilmek için tutarlılık değeri olan Cronbach alpha güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Bu değerler; 13 sorudan oluşan sosyal kaytarma davranışı ölçeği için alpha: 0,852 ve 10 sorudan oluşan iş tatmini ölçeği için ise alpha: 0,889 olarak bulunmuştur. Bulunan bu alpha değerleri için, sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen araştırmalar literatürüne göre en yüksek düzeyde ($0,80 < \alpha < 1$) güvenilirliğe sahip ölçek değerlendirilmesi yapılmaktadır (Kalaycı vd., 2005).

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ait frekans ve yüzde dağılımları aşağıdaki Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Bireysel Özelliklerine Göre Frekans ve Yüzde Analiz Dağılım Sonuçları

| Demografik Özellikler | | F | % |
|-----------------------|----------------|------------|--------------|
| Cinsiyet | Kadın | 171 | 44,5 |
| | Erkek | 213 | 55,5 |
| Yaş | 25 ve Altı | 99 | 25,8 |
| | 26-30 Yaş | 89 | 23,2 |
| | 31-35 Yaş | 79 | 20,6 |
| | 36-40 Yaş | 55 | 14,3 |
| | 41 ve Üstü Yaş | 62 | 16,1 |
| Eğitim Düzeyi | İlköğretim | 34 | 8,9 |
| | Lise | 128 | 33,3 |
| | Ön lisans | 54 | 14,1 |
| | Lisans | 141 | 36,7 |
| | Lisans Üstü | 27 | 7,0 |
| Sektörde Çalışma Yılı | 0-1 Yıl | 58 | 15,1 |
| | 2-5 Yıl | 112 | 29,2 |
| | 6-10 Yıl | 101 | 26,3 |
| | 11-15 Yıl | 59 | 15,4 |
| | 16 ve üzeri | 54 | 14,1 |
| Toplam | | 384 | 100.0 |

Tablo 2’de araştırmaya katılanların demografik değişkenlere göre dağılımlarına bakıldığında; Cinsiyet değişkenine göre çoğunluğun %55,5 ile erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Yaş değişkenine göre ise birbirine yakın yüzdeler var olmakla birlikte, 25 ve altı yaş grubunun (%25,8) diğerlerine göre daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi değişkenine göre lisans (36,7) ve lise (%33,3) mezunu olanların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanların sektörde çalışma sürelerine göre dağılımına bakıldığında ise en fazla katılımın 2-5 yıl arası çalışanlardan olduğu (%29,2) görülmektedir.

Tablo 3. Çalışanların Sosyal Kaytarma Davranışı Algıları ile İş Tatminleri Arasındaki İlişki (N= 384)

| | Ortalama | s.s. | P | Sig | N |
|-------------------|----------|--------|-------|------|-----|
| İş Tatmini Algısı | 3.7625 | .71741 | 1 | .000 | 384 |
| Sosyal Kaytarma | 2.9549 | .72429 | -.353 | .000 | 384 |

Tablo 3’de katılımcıların iş tatmini ölçeği (Ort= 3.76, SS= .71), sosyal kaytarma ölçeği (Ort= 2.95, SS= .72) skorları arasındaki ilişki Pearson Korelasyonu ile ölçülmüştür. Bu değişkenler arasında orta seviyede, negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r = (382), p < .01$).

Tablo 4. Çalışanların Sosyal Kaytarma Davranışı Algılarının İş Tatminlerine Etkisi

| Bağımsız Değişken | Bağımlı Değişken | B | s.s. | t | (β) | R | R ² | F | p |
|---------------------------|------------------|-------|------|--------|-------|------|----------------|--------|------|
| Sosyal Kaytarma Davranışı | İş Tatmini | 4.796 | .144 | 33.248 | -.353 | .353 | .125 | 54.401 | .000 |

Tabloya göre; anlamlılık düzeyi (Sig) $p < .05$ olduğu için kurulan regresyon modeli anlamlıdır. İlişkinin etkinlik düzeyine göre yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre çalışanların sosyal kaytarma davranışının iş tatminleri üzerine orta düzeyde, negatif yönde, anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Modelin açıklama gücü olarak ifade edilen R² değeri= .125 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, çalışanların iş tatmini algısı değişkeninin %12.4'lük kısmının bağımsız değişken olan sosyal kaytarma davranışı tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon modeline dâhil edilen bağımsız değişkenin beta katsayısı = - .353'tür ($p < .05$). Buna göre çalışanların sosyal kaytarma davranışı iş tatminleri algısı üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Tablo 5. Çalışanların Sosyal Kaytarma Algıları İle Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılığa İlişkin Anova ve T Testi sonuçları

