

# ALGILANAN KURUMSAL İTİBAR VE İŞE BAĞLILIĞIN DUYGUSAL EMEK DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: SAĞLIK ÇALIŞANLARI ÖRNEĞİ

Dr. Bünyamin ÖZGÜLEŞ



**ALGILANAN KURUMSAL İTİBAR VE İŞE  
BAĞLILIĞIN DUYGUSAL EMEK DAVRANIŞI  
ÜZERİNE ETKİSİ:  
SAĞLIK ÇALIŞANLARI ÖRNEĞİ**

**Dr. Bünyamin ÖZGÜLEŞ**



Copyright © 2019 by iksad publishing house  
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced,  
distributed, or transmitted in any form or by  
any means, including photocopying, recording, or other electronic or  
mechanical methods, without the prior written permission of the publisher,  
except in the case of  
brief quotations embodied in critical reviews and certain other  
noncommercial uses permitted by copyright law. Institution Of Economic  
Development And Social  
Researches Publications®

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

TURKEY TR: +90 342 606 06 75

USA: +1 631 685 0 853

E mail: [iksadyayinevi@gmail.com](mailto:iksadyayinevi@gmail.com)

[kongreiksad@gmail.com](mailto:kongreiksad@gmail.com)

[www.iksad.net](http://www.iksad.net)

[www.iksad.org.tr](http://www.iksad.org.tr)

[www.iksadkongre.org](http://www.iksadkongre.org)

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2019©

**ISBN: 978-605-7695-12-3**

Cover Design: İbrahim Kaya

July / 2019

Ankara / Turkey

Size = 16 x 24 cm

## İÇİNDEKİLER

<b>Teşekkür.....</b>	<b>1</b>
<b>Giriş .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Algılanan Kurumsal İtibar .....</b>	<b>5</b>
1.1. İtibar ve Kurumsal İtibar Kavramı .....	5
1.2. Kurumsal İtibarın Oluşumunda Etkili Olan Kavramlar ...	9
1.3. İç Paydaşlar Açısından Kurumsal İtibar Algısı .....	14
1.4. Dış Paydaşlar Açısından Kurumsal İtibar Algısı .....	15
1.5. Kurumsal İtibar Modelleri .....	16
1.4. Dış Paydaşlar Açısından Kurumsal İtibar Algısı .....	15
<b>2. İşe Bağlılık.....</b>	<b>29</b>
2.1. İşe Bağlılık İle İlgili Kavramlar .....	29
2.2. İşe Bağlılık .....	41
2.3. İşe Bağlılığın Alt Boyutları .....	48
2.4. İşe Bağlılığın Sonuçları .....	51
<b>3. Duygusal Emek.....</b>	<b>53</b>
3.1. Duygusal Emek Epistemolojisi .....	53
3.2. Duygusal Emek Modelleri .....	57
3.3. Duygusal Emek Alt Boyutları .....	68
3.4. Algılanan Kurumsal İtibar ve Duygusal Emek Davranışı Arasındaki İlişkiler .....	73
3.5. İşe Bağlılık ve Duygusal Emek Davranışı Arasındaki İlişkiler.....	74
<b>4. Gereç ve Yöntem .....</b>	<b>76</b>
4.1. Araştırmanın Amacı Kapsamı ve Sağlayacağı Faydalar	76
4.2. Araştırma Yöntemi .....	80
4.3. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması .....	85
4.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Test Edilmek İstenen Model .....	87

<b>5. Bulgular</b> .....	<b>94</b>
5.1. Araştırmanın Ölçeklerine İlişkin Bulgular .....	94
5.2. Araştırmanın Demografik Faktörlerine İlişkin Bulgular .....	147
5.3. Araştırmanın Hipotezerine İlişkin Bulgular .....	181
5.4. Araştırmanın Hipotezlerinin Kabul Red Tablosu .....	191
<b>Sonuç ve Tartışma</b> .....	<b>192</b>
<b>Kaynaklar</b> .....	<b>205</b>

## **KISALTMALAR LİSTESİ**

**AMOS:** Yapısal Eşitlik Modellemesinde Kullanılan İstatistik Programı

**CCS:** Kurumsal Kişilik Skalası

**RI:** İtibar Enstitüsü

**RQ:** İtibar Katsayısı

**SPSS:** Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı

**TDK:** Türk Dil Kurumu

**UWES:** Utrecht İşe Bağlılık Ölçeği

## **TABLolar LİSTESİ**

- Tablo 1 - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri, s.100
- Tablo 2 - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli İç Tutarlılık Katsayıları, S.101
- Tablo 3 - Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Faktör Yapısı, s.102
- Tablo 4 - İşe Bağlılık Modeli Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri, S.107
- Tablo 5 - İşe Bağlılık Modeli İç Tutarlılık Katsayıları, s.108
- Tablo 6 - İşe Bağlılık Ölçeği Faktör Yapısı, s.109
- Tablo 7 - Duygusal Emek Modeli Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri, s.111
- Tablo 8- Duygusal Emek Modeli Birinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri, s.113
- Tablo 9 - Duygusal Emek Modeli İç Tutarlılık Katsayısı, s.114
- Tablo 10 - Duygusal Emek Ölçeği Faktör Yapısı, s.115
- Tablo 11 - Müşteri Odaklılık Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.116
- Tablo 12 - Yönetim ve Çalışanlar Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.120
- Tablo 13 - Finansal Güvenilirlik Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.122
- Tablo 14 - Yenilikçilik ve Kalite Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.125
- Tablo 15 - Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.128
- Tablo 16 - İşe İstek Duyma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.131
- Tablo 17 - İşe Adanma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.134
- Tablo 18 - İşe Yoğunlaşma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.137
- Tablo 19 - Yüzeysel Rol Yapma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.140
- Tablo 20 - Derinden Rol Yapma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.143
- Tablo 21 - Samimi Duygular Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu, s.145

- Tablo 22 - Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri, s.149
- Tablo 23 - Yaş Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.151
- Tablo 24 - Yaş Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.152
- Tablo 25 - Yaş Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.153
- Tablo 26 - Cinsiyet Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.154
- Tablo 27 - Cinsiyet Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.155
- Tablo 28 - Cinsiyet Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.156
- Tablo 29 - Medeni Durum Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.157
- Tablo 30 - Medeni Durum Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.158
- Tablo 31 - Medeni Durum Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.159
- Tablo 32 - Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.160
- Tablo 33 - Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.161
- Tablo 34 - Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.162
- Tablo 35 - Meslek Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.164
- Tablo 36 - Meslek Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.165



- Tablo 37 - Meslek Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.166
- Tablo 38 - Toplam Hizmet Süresi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.168
- Tablo 39 - Toplam Hizmet Süresi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.168
- Tablo 40 - Toplam Hizmet Süresi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.170
- Tablo 41 - Görev Süresi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.171
- Tablo 42 - Görev Süresi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.172
- Tablo 43 - Görev Süresi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.173
- Tablo 44 - Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.174
- Tablo 45 - Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.175
- Tablo 46 - Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.176
- Tablo 47 - Çalıştığı Birim Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.178
- Tablo 48 - Çalıştığı Birim Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.178
- Tablo 49 - Çalıştığı Birim Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması, s.180
- Tablo 50 - Değişkenler Arasındaki İlişki (Korelasyon) Tablosu, s.182
- Tablo 51 - Duygusal Emek Ölçeği Yüzeysel Rol Yapma Bağlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu, s.186

Tablo 52 - Duygusal Emek Ölçeği Derinden Rol Yapma Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu, s.187

Tablo 53 - Duygusal Emek Ölçeği Samimi Duygular Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu, s.188

Tablo 54 - Duygusal Emek Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu, s.190

Tablo 55 - Araştırma Hipotezlerinin Kabul Red Tablosu, s.191

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kurum Kültürü Buzdağı Örneği (Varoğlu, 2013), s.13

Şekil 2 - Morris ve Feldman (1996) Modeli, s.64

Şekil 3 - Grandey Duygusal Emek Modeli, s.66

Şekil 4 - Araştırma Modeli, s.94

Şekil 5 - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Veri Setine Uygun Model, s.96

Şekil 6 - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Orijinal Model, s.98

Şekil 7 - İşe Bağlılık Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Veri Setine Uygun Model, s.104

Şekil 8 - İşe Bağlılık Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Orijinal Model, s.106

Şekil 9 - Duygusal Emek Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli, s.110

Şekil 10 - Duygusal Emek Modeli Birinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları, s.112

## TEŞEKKÜR

Bu kitap çalışması Mayıs 2017- Tarihli “Algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılığın duygusal emek davranışı üzerine etkisi: Sağlık çalışanları örneği” başlıklı tezden türetilmiştir. Bu eserin ortaya çıkmasında emeği geçen Dr. Öğretim üyesi G. Banu Dayanç Kıyat’a, ve Doç Dr. Sezer Cihan Günaydın’a, uzun yıllardır hem akademik hem de sosyal anlamda bana yardımcı olan fikir ve duygu birliği yaşadığım yakın çalışma arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

Ayrıca Beni yetiştirip bu günlere gelmemde emeği olan sevgili anneme, araştırmacı kişiliği ile ilham aldığım sevgili babama, uzun ve yorucu geçen bu süreç de daha az ilgilendiğim oğullarım Nadir, Ersin ve Nihat ile kızım Neda’ya ve en önemlisi hayatımın her aşamasında yanımda olarak beni cesaretlendiren sevgili eşim Selda’ya sonsuz teşekkürler sunarım.

**Dr. Bünyamin ÖZGÜLEŞ**

## GİRİŞ

İşletmelerin en temel hedefleri arasında sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ortalamasının üzerinde kâr ve yaşamını devam ettirmek yer almaktadır. İşletmelerin bu hedeflerini gerçekleştirmelerindeki en önemli görev ise işletmenin tüm çalışanlarına düşmektedir. Hizmet kalitesinin ve işletmenin performansının artması çalışanların performansı ile doğru orantılıdır. Bu performansın nasıl artırılacağı sorusu ise iyileştirmeye açık bir alan olarak tüm zamanların en temel problemlerinden biridir. Bu açıdan bakıldığında performansın bireysel ve kurumsal olarak nasıl artırılacağı konusu son yıllarda sıkça tartışılmaya başlanmıştır. Günümüzde özellikle pozitif örgütsel davranış yaklaşımlarının çoğunun bu konu üzerine odaklandığı söylenebilir. Son zamanlarda yapılan çalışmalar da göstermektedir ki çalışanların davranışları işletmelerin performansını olumlu ve olumsuz yönde etkilemektedir.

Çalışanların kurum tarafından belirlenen davranış biçimini gösterme şekli olarak tanımlanan duygusal emek kavramı son zamanlarda kurumların maddi bir ürünü gibi yorumlanmaya başlamıştır. Günümüzde duygusal emek davranışı hizmet sektörlerinde müşteri memnuniyeti çerçevesinde işverenler tarafından çalışandan beklenen rol gerekliliklerinden birisi haline gelmiştir. Duygusal emeğin müşteride oluşturduğu olumlu izlenimin yanı sıra, çalışanın gösterdiği ya da gizlediği duygular ile kendisinde oluşan işe bağlılık, iş tatmini, işten ayrılma isteği, stres, tükenmişlik ve rol çatışması gibi geniş

kapsamlı etkileri de duygusal emek literatüründe daha fazla tartışılmaya başlanmıştır (Wharton, 1993:205; Ashforth ve Humphrey, 1993:88).

Tüm insanlar gibi sağlık çalışanları da gerek özel yaşamında gerekse iş yaşamında uyarıcılara farklı tepki verebilmekte ve farklı davranış biçimleri sergilemektedir. Bu durum büyük ölçüde kişinin bireysel özelliklerinden ve içerisinde bulunduğu kurumdan kaynaklanan değişkenler ile ilgilidir. Buradan hareketle sağlık çalışanlarının kurumsal itibar algıları (kurum ile ilgili olumlu ve olumsuz düşüncelerinin toplamı) ve işe bağlılıkları (iş ile bütünleşmesi ve işinde mutlu olması) ile duygusal emek davranışı arasındaki ilişkinin ve düzeylerinin bilinmesi özelde çalışanı genelde ise kurumu ve dolayısı ile de toplumu yakından ilgilendirmektedir. Bu bağlamda çalışanların ve yöneticilerin bu konulardaki bilinç düzeylerinin artması çalışanların sağlığına, mutluluğuna, başarısına, dolayısı ile işyerlerinde verdikleri hizmet kalitesine olumlu yönde etki edeceği düşünülmekte ve umulmaktadır. Bunun yanında ilgili alan yazın incelendiğinde bu üç kavramın bir arada değerlendirildiği başka bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu yönüyle de araştırma bu üç kavramın birlikte değerlendirildiği ve ilişkilerin incelendiği ilk araştırma olma özelliğini taşımaktadır.

Bu bağlamda hazırlanan bu araştırmanın birinci bölümünde algılanan kurumsal itibar, ikinci bölümünde işe bağlılık, üçüncü bölümünde ise duygusal emek kavramları kuramsal olarak tartışılmıştır. Dördüncü bölümde araştırmanın gereç ve yöntemi hakkında bilgiler sunulmuş olup beşinci ve altıncı bölümde ise araştırmadan elde edilen

bulgular değerlendirilerek, araştırmacılara ve uygulayıcılara öneriler sunulacaktır.

## 1. ALGILANAN KURUMSAL İTİBAR

Bu bölümde itibar, kurumsal itibar, kurumsal itibarın oluşumunda etkili olan kavramlardan kurum kimliği, kurum imajı ve kurum kültürü ile kurumsal itibarın alt boyutları ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmıştır.

### 1.1. İtibar ve Kurumsal İtibar Kavramı

İtibar kavramının Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğündeki tanımı saygınlık ve güvenilir olma durumu ile açıklanmaktadır (TDK Sözlük, 2005:1002). İtibar sözcüğü ile neredeyse eşit anlamda bir sözcük daha vardır dilimizde o da “muteber” sözcüğüdür (Acar, 2012:12).

İtibar kavramı ilk duyuşta aklımızda güven, dürüstlük ve sorumluluk kavramlarını çağrıştırır (Kıyat, 2012:3) ve bu çağrışım zihinlerde olumlu bir ifade olarak algılanır. İş hayatında bu güven, iş kurma, ortaklık yapma, işe alma, borç alma ve verme gibi sonuçları doğurur. Bunun yanında Mevlana'nın meşhur sözleriyle anlattığı “Ya olduğun gibi görün ya da görüldüğün gibi ol” cümlesindeki sözleriyle özetlenebilecek yani eylemlerin söylemler ile tutarlı olması, itibar kazanmanın temelini oluşturacaktır (Şakar, 2011:77).

İnsanlar açısından sevilip sayılmak, güvenilir ve itibarlı olmak çok önemli bir olgudur. Toplumsal yapıda belli bir statüye ulaşmak, aynı zamanda toplum tarafından beğenilen biri olmak için iyi bir itibara sahip olmak ve bu itibarı korumak gerekmektedir. Kurumlar açısından da aynı durumdan söz edilebilir (Selvi, 2012: 3). Sektörde varlığını devam ettirmek ve müşteri portföyünü genişletmek, dolayısıyla kârını



yükseltmek isteyen kurumların müşterilerinin ve paydaşların gözünde olumlu bir izlenime sahip olması zorunludur (Karaköse, 2006:11).

Kurumların başarısı için iyi bir itibar ve bu itibarın yönetimi çok önemlidir. Bu durum organizasyonun fiziksel, finansal ve entellektüel değerlerine daha çok önem verilmesini gerektirmektedir. İyi bir itibar, aynı zamanda büyük bir rekabet avantajı sağlar. Özel veya kamu kurumlarının ya da kâr amacı gütmeyen kurumların başarılarında veya başarısızlıklarında doğrudan bir etkiye sahiptir (Çatar, 2010:17). İtibar, pozitif veya negatif bir değer olabilir (Bromley, 1993:24). İtibarın değeri ancak yitirildiği zaman anlaşılmaktadır. İtibarın tanımı yapılırken, çeşitli paydaş gruplarının kurum hakkındaki kapsamlı düşüncelerinden bahsedilmektedir. Ortak itibar; kurumun marka değeri hakkında müşterilerin, yatırımcıların, çalışanların ve toplumun duygusal tepkileri (iyi-kötü, zayıf-güçlü) olarak ifade edilmektedir. İyi bir itibarın birçok yararı vardır. Bunlar arasında fiyatların yönetilerek ürünlerin daha düşük fiyattan alınması, işe alınacak elemanların kolay ikna edilmesi, tecrübeli çalışanların ve bilinçli müşterilerin kazanılması, daha fazla gelir elde edilmesi, kriz durumlarında daha az riskle karşılaşılması, paydaşlar tarafından daha fazla tolere edilme gibi yararlar sayılabilir (Karaköse, 2007a:3-4).

Bu açıklamalar ışığında kurumsal itibar; psikoloji, sosyoloji, ekonomi, yönetim ve pazarlama gibi birçok bilim dalında araştırma konusu olmuş bir kavramdır (Yaşlıoğlu, 2012:2). Farklı bilim dalları tarafından araştırılması da itibar kavramının öneminin bir göstergesidir. Literatür incelendiğinde itibar kavramı ile ilgili birçok tanım

bulunmaktadır. Sektörel açıdan sınıflandırıldığında Fombrun ve diğerlerine (2000: 241-243) göre itibar tanımları şu şekildedir. Ekonomistlere göre; kurumun belli bir durumda yapabileceklerinin sinyallerini verirken, stratejistlere göre; itibar maddi olmayan varlıklar olup, rakiplere karşı rekabet avantajı sağlayan, taklit edilmeyi engelleyen, hareketli bariyerler, muhasebecilere göre; ölçülmesi zor olan birçok soyut varlıklar, sadık müşteriye çeken, algısal güçtür. İletişimcilere göre; “şirketin paydaşlarıyla arasında iletişimin sonucu olarak gelişen, toplam değer, yönetim ve organizasyonculara göre; şirketin kimliği, nasıl yaptığını, ne yaptığını, şirket ve paydaşları arasında yapılan kurumsal faaliyetler sonucu gelişen, şirketin bilişsel temsilleri ve son olarak sosyologlara göre itibar; tüm paydaşlar ile kurduğu, firmanın yapısından kaynaklanan, sosyal ilişkilerin bütünüdür” şeklinde tanımlanmaktadır. Literatür incelendiğinde sosyolojik açıdan yapılan tanımlamanın birçok yerde yapıldığı ve kurumun tüm paydaşları tarafından bilinen olumlu olumsuz düşüncelerin toplamı itibarı ve kurum itibarını tanımlamaktadır (Aktaran Kıyat 2012:3). Ayrıca Kadıbeşgil (2006:69) ise kurumsal itibarı bir işletmenin toplam pazar değeri içerisindeki güven unsurlarının oluşturduğu katkı payı, işletmelerin elle tutulamayan karşılığı ve bu karşılığın para biriminin olmaması şeklinde tanımlamaktadır.

İtibar konusu ile bütünleşmiş olan Reputation Institute'nun başkanı Charles J. Fombrun'a göre itibar “kurumun çok çeşitli sosyal paydaşlarına yönelik tüm imajlarının net değerlendirilmesidir” şeklinde tanımlamaktadır. Fombrun ayrıca kurum itibarını “bir şirketin

geçmişteki eylemleri ve şirketin diğer önde gelen rakipleri ile karşılaştırıldığında önemli yapı taşlarının hepsini birden ifade eden gelecekteki beklentilerinin algısal temsili” olarak da tanımlamaktadır. Fombrun itibarın geçmişte yapılan eylemlerle beraber gelecekte yapılacak eylemleri de içerdiğini söyleyerek itibarın algıya dayanan bir kavram olduğunu belirtmektedir (Okay ve Okay, 2011:385’ den aktaran Selvi, 2012:5). Yine başka bir tanıma göre kurumsal itibar, bir örgütün kuruluşundan itibaren geçmişinde yaptığı faaliyetler sonucunda, gelecekteki konumuna yönelik paydaşların gözünde oluşan algılama biçimi olarak tanımlanabilir (Inglis, Morley ve Sammut, 2006:935). Yukarıdaki tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere itibar ve kurumsal itibar konuları birbirleri ile çok yakın ilişkili olduğu görülmekte ve algılardan oluştuğu anlaşılmaktadır.

Kurumlar birçok paydaş tarafından farklı şekilde görülür ve değerlendirilir. Bu değerlendirmeleri ve algılamaları olumlu hale getirmek, istikrarını sağlamak için kurumlar birçok faaliyet içerisinde bulunmaktadır. Kurumun en çok ilişkide bulunduğu grup olarak çalışanlar tarafından kurumun imajının doğru algılanması ve kurumların beklentilerine karşılık vermesi sonucu kurum ile bütünleşmeleri ve performanslarında artış yaşanabilmektedir (Küçük, 2005:263-264). Son yıllarda yapılan araştırmalar sonucu kurumun imajı, dolayısı ile itibarı ile ilgili çalışmaların sadece pazardaki hedef kitlesine ve tedarikçilere yönelik değil aynı zamanda kurum içindeki çalışanlara yönelik olması gerektiği gözlenmiştir (Yaşlıoğlu, 2012:33).

Yapılan araştırmalarda daha az itibarı olan bir firmada çalışanlara yöneltilen “terfi edip aynı iş yerinde kalmak mı yoksa itibarı daha yüksek bir firmaya geçmek mi?” şeklindeki soruya verilen cevabın, itibarı yüksek bir firmaya geçmek olarak ifade edildiği görülmüştür (Hamori, 2003:304). Bu açıklamalar çerçevesinde kurumsal itibarın çok yönlü ve geniş kapsamlı bir kavram olduğu ve kurumların finansal durumları ile birlikte çalışanların rol davranışlarını da etkilediği söylenebilir.

## **1.2. Kurumsal İtibarın Oluşumunda Etkili Olan Kavramlar**

Bu bölümde kurumsal itibarın oluşumunda etkili olan kurum kimliği, kurum imajı ve kurum kültürü hakkında bilgiler verilmiştir.

### **1.2.1. Kurum Kimliği**

Kimlik, bireyin kendisi, davranış şekilleri, ihtiyaç hissettiği şeyler, motivasyonları ve ilgileri belli ölçüde tutarlılık gösteren, kendine sadık diğerlerinden farklı bir varlık gibi algılanmasını içeren bilişsel ve duyuşsal nitelikte zihinsel bir bütündür (Okay, 2001:35). Bir başka tanıma göre kimlik, kişiye özne konumunda, kim olduğunun bilincinde, nesnelere etkilenmeden, tutumlarının temelini oluşturan, çevresel değişime karşı değişmeyen ama toplumsal uyumu mümkün kılan, özneyi diğer öznelere ayıran kavramdır (Kıyat, 2012:33-34). Bu tanımlar incelendiğinde kimliğin kendine özgü ve karakteristik olduğu söylenebilir.

Kurum kimliği ise kuruma ilişkin özgünlük, farklılık, devamlılık tanımlamaları olarak açıklanmaktadır (Diņel, 2012:13). Bu

tanımlamalarda yer alan özgünlük, işletmeye ait öz nitelikleri; farklılık, işletmeyi diğer işletmelerden ayıran nitelikleri; devamlılık ise işletmenin zaman içinde benzerlik gösteren davranışlarına ait özellikleri olarak tanımlanır (Rekom, 1997:413). Kurum kimliği bir kurumun yapmış olduğu tüm faaliyetlerin ya da birçoğunun ortak yönetiminden oluşmakta ve kurumun kim olduğunu, ne yaptığını ve bunu nasıl yaptığını ortaya koymaktadır (Okay, 2000'den aktaran Çatar, 2010:28). Kurum kimliği, kurumun kendisi ile ilgili düşünceleridir. Yani, kurumun kendisini nasıl tarif ettiğini, iç paydaşlarca nasıl algılandığını ifade etmektedir. Aynı zamanda, itibarı güçlendirmek amacıyla başvuru kurumsal iletişim faaliyetlerini de kapsamaktadır (Karaköse, 2007b:20).

İç paydaşlar açısından kurum kimliği bir kurumun içeride çalışanlar tarafından nasıl görüldüğü ile ilgilidir. Çalışanların kurumun önde gelen sosyal paydaşı olduğu unutulmamalıdır (Selvi, 2012:11). Kurumsal itibarı etkileyen ve kurumsal itibardan etkilenen kişi ve kurumlar arasında çalışanların önemli bir yeri vardır. Literatürde çalışanların kurumun elçisi, çalışanın kuruma bağlılığı, çalışanın kendini örgüte adanması, çalışanın örgütüyle gurur duyması gibi tanımlamalara sıklıkla rastlanmakta ve çalışan tatminini müşteri tatmini etkilediği bilinmektedir (Dörtok, 2004:14). Temel bir varsayım olan bu yaklaşımla çalışanın kurum kimliği hakkındaki olumlu düşüncelerinin kişinin davranışlarını olumlu yönde etkileyeceği değerlendirilmektedir.

### 1.2.2. Kurum İmajı

İmaj, zihindeki çağrışımlar, hisler, tutumlar ve izlenimler ile bunların olumlu/olumsuz değerlendirmelerinden oluşur; akla gelen özet-resim ya da sembolik anlamdır. Bir ürünün teknik özellikleri ne olursa olsun, sembolik anlamı, teknik özelliklerinin nasıl algılandığını ve rakipleri arasındaki tercihleri etkiler (Atılım, 2016). Kurumsal itibarın geçmişine bakıldığında genellikle kurumsal imaj ve kurumsal kimlik kavramlarıyla karıştırıldığı hatta bazı kaynaklarda bu kavramların birbiri yerine kullanıldığı görülmektedir. Ancak içerik olarak birbirleriyle benzerlikleri olmakla birlikte ayrılan yönleri de bulunmaktadır (Yaşlıoğlu, 2012:32).

Kurum imajının sadece kurumun hedef kitlesi ile ilgili olmadığı ve kurumsal imaja ilişkin çalışmalarda ilk olarak kurumun logosu ile ilgili araştırmalar ve kurumun hedef kitlesine tanıtımı üzerinde durulmuştur. Ancak son yıllarda yapılan araştırmalar sonucu kurumun imajı ile ilgili çalışmaların sadece pazardaki hedef kitlesine yönelik değil aynı zamanda kurum içindeki çalışanlara yönelik olması gerektiği gözlenmiştir. Bir kurumun imajını oluşturan etmenler o kurumun kültürü, vizyonu, misyonu gibi çalışanlar ve müşteriler tarafından algılanan tüm değişkenlerdir (Schultz ve Cook, 1980: 98-99). Bu değişkenler üst yönetimin kullandığı bir araçtır. Kurum imajı, insanların bir şirketle ilgili bütün deneyim, izlenim, inanç, duygu ve düşüncelerinin karşılıklı etkileşimi sonucu oluşmaktadır. Kurumsal imaj bir sürecin sonucudur ve bu süreç düşünceler, duygular, geçmiş deneyimlerin kurum ile ilgili bir algıya dönüşmesinden oluşmaktadır (Yaşlıoğlu, 2012:32).

### 1.2.3. Kurum Kültürü

Kültür bilindiği gibi tanımlanması en zor kavramlardan biridir. Hakkında birçok kitap araştırma ve akademik çalışmanın olduğu kültür kavramını TDK sözlüğündeki tanımla ifade edecek olursak tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür şeklinde özetlenebilir (TDK Sözlük, 2005:1082). Bilindiği gibi her bilim dalı için farklı anlamlara gelen kültür kavramının kurum açısından tanımlanması ise çok kullanılan bir tanım olarak kurumdaki paylaşılan değerler bütünüdür şeklinde tanımlanabilir.

Çalışanlar açısından tanımlama yapmak gerekirse kurumlarda kabul edilen birey olunabilmesi için kurumlardaki bilinmesi gerekenler olarak tanımlanabilir (Champoux, 2011:73). Kurum kültürü, kurumların yapılarını ve davranış özelliklerini anlamamıza yardımcı olan önemli bir kavramdır. Birbirlerine benzer yapı ve teknolojiye sahip kurumlardan bazıları yüksek performans gösteriyorken diğerlerinin düşük performans göstermesi örgütlerin farklı kültürel özellikleri olması ile açıklanabilir. Değerler, normlar ve geçmiş deneyimler kurum kültürünün oluşumunu sağlamaktadır. Bu oluşum ve tanımlamalarda kurum ifadesi ile birlikte kültürün öznesi olarak örgüt, işletme, firma, organizasyon gibi tanımlamalar da yapılmaktadır. (Varoğlu, 2013:89-90). Yapılan araştırmalarda, kurumda insanın en önemli öge ve kurumda yaşayan bir sistem olduğu, modern yönetim anlayışı ile

yönetilen kurumların, başarılı, güçlü ve bilinçli kurum kültürünün olduğunu göstermektedir (Vural, 2003'den aktaran Kıyat, 2012:50).

Kurum kültürünü oluşturan unsurlar incelendiğinde farklı araştırmacılardan farklı yaklaşımlar ortaya konmuştur. Bu bağlamda maddi ve maddi olmayan unsurlar, nesnel ve öznel unsurlar, görünür ve görünür olmayan unsurlar gibi sınıflandırmalar yapılmıştır. Şekil 1'de gösterildiği gibi kurum kültürünün buz dağının üzerinde kalan görünür veya maddi öğeleri olduğu gibi buz dağının altında kalan görünür olmayan unsurları da vardır (Varoğlu, 2013:91).



Şekil 1: Kurum Kültürü Buzdağı Örneği (Varoğlu, 2013)

Kurum kültürü, kurumlarda davranış kurallarını belirleyerek kurumsal tatmin sağlamaktadır. Kurumsal çıkarlarla birlikte bireysel çıkarlar arasındaki dengenin devamlılığını sağlayarak çalışanların davranışsal tutarlılığını sürdürür. Kurum kültürü, kurumların rekabet avantajı elde etmesinde önemli rol oynamaktadır (Şimşek ve Fidan, 2005:24).



Sonuç olarak hem finansal manada güçlü hem de uzun ömürlü bir kurum olabilmek için kurum kültürünü dikkate almak gerekmektedir (Selvi 2012:10). Tüm bu tanımlamalardan hareketle kurum kültürü, bir kurumun üyelerince paylaşılan ve onların davranışlarını düzenleyen biçimsel ve biçimsel olmayan davranışlar bütünü ya da bir başka deyişle çalışanların kurumsal davranışlarını yönlendiren kurallar, normlar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklar bütünüdür şeklinde tanımlama yapılabilir (Solmaz, 2007:44).

### **1.3. İç Paydaşlar Açısından Kurumsal İtibar Algısı**

Kurumsal itibar, işletmelerin iç ve dış paydaşlar açısından müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler ve yatırımcıların sahip olduğu iyi, kötü, güçlü, zayıf gibi duygusal tepkileri ifade etmektedir (Fombrun 1996:57). Bu açıdan bakıldığında kurumlar birçok paydaş tarafından farklı şekilde görülür ve değerlendirilir. Bu değerlendirmeleri ve algılamaları olumlu hale getirmek, istikrarı sağlamak için kurumlar birçok eylem içerisinde bulunmaktadır. Kurumun en çok ilişkide bulunduğu grup olarak çalışanlar tarafından kurumun imajının doğru algılanması ve kurumların beklentilerine karşılık vermesi sonucu kurum ile bütünleşmeleri ve performanslarında artış yaşanabilmektedir (Küçük, 2005:263-264). Bu performans artışı kurumun verimliliği ve kârını olumlu etkilemektedir. Nasıl ki çalışanların çabası olmadan ürün ve hizmetler üretileniyorsa, kurumsal itibarın kazanılması da çalışanların çabası ve emeği olmadan mümkün olmamaktadır.

Kurumsal itibar çalışanların etkin katılımı amaçlara ve kuruma olan bağlılığı ile oluşabilmektedir (Gümüş ve Öksüz, 2009:2649). Bunun yanında Harris ve Chernatony'a (2001:441) göre çalışanlar, içsel ve dışsal evre arasında bir arayüz oluşturmakta hem marka hem de kurum hakkında tüketicilerin algılamaları üzerinde güçlü etkiye sahip olmaktadır. Bu etki hizmet işletmesinde hizmeti sunan çalışan ile müşteriler arasında birebir iletişim kurmak şeklinde gerçekleşir. Bu iletişim sürecinde çalışan tarafından müşteriye karşı oluşan davranış şekli müşterinin kuruma ilişkin zihninde daha önceden oluşan olumlu düşünceleri zedeleyebilir ya da güçlendirebilir. Müşterinin ilk kez hizmet satın aldığı ve daha önceden hakkında bilgi sahibi olmadığı bir kurumda çalışan davranışı ileride oluşabilecek güçlü itibar için iyi bir başlangıç olabilmektedir. İtibar algısı yüksek olan bir kurumun yetenekli kişileri kendine çekeceği ve kurumsal itibar ve nitelikli işgücü istihdamı kavramlarının karşılıklı olarak birbirlerini destekledikleri sonucuna ulaşılabilir (Devine ve Halpern, 2001:43). Sonuç olarak itibarı yüksek saygın bir kurumda çalışmak ve bu çalışmadan onur duymak çalışanların temel özelliğidir. (Bozkurt ve Yurt, 2015:70; Hamori, 2003:304).

#### **1.4. Dış Paydaşlar Açısından Kurumsal İtibar Algısı**

Kurumsal itibarın dış paydaşlar açısından da çok sayıda yararları bulunmaktadır. Yatırımcı ve müşterilerin ilgisini çekmek, rekabetçi piyasada üstünlükler sağlamak, krizlere karşı dirençli olmak bunlardan bazılarıdır. Diğer taraftan kurumsal itibarı güçlü olan işletmelerin sermaye piyasalarına girişleri daha kolay olmakta, sermaye maliyetleri

daha düşük olduğu için de işletmelerin karlılığı artmaktadır (Schwaiger, 2004:50'den aktaran Çınaroğlu ve Şahin, 2012:29).

İtibar, kurumun sahip olduğu en önemli soyut değerlerden biridir ve stratejik rekabet avantajı kazanmak için uygun bir araçtır. Kurumlar hayatta kalmak için artık çok daha fazla rakiple mücadele etmek zorundadır. İtibar, kurumlara bu mücadelede de oldukça önemli bir güç sağlamaktadır. Nitekim güçlü itibara sahip kurumlar birçok yönden rakiplerinin önüne geçmektedir (Gümüş ve Öksüz, 2009:2641).

Kurumsal itibarın paydaşlar açısından sağladığı faydalar şöyle sıralanabilir: Müşterilerle, çalışanlarla, kredi sağlayıcılarla ve hissedarlarla ilişkileri, nitelikli işgücünü çekmek, çalışanların örgütsel bağlılığını artırmak, müşteri sadakatini artırmak, müşterileri çekmek, pazar değerini artırmak, finansal kazanç sağlamak, yatırımcıları çekmek olarak sıralanabilir (Gümüş ve Öksüz, 2009:2660).

## **1.5. Kurumsal İtibar Modelleri**

Literatür taraması sonucuna göre itibar modelleri ile ilgili çok fazla sayıda yayınların olduğu bilinmektedir. Konunun çok geniş bir literatüre sahip olması sebebi ile bu çalışmada tüm itibar modelleri yerine aşağıdaki belirli modellere yer verilmiştir.

### **1.5.1. Charles J. Fombrun ve İtibar Katsayısı Modelleri**

Kurumsal itibar ölçüm modelleri ile ilgili en çok kullanılan modellerden birisi olan Reputation Institute tarafından oluşturulan Reputation Quotient (RQ) itibar katsayısı modelidir (Fombrun, Foss, 2001:1). 1999 yılında Charles J. Fombrun ve Naomi A. Gardberg

önderliğindeki araştırma grubu küresel bir kurumsal itibar ölçeği geliştirmek üzere çalışmalar yapmıştır. Burada dikkat edilen nokta, geliştirilecek olan ölçeğin kültürden arındırılmış olması, bir diğer ifadeyle ölçeğin maddelerinin uygulanacağı tüm ülke ve kültürlerde aynı unsurları ifade etmesinin gerekliliği olmuştur. Bunun için de geliştirilen ölçekteki ifadeler kültürler arası geçerliliğe sahip psikoloji, pazarlama ve yönetim literatüründen seçilmiştir. Daha sonra, geliştirilen bu ölçek, aralarında ABD, Almanya, Hollanda ve İtalya'nın da bulunduğu 11 ülkede tesadüfi yöntemle seçilen örneklemelere uygulanmış bu uygulamayla ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmıştır. Geliştirilen bu kurumsal itibar ölçeği: duygusal çekicilik, ürün ve hizmetler, vizyon ve liderlik, çalışma ortamı, sosyal sorumluluk, çevreye duyarlılık ve finansal performans olmak üzere toplam 7 alt boyuttan oluşmaktadır (Fombrun ve Gardberg 2000'den aktaran Çatar, 2010:48).

İtibar katsayısı, kurum itibarını neyin belirlediğini ve kurumun kimi memnun etmesi gerektiğini belirler. İtibar katsayısı; kamuoyu, müşteriler, çalışanlar, genel yatırımcılar, tedarikçiler, tüketici gurupları gibi sosyal paydaşların kurum hakkındaki toplam algısını ortaya koyar. İtibar katsayısı; yatırımcılar, müşteriler ve çalışanlar ile ilgilidir (Dörtok, 2004:69).

İtibar katsayısı kavramını literatüre ilk olarak kazandıran Charles J. Fombrun Reputation Institute kurulduktan sonra, RQ deneyimleri ışığında 360° Map ve Rep Trak modelleri geliştirmiştir (Kıyat, 2012:89). 360° Map modelinde kurumların tam bir resmini ve itibar

formunu, bu örgütler içindeki tüm paydaşların oluşturması gerekir. Rep Trak modeli olarak bilinen model ise 2005-2006 yılları arasında RI tarafından RQ deneyimleri ışığı altında geliştirilmiştir (Kıyat, 2012:93). Bu model ülke ve endüstrilerdeki paydaş algılarını ölçmek için kullanılmaktadır. Rep Trak modeli itibar katsayısını duygusal etki, saygı, hayranlık ve güven kriterlerinde yedi temel boyut ve 23 anahtar performans kriterleri ile ölçmektedir. Bu yedi temel boyut ürün ve hizmet, yenilik, çalışma ortamı, yönetim, örgütsel vatandaşlık, liderlik, performans kriterleri alt boyutları ile sınıflandırılmıştır (Reputation Institute, 2016).

### **1.5.2. Kurumsal Kişilik Skalası**

Yaşayan bir kurum ile insan arasında çok büyük farklılıklar yoktur. Kişilik; bireyin davranış ve düşünme biçimlerinin, ilgilerinin, ruhsal durumlarının yeteneklerinin organize olmuş ve bütünleşmiş halidir (Kıyat, 2012:53). Bu tanımdan hareket ile kurumların kişiliği ile kişilik tanımı arasında bağ olduğu çıkarımında bulunulabilir. TDK sözlüğündeki kişilik tanımlamasında bir kimseye özgün belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerin bütünü, şahsiyet (TDK Sözlük, 2005:1188) kelimeleriyle tanımlanmasını kurumlar içinde yapmak mümkündür. Kurumsal kişilik, köklü ön koşullara bağlıdır. Bunlar, şirket çalışanları tarafından anlaşılan ve bilinen hedeflerdir. Şirketin inançları nedir? Toplum içindeki yeri nedir? Elde etmek istedikleri nelerdir ve nasıl hedeflerine ulaşmak istiyorlar? Bu sorulara cevap bulmalıdır. Kurum kişiliğini oluşturan, kurum karakteri ve kurum davranışları yöneticiler ve çalışanlar için çok önemlidir. Bu karakterleri

ve gelenekleri çalışanlar olarak iç çevre ve dış çevre oluşturur (Kıyat, 2012:54).

Bilindiği gibi kurumsal itibar ölçme yöntemleri genellikle kurumların finansal performansları ile ilişkilendirilmiştir. Bu durumda kurumsal itibarın ölçümüne ilişkin yaklaşımların çoğu finansal performans ve şirket dışındaki paydaşların görüşlerine odaklanıldığı yönünde eleştirilmiştir (Kıyat, 2012:94). Ayrıca, itibarın hem içerideki unsurları (kimlik) hem de dışarıdaki unsurları (imaj) birlikte değerlendirecek evrensel ölçümler oluşturulamamış olması da önemli eleştirilerden olmuştur (Davies ve diğ., 2001:113). Bu eleştirileri azaltabilecek itibar ölçümünün çalışanlar ve müşterilerle bir bütün olarak ele alan Davies ve Chun'ın (2002:144) yapmış oldukları çalışmalarındaki analizlerinde kimlik ve imajın birleşiminden oluşan ve yine metaforlara<sup>1</sup> dayanan kurumsal kişilik skalasını kullanmayı tercih etmişlerdir. Çalışan algılarını (kimliği temsil eden) ve tüketici algılarını (imajı temsil eden) ölçen “kurumsal kişilik skalasını” bu şekilde geliştirmişlerdir. Böylece, bir kurumun hem içteki hem de dıştaki algılanmasının değerlendirildiği kapsamlı bir ölçüm aracı oluşturulmuştur. Bu skalada kullanılan temel bileşenler uygunluk, kabiliyet, girişimcilik, şıklık, bencillik, acımasızlık, maçoçluk ve formalitesizlik olarak sıralanmıştır (Davies ve Chun, 2002:144-145).

---

<sup>1</sup> Metafor: Bir kavramın anlatılmasında benzer özelliklerinden dolayı başka kavramların kullanılması (genellikle görsel ya da somut ifadelerle anlatımı kuvvetlendirme amacıyla kullanılır. (<http://www.turkedebiyati.org/metafor/>. Erişim tarihi:06.09.2016).

Avrupa’da kullanılan “Corporate Character Scale-CCS” Fombrun’un RQ boyutlarına benzemektedir. CCS, kurum itibarını ölçerken, kurumu bir kişi olarak ele alıp, kurumu bir insanmış gibi algılanmasını sağlamak ve yedi ana kriter altında hazırlanan soruların cevapları ışığında, kurumun değerlendirilmesidir (Kıyat, 2012:95).

### **1.5.3. Kurumsal İtibar Algısı Ölçeği ve Alt Boyutları**

Kurumsal itibar ölçme aracı olarak akademik ölçeklerin yanında uluslararası bilinen ekonomi ve finans dergileri Amerika’da Fortune dergisi Türkiye’deki capital dergisi örneği gibi ağırlıklı olarak rasyonel faktörler üzerinde durmaktadır. Duygusal faktörlere ağırlık veren dergi ve çalışmalar daha azınlıktadır (Kıyat 2012:99). Bu bölümde itibar algısını duygusal faktörlere ağırlık vererek ölçmeye çalışan Türkiye’deki çalışmalardan kısaca bahsedilecektir. Karaköse tarafından yayınlanan “Kurumların DNA’sı itibar ve Yönetimi”, Er tarafından “Sanal Ortamda İtibar Yönetimi” adlı çalışmalar yürütülen tezlerin kitap haline getirilmesi ile literatüre kazandırılmıştır. İtibar yönetimi ile ilgili ilk doktora çalışması 2006 yılında Turgut Karaköse tarafından yapılmıştır. Karaköse, “Eğitim örgütlerindeki iç ve dış paydaşların kurumsal itibara ilişkin algılamaları” adlı tez çalışması ile Altıntaş’ın çalışması ile benzer kriterler kullanarak, ilköğretim düzeyinde hedef kitlenin kurumsal itibara ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını araştırmıştır (Yaşlıoğlu, 2012:38-39). Aynı bir araştırmada Dinçel (2012:1) tarafından işin biraz da örgütsel davranış boyutları ile ilişkilendirilmiş hali olan kurumsal itibar ile örgütsel

kıvanç, duygusal bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkilerin incelenmesi isimli doktora tez çalışması yapılmıştır.

Bu araştırmanın da ölçeği olarak kullanılan Yaşlıoğlu (2012:1) deki çalışmasında Kurumsal İtibar ve İşletmelerde Kurumsal İtibar Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi: Otomotiv Sektöründe Uygulanması başlıklı doktora tezinde konu ile ilgili Türkiye kültüründe bir ölçek çalışması geliştirmiştir. Aşağıdaki bölümlerde kurumsal itibarın alt boyutları olarak Yaşlıoğlu'nun (2012) kullandığı müşteri odaklılık, yönetim ve çalışanlar, finansal güvenilirlik, yenilikçilik ve kalite, kurumsal sosyal performans boyutları hakkında bilgi verilecektir.

### **1.5.3.1. Müşteri Odaklılık**

İş hayatı müşteri odaklıdır. Müşteriye odaklanmamış hiçbir faaliyet iş yaşamında başarılı olamaz. Unutmamak gerekirken işletmenin varoluş sebebi müşterilerin tatmin edilmesi gereken gereksinimleri ve istekleridir (Ülgen ve Mirze, 2013:252). İşletmeler bu istek ve ihtiyaçları karşılamak için faaliyet gösterirler. Satın alma işlemini yerine getiren müşterinin tatmin olabilmesi, beklentilerinin gerçekleştirilmesi ile mümkün olacaktır. Satın aldığı mal veya hizmet, müşterinin ihtiyaçlarını karşılıyor ise tatmin karşılamıyorsa tatminsizlik olacaktır (Boone ve Kurtz, 1996:370). Pazarlama literatüründe Pazar yönlü / Müşteri odaklı anlayış şeklinde ortaya çıkmış olan bu kavramın önemi 1960-1970' lerde anlaşılmış ve müşteri memnuniyetini temel amaç olarak ele almıştır (Mucuk, 2012:9). Birçok kuruluş, müşterilerinin, ürün ve hizmetlerden tatmin olma durumlarını ölçmek



amacıyla belirli sistematik çabalara girmektedirler. Pazarlama departmanları, müşteri tatmin endekslerini kullanarak, müşterilerinin ürünlerden ve genel anlamda da şirketten ne seviyede memnun olduğunu ortaya koymakta ve bu verileri de itibar ölçümünde birer araç olarak kullanmaktadırlar (Nakra, 2000'den aktaran Çatar, 2010:53).

İyi bir marka tecrübesi yaratmanın ve korumanın yolu müşteri deneyiminden geçmektedir. Aynı zamanda kurumsal itibarın belirleyicisi yine müşteriler olduğundan, müşteri odaklılığın kurumsal itibara etkisi tartışılmaz derecede büyüktür. Örneğin Starbucks'da kahve içmek, kahvenin kendisinden daha önemlidir. Başka bir örnek vermek gerekirse; Türk Hava Yolları ve British Airways hizmet kalitesini ön plana çıkaran kurumların başında gelmektedir, bu kurumlarda müşteri deneyimi en ön plandadır. Benzer bir uygulama ile Amazon firması müşterilerine göre uyarlanmış anasayfa düzeniyle, müşterilerinin beklentilerini hem karşılamakta hem de şekillendirmektedir (Yaşlıoğlu, 2012:138).

### **1.5.3.2. Yönetim ve Çalışanlar**

Kurumsal itibar algısının yönetim ve çalışanlar alt boyutu kaliteli çalışanların olduğu, çalışanların isteklerine önem verildiği ve mükemmel liderlere sahip olduğu algısı sebebiyle çalışanların kurumda çalışma isteklerini artıran durumun bir göstergesidir.

Herhangi bir kurumun nitelikli bir yönetim ve kaliteli çalışanlara sahip olması, onu pazardaki rakiplerinden bir adım öne çıkarmaktadır. Özellikle stratejik kararların alınması (yönetim) ve bu kararların uygulanması (çalışanlar) aşamalarında nitelikli iş gücünün önemini bir

kat daha artırmaktadır. Kurumsal itibarı yüksek olan bir firmanın, iyi üniversitelerden mezun olan nitelikli işgücünü doğrudan kendisine çekeceği düşünüldüğünde, kurumsal itibar ve nitelikli eleman istihdamı kavramlarının karşılıklı olarak birbirlerini destekledikleri sonucuna ulaşılabilir. Kamuoyunun, kuruluşa karşı olan güvenini artıran başlıca unsur yönetim ve çalışanlarının kalitesidir (Çatar, 2010:44). Kurumların sahip oldukları yönetim ve çalışanların kaliteli bireylerden oluşması kuruma bağlılığı artırır. Kurumlar çalışanların bağlılığını artırabilmek için ise farklı yöntemler kullanabilmektedir. Çalışan yeteneklerini geliştirmek, motivasyonu artırmak ve çalışan tatminini sağlamak yoluyla çalışan bağlılığını artırmaya çalışmakta ve böylece müşteri tatminini de artırmaktadır. Yapılan araştırmalarda çalışan tatmininin müşteri tatmini ve müşteri değeri yaratma ile yakından ilişkili olduğu bulunmuştur (Yaşlıoğlu, 2012:143).

### **1.5.3.3. Finansal Güvenirlilik**

Bir kurumun itibarını belirlerken müşteriler genellikle kaliteye odaklanırken, yatırımcılar ve tedarikçiler, finansal performansa odaklanmaktadır. İşletmelerin finansal güvenilirliklerini ölçebilmek için ise finansal analizlerin nasıl yapıldığı hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. İşletmenin finansal analizlerinin yapılmasında önemli olan unsurlardan birisi de işletmenin finansal açıdan içinde bulunduğu durumdur. Bu bölümde bu durumun nasıl belirleneceği ve elde edilen finansal bilgiler ışığında finansal güvenilirliğin nasıl anlaşılacağına ait bilgiler sunulacaktır.

İşletmenin finansal durumunu gösteren tablolar; bilanço, gelir tablosu ve nakit akım tablosudur. Bilanço, belli bir dönem itibarı ile firmanın varlıkları ve yükümlülüklerinin parasal olarak değerini, gelir tablosu, firmanın belli dönemdeki gelir ve giderleri arasındaki farkı, nakit akım tablosu ise, belli bir dönemde işletmenin yatırım üretim ve finans faaliyetlerinin oluşturduğu nakit girişleri ve çıkışları gösterir (Ülgen ve Mirze, 2013:127-128). İşletmenin finansal güvenilirliğini ölçerken özellikle üst yönetimin ilgilendiği finansal göstergelerden birisi de finansal oran (rasyo) analizleridir. Bu analizler ve oranlardan bazıları işletmenin üst yönetimine finansal analiz için veri sağlamaktadır. Bu oranlar likidite oranları: cari ve asit test oranı, borç özkaynak oranı ve toplam borç oranı, kârlılık oranları: özkaynak karlılık, varlık kârlılık ve satış kârlılık oranı, verimlilik oranları: varlık, stok devir hızı, stok tüketim süresi, piyasa değeri oranı: fiyat kazanç oranı: piyasa defter değeri şeklindedir (Mucuk, 2013:285-288).

Üst yönetim çalışanlarından yönetim kurulları, şirketlerin genel müdürleri, finanstan sorumlu genel müdür yardımcıları, yönetici danışmanları, yatırımcılar ve akademisyenler tarafından en çok ilgilenilen sorunlardan biri kurumsal itibarın bir kuruma nasıl ve ne şekilde bir finansal değer kattığı olmuştur (Yaşlıoğlu, 2012:30). Sebate ve Puente'nin (2003) kurumsal itibar ve finansal performans üzerine yaptıkları araştırmaya göre, kurumsal itibarın finansal performansı artırıcı ve destekleyici yönde bir etkisi olduğu ve ters açıdan bakıldığında finansal performansın da kurumun itibarını artıran bir etkisi olduğu bulunmuştur (Yaşlıoğlu, 2012:30).

Formbrun 2002 yılında İstanbul’da verdiği bir konferansta itibarın finansal değerle yakından ilgili olduğunu, iyi itibarın sermayeyi, kaliteli elemanları, müsterileri ve tüm iş ortaklarının desteğini mıknatıs gibi cekeceğini ifade etmiştir. Sonuçta iyi itibar; kârlılık, potansiyel vaat eden bir gelecek ve artan piyasa değeri olarak işletmeye geri dönmektedir (Radikal, 2016).

#### **1.5.3.4. Yenilikçilik ve Kalite**

Yenilikçilik, sözcüğü İngilizce “innovation” sözünün karşılığıdır. “Innovation”, Latince “*Innovatio*” sözüne dayanmaktadır. Latinedeki bu söz de “yenilenmek, değişmek, başkalaşmak” anlamlarındaki “*innovare*” fiilinden türetilmiştir. İlk kez 1588 yılında İngilizce de görülen bu kelime, “bir çalışma veya deney sonucunda ortaya konan yeni bir ürün veya uygulama” anlamıyla kullanılmıştır. Yeni kullanım alanlarına bakıldığında yenilikçilik kelimesinin yeni bir buluştan çok bir ürün, hizmet aygıt veya uygulamada yenilik yaparak onu iyileştirme, daha yararlı hale getirme anlamı bulunmaktadır (Aksay, 2011:8).

Kalite kavramı ise küreselleşme, teknolojik gelişmeler, toplumsal değer yargılarındaki farklılıklar, ekonomik sistem farklılıkları, gelir dağılımı adaletsizliği ve yaşam biçimi farklılıkları gibi sebepler ile çok boyutlu olarak ele alınmaktadır. Kalite kavramı ile ilgi olarak çok çeşitli tanımlamalar yapılmaktadır. Bunlardan en meşhurları Philip B. Crosby kaliteyi “*şartlara ve talebe uygunluk derecesi*” olarak tanımlarken Dr. Joseph Juran ise kaliteyi “*kullanıma uygunluktur*” olarak tanımlanmaktadır (Tekin, 2013:7).

Yenilikçilik ve kalite kavramları kurumlar ve şirketler için çok önemli bir unsurlar olarak önemlerini her geçen gün artırmaktadır. Kalite ve yenilikçilik ürün ve hizmetler ile ilgili bir süreç olduğundan dolayı birbirleri ile yakından ilgilidirler. Ayrıca yenilikçilik, işletmelerin en önemli rekabet gücü haline gelmiş, yenilikçi olamayan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri daha da güçleşmiştir. Dolayısıyla yenilikçilik önceleri çok az sayıda işletmenin gerçekleştirebildiği bir lüks iken, günümüzde işletmeler için bir gereklilik haline gelmiştir (Aksay, 2011:7). Yenilikçilik süreci de fikir üretme ve yaratıcılık, eleme, konsept testleri, iş analizi, ürün geliştirme, test, pazarlama, ticarileştirme ve değerlendirme aşamalarından oluşur (Dalton ve Croft, 2003:160).

Özellikle hizmet sektörü göz önüne alındığında üç tip yenilikçilikten bahsetmek mümkündür; bunlardan ürün yenilikçiliği pazara yeni ürün ve hizmetlerin sunulmasını, mevcut olanlarda içerik, sunum vb. iyileştirmeler ve değişiklikler yapılmasını ifade eder. Süreç yenilikçiliği; kurumun her kademesindeki işleyişin iyileştirilmesi, yenisi ile değiştirilmesi anlamına gelmektedir. Profesyonelleşme, eğitilmiş ve müşteriyle iyi iletişim kurabilen personel temini, süreçlerin bu bağlamda yenilenmesi, müşterilerin sorunlarına hızlı bir şekilde çözüm üretilmesi için iyileştirilmeler gibi birçok yenilik bu kapsama girmektedir. Üçüncü olarak da yönetim yenilikçiliği gelmektedir, bu tip yenilikçilik yönetim süreçlerinin tümünde yapılan yenilikleri ifade etmektedir; buna örnek olarak kalite yönetimi, personel değerlendirme, performans değerlendirme yöntemleri verilebilir (Yaşlıoğlu, 2012:141).

Yenilikçilik, kurumsal itibarı da beraberinde getirir, işletmeye değer katar ve işletmenin içinde bulunduğu çevrede paydaşları tarafından güçlü olduğu algısını ortaya koyar (Zyman ve Brott, 2004:75). Olumsuz açıdan ise kalite, yenilikçilik ve itibar ilişkisine örnek vermek gerekirse yıllarca kalitesiz ürünler üreterek çevreye zarar veren bir kurumun bir anda değişmesi, kaliteli ürünler üreterek çevreci davranması bir anda itibarını olumlu yönde etkilemesine yetmez. Çünkü geçmiş yıllardaki yapmış oldukları paydaşların hafızasında kalmıştır ve bu algıların değişmesi zaman alacaktır.

#### **1.5.3.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk**

Bireysel olarak tüketiciler kurumsal olarak da şirketler, bir kuruma yatırım yaparken, kurumun hizmetlerini satın alırken ve kurumda çalışmayı planlarken, kurumun sosyal sorumlulukları hakkındaki bilgilerine çok önem vermektedirler (Bozkurt ve Yurt, 2015:62). Kurumsal sosyal sorumluluk işletmenin içinde faaliyet gösterdiği sektörün ve toplumun faydası amacı ile zorlama olmadan tamamen firmanın kendi isteği ile yaptığı veya taahhüt ettiği işlerdir. Buradaki önemli nokta kendi isteği ile cümlesidir (Şakar, 2011:78). Bu tanıma kanunlar tarafından veya etik açıdan yapılması zorunlu olan işlemler dâhil edilmemektedir. Sadece ve sadece gönüllü olarak yapılan faaliyetler bu kapsamda değerlendirilmektedir (Kotler ve Lee, 2005:3). Bu faaliyetler tüm paydaşları ilgilendiren ve sorumlu olmayı gerektiren bir durumdur. Son zamanlarda özellikle kurumsal şirketler başta olmak üzere kurumsal sosyal sorumluluk alanlarında yapmış olduğu faaliyetlerde artış olduğu bir gerçektir. Kurumsal sosyal sorumluluğun

yükselişindeki sebepler şunlardır: küreselleşmenin etkisi ile sivil toplum örgütleri ve aktivistler tarafından oluşturulan iş davranışlarındaki endişe ve tepki, çevre açısından kaynakların tükenmesi, çevre kirliliği, biyolojik çeşitliliğin azalması, sivil toplum ve paydaş eylemciliğinin yükselişi, daha spesifik Greenpeace gibi sivil toplum örgütleri ve kampanyalarındaki artış, birçok hükümetlerin gücünde belirgin düşüş, zengin ve yoksul ülkeler arasındaki dengesizlik, küresel tüketicilik, teknolojik büyüme, sivil toplum ve hissedar eylemciliğinin yükselişi gibi sebepler sıralanabilir (Dalton ve Croft, 2003:138).

Şirketlerin günümüzde yapmış oldukları faaliyetler ile kurumsal sosyal sorumluluklarını göstermesi ve bunu tanıtması bir performans göstergesi haline gelmiştir. Ayrıca tüketiciler ve yatırımcılarda şirketleri değerlendirirken kurumsal sosyal sorumlulukları gösterge olarak ele almaktadırlar (Şakar, 2011:78). Tencati ve diğerleri'ne (2004:178) göre kurumların sosyal sorumluluk aracılığı ile kuruma duyulan güven seviyesindeki artış, farklı paydaşlar ile ilişkileri iyileştirmek ve finansal pazarlara daha kolay erişim şeklinde faydalar sağlanacaktır. Kurumsal sosyal sorumluluk çeşitli proje ve aktiviteler aracılığı ile yapılabildiği gibi genel anlamda şirketlerin tüm faaliyetlerini kapsayacak şekilde de yapılabilmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında sosyal sorumluluk; kurumların ticari getiriler elde ederken, etik değerlere bağlı kalmalarını, bireylerin, toplumun ve çevrenin zarar görmemesini garanti etmelerini, daha iyi toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü katkılarını, faaliyetlerinin ve sosyal paydaşları

ile olan ilişkilerinin ayrılmaz bir parçası haline getirmesi şeklinde uygulanmalıdır (Dinçel, 2012:25).

Kurumların yürüttükleri sosyal sorumluluklar kurumsal itibarı önemli ölçüde etkilemektedir. Sosyal sorumluluk kavramı kurumların değil bireylerin de itibarını olumlu ve olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle sanat ve spor camiasındaki bireylerin yapmış oldukları sosyal sorumluluk projeleri ve bunların basında yer alması bireylerin itibarını olumlu yönde etkilediği bilinmektedir.

## **2. İŞE BAĞLILIK**

Bu bölümde işe bağlılık ile ilgili kavramlardan pozitif psikoloji, iş yaşam tatmini, iş yaşamında iyi oluş kavramları ile işe bağlılık modelleri ve işe bağlılığın alt boyutları hakkında genel bir değerlendirme yapılmıştır.

### **2.1. İşe Bağlılık İle İlgili Kavramlar**

Bu bölümde işe bağlılık ile ilgili olan pozitif psikoloji, iş yaşam doyumu (tatmini), iş yaşamında iyi oluş kavramları ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmıştır.

#### **2.1.1. Pozitif Psikoloji**

Psikoloji bilimi bilindiği gibi insan ve hayvan davranışlarına odaklanıp bu iki varlığın davranışlarını inceleyen bir bilim dalıdır. Bu bilim dalının temel faaliyet alanı, insanların yaşama uyum sağlaması adına davranışların tanımlanması, betimlenmesi, tahmin ve kontrol edilmesi için araştırmalar ve uygulamalardır (Eryılmaz, 2014:2). Bu bilim dalı Freud'un dediği gibi "psikolojik durum karışıktır ve açıklama



gerektirir” (Freud, 2014:14) gerçeği ile tüm insanlığın uzun yıllardır üzerinde çalışma yaptığı en önemli bilim dallarından birisidir. Psikoloji bilimi ile ilgili literatür incelendiğinde üzerinde ittifakla durulan iki yaklaşım bulunmaktadır. Bu iki yaklaşım patoloji odaklı ve pozitif odaklı yaklaşımlardır. Patoloji odaklı yaklaşımda insanların çeşitli uyaranlara tepki veren pasif varlıklar olduğu ve bireyin davranışlarını bireyin kontrol etmekte zorlandığı dürtü, içgüdü ve çocukluk döneminde yaşadıkları olumsuz deneyimleri ile açıklanmaktadır (Eryılmaz, 2014:2). Yine patoloji odaklı yaklaşımda önce patoloji oluşup sonra ona çözüm aranmakta yani ölüm, travma, umutsuzluk, depresyon, boşanma gibi konular ile ilgili oluşan rahatsızlıklar ve bu rahatsızlıkların çözümleri etrafında çözümlenmeler ve bilimsel araştırmalar gerçekleştirilmektedir (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000:5-14). Diğer yaklaşım ise insan psikolojisinin sadece patolojik durumlar ile ilgili olmadığını olumlu ve sağlam taraflarının da var olduğu varsayımı üzerine temellendirilmiş olan uyum temelli, insanın yeteneklerinin potansiyellerinin geliştirilmesi üzerine duran pozitif amaçlı ruh sağlığı anlayışını savunan pozitif psikoloji yaklaşımıdır (Eryılmaz, 2014:4). Pozitif psikoloji veya bir başka ifadeyle mutluluk bilimi olarak adlandırılabilen bu kavram temelde psikoloji bilimimin bir konusu olmasına rağmen son zamanlarda multidisipliner<sup>2</sup> bir kavram olarak özellikle işletme bilimi tarafından ilgi ile araştırılmaktadır. Özellikle pozitif örgütsel davranış konularının

---

<sup>2</sup> Bilimsel ve teknik konularda birden çok branş ve bilim dalının bir arada kullanılması durumunu ifade eden kavramdır.

tamamı genelde psikoloji bilimi ile özelde ise pozitif psikoloji ile yakından ilgilidir.

Pozitif psikolojinin felsefi kökleri Sokrates, Plato, Aristoteles gibi düşünürlerin öğretilerine dayanmaktadır (Filep, 2009:23). Çoğunlukla 19 ve 20. yüzyıllar boyunca, psikanaliz, davranış psikolojisi, hümanist psikoloji, bilişsel terapi ile varoluşçu psikolojideki psikolojik gelenekler ve insan varlığının pozitif boyutlarının güncel anlayışına katkıda bulunmuş, çalışmalarla bu konu temellendirilmiştir (Duckworth, Steen ve Seligman, 2005:629). Yine pozitif psikolojiye temel oluşturan çalışmalar arasında Freud'un (1933:3) haz ilkesi, Jung'ın (1955) ruhsal ve kişisel bütünlük, Franklin'in (1984) kötü şartlar altında anlamı bulma, Adler'in (1927) sosyal çıkar tarafından harekete geçirilen sağlıklı bireysel mücadelelerin tartışmaları ve son olarak Maslow'un (1954) öz-gerçekleştirme kuramı üzerine yapılmış olan çalışmalar sıralanabilir (Aktaran, Filep, 2009:23). Ayrıca Maslow'un motivasyon kuramı ile pozitif psikoloji kavramını arasında ilişki olduğu bilinmektedir.

Günümüzdeki anlamıyla pozitif psikoloji kavramı ise psikolojideki karışıklıkları da giderecek şekilde ele alınmaya başlanmıştır. Pozitif psikoloji hareketinin kurucu olarak Pennsylvania Üniversitesi Profesörü Martin E.P. Seligman olarak kabul edilir. Seligman öğrenilmiş çaresizlik kuramının da kurucusu olan ve bu çalışmaları etrafında yapmış olduğu deneysel araştırmaların başarılarından sonra 1998 yılında Amerikan Psikoloji Derneği'ne başkan olarak atanmıştır. Seligman başkanlık yaptığı dönemlerden

itibaren pozitif psikoloji hareketinin sembolik lideri olmuştur. Ayrıca pozitif psikoloji kuramlarını ve uygulamaları günlük hayata dâhil etmeye çalışmakta ve dünya çapında devletlerden destek almaktadır (Hefferon ve Boniwell, 2014:4). Daha sonraları bu konu ile ilgili 2005 yılında Amerikan Psikolog Dergisinde, Seligman, Steen, Park ve Peterson pozitif psikoloji gelişiminin detaylı bir araştırmasını sağlamışlardır (Filep, 2009:24). Mutluluk ve pozitif psikoloji ile ilgili birçok çalışmaları bulunan Seligman ve Csikszentmihalyi'ye (2000:5) göre popülerliği her geçen gün artan pozitif psikoloji konuları ile ilgili bilimsel ve popüler basında ufuk açıcı yüzlerce makale ortaya çıktığı belirtilmiştir. Bunun yanında çeşitli ülkelerde toplantı, zirve, konferans şeklinde çeşitli bilimsel faaliyetler gerçekleştirilmiş ve pozitif psikoloji üzerine ilk uluslararası kongre 18-21 Haziran 2009'da Philadelphia, ABD'de yapılmıştır. Üniversite dersleri açısından, pozitif psikoloji üzerine ilk yüksek lisans derecesi Eylül 2005'de Pennsylvania Üniversitesinde başlamıştır. Filep'e (2009:24) göre 2006 yılında pozitif psikoloji Harvard Üniversitesinde en popüler lisans dersi olduğu ifade edilmektedir. Bu akım zaman içerisinde ülkemizde de karşılığını bulmuş ve bu konuda 28-30 Nisan 2016 tarihinde Üsküdar Üniversitesinde düzenlenen Birinci Uluslararası Avrasya Pozitif Psikoloji Kongresi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca uluslararası pozitif psikoloji derneği çatısı altında pozitif psikoloji derneği Türkiye temsilciliği pozitif psikoloji konusu hakkında danışmalık, araştırma ve incelemelerde bulunmaktadır (Pozitif Psikoloji, 2016).

Pozitif psikoloji insanların yaşam deneyimini daha dengeli ve bütünsel bir bakış açısıyla incelemek için hastalık odaklı düşünce

tarzından kopar ve insanın hangi koşullar altında olumlu gelişme ve ilerleme gösterdiğini araştırır (Pozitif Psikoloji, 2016). Tüm bu açıklamalar etrafında pozitif psikoloji, insanın güçlerini anlamak ve bu güçlerini nasıl geliştirebileceğini bulmak olarak tanımlandığı gibi (Kuzucu, 2006:14), bireyin ve toplulukların gelişmesine olanak sağlayan etkenlerin anlaşılmasını, denenmesini, keşfedilmesini ve desteklenmesini amaçlar şeklinde de tanımlanmaktadır (Hefferon ve Boniwell, 2014:2). Ayrıca Seligman ve Csikszentmihalyi'ye (2000:5-14) göre de kişinin neden depresyona girdiği veya anksiyetenin tedavisinde etkili uygulamalar nelerdir gibi sorular sormak yerine başarılı insanların bu kadar başarılı olmalarındaki faktörler nelerdir sorusuna odaklanılmalıdır. Tanımlardan da anlaşılacağı gibi pozitif psikoloji; kişinin daha iyi neler yapabileceği veya daha iyi nasıl olabileceği (psikolojik anlamda) konusu temel amacı olan bilim dalıdır olarak nitelenebilir.

Pozitif psikolojinin ilgi alanları özelde birey ile ilgilendiği kadar genelde de hangi aile modelinin çocuk gelişiminde iyi ortam sağladığı, ne tür iş ortamlarının çalışanlar için iş tatmini sağladığı ve nasıl bir politikanın insanı topluma ait hissetmesini sağladığı gibi soruların çözümü ile de ilgilenir (Seligman, 2000'den aktaran Malkoç, 2011:19).

Pozitif psikoloji tüm bu olumlu gelişmelere rağmen bazı araştırmacılar tarafından bencil bir psikoloji, sözde mutlulukla ilgilenen bilim dalı, batı merkezli, hatta ırkçı merkezli olduğu ve bu fikirlerin yeni olmadığı gibi eleştirilere de maruz kalmıştır. (Filep, 2009:25;

Held, 2004:9; Gable ve Haidt, 2005:103; Hefferon ve Boniwell, 2014:4).

Son zamanlarda pozitif psikoloji ile ilgili psikoloji bilimi başta olmak üzere multidisipliner yaklaşımla çok farklı alanlarda özellikle işletme ve örgütsel davranış alanında çok çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Pozitif psikoloji ile ilgili alanlar iyi oluş, öznel iyi oluş, işe bağlılık, yaşam doyumu, iş doyumu, olumlu duygulanım, umut, iyimserlik, psikolojik dayanıklılık, travma sonrası gelişim, anlam, gibi birçok konuları çalışma kapsamına almaktadır. Bu konulardan bazıları özellikle işe bağlılık ile ilgili olanları bu çalışmanın konuları kapsamında olup aşağıda ele alınacaktır.

### **2.1.2. İş Yaşam Doyumu (Tatmini)**

İş doyumu ve yaşam doyumu birbirinin içerisine giren, birbirini tamamlayan, birbirini anlamlandıran iki kavram olarak düşünülmektedir. Bu ilişkiyi en güzel şekilde ifade eden Maksim Gorki yaşam tatmini ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi “İş mutluluk verici olduğunda yaşam eğlencelidir, iş bir görev olduğunda ise, yaşam esarettir.” sözleriyle açıklamıştır. Konfiçyus ise “Sevdiğiniz işi yapıyorsanız ömür boyu çalışmamış sayılırsınız.” şeklinde ifade etmiştir (Tutar, 2014:177). İnsan, yaşamının önemli bir bölümünü işinde geçirmekte; burada karşılaştığı güzel ve kötü anların izlerini işe işi dışında sürdürdüğü yaşamına, ailesine ve arkadaşlarına taşımaktadır. Benzer biçimde ailesiyle veya arkadaşlarıyla yaşadığı hoş ve hoş olmayan anların izlerini de işine taşımaktadır. Bu bakımdan iş ve yaşam, sanki bir yap-boz oyunu gibi birbirinin içerisine girerek bir

bütünü oluşturmakta, birbirini anlamlandırmak ve bu nedenle iş ve yaşam doyumunu arasındaki ilişki yönetim yazını açısından büyük önem taşımaktadır (Dikmen, 1995:115). İş doyumunun çevresel ve bireysel faktörler olarak iki bileşeni vardır. Bunlardan çevresel faktörler iş ortamı ve iş ile ilgili faktörlerdir. Bunlar başarı değerlendirme ve ödül sistemi, çalışma arkadaşları ile ilişkiler, görevin kimliği, görevin önemi, iş tasarımı, işe karşı tutum, işin özelliği, kontrol, örgüt kültürü, örgütsel yapı, örgütsel itibar, özerklik, sosyal etki, ücret ve kariyer olanağı gibi değişkenlerdir. Bireysel faktörler ise cinsiyet, değerler, medeni durum, yaş, eğitim, mesleki statü, kişilik, zekâ ve yeteneklerdir (Tutar, 2014:157-168).

İş tatmini konusunda birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalara temel teşkil eden ve örgüt psikolojisinin gelişmesine önemli katkıları olan çalışmalar ise Harwood Araştırmaları<sup>3</sup>, Hawthorne Araştırmaları<sup>4</sup> ve Robert Duncan<sup>5</sup> araştırmalarıdır (Tutar, 2014:171). İş ve yaşam tatmini birbirini etkileyen süreçlerdir. İş yaşamında tatmin olan çalışanın özel yaşamında da mutlu bir insan olma olasılığı yüksektir (Tutar, 2014:157). İş tatmini ile ilgili çeşitli tanımlamalar yapılmaktadır. Oshagbemi'e göre, çalışanların işe karşı olumlu tepkisi iş tatmini olarak tanımlanmaktadır. Schermerhon ve diğerleri ise iş tatminini, çalışanların işlerine yönelik sahip oldukları

---

<sup>3</sup> Harwood Araştırmaları: İşgörenlerin iş ile ilgili planlamaya ve süreçlere dâhil edildiğinde iş tatmini ve verimliliklerini araştıran çalışma.

<sup>4</sup> Hawthorne Araştırmaları: İş ile ilgili ışık, ısıtma, dinlenme zamanları, gibi fiziksel ve çevresel şartların verimlilik üzerindeki etkisini araştıran çalışma.

<sup>5</sup> Robert Duncan Araştırması: İşgörenlerin çevresel faktörleri nasıl algıladığı ve belirsizliklerin kararlar üzerindeki etkisini araştıran çalışma.

olumlu veya olumsuz duyguların derecesi olarak tanımlamaktadırlar (Oshagbemi, 1999:388 ve Schermerhon ve diğ., 1994:144'den aktaran Güner, 2007:50).

Çalışanların içinde bulunduğu olumlu olumsuz duygu durumları ve çalışma koşulları çalışanların iş ve yaşam doyumlarına da etki etmektedir. İş ve yaşam doyumunda görülen azalmalar gerek örgüt gerekse çalışanlar açısından maddi ve manevi kayıplara yol açmaktadır. İş hayatı insanların yaşamlarında hem zamansal anlamda hem de psikolojik anlamda önemli bir yere sahiptir. Çalışanların yaşamlarında mutlu olmaları ve doyum sağlamaları için gerekli olan önemli unsurlardan biri de işlerinden almış oldukları doyumdur. İnsanların yaşamlarından doyum almaları için işlerinden de aynı oranda mutlu ve tatmin olmaları gerekir (Çevik, Korkmaz, 2014:127). Sadece yaşam doyumunu beklenti ile (ne istediği) neye sahip olduklarının karşılaştırılması sonucunda duyulan doyum düzeyidir (Tutar, 2014:172). İş yaşam doyumunun olumlu çıktıları açısından personelin performansını artırdığı ve daha yüksek örgütsel bağlılığa yol açtığı da tespit edilmiştir (Iverson ve Maguire, 1999:19). Bu tespite karşın işe tersten bakacak olursak, çalışma yaşamındaki olumsuz durumlardan doyumsuzluk, mutsuzluk, hayal kırıklığı ve isteksizlik durumları, bireyin genel yaşamına etki ederken; bireyin günlük yaşamdan da doyum almamaya başlamasına neden olabilmektedir. Bu durum bireyin çevresini, ailesini ve arkadaşlık ilişkilerini de olumsuz yönde etkileyerek, fiziksel ve ruhsal sağlığını bozabilmektedir (Keser, 2005:57). Bu bozukluğun iş yaşamında da olumsuzluklara sebep olacağı değerlendirilmektedir.

Literatürde genellikle iş doyumu ile ilgili çok sayıda araştırma mevcuttur. İşe bağlılık ile ilgili de Uyguç ve Çımrın'ın (2004:91) iş doyumu, işe bağlılık ve örgütsel bağlılık değişkenleri arasındaki ilişkileri incelemek üzere yapmış oldukları çalışmada işe bağlılık ve iş doyumunun örgütsel bağlılığı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

### **2.1.3. İş Yaşamında İyi Oluş**

İş yaşamı, bireyin yaşam alanları içerisinde önemli bir boyutu temsil etmektedir. Bireylerin yaşamlarının önemli bir bölümü işte geçmekte ve iş yaşamından alınan doyum genel yaşamı da etkileyebilmektedir (Doğan ve Eryılmaz, 2012:386). Türkiye gibi toplulukçu kültürlerde iş ve çalışmaya çok değer verilir. “İşe öncelik vermek, işi sevmek, işi benimsemek, işi ciddiye almak, çalışkan olmak, işletmeye bağlılık göstermek, özverili çalışmak” işletmelerimizin toplulukçu kültür özelliğini gösteren ve çalışanlarda yükümlülük oluşturan işe yönelik davranışsal normlar ve değerlerdir (Uyguç, 2003:432).

Araştırmalar, iş yaşamında iyi oluşun ve öznel iyi oluşun bireyin yalnızca iyi duygular hissetmesini sağlamakla kalmayıp, enerjisini ve yaratıcılığını artırdığını, bağımsızlık sistemini güçlendirdiğini, daha iyi ilişkiler kurmasını sağladığını, iş yerinde verimliliğini artırdığını ve yaşam süresini uzattığını ortaya koymuştur (Diener ve Chan, 2011:43; Lyubomirsky, King ve Diener, 2005:803). Bu kapsamda yapılan araştırmalardan yola çıkılarak mutluluğun belirleyicileri üç grupta ele alınmıştır. Bunlardan ilkinin yaşam şartları (demografik değişkenler) oluşturmaktadır. Cinsiyet, yaş, eğitim durumu, ekonomik durum ve



yaşanılan yer gibi değişkenler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Yaşam şartlarının öznel iyi oluşu %10 oranında belirlediği saptanmıştır. İkinci grupta ise amaçlı etkinlikler bulunmaktadır. Bunlar bireyin duygu ve düşüncelerini kullanarak kasıtlı olarak yaptığı etkinlikleri içermektedir. Egzersiz yapmak, insanlara yardım etmek, sosyal ilişkiler kurmak ve geliştirmek, dini inancın gereğini yerine getirmek, affedici olmak, iyimserlik ve minnettarlık gibi etkinlikler amaçlı etkinlikler kapsamında değerlendirilmektedir. Amaçlı etkinliklerin, öznel iyi oluşu %40 oranında etkilediği bulunmuştur. Öznel iyi oluşun belirleyicisi konumundaki son grup, genetik ve kişilik özellikleri olarak saptanmıştır. Genetik ve kişilik özelliklerinin öznel iyi oluşu %50 oranında etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Lykken ve Tellegen, 1996:186-189; Lyubomirsky, 2001:239; Lyubomirsky, Sheldon ve Schkade, 2005:111). Demografik faktörlerin amaçlı etkinliklerin ve genetik ve kişilik özelliklerinin iş yaşamı ile de direkt ve dolaylı etkisi olduğu bir gerçektir.