| Demografik Değişkenler | | n | X | s.s. | F/t | p | Anlam Farkı |
|------------------------|------------|-----|------|------|-------|------|-------------|
| Cinsiyet | Kadın | 171 | 2,93 | ,703 | ,987 | ,321 | Yok |
| | Erkek | 213 | 2,97 | ,741 | | | |
| Eğitim Düzeyi | İlköğretim | 34 | 3,15 | ,579 | 1,733 | ,142 | Yok |
| | Lise | 128 | 3,01 | ,743 | | | |
| | Ön | 54 | 2,79 | ,638 | | | |
| | Lisans | 141 | 2,93 | ,710 | | | |
| | Lisansüstü | 27 | 2,82 | ,957 | | | |
| Yaş | 25 ve Altı | 99 | 2,97 | ,748 | 1,089 | ,362 | Yok |
| | 26-30 | 89 | 2,98 | ,736 | | | |
| | 31-35 | 79 | 2,84 | ,780 | | | |
| | 36-40 | 55 | 3,09 | ,556 | | | |
| | 41 ve Üstü | 62 | 2,90 | ,722 | | | |
| Çalışma Yılı | 0-1 yıl | 58 | 3,03 | ,653 | ,440 | ,780 | Yok |
| | 2-5 yıl | 112 | 2,92 | ,687 | | | |
| | 6-10 yıl | 101 | 2,91 | ,837 | | | |
| | 11-15 yıl | 59 | 3,02 | ,616 | | | |
| | 16 ve Üstü | 54 | 2,92 | ,763 | | | |

* $p < .05$

Tablo 5’de ankete katılan çalışanların sosyal kaytarma algısına ait demografik değişkenlere göre ayrılmış gruplar arasında farklılık olup olmadığını gösteren T Testi ve Anova testi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen verilere göre çalışanların sosyal kaytarma algılarının ayrılan gruplardaki demografik değişkenlere göre farklılık göstermediği izlenmektedir. Bu bağlamda, genel olarak çalışanların istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ($p>0.05$) demografik değişkenlere göre belirlenen gruplar arasında sosyal kaytarma algısında farklılık olmadığı söylenebilir. Buradan hareketle araştırmanın üçüncü hipotezi (Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine göre sosyal kaytarma algısına ilişkin anlamlı farklılıklar vardır) desteklenmemektedir.

Tablo 6. Çalışanların İş Tatminleri İle Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılığa İlişkin T ve Anova Testi Sonuçları

| Demografik Değişkenler | | n | X | s.s | F/t | p | Anlam Farkı |
|------------------------|------------|-----|------|------|-------|--------|-------------|
| Cinsiyet | Kadın | 171 | 3,76 | ,663 | 1,772 | ,184 | Yok |
| | Erkek | 213 | 3,76 | ,759 | | | |
| Eğitim Düzeyi | İlköğretim | 34 | 3,51 | ,102 | 4,045 | 0,003* | Var |
| | Lise | 128 | 3,67 | ,716 | | | |
| | Ön | 54 | 3,74 | ,779 | | | |
| | Lisans | 141 | 3,89 | ,665 | | | |
| | Lisansüstü | 27 | 4,15 | ,808 | | | |
| Yaş | 25 ve Altı | 99 | 3,54 | ,696 | 4,163 | 0,003* | Var |
| | 26-30 | 89 | 3,76 | ,764 | | | |
| | 31-35 | 79 | 3,79 | ,647 | | | |
| | 36-40 | 55 | 3,87 | ,662 | | | |
| | 41 ve Üstü | 62 | 3,97 | ,741 | | | |
| Çalışma Yılı | 0-2 yıl | 58 | 3,75 | ,593 | 2,158 | ,073 | Yok |
| | 2-5 yıl | 112 | 3,68 | ,661 | | | |
| | 6-10 yıl | 101 | 3,74 | ,814 | | | |
| | 11-15 yıl | 59 | 3,72 | ,724 | | | |
| | 16 ve Üstü | 54 | 4,01 | ,717 | | | |

* $p<0,05$

Tablo 6’da ankete katılan çalışanların iş tatminine ait demografik değişkenlere göre ayrılmış gruplar arasında farklılık olup olmadığını gösteren T Testi ve Anova testi sonuçları yer almaktadır. Tablo 6’dan elde edilen verilere göre iş tatminine yönelik katılımcıların eğitim düzeyi ve yaş özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği izlenmektedir. Cinsiyet değişkeni ve çalışma yılı değişkenine göre ise herhangi bir farklılık tespit edilememiştir. Bu bağlamda, genel olarak çalışanların istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ($p>0.05$) demografik değişkenlere göre belirlenen gruplar arasında iş tatminine yönelik bazı değişkenlerde farklılıklar göstermektedir. Buradan hareketle araştırmanın dördüncü hipotezinin (Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine göre iş tatminine ilişkin anlamlı farklılıklar vardır.) desteklendiği söylenebilir.

5.TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüz işletmeciliğinin ve örgüt yapılarının sürekli olarak değişmekte olduğu gerçeği yaygın bir şekilde kabul görmektedir. Özellikle turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin emek yoğun hizmet vermesi, emek verimliliğinin artırılması gereğini ayrıca önemli kılmaktadır. Bu husus, otel işletmelerinde verilen hizmetin kalitesini ve buna bağlı olarak müşteri memnuniyetini de etkilemektedir. Bu sebeple, çalışanların yaptıkları işlerde etkin ve verimli olmasının sağlanması, işletme yönetimlerinin temel konularından biri haline gelmiştir. Özellikle takım

çalışmasının turizm sektöründe yoğun uygulanıyor olduğu hususu, sosyal kaytarma davranışının varlığının ve bunun iş tatminine, çalışan performansına etkisinin belirlenmesi açısından önem taşımaktadır.

Gerçekleştirilen nicel araştırmamız kapsamında oluşturulan hipotezlerin istatistiksel yöntemler olan; korelasyon, regresyon, T Testi ve Anova testleri uygulanarak test edilmesi neticesinde, çalışanların sosyal kaytarma davranışlarının onların iş tatminlerini anlamlı şekilde etkilediği ve bu etkinin negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Takım çalışmasına dâhil olan çalışanların işleri ne kadar verimli yaptığı konusunun takımın performansını belirlediği gerçeğinden yola çıkılacak olursa, ekip çalışmalarında insan unsurunun 'kalabalık içinde kaybolma' eğiliminin, bir başka deyişle sosyal kaytarma eğilimlerinin göz ardı edilmemesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Yapılan analizler sonucunda, araştırmamızın amacına uygun olarak geliştirilen H₁: "Araştırmaya katılanların sosyal kaytarma davranışı algıları ile iş tatminleri arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi desteklenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre konaklama işletmelerinde çalışanların birlikte çalıştıkları grup içinde algıladıkları sosyal kaytarma davranışları ile iş tatminleri arasında orta düzeyde ve negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İncelemeye tabi tutulan iki değişken arasında etkinin yönünü ve şiddetini belirlemek için yapılan regresyon analizine göre, sosyal kaytarma davranışı algısının bireyin iş tatmininin %12'sini anlamlı bir şekilde açıklayabildiği görülmektedir. Araştırmada gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre ayrıca, sosyal kaytarma davranışı algısındaki bir birimlik artışın, çalışanların iş tatminine %35'lik bir etki yaptığı izlenmektedir. Dolayısıyla, yapılan araştırma sonucu elde edilen bulgular beklendiği gibi, konaklama işletmelerinde çalışanların sosyal kaytarma davranışı algılarının artmasının çalışanların iş tatminini olumsuz şekilde etkilediğini göstermiştir.

Araştırmada iki bağımlı değişken arasındaki korelasyon ve regresyon analizlerine ek olarak sosyal kaytarma davranışı algısı ve iş tatmininin araştırmaya katılan çalışanların demografik özelliklerine göre ayrılan gruplarda farklılık gösterip göstermediği de T Testi ve Anova testleriyle incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre; araştırmamızın üçüncü hipotezi (Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine göre sosyal kaytarma algısına ilişkin anlamlı farklılıklar vardır) desteklenmemekle birlikte, araştırmamızın dördüncü hipotezinin (Araştırmaya katılanların demografik değişkenlerine göre iş tatminine ilişkin anlamlı farklılıklar vardır) bazı değişkenler açısından desteklendiği tespit edilmiştir.

Araştırmamızın sonuçlarıyla bağlantılı olarak; sosyal kaytarma davranışının önlenmesi ya da en aza indirilmesi sayesinde, çalışanların bu konudaki algılarının azaltılabileceği ve bunun sonucunda çalışanların iş tatmin düzeylerinin artırılabilceği görülmektedir.