Çalışanın bireysel anlamda işindeki memnuniyeti, o kişinin sağlığı, aile yaşamı, sosyal yaşamı, ekonomik durumu ve iş dışındaki boş zaman aktiviteleri gibi yaşamın diğer boyutlarındaki memnuniyet düzeyini etkilemektedir (Bromet ve diğerleri, 1990:135; George ve Brief 1990:403; Leiter ve Durup, 1996:33; Steiner ve Truxillo 1989:34-35). Bu etki sadece bireysel anlamda değil örgütsel çıktılar bakımından da önemlidir. İyi oluş ve iş yaşamındaki iyi oluş ile direkt ilgili olan çalışma yaşamı kalitesinin sağlanması neticesindeki iş görenin mutluluğu örgütün etkililiğinde belirleyici olmaktadır (Özkalp ve Kırel, 2001:554). Çünkü çalışanın iş hayatındaki karşılaştığı koşullar,

sağlığını ve performansını etkileyebilmektedir (Yüksel, 2004:47). Birçok araştırma çalışma yaşam kalitesinin, çalışanın davranışsal tepkilerinde, örgütte bireysel kimlik kazanmasında, iş doyumunda, işe ilgi göstermesinde, işle ilgili çabasında ve performansında, işten ayrılma düşüncesinde, personel devir hızında önemli etkilere sahip olabileceğini göstermiştir (Carter ve diğ., 1990:170; Efraty ve diğ., 1991:57-78; Lewellyn ve Wibker, 1990:182-193). Bu bilgiler ışığında iş yaşamında iyi oluş kavramının bireysel sağlık, iyi oluş, işe bağlılık, işe adanma, iş tatmini gibi kavramlar ile ilgili ve ilişkili olduğu görülmektedir.

Doğan, Eryılmaz ve Ercan (2014:48), Doğan ve Eryılmaz (2012:383), Savran'a (2016:71) göre öznel iyi oluş, işe bağlılık ve iş yaşamında iyi oluş arasında ilişkiyi incelemek üzere yapmış olduğu çalışmada elde edilen sonuçlar işe bağlılık alt boyutlarının öznel iyi oluşla anlamlı düzeyde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Eryılmaz ve Doğan (2012:49) Schaufeli ve arkadaşları tarafından 2002 senesinde geliştirilen Work Engagement Ölçeği'ni (UWES) İş yaşamında öznel iyi oluş adıyla Türkçe'ye uyarlama çalışmasını 383 çalışan ile gerçekleştirmiş ve yeterli düzeyde geçerli güvenilir olduğunu bulmuştur. Aynı çalışma Turgut, (2011:155) tarafından çalışmaya tutkunluk şeklinde isimlendirilerek ölçeğin Türkçe'ye uyarlaması yapılmış 279 kişiden elde edilen veriler ışığında ölçeğin yüksek iç tutarlılığa sahip olduğunu bulmuş ve literatüre kazandırılmıştır. Örgütsel Davranış yazınında İngilizce karşılığı "work engagement" olan bu kavram Turgut (2010:57; 2011:155) tarafından "çalışmaya tutkunluk", Özkalp ve Meydan (2015:5) tarafından "işe angaje olma"

olarak isimlendirilmiştir. Doğan Eryılmaz ve Ercan (2014:48) ve Eryılmaz ve Doğan'a (2012:49) göre ise "iş yaşamında öznel iyi oluş" olarak isimlendirilmiştir. Bu kavramı oluşturan alt boyutların, yüksek enerji, anlam, şevk, cezbolma, ilham, gurur, mutluluk, odaklanma gibi tanımları ve örnek davranışları bir tutkunluk ve mutluluk halini ifade eder niteliktedir. Çalışmaya tutkunluk, "pozitif, tatmin edici, çalışmayla ilgili ruh hali" olarak da tanımlanır (Schaufeli ve arkadaşları, 2002:74). Bu ruh hali üç boyutu kapsar; dinçlik veya işe istek duyma, işe adanma ve işe yoğunlaşma. Dinçlik boyutu çalışırken yüksek enerji düzeyi, zihinsel dayanıklılık, çaba sarf etme isteği ve kolayca yorulmama yeteneğini içerir. alışırken muazzam bir dinçlik hisseden birey yaptığı işe güdölenmiştir ve birtakım zorluklarla karşılaşsa bile sebatla işini yapmaya devam eder. Adanmışlık çalışmaya yönelik güçlü bir bağlılığı temsil eder ve önemlilik hissi, şevk, ilham, övünç ve mücadele olgularını kapsar. Çalışmaya adanmış olan bireyler işlerinin ilgi çekici olduğunu, mücadele gerektirdiğini, belli bir amaca hizmet ettiğini ve anlamlı olduğunu düşünürler. Dolayısıyla işlerini büyük bir hevesle yaparlar ve işleriyle gurur duyarlar. Yoğunlaşma bireyin yaptığı işe tamamen odaklanması ve mutlu bir şekilde çalışmaya dalmasıdır. Birey çalışırken yaptığı işe kendisini kaptırır, zamanın nasıl geçtiğini anlamaz ve çalışmaya ara vermekte zorlanır (Turgut, 2011:156).

Bu açıklamalar ışığında işe bağlılık, işe cezbolma, işe tutkunluk ve işe yaşamında öznel iyi oluş, işe yaşamında iyi oluş kavramları birbirleri ile çok yakın anlamlı birer kavram olarak karşımızı çıkmaktadır. Son yıllarda örgütsel davranış konuları pozitif ve negatif örgütsel davranış konuları şeklinde de sınıflandırılmaya başlanmıştır.

Bu kavramların pozitif örgütsel davranış konuları şeklinde birleştirilmesinin bu kargaşaları azaltmaya yönelik faydası olacağı değerlendirilmektedir.

## 2.2. İşe Bağlılık

İşe bağlılık kavramını İngilizce'deki orijinalinden Türkçe'ye çevirmek bu alanda çalışma yapan birçok akademisyen ve uygulayıcı zorlamaktadır. İngilizce'de "job engagement" ya da "work engagement" olarak ifade edilen kavram, Türkçe literatürde "işe cezbolma", "işe gönülden adanma", "işle bütünleşme", "işe bağlanma", "işe angaje olma", "işe adanma", "işe kapılma", "işe sargınlık" çok farklı şekillerde yer almaktadır (Ertemli, 2011:49; Keser ve Yılmaz, 2009:95; Turgut, 2010:57; Esen 2011:380; Özkalp ve Meydan, 2015:5). Bu bölümde söz konusu kavram "işe bağlılık olarak" olarak ifade edilecektir.

İşe bağlılık hem psikoloji bilimi hem de örgütsel davranış bilimi açısından önemli bir konudur. Literatürdeki işe bağlılık tanımları incelendiğinde yapılan araştırmaların değişkenleri açısından tanımlama yapıldığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında işe bağlılık, kişinin işiyle psikolojik bütünleşmesinden kaynaklanan bilişsel inanç durumudur (Lawler ve Hall, 1970:305; Brown ve Leigh, 1996:361) tanımı bu araştırmanın konusu ile örtüşmektedir.

İşe bağlılık kavramını tersten ele alan yaklaşım ise işe bağlılık kavramı tükenmişlik kavramından yola çıkarak izah etmeye çalışır. Bu yaklaşımda Maslach ve arkadaşları işe bağlılığı tükenmişliğin zıddı olarak ele alır ve tükenmişliği de işe bağlılığın erozyona uğraması

olarak tanımlar (Maslach ve diğ., 2001:416). Bir başka deyişle tükenmişliği yüksek olan kişilerin işe bağlılığı az, tükenmişliği az olan kişilerin ise işe bağlılığı yüksek olacağı varsayılmaktadır.

İşe bağlılık terimi sık sık hem deneysel hem de alan çalışmalarında kullanılmaktadır. Deneysel çalışmaların çoğu, işe bağlılığın algılamadaki, akılda tutmadaki ve sorun çözmedeki etkileriyle ilgilidir. Alan çalışmalarında ise, işe bağlılığın, işe geç gelme, performansın kalitesi ve miktarı gibi durumlarla ilişkisini ele almaktadır (Saleh ve Hosek, 1976:213). Bu açıklamalar çerçevesinde işe bağlılık kavramını pozitif psikoloji ile de ilişkilendirerek mutluluk ve iş yaşamındaki mutluluğu da içerisinde barındırdığı söylenebilir.

Organizasyondan organizasyona çalışanların işlerine bağlılıkları farklılık gösterebilir. Kendi organizasyonuna sahip (aile şirketleri) olan insanlar, farklı organizasyonda çalışan insanlara göre işlerine daha fazla bağlı olmaktadır. Bu durum insanın doğası gereği olmaktadır. İnsanlar sahip olduğu organizasyonun başarısı için daha fazla çalışıp çaba sarf ederken, sahip olmadığı mülkiyete karşı daha az ilgi göstermektedirler (Savran, 2016:24).

İşe bağlılıkla ilgili yapılan araştırmalar işe bağlılığın oluşumuyla ilgili dört farklı kavramı ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda bir çalışan, temel yaşam ilgisi çalışma hayatı üzerine kurulu olduğu zaman; işine aktif olarak katıldığı zaman, kendi performansının değerini algıladığı zaman ve tutarlı olarak performans gösterdiği zaman, işine bağlı kalabilmektedir (Saleh ve Hosek, 1976:215).

İşe bağlanmanın çıktıları açısından incelediğimizde bireysel açıdan, bireyin yaptığı işin kalitesini, iş yapma özenini, tecrübesini, yaratıcılığını ve sağlığını etkilediği, örgütsel açıdan ise performanstan kârlılığa kadar pek çok değişkene etkide bulunabilmektedir (Keser ve Yılmaz, 2009:112). Ertemli ise çalışmasında işe bağlılığın iş tatmininde yükselme, psikolojik iyi oluş, esenlik, yeterlilik inancı, öğrenme hevesi, azalan tükenme gibi çıktıları olduğunu ifade etmektedir (Ertemli, 2011:78).

İşe bağlılığın örgütsel açıdan sonuçları, kişilerin örgütsel ortamda rollerini gerçekleştirirken davranışlarına yön veren, kişisel ve örgütsel başarıya katkı sağlayan bir davranış göstermesidir. İşe bağlılığı yüksek kişilerin daha verimli olduğu, etik ve sorumluluk sahibi davranışlar sergilediği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, işe bağlılığı yüksek kişilerin örgütsel gelişim ve kalitenin artırılmasına yönelik daha fazla çaba gösterdikleri, örgütte daha uzun süre istihdam edildikleri düşünülmektedir. Bu nedenle örgütler işgücü devir oranını düşürebilmek ve örgütsel verimliliği artırabilmek amacıyla çalışanların işe bağlılıklarını sağlayacak en iyi politikaları uygulama zorunluluğu hissetmektedirler (Kanten, 2012:43).

Bakker ve Demerouti işe bağlılığı yüksek çalışanların daha iyi performans göstermelerinin dört nedeni olduğundan bahsetmektedir. Buna göre işe bağlılığı yüksek çalışanlar genellikle mutluluk, sevinç, heves gibi pozitif duygulara sahiptirler. Sağlık durumları iyidir, kendi kişisel ve iş kaynaklarını yaratırlar ve kendi işe bağlılıklarını başkalarına da aktarırlar (Bakker ve Demerouti, 2008:215). Savran'ın

Türkiye’deki tenis antranörleri ile yapmış olduğu çalışmasında iyi oluş ve boyutları ile işe bağlılık boyutları arasında pozitif yönde ilişki olduğunu tespit etmiştir (Savran, 2016:72). Salanova ve arkadaşları (2005:1217) müşteriyle birebir ilişkide bulunan hizmet sektörü çalışanları ve bu çalışanların müşterileriyle yaptıkları çalışmada, işe bağlılığı yüksek çalışanın performansını ve müşteri sadakatini yükselttiği sonucuna varmışlardır. Bu sonuç hizmet sektörünün önemli dallarından biri olan sağlık sektöründe de işe bağlılığın ne kadar önemli olduğuna işaretir.

Bal’ın Gönülçelen şirketler kitabında işe bağlılık ve esenlik arasındaki ilişki de incelenmiş, işe bağlılık düzeyi arttıkça çalışanların kendilerini daha iyi hissettikleri ve olumsuz duyguları daha az yaşadıkları sonucuna varılmıştır (Bal, 2009:123). Metin ise 266 Türk otel ve sağlık çalışanıyla gerçekleştirdiği araştırmada işe bağlılığın daha iyi sağlık haline öncel oluşturduğunu bulgulamıştır (Metin: 2010:65). Sonuç olarak işe bağlılık kavramı pek çok konu ile ilişkisi araştırılmış olmakla birlikte olumlu pozitif çıktıları fazla olan bir kavramdır. Pozitif örgütsel davranış konularının önemli bileşenlerinden biridir.

İşe bağlılığın sonuçları arasında, çalışmaya tutkun bireylerin zihinsel ve bedensel sağlık durumları açısından diğer çalışanlardan daha iyi durumda olması da çarpıcı bir bulgudur. İnisiyatif alma, proaktif davranışlar sergileme, öğrenme motivasyonunda artış, yüksek performans çalışmaya tutkunluğun etkili olduğu diğer değişkenlerdir (Sonnentag, 2003’ten aktaran Çalışkan 2014:371).

Tanımlar ve araştırmalar çerçevesinde işe bağlılığın bireysel ve örgütsel olarak mutluluğa ve iyi oluőa temel teşkil eden bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Bu tanım hem ampirik olarak hem de felsefi olarak mutluluğu ve iyi oluşu kapsamaktadır.

### **2.2.1. İşe Bağlılık Modelleri**

Bu bölümde işe bağlılık modellerinden Kahn modeli, Maslach tükenmişlik modeli, Schaufeli modeli hakkında genel bir değerlendirme yapılmıştır.

#### **2.2.1.1. Kahn Modeli**

İşe bağlılık kavramı ile ilgili bilinen ilk çalışma William A. Kahn tarafından yapılan işe bağlılık ve işe bağlı olmamanın psikolojik durumları adlı çalıőmadır. Bu çalışmada Goffman'ın insanların hayatlarında gerçekteőtirdikleri hareketleri ve rolleri tiyatrodaki yapılan rollere benzettiği yaklaşımından söz etmektedir (Kahn,1990:694). Bu yaklaşımda Goffman bu rollerin toplamına inanırken Kahn rollerimize yol gösteren ve biçimlendiren bir benlik bilincinin varlığına işaret eder (Ertemli, 2011:52).

Kahn iőe bağlılık ve iőe bağlı olmamanın psikolojik koőullarına iliőkin nitel araőtırmasında, yaz kampı idarecileri ve mimarlık firmasının çalıőanlarıyla iőe bağlılık ve iőe bağlı olmama davranıőları hakkında yapmıő olduğu mülakatlar ile ačıklamada bulunmuőtur (Saks 2006'dan aktaran Ertemli, 2011:52). Buna göre anlamlılık durumu, güvenliik durumu ve uygunluk durumu olmak üzere insanların rollerini nasıl yaőadıklarını ačılayan üç psikolojik durum vardır. Kahn,



insanların rol davranışları içinde kendilerine üç tane soru sorduklarını ve bu soruların yanıtlarına bağlı olarak işe bağlılık ya da işe bağlı olmama durumlarını sergilediklerini öne sürmektedir. Bu sorular “Bu performansa gelmem benim için ne kadar anlamlıdır?” “Bunu böyle yapmam benim için ne kadar güvenlidir?” ve “Bunu yapmak için ne kadar uygunum” şeklindedir (Kahn, 1990:703). Bu sorular çerçevesinde bireyler işleri kendileri için anlamlı, güvenli ve kendileriyle uyumlu olduğunda daha fazla işe bağlılık davranışı sergileyebilmektedir.

#### **2.2.1.2. Maslach Tükenmişlik Modeli**

Şüphesiz bir varlığı veya kavramı izah ederken seçilen yollardan birisi de onu karşıtı ile ifade etmektir. Zira her şey zıddı ile bilinir ve bir varlığın ne olduğunu ne olmadığını ile izah etmek daha kolaydır (Balkaya, 2012:992) mantığından hareketle Maslach işe bağlılığı tükenmişlik kavramı ile izah etmektedir. Tükenmişlik ile ilgili literatür incelendiğinde özellikle hizmet sektöründe en sık kullanılan ölçeğin Maslach tükenmişlik envanteri olduğu görülmektedir. Maslach işe bağlılık kavramını tükenmişliğin tersi ve zıddı olarak ele almış ve tükenmişliği işe bağlılığın erozyona uğraması olarak tanımlamıştır (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001:416).

Maslach’a göre tükenmişlik “iş gereği yoğun duygusal taleplere maruz kalan ve sürekli diğer insanlarla yüz yüze çalışmak durumunda olan kişilerde görülen fiziksel bitkinlik, uzun süreli yorgunluk, çaresizlik ve umutsuzluk duygularının, yapılan işe, hayata ve diğer insanlara karşı olumsuz tutumlarla yansımaları ile oluşan bir sendrom”

dur (Maslach ve Jackson, 1981:99). Bu tanımda yer alan bitkinlik, çaresizlik, umutsuzluk tanımları işe bağlılığın ve mutluluğun zıddı olarak da kavramlaştırılabilir.

Maslach ve Jackson tükenmişliği; duygusal tükenme, kişisel başarının azalması ve duyarsızlaşma olmak üzere üç boyutta tanımlamışlardır (Maslach ve Jackson, 1981:99). İşe bağlılığı, tükenmişliğin duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve başarının azalması boyutlarının karşıtı olarak dinçlik, işe adanma ve etkili olma biçiminde nitelendirmişlerdir (Kanten, 2012:11). Bakker ve arkadaşları işe bağlılığın enerjik olma boyutunun duygusal tükenmeyi, işe adanma boyutunun duyarsızlaşmayı ve etkinliğin azalmasını ise etkili olmayı tam olarak karşıladığını ileri sürmüşlerdir (Bakker ve diğ., 2008:215).

Buna göre çalışanların tükenme düzeylerini ölçmek için geliştirdikleri çok boyutlu ölçek ile işe adanma düzeyinin de ölçülebileceğini belirtmişlerdir. Çalışanların tükenme düzeyi yüksek ise işe bağlılık düzeyinin düşük olacağını; tükenme düzeyi düşük ise işe bağlılığının yüksek olacağını ifade etmişlerdir (Kanten, 2012:11).

### **2.2.1.3. Schaufeli Modeli**

Schaufeli, Kahn ve Maslach'ın yaklaşımlarından farklı olarak, işe bağlılığın ve tükenmişliğin birbirleri ile ilişkili olduğunu kabul etmek ile birlikte birbirinin tersi kavramlar olmadığını, farklı yapılar olduğunu ve farklı ölçüm araçlarıyla ölçülmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Diğer bir ifade ile tükenmişlik düzeyi düşük olan bireylerin işe bağlılık düzeylerinin yüksek olmayabileceği; aynı şekilde işe bağlılık düzeyi düşük olan bireylerin de tükenmişlik düzeylerinin yüksek

olmayabileceği sonucuna ulaşmıştır (Demerouti ve diğ., 2010:212; Schaufeli ve diğ., 2002:78). Diğer taraftan Schaufeli ve arkadaşları işe bağlılığa, pozitif psikoloji kavramı açısından yaklaşmıştır. Pozitif psikolojinin ileri sürdüğü psikolojik iyilik, iyimserlik, mutluluk ve dayanıklılık gibi unsurlardan yola çıkarak işe bağlanmayı bireyin işine karşı iyimser ve işin değerli olduğu bir zihniyet yapısına sahip olması olarak ifade etmiştir (Kanten, 2012:12). Yine bu ifadeden de anlaşılacağı gibi işe bağlılığın mutluluk ve iş yaşamındaki mutluluk ile ilişkili olduğu çıkarımı yapılabilir.

Bu araştırmamızın işe bağlılık ile ilgili olan kısımlarındaki kullanmak istediğimiz ve ölçümlerimizi yapacağımız model Schaufeli ve arkadaşlarının yapmış oldukları UWES işe bağlılık modelidir.

### **2.3. İşe Bağlılığın Alt Boyutları**

Schaufeli ve arkadaşları işe bağlılığı üç alt boyutta açıklamışlardır. Bunlar: Azim, dinçlik veya istek duyma (vigor) olarak birinci boyut, kendini adanma veya işe adanma (dedication) şeklinde ikinci boyut ve benimsemek veya işe yoğunlaşma (absorption) şeklinde üçüncü boyuttur. İşe istek duyma; kişinin çalışırken sarf edeceği yüksek enerji miktarını ve ruhsal direncini nitelendirirken aynı zamanda, zorluklarla ve problemlerle karşılaşıldığında, yılmamayı ifade eder. İşe adanma; kişinin, işine verdiği önem, istek, gurur ve işine karşı hissettiği aitlik duygusunu nitelemektedir. Son olarak benimsemek veya işe yoğunlaşma ise; işine tam anlamıyla konsantre olmayı nitelemektedir. Böylece birey, zamanın nasıl geçtiğini anlamamakta ve kendisini işten

alamaz duruma gelmektedir (Schaufeli ve diğ., 2002:73; Turgut, 2011:156; Çalışkan, 2014:370).

### **2.3.1. İşe İstek Duyma**

İşe istek duyma literatürde dinçlik (Özkalp ve Meydan, 2015:11) kavramı ile de anılmaktadır. İşe istek duyma kişinin çalışma yaşamında fiziksel güce, duygusal enerjiye ve aynı zamanda zihinsel canlılığa sahip olma duygusu ile anlatılır. Fiziksel güç kişinin günlük işlerini yerine getirirken sahip olduğu enerjiyi temsil eder. Duygusal enerji çalışma yaşamındaki kişiler arası ilişkileri yürütebilme kapasitesini ifade ederken, zihinsel canlılık ise kişinin kendisini zihinsel anlamda çevik ve dinç hissetmesidir (Kanten ve Kanten, 2016:108). Aynı zamanda işe istek duyma bireyin düşünce ve eylemlerini genişletmesini, aynı zamanda sahip olduğu kaynakları geliştirmesini sağlayan olumlu bir duygusal durumu göstermektedir (Alarcon ve Edwars, 2010:298). İşe istek duyma boyutu çalışırken yüksek enerji düzeyi, zihinsel dayanıklılık, çaba sarf etme isteği ve kolayca yorulmama yeteneğini de içerir. Çalışırken işe istek duyan kişi yaptığı işe güdülenmiş olup çeşitli zorluklar ile karşılaşsa bile sabır ve sebat ile işini yapmaya devam eder (Çalışkan, 2014:370).

### **2.3.2. İşe Adanma**

İşe adanma kavramının tanımlanmasına, ölçülmesine ve boyutlarının belirlenmesine ilişkin yapılan çalışmaların zamanla yaygınlaştığı görülmektedir. Bu çalışmalarda, araştırmacıların işe adanma kavramının çok boyutlu olduğunu kabul ettikleri görülmekte ancak bu kavramın boyutlarına ve geçerli ölçüm modeline ilişkin fikir

birliğine varamadıkları belirtilmektedir (Rothbard ve Patil, 2011:57'den aktaran Kanten, 2012:9). Literatür incelendiğinde işe adanma konusu bazı çalışmalarda işe bağlılığın alt boyutu iken bazı çalışmalarda işe bağlılık ile aynı anlamda kullanılmıştır. Dolayısıyla, pozitif örgütsel davranış alanında, işe adanma kavramı ilgili farklı tanımlar yapılmakta ve işe adanma, kavramsal açıdan çeşitli araştırmacılar tarafından farklı açılardan ele alınmaktadır.

İşe adanma veya kendini işe adamak; kişinin, işine verdiği önem, istek, gurur ve işine karşı hissettiği aitlik duygusunu nitelemektedir (Schaufeli ve diğ., 2002:73; Çalışkan, 2014:370) İşe adanma kişinin işini değerli olarak görmesine ve işinden mutluluk duymasına katkı sağlayarak daha fazla çalışma ve rol ötesi görevler üstlenmesine neden olmaktadır. Başka bir ifade ile işe adanma bireyin işiyle özdeşleşmesine yol açarak iş süreçlerine etkin şekilde dâhil olmasını sağlamaktadır (Kanten ve Kanten, 2016:109). İşe adanma çalışmaya yönelik güçlü bir bağlılığı temsil eder ve önemlilik hissi, şevk, ilham, övünç ve mücadele olgularını kapsar. Çalışmaya adanmış olan bireyler işlerinin ilgi çekici olduğunu, mücadele gerektirdiğini, bir amaca hizmet ettiğini ve anlamlı olduğunu düşünürler. Yaptıkları iş onlara ilham verir, dolayısıyla işlerini hevesle yaparlar ve işleriyle gurur duyarlar (Turgut, 2011:156).

### **2.3.3. İşe Yoğunlaşma**

İşe yoğunlaşma veya kendini işe verme bireyin işine yoğunlaşmasını, iyi düşünen bir zihne sahip olmasını, işinden içsel bir doyum almasını, zamanın nasıl geçtiğinin farkına varmamasını ifade etmektedir (Hakanen ve diğ., 2008:79; Alarcon ve Edward, 2010:298).

Diğer bir ifade ile işe yoğunlaşma, bireyin örgütsel rollerini yerine getirirken devamlı bir şekilde iş süreçlerinin bütününe yoğunlaşması ve odaklanması durumudur. Aynı zamanda kendini işe verme, çalışanın motivasyon düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir (Kanten, 2012:16).

Yoğunlaşma bireyin yaptığı işe tamamen odaklanması ve mutlu bir şekilde çalışmaya dalmasıdır. Birey çalışırken yaptığı işe kendisini kaptırır, zamanın nasıl geçtiğini anlamaz ve çalışmaya ara vermekte zorlanır (Turgut, 2011:156). İşe yoğunlaşma bazı çalışmalarda olumsuz çıktıları olduğu ve öznel iyi oluşun negatif duygular alt boyutu ile benzeştiği belirtilmektedir. Ayrıca işkolikliğe de benzediği bilinmektedir.

#### **2.4. İşe Bağlılığın Sonuçları**

İşe bağlılığın hem birey hem de örgüt açısından olumlu sonuçları bulunmaktadır. Yazına bakıldığında işe bağlılığın insanlar açısından olumlu yararlar sağladığı çeşitli yazarlar tarafından birçok çalışmada ortaya konmuştur. İşe bağlılık seviyesi yüksek çalışanların psikolojik sermayeleri yüksek, kendi kaynaklarını yaratan, daha iyi performans gösteren ve mutlu çalışanlar oldukları gözlenmiştir (Bakker ve diğ., 2011:4-28'den aktaran Özkalp ve Meydan, 2015:6). İşe bağlılık kavramının örgütsel çevredeki faktörlerle ilişkisini belirlemeye yönelik çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Araştırmaların genelinde işe bağlılık kavramının yöneticilerin yetenekleri, müşteri ve çalışan tatmini, işten ayrılma niyeti, işgücü devir oranı, örgütsel vatandaşlık davranışı, kariyer bağlılığı, refah düzeyi, verimlilik ve kâr gibi birçok

değişkenlerle ilişkisi incelenmiştir. Bu araştırmaların sonucunda işe bağlılık kavramının, müşteri ve çalışan doyumunun artmasını, örgütsel verimliliğin sağlanmasını olumlu olarak etkilediği görülmüştür (Kanten, 2012:17).

Ayrıca Ertemli (2011:78) tarafından daha kapsamlı bir şekilde işe bağlılığı etkileyen örgütsel sonuçlar olarak; artan müşteri memnuniyeti, artan müşteri bağlılığı, yüksek verimlilik, yüksek finansal performans, yüksek işletme kârı, işyerinde artan güvenlik, artan çalışan performansı, azalan işgücünün ayrılma eğilimi, yöneticilerin öz yeterliliklerinde artış, artan yönetsel etkinlik, yüksek örgütsel bağlılık, gelişmiş ortak imajı belirtmiştir. Bireysel sonuçlar açısından ise; iş tatmininde yükselme, psikolojik iyi olma hâli, esenlik, yüksek yeterlilik inancı, yüksek kişisel girişim, artan öğrenme hevesi, azalan duygusal tükenme, azalan olumsuzluk hissi, depresif semptomlarda azalma, azalan uyku bozukluğu ve düşük tükenmişlik olarak sıralamıştır. İşe adanmanın, çalışanlar üzerinde doğurduğu bireysel sonuçlar, dolaylı olarak örgütsel sonuçları etkilemektedir. Literatürde işe bağlılığın oluşturduğu bireysel ve örgütsel sonuçların olumlu olduğuna dair genel olarak kabul edilen bir görüş birliği bulunmaktadır (Saks, 2006:606; Kular, 2008:6'dan aktaran Kanten, 2012:40).

### **3. DUYGUSAL EMEK**

Bu bölümde araştırmamızın temel değişkenlerinden biri olan duygusal emek davranışı hakkında kapsamlı bir değerlendirme yapılarak, algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılığın duygusal emek davranışı ile ilişkileri hakkında yapılmış olan çalışmalardan bahsedilecektir.

#### **3.1. Duygusal Emek Epistemolojisi<sup>6</sup>**

Bu bölümde öncelikle duygusal emek kavramını epistemolojik olarak inceleyip duygu ve emek kavramı ile duygusal emek kavramı tanımları çerçevesinde konuya giriş niteliğinde açıklamalarda bulunulacaktır.

##### **3.1.1. Duygu Kavramı**

Duygu konusu hemen hemen her kişinin bilgi sahibi olduğu fakat tanımlamasını yapma konusunda zorlandığı önemli kavramlardan biridir. Duygu kavramı özellikle bireysel psikoloji alanında adından sıklıkla söz ettirmekte ve çeşitli çalışmalara konu olmaktadır. Tarihsel açıdan ilk defa antik ağ filozoflarından Aristoteles, Retorik (1995:1) adlı kitabında belli başlı bazı duyguları açıklamış ve bu duygulardan nasıl yararlanılabileceğini belirtmiştir. Duygu kavramı, 1800'lü yılların sonlarından itibaren çalışılan ve tartışmalara konu olan bir olgudur. Etki alanı ise insanların duygularına, yaşamlarına, ailesine, çevresine, psikoloji ve sosyoloji başta olmak üzere birçok bilim alanına olmuştur

---

<sup>6</sup> Epistemoloji bilgi felsefesi olarak tanımlanmasının yanında, bilginin doğasını, kaynaklarını, kökenlerini, değerini araştıran bilim dalıdır.



(Kurt, 2013:4). Kelime anlamı olarak incelendiğinde TDK Türkçe sözlüğünde, duygu kavramı, “*duyularla algılama*” şeklinde tanımlaması yapılmıştır. Psikolojik açıdan bakıldığında ise “belirli nesne, olay ya da kişilerin, bireyin iç dünyasında uyandırdığı izlenimler” olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlük, 2005:580). Yapılan başka bir tanıma göre; iç ve dış çevreden gelen uyaranların, insanda elem ya da haz türünden izlenimler yaratmasıdır. Bu tanım doğrultusunda, duyguların, hem insanı davranışa yönelten bir güdü hem de bir davranışın yapılmasıyla elde edilen bir sonuç olabileceği belirtilmektedir (Başaran, 2000:103). Felsefi olarak da duyma, duyum durumu, his, hissetmek gibi anlamlara da geldiği görülmektedir. Duygusal kelimesinin anlamı incelendiğinde de “duygular ile ilgili” anlamı ortaya çıkmaktadır (TDK Sözlük, 2005:581). Fakat buradaki kafa karışıklıklarından birisi de duygu ile duygusal kelimesi arasındaki anlam bütünlüğünün olmamasıdır. Duygu kelimesinin İngilizce sözlüğündeki karşılığının “sense, sensation, feeling” (Redhouse, 2002:239) gibi kelimelere karşılık gelmesine karşın duygusal kelimesi için İngilizce literatürde genellikle “emotional” şeklinde kullanılmasıdır. Bu açıdan bakıldığında duygu tanımı için uluslararası anlamda bir fikir birliği olmadığı söylenebilir. Tüm bu tanımlamalar çerçevesinde duygu ve duygusal kelimelerinin çok karmaşık insan davranışı ile direkt ilgili ve davranışları etkileyen bir konu olduğu ve insan yaşamında önemli bir yere sahip olduğu için bireylerin günlük yaşam olayları ile başa çıkmasına farklı durumlarla uyum sağlamalarına yardımcı olduğu bilinmektedir (Akın ve Akın, 2015:132).

### **3.1.2. Emek Kavramı**

Türk Dil Kurumu sözlüğündeki tanımına göre emek, bir işin yapılması için harcanan beden ve kafa gücü, ücretin karşılığı, uzun ve yorucu özenli çalışma, iktisadi açıdan ise belli bir ücret karşılığı insanın beden ve/veya beyni ile üretim sürecinde dâhil olması şeklinde tanımlanmaktadır (TDK Sözlük, 2005:631). Bu tanımlara bakıldığında emek kavramını ücret kavramıyla birlikte anıldığı görülmektedir. Ücretin tanımı ise belirli bir emek zamanı karşılığında ya da belirli bir işin yapılması karşılığında sermayedar tarafından ödenen para tutarıdır (Marx, 2012:27). Bir başka deyişle emeğin fiyatı ücrettir denebilir. Emek kavramı eski zamanlarda beden gücünü daha çok anımsatırken son zamanlarda hizmet ve teknoloji sektöründeki gelişmelerle birlikte beyin gücünü daha çok etkilediği ve bunun da duygularla çok yakın ilişkide olduğu bir gerçektir. Ayrıca emek için sonuçları itibariyle ekonomik ve ticari bir değeri vardır denebilir.

### **3.1.3. Duygu Emek İlişkisi**

Duygu kavramı, tanımlarından da çıkarım yapılabileceği gibi kişilerin davranışlarını etkileyen bir durumdur. Duyguların en önemli fonksiyonu üç temel grupta toplanmaktadır. Bunlar; bireyi harekete geçirmek için hazırlamak, gelecek davranışları şekillendirmek ve sosyal ilişkilerin düzenlenmesine yardımcı olmaktır (Feldman, 2012:329). Bu açıdan bakıldığında duyguların davranışı etkilediği görülmektedir. Duyguların davranışları etkilediğinin keşfi ve işletmelerde önemini artıran en önemli ve çalışma Hawthorne araştırmalarıdır. Hawthorne araştırmaları F. Roethlisberger ve Elton

Mayo önderliğindeki bir grup bilim adamının Western elektrik şirketinin Chicago'daki banliyösü olan Cicero'daki Hawthorne fabrikasındaki yaptıkları araştırmaların sonuçlarının istedikleri gibi çıkmamasının sonucunda oluşmuştur (Koçel, 2001:172). Bu çalışmada başlangıçtaki hipotezler şu şekilde oluşturulmuştur. Işık, ısıtma, dinlenme zamanları gibi fiziksel durumlar arttıkça verimliliğin de artacağı varsayılmaktadır. Fakat araştırmanın sonuçları araştırmacıların istedikleri gibi çıkmamış ve araştırmanın ikinci aşamasında çalışma şartlarında iyileştirme yapılmadan da verimliliğin arttığı görülmüştür. Bu önemli araştırmanın şu şekilde sonuçları çıkmıştır. Teknik ve fiziki koşullar iyi olsa bile, grup oluşturma ve grupta diyalog sağlanamaması durumunda verimlilik düşebilmektedir. Yöneticilerin çalışanların görüşlerine önem vermesi verimliliği artırmaktadır (Akdemir, 2012:252). Sonuç olarak organizasyonlar da insan unsurunun ve duygularının çok önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu önem zaman zaman duygularında metalaştırıldığını<sup>7</sup> varsayan çalışmalara da konu olmuştur. Bu bağlamda emek kavramında etkili olan davranışın duygulardan etkilendiğini söylemek mümkündür. Bu etkilenme sadece bireysel olarak değil kurumsal veya toplumsal olarak da etkisini göstermektedir. Gustave Le Bon Kitleler Psikolojisi kitabında cahil bir insan ile okumuş bir insanın belli bir kitlenin içinde bulunduğu zaman olayları nesnel olarak değerlendirme bakımından aynı yeteneği sergilerler (Le Bon, 2009: 31) tespitten hareketle duyguların ve

---

<sup>7</sup> Duyguların metalaştırmasına dair bkz. Demet Ş. Dinler, *İşçinin Varlık Problemi*. İstanbul: Metis Yayınları. 2014, 99-110

kitlelerin psikolojisinin emek davranışını olumlu veya olumsuz bir şekilde etkilediği çıkarımında bulunulabilir.

### **3.2. Duygusal Emek Modelleri**

Literatürdeki duygusal emek kavramı ilk olarak Hoshschild (1983:7) tarafından ortaya atılmıştır. Bu konu o tarihten bu günümüze kadar araştırmacıların ilgisini çekmiş, yerli ve yabancı yazında birçok çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmalarda da çeşitli modellerin ortaya konulduğu gözlenmiştir. Tüm bu çalışmalar incelendiğinde aşağıdaki dört ana modelin daha çok ilgi gördüğü ve çalışmaların bu dört ana model etrafında toplandığı görülmüştür.

- Hochschild Modeli 1983.
- Ashforth ve Humphrey Modeli 1993
- Morris ve Feldman Modeli 1996
- Grandey Modeli 2000

Bu bölümde bu modeller etraflıca tanıtılacaktır.

#### **3.2.1. Hochschild (1983) Modeli**

Duygusal emek kavramını ilk olarak Amerikalı sosyolog Arlie Russel Hochschild'in kullandığı ve literatüre kazandırdığı görülmektedir. Araştırmacı duygusal emeği “The Managed Heart” adlı eserinde “işin gereklerine uyum sağlayabilmek amacıyla açık bir şekilde mimik ve bedensel ifadeler oluşturarak hislerin yönetilmesi süreci” olarak ifade etmektedir. Hayatını duygu çalışmalarına adanmış olan Hochschild bu kavramın temellerini 1979 yılında yapmış olduğu

duyguların iş hayatındaki yerinin önemini ifade eden çalışmasına dayandırmaktadır. Araştırmacı Yönetilen Kalpler adlı eserinde, Delta Havayolları'nın hostes eğitim merkezindeki kurslara katılım sağlayarak hosteslerin davranış süreçlerini incelemiştir. Bu çalışmada hostesler müşteri ile iletişim halinde iken sürekli olumlu duygular içindeymiş gibi gülümseyerek davranmaları gerektiğini ve bu gerekliliğin makyaj, çalan müzik, dekor ve içeceklerden bir farkı olmadığını yani bu davranışında metalaştığını gözlemlemiştir (Hochschild, 1983:7-8). Bu şekilde davranmanın çalışan için ya var olan duygularını değiştirmek veyahut da bu duyguları samimi olarak empatik duyarlılık içerecek şekilde göstermek için çaba harcanması anlamına geldiğini bir gerçektir. Bu durum zamanla literatürdeki yerini de sağlamlaştırarak iki davranış biçimi şeklinde açıklanmıştır. Bunlardan ilki yüzeysel davranış, kişinin gerçekten hissetmediği duyguları hissediyor gibi göstermesi şeklinde oluşurken diğeri derinlemesine davranış, kişiden göstermesi istenilen duyguları gerçekten yaşamaya ve hissetmeye çalışmasıdır (Hochschild, 2003:33-40). Hochschild'a göre duygusal emeğin sergilendiği işlerin belirli özellikleri vardır. Duygusal emek özellikle, insanlarla direk teması gerektiren, çalışanın karşısındakinde duygusal bir durum yaratmak için duygularını kullanmasını gerektiren ve çalışanların duyguları üzerinde örgüte kontrol imkânı sağlayan işlerde ortaya çıkmaktadır (Başbuğ, Ballı ve Oktuğ, 2010:256; Hochschild, 2003:156). Yani hizmet sektöründe daha çok kullanıldığı görülmektedir. Bu durum duygusal emek sürecin de oluşan davranışların tiyatro da oynanan oyuna benzetilerek çalışanları sahnedeki oyunculara müşterileri ise izleyicilere benzeterek tasvir

edilmiştir. Oyuncular rollerini ne kadar iyi yaparlarsa izleyicilerin bundan etkilenmesi ve memnun olması o kadar fazla olacaktır (Hochschild, 1979:557). Hochschild'a (1983:33) göre araştırma sonuçları incelendiğinde, duygusal emek davranışlarından yüzeysel davranma, derin davranışa göre olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Çalışanın hissetmediği duyguları rol yaparak hissediyormuş gibi yapması ya da hissettiği duyguları bastırarak kullanması, hissetmediği halde kendinden sergilenmesi beklenen duyguyu göstermesi duygusal uyumsuzluğa yol açmaktadır. Bu uyumsuzluğun baş ağrılarına, işe devamsızlığa saldırgan davranışlar sergilenmesine sebep olduğu görülmüştür.

Hochschild (1983:147) meslek gruplarını duygusal emek davranışını kullananlar ve kullanmayanlar olmak üzere ayırmıştır. Bu bağlamda bir meslekte duygusal emek kullanımı esnasında üç özelliğin var olması gerekir. Birincisi çalışanlar müşterilerle yüz yüze ya da telefonla iletişim içine girmelidir. İkincisi, çalışanlar müşterilerin duygularını ön planda tutmalıdır. Üçüncüsü, müşteriler ile çalışanların etkileşimleri üzerinde örgüt yönetiminin kontrolü olmalıdır (Savaş, 2012:47). Hochschild (1983:147) belirlemiş olduğu bu kriterlere göre duygusal emek kullanımının gerekli olduğu altı grupta 44 ayrı meslek belirleyerek bu meslekleri şu şekilde sınıflandırmıştır; serbest meslek çalışanları (doktor, avukat), işletmeciler ve idareci olarak çalışanlar, satış sorumluları, büro çalışanları ve memurlar (sekreter, yönetici asistanı, veznedar), ev içi özel hizmet çalışanları (hasta bakıcı, dadı, bebek bakıcısı, ev dışı hizmet çalışanları vb. (garson, kuaför) şeklindedir.

Hochschild'in sınıflandırdığı bu altı meslek grubuna dair bazı eleştirilerde bulunulmuştur. Getirilen eleştirilerden ilki bu meslek grubu içinde her meslek grubunun aynı miktarda duygu alışverişi içermeyeceği ve bu meslek gruplarının kendi içinde duygusal emek ihtiyacı seviyesine göre sıralanması gerektiğidir (Özkan, 2011:66). Diğer bir eleştiri ise çalışanların bireysel özelliklerinden kaynaklanan duygusal emek düzeylerindeki farklılıkların ihmal edildiğidir (Gosserand, 2003:87). Bu kısımda Hochschild'ın yaklaşımı temel alınarak açıklama yapılmış olup diğer bölümlerde bu eleştirilere ve farklı yaklaşımlara açıklamalar getirilecektir.

Duygusal emek, ilk olarak hizmet sektöründeki ilişkileri tanımlamak için geliştirilmiş olsa da hemen her meslek grubunda duygusal emek davranışlarını görmek mümkündür. Örneğin, kabin ekibinin gülümsemesi, market çalışanlarının neşeli olması, kuaförlerin sohbet etmeye istekli olması, doktorların soğukkanlı olması ve icra çalışanlarının sert tavırlar sergilemeleri gerekliliği hizmeti sunan kişilerin müşteri memnuniyeti ve verimliliği sağlamak için gerekli olduğunu düşündükleri duygusal emek davranışlarıdır (Robbins ve Langton, 2005:49).

### **3.2.2. Ashforth ve Humphrey (1993) Modeli**

Hochschild (1983:7) duygusal emek yaklaşımından sonra Ashforth ve Humphrey (1993:90) tarafından Hochschild'ın yaklaşımına ek olarak yeni bir model daha ortaya konmuştur. Bu yaklaşımda davranışı etkileyen duygu yerine duyguyu yansıtan davranış üzerinde durulmuştur. Yani duygunun yönetiminden çok

davranış yönetimine odaklanıldığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda duygusal emeği “Duygusal emek uygun duygunun ifadesi için gösterilen davranışlardır” şeklinde tanımlanmıştır. Bu sade tanımdan da anlaşılabilir olduğu gibi davranışın gösteriminde samimi duyguların kendiliğinden ortaya çıkması önemlidir (Kaya, 2014:9). İşyerindeki samimi davranış şeklinin kendiliğinden ve doğal olarak ortaya çıktığını dolayısıyla ile gösterilen duygusal emeğin olumsuz etkilerinin yanında olumlu etkilerinin de olduğu savunulmaktadır (Lee, 2012:28). Olumlu etki olarak, hizmet çalışanlarının örgütün belirlediği kurallara kendilerine has davranışlar sergileyerek uymaları olarak gösterilmektedir. Böylelikle davranış kurallarını kendi özelliklerine göre adapte ederek kendi kendilerini ifade etme yeteneklerini (self-expression) geliştirebildikleri söylenmektedir. Olumsuz etki olarak ise, örgütün belirlediği kurallara uymak için hissetmedikleri duyguları yansıtmak zorunda kalmaları, çalışanlarda duygusal çelişkinin olması olarak gösterilmektedir. Dolayısıyla ile kişi ne kadar kendisi gibi davranırsa duygusal emeğin kişi üzerindeki olumsuz etkisinin o kadar azalacağı savunulmaktadır (Ashforth ve Humphrey, 1993:95- 97).

Ashforth ve Humphrey’in (1993:95) yaklaşımında bazı eksik ve anlaşılmayan kısımlar bulunmaktadır. İlk olarak, duygusal emeğin gözlenebilen davranışlar olduğunu savunulurken bu davranışların nasıl ölçülebileceğini bir model üzerinden detaylı bir şekilde açıklamaması en önemli eleştiri konusudur. Yalnızca samimi davranmanın gözlenebildiği üzerinde durulmuştur. Fakat samimiyetin nasıl gözlenebilip anlaşılabilir olduğu hakkında bir açıklamada bulunulmamıştır (Öz, 2007:7).



Ashforth ve Humphrey (1993:96), hizmet sektöründe duygusal emeğin yerini dört faktör ile belirtmektedir. Bunlardan ilki çalışanın örgüt ile müşteri arasındaki bağlantıyı sağlayarak örgütü temsil etmesidir. İkincisi, çalışan ile müşterinin bire bir, yüz yüze iletişime geçmesi, üçüncüsü, çalışan ile müşteri arasındaki ilişkinin dinamik ve değişken bir yapıya sahip olması, dördüncü ise, hizmet sektöründe sunulan hizmetin genellikle soyut kavramlardan meydana gelmesi nedeniyle müşterinin hizmet kalitesini ölçmesinin oldukça güç olmasıdır. Sonuçta, bu dört faktör işgören ve müşteri arasındaki ilişkileri, sunulan hizmetin kalitesini ve duygusal emek kavramının önemini vurgulamaktadır (Ashforth ve Humphrey, 1993'ten aktaran Değirmenci, 2010:8).

Sonuç olarak daha sonraki çalışmalarda sıklıkla kullanılacak olan bu model de Ashforth ve Humphrey (1993:94), Hochschild'ın yüzeysel ve derin davranış boyutlarına ek olarak samimi davranışı diğer bir ifade ile doğal (samimi) duyguların sergilenmesi boyutunu eklemiştir.

### **3.2.3. Morris ve Feldman (1996) Modeli**

Morris ve Feldman (1996:987) duygusal emeği “kişilerarası etkileşim süreci içerisinde kurumun arzu ettiği duyguları göstermede sarf edilen çaba, planlama ve kontrol” olarak tanımlamışlardır. Bu yaklaşımda Ashforth ve Humphrey'den farklı olarak her türlü duygusal emek davranışında mutlaka çalışanların çaba göstermesi gerektiği ifade edilmektedir ve kurumun belirlediği davranış kurallarını yerine getirmek için çalışanların gösterdiği çaba üzerine odaklanılmaktadır (Savaş, 2012:53). Çünkü davranışların oluşma amacı kurumun talep

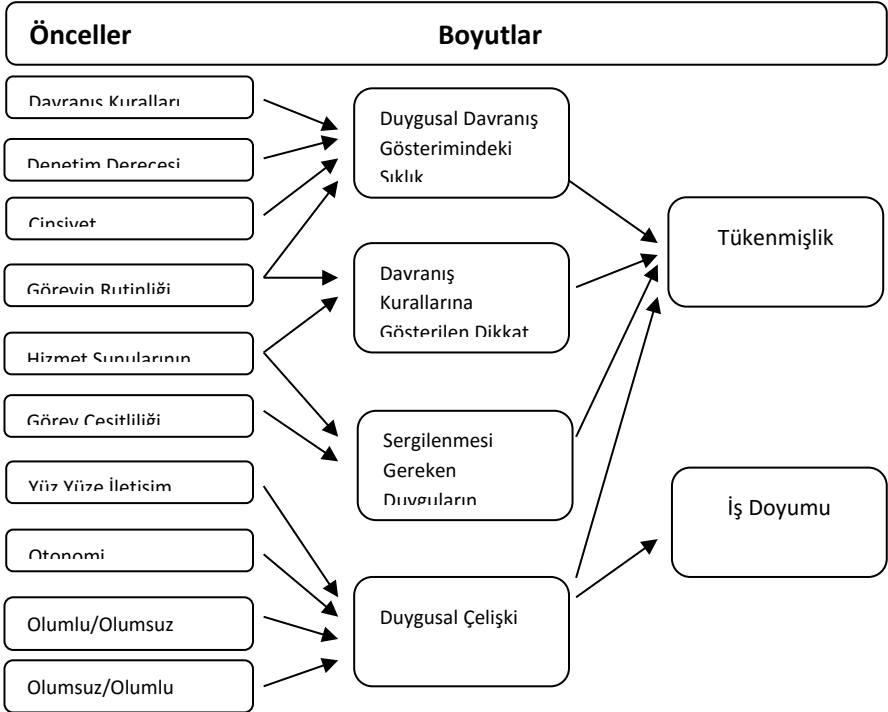
ettiği belirli davranışları yerine getirmektir. Çalışan ister yüzeysel davranışın ister derinlemesine davranışın isterse doğal duygularını sergilesin hepsinde çaba gösterilmesi gerekmektedir (Güngör, 2009:170). Hizmet sektöründe daha fazla belirginleşen bu çabanın oluşması esnasında Morris ve Feldman (1996:987) diğer iki modelden farklı olarak, genel anlamda duygusal emeği etkileyen örgütsel ve bireysel faktörler üzerinde durmuştur. Duygusal emeği yüzeysel, derinlemesine veya samimi davranış biçimleri şeklinde incelemek yerine duygusal emek süreçlerine ilişkin boyutlarla incelemiştir. Bu bağlamda duygusal emeğin dört boyutu olduğu ifade edilmektedir. Bu boyutlar; duygusal gösterim sıklığı, gösterim kuralları için sarf edilen dikkat, sergilenmesi talep edilen duyguların çeşitliliği ve duygusal uyumsuzluk şeklinde sınıflandırılmıştır.

Bu boyutların kısa tanımları ise duyguların davranış gösterimindeki sıklık boyutu, çalışanların ne sıklıkla müşteriler ile iletişime girdiklerini ifade etmektedir (Öz, 2007:8). Davranış kurallarına gösterilen dikkat boyutu, duygusal davranış kurallarına daha fazla özen gösterilmesi, çalışanların fiziksel ve psikolojik olarak daha fazla emek sarf etmelerini gerektirmektedir şeklinde tanımlanmaktadır (Morris ve Feldman, 1996:989). Sergilenmesi gereken duyguların çeşitliliği boyutu, sınırlı bir süre içinde müşterilere sergilenmesi gereken duygu çeşidinin fazla olması, çalışanlar için daha fazla planlama ve sonuçta daha fazla duygusal emek gerektireceği ile açıklanmaktadır. Son olarak duygusal çelişki boyutu ise bireylerin, örgüt tarafından istenilen duygular ile gerçekte hissedilen duyguların birbirinden farklı olması durumunda hissedilen duyguların

uyumsuzluğunu ifade etmektedir (Morris ve Feldman, 1996:992) şeklinde özetlenebilir.

Morris ve Feldman'ın örgütsel ve bireysel özelliklerle ilişkilendirdikleri aşağıdaki modelde de gösterildiği gibi duygusal emeğin boyutlarını duygusal emeği etkileyen önceller ve sonuçlar açısından incelenerek duygusal emek süreci açıklanmaya çalışılmıştır. Model incelendiğinde bu araştırmanın da temel konularından birisi olan bireysel ve örgütsel faktörlerin duygusal emek davranışını nasıl etkilediği görülmektedir.

Şekil 2 - Morris ve Feldman (1996) Modeli.



**Kaynak:** Morris, A. J. and Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *Academy of Management Review*, 21 (4),S. 994.

Morris ve Feldman'nın (1996) bu kapsamlı çalışmasındaki duygusal emek ile ilgili yaklaşımlarına bazı eleştiriler getirmek mümkündür. Yukarıda tanımları verilen duygusal emek boyutları, duygusal emeği tarif etmek yerine bu emeği işaret eden öncüller olarak anlaşılmaktadır (Kruml ve Geddes, 2000:44). Ayrıca modellerindeki duygusal emek boyutları, verdikleri duygusal emek tanımında yer alan çaba, planlama ve kontrolü tarif edememektedir.

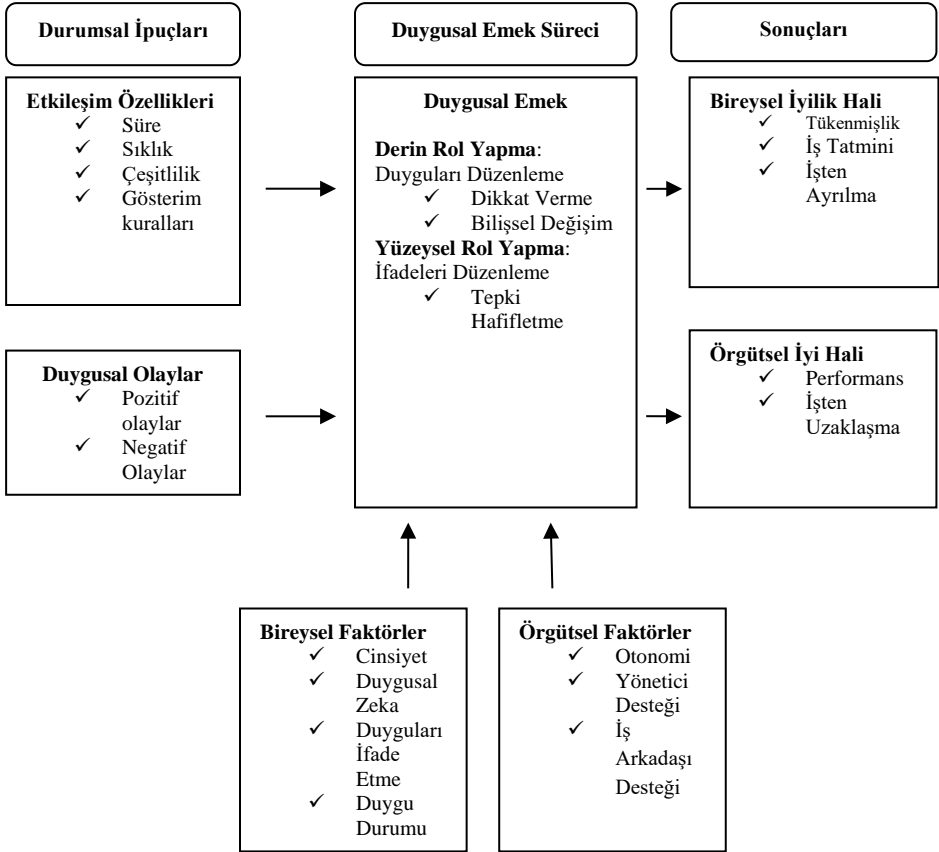
### **3.2.4. Grandey (2000) Modeli**

Son olarak Grandey, (2000:95-110) yaptığı araştırmada kendinden önceki duygusal emek çalışmalarını özellikle Hoshchild, Asforth ve Humprey ile Morris ve Feldman'ın yaklaşımlarını ele alarak kapsamlı bir karşılaştırma yapmış ve ortak bir sonuç çıkarmayı hedeflemiştir. Duygusal emeği, çalışanların örgütün istediği davranışları göstermek üzere duygu gösterimlerini düzenleme çabası ve süreci olarak ifade etmiştir (Uzuntarla, 2015:48). Duygu düzenlemesi bireylerin kendilerini etkisi altına alan hangi duygulara sahip oldukları, bu duyguları ne zaman edindikleri ve bunları ne şekilde hissedip davranış biçimi şeklinde yansıtacaklarıyla ilgili bir süreçtir (Gross, 1998:275). Aşağıda Şekil 3'te Grandey duygu düzenleme sürecinde gerçekleşen yüzeysel ve derin davranışın öncüllerini ve sonuçlarını, oluşturduğu teorik bir model üzerinde incelemiştir.

Duygusal emek araştırmalarının özellikle üzerinde durduğu ortak konu, bireylerin arzu edilen duyguları gösterirken hangi tür süreçlerden geçtiğini anlamaktır (Diefendorff, Croyle ve Gosserand, 2005:340). Bu yüzden duygusal emeği, Grandey modelinde yer alan duygu ayarlaması

ile açıklamak, (Çaldag, 2010:26) bu araştırmanın da konularından olan çalışanların duygusal emek davranışlarının sebeplerini anlamak için önemli olacağı değerlendirilmektedir.

**Şekil 3 - Grandey Duygusal Emek Modeli**



**Kaynak:** Grandey, A.A. (2000). Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor. *Journal of Occupational Health Psychology*. 5(1), 101.

Grandey' nin duygu düzenlemesi kavramını modele dâhil etmesi, onu diğerlerinden farklılaştırmaktadır. Duygu düzenlemesi, kişinin herhangi bir uyarana karşılaştığında duygularını kontrol etmesi ve duygusal dengesini sağlayarak duruma uygun tepkiler geliştirmesi olarak tarif edilmektedir. Çalışanların iş yerinde uygun duyguları sergileyebilmek için duygularını düzenledikleri belirtilmektedir (Grandey, 1999, aktaran Oral ve Köse, 2011:466-467).

Grandey, duygusal düzenleme sürecine etki eden diğer faktörler olarak bireysel ve örgütsel faktörleri göstermektedir. Bu anlamda Grandey, kadınların erkeklere oranla daha fazla duygusal emek gösterdiği, bireylerin duygulanım şekilleri ve duygusal zekanın duygusal emek sarf etme düzeyinde etkili olduğunu, iş yerindeki yönetici ve çalışma arkadaşı desteğinin olumlu çalışma ortamı yaratacağı ve duygusal emeğin yol açabileceği olumsuz sonuçların azaltılabileceğini savunmaktadır (Köksel, 2009:43).

Sonuç olarak özetlemek gerekirse, Grandey önceki üç yaklaşımın tüm özelliklerini ele alıp bütüncül bir anlayışla duygusal emek kavramını daha geniş bir açıdan ifade etmiştir. Ayrıca Grandey psikolojide bir süreç olarak yer alan “duygu düzenlemesi” (emotion regulation) kavramını kullanarak duygusal emeği “duyguları ayarlama süreci” olarak ifade etmiştir. Böylece duygusal emeğin daha kapsamlı anlaşılmasına katkıda bulunmuştur (Savaş, 2012:62).

### **3.3. Duygusal Emek Alt boyutları**

Duygusal emek davranışı yüzeysel rol yapma, derin rol yapma ve samimi duygular şeklinde üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bu bölümde bu alt boyutlarından bahsedilecektir.

#### **3.3.1. Yüzeysel Rol Yapma**

Yüzeysel rol yapma duygusal emek stratejilerinin ilk olanı ve en çok bahsedilenidir. Hochschild (1983:7-8) yaptığı çalışmada hosteslerin yüzlerindeki sahte gülücüğü keşfetmesiyle başlayan bu tanımlama personelin gösterdiği, görüntüde (sahte) sergilenen davranışlarıdır. Yüzeysel davranış, gerçekten hissedilmeden yapılan taklit duyguları kapsar (Ashforth ve Humphrey, 1993:92). Personelin işyerinde gerçekte hissettikleri duygularını gizleyerek, kendilerinden istenen duyguları hissetmeye çalışmaları, adeta rol oynamalarıdır. Yüzeysel rol yapma süreci maske takmak veya duyguları taklit etmek olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlamaya Hochschild'ın hostes örneği ile devam edersek, eğer bir yolcu uçuş süresince problem çıkarır ve hostes bu yolcuya ve duruma karşı öfkesini gizlemek için gülümserse yüzeysel rol yapma sergilemiş olur ve bu durum müşteri memnuniyetini de oluşturur. Bu durumda, hostes kendi gerçek hislerini değiştirmeye çalışmamıştır, bunun yerine kurum tarafından zorlandığı pozitif hislerle uyum içinde kalmak için dışa dönük davranış belirtilerini yönetmiştir (Anderson, 2014:21). Bunun için, kişinin analitik düşünce yapısına sahip olması ve dikkatli olması yanında öngörü sahibi olması da beklenmektedir (Chu ve Murrman, 2006:1182; Diefendorff, Croyle ve Gosserand, 2005:340).

Yüzeysel rol yapmada, duygusal anlatımlar ayarlanır ve kontrol altına alınır. Bu aşamada, inisiyatif kullanabilme ve hızlı düşünme önemli yetenekler olarak aranır (Brotheridge ve Grandey, 2002:22). Bu davranış, sesli ve sessiz işaretlerle, yüz ifadeleriyle, el-kol hareketleriyle ve ses tonuyla yapılabilir (Ashforth ve Humphrey, 1993:92). Örneğin, personelin kötü bir ruh halinde olmasına rağmen müşteriyle etkileşimde bulunduğu anda gülümseme taklidi yapması gibi. Burada yapılmak istenen, olumlu duyguların taklit edilmesi ve olumlu bir görüntü oluşturularak hissedilen olumsuz duyguların gizlenmesidir (Diefendorff, Croyle ve Gosserand, 2005:340).

Sonuç olarak, yüzeysel rol yapma davranışı göstermenin müşteriler için ve çalışanlar için çeşitli sonuçları bulunmaktadır. Bunlar suçluluk, özgün olmama, duyarsızlaşma, düşük iş tatmini ve müşteri memnuniyeti ve artan duygusal tükenmişlik ile ilişkilidir. Ayrıca tükenmişlik ile işe bağlılık arasındaki kuramsal bağlılık sebebiyle yüzeysel davranış ile işe bağlılık arasında ters ilişki olduğu söylenebilir.

### **3.3.2. Derin Rol Yapma**

Literatürde yüzeysel rol yapma alt boyutundan sonra sıklıkla karşılaşılan bir diğer boyutta derin rol yapma alt boyutudur. Derin rol yapma durumu bir çalışan kendi gerçek hislerini kurum tarafından gösterilmesi istenen duygu ile eşleştirmek amacıyla değiştirmesi ile meydana gelir (Anderson, 2014:20). Derin rol yapma davranışı bir kişinin hissettiği ve sergilediği duygularla uyuşabilmek için sarf edilen aktif çabayı ifade eder. Derin rol yapma, içsel duyguların, sergilenmesi gereken duygulara adapte edilmesi gerekliliği anlamına gelir (Zapf ve



diğ. 1999:375'ten aktaran Eroğlu 2014:149). Ayrıca bu kavramı tanımlamak amacıyla Hochschild duygu yönetimi ve duygu çalışması terimlerini kullanmıştır. Bu “bir duygunun veya hissin derecesini veya kalitesini değiştirmeye çalışma hareketi” dir (Hochschild, 1979:561). Derin duygular sergileme veya derinlemesine davranış duygusal çalışma stratejisi ve derin- seviye duygusal düzenleme olarak da bilinmektedir. İsminden de anlaşılacağı gibi derin rol yapma davranışı hizmet çalışanlarının müşteri önünde duygularını ifade etmeden önce gerekli duyguyu özümsemek ve tecrübe etmek için büyük gayret sarf etmelerini kapsamaktadır. Bu tanımın empatik duyarlılıkla ilgili olduğu da varsayılmaktadır (Gangadharan, 2014:45-49; Ashforth and Humphrey 1993:88). Derinlemesine davranışlar sırasında bireylerin çeşitli duygular ve düşünceler hayal ettiğini ve başlattığını öne sürmektedir. Ayrıca derin rol yapma davranışı duygusal uyumsuzluğu azaltmak için bir bireyi daha fazla yoğun ve bağlanmış strateji içinde harekete geçirir. Duygular daha gerçektir ve tükenmişliktense bir başarı hissi ile sonuçlanır (Brotheridge and Grandey, 2002:17). İlave olarak Kammeyer- Mueller ve diğ. (2013:47) derinlemesine davranışın çalışma tatmini ve performansında pozitif etkisi olduğunu keşfetmişlerdir. Dolayısıyla, derin rol yapmanın müşteri tatmini ve iş performansı açısından pozitif sonuçlar ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Bunun yanında Grandey (2000:98) derinlemesine davranışı geçmiş odaklı duygu düzenlemesi olarak isimlendirilmiş ve durum seçimi, durum değişikliği, dikkat dağıtımı ve bilişsel değişim gibi bazı duygu düzenlemesi türlerini ortaya koymuştur. Durum seçimi ve durum değişikliği bireylerin arzuladığı duyguları yaratan durumları seçtiği

duygu-tetikleyici durumlardır ve durum değişikliği durumunda birey müşteri veya organizasyonun kendisinden kaçınmaya çalışmaktadır. Duygu-tetikleyici durumlar duyguları içselleştirmeyi kolaylaştırırken, dikkat dağıtımı ve bilişsel değişim çalışanların duygusal çalışmayı dikkat odağını değiştirerek ve durum değerlendirmesini pozitif yönde değiştirerek yönetmeyi kapsadıkça daha ilgili ve etkili olduğu bilinmektedir. Dikkat dağıtımı bir bireyin gösterilmesi gereken duygularını tetikleyen veya hatırlatan görüntüler ve olayları düşünmesini kapsamaktadır. Bilişsel değişim durumun olumsuz etkisini azaltmak amacıyla durumun içsel olarak farklı bir tavırda yeniden değerlendirilmesini kapsamaktadır (Grandey, 2000:95-98).

Sonuç olarak, derinlemesine davranış pozitif sonuçlar, duyguların kişisel onayı, kişisel başarı ve hizmet sunumları esnasında olumsuz duyguları gösterme eğilimini azaltma, müşteri memnuniyeti ve artan iş tatmini ile performansla ilişkilidir (Brotheridge ve Grandey, 2002:17; Brotheridge ve Lee, 2002:57; Grandey, 2000:98; Grandey, 2003:86; Grandey ve diğ., 2005:893; Bechtoldt ve diğ., 2011:1087; Diefendorff ve diğ., 2011:170).

### **3.3.3. Samimi Duygular**

Duygusal emeğin üçüncü ve son boyutu olarak karşımıza çıkan samimi duygular yaklaşımı başlangıçta Ashforth ve Humphrey (1993:88) tarafından geliştirilmiş olmakla birlikte daha sonra Diefendorff, Croyle ve Gosserland (2005:339-340) tarafından tartışılan bir boyuttur. Samimi davranış alt boyutu Basım ve Beğenirbaş

(2012:84) tarafından Türkçe'ye de uyarlaması yapılan anket çalışmasında da üçüncü boyut olarak ele alınmış ve son zamanlardaki çalışmalarda da sıklıkla kullanıldığı görülmüştür. Yüzeysel davranış ve derinlemesine davranış hislerin açıkça veya stratejik olarak manipüle edilmesine odaklanmış iken, doğal olarak hissedilen duygu kendiliğinden olan ve gerçek duygulara dayanmaktadır (Anderson, 2014:22). Dahling ve Perez (2010:575) bu durumun çalışanların “doğal olarak kurumsal gösterme istekleri ile tutarlı olan duygular hissetmesi” halinde meydana geldiğini açıklamışlardır. Doğal olarak hissedilen duyguların ve kurumsal direktiflerin aynı hızda olması durumunda, çalışanın yüzeysel davranış veya derinlemesine davranış formlarını kullanmasına ihtiyaç kalmaz. Bu sayede, onlar duygusal çalışma süreçlerine ilişkin sonuçları yaşamaya daha az meyilli olurlar (Anderson, 2014:22).

Samimi duygular gösterme durumu şirketlerin veya kurumların çalışanlarından istediği rol davranışlarından çok müşterilerin durumlarıyla da ilgilidir. Örneğin bazı sağlık kurumlarında portör veya sağlam raporu almak için başvuruda bulunan müşterilere sağlık çalışanları (gerçekten hasta olduklarını düşünmedikleri için) yüzeysel veya derin duygular davranışı sergilemek yerine içlerinden geldiği gibi samimi duygularını yansıtabilirler. Aynı duygu durumu polikliniklerde ayaktan hastalara karşı da sergilenebilmektedir. Samimi duyguların gösterilmesi durumu kişinin ve/veya kurumun durumu ile ilişkili olmakla birlikte duygu durumunun gösterildiği grup (müşteri) ile de doğrudan ilişkilidir.

### **3.4. Algılanan Kurumsal İtibar ve Duygusal Emek Davranışı Arasındaki İlişkiler**

Yine Grandey'nin (2000:101) duygusal emek modeli incelendiğinde duygusal emek kavramını etkileyen konulardan birisi de örgütsel değişkenlerdir. Bu değişkenler liderler, gösterim kuralları, otonomi, sosyal destek, müşteri beklentileri, rekabet çevresi, örgütsel yapı gibi pek çok unsurdan oluşmaktadır. Literatürde bu konuları bir bütün olarak alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu unsurlar incelendiğinde algılanan kurumsal itibar ile direk olarak ilgili olmadığı düşünülse de alt boyutları olan müşteri odaklılık, yönetim ve çalışanlar, yenilikçilik ve kalite, kurumsal sosyal performans alt boyutları ile yakından ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Kurumsal itibarın işletmeler için çok sayıda yararlar sağlayacağı bilinmektedir. Müşteri sadakati yaratmak, yüksek kalitede çalışanlar istihdam etmek ve onları işte tutmak, rekabetçi piyasada üstünlük sağlamak bunlardan yalnızca bir kaçıdır (Rayner, 2003:15). Kurumsal itibar ve imaj algısının performans göstergeleriyle olan ilişkisi ile ilgili olarak ise itibar ve imaj algılarının performans göstergelerinden personel memnuniyeti göstergesi ile pozitif yönlü ve güçlü ilişkiler içerisinde olduğu tespit edilmiştir (Çınaroğlu ve Şahin, 2012:49). Ayrıca kurumsal itibar ile ilgili örgütsel davranış konularından iş performansı ile ilgili Sayılı ve diğ. (2009: 176) ve Çınaroğlu (2011:135), iş tatmini, örgütsel bağlılık, örgütsel kıvanç, örgütsel vatandaşlık ile ilgili Çiftçioğlu, (2008:209), Çekmecelioğlu, (2013:125) tarafından çeşitli çalışmalar yapılmış olup aralarında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Tüm bunların yanında faaliyet alanlarında itibarı yüksek

olan örgütlerde çalışan işgörenlerin iş tatmin seviyeleri ile itibarı düşük olan örgütlerde tatmin seviyeleri bir olmayacaktır (Tutar, 2014:164). Özkaplan'a (2009:19) göre duygusal emeğin denetiminde profesyonellik anlayışı, katılımcı demokratik güven ve şirkete bağlılık, ekip çalışması gibi faktörlerin dolaylı etkileri olduğu belirtilmektedir.

### **3.5. İş Bağlılık ve Duygusal Emek Davranışı Arasındaki İlişkiler**

Duygusal emeğin bağımlı, bağımsız, düzenleyici ve aracı gibi çok çeşitli değişkenlerle ele alındığı birçok çalışma mevcuttur. Duygusal emek kavramının birçok değişkeninin olması ve çok boyutlu olması sebebiyle tek bir çalışmayla konu hakkında bilgi sahibi olmak neredeyse imkânsızdır. Grandey'nin (2000:101) duygusal emek modeli incelendiğinde duygusal emeği etkileyen duygusal olaylar ile bireysel ve örgütsel faktörlerin olduğu görülmektedir. Duygusal olaylar açısından Kızanıklı (2014:99) tarafından yapılan çalışmada bağımsız değişkenler olan olumlu ve olumsuz davranış kuralı algıları ile bağımlı değişken olan duygusal emek davranışı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca duygusal olaylar, pozitif olaylar ve negatif olayların derinlemesine rol yapma ile yüzeysel rol yapmayı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Grandey, 2000:105-106). İşe bağlılığın iş yaşamında memnuniyet ile de ilişkili olduğu düşünüldüğünde, duygusal emeğin alt boyutları arasındaki ilişkinin en çok incelendiği değişkenlerden biri de iş memnuniyetidir (Locke 1969:317). Ayrıca Grandey' ye (2003:86-96) göre yüzeysel rol yapma ve derin rol yapmanın ve her ikisinin de iş memnuniyeti ile olumsuz yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Dolayısı ile duygu durumları her zaman

çalışanların iş davranışlarını yani duygusal emeklerini etkilemiştir. Son zamanlarda duyguların ve bireysel faktörlerin çalışma yaşamındaki rollerini (duygusal emek) inceleyen çalışmalar artmaktadır. Duygusal emek davranışını bağımlı değişken olarak alıp duygusal zekâ ve duygusal olaylar ile Polatcı, (2015:146), Yalçın (2010:35), Savaş, (2012:117) duygular ile Seçer, (2005:813), demografik faktörler ve kişilik özellikleri ile ilgili de Beğenirbaş ve Basım (2013:45), ile Değirmenci (2010:30), gibi araştırmacıların çalışma yaptıkları ve bu çalışmalarda elde edilen araştırma bulgularında tam bir fikir birliğine varılamadığı görülmüştür.

Yabancı ve Türkçe alan yazınında işe bağlılık ve duygusal emek konuları arasındaki ilişkileri inceleyen çok az sayıda akademik çalışma bulunmaktadır. Yabancı yazında Villiers (2015:101) duygusal emek, kişilik özellikleri, işe bağlılık ve tükenmişlik arasındaki ilişkileri incelediği araştırmasında duygusal emeğin alt boyutlarından derin duygular ile işe bağlılık arasında anlamlı ilişki bulunduğunu tespit etmiştir. Aynı çalışmada duygusal emeğin alt boyutlarından yüzeysel duygular ile işe bağlılık arasından beklenenin aksine anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Lin ve arkadaşlarının (2015:493) Tayvan'da yapmış oldukları çalışmada duygusal emek ve işe bağlılık arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Mróz ve Kaleta (2016:776) kişilik özellikleri duygusal emek ve işe bağlılığı konu eden çalışmasında duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile işe bağlılık arasında düşük de olsa anlamlı ilişki tespit etmiştir.

Türkçe yazında ise Türkay, Ünal ve Taşar (2011:201) hizmet işletmelerinin yöneticileri ile yapmış oldukları çalışmada duygusal emek davranışının işe bağlılık üzerine etkisini araştırmışlar ve anlamlı ilişkiler olduğunu bulmuşlardır. Gök (2015:292) ilaç mümessilleri ile ilgili yapmış olduğu araştırmasında duygusal emeğin işe bağlılığı etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Gülöva ve Palamutçuoğlu' nun (2013:41) üniversite çalışanlarında yapmış olduğu duygusal emek davranışlarının işe bağlılığı etkileyip etkilemediği konusunu araştırdığı çalışmalarında üç duygusal emek davranışı ile işe bağlılık arasında pozitif yönlü ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

İşe bağlılık ve duygusal emek ile ilgili araştırmaların oldukça az olduğu ve son zamanlarda da bu konulara olan ilginin arttığı söylenebilir.

#### **4. GEREÇ ve YÖNTEM**

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, kapsamı, yöntemi, veri toplama araçları, veri toplama araçlarının uygulanması ile araştırmanın hipotezleri hakkında bilgiler verilmiştir.

##### **4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sağlayacağı Faydalar**

Bilimsel araştırmaların temel çıkış noktası araştırma probleminin tespitidir. Bu çerçevede işletmelerin en temel hedeflerinden birisi sürdürülebilir rekabet üstünlüğü, ortalamanın üzerinde kâr ve yaşamını devam ettirmektir (Ülgen ve Mirze, 2013:116-138). İşletmelerin bu hedeflerini gerçekleştirmelerindeki en önemli görev ise işletmenin tüm

çalışanlarına düşmektedir. Hizmet kalitesinin ve işletmenin performansının artması çalışanların performansı ile doğru orantılıdır. Bu performansın nasıl artırılacağı sorusu tüm zamanların temel problemidir. Son zamanlarda yapılan çalışmalar göstermektedir ki duygusal emek davranışı çalışanların ve işletmelerin performansını olumlu ve olumsuz yönde çeşitli sonuçları çıktı olarak vermektedir. Bu açıdan bakıldığında işletmelerin temel problemlerinden birisi de bu davranış şeklini bireysel ve kurumsal olarak nasıl artırılacağı sorunudur. Özellikle pozitif örgütsel davranış konularının çoğu bu konu üzerine odaklanmaktadır. Bu problem doğrultusunda son zamanlarda teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin etkisi ile tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de teknolojik donanımlar hızlı bir şekilde yaygınlaşmakta ve yaşamımızdaki yerinin her geçen gün arttığı gözlenmektedir. Bu gelişmelerin sağlık sektöründeki insan etkisini azalttığı bir gerçektir. Tüm bu gelişmelere rağmen bu etki görece olarak azalsa da temel konusu insan olan sağlık sektörünü insan etkisinden arındırmak neredeyse imkânsızdır. Sağlık hizmet sunucularının ve akademisyenlerin yaptıkları çalışmalar incelendiğinde insan faktörü ve davranışları üzerine doğru bir paradigma kayması olduğu görülmektedir. Bu gerçeklikten hareketle sağlık çalışanlarının örgütsel davranış alanında yeni sayılabilecek bir kavram olarak duygusal emek davranışı gösterimini etkileyen olası sebepler araştırılmak istenmiştir. Bu doğrultuda sağlık çalışanlarının kurumsal itibar algısı, işe bağlılık ve duygusal emek davranışı arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır.



İşe bağlılık kuruma, çalışmaya veya mesleğe bağlılıktan çok yapılan işe olan bağlılığı ve işin yapıldığı esnada alınan olumlu duyguları ifade etmektedir. Algılanan kurumsal itibar ise kurum hakkında çalışanların, müşterilerin ve diğer paydaşların kurum hakkındaki düşüncelerin toplamıdır. Bu çalışmada kurumun tüm paydaşları tarafından belirlenecek olan itibar katsayısına yoğunlaşmak yerine sadece çalışanların kurumsal itibar alguları belirlenmeye çalışılacak ve bu iki değişkenin, iş gereği duygularını karşısındakiler tarafından gözlenecek şekilde düzenleyerek gösterilen yüz ifadelerini, bedensel hareketleri tanımlayan duygusal emek ile ilişkisi araştırılacaktır. Bu tanımlamalar çerçevesinde bu araştırmada temel problemimiz; “hastane ve tıp merkezlerinde çalışanlarının algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılık düzeylerinin duygusal emek davranışına üzerine etkisi var mıdır, var ise bu etki ne seviyededir” sorusuna cevap aramaktır.

Özellikle sağlık hizmet kalite standartlarının öneminin artması ve bu standartların içerisine şimdilik puanlamaya dâhil olmasa da psikolojik ve davranışsal konuların da girdiği gözlenmektedir. Dolayısı ile bu çalışmada davranışsal konulardaki bu üç kavramın birlikte sağlık alanında ilk defa uygulanacak olması, sağlık hizmetlerinin daha iyi sunulması amacı ile yöneticilere, çalışanlara tüm paydaşlara bilgi vermesi ve bu alandaki literatüre katkı sağlayarak yapılacak çalışmalara öncülük edeceği değerlendirilmektedir

Araştırmanın sonunda hipotezlerin gerçekleşme durumlarına göre yöneticilere ve çalışanlara çeşitli önerilerde bulunulacaktır.

#### **4.1.1. Araştırmanın Önemi**

Son zamanlarda özellikle sağlık alanında hizmet kalite standartlarının artması ve bu standartlar içerisinde psikolojik boyutun olması kişinin ve davranışlarının önemini daha da artırmaktadır. Bunun yanında çalışanların motivasyon kaynaklarının net bir şekilde bilinmemesi gibi sorunlar hizmet kalitesinin sürdürülebilirlik konusunun önemini arttırmaktadır. Günümüzde işletmeler açısından kurumun itibarı ve çalışanlar açısından işe bağlılık düzeyleri hem kurumların hem de iş görenlerin özellikle üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir. Bu alışma, bu konuda çalışanlara ve yöneticilere bilgi vermesinin yanında davranış konularını da bu şekilde ele alan başka çalışma olmadığı için literatüre önemli katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

#### **4.1.2. Araştırmanın Sayıtları**

Anketi doldurarak çalışmaya katkı sağlayan Eskişehir ilinde faaliyet gösteren yerel özel hastanelerde ve tıp merkezlerinde görev yapan 264 kişiden gönüllü sağlık çalışanlarının ölçme araçları ile ilgili verilen cevapları içtenlikle doldurduğu ve ölçme araçlarının katılımcıların görüşlerini tam olarak yansıttığı varsayılmıştır.

#### **4.1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırma verileri, 2016 yılında Eskişehir ilinde Haziran ve Ekim aylarında faaliyet gösteren yerel özel hastanelerde ve tıp merkezlerinde görev yapan hastane çalışanlarından seçilen örneklem ile sınırlı olup, elde edilen bilgiler hastane çalışanları olan katılımcıların anketlere (ölçme araçlarına) vermiş oldukları cevaplarla sınırlıdır.

Ayrıca araştırmanın belirli bir bölgede ve belirli bir sektörde gerçekleştirilmiş olması sebebiyle de bazı sınırlılıkları olduğu ifade edilebilir. Araştırma sonuçları yorumlanırken bu hususun göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu bilgiler ışığında araştırmanın başlıca sınırlılıkları şunlardır:

- Katılımcıların bir kısmının çeşitli nedenlerle soruları içtenlikle cevaplandırmamış olmaları olasılığı,
- Araştırma evreninin Eskişehir ilinde faaliyet gösteren yerel özel hastaneler ve tıp merkezleri olarak sınırlandırılması,
- Araştırmaya çeşitli gerekçelerle katılamayan hastane çalışanlarının araştırmaya dâhil edilememesi.

#### **4.2. Araştırma Yöntemi**

Algılanan kurumsal itibar, işe bağlılık ve duygusal emek kavramlarını çeşitli yönleri ile ele alınarak ve bu konular ile ilgili hastane ve tıp merkezlerinde görev yapan sağlık çalışanlarına araştırma ile ilgili bilgi verilerek gönüllülük esasına göre anket çalışması yapılacaktır. Bu açıdan bakıldığında bu araştırma tanımlayıcı ve betimleyici (descriptive) bir araştırmadır. Yine bu çalışmada evren ve örneklem çerçevesinde sağlık çalışanlarının algılanan kurumsal itibar, işe bağlılık ve duygusal emek kavramları arasındaki ilişkinin incelenmesi, sebep sonuç açısından incelenmesi amaçlandığından araştırma deseni, nedensel-karşılaştırmalı (causal-comperative) model olarak belirlenmiştir. Nedensel-karşılaştırmalı modele göre var olan bir durum veya olayın nedenleri neden-sonuç etki bağlamında incelenmektedir. Ayrıca bu araştırmada evrenin tamamına ulaşılmak

istendiği için ve evrenin %80'i ve fazlasına ulaşılması durumunda ise, yapıldığı zaman itibariyle belirli bir zaman kesitinde yapılan bir araştırma ve kullanılan teknikler itibariyle de kesitsel bir araştırma olarak kabul edilebilir. (Fraenkel ve Norman, 2008:362, Büyüköztürk ve diğ., 2008:15).

Bu araştırma neticesinde, oluşturulan kavramsal modellerde bağımsız ve bağımlı değişkenler arasında tek yönlü oklarla gösterilen her bir yol, bir neden-sonuç ilişkisini ortaya koymaktadır. Karasar'a (1998: 82) göre tarama modeli ile elde edilen bilgilerin gerçek bir neden-sonuç ilişkisi olarak kabul edilemeyeceğini belirtmekle birlikte, araştırmaların yapılmasındaki karşılaşılan ekonomik, teknik veya etik güçlükler nedeniyle tarama ile bulunan ilişkilerin neden-sonuç ilişkisi olarak yorumlanabileceğini belirtmiştir.

Elde edilen verilerin istatistiksel olarak çeşitli analiz yöntemleri ile analizleri yapılmış ve yorumlanmıştır.

#### **4.2.1. Araştırma Evreni**

Araştırmanın evrenini, Eskişehir ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren yedi adet yerel özel hastane ve tıp merkezinde görev yapan hastane çalışanlarından oluşan 590 sağlık çalışanı oluşturmaktadır. Hastane ve tıp merkezleri ile yapılan izin alma görüşmelerinde bir tıp merkezi araştırmanın yapılmasına izin vermediği için araştırmanın evrenini diğer altı hastane ve tıp merkezi çalışanları olacak şekilde 520 kişi olarak belirlenmiştir. Çalışanların statüleri yönetici, uzman hekim, pratisyen hekim, diş hekimi, hemşire, sağlık memuru, sağlık teknikeri, tıbbi sekreter, idari personel ve temizlik personeli olarak görev yapan

sağlık çalışanları şeklindedir. Evrenin yerel olarak Eskişehir’de faaliyet gösteren hastaneler ve tıp merkezlerinden oluşmasındaki temel hedef küçük ve orta ölçekli sağlık kuruluşlarındaki algılamaları test etmektir.

#### **4.2.2. Araştırma Örnekleme**

Bir araştırma kapsamında; araştırma evrenin sınırlı veya dar kapsamlı olduğu durumlarda, evren tamamına, yani o evrendeki tüm birimlerine ve çalışanlarına ulaşılması gerekir ve buna tam sayım denir. (Ural ve Kılıç, 2005: 28-29). Bu kapsamda evrenin tamamına ulaşılması hedeflenerek örneklem büyüklüğü hesaplaması yapılmamış olup evrenin tamamına ulaşılması hedeflenerek tam sayım yapılması planlanmıştır. Bu plan çerçevesinde araştırmanın yapılmasına izin veren hastane ve tıp merkezleri yöneticilerine çalışan personel sayısı kadar anket bırakılmış ve geri dönen anketler üzerinden araştırma devam ettirilmiştir.

#### **4.2.3. Veri Toplama Araçları**

Bu tür araştırmalardaki avantajları nedeniyle anket yöntemi kullanılarak aşağıdaki ölçekler veri toplama araçları olarak kullanılmıştır.

##### **4.2.3.1. Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği**

Kurumsal itibar algısını ölçmek amacıyla Yaşlıoğlu (2012:1) tarafından geliştirilen Kurumsal İtibar ve İşletmelerde Kurumsal İtibar Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi başlıklı doktora tezi araştırmasında geliştirdiği ölçek kullanılmıştır. Ölçek müşteri odaklılık alt boyutu (7 madde 1-7. sorular), yönetim ve çalışanlar alt boyutu (4

madde 8-11. sorular), finansal güvenilirlik alt boyutu (5 madde 12-16. sorular), yenilikçilik ve kalite alt boyutu (5 madde 17-21. Sorular), kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu (4 madde 22-25. sorular) olarak 25 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5’li likert ölçeği şeklinde 1- kesinlikle katılmıyorum dan 5- tamamen katılıyorum a kadar puanlanmaktadır. Ölçekte tersten kodlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar kurumsal itibar algısının yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçeğin geliştirilmesi aşamasında elde edilen iç tutarlılık sonuçları şu şekildedir; müşteri odaklılığı alt boyutu için 0,909, yönetim ve çalışanlar alt boyutu için 0,819, finansal güvenilirlik alt boyutu için 0,855, yenilikçilik ve kalite alt boyutu için 0,897, kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu için 0,897’dir. Elde edilen modelin yapısal geçerliliğini ölçmek için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen uyum indeksi sonuçları ise şu şekildedir:  $\chi^2 / sd=2,065$ , GFI=0.929, CFI=0.959, NFI=0.924, TFI=0.954, RMSEA=0.049 (Yaşlıoğlu, 2012: 110).

#### **4.2.3.2. İşe Bağlılık Ölçeği**

Çalışanların işe bağlılık düzeylerini ölçmek için Eryılmaz ve Doğan (2012:49) tarafından İş Yaşamında Öznel İyi Oluş: Utrecht İşe Bağlılık Ölçeğinin Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi başlıklı çalışmadaki işe bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeğin orijinali Utrecht İşe Bağlılık Ölçeği Türkçe Formu (UWES-TR): UWES, Schaufeli ve arkadaşları (2002:71) tarafından çalışanların işe bağlılıklarını ölçmek için geliştirilmiştir. UWES, 17 maddelik, öz bildirim tarzı bir ölçme aracıdır. Ölçek üç boyuttan oluşmaktadır: İşe

istek duyma alt boyutu (6 madde 1-4-8-12-15-17. sorular), işe adanma alt boyutu (5 madde 2-5-7-10-13. sorular) ve işe yoğunlaşma alt boyutu (6 madde 3-6-9-11-14-16. sorular) şeklindedir. Ölçek 5'li likert ölçeği şeklinde 1- Uygun değil den 5-Tamamen uyguna kadar puanlanmaktadır. Ölçekte tersten kodlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar işe bağlılığın yüksek olduğunu göstermektedir. Orijinal ölçeğin iç tutarlık katsayıları işe istek duyma alt boyutu için 0.80, işe adanma alt boyutu için 0.91 ve işe yoğunlaşma alt boyutu için 0,75 olarak rapor edilmiştir. UWES'in Türkçe uyarlaması Eryılmaz ve Doğan (2012: 49) tarafından gerçekleştirilmiştir. UWES-TR'nin iç tutarlık katsayısı ise ölçeğin tümü için 0.94, "işe istek duyma" alt boyutu için 0.87, "işe adanma" alt boyutu için 0.87 ve "işe yoğunlaşma" alt boyutu için 0,84 olarak hesaplanmıştır. Uyarlama çalışması kapsamında yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen uyum indeksleri ölçeğin üç faktörlü yapısının Türk çalışanlardan oluşan örnekleme doğrulandığını ortaya koymuş olup elde edilen sonuçlar şu şekildedir:  $\chi^2 / sd=3.46$ , GFI=0.89, CFI=0.98, NFI=0.97, IFI=0.98, RMSEA=0.84, (Eryılmaz ve Doğan 2012: 52-53).

#### **4.2.3.3. Duygusal Emek Ölçeği:**

Duygusal emeği değerlendirmek amacıyla Diefendorff, Croyle ve Gosserland (2005:339-340) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye uyarlaması Basım ve Beğenirbaş (2012:77) tarafından yapılan "Duygusal Emek Ölçeği" kullanılacaktır. Duygusal emek ölçeği, Diefendorff, Croyle ve Gosserand, (2005:339-340) tarafından, Grandey

(2003:86) ve Kruml ve Geddes'in (2000:8) duygusal emek ölçeklerinin bazı maddelerinin alınarak uyarlanması ve bazı maddelerin ise geliştirilmesiyle oluşturulmuştur. Ölçek, yüzeysel rol yapma alt boyutu (6 madde 1-6. sorular), derinden rol yapma alt boyutu (4 madde 7-10. sorular) ve samimi duygular alt boyutu (3 madde 11-13. sorular) olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Katılımcılar ölçek maddelerini beşli likert ölçeği yardımıyla değerlendirmişlerdir (1=Hiçbir Zaman, 5= Her Zaman). Diefendorff ve arkadaşları tarafından ölçeğin iç tutarlığı; yüzeysel rol yapma boyutu için 0,92, derinden rol yapma boyutu için 0,85 ve samimi duygular için ise 0,83 olarak bulunmuştur (Diefendorff, Croyle ve Gosserand, 2005:339-340). Bunun yanında Basım ve Beğenirbaş (2012:83-85) tarafından yapılan çalışmada ise ölçeğin iç tutarlığı; yüzeysel rol yapma boyutu için 0,844, derinden rol yapma boyutu için 0,863 ve samimi duygular için 0,860, ölçek toplamı için ise 0,801 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada elde edilen doğrulayıcı faktör analizi uyum indeksleri şu şekildedir:  $\chi^2 / sd=2,700$ , AGFI=0.878, CFI=0.945, GFI=0.925, RMSEA=0,079 (Basım ve Beğenirbaş, 2012: 83-85).

### **4.3. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması**

Araştırma kapsamında verileri toplamak amacı ile anket yöntemi kullanılmıştır. Oluşturulan anket formu 4 bölümden oluşmakta ve 64 soru içermektedir. Anketin ilk bölümünde algılanan kurumsal itibar (25 madde), işe bağlılık (17 madde), duygusal emek (13 madde) ve son olarak sağlık çalışanlarının demografik özelliklerini belirlemek üzere 9 madde yer almaktadır.



Araştırmanın evreninde bulunan hastanelerin yöneticileri, sahipleri ve yetkili kişiler ile yüz yüze görüşmeler yapılarak araştırmanın konusu hakkında bilgi verilerek gerekli izinler istenmiştir. yedi hastane ve tıp merkezinden altı tanesi gerekli izinleri vererek anketi tüm personele uygulayacağı taahhüdü vermiştir. İlgili kurumların yöneticilerine çalışan sayısı kadar anket bırakılmış ve gönüllülük esasına göre anket yapmaları istenmiştir. İlgili kurumlara bırakılan toplam 520 anketten 285 tanesi geri dönmüş eksik ve yanlış doldurulduğu düşünülen 21 tanesi değerlendirilme dışı bırakılmış 264 tanesi değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

#### **4.3.1. Veri Setlerinin Analize Hazırlanması**

Verilerin analizine geçmeden önce veriler eksik değer, aykırı değer ve normallik açısından incelenmiştir. Diğer bir ifadeyle analizlerin sayıltıları test edilmiştir. İlk aşamada katılımcılardan toplanan veriler hatalı kodlama açısından incelenmiştir. Ölçeklerde önemli ölçüde boşluklar bırakan katılımcıların anketleri veri setinden çıkartılmıştır.

#### **4.3.2. Verilerin Analizi**

Bilgisayar ortamına aktarılan veriler SPSS 21.0 ve AMOS 21.0 programları ile analiz edilmiştir. Kategorik veriler için tanımlayıcı olarak sıklık ve yüzde, sürekli veriler için minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma kullanılmıştır. Sürekli veriler için normal dağılıma uygunluk Kolmogorov-Smirnov testi ve grafiksel olarak kontrol edilmiştir. Parametrik koşulları sağlayan değişkenler için iki grubun karşılaştırmasında bağımsız gruplarda t-testi, sağlamayanlar

için Mann Whitney U testi, ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Anlamlı farkın kaynağı Scheffe çoklu karşılaştırma testi (Post Hoc) ile bulunmuştur. İlişki yapısı Pearson Korelasyon Analizi ile kontrol edilmiş, değişkenler arasındaki bağımlılık yapısının matematiksel modellemesi Çok Değişkenli Doğrusal Regresyon analizi ile yapılmıştır.

Ölçeklerin yapısal geçerliliği için öncelikle açıklayıcı faktör analizi uygulanmış sonra elde edilen faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile kontrol edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi için metod olarak temel bileşenler analizi, döndürme yöntemi olarak varimax kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi uygulamadan önce Mardia testi ile çok değişkenli normal dağılıma uygunluğu sınanmış normal dağılıma uygunluğu anlaşıldıktan sonra parametre kestirimi en çok olabilirlik metodu ile AMOS 21.0'da yapılmıştır. Modelin veriye uygunluğu uyum indeksleri (RMSEA, CFI, TLI vb.) ile kontrol edilmiştir. Kullanılan ölçeklere ait modeller ayrı ayrı doğrulandıktan sonra analizlere geçilmiştir. Anlamlılık seviyesi olarak 0,05 alınmıştır.

#### **4.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Test Edilmek İstenen Model**

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın hipotezleri alt problemleri ve test edilmek istenen araştırma modeli hakkında bilgilere yer verilmiştir.

##### **4.4.1. Araştırmanın Hipotezleri**

Algılanan kurumsal itibar işe bağlılık ve duygusal emek davranışı arasındaki ilişkiler ile ilgili kapsamlı bir literatür taraması yapıldığında bu üç değişkenin bir arada bulunduğu bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Bununla birlikte çok az sayıda işe bağlılık ve duygusal emek davranışı arasındaki ilişkileri inceleyen araştırma mevcuttur. (Villiers 2015:101; Lin ve arkadaşları 2015: 493; Mróz ve Kaleta 2016:776; Türkay, Ünal ve Taşar, 2011:201; Gök, 2015:292; Gülova ve Palamutçuoğlu 2013:41).

Duygusal emeğin bağımlı, bağımsız, düzenleyici ve aracı gibi çok çeşitli değişkenlerle ele alındığı birçok çalışma mevcuttur. Duygusal emek kavramının birçok değişkeninin olması çok boyutlu olması sebebiyle tek bir çalışmayla konu hakkında bilgi sahibi olmak neredeyse imkânsızdır. Bu gerçeklikten hareketle bu araştırmada duygusal emeği etkileyen olası faktörler incelenmek istenmiştir. Grandey'nin (2000) duygusal emek modeli incelendiğinde duygusal emeği etkileyen duygusal olaylar bireysel ve örgütsel faktörlerin olduğu görülmektedir. Duygusal olaylar açısından Kızanıklı (2014:61) tarafından yapılan çalışmada bağımsız değişkenler olan olumlu ve olumsuz davranış kuralı algıları ile bağımlı değişken olan duygusal emek davranışı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Duygusal emek davranışını bağımlı değişken olarak alıp duygusal zekâ ve duygusal olaylar ile Polatcı, (2015:146), Yalçın (2010:35), Savaş (2012:117) Duygular ile Seçer, (2005:813), demografik faktörler ve kişilik özellikleri ile ilgili de Beğenirbaş ve Basım (2013:45), ile Değirmenci (2010:30), tarafından çeşitli sektörlerde uygulamaları yapılan çalışmalar yapılmıştır. Ayrıca işe bağlılık ile dolaylı olarak ilgili olan tükenmişlik kavramı ile Seçer (2004:272), Serin (2014), Uzuntarla' nın (2015:111) yapmış oldukları çalışmalarda tükenmişlik

ve duygusal emek davranışı arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmalar ışığında işe bağlılık kavramının duygusal olaylar, bireysel farklılıklar ve tükenmişlik konuları ile çok yakın ilişkide olduğu değerlendirilmektedir.

Yabancı yazında Villiers (2015:101) duygusal emek, kişilik özellikleri, işe bağlılık ve tükenmişlik arasındaki ilişkileri incelediği araştırmasında duygusal emeğin alt boyutlarından derin duygular ile işe bağlılık arasında anlamlı ilişki bulunduğunu tespit etmiştir. Aynı çalışmada duygusal emeğin alt boyutlarından yüzeysel rol yapma ile işe bağlılık arasından beklenenin aksine anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Lin ve arkadaşlarının (2015:493) Tayvan’da yapmış oldukları çalışmada duygusal emek ve işe bağlılık arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca Mróz ve Kaleta (2016:776) kişilik özellikleri duygusal emek ve işe bağlılığı konu eden çalışmasında işe bağlılığın alt boyutu olan derin davranış ile işe bağlılık arasında düşük de olsa anlamlı ilişki tespit etmiştir.

Türkçe yazında ise Türkay, Ünal ve Taşar (2011:201) hizmet işletmelerinin yöneticileri ile yapmış oldukları çalışmada duygusal emek davranışının işe bağlılık üzerine etkisini araştırmışlar ve anlamlı ilişkiler olduğunu bulmuşlardır. Gök (2015:292) ilaç mümessilleri ile ilgili yapmış olduğu araştırmasında duygusal emeğin işe bağlılığı etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Gülova ve Palamutçuoğlu’ nun (2013:41) üniversite çalışanlarında yapmış olduğu duygusal emek davranışlarının işe bağlılığı etkileyip etkilemediği konusunu araştırdığı çalışmalarında üç duygusal emek davranışı ile işe bağlılık arasında

pozitif yönlü ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yine Grandey'nin (2000:101) duygusal emek modeli incelendiğinde duygusal emek kavramını etkileyen konulardan birisi de örgütsel değişkenlerdir. Bu değişkenler liderler, gösterim kuralları, otonomi, sosyal destek, müşteri beklentileri, rekabet çevresi, örgütsel yapı gibi pek çok unsurdan oluşmaktadır. Ayrıca motivasyon kuramlarından birisi olan ve Frederick Herzberg, 1966'da yapmış olduğu ayrıntılı çalışmada insanları işlerinde mutlu eden şeylerin neler olduğunu araştırmış ve katılımcılara işlerinde kendilerini nelerin mutlu edip nelerin mutsuz ettiğini sormuş ve bunları hijyen (dışsal) ve motivasyonel (içsel) faktörler olarak ayırmıştır. Hijyen faktörlerini ücret, çalışma koşulları, örgüt iklimi, örgütsel adalet ve iletişim gibi faktörler olarak ayırmış, motivasyonel faktörleri ise başarı, tanınma, işin kendisi, sorumluluk gibi faktörlerin olduğunu belirtmiştir (Tutar, 2014:66). Bu açıdan bakıldığında Herzberg' in motivasyonel (içsel) faktörleri psikolojik sağlık, iyi oluş ve işe bağlılık ile ilgili, hijyen (dışsal) faktörlerinin ise kurumsal itibar ile ilişkili olduğu söylenebilir. Literatürde bu konuları bir bütün olarak alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu unsurlar incelendiğinde algılanan kurumsal itibar ile direk olarak ilgili olmadığı düşünülse de alt boyutları olan müşteri odaklılık, yönetim ve çalışanlar, yenilikçilik ve kalite, kurumsal sosyal performans alt boyutları ile yakından ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Kurumsal itibarın işletmeler için çok sayıda yararlar sağlayacağı bilinmektedir. Müşteri sadakati yaratmak, yüksek kalitede çalışanlar

istihdam etmek ve onları işte tutmak, rekabetçi piyasada üstünlük sağlamak bunlardan yalnızca bir kaçıdır (Rayner, 2003:15). Ayrıca kurumsal itibar ve imaj algısının performans göstergeleri ile olan ilişkisi ile ilgili olarak ise itibar ve imaj algılarının performans göstergelerinden personel memnuniyeti göstergesi ile pozitif yönlü ve güçlü ilişkiler içerisinde olduğu tespit edilmiştir (Çınaroğlu, Şahin, 2012:49). Kurumsal itibarın çalışanların mutluluğu ve iş tatmini ile ilgisi çalıştığı işyerini gururla söyleyen çalışan ile çalıştığı yerin bilinmemesini isteyen çalışanın tatmin seviyeleri bir olmadığına da göstergesidir. (Tutar, 2014:164). Ayrıca Kurumsal itibar ile ilgili örgütsel davranış konularından iş performansı ile ilgili Sayılı ve diğ. (2009: 176), Çınaroğlu, (2011:135), iş tatmini, örgütsel bağlılık, örgütsel kıvanç, örgütsel vatandaşlık ile ilgili Çiftçioğlu (2008:209) ve Çekmecelioğlu (2013:125) tarafından çeşitli çalışmalar yapılmış ve aralarında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Bu gerçeklikler ışığı altında algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılığın bir performans çıktısı olarak da kabul edilen duygusal emek davranışını etkileyeceği varsayımından hareketle araştırmamızın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur.

**H<sub>1</sub>:** Algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan yüzeysel rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>2</sub>:** Algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan derin rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>3</sub>:** Algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan samimi duygular üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>4</sub>:** İşe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan yüzeysel rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>5</sub>:** İşe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan derin rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>6</sub>:** İşe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan samimi duygular üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Bu hipotezler çerçevesinde araştırmanın alt problemleri ise şu şekilde oluşturulmuştur.

1. Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının algılanan kurumsal itibar, işe bağlılık ve duygusal emek davranışı düzeyleri ne seviyededir?

2. Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının algılanan kurumsal itibar, işe bağlılık ve duygusal emek düzeyleri demografik faktörlere göre ne seviyededir?

#### **4.4.2. Araştırmada Test Edilmek İstenen Model**

Şekil 4'te görüldüğü gibi, araştırmada algılanan kurumsal itibar, işe bağlılık, duygusal emek davranışı arasındaki ilişkiler ve etkiler incelenerek, duygusal emek davranışlarının ortaya çıkmasında etkili olan faktörler ortaya konulmak istenmiştir. Bu doğrultuda araştırma amacının gerçekleştirilmesi için izlenen yol, daha önce kurgulanmış

olan altı temel hipotez çerçevesinde oluşturulan Şekil 4'teki araştırma modeli kapsamında şu şekilde açıklanabilir;

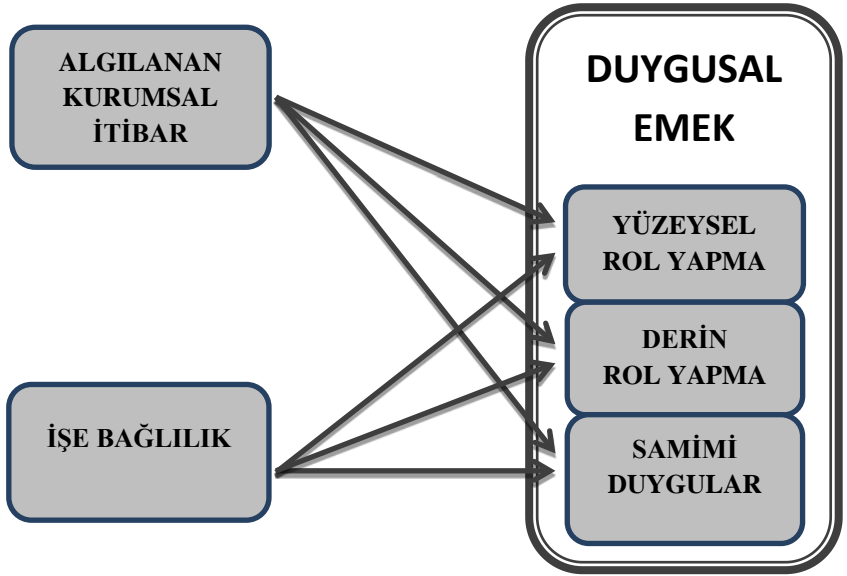
Algılanan kurumsal itibar işe bağlılık duygusal emek davranışları aralarındaki ilişkiye yönelik olarak ayrıntılı biçimde alan yazın taraması yapılmıştır. Çalışmanın kuramsal çerçevesinde yer verilen bu bölüm, konuya yönelik bugüne kadar yapılmış çalışmalar incelenerek, neden böyle bir çalışmaya ihtiyaç duyulduğunun cevabını içerecek şekilde tasarlanmıştır.

Örneklemden ayrı olarak 62 kişilik sağlık çalışanı üzerinde yapılan ön uygulama anketi sonucunda elde edilen verilere güvenirlik, ilişki ve etki analizi yapılmış bu çerçevede veri toplamak için hazırlanan anket formlarına son şekli verilerek örneklem kapsamında yer alan hastane ve tıp merkezi çalışanlarına uygulanmıştır.

Elde edilen veriler, araştırmanın amacına uygun çeşitli istatistikî teknikler kullanılarak analiz edilmiş ve bu doğrultuda yorumlanarak öneriler geliştirilmiştir.

Araştırmada bağımsız değişkenler olarak algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılığın bağımlı değişken olarak duygusal emek davranışı alt boyutlarını ne şekilde etkilediği üzerine odaklanılarak model aşağıdaki şekilde test edilmek istenmiştir.





**Şekil 4 - Araştırma Modeli**

## 5. BULGULAR

Araştırmamızdan elde ettiğimiz bulgular ve değerlendirmeler üç alt bölümde araştırmanın ölçeklerine ilişkin bulgular, araştırmanın demografik faktörlerine ilişkin bulgular ve araştırmanın hipotezlerine ilişkin bulgular başlıkları altında sunulmuştur.

### 5.1. Araştırmanın Ölçeklerine İlişkin Bulgular

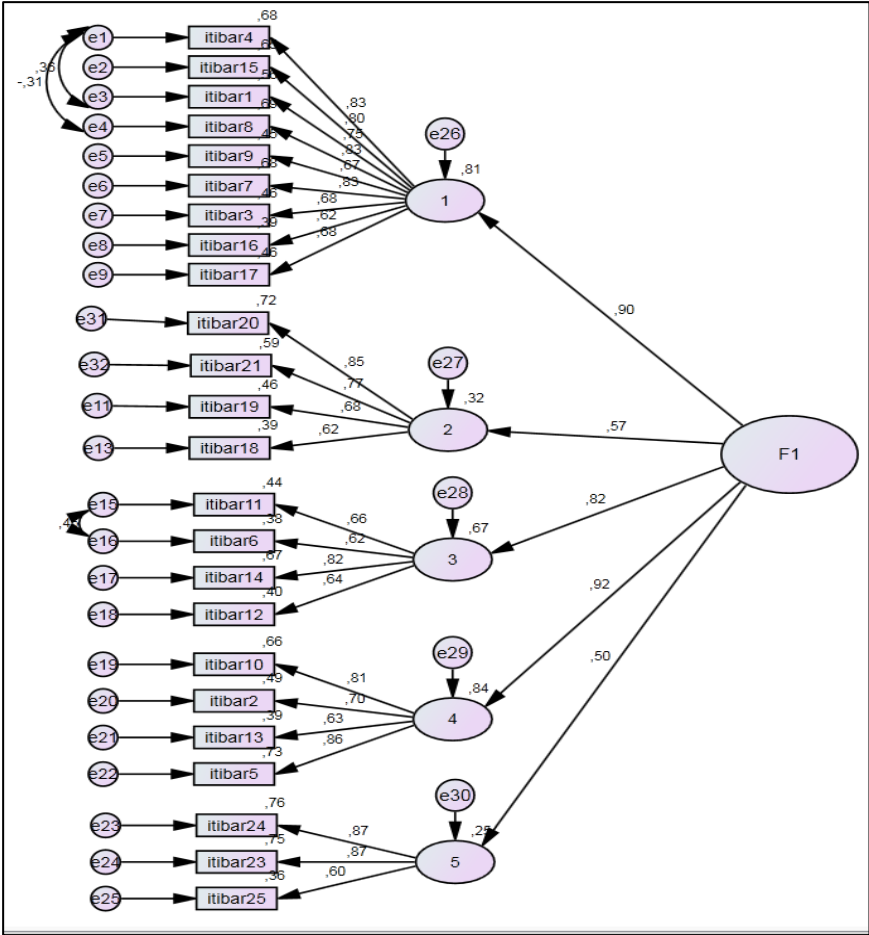
Bu bölümde araştırmada kullanılan ölçeklere ait geçerlilik, güvenilirlik analizleri ile algılanan kurumsal itibar ölçeği, işe bağlılık ölçeği, duygusal emek ölçeği alt boyutunu oluşturan maddelere ait bulguların değerlendirilmesi yapılmıştır.

### **5.1.1. Araştırmanın Ölçeklerinin Geçerlilik Güvenilirlik Analizlerine Ait Bulgular**

Bu bölümde katılımcıların araştırmada kullanılan algılanan kurumsal itibar, işe bağlılık ve duygusal emek ölçeklerine verdikleri cevaplardan elde edilen veriler ışığı altında açıklayıcı faktör analizi, doğulayıcı faktör analizi ve iç tutarlılık katsayıları hakkında bilgiler verilmiştir.

#### **5.1.1.1. Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Geçerlilik Güvenilirlik Analizlerine Ait Bulgular**

Çalışmamızda elde ettiğimiz algılanan kurumsal itibar ölçeğimize ait geçerlik ve güvenilirlik sonuçları ve faktör yapıları aşağıdaki tablolarda görölmektedir.

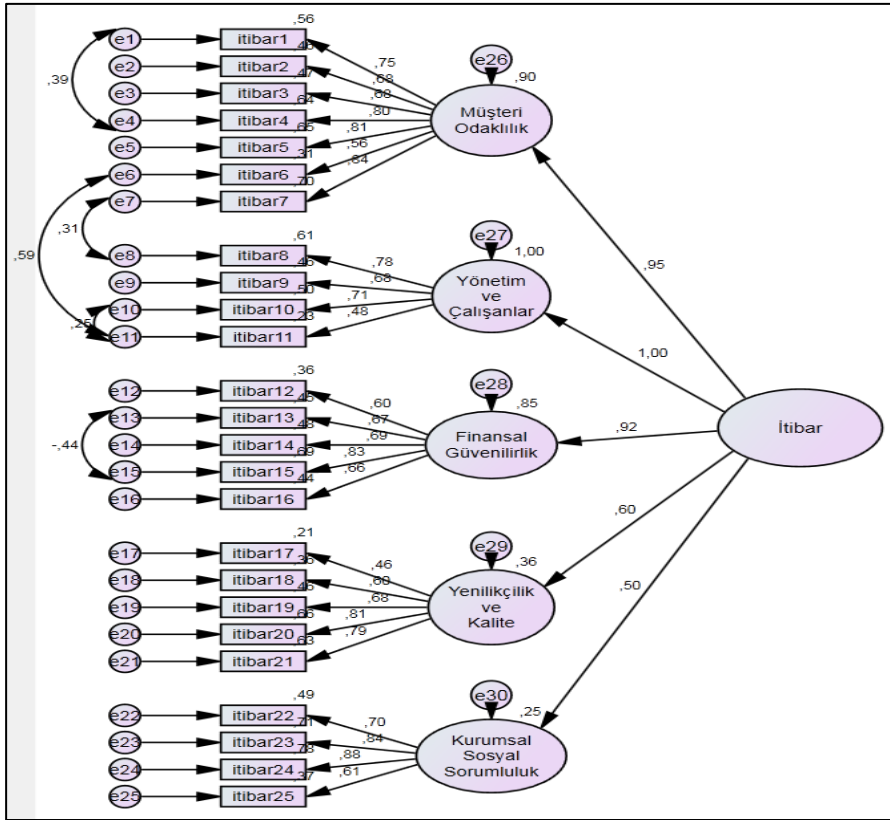


**Şekil 5** - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Veri Setine Uygun Model.

Şekil 5'te katılımcılara uyguladığımız algılanan kurumsal itibar ölçeğine verdikleri cevaplardan elde edilen veriler ile ölçeğin yapısal geçerliliği değerlendirilmiştir. Elimizdeki veri setine ait faktör yapısını ortaya çıkartmak için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör çıkartma metodu olarak temel bileşenler analizi, en uygun faktör yapısını ortaya çıkartmak için de varimax faktör döndürme yöntemi

kullanılmıştır. Analiz sonucu beş faktörlü yapı bulunmuş fakat orijinal modeldeki faktörler altındaki madde yapısı ile bire bir benzerlik göstermemiştir. Elde ettiğimiz yapı modelinin verimize uygunluğu ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmıştır. Analizde veri setimiz, çok değişkenli normallik testi ile normal dağılıma uygunluğu kontrol edildikten sonra parametre tahmini olarak en çok olabilirlik metodu kullanılmıştır. Modelin geçerliliği regresyon katsayılarının anlamlılığı ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlarda olması ile değerlendirilmiştir. Şekil 5'te Faktör 1 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,62 en çok 0,83 olduğu görülmüştür. Faktör 2 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,62 en çok 0,85 olduğu görülmüştür. Faktör 3 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,62 en çok 0,82 olduğu görülmüştür. Faktör 4 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,63 en çok 0,86 olduğu görülmüştür. Faktör 5 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,60 en çok 0,87 olduğu görülmüştür. Uyum indekslerini iyileştirmek için model düzeltme indeksleri ile model revizyonu yapılmıştır. İyileştirme de itibar 4 ile itibar 1 ve itibar 8 değişkenlerine ait hata terimleri arasında ve itibar 11 ile itibar 6 değişkenlerine ait hata terimleri arasında ilişki kurulmuştur.

Algılanan kurumsal itibar ölçeğini geliştirenler tarafından bulunan orijinal faktör yapısı, ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmış olup algılanan kurumsal itibar modeli ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen orijinal model Şekil 6’da yer almaktadır.



Şekil 6 - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Orijinal Model.

Şekil 6’da algılanan kurumsal itibar ölçeğini geliştirenler tarafından bulunan orijinal faktör yapısı ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmıştır. Analizde, çok değişkenli normallik testi ile veri

setinin normal dağılıma uygunluğu kontrol edildikten sonra parametre tahmini olarak en çok olabilirlik metodu kullanılmış, modelin geçerliliği regresyon katsayılarının anlamlılığı ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlarda olması ile değerlendirilmiştir. Şekil 6'daki müşteri odaklılık alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,56 en çok 0,81 olduğu görülmüştür. Yönetim ve çalışanlar alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,48 en çok 0,78 olduğu görülmüştür. Finansal güvenilirlik alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,60 en çok 0,83 olduğu görülmüştür. Yenilikçilik ve kalite alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,46 en çok 0,81 olduğu görülmüştür. Kurumsal sosyal sorumluluk alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,61 en çok 0,88 olduğu görülmüştür. Uyum indekslerini iyileştirmek için model düzeltme indeksleri ile model revizyonu yapılmıştır. İyileştirme de itibar 1 ile itibar 4, itibar 6 ile itibar 11 itibar 7 ile itibar 8 itibar 10 ile itibar 11 itibar 13 ile itibar 15 değişkenlerine ait hata terimleri arasında ilişki kurulmuştur.

Bu çerçevede yapılan faktör analizi sonucu elde edilen uyum ölçüleri ve standart uyum kriterleri Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1 - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri.**

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Orijinal Model Uyum Değerleri	Veri Yapımıza Uygun Model Uyum Değerleri
$\chi^2$			4377,325	787,263
Df (p)			300	244
$\chi^2/df$	$\leq 3$	$\leq 5$	3,958	3,226
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,106	0,092
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,759	0,808
NNFI (TLI)	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	0,782	0,840
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,807	0,858
IFI	$0,95 \leq IFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,809	0,859

**Kaynak:** Yılmaz ve Çelik, 2006: 177

Tablo 1’de algılanan kurumsal itibar ölçeğine ait yapısal geçerlilik değerlendirmesinde yaptığımız doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeğin orijinal alt boyutlarını içeren model ve veri yapısına ait model uyum indeksleri karşılaştırılmıştır. Veri yapımıza uygun modelin uyum indeksleri ( $\chi^2 / sd=3,226$ , NFI=0.808, CFI=0.858, TLI=0.840, IFI=0.859, RMSEA=0,092) orijinal modele ait uyum indekslerine göre ( $\chi^2 / sd=3,958$ , NFI=0.759, CFI=0.807, TLI=0.782, IFI=0.809, RMSEA=0,106) daha iyi sonuçlar verdiği değerlendirilmektedir.

Algılanan kurumsal itibar ölçeğine ait güvenilirlik analizi ile elde edilen cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2 - Algılanan Kurumsal İtibar Modeli İç Tutarlılık Katsayıları.**

Boyutlar ve Alt Boyutlar	Orijinal Model (Maddeler)	Önerilen Model (Maddeler)
Müşteri Odaklılığı	0,888 (1-7)	0,907
Yönetim ve Çalışanlar	0,749 (8-11)	0,825 (2,5,10,13)
Finansal Güvenilirlik	0,809 (12-16)	0,800 (6,11,12,14)
Yenilikçilik ve Kalite	0,769 (17-21)	0,805 (18,19,20,21)
Kurumsal Sosyal	0,835 (22-25)	0,810 (23-25)
Toplam	0,936	0,936

Tablo 2’de müşteri odaklılığı alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde iç tutarlılık katsayıları orijinal model için 0,888, önerilen model için 0,907, yönetim ve çalışanlar alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde orijinal model için 0,749, önerilen model için 0,825, finansal güvenilirlik alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde orijinal model için 0,809, önerilen model için 0,800, yenilikçilik ve kalite alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde orijinal model için 0,769, önerilen model için 0,805, kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde orijinal model için 0,835, önerilen model için 0,810, güvenilirlik analizi ile elde edilen cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları ve veri yapısına uygun model uyum değerleri karşılaştırması sonucu veri yapısına uygun modelin orijinal modele göre daha güvenilir olduğu bulunmuştur. Ölçeğin bu kararsız yapısından ve ölçeğin toplamı için elde edilen cronbach alfa iç tutarlılık



katsayısının (0,936) yüksekliğinden dolayı ölçek toplamı değerlendirmeye alınmıştır.

Aşağıda Tablo 3'te kurumsal itibar ölçeği faktör yapısı ve alt boyutunu oluşturan maddeler sunulmuştur.

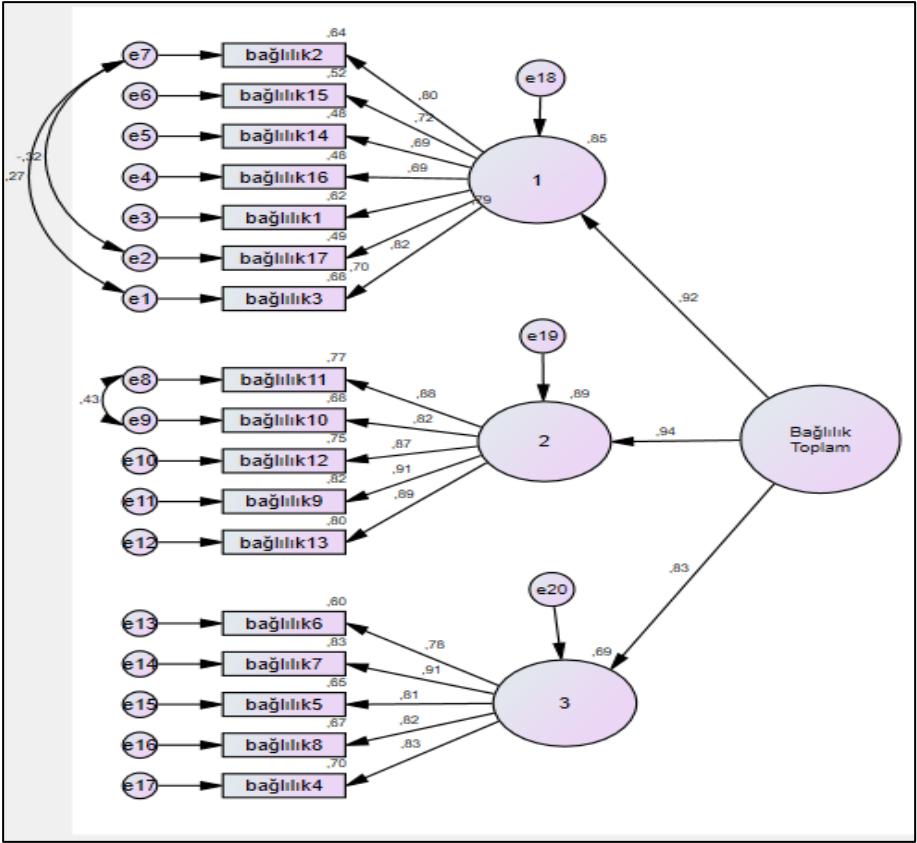
**Tablo 3 - Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Faktör Yapısı.**

Çalıştığım hastane, hastalarının öneri ve şikâyetlerine çok önem verir.	Müşteri Odaklılık
Çalıştığım hastane zarar etmek pahasına olsa da hastalarının çıkarlarını korur.	
Çalıştığım hastane hastalarının haklarına her zaman saygılıdır.	
Çalıştığım hastane hastalarının harcama miktarına bakmaksızın onlara özen gösterir.	
Çalıştığım hastane hastalarına karşı her zaman adildir.	
Çalıştığım hastane çalışanları, hastalarına karşı her zaman naziktirler.	
Çalıştığım hastane çalışanları, hastalarının ihtiyaçlarına her zaman özen gösterirler.	Yönetim ve Çalışanlar
Çalıştığım hastane kaliteli çalışanlara sahip bir kurumdur.	
Çalıştığım hastane çalışanlarının ihtiyaçlarına çok önem verir.	
Çalıştığım hastane görüldüğü kadarıyla, mükemmel liderlere sahip bir kurumdur.	
Çalıştığım hastane çalışmak isteyeceğim kurumlardan biridir.	Finansal Güvenilirlik
Çalıştığım hastane başarılı ve kârlı yatırımlarıyla göze çarpan bir kurumdur.	
Çalıştığım hastane büyük yatırımlar yapabilecek bir kurumdur.	
Çalıştığım hastane kârlılığı çok yüksek bir kurumdur.	
Çalıştığım hastane yatırım yapmak için iyi bir seçenektir.	

Çalıştığım hastane pazardaki fırsatları çok iyi değerlendirmektedir.	
Çalıştığım hastane rakiplerine kıyasla daha yenilikçi bir kurumdur.	Yenilikçilik ve Kalite
Çalıştığım hastane cihaz ekipmanları sürekli bir biçimde yenilemekte ve iyileştirmektedir.	
Çalıştığım hastanenin cihaz ekipmanları rakiplerine kıyasla farklı ve özgündür.	
Çalıştığım hastane pazara yeni teknolojiler sunma konusunda öncüdür.	
Çalıştığım hastane rakiplerinden daha yüksek bir kalite sunar.	
Çalıştığım hastane toplumda hâkim olan etik ve ahlaki değerlere uygun hareket etmeye özen gösterir.	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
Çalıştığım hastaneden hizmet almak, bir statü sembolüdür.	
Çalıştığım hastane sosyal sorumluluk projelerine çok önem veren bir kurumdur.	
Çalıştığım hastanenin sunduğu hizmetler, hastaların sosyal statülerine uygundur.	

### 5.1.1.2. İşe Bağlılık Ölçeği Geçerlilik Güvenilirlik Analizlerine Ait Bulgular

Çalışmamızda kullandığımız işe bağlılık ölçeğine ait geçerlik ve güvenilirlik sonuçları ve faktör yapıları aşağıdaki tablolarda görülmektedir.



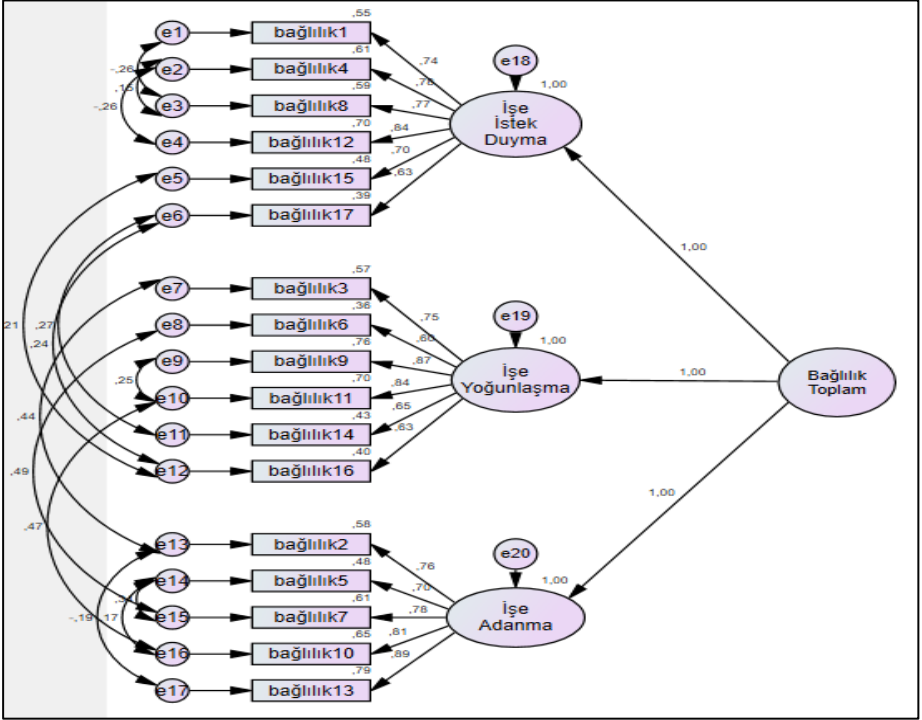
**Şekil 7 - İşe Bağlılık Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Veri Setine Uygun Model.**

Şekil 7’de katılımcıların işe bağlılık ölçeğine verdikleri cevaplardan elde edilen veriler ile ölçeğin yapısal geçerliliği değerlendirilmiştir. Elimizdeki veri setine ait faktör yapısını ortaya çıkarmak için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör çıkarma metodu olarak temel bileşenler analizi, en uygun faktör yapısını ortaya çıkarmak için de varimax faktör döndürme yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucu üç faktörlü yapı bulunmuş fakat orijinal modeldeki faktörler altındaki madde yapısı ile bire bir benzerlik göstermemiştir.

Elde ettiğimiz yapı modelinin veri setine uygunluğu ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmıştır. Analizde veri seti çok değişkenli normallik testi ile normal dağılıma uygunluğu kontrol edildikten sonra parametre tahmini olarak en çok olabilirlik metodu kullanılmış, modelin geçerliliği regresyon katsayılarının anlamlılığı ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlarda olması ile değerlendirilmiştir. Şekil 7’de faktör 1 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,69 en çok 0,82 olduğu görülmüştür. Faktör 2 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,82 en çok 0,91 olduğu görülmüştür. Faktör 3 altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,78 en çok 0,91 olduğu görülmüştür. Uyum indekslerini iyileştirmek için model düzeltme indeksleri ile model revizyonu yapılmıştır. İyileştirme de bağıllık 2 ile bağıllık 3 ve bağıllık 17 değişkenlerine ait hata terimleri arasında ve bağıllık 10 ile bağıllık 11 değişkenlerine ait hata terimleri arasında ilişki kurulmuştur.

İşe bağıllık ölçeğini geliştirenler tarafından bulunan orijinal faktör yapısı, ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmış olup işe bağıllık modeli ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen orijinal model Şekil 8’de yer almaktadır.

Şekil 8 - İşe Bağlılık Modeli İkinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Orijinal Model.



Şekil 8’de işe bağlılık ölçeğini geliştirenler tarafından bulunan orijinal faktör yapısı ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmıştır. Analizde veri seti çok değişkenli normallik testi ile normal dağılıma uygunluğu kontrol edildikten sonra parametre tahmini olarak en çok olabilirlik metodu kullanılmış, modelin geçerliliği regresyon katsayılarının anlamlılığı ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlarda olması ile değerlendirilmiştir. Şekil 8’de işe istek duyma alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,63 en çok 0,84 olduğu görülmüştür. İşe adanma alt faktörü altındaki maddelerin bu latent

değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,60 en çok 0,87 olduğu görülmüştür. İşe yoğunlaşma alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,70 en çok 0,89 olduğu görülmüştür. Uyum indekslerini iyileştirmek için model düzeltme indeksleri ile model revizyonu yapılmıştır. Gözlenen değişkenlere ait hata terimleri arasında 11 adet ilişki kurulmuştur. Uyum indekslerini iyileştirmek için yapılan bu düzeltmeler farklı alt faktörler altındaki değişkenlerin hata terimleri arasında ilişki kurma şeklinde yapıldığı için oluşan bu modeli kuramsal olarak açıklamanın çok zor olacağı değerlendirilmektedir.

Bu çerçevede yapılan faktör analizi sonucu elde edilen uyum ölçüleri ve standart uyum kriterleri Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4 - İşe Bağlılık Modeli Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri.**

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Orijinal Model Uyum Değerleri	Veri Setine Uygun Model Uyum Değerleri
$\chi^2$			468,24	347,811
Df (p)			106	113
$\chi^2/df$	$\leq 3$	$\leq 5$	4,417	3,078
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,114	0,089
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,882	0,912
NNFI (TLI)	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	0,879	0,926
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,906	0,939
IFI	$0,95 \leq IFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,906	0,939

**Kaynak:** Yılmaz ve Çelik, 2006: 177

Tablo 4'te yapısal geçerlilik değerlendirmesinde, ölçeğin orijinal alt boyutlarını içeren modele ve veri yapısına ait modele uygulanan ikinci seviye doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen uyum indeksleri karşılaştırılmıştır. Veri yapısına uygun modelin uyum indeksleri ( $\chi^2 / sd=3,078$ , NFI=0.912, CFI=0.939, TLI=0.926, IFI=0.939, RMSEA=0,089) orijinal modele ait uyum indekslerine göre ( $\chi^2 / sd=4,417$ , NFI=0.882, CFI=0.906, TLI=0.879, IFI=0.906, RMSEA=0,114) daha iyi sonuçlar verdiği değerlendirilmektedir.

İşe bağlılık ölçeğine ait güvenilirlik analizi ile elde edilen cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları Tablo 5'te yer almaktadır.

**Tablo 5 - İşe Bağlılık Modeli İç Tutarlılık Katsayıları.**

Boyutlar ve Alt Boyutlar	Orijinal Model	Önerilen Model
İşe İstek Duyma	0,874	0,896
İşe Adanma	0,867	0,945
İşe Yoğunlaşma	0,885	0,916
Toplam	0,957	0,957

Tablo 5'te işe istek duyma alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde iç tutarlılık katsayıları orijinal model için 0,874, önerilen model için 0,896, işe adanma alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde orijinal model için 0,867, önerilen model için 0,945 ve işe yoğunlaşma alt boyutu güvenilirlik değerlendirmesinde orijinal model için 0,885, önerilen model için 0,916 olarak hesaplanmıştır. Güvenirlik analizi ile elde edilen cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları karşılaştırması sonucu veri yapımıza uygun modelin orijinal modele

göre daha güvenilir olduğu bulunmuştur. Ölçeğin bu kararsız yapısından dolayı ve ölçeğimizin toplamı için elde edilen cronbach alfa iç tutarlılık katsayısının (0,957) yüksekliğinden dolayı ölçek toplamı değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo 6’da işe bağlılık ölçeği faktör yapısı ve alt boyutunu oluşturan maddeler sunulmuştur.

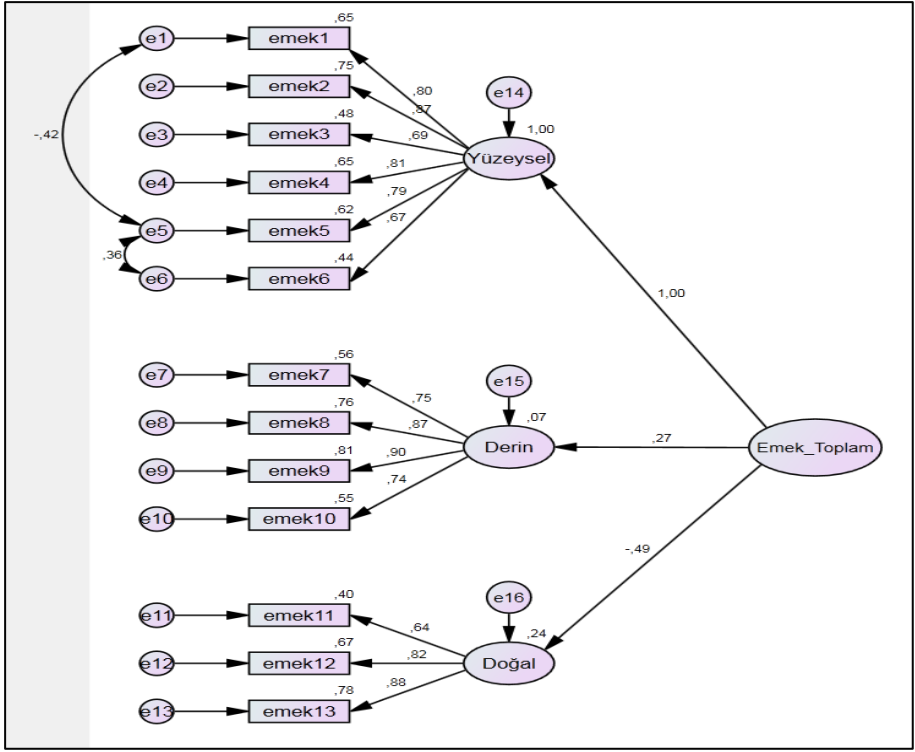
**Tablo 6 - İşe Bağlılık Ölçeği Faktör Yapısı.**

İşimde kendimi enerji dolu hissederim.	İşe İstek Duyma
İşimde kendimi güçlü ve dinç hissederim.	
Sabah kalktığımda işe gitmek için istekliyimdir.	
Ara vermeden uzun süre çalışabilirim.	
İşimde kendimi oldukça dinç hissederim.	
Çalışırken işler yolunda gitmese bile azimle çalışmaya devam ederim.	İşe Adanma
Yaptığım işi anlamlı ve bir amaca hizmet ediyor bulurum.	
İşime karşı istekli ve hevesliyim.	
İşim bana çalışma şevki verir.	
Yaptığım işle gurur duyuyorum.	
İşimi ilginç ve özel buluyorum.	İşe Yoğunlaşma
Çalışırken zaman su gibi akıp gider.	
Çalışırken etrafımdaki her şeyi unuturum.	
Yoğun bir şekilde çalışırken kendimi mutlu hissederim.	
Çalışırken tamamen işime konsantre olur dalar giderim.	
Çalışırken kendimi işime kaptırırım.	
Çalışırken bunun hiç bitmemesini isterim.	

### 5.1.1.3. Duygusal Emek Ölçeği Geçerlilik Güvenilirlik Analizlerine Ait Bulgular

Çalışmamızda kullandığımız duygusal emek ölçeğine ait geçerlik ve güvenilirlik analizlerinin sonuçları aşağıdaki tablolarda görülmektedir.





**Şekil 9** - Duygusal Emek Modeli İkinci Seviye Doğrulamalı Faktör Analizi Modeli.

Şekil 9’da duygusal emek ölçeğini geliştirenler tarafından bulunan orijinal faktör yapısı ikinci seviye doğrulamalı faktör analizi ile sınanmıştır. Analizde veri setimiz, çok değişkenli normallik testi ile normal dağılıma uygunluğu kontrol edildikten sonra parametre tahmini olarak en çok olabilirlik metodu kullanılmış, modelin geçerliliği regresyon katsayılarının anlamlılığı ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlarda olması ile değerlendirilmiştir. Şekil 9’da yüzeysel rol yapma alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,67 en çok 0,87 olduğu görülmüştür. Derinden rol yapma alt faktörü altındaki

maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,74 en çok 0,90 olduğu görölmüştür. Doğal samimi duygular alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,64 en çok 0,88 olduğu görölmüştür. Uyum indekslerini iyileştirmek için model düzeltme indeksleri ile model revizyonu yapılmıştır. İyileştirmede emek 5 ile emek 1 ve emek 6 hata terimleri arasında ilişki kurulmuştur.

Bu çerçevede yapılan faktör analizi sonucu elde edilen uyum ölçüleri ve standart uyum kriterleri Tablo 7’de yer almaktadır.

**Tablo 7 - Duygusal Emek Modeli Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri.**

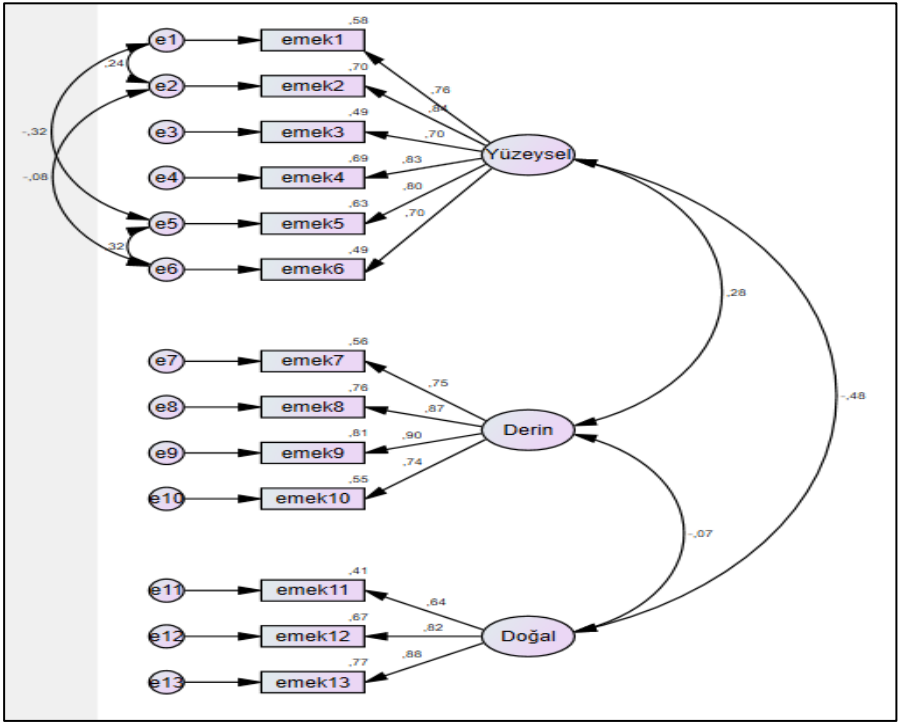
Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Orijinal Model Uyum Değerleri
$\chi^2$			147,070
Df (p)			61
$\chi^2/ df$	$\leq 3$	$\leq 5$	2,411
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,073
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,929
NNFI (TLI)	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	0,944
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,957
IFI	$0,95 \leq IFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,957

**Kaynak:** Yılmaz ve Çelik, 2013: 177

Çalışmada kullanılan duygusal emek ölçeğine ait geçerlik sonuçları tablo12’de görölmektedir. İkinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilen uyum indeksleri şu şekildedir:  $\chi^2 / sd=2,411$ ,  $NFI=0,929$ ,  $CFI=0,957$ ,  $TLI=0,944$ ,  $IFI=0,957$ ,  $RMSEA=0,073$ . Elde ettiğimiz uyum indeksi değerleri kabul edilebilir sınırın üzerindedir ve

Basım ve Beğenirbaş' ın (2012: 83-85) yaptığı çalışmada bulduğu indeks değerleriyle benzerlik arz etmektedir.

Aşağıda Şekil 10'da birinci seviye doğrulayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır.



Şekil 10 - Duygusal Emek Modeli Birinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.

Orijinal modelin verimize uygunluğu birde birinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmıştır. En çok olabilirlik metodu kullanılmış, modelin geçerliliği regresyon katsayılarının anlamlılığı ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlarda olması ile

değerlendirilmiştir. Şekil 10’da yüzeysel rol yapma alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,70 en çok 0,84 olduğu görülmüştür. Derinden rol yapma alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,74 en çok 0,90 olduğu görülmüştür. Samimi duygular alt faktörü altındaki maddelerin bu latent değişkene etkisi yani regresyon katsayıları anlamlı bulunmuş ve en az 0,64 en çok 0,88 olduğu görülmüştür. Uyum indekslerini iyileştirmek için model düzeltme indeksleri ile model revizyonu yapılmıştır. İyileştirme de emek 2 ile emek 1 ve emek 6, emek 5 ile emek 1 ve emek 5 ile emek 2 emek 6 hata terimleri arasında ilişki kurulmuştur.

Bu çerçevede yapılan birinci seviye doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen uyum ölçüleri ve standart uyum kriterleri Tablo 8’de yer almaktadır.

**Tablo 8-** Duygusal Emek Modeli Birinci Seviye Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum Ölçüleri ve Standart Uyum Kriterleri.

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Birinci seviye Orijinal Model Uyum Değerleri
$\chi^2$			137,475
Df (p)			58
$\chi^2/ df$	$\leq 3$	$\leq 5$	2,370
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,072
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,933
NNFI (TLI)	$0,97 \leq NNFI \leq 1$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	0,946
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,960
IFI	$0,95 \leq IFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,960

**Kaynak:** Yılmaz ve Çelik, 2013: 177

Tablo 8'deki Birinci seviye doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilen uyum indeksleri şu şekildedir:  $\chi^2 / sd=2,370$ , NFI=0.933, CFI=0.960, TLI=0.946, IFI=0.960, RMSEA=0,072.

Duygusal emek ölçeğine ait güvenilirlik analizi ile elde edilen cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları Tablo 9'da yer almaktadır.

**Tablo 9 - Duygusal Emek Modeli İç Tutarlılık Katsayısı.**

Boyutlar ve Alt Boyutlar	Orijinal Model
Yüzeysel Rol yapma	0,897
DerindenRol yapma	0,888
Samimi Duygular	0,815
Toplam	0,777

Tablo 9'daki güvenilirlik analizi sonucu elde edilen ölçeğin cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları şu şekildedir; yüzeysel rol yapma boyutu için 0,897, derinden rol yapma boyutu için 0,888, samimi duygular için 0,815 ve ölçek toplamı için ise 0,777 olarak bulunmuştur.

Tablo 10'da işe duygusal emek ölçeği faktör yapısı ve alt boyutunu oluşturan maddeler sunulmuştur.

**Tablo 10 - Duygusal Emek Ölçeği Faktör Yapısı.**

Duygusal Emek	
Hastalarla ilgilenirken iyi hissediyormuşum rolü yaparım.	
Mesleğimin gerektirdiği duyguları sergileyebilmek için sanki bir maske takarım.	
Hastalarla ilgilenirken bir şov yapar gibi ekstra performans sergilerim.	Yüzeysel Rol Yapma
Hastalarla uygun şekilde ilgilenebilmek için rol yaparım.	
Mesleğimi yaparken hissetmediğim duyguları hissediyormuşum gibi davranırım.	
Hastalara gerçek hissettiğim duygulardan farklı duygular sergilerim.	
Göstermem gereken duyguları gerçekte de hissetmek için çaba harcarım.	
Hastalara göstermem gereken duyguları hissedebilmek için elimden geleni yaparım.	Derinden Rol Yapma
Hastalara sergilemem gereken duyguları içimde de hissedebilmek için yoğun çaba gösteririm.	
Hastalara göstermek zorunda olduğum duyguları gerçekten yaşamaya çalışırım.	
Hastalara gösterdiğim duygular kendiliğinden ortaya çıkar.	
Hastalara sergilediğim duygular samimidir.	Samimi Duygular
Hastalara gösterdiğim duygular o an hissettiklerime aynıdır.	

### **5.1.2. Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Alt Boyutlarına Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Bu bölümde algılanan kurumsal itibar ölçeği ve alt boyutlarından oluşan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değer tabloları ve değerlendirilmeleri hakkında bilgi verilmiştir.

### 5.1.2.1. Müşteri Odaklılık Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi

Aşağıda Tablo 11’de kurumsal itibar ölçeği müşteri odaklılık alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 11 - Müşteri Odaklılık Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Müşteri Odaklılık Alt Boyutu Maddeleri	Kesinlikle katılmıyorum (1)		Katılmıyorum (2)		Kararsızım (3)		Katılıyorum (4)		Kesinlikle katılıyorum (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Çalıştığım hastane, hastalarının öneri ve şikâyetlerine çok önem verir.	2	0,8	15	5,7	59	22,3	131	49,6	57	21,6	264	100,0	3,86
Çalıştığım hastane zarar etmek pahasına olsa da hastalarının çıkarlarını korur.	2	0,8	7	2,7	24	9,1	114	43,2	117	44,2	264	100,0	4,28
Çalıştığım hastane hastalarının haklarına her zaman saygılıdır.	3	1,1	13	4,9	63	23,9	110	41,7	75	28,4	264	100,0	3,91
Çalıştığım hastane hastalarının harcama miktarına bakmaksızın onlara özen gösterir.	8	3,0	10	3,8	56	21,2	122	46,2	68	25,8	264	100,0	3,88
Çalıştığım hastane hastalarına karşı her zaman adildir.	6	2,3	12	4,5	30	11,4	123	46,6	93	35,2	264	100,0	4,08
Çalıştığım hastane çalışanları, hastalarına karşı her zaman naziktirler.	8	3,0	36	13,6	80	30,4	74	28,0	66	25,0	264	100,0	3,58
Çalıştığım hastane çalışanları, hastalarının ihtiyaçlarına her zaman özen gösterirler.	5	1,9	16	6,1	64	24,2	117	44,3	62	23,5	264	100,0	3,81
<b>Müşteri Odaklılık Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=9, Max=35, Ortalama =27,40, Standart Sapma=4,99</b>												

Tablo 11’de görüldüğü gibi algılanan kurumsal itibar ölçeğinin alt boyutu olan müşteri odaklılık 7 maddeden oluşmaktadır. Bu boyuttan alınan en az puan 9 en çok puan 35’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 27,40, standart sapması 4,99 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “çalıştığım hastane, hastalarının öneri ve şikâyetlerine çok önem verir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0,8 (n=2)’i kesinlikle katılmıyorum, %5,7 (n=15)’si katılmıyorum, %22,3 (n=59)’ü kararsızım, %49,6 (n=131)’sı katılıyorum ve %21,6 (n=57)’sı da kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %71,2’si çalıştıkları hastanenin, hastaların öneri ve şikâyetlerine önem verdiğini ifade ederken, %6,5’inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane zarar etmek pahasına olsa da hastalarının çıkarlarını korur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0,8 (n=2)’i kesinlikle katılmıyorum, %2,7 (n=7)’si katılmıyorum, %9,1 (n=24)’i kararsızım, %43,2 (n=114)’si katılıyorum ve %44,2 (n=117)’si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %77,4’ü çalıştıkları hastanenin zarar etmesi pahasına da olsa, hastaların çıkarlarını koruyacağını ifade ederken, %3,5’inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane hastalarının haklarına her zaman saygılıdır” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,1 (n=3)’i kesinlikle katılmıyorum, %4,9 (n=13)’u katılmıyorum,



%23,9 (n=63)'u kararsızım, %41,7 (n=110)'si katılıyorum ve %28,4 (n=75)'ü de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %70,1'i çalıştıkları hastanenin hasta haklarına her zaman saygılı olduğunu ifade ederken, %6,0'sının ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane hastalarının harcama miktarına bakmaksızın onlara özen gösterir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %3,0 (n=8)'ü kesinlikle katılmıyorum, %3,8 (n=10)'i katılmıyorum, %21,2 (n=56)'si kararsızım, %46,2 (n=122)'si katılıyorum ve %25,8 (n=68)'i de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %72'si çalıştıkları hastanenin hastaları için yapılan harcama ne kadar olursa olsun onlara özen göstereceğini ifade ederken, %6,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane hastalarına karşı her zaman adildir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %2,3 (n=6)'ü kesinlikle katılmıyorum, %4,5 (n=12)'i katılmıyorum, %11,4 (n=30)'ü kararsızım, %46,6 (n=123)'sı katılıyorum ve %35,2 (n=93)'si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %81,8'i çalıştığı yerin hastalarına karşı her zaman adil davrandığını ifade ederken, %6,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane çalışanları, hastalarına karşı her zaman naziktir” maddesine verdikleri cevaplar

değerlendirildiğinde, %3,0 (n=8)'ı kesinlikle katılmıyorum, %13,6 (n=36)'sı katılmıyorum, %30,4 (n=80)'ü kararsızım, %28,0 (n=74)'ı katılıyorum ve %25,0 (n=66)'ı da kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %53'ü hastane çalışanlarının, hastalarına karşı her zaman nazik olduğunu ifade ederken, %16,6'sının ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane çalışanları, hastalarının ihtiyaçlarına her zaman özen gösterirler” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,9 (n=5)'u kesinlikle katılmıyorum, %6,1 (n=16)'i katılmıyorum, %24,2 (n=64)'si kararsızım, %44,3 (n=117)'ü katılıyorum ve %23,5 (n=62)'i de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %68,8'i çalıştığı kurumun çalışanları, hastaların ihtiyaçlarına her zaman özen gösterdiğini ifade ederken, %8,0'ının ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

#### **5.1.2.2. Yönetim ve Çalışanlar Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Aşağıda Tablo 12'de kurumsal itibar ölçeği yönetim ve çalışanlar alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 12 - Yönetim ve Çalışanlar Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Yönetim ve Çalışanlar Alt Boyutu Maddeleri	Kesinlikle katılmıyorum (1)		Katılmıyorum (2)		Kararsızım (3)		Katılıyorum (4)		Kesinlikle katılıyorum (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Çalıştığım hastane kaliteli çalışanlara sahip bir kurumdur.	17	6,4	30	11,4	67	25,4	98	37,1	52	19,7	264	100,0	3,52
Çalıştığım hastane çalışanlarının ihtiyaçlarına çok önem verir.	6	2,3	29	11,0	62	23,5	88	33,3	79	29,9	264	100,0	3,78
Çalıştığım hastane gördüğüm kadarıyla, mükemmel liderlere sahip bir kurumdur.	5	1,9	13	4,9	35	13,3	109	41,3	102	38,6	102	100,0	4,10
Çalıştığım hastane çalışmak isteyeceğim kurumlardan biridir.	10	3,8	11	4,2	50	18,9	121	45,8	72	27,3	264	100,0	3,89
<b>Yönetim ve Çalışanlar Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=4, Max=20, Ortalama =15,28, Standart Sapma=3,11</b>												

Tablo 12’de görüldüğü gibi algılanan kurumsal itibar ölçeğinin alt boyutu olan yönetim ve çalışanlar 4 maddeden oluşmaktadır. Bu boyuttan alınan en az puan 4 en çok puan 20’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 15,28 ve standart sapması 3,11 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “çalıştığım hastane kaliteli çalışanlara sahip bir kurumdur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %6,4 (n=17)’ü kesinlikle katılmıyorum, %11,4 (n=30)’ü katılmıyorum, %25,4 (n=67)’ü kararsızım, %37,1 (n=98)’i katılıyorum ve %19,7 (n=52)’si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %57’si çalıştığı hastanenin kaliteli çalışanlara

sahip yer olduğunu ifade ederken, %17,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane çalışanlarının ihtiyaçlarına çok önem verir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %2,3 (n=6)'ü kesinlikle katılmıyorum, %11,0 (n=29)'i katılmıyorum, %23,5 (n=62)'i kararsızım, %33,3 (n=88)'ü katılıyorum ve %29,9 (n=79)'u da kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %63,2'si çalıştığı hastanenin çalışanlarının ihtiyaçlarına çok önem verdiğini ifade ederken, %13,3'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane görüldüğü kadarıyla, mükemmel liderlere sahip bir kurumdur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,9 (n=5)'u kesinlikle katılmıyorum, %4,9 (n=13)'u katılmıyorum, %13,3 (n=35)'ü kararsızım, %41,3 (n=109)'ü katılıyorum ve %38,6 (n=102)'sı da kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %79,9'u çalıştığı kurumun mükemmel liderlere sahip bir kurum olduğunu ifade ederken, %6,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane çalışmak isteyeceğim kurumlardan biridir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %3,8 (n=10)'si kesinlikle katılmıyorum, %4,2 (n=11)'si katılmıyorum, %18,9 (n=50)'u kararsızım, %45,8 (n=121)'i katılıyorum ve %27,3 (n=72)'ü de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %73,1'i çalıştığı

hastanenin çalışmak isteyeceği kurumlardan biri olduğunu ifade ederken, %8,0'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

### 5.1.2.3. Finansal Güvenilirlik Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi

Aşağıda tablo 13'de kurumsal itibar ölçeği finansal güvenilirlik alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 13 - Finansal Güvenilirlik Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Finansal Güvenilirlik Alt Boyutu Maddeleri	Kesinlikle katılmıyorum (1)		Katılmıyorum (2)		Kararsız (3)		Katılıyorum (4)		Kesinlikle katılıyorum (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Çalıştığım hastane başarılı ve kârlı yatırımlarıyla göze çarpan bir kurumdur.	9	3,4	39	14,8	65	24,6	87	33,0	64	24,2	264	100,0	3,60
Çalıştığım hastane büyük yatırımlar yapabilecek bir kurumdur.	12	4,5	32	12,1	60	22,7	96	36,5	64	24,2	264	100,0	3,64
Çalıştığım hastane kârlılığı çok yüksek bir kurumdur.	5	1,9	13	4,9	47	17,8	107	40,6	92	34,8	264	100,0	4,02
Çalıştığım hastane yatırım yapmak için iyi bir seçenektir.	5	1,9	12	4,5	69	26,1	112	42,5	66	25,0	264	100,0	3,84
Çalıştığım hastane pazardaki fırsatları çok iyi değerlendirmektedir.	31	11,7	82	31,1	80	30,3	40	15,2	31	11,7	264	100,0	2,84
<b>Finansal Güvenilirlik Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=6, Max=25, Ortalama =17,93, Standart Sapma=3,98</b>												

Tablo 13’de görüldüğü gibi algılanan kurumsal itibar ölçeğinin alt boyutu olan finansal güvenilirlik 5 maddeden oluşmaktadır. Bu boyuttan alınan en az puan 6 en çok puan 25’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 17,93, standart sapması 3,98 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “çalıştığım hastane başarılı ve kârlı yatırımlarıyla göze çarpan bir kurumdur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %3,4 (n=9)’ü kesinlikle katılmıyorum, %14,8 (n=39)’i katılmıyorum, %24,6 (n=65)’sı kararsızım, %33,0 (n=87)’ü katılıyorum ve %24,2 (n=64)’si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %57,2’si çalıştığı hastanenin başarılı ve kârlı yatırımlarıyla göze çarpan bir kurum olduğunu ifade ederken, %18,2’sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane büyük yatırımlar yapabilecek bir kurumdur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %4,5 (n=12)’i kesinlikle katılmıyorum, %12,1 (n=32)’i katılmıyorum, %22,7 (n=60)’si kararsızım, %36,5 (n=96)’i katılıyorum ve %24,2 (n=64)’si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %60,7’si çalıştığı hastanenin büyük yatırımlar yapabilecek bir kurum olduğunu ifade ederken, %16,6’sının ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane kârlılığı çok yüksek bir kurumdur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,9 (n=5)’u kesinlikle katılmıyorum, %4,9 (n=13)’u katılmıyorum, %17,8

(n=47)'si kararsızım, %40,6 (n=107)'sı katılıyorum ve %34,8 (n=92)'i de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %75,4'ü çalıştığı hastanenin kârlılığı çok yüksek bir kurum olduğunu ifade ederken, %6,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane yatırım yapmak için iyi bir seçenektir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,9 (n=5)'u kesinlikle katılmıyorum, %4,5 (n=12)'i katılmıyorum, %26,1 (n=69)'i kararsızım, %42,5 (n=112)'i katılıyorum ve %25,0 (n=66)'ı da kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %67,5'i çalıştığı hastanenin yatırım yapmak için iyi bir seçenek olduğunu ifade ederken, %6,4'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane pazardaki fırsatları çok iyi değerlendirmektedir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %11,7 (n=31)'si kesinlikle katılmıyorum, %31,1 (n=82)'i katılmıyorum, %30,3 (n=80)'ü kararsızım, %15,2 (n=40)'si katılıyorum ve %11,7 (n=31)'si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %42,8'inin çalıştığı hastanenin pazardaki fırsatları çok iyi değerlendiremediğini ifade ederken, %26,7'sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

#### 5.1.2.4. Yenilikçilik ve Kalite Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi

Aşağıda Tablo 14’te kurumsal itibar ölçeği yenilikçilik ve kalite alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 14 - Yenilikçilik ve Kalite Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Yenilikçilik ve Kalite Alt Boyutu Maddeleri	Kesinlikle katılmıyorum (1)		Katılmıyorum (2)		Kararsızım (3)		Katlıyorum (4)		Kesinlikle katlıyorum (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Çalıştığım hastane rakiplerine kıyasla daha yenilikçi bir kurumdur.	9	3,4	26	9,8	50	18,9	106	40,2	73	27,7	264	100,0	3,79
Çalıştığım hastane cihaz ekipmanları sürekli bir biçimde yenilemekte ve iyileştirmektedir.	6	2,3	8	3,0	22	8,3	119	45,1	109	41,3	264	100,0	4,20
Çalıştığım hastanenin cihaz ekipmanları rakiplerine kıyasla farklı ve özgündür.	11	4,2	10	3,8	52	19,7	110	41,6	81	30,7	264	100,0	3,91
Çalıştığım hastane pazara yeni teknolojiler sunma konusunda öncüdür.	2	0,8	5	1,9	16	6,1	132	50,0	109	41,2	264	100,0	4,29
Çalıştığım hastane rakiplerinden daha yüksek bir kalite sunar.	4	1,5	8	3,0	31	11,7	113	42,8	108	41,0	108	100,0	4,19
<b>Yenilikçilik ve Kalite Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=6, Max=25, Ortalama =20,38, Standart Sapma=3,31</b>												



Tablo 14’te görüldüğü gibi algılanan kurumsal itibar ölçeğinin alt boyutu olan yenilikçilik ve kalite 5 maddeden oluşmaktadır. Bu boyuttan alınan en az puan 6 en çok puan 25’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 20,38 ve standart sapması 3,31 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “çalıştığım hastane rakiplerine kıyasla daha yenilikçi bir kurumdur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %3,4 (n=9)’ü kesinlikle katılmıyorum, %9,8 (n=26)’si katılmıyorum, %18,9 (n=50)’u kararsızım, %40,2 (n=106)’si katılıyorum ve %27,7 (n=73)’si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %67,9’u çalıştığı hastanenin rakiplerine kıyasla daha yenilikçi bir kurum olduğunu ifade ederken, %13,2’sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane cihaz ekipmanları sürekli bir biçimde yenilemekte ve iyileştirmektedir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %2,3 (n=6)’ü kesinlikle katılmıyorum, %3,0 (n=8)’i katılmıyorum, %8,3 (n=22)’ü kararsızım, %45,1 (n=119)’i katılıyorum ve %41,3 (n=109)’ü de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %86,4’ü çalıştığı hastanenin cihaz ekipmanları sürekli bir biçimde yenilemekte ve iyileştirmektedir ifadesine katıldığını, %5,3’ünün ise katılmadığını göstermektedir.

Katılımcıların “çalıştığım hastanenin cihaz ekipmanları rakiplerine kıyasla farklı ve özgündür” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %4,2 (n=11)’si kesinlikle katılmıyorum, %3,8

(n=10)'ı katılmıyorum, %19,7 (n=52)'si kararsızım, %41,6 (n=110)'sı katılıyorum ve %30,7 (n=81)'si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %72,3'ü çalıştığı hastanenin cihaz ekipmanlarının rakiplerine kıyasla farklı ve özgün olduğunu ifade ederken, %8,0'ının ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane pazara yeni teknolojiler sunma konusunda öncüdür” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0,8 (n=2)'i kesinlikle katılmıyorum, %1,9 (n=5)'u katılmıyorum, %6,1 (n=16)'i kararsızım, %50,0 (n=132)'i katılıyorum ve %41,2 (n=109)'si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %91,2'si çalıştığı hastanenin pazara yeni teknolojiler sunma konusunda öncü olduğunu ifade ederken, %2,7'sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane rakiplerinden daha yüksek bir kalite sunar” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,5 (n=4)'i kesinlikle katılmıyorum, %3,0 (n=8)'i katılmıyorum, %11,7 (n=31)'si kararsızım, %42,8 (n=113)'i katılıyorum ve %41,0 (n=108)'i de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %83,8'i çalıştığı hastanenin rakiplerinden daha yüksek bir kalite sunduğunu ifade ederken, %4,5'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

### 5.1.2.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi

Aşağıda Tablo 15’te kurumsal itibar ölçeği kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 15 - Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu Maddeleri	Kesinlikle katılmıyorum (1)		Katılmıyorum (2)		Kararsız (3)		Katılıyorum (4)		Kesinlikle katılıyorum (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Çalıştığım hastane toplumda hâkim olan etik ve ahlaki değerlere uygun hareket etmeye özen gösterir.	4	1,5	18	6,8	32	12,1	118	44,8	92	34,8	264	100,0	4,05
Çalıştığım hastaneden hizmet almak, bir statü sembolüdür.	2	0,8	13	4,9	43	16,3	121	45,8	85	32,2	264	100,0	4,04
Çalıştığım hastane sosyal sorumluluk projelerine çok önem veren bir kurumdur.	2	0,8	11	4,2	30	11,4	137	51,8	84	31,8	264	100,0	4,10
Çalıştığım hastanenin sunduğu hizmetler, hastaların sosyal statülerine uygundur.	4	1,5	13	4,9	48	18,2	119	45,1	80	30,3	264	100,0	3,98
<b>Kurumsal Sosyal sorumluluk Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=6, Max=20, Ortalama =16,16, Standart Sapma=2,89</b>												

Tablo 15’te görüldüğü gibi algılanan kurumsal itibar ölçeğinin alt boyutu olan kurumsal sosyal sorumluluk 4 maddeden oluşmaktadır. Bu boyuttan alınan en az puan 6 en çok puan 20’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 16,16 ve standart sapması 2,89 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “çalıştığım hastane toplumda hâkim olan etik ve ahlaki değerlere uygun hareket etmeye özen gösterir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,5 (n=4)’i kesinlikle katılmıyorum, %6,8 (n=18)’i katılmıyorum, %12,1 (n=32)’i kararsızım, %44,8 (118)’i katılıyorum ve %34,8 (n=92)’i de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %79,6’sı çalıştığı hastanenin toplumda hâkim olan etik ve ahlaki değerlere uygun hareket etmeye özen gösterdiğini ifade ederken, %8,3’inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastaneden hizmet almak, bir statü sembolüdür” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0,8 (n=2)’i kesinlikle katılmıyorum, %4,9 (n=13)’ü katılmıyorum, %16,3 (n=43)’ü kararsızım, %45,8 (n=121)’i katılıyorum ve %32,2 (n=85)’si de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %78,0’ı çalıştığı hastaneden hizmet almanın, bir statü sembolü olduğunu ifade ederken, %5,7’sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastane sosyal sorumluluk projelerine çok önem veren bir kurumdur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0,8 (n=2)’i kesinlikle katılmıyorum, %4,2 (n=11)’si katılmıyorum, %11,4 (n=30)’ü kararsızım, %51,8 (n=137)’i katılıyorum ve %31,8 (n=84)’i de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %83,6’sı çalıştığı hastanenin sosyal sorumluluk projelerine çok önem veren bir kurum olduğunu ifade ederken, %5,0’ının ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalıştığım hastanenin sunduğu hizmetler, hastaların sosyal statülerine uygundur” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,5 (n=4)’i kesinlikle katılmıyorum, %4,9 (n=13)’ü katılmıyorum, %18,2 (n=48)’si kararsızım, %45,1 (n=119)’i katılıyorum ve %30,3 (n=80)’ü de kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %75,4’ü çalıştığı hastanenin sunduğu hizmetlerin, hastaların sosyal statülerine uygun olduğunu ifade ederken, %6,4’ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

### **5.1.3. İşe Bağlılık Ölçeği Alt Boyutlarına Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Bu bölümde işe bağlılık ölçeği ve alt boyutlarından oluşan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değer tabloları ve değerlendirilmeleri hakkında bilgi verilmiştir.

#### **5.1.3.1. İşe İstek Duyma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Aşağıda Tablo 16’da işe bağlılık ölçeği işe istek duyma alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 16 - İşe İstek Duyma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

İşe İstek Duyma Alt Boyutu Maddeleri	Hiç Uygun Değil (1)		Uygun Değil (2)		Biraz Uygun (3)		Uygun (4)		Tamamen Uygun (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
İşimde kendimi enerji dolu hissedirim.	15	5,7	34	12,9	55	20,8	103	39,0	57	21,6	264	100,0	3,58
İşimde kendimi güçlü ve dinç hissedirim.	10	3,8	25	9,5	78	29,5	84	31,8	67	25,4	264	100,0	3,66
Sabah kalktığımda işe gitmek için istekliyimdir.	13	4,9	24	9,1	98	37,1	99	37,5	30	11,4	264	100,0	3,41
Ara vermeden uzun süre çalışabilirim.	20	7,6	41	15,5	76	28,8	76	28,8	51	19,3	264	100,0	3,37
İşimde kendimi oldukça dinç hissedirim.	7	2,7	14	5,3	64	24,2	116	43,9	63	23,9	264	100,0	3,81
Çalışırken işler yolunda gitmese bile azimle çalışmaya devam ederim.	6	2,3	12	4,5	34	12,9	137	51,9	75	28,4	264	100,0	4,00
<b>İşe İstek Duyma Alt Boyut Toplamı</b>	<b>Min=7, Max=30, Ortalama = 21,82, Standart Sapma=4,88</b>												

Tablo 16’da görüldüğü gibi 6 maddeden oluşan işe istek duyma alt boyutundan alınan en az puan 7 en çok puan 30’dur. Bu alt boyutun puan ortalaması 21,82 ve standart sapması 4,88 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “işimde kendimi enerji dolu hissedirim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %5,7 (n=15)’si hiç uygun değil, %12,9 (n=34)’u uygun değil, %20,8 (n=55)’i biraz uygun,

%39,0 (n=103)'ı uygun ve %21,6 (n=57)'sı da tamamen uygun şekilde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %60,6'sı kendilerini işlerinde enerjik hissettiğini ifade ederken, %18,6'sının ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “işimde kendimi güçlü ve dinç hissedirim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %3,8 (n=10)'i hiç uygun değil, %9,5 (n=25)'i uygun değil, %29,5 (n=78)'i biraz uygun, %31,8 (n=84)'i uygun ve %25,4 (n=67)'ü de tamamen uygun şekilde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %57,2'si kendilerini işlerinde güçlü ve dinç hissettiğini ifade ederken, %13,3'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “sabah kalktığımda işe gitmek için istekliyimdir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %4,9 (n=13)'ü hiç uygun değil, %9,1 (n=24)'i uygun değil, %37,1 (n=98)'i biraz uygun, %37,5 (n=99)'i uygun ve %11,4 (n=30)'ü de tamamen uygun şekilde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %48,9'u sabah kalktıklarında kendilerini işe gitmek için istekli hissettiğini ifade ederken, %14'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “ara vermeden uzun süre çalışabilirim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %7,6 (n=20)'sı hiç uygun değil, %15,5 (n=41)'i uygun değil, %28,8 (n=76)'i biraz uygun, %28,8 (n=76)'i uygun ve %19,3 (n=51)'ü de tamamen uygun şekilde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %48,1'i kendilerini

uzun süre aralıksız olarak çalışabileceğini ifade ederken, %23,1'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “işimde kendimi oldukça dinç hissedirim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %2,7 (n=7)'si hiç uygun değil, %5,3 (n=14)'ü uygun değil, %24,2 (n=64)'si biraz uygun, %43,9 (n=116)'u uygun ve %23,9 (n=63)'u da tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %67,8'i kendilerini işlerinde dinç hissettiğini ifade ederken, %8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalışırken işler yolunda gitmese bile azimle çalışmaya devam ederim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %2,3 (n=6)'ü hiç uygun değil, %4,5 (n=12)'i uygun değil, %12,9 (n=34)'u biraz uygun, %51,9 (n=137)'u uygun ve %28,4 (n=75)'ü de tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %80,3'ü çalışırken işler yolunda gitmese bile azimle çalışmaya devam edeceğini ifade ederken, %6,8'sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

### **5.1.3.2. İşe Adanma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Aşağıda Tablo 17'de işe bağlılık ölçeği işe adanma alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.



**Tablo 17 - İşe Adanma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

İşe Adanma Alt Boyutu Maddeleri	Hiç Uygun Değil (1)		Uygun Değil (2)		Biraz Uygun (3)		Uygun (4)		Tamamen Uygun (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Yaptığım işi anlamlı ve bir amaca hizmet ediyor bulurum.	17	6,4	26	9,8	62	23,5	88	33,4	71	26,9	264	100,0	3,64
İşime karşı istekli ve hevesliyim.	7	2,7	34	12,9	78	29,5	93	35,2	52	19,7	264	100,0	3,56
İşim bana çalışma şevki verir.	13	4,9	33	12,5	84	31,8	97	36,8	37	14,0	264	100,0	3,42
Yaptığım işle gurur duyuyorum.	16	6,1	23	8,7	53	20,1	97	36,7	75	28,4	264	100,0	3,73
İşimi ilginç ve özel buluyorum.	11	4,2	22	8,3	66	25,0	71	26,9	94	35,6	264	100,0	3,81
<b>İşe Adanma Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=6, Max=25, Ortalama =18,17, Standart Sapma=4,56</b>												

Tablo 17’de görüldüğü gibi 5 maddeden oluşan işe adanma alt boyutundan alınan en az puan 6 en çok puan 25’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 18,17 standart sapması 4,56 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “yaptığım işi anlamlı ve bir amaca hizmet ediyor bulurum” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %6,4

(n=17)'ü hiç uygun değil, %9,8 (n=26)'i uygun değil, %23,5 (n=62)'i biraz uygun, %33,4 (n=88)'ü uygun ve %26,9 (n=71)'u da tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %60,3'ü yaptığı işi anlamlı ve bir amaca hizmet ediyor bulmakta iken, %16,2'sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “işime karşı istekli ve hevesliyim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %2,7 (n=7)'si hiç uygun değil, %12,9 (n=34)'u uygun değil, %29,5 (n=78)'i biraz uygun, %35,2 (n=93)'si uygun ve %19,7 (n=52)'si de tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %39'u kendilerini işlerine karşı istekli ve hevesli olduğunu ifade ederken, %5,7'sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “işim bana çalışma şevki verir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %4,9 (n=13)'ü hiç uygun değil, %12,5 (n=33)'i uygun değil, %31,8 (n=84)'i biraz uygun, %36,8 (n=97)'i uygun ve %14,0 (n=37)'ü de tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %50,8'i işlerinin kendilerine çalışma şevki verdiğini ifade ederken, %17,4'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “yaptığım işle gurur duyuyorum” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %6,1 (n=16)'i hiç uygun değil, %8,7 (n=23)'si uygun değil, %20,1 (n=53)'i biraz uygun, %36,7 (n=97)'si uygun ve %28,4 (n=75)'ü de tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %65,1'i yaptığı işle

gurur duyduğunu ifade ederken, %14,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “yaptığım işimi ilginç ve özel buluyorum” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %4,2 (n=11)'si hiç uygun değil, %8,3 (n=22)'ü uygun değil, %25,0 (n=66)'ı biraz uygun, %26,9 (n=71)'u uygun ve %35,6 (n=94)'sı da tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %62,5'i işlerini ilginç ve özel bulmakta olduğunu ifade ederken, %12,5'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

### **5.1.3.3. İşe Yoğunlaşma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Aşağıda Tablo 18'de işe bağlılık ölçeği işe yoğunlaşma alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 18 - İşe Yoğunlaşma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

İşe Yoğunlaşma Alt Boyutu Maddeleri	Hiç Uygun Değil (1)		Uygun Değil (2)		Biraz Uygun (3)		Uygun (4)		Tamamen Uygun (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Çalışırken zaman su gibi akıp gider.	10	3,8	21	8,0	44	16,7	100	37,8	89	33,7	264	100,0	3,90
Çalışırken etrafımdaki her şeyi unuturum.	15	5,7	32	12,1	101	38,2	87	33,0	29	11,0	264	100,0	3,31
Yoğun bir şekilde çalışırken kendimi mutlu hissederim.	15	5,7	28	10,6	52	19,7	95	36,0	74	28,0	264	100,0	3,70
Çalışırken tamamen işime konsantre olur dalar giderim.	16	6,1	19	7,2	80	30,3	79	29,9	70	26,5	264	100,0	3,64
Çalışırken kendimi işime kaptırırım.	3	1,1	7	2,7	38	14,4	117	44,3	99	37,5	264	100,0	4,14
Çalışırken bunun hiç bitmemesini isterim.	13	4,9	25	9,5	80	30,3	88	33,3	58	22,0	264	100,0	3,58
<b>İşe Yoğunlaşma Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=6, Max=30, Ortalama =22,27, Standart Sapma=4,90</b>												

Tablo 18’de görüldüğü gibi 6 maddeden oluşan işe yoğunlaşma alt boyutundan alınan en az puan 6 en çok puan 30’dur. Bu alt boyutun puan ortalaması 22,27 standart sapması 4,90 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “çalışırken zaman su gibi akıp gider” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %3,8 (n=10)’i hiç uygun değil, %8,0 (n=21)’i uygun değil, %16,7 (n=44)’si biraz uygun, %37,8 (n=100)’i uygun ve %33,7 (n=89)’si de tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %71,5’i çalışırken

zamanın su gibi akıp gittiğini ifade ederken, %11,8'sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalışırken etrafımdaki her şeyi unuturum” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %5,7 (n=15)'si hiç uygun değil, %12,1 (n=32)'i uygun değil, %38,2 (n=101)'si biraz uygun, %33,0 (n=87)'ı uygun ve %11,0 (n=29)'ı da tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %44'ü çalışırken etraflarındaki her şeyi unuttuğunu ifade ederken, %17,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “yoğun bir şekilde çalışırken kendimi mutlu hissedirim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %5,7 (n=15)'si hiç uygun değil, %10,6 (n=28)'sı uygun değil, %19,7 (n=52)'si biraz uygun, %36,0 (n=95)'ı uygun ve %28,0 (n=74)'ı da tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %54'ü yoğun çalışmanın kendilerine mutluluk hissi verdiğini ifade ederken, %16,3'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalışırken tamamen işime konsantre olur dalar giderim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %6,1 (n=16)'i hiç uygun değil, %7,2 (n=19)'si uygun değil, %30,3 (n=80)'ü biraz uygun, %29,9 (n=79)'u uygun ve %26,5 (n=70)'i de tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %56,4'ü çalışırken tamamen işine konsantre olup daldığını ifade ederken, %13,3'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalışırken kendimi işime kaptırırım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %1,1 (n=3)’ü hiç uygun değil, %2,7 (n=7)’si uygun değil, %14,4 (n=38)’ü biraz uygun, %44,3 (n=117)’ü uygun ve %37,5 (n=99)’i de tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %81,8’i işlerine kendilerini kaptırdığını ifade ederken, %3,8’inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “çalışırken bunun hiç bitmemesini isterim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %4,9 (n=13)’ü hiç uygun değil, %9,5 (n=25)’i uygun değil, %30,3 (n=80)’ü biraz uygun, %33,3 (n=88)’ü uygun ve %22,0 (n=58)’i da tamamen uygun şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %53,3’ü çalışırken bunun hiç bitmemesini istediğini ifade ederken, %14,4’ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

#### **5.1.4. Duygusal Emek Ölçeği Alt Boyutlarına Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Bu bölümde duygusal emek ölçeği ve alt boyutlarından oluşan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değer tabloları ve değerlendirilmeleri hakkında bilgi verilmiştir.

##### **5.1.4.1. Yüzeysel Rol Yapma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Aşağıda Tablo 19’da duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 19 - Yüzeysel Rol Yapma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Yüzeysel Rol Yapma Alt Boyutu Maddeleri	Hiçbir Zaman (1)		Çok Nadir (2)		Bazen (3)		Çoğu Zaman (4)		Her Zaman (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Hastalarla ilgilenirken iyi hissediyormuşum rolü yaparım.	77	29,1	54	20,5	71	26,9	46	17,4	16	6,1	264	100,0	2,51
Mesleğimin gerektirdiği duyguları sergileyebilmek için sanki bir maske takarım.	100	37,9	61	23,1	56	21,2	30	11,4	17	6,4	264	100,0	2,25
Hastalarla ilgilenirken bir şov yapar gibi ekstra performans sergilerim.	145	55,0	41	15,5	43	16,3	26	9,8	9	3,4	264	100,0	1,91
Hastalarla uygun şekilde ilgilenebilmek için rol yaparım.	109	41,3	74	28,0	47	17,8	28	10,6	6	2,3	264	100,0	2,05
Mesleğimi yaparken hissetmediğim duyguları hissediyormuşum gibi davranırım.	124	46,9	70	26,5	40	15,2	24	9,1	6	2,3	264	100,0	1,93
Hastalara gerçek hissettiğim duygulardan farklı duygular sergilerim.	103	39,0	71	26,9	60	22,7	24	9,1	6	2,3	264	100,0	2,09
<b>Yüzeysel Rol Yapma Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=6, Max=30, Ortalama =12,74, Standart Sapma=5,67</b>												

Tablo 19’da duygusal emek ölçeğine ait yüzeysel rol yapma alt boyut tanımlayıcı istatistikleri görülmektedir. 6 maddeden oluşan bu boyuttan alınan en az puan 6 en çok puan 30’dur. Bu alt boyutun puan ortalaması 12,74, standart sapması 5,67 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “hastalarla ilgilenirken iyi hissediyormuşum rolü yaparım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %29,1

(n=77)'i hiçbir zaman, %20,5 (n=54)'i çok nadir, %26,9 (n=71)'u bazen, %17,4 (n=46)'ü çoğu zaman ve %6,1 (n=16)'i de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %49,6'sının bu ifadeye olumsuz cevap verdiği %23,5'inin ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “mesleğimin gerektirdiği duyguları sergileyebilmek için sanki bir maske takarım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %37,9 (n=100)'u hiçbir zaman, %23,1 (n=61)'i çok nadir, %21,2 (n=56)'si bazen, %11,4 (n=30)'ü çoğu zaman ve %6,4 (n=17)'ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %61,0'ının bu ifadeye olumsuz cevap verdiği, %17,8'sinin ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “hastalarla ilgilenirken bir şov yapar gibi ekstra performans sergilerim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %55,0 (n=145)'i hiçbir zaman, %15,5 (n=41)'i çok nadir, %16,3 (n=43)'ü bazen, %9,8 (n=26)'i çoğu zaman ve %3,4 (n=9)'ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %70,5'inin bu ifadeye olumsuz cevap verdiği, %13,2'sinin ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “hastalarla uygun şekilde ilgilenebilmek için rol yaparım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %41,3 (n=109)'ü hiçbir zaman, %28,0 (n=74)'i çok nadir, %17,8 (n=47)'i bazen, %10,6 (n=28)'sı çoğu zaman ve %2,3 (n=6)'ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %69,3'ünün



bu ifadeye olumsuz cevap verdiği, %12,9'unun ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “mesleğimi yaparken hissetmediğim duyguları hissediyormuşum gibi davranırım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %46,9 (n=124)'u hiçbir zaman, %26,5 (n=70)'i çok nadir, %15,2 (n=40)'si bazen, %9,1 (n=24)'i çoğu zaman ve %2,3 (n=6)'ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %73,4'ü bu ifadeye olumsuz cevap verirken, %11,4'ünün ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “hastalara gerçek hissettiğim duygulardan farklı duygular sergilerim” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %39,0 (n=103)'ı hiçbir zaman, %26,9 (n=71)'u çok nadir, %22,7 (n=60)'si bazen, %9,1 (n=24)'i çoğu zaman ve %2,3 (n=6)'ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %65,9'u bu ifadeye olumsuz cevap verirken, %11,4'ünün ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

#### **5.1.4.2. Derinden Rol Yapma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Aşağıda Tablo 20'de duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 20 - Derinden Rol Yapma Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Derinden Rol Yapma Boyutu Maddeleri	Hiçbir Zaman (1)		Çok Nadir (2)		Bazen (3)		Çoğu Zaman (4)		Her Zaman (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Göstermem gereken duyguları gerçekte hissetmek için çaba harcarım.	63	23,9	55	20,8	66	25,0	51	19,3	29	11,0	264	100,0	2,73
Hastalara göstermem gereken duyguları hissedebilmek için elimden geleni yaparım.	48	18,2	36	13,6	54	20,5	75	28,4	51	19,3	264	100,0	3,17
Hastalara sergilemem gereken duyguları içimde de hissedebilmek için yoğun çaba gösteririm.	59	22,3	45	17,0	64	24,3	53	20,1	43	16,3	264	100,0	2,91
Hastalara göstermek zorunda olduğum duyguları gerçekten yaşamaya çalışırım	31	11,7	28	10,6	71	26,9	88	33,4	46	17,4	264	100,0	3,34
<b>Derinden Rol Yapma Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=4, Max=20, Ortalama =12,15, Standart Sapma=5,59</b>												

Tablo 20’de duygusal emek ölçeğine ait derinden rol yapma alt boyut tanımlayıcı istatistikleri görülmektedir.4 maddeden oluşan bu boyuttan alınan en az puan 4 en çok puan 20’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 12,15, standart sapması 5,59 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “göstermem gereken duyguları gerçekte de hissetmek için çaba harcarım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %23,9 (n=63)’u hiçbir zaman, %20,8 (n=55)’i çok nadir, %25,0 (n=66)’ı bazen, %19,3 (n=51)’ü çoğu zaman ve %11,0 (n=29)’ı da her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %44,7’si bu ifadeye olumsuz cevap verirken, %30,3’ünün ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “hastalara göstermem gereken duyguları hissedebilmek için elimden geleni yaparım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %18,2 (n=48)’si hiçbir zaman, %13,6 (n=36)’sı çok nadir, %20,5 (n=54)’i bazen, %28,4 (n=75)’ü çoğu zaman ve %19,3 (n=51)’ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %31,6’sı bu ifadeye olumsuz cevap verirken, %47,7’sinin ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “hastalara sergilemem gereken duyguları içimde de hissedebilmek için yoğun çaba gösteririm” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %22,3 (n=59)’ü hiçbir zaman, %17,0 (n=45)’i çok nadir, %24,3 (n=64)’ü bazen, %20,1 (n=53)’i çoğu zaman ve %16,3 (n=43)’ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu

bağlamda katılımcıların %39,3'ü olumsuz cevap verirken, %36,4'ünün ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

Katılımcıların “hastalara göstermek zorunda olduğum duyguları gerçekten yaşamaya çalışırım” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %11,7 (n=31)'si hiçbir zaman, %10,6 (n=28)'sı çok nadir, %26,9 (n=71)'u bazen, %33,4 (n=88)'ü çoğu zaman ve %17,4 (n=46)'ü de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %22,3'ünün olumsuz cevap verirken, %50,8'inin ise olumlu cevap verdiği söylenebilir.

#### **5.1.4.3. Samimi Duygular Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Bulguların Değerlendirilmesi**

Aşağıda Tablo 21'de duygusal emek ölçeği samimi rol yapma alt boyutunu oluşturan maddelere ait frekans, yüzde ve ortalama değerleri yer almaktadır.

**Tablo 21 - Samimi Duygular Alt Boyutunu Oluşturan Maddelere Ait Frekans, Yüzde ve Ortalama Değer Tablosu.**

Samimi Duygular Alt Boyutu Maddeleri	Hiçbir Zaman (1)		Çok Nadir (2)		Bazen (3)		Çoğu Zaman (4)		Her Zaman (5)		Toplam		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Hastalara gösterdiğim duygular kendiliğinden ortaya çıkar.	1	0,4	10	3,8	39	14,8	93	35,2	121	45,8	264	100,0	4,22
Hastalara sergilediğim duygular samimidir.	0	0,0	6	2,3	25	9,5	73	27,7	160	60,5	264	100,0	4,46
Hastalara gösterdiğim duygular o an hissettiklerimle aynıdır.	1	0,4	9	3,4	46	17,4	81	30,7	127	48,1	264	100,0	4,23
<b>Samimi Duygular Alt Boyutu Toplamı</b>	<b>Min=6, Max=15, Ortalama =12,92, Standart Sapma=2,14</b>												

Tablo 21’de duygusal emek ölçeğine ait samimi duygular alt boyut tanımlayıcı istatistikleri görülmektedir.3 maddeden oluşan bu boyuttan alınan en az puan 6 en çok puan 15’dir. Bu alt boyutun puan ortalaması 12,92 ve standart sapması 2,14 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların “hastalara gösterdiğim duygular kendiliğinden ortaya çıkar” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0,4 (n=1)’ü hiçbir zaman, %3,8 (n=10)’i çok nadir, %14,8 (n=39)’i bazen,

%35,2 (n=93)'si çoğu zaman ve %45,8 (n=121)'i de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %81,0'i hastalara gösterdiğim duygular kendiliğinden ortaya çıkar şeklinde ifade ederken, %4,2'sinin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “hastalara sergilediğim duygular samimidir” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0 (n=0)'ı hiçbir zaman, %2,3 (n=6)'ü çok nadir, %9,5 (n=25)'i bazen, %27,7 (n=73)'si çoğu zaman ve %60,5 (n=160)'i de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %88,2'si hastalara sergilediğim duygular samimidir şeklinde ifade ederken, %2,3'ünün ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların “hastalara gösterdiğim duygular o an hissettiklerimle aynıdır” maddesine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, %0,4 (n=1)'ü hiçbir zaman, %3,4 (n=9)'ü çok nadir, %17,4 (n=46)'ü bazen, %30,7 (n=81)'si çoğu zaman ve %48,1 (n=127)'i de her zaman şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu bağlamda katılımcıların %78,8'i hastalara gösterdiğim duygular o an hissettiklerimle aynıdır şeklinde ifade ederken, %3,8'inin ise bu görüşte olmadığı söylenebilir.

## **5.2. Araştırmanın Demografik Faktörlerine İlişkin Bulgular**

Bu bölümde araştırmaya katılanların demografik faktörlerine ilişkin frekans, yüzde ve kümülatif yüzde oranları aşağıda Tablo 22'de verilmiştir. Ayrıca yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir, meslek, hizmet süresi, görev süresi, eğitim seviyesi ve çalıştığı birim değişkenine göre

algılanan kurumsal itibar ölçeği, iŖe bağlılık ölçeği ve duygusal emek ölçeği toplam puan ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması sonucu elde edilen bulgular ve aralarındaki farklılıklar deđerlendirilmiŖtir.

**Tablo 22 - Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri.**

Demografik Faktörler		Frekanslar (f)	Yüzdeler (%)	Kümülatif Yüzdeler (%)
Yaş	21-30 yaş	99	37,5	37,5
	31-40 yaş	110	41,7	79,2
	41-50 yaş	43	16,3	95,5
	51 ve üzeri	12	4,5	100,0
	Toplam	264	100,0	
Cinsiyet	Erkek	72	27,3	27,3
	Kadın	192	72,7	100,0
	Toplam	264	100,0	
Medeni Durum	Evli	138	52,3	52,3
	Bekar	98	37,1	89,4
	Dul - Boşanmış	28	10,6	100,0
	Total	264	100,0	
Gelir Düzeyi	2000 TL ve altı	131	49,7	49,7
	2001-4000 TL	92	34,8	84,5
	4001-6000 TL	12	4,5	89,0
	6001 TL ve üzeri	29	11,0	100,0
	Toplam	264	100,0	
Meslek	Hekim	44	16,7	16,7
	Hemşire- Ebe	56	21,2	37,9
	Sağlık Memuru Teknisyen/Tekniker	37	14,0	51,9
	Diğer	127	48,1	100,0
	Toplam	264	100,0	
Toplam Hizmet Süresi	0-10 yıl	143	54,1	54,1
	11-20 yıl	77	29,2	83,3
	21-30 yıl	33	12,5	95,8
	31yıl ve üzeri	11	4,2	100,0
	Total	264	100,0	
Görev Süresi	5 yıl ve altı	168	63,6	63,6
	6-10 yıl	82	31,1	94,7
	11 yıl ve üstü	14	5,3	100,0
	Toplam	264	100,0	
Eğitim Düzeyi	Lise ve Dengi Okul	79	29,9	29,9
	Ön Lisans	58	22,0	51,9
	Lisans	67	25,4	77,3
	Yüksek Lisans	29	11,0	88,3
	Doktora	31	11,7	100,0
	Toplam	264	100,0	
Çalıştığı Birim	Poliklinik	129	48,8	48,8
	Klinik	10	3,8	52,6
	Laboratuar	29	11,0	63,6
	Idari birim	85	32,2	95,8
	Diğer	11	4,2	100,0
	Toplam	264	100,0	



Tablo 22’de katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde %37,5 (n=99)’i 21-30 yaş aralığında, %41,7 (n=110)’si 31-40 yaş aralığında, %16,3 (n=43)’ü 41-50 yaş aralığında, %4,5 (n=12)’i 51 ve üzeri aralığında dağıldığı, cinsiyet ve medeni durumlarına göre dağılımı incelendiğinde %27,3 (n=72)’ü erkek, %72,7 (n=192)’si kadın olarak dağıldığı, %52,3 (n=138)’ü evli, %37,1 (n=98)’i bekar, %10,6 (n=28)’sı dul-boşanmış olarak dağıldığı görülmüştür. Gelir düzeyine göre incelendiğinde %49,7 (n=131)’si 2000 TL ve altı, %34,8 (n=92)’i 2001-4000 TL, %4,5 (n=12)’i 4001-6000 TL, %11,0 (n=29)’i 6001TL ve üzeri şeklinde meslek gruplarına göre %16,7 (n=44)’si hekim, %21,2 (n=56)’si hemşire, %14,0 (n=37)’i sağlık memuru tekniker, %48,1 (n=127)’i diğer çalışanlar olarak dağıldığı görülmüştür. Toplam hizmet sürelerine göre incelendiğinde %54,1 (n=143)’i 0-10 yıl, %29,2 (n=77)’si 11-20 yıl, %12,5 (n=33)’i 21-30 yıl, %4,2 (n=11)’si 31 ve üzeri yıllarında çalıştıkları kuruma göre görev süresinde ise %63,6 (n=168)’sı 5yıl ve altı, %31,1 (n=82)’i 6-10 yıl, %5,3 (n=14)’ü 11 yıl ve üzeri şeklinde dağıldığı görülmüştür. Son olarak eğitim durumu ve çalıştıkları birime göre incelendiğinde %29,9 (n=79)’u lise ve dengi okul, %22,0 (n=58)’i önlisans, %25,4 (n=67)’ü lisans, %11,0 (n=29)’i yüksek lisans, %11,7 (n=31)’si doktora seviyesinde eğitime sahip olduğu, %48,8 (n=129)’i poliklinik, %3,8 (n=10)’i klinik, %11,0 (n=29)’i laboratuvar, %32,0 (n=85)’i idari birim, %4,2 (n=11)’si diğer birimlerde çalıştığı şeklinde görülmektedir.

### 5.2.1. Yaş Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Yaş değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 23'te yer almaktadır.

**Tablo 23 - Yaş Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
21-30 yaş	99	95,21	15,32	6,111	p<0,001	51 ve üstü
31-40 yaş	110	96,07	15,42			
41-50 yaş	43	99,86	11,52			
51 ve üstü	12	113,33	11,88			
Total	264	97,15	15,10			

Tablo 23'te görüleceği üzere katılımcıların yaş gruplarına göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (F=6,111; p<0.001). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu 51 ve üstü yaş grubunun ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (113,33) diğer yaş gruplarından anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir.

Yaş değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 24'te yer almaktadır.

**Tablo 24 - Yaş Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
21-30 yaş	99	63,01	13,28	4,865	0,003	51 ve üstü
31-40 yaş	110	60,14	14,67			
41-50 yaş	43	62,25	12,91			
51 ve üstü	12	75,66	6,25			
Total	264	62,26	13,91			

Tablo 24’te görüleceği üzere katılımcıların yaş gruplarına göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=4,865$ ;  $p=0.003$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu 51 ve üstü yaş grubunun ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (75,66) diğer yaş gruplarından anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir.

Yaş değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 25’te yer almaktadır.

**Tablo 25 - Yaş Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	Yaş Aralığı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	21-30 yaş	99	13,35	5,633	1,631	,183	Fark yok
	31-40 yaş	110	12,78	5,584			
	41-50 yaş	43	11,09	5,093			
	51 ve üstü	12	13,16	8,020			
	Total	264	12,73	5,672			
Derinden Rol Yapma	21-30 yaş	99	12,77	4,411	1,076	,360	Fark yok
	31-40 yaş	110	11,77	4,738			
	41-50 yaş	43	11,60	4,665			
	51 ve üstü	12	12,33	4,249			
	Total	264	12,14	4,587			
Samimi Duygular	21-30 yaş	99	12,61	2,165	3,133	,026	21-30 ve 51 ve üstü yaşları arası
	31-40 yaş	110	12,90	2,161			
	41-50 yaş	43	13,18	2,118			
	51 ve üstü	12	14,50	0,904			
	Total	264	12,91	2,143			
Ölçek Toplamı	21-30 yaş	99	38,74	7,596	1,747	,158	Fark yok
	31-40 yaş	110	37,46	7,639			
	41-50 yaş	43	35,88	7,635			
	51 ve üstü	12	40,00	10,761			
	Total	264	37,80	7,813			

Tablo 25'te görüleceği üzere katılımcıların yaş gruplarına göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır (F=1,631; p=0,183).

Katılımcıların yaş gruplarına göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır (F=1,076; p=0,360).

Katılımcıların yaş gruplarına göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=3,133$ ;  $p=0,026$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu 51 ve üstü yaş grubunun ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (14,50) 21-30 yaş grubundan (12,61) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaş gruplarına göre Duygusal Emek Ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $F=1,747$ ;  $p=0,158$ ).

### 5.2.2. Cinsiyet Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Cinsiyet değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 26’da yer almaktadır.

**Tablo 26 - Cinsiyet Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std. Sapma	t*	p
Erkek	72	99,56	14,30	1,597	0,111
Kadın	192	96,24	15,33		
Total	264	97,15	15,10		

\*Bağımsız gruplar arasında t testi sonuç değeri

Tablo 26’da görüleceği üzere erkek ve kadın katılımcıların algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $t=1,597$ ;  $p=0,111$ ).

Cinsiyet değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 27’de yer almaktadır.

**Tablo 27 - Cinsiyet Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması**

	N	Ortalama	Std. Sapma	Z*	p
Erkek	72	64,77	13,73	-1,863	0,062
Kadın	192	61,32	13,90		
Total	264	62,26	13,91		

\*Mann Whitney U testi test değeri

Tablo 27’de görüleceği üzere erkek ve kadın katılımcıların işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $z=-1,863$ ;  $p=0.062$ ).

Cinsiyet değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 28’de yer almaktadır.

**Tablo 28 - Cinsiyet Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std.Sapma	Z*	p
Yüzeysel Rol Yapma	Erkek	72	12,62	5,21	-0,133	0,894
	Kadın	192	12,78	5,84		
	Total	264	12,73	5,67		
Derinden Rol Yapma	Erkek	72	12,72	4,35	-1,275	0,202
	Kadın	192	11,93	4,66		
	Total	264	12,14	4,58		
Samimi Duygular	Erkek	72	12,88	2,00	-0,578	0,563
	Kadın	192	12,92	2,19		
	Total	264	12,91	2,14		
Ölçek Toplamı	Erkek	72	38,23	6,74	-1,014	0,311
	Kadın	192	37,64	8,18		
	Total	264	37,80	7,81		

\*Mann Whitney U testi test değeri

Tablo 28’de görüleceği üzere erkek ve kadın katılımcıların duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $z=-0,133$ ;  $p=0.894$ ).

Erkek ve kadın katılımcıların duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $z=-1,275$ ;  $p=0.202$ ).

Erkek ve kadın katılımcıların duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $z=-0,578$ ;  $p=0.563$ ).

Erkek ve kadın katılımcıların duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $z=-1,014$ ;  $p=0.311$ ).

### 5.2.3. Medeni Durum Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Medeni durum değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 29’da yer almaktadır.

**Tablo 29 - Medeni Durum Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Evli	138	97,55	15,41	3,665	,027	Bekar– Dul Boşanmış
Bekar	98	94,80	14,58			
Dul- Boşanmış	28	103,35	13,89			
Total	264	97,15	15,10			

Tablo 29’da görüleceği üzere katılımcıların medeni durum değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=3,665$ ;  $p=0,027$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu dul-boşanmış grubunun ölçek toplamından aldığı puan



ortalamasının (103,35) Bekar grubundan (94,80) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir.

Medeni durum değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması tablo 30'da yer almaktadır.

**Tablo 30 - Medeni Durum Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Evli	138	61,34	14,82	1,500	,225	Fark yok
Bekar	98	62,40	12,02			
Dul-Boşanmış	28	66,32	15,16			
Total	264	62,26	13,91			

Tablo 30'da görüleceği üzere katılımcıların medeni durum değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=1,500$ ;  $p=0,225$ ).

Medeni durum değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 31'de yer almaktadır.

**Tablo 31 - Medeni Durum Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	Evli	138	12,31	5,52	1,987	,370	Fark Yok
	Bekar	98	13,04	5,75			
	Dul-Boşanmış	28	13,78	6,08			
	Total	264	12,73	5,67			
Derinden Rol Yapma	Evli	138	12,29	4,68	,638	,727	Fark Yok
	Bekar	98	11,84	4,50			
	Dul-Boşanmış	28	12,46	4,49			
	Total	264	12,14	4,58			
Samimi Duygular	Evli	138	12,85	2,20	3,695	,158	Fark Yok
	Bekar	98	12,79	2,14			
	Dul-Boşanmış	28	13,64	1,70			
	Total	264	12,91	2,14			
Ölçek Toplamı	Evli	138	37,46	7,47	1,118	,572	Fark Yok
	Bekar	98	37,68	7,72			
	Dul-Boşanmış	28	39,89	9,58			
	Total	264	37,8030	7,81			

Tablo 31’de görüleceği üzere katılımcıların medeni durum değişkenine göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=1,987$ ;  $p=0,370$ ).

Katılımcıların medeni durum değişkenine göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,638$ ;  $p=0,727$ ).

Katılımcıların medeni durum değişkenine göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=3,695; p=0,158).

Katılımcıların medeni durum değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=1,118; p=0,572).

#### 5.2.4. Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Gelir düzeyi değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 32’de yer almaktadır.

**Tablo 32 - Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
2000 TL ve altı	131	96,72	15,37	4,566	,004	2001-4000 TL
2001-4000 TL	92	94,42	14,82			
4001-6000 TL	12	104,83	9,77			
6001 TL ve üzeri	29	104,55	13,66			
Toplam	264	97,15	15,10			

Tablo 32’de görüleceği üzere katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=4,566$ ;  $p=0,004$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu 2001-4000TL gelir grubunun ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (94,42) diğer gelir gruplarından anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir.

Gelir düzeyi değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 33’te yer almaktadır.

**Tablo 33 - Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
2000TL ve altı	131	64,69	12,53	10,070	,000	2001-4000TL
2001-4000TL	92	56,35	15,06			
4001-6000TL	12	69,83	4,91			
6001TL ve üzeri	29	66,93	12,34			
Toplam	264	62,26	13,91			

Tablo 33’te görüleceği üzere katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=10,070$ ;  $p<0,001$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu

karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu 2001-4000TL gelir grubunun ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (56,35) diğer gelir gruplarından anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir.

Gelir düzeyi değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 34'te yer almaktadır.

**Tablo 34 - Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	2000TL ve altı	131	12,58	5,92	,794	,498	Fark Yok
	2001-4000TL	92	13,22	5,72			
	4001-6000TL	12	10,66	4,09			
	6001TL ve üzeri	29	12,75	4,81			
	Toplam	264	12,73	5,67			
Derinden Rol Yapma	2000TL ve altı	131	12,03	4,65	,710	,547	Fark Yok
	2001-4000TL	92	12,55	4,41			
	4001-6000TL	12	12,58	3,57			
	6001TL ve üzeri	29	11,20	5,21			
	Toplam	264	12,14	4,58			
Samimi Duygular	2000TL ve altı	131	12,91	2,32	,867	,459	Fark Yok
	2001-4000TL	92	12,71	2,12			
	4001-6000TL	12	13,41	1,44			
	6001TL ve üzeri	29	13,34	1,47			
	Toplam	264	12,91	2,14			
Ölçek Toplamı	2000TL ve altı	131	37,52	8,02	,419	,740	Fark Yok
	2001-4000TL	92	38,50	7,83			
	4001-6000TL	12	36,66	5,95			
	6001TL ve üzeri	29	37,31	7,61			
	Toplam	264	37,80	7,81			

Tablo 34'te görüleceği üzere katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,794$ ;  $p=0,498$ ).

Katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,710$ ;  $p=0,547$ ).

Katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,867$ ;  $p=0,459$ ).

Katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,419$ ;  $p=0,740$ ).

### **5.2.5. Meslek Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması**

Meslek değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 35'te yer almaktadır.

**Tablo 35 - Meslek Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Hekim	44	103,18	13,98	3,244	,023	Hemşire – Hekim
Hemşire- Ebe	56	94,48	15,17			
Sağlık Memuru	37	95,10	16,41			
Teknisyen/Tekniker						
Diğer	127	96,83	14,66			
Toplam	264	97,15	15,10			

Tablo 35’te görüleceği üzere katılımcıların meslek değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=3,244$ ;  $p=0,023$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu hemşirelerin aldığı puan ortalamasının (94,48), hekim (103,18) grubundan anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir).

Meslek değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 36’da yer almaktadır.

**Tablo 36 - Meslek Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Hekim	44	66,52	11,40	7,196	,000	Hemşire – Hekim  Hemşire – Diğer
Hemşire- Ebe	56	56,41	15,69			
Sağlık Memuru	37	58,40	13,07			
Teknisyen/Tekniker						
Diğer	127	64,50	13,13			
Toplam	264	62,26	13,91			

Tablo 36’da görüleceği üzere katılımcıların meslek değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=7,196$ ;  $p<0,001$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu hemşirelerin aldığı puan ortalamasının (56,11) hekim (66,52) ve diğer (64,50) çalışan grubundan anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir.

Meslek değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 37’de yer almaktadır.



**Tablo 37 - Meslek Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	Hekim	44	12,54	4,69	,222	,881	Fark Yok
	Hemşire- Ebe	56	13,28	6,37			
	Sağlık Memuru	37	12,54	4,66			
	Teknisyen/Tekniker						
	Diğer	127	12,62	5,95			
	Toplam	264	12,73	5,67			
Derinden Rol Yapma	Hekim	44	11,50	4,78	2,061	,106	Fark Yok
	Hemşire- Ebe	56	11,12	4,18			
	Sağlık Memuru	37	12,29	4,52			
	Teknisyen/Tekniker						
	Diğer	127	12,77	4,64			
	Toplam	264	12,14	4,58			
Samimi Duygular	Hekim	44	13,04	1,66	1,209	,307	Fark Yok
	Hemşire- Ebe	56	12,96	2,18			
	Sağlık Memuru	37	13,43	1,51			
	Teknisyen/Tekniker						
	Diğer	127	12,70	2,40			
	Toplam	264	12,91	2,14			
Ölçek Toplamı	Hekim	44	37,09	7,69	,282	,839	Fark Yok
	Hemşire- Ebe	56	37,37	8,85			
	Sağlık Memuru	37	38,27	6,50			
	Teknisyen/Tekniker						
	Diğer	127	38,10	7,77			
	Toplam	264	37,80	7,81			

Tablo 37’de görüleceği üzere katılımcıların meslek değişkenine göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı

puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,222$ ;  $p=0,881$ ).

Katılımcıların meslek değişkenine göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=2,061$ ;  $p=0,106$ ).

Katılımcıların meslek değişkenine göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=1,209$ ;  $p=0,307$ ).

Katılımcıların meslek değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,282$ ;  $p=0,839$ ).

#### **5.2.6. Toplam Hizmet Süresi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması**

Toplam hizmet süresi değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 38'de yer almaktadır.

**Tablo 38 - Toplam Hizmet Süresi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
0-10 yıl	143	96,82	16,18	2,780	,042	11-20 yıl 31 ve üzeri
11-20 yıl	77	95,54	13,98			
21-30 yıl	33	98,24	12,28			
31 ve üzeri	11	109,27	11,24			
Total	264	97,15	15,10			

Tablo 38’de görüleceği üzere katılımcıların toplam hizmet süresine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=2,780$ ;  $p=0,042$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu 11-20 yıl arası hizmet süresi olanların ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (95,54) 31 ve üzeri hizmet süresi olanların aldığı puan ortalamasından (109,27) anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir.

Toplam hizmet süresi değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 39’da yer almaktadır.

**Tablo 39 - Toplam Hizmet Süresi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
0-10 yıl	143	64,32	13,09	2,875	,037	0-10yıl 11-20yıl
11-20 yıl	77	59,35	15,11			
21-30 yıl	33	59,27	13,23			
31 ve üzeri	11	64,90	14,01			
Total	264	62,26	13,91			

Tablo 39’da görüleceği üzere katılımcıların toplam hizmet süresine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=2,875$ ;  $p=0,037$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu 10 yıldan az hizmet süresi olanların ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (64,32) 11-20 yıl arası alınan puan ortalamasından (59,27) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görölmektedir.

Toplam hizmet süresi değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 40’ta yer almaktadır.

**Tablo 40 - Toplam Hizmet Süresi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	0-10yıl	143	12,67	5,61	,224	,880	Fark Yok
	11-20yıl	77	12,63	5,13			
	21-30yıl	33	13,45	6,79			
	31ve üzeri	11	12,18	6,98			
	Total	264	12,73	5,67			
Derinden Rol Yapma	0-10yıl	143	12,32	4,63	1,058	,367	Fark Yok
	11-20yıl	77	12,36	4,57			
	21-30yıl	33	10,81	4,44			
	31ve üzeri	11	12,27	4,31			
	Total	264	12,14	4,58			
Samimi Duygular	0-10yıl	143	12,83	2,13	1,612	,187	Fark Yok
	11-20yıl	77	12,74	2,25			
	21-30yıl	33	13,33	2,07			
	31ve üzeri	11	14,00	1,18			
	Total	264	12,91	2,14			
Ölçek Toplamı	0-10yıl	143	37,83	7,66	,034	,991	Fark Yok
	11-20yıl	77	37,74	7,22			
	21-30yıl	33	37,60	9,69			
	31ve üzeri	11	38,45	8,59			
	Total	264	37,80	7,81			

Tablo 40'ta görüleceği üzere katılımcıların toplam hizmet süresine göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=0,224; p=0,880).

Katılımcıların toplam hizmet süresine göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında

istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=1,058; p=0,367).

Katılımcıların toplam hizmet süresine göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=1,612; p=0,187).

Katılımcıların toplam hizmet süresine göre duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=0,034; p=0,991).

### **5.2.7. Görev Süresi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması**

Görev süresi değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 41’de yer almaktadır.

**Tablo 41 - Görev Süresi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
5 yıl ve altı	168	95,56	15,33	2,704	,069	Fark Yok
6-10 yıl	82	99,60	15,12			
11 yıl ve üstü	14	101,78	8,80			
Toplam	264	97,15	15,10			

Tablo 41’de görüleceği üzere katılımcıların görev süresine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=2,704; p=0,069).

Görev süresi değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 42’de yer almaktadır.

**Tablo 42 - Görev Süresi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
5 yıl ve altı	168	61,86	13,52	,915	,402	Fark Yok
6-10 yıl	82	63,68	14,93			
11 yıl ve üstü	14	58,85	12,34			
Toplam	264	62,26	13,91			

Tablo 42’de görüleceği üzere katılımcıların görev süresine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=0,915; p=0,402).

Görev süresi değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 43’te yer almaktadır.

**Tablo 43 - Görev Süresi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	5 yıl ve altı	168	12,68	5,78	,366	,694	Fark Yok
	6-10 yıl	82	12,63	5,58			
	11 yıl ve üstü	14	14,00	4,93			
	Toplam	264	12,73	5,67			
Derinden Rol Yapma	5 yıl ve altı	168	12,05	4,66	,102	,903	Fark Yok
	6-10 yıl	82	12,29	4,59			
	11 yıl ve üstü	14	12,42	3,71			
	Toplam	264	12,14	4,58			
Samimi Duygular	5 yıl ve altı	168	12,77	2,22	1,015	,364	Fark Yok
	6-10 yıl	82	13,12	2,05			
	11 yıl ve üstü	14	13,35	1,59			
	Toplam	264	12,91	2,14			
Ölçek Toplamı	5 yıl ve altı	168	37,51	7,84	,601	,549	Fark Yok
	6-10 yıl	82	38,04	7,90			
	11 yıl ve üstü	14	39,78	6,96			
	Toplam	264	37,80	7,81			

Tablo 43'te görüleceği üzere katılımcıların görev süresine göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,366$ ;  $p=0,694$ ).

Katılımcıların görev süresine göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,102$ ;  $p=0,903$ ).



Katılımcıların görev süresine göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=1,015$ ;  $p=0,364$ ).

Katılımcıların görev süresine göre duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,601$ ;  $p=0,549$ ).

### 5.2.8. Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Eğitim düzeyi değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 44'te yer almaktadır.

**Tablo 44 - Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Lise ve Dengi Okul	79	96,83	14,89	3,048	,018	Yüksek Lisans-Doktora
Ön Lisans	58	96,46	15,92			
Lisans	67	96,13	14,62			
Yüksek Lisans	29	92,96	14,62			
Doktora	31	105,35	13,49			
Toplam	264	97,15	15,10			

Tablo 44’te görüleceği üzere katılımcıların eğitim düzeyine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=3,048$ ;  $p=0,018$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu doktora yapan grubu ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (105,35) yüksek lisans yapan gruptan (92,96) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir.

Eğitim düzeyi değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 45’te yer almaktadır.

**Tablo 45 - Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Lise ve Dengi Okul	79	65,16	11,53	5,702	,000	Lisans (Yüksek Lisans hariç)
Ön Lisans	58	62,67	13,54			
Lisans	67	56,85	15,87			
Yüksek Lisans	29	59,34	14,06			
Doktora	31	68,58	11,25			
Toplam	264	62,26	13,91			

Tablo 45’te görüleceği üzere katılımcıların eğitim düzeyine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=5,702$ ;  $p<0,001$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu lisans mezunlarının yüksek

lisans grubu hariç diğer gruplara göre ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının (56,85) düşük olduğu görülmektedir.

Eğitim düzeyi değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 46'da yer almaktadır.

**Tablo 46 - Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	Lise ve Dengi Okul	79	11,77	5,47	1,057	,378	Fark Yok
	Ön Lisans	58	12,82	5,69			
	Lisans	67	13,58	6,07			
	Yüksek Lisans	29	13,41	5,88			
	Doktora	31	12,58	4,98			
	Toplam	264	12,73	5,67			
Derinden Rol Yapma	Lise ve Dengi Okul	79	12,56	4,11	,575	,681	Fark Yok
	Ön Lisans	58	11,86	5,34			
	Lisans	67	12,41	4,21			
	Yüksek Lisans	29	11,27	4,60			
	Doktora	31	11,83	5,06			
	Toplam	264	12,14	4,58			
Samimi Duygular	Lise ve Dengi Okul	79	12,98	2,35	1,324	,261	Fark Yok
	Ön Lisans	58	13,03	2,14			
	Lisans	67	12,98	2,04			
	Yüksek Lisans	29	12,06	2,15			
	Doktora	31	13,16	1,67			
	Toplam	264	12,91	2,14			
Ölçek Toplamı	Lise ve Dengi Okul	79	37,37	7,24	,590	,670	Fark Yok
	Ön Lisans	58	37,72	8,60			
	Lisans	67	38,98	7,84			
	Yüksek Lisans	29	36,75	7,80			
	Doktora	31	37,58	7,78			
	Toplam	264	37,80	7,81			

Tablo 46’da görüleceği üzere katılımcıların eğitim düzeyine göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=1,057; p=0,378).

Katılımcıların eğitim düzeyine göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=0,575; p=0,681).

Katılımcıların eğitim düzeyine göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=1,324; p=0,261).

Katılımcıların eğitim düzeyine göre duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=0,590; p=0,670).

### **5.2.9. Çalıştığı Birim Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği Toplam Puanı ve Duygusal Emek Ölçeği Toplam Puan İle Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması**

Çalıştığı birim değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 47’de yer almaktadır.

**Tablo 47 - Çalıştığı Birim Değişkenine Göre Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Poliklinik(a)	129	98,52	16,20	1,620	,169	Fark Yok
Klinik(b)	10	89,50	12,40			
Laboratuvar(c)	29	100,10	11,67			
İdari birim(d)	85	95,37	14,88			
Diğer(e)	11	93,90	10,67			
Total	264	97,15	15,10			

Tablo 47’de görüleceği üzere katılımcıların çalıştığı birime göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=1,620; p=0,169).

Çalıştığı birim değişkenine göre işe bağlılık ölçeği toplamından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 48’te yer almaktadır.

**Tablo 48 - Çalıştığı Birim Değişkenine Göre İşe Bağlılık Ölçeği Toplamından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Poliklinik(a)	129	63,46	13,47	4,461	,002	a-b, a-e, d-b, d-e
Klinik(b)	10	51,00	16,75			
Laboratuvar(c)	29	59,68	11,24			
İdari birim(d)	85	64,09	14,28			
Diğer(e)	11	51,18	11,02			
Total	264	62,26	13,91			

Tablo 48’te görüleceği üzere katılımcıların çalıştığı birime göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında

istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=4,461$ ;  $p=0,002$ ). Farklılığı yaratan grubun bulunması için çoklu karşılaştırma testi olarak Scheffe kullanılmıştır. Yapılan test sonucu poliklinikte ve idari birimde çalışanların ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının ( $63,46;64,09$ ) klinik ve diğer yerlerde çalışanlardan ( $51,00;51,18$ ) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir.

Çalıştığı birim değişkenine göre duygusal emek ölçeği toplamı ve alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 49'da yer almaktadır.

**Tablo 49 - Çalıştığı Birim Değişkenine Göre Duygusal Emek Ölçeği Toplamı ve Alt Boyutlarından Alınan Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.**

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farkın Kaynağı
Yüzeysel Rol Yapma	Poliklinik	129	12,53	5,24	,333	,856	Fark Yok
	Klinik	10	13,40	4,35			
	Laboratuvar	29	12,00	5,43			
	İdari birim	85	13,15	6,40			
	Diğer	11	13,27	6,72			
	Toplam	264	12,73	5,67			
Derinden Rol Yapma	Poliklinik	129	12,04	4,52	,388	,818	Fark Yok
	Klinik	10	12,40	4,64			
	Laboratuvar	29	12,79	3,38			
	İdari birim	85	11,90	5,17			
	Diğer	11	13,27	3,31			
	Toplam	264	12,14	4,58			
Samimi Duygular	Poliklinik	129	13,11	1,95	,618	,650	Fark Yok
	Klinik	10	12,40	1,17			
	Laboratuvar	29	12,72	2,29			
	İdari birim	85	12,77	2,47			
	Diğer	11	12,63	1,91			
	Toplam	264	12,91	2,14			
Ölçek Toplamı	Poliklinik	129	37,69	7,24	,107	,980	Fark Yok
	Klinik	10	38,20	6,40			
	Laboratuvar	29	37,51	5,95			
	İdari birim	85	37,83	9,33			
	Diğer	11	39,18	7,90			
	Toplam	264	37,80	7,81			

Tablo 49’da görüleceği üzere katılımcıların çalıştığı birime göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır (F=0,333; p=0,856).

Katılımcıların çalıştığı birime göre duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,388$ ;  $p=0,818$ ).

Katılımcıların çalıştığı birime göre duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,618$ ;  $p=0,650$ ).

Katılımcıların çalıştığı birime göre duygusal emek ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır ( $F=0,107$ ;  $p=0,980$ ).

### **5.3. Araştırmanın Hipotezlerine İlişkin Bulgular**

Bu bölümde araştırma hipotezleri ile ilgili korelasyon ve regresyon analizlerine ait bulgular değerlendirmeler yer almaktadır.

#### **5.3.1. Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği, İşe Bağlılık Ölçeği ve Duygusal Emek Ölçeği Arasındaki İlişki (Korelasyon) Analizli ve Yorumları**

İşe bağlılık ölçeği puan toplamı, algılanan kurumsal itibar ölçeği puan toplamı ile duygusal emek ölçeği üç alt boyutu ve toplamı aralarındaki ilişkinin yönünü ve gücünü ölçmek için pearson momentler çarpımı katsayısı kullanılmıştır.

İki değişken arasındaki ilişkinin derecesini, şiddetini, gücünü ve yönünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi -1 ile +1 arasında bir değer alır. Korelasyon katsayısının pozitif olması ( $r>0$ ) bir



değişkene ilişkin verilerin artması durumunda diğerinin de artması veya bir değişkene ilişkin verilerin azalması durumun da diğerinin de azalması anlamına gelir ve değişkenler arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Katsayı 0-0,29 arasında ise ilişkinin düzeyi zayıf, 0,30-0,64 arasında ise orta, 0,65-0,84 arasında ise kuvvetli ve 0,85-1 arasında ise çok kuvvetli şeklinde yorumlanabilir (Ural ve Kılıç, 2013: 243-244).

Aşağıda Tablo 50’de algılanan kurumsal itibar ölçeği puan toplamı, işe bağlılık ölçeği puan toplamı ile duygusal emek ölçeğinin üç alt boyutu ve toplamı aralarındaki ilişkilere ait korelasyon katsayıları yer almaktadır.

**Tablo 50 - Değişkenler Arasındaki İlişki (Korelasyon) Tablosu.**

DEĞİŞKENLER (n=264)		Emek Yüzeysel	Emek Derin	Emek Samimi	Emek Toplam	Bağlılık Toplam	İtibar Toplam
Emek Yüzeysel	r	1,000					
	p	.					
Emek Derin	r	,284*	1,000				
	p	,000	.				
Emek Samimi	r	-,420*	-,072	1,000			
	p	,000	,245	.			
Emek Toplam	r	,745*	,788*	-,095	1,000		
	p	,000	,000	,122	.		
Bağlılık Toplam	r	-,138*	,124*	,336*	,047	1,000	
	p	,025	,045	,000	,447	.	
İtibar Toplam	r	-,231*	,142*	,435*	,033	,633*	1,000
	p	,000	,021	,000	,596	,000	.

\* p<0.05

Tablo 50'ye bakıldığında; duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeği ile duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeği arasında pozitif yönlü zayıf ( $r=0,284$ ;  $p<0,001$ ) istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeği ile duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeği arasında negatif yönlü orta dereceli ( $r=-0,420$ ;  $p<0,001$ ) istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeği ile duygusal emek ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü kuvvetli ( $r=0,745$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeği ile işe bağlılık ölçeği toplamı arasında negatif yönlü zayıf ( $r=-0,138$ ;  $p=0,025$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeği ile algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamı arasında negatif yönlü zayıf ( $r=-0,231$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeği ile duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeği arasında ( $r=-0,072$ ;  $p=0,245$ ) istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeği ile duygusal emek ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü kuvvetli ( $r=0,788$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeği ile işe bağlılık ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü zayıf ( $r=0,124$ ;  $p=0,045$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği derinden rol yapma alt ölçeği ile algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü zayıf ( $r=0,142$ ;  $p=0,021$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeği ile duygusal emek ölçeği toplamı arasında negatif yönlü çok zayıf ( $r=-0,095$ ;  $p=0,122$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeği ile işe bağlılık ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü orta dereceli ( $r=0,336$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği samimi duygular alt ölçeği ile algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü orta dereceli ( $r=0,435$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği toplamı ile işe bağlılık ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü zayıf ( $r=0,047$ ;  $p=0,447$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmayan ilişki bulunmuştur.

Duygusal emek ölçeği toplamı ile algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü zayıf dereceli ( $r=0,033$ ;  $p=0,596$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmayan ilişki bulunmuştur.

İşe bağlılık ölçeği toplamı ile algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü orta dereceli ( $r=0,633$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

### **5.3.2. Araştırmanın Hipotezlerine ilişkin Etki (Regresyon) Analizleri ve Yorumları**

Algılanan kurumsal itibar ölçeği puan toplamı, işe bağlılık ölçeği puan toplamı ile duygusal emek ölçeğinin üç alt boyutu ve toplamı aralarındaki etkinin derecesini belirlemek üzere de çok değişkenli doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

Regresyon analizi bağımlı bir değişken ile bağımlı değişken üzerinde etkisi olduğu varsayılan bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin matematiksel bir model ile açıklanmasıdır (Ural ve Kılıç, 2013: 249).

#### **5.3.2.1. Duygusal Emek Ölçeği Yüzeysel Rol Yapma Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi**

Araştırmanın hipotezlerine ilişkin duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma bağımlı değişkeni için etki analizi ile elde edilen bulgular ve anlamlılığı test edilen regresyon modeli tablo 51’de sunulmuştur.

**Tablo 51 - Duygusal Emek Ölçeği Yüzeysel Rol Yapma Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu.**

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit	21,120	2,250		9,388	,000	
İtibar	-,076	,029	-,203	-2,618	,009	1,644
Bağlılık	-,015	,032	-,037	-,474	,636	1,644

N=264, s=5,537,

R= 0,228, R<sup>2</sup>= 0,052, Düzel. R<sup>2</sup> =0,045,

F=7,098, p<0,001

Duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma ile işe bağlılık ve algılanan kurumsal itibar değişkenlerinin etkileşimini görmek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analiz sonuçları Tablo 51’de görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda test edilen model ile algılanan kurumsal itibar değişkenine ait regresyon katsayısı (t=-2,618, p=0,009) anlamlı bulunmuş ve modelde kalmıştır. İşe bağlılık değişkenine ait regresyon katsayısı (t=-0,474, p=0,636) anlamlı bulunmadığı için modelden çıkarılmıştır. Algılanan Kurumsal İtibar değişkeni ile oluşturulan modelin geçerli olduğu (F=7,098, p<0,01) ve Yüzeysel Rol Yapma bağımlı değişkenindeki değişimin %5,2’sini açıkladığı görülmüştür (R= 0,228, R<sup>2</sup>= 0,052, Düzel. R<sup>2</sup> =0,045).

Anlamlılığı test edilen regresyon Modeli;

$$\text{Yüzeysel Rol Yapma} = \beta_0 + \beta_1 * X_{\text{Bağlılık}} + \beta_2 * X_{\text{İtibar}} + \epsilon$$

Analiz sonucu elde edilen geçerli regresyon Modeli;

Yüzeysel Rol Yapma =21,120-0,076\**X*itibar + $\epsilon$  şeklinde ifade edilebilir.

### 5.3.2.2. Duygusal Emek Ölçeği Derinden Rol Yapma Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi

Araştırmanın hipotezlerine ilişkin duygusal emek ölçeği derinden rol yapma bağımlı değişkeni için etki analizi ile elde edilen bulgular ve anlamlılığı test edilen regresyon modeli Tablo 52’de sunulmuştur.

**Tablo 52 - Duygusal Emek Ölçeği Derinden Rol Yapma Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu.**

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit	7,730	1,838		4,205	,000	
İtibar	,031	,024	,102	1,289	,198	1,644
Bağlılık	,022	,027	,066	,838	,403	1,644

N=264, s=4,525,

R= 0,152, R2= 0,023, Düzel. R2 =0,016,

F=3,056, p=0,052

Duygusal emek ölçeği derinden rol yapma ile işe bağlılık ve algılanan kurumsal itibar değişkenlerinin etkileşimini görmek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analiz sonuçları tablo 52’de görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda test ettiğimiz modeldeki algılanan kurumsal itibar değişkenine ait regresyon katsayısı (t=1,289, p=0,198) anlamlı bulunmamış ve modelden çıkartılmıştır. İşe bağlılık değişkenine ait regresyon katsayısı (t=0,838, p=0,403) anlamlı bulunmadığı için modelden çıkartılmıştır. Test edilen Hipotez

modelinin, mevcut veri yapısı için geçerli ve anlamlı olmadığı görülmüştür. (F=3,056, p=0,052)

Anlamlılığını test edilen regresyon Modeli;

$$\text{Derinden Rol Yapma} = \beta_0 + \beta_1 * X_{\text{Bağlılık}} + \beta_2 * X_{\text{İtibar}} + \epsilon$$

Analiz sonucu anlamlı ve geçerli bir regresyon Modeli bulunamamıştır.

$$\text{Derinden Rol Yapma} = 7,730 + \epsilon$$

### 5.3.2.3. Duygusal Emek Ölçeği Samimi Duygular Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi

Araştırmanın hipotezlerine ilişkin duygusal emek ölçeği samimi duygular bağımlı değişkeni için etki analizi ile elde edilen bulgular ve anlamlılığını test edilen regresyon modeli Tablo 53'te sunulmuştur

**Tablo 53 - Duygusal Emek Ölçeği Samimi Duygular Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu.**

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit	6,559	,775		8,469	,000	
İtibar	,047	,010	,333	4,712	,000	1,644
Bağlılık	,028	,011	,176	2,483	,014	1,644

N=264, s=1,906,

R= 0,464, R<sup>2</sup>= 0,215, Düzel. R<sup>2</sup> =0,209,

F=35,375, p<0,001

Duygusal emek ölçeği samimi duygular ile işe bağlılık ve algılanan kurumsal itibar değişkenlerinin etkileşimini görmek için

yapılan çoklu doğrusal regresyon analiz sonuçları Tablo 53'te görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda test edilen modelde algılanan kurumsal itibar değişkenine ait regresyon katsayısı ( $t=4,712$ ,  $p<0,001$ ) anlamlı bulunmuş ve modelde kalmıştır. İşe bağlılık değişkenine ait regresyon katsayısı ( $t=2,483$ ,  $p=0,014$ ) anlamlı bulunmuş ve modelde kalmıştır. Test edilen hipotez modelinin, mevcut veri yapısı için geçerli ve anlamlı olduğu ( $F=35,375$ ,  $p<0,001$ ) ve samimi duygular bağımlı değişkenindeki değişimin %21,5'ini açıkladığı görülmüştür. ( $R= 0,464$ ,  $R^2= 0,215$ , Düzel.  $R^2 =0,209$ ).

Anlamlılığını test edilen regresyon Modeli;

$$\text{Samimi Duygular} = \beta_0 + \beta_1 * X_{\text{Bağlılık}} + \beta_2 * X_{\text{İtibar}} + \epsilon$$

Analiz sonucu elde edilen geçerli regresyon Modeli;

$$\text{Samimi Duygular} = 6,559 + 0,028 * X_{\text{Bağlılık}} + 0,047 * X_{\text{İtibar}} + \epsilon$$

#### **5.3.2.4. Duygusal Emek Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu**

Araştırmanın hipotezlerine ilişkin duygusal emek bağımlı değişkeni için etki analizi ile elde edilen bulgular ve anlamlılığını test edilen regresyon modeli tablo 54'te sunulmuştur.



**Tablo 54 - Duygusal Emek Bağımlı Değişkeni İçin Etki Analizi Tablosu.**

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit	35,410	3,190		11,100	,000	
İtibar	,002	,041	,003	,041	,967	1,644
Bağlılık	,035	,046	,060	,751	,453	1,644

N=264, s=7,852,

R= 0,062, R2= 0,004, Düzel. R2 =-0,004,

F=0,497, p=0,609

Duygusal emek değişkeni ile işe bağlılık ve algılanan kurumsal itibar değişkenlerinin etkileşimini görmek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analiz sonuçları Tablo 54'te görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda test edilen modelde algılanan kurumsal itibar değişkenine ait regresyon katsayısı (t=0,041 p=0,967) anlamlı bulunmadığı için modelden çıkarılmıştır. İşe bağlılık değişkenine ait regresyon katsayısı (t=0,751, p=0,453) anlamlı bulunmadığı için modelden çıkarılmıştır. Test edilen hipotez modelinin, mevcut veri yapısı için geçerli ve anlamlı olmadığı görülmüştür. (F=0,497, p=0,609)

Anlamlılığı test edilen regresyon Modeli;

$$\text{Emek} = \beta_0 + \beta_1 * X_{\text{Bağlılık}} + \beta_2 * X_{\text{İtibar}} + \epsilon$$

Analiz sonucu anlamlı ve geçerli bir regresyon modeli bulunamamıştır.

$$\text{Emek} = 35,410 + \epsilon$$

#### 5.4. Araştırma Hipotezlerinin Kabul Red Tablosu

Araştırmada literatürden yararlanılarak ortaya atılan hipotezler, regresyon analizi ile test edilmiştir. Tablo 55’te araştırma hipotezlerinin kabul ve red tablosu sunulmuştur.

**Tablo 55** - Araştırma Hipotezlerinin Kabul Red Tablosu.

Hipotezler	Açıklama	Kabul	Red
Hipotez 1	Algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan yüzeysel davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul	
Hipotez 2	Algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan derin davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.		Red
Hipotez 3	Algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan samimi davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul	
Hipotez 4	İşe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan yüzeysel davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.		Red
Hipotez 5	İşe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan derin davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.		Red
Hipotez 6	İşe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan samimi davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul	

## 6. SONUÇ ve TARTIŞMA

Tanımlanması en güç varlık olan insan ve davranışlarının sebepleri ve sonuçları tüm zamanların temel problemidir. Belki de bu problem etrafında yapılan araştırmaların sonu hiçbir zaman gelmeyecek ve bu problemin çözümü hiçbir zaman tam anlamıyla bulunamayacaktır. Bu gerçeklikler bilinciyle yapmış olduğumuz bu çalışmada, elde ettiğimiz verilerin başta bilim insanları olmak üzere yöneticilere ve tüm paydaşlar bir nebze katkı yapması ümidiyle günümüzde özellikle hizmet sektöründe önemi her geçen gün artan duygusal emek davranışına etki eden olası faktörlerden, çalışanların kurumsal olarak kurumsal itibar algıları ile bireysel olarak işe bağlılıkları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu amaçla Eskişehir ilinde faaliyet gösteren yerel özel hastane ve tıp merkezleri çalışanları üzerinde 520 kişiden oluşan evrenin tamamına ulaşılarak 264 kişilik örneklem grubunda anket yöntemi ile bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir.

Bu amaçla öncelikle kapsamlı bir literatür taraması yapılarak kavramsal çerçeve oluşturulmuş, yapı geçerliliği kapsamında 62 kişilik sağlık çalışanları grubuna pilot uygulama yapılarak daha sonra saha çalışması yapılmıştır. Müteakiben elde edilen verilere güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, korelasyon analizi yapılmış, hipotezler çoklu doğrusal regresyon analizi ile test edilmiş ve bunun sonucunda bazı hipotezlerin kabul edildiği bazılarının ise reddedildiği gözlemlenmiştir.

Bu bölümde bu araştırmadan elde edilen bulgular çerçevesinde demografik faktörlere göre farklılık, hipotezlere, kullanılan ölçeklere ve alt boyutlarına göre ilişki ve etki analizleri hakkında değerlendirmeler yapılarak uygulayıcılara ve araştırmacılara öneriler sunulacaktır.

Araştırmanın temel hipotezlerinde olmamasına rağmen yapılan analizler çerçevesinde araştırmaya katılanların demografik faktörlerine göre kurumsal itibar algısı, işe bağlılık ve duygusal emek alt boyutları puan ortalamaları ile ilgili farklılık testlerinde bazı değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Buna göre katılımcıların yaş gruplarına göre algılanan kurumsal itibar ölçeği, işe bağlılık ölçeği, duygusal emek ölçeği samimi duygular alt boyutu ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu fark 51 ve üstü yaş grubunun ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının diğer yaş gruplarından anlamlı bir şekilde yüksek olduğu şeklindedir. Bu bulgulardan işe bağlılık ile ilgili olan kısmı Bal'ın (2009:119) yaptığı çalışma ile benzerlik göstermektedir. Bu yüksekliğin sebebi ise 51 ve üstü yaş grubunun çalışma yaşamındaki bulunuş sebebi ekonomik gereklilikten çok çalışmaya ve işe