Bu doğrultuda geliştirilmiş olan öneriler aşağıda yer almaktadır:

- Çalışma gruplarında takım çalışması ruhu ve aile ortamı içerisinde işbirliği yaparak çalışmayı sağlayacak ortamın yaratılmasının yolları aranmalıdır.
- Çalışana bireysel anlamda yaptığı işin sorumluluğu ve karar verme yetkisi verilmelidir
- Çalışanların maddi ve manevi motivasyonları sağlanarak, yaptıkları işi ve kendilerini geliştirmeleri hususunda destekleyici uygulamalar geliştirilmelidir.
- Çalışanların bireysel ilgi, yetenek, eğitim, uzmanlık ve kişilik özellikleri dikkate alınarak verilen işlerin ve görevlerin tanımları yapılmalıdır.
- Çalışanların birlikte hareket ettikleri grup içerisindeki iş performanslarının ayırt edilebilir olduğunu gösterecek şekilde, adil bir çalışma ve cezalandırma sistemi oluşturulmalıdır.
- Çalışanların çalışma ortamı dışında bir araya gelerek etkileşim ve iletişim içinde olabilecekleri sosyal faaliyetler düzenlenmelidir.
- Çalışanların örgüt içerisindeki davranışsal özellikleri sürekli gözlemlenmeli ve değerlendirilmelidir. Bu sayede, davranış özelliklerine ve kişilik yapılarına göre doğru

tanımlanabilmiş bir çalışan (örgüt) yapısı çok daha etkin ve verimli şekilde çalışacak, sosyal kaytarma davranışı çok daha az gözlenecek ve hatta zamanla tamamen terk edilecektir.

Araştırma sonuçlarına göre; kanımızca işletme yönetimlerinin yukarıda sayılan ilke ve öneriler doğrultusunda hareket etmeleri, yönetimlerinin temel hareket stratejilerini, stratejik planlarını, amaçlarını, hedeflerini oluştururken bu hususlara dikkat etmeleri gerekliliği açıktır. Bu çerçevede çalışanların sosyal kaytarma davranışının azaltılması ve ortadan kaldırılması için; yaptıkları işin sorumluluğunun, yaptıkları iş/işlerle ilgili karar yetkilerinin kendilerine verilmesi, yaptıkları iş/işlerle ilgili yönetsel konularda kendilerine söz ve fikir hakkı tanınması, çeşitli çağdaş yönetim yaklaşımlarının örgüt bünyesinde uygulanabilirliğinin arttırılması gerekmektedir. Son olarak, bu yönde geliştirilecek yönetim tarzının örgütün kültürü halini alması gerektiği; böylece sosyal kaytarma davranışını azaltıcı ve hatta ortadan kaldırıcı etkiye sahip olabileceği ve bu etkinin, doğal olarak çalışanların iş tatminini de yükselteceği kanaatindeyiz.

KAYNAKÇA

- İlgin, B. (2013). Toplumsal Bir Hastalık: Sosyal Kaytarma. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (3), 822-832.
- Kalaycı, Ş. (2005). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., 405.
- Kanten, P. (2014). İşyeri Nezaketsizliğinin Sosyal Kaytarma Davranışı Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Duygusal Tükenmenin Aracılık Rolü. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (1), 11-26.
- Karau, S. J. & Williams, K. D. (1993). Social Loafing: A Meta-Analytic Review and Theoretical Integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65 (4), 681-706.
- Latane, B., Williams, K. D. & Harkins, S. (1979). Many Hands Make the Light the Work: The Causes and Consequences of Social Loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 822-833.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Jaworski, R. A. & Bennett, N. (2004). Social Loafing: A Field Investigation. *Journal of Management*, 30, 285-304.
- Murphy, S.M., Wayne, S.J., Liden, R.C. & Erdoğan, B. (2003). Understanding Social Loafing: The Role of Justice Perceptions and Exchange Relationships. *Human Relations*, 56 (1), 61-84.
- Ringelmann, M. (1913b). Recherches sur les moteurs animes: Travail de rhomme [Research on animate sources of power: The work of man]. *Annales de l'Institut National Agronomique*, 2nd series,(XII), 1- 40.
- Şeşen, H., Kahraman, Ç.A. (2014). İş Arkadaşlarının Sosyal Kaytarmasının, Bireyin İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve Kendi Kaytarma Davranışlarına Etkisi. *İş ve İnsan Dergisi / The Journal of Human and Work*, 1 (1), 43-51.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2022). <https://ankara.ktb.gov.tr/TR-153085/5-yildizli-oteller.html>
- Tezer, E. (1991). İş Doyum Ölçeği, *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Hizmetler Yüksekokulu Dergisi*, 9 (1-2-3), 55-76.
- Tolukan, E., Bayrak, M., & Doğan, P. K. (2017). Antrenörlerin Sosyal Kaytarma Algılarının İncelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 1-13.

- Uhl-Bien, M., Graen, G.B. & Scandura, T.A. (2000). Implications of Leader–Member Exchange for Strategic Human Resource Management Systems: Relationships As Social Capital for Competitive Advantage. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 18, 137–85.
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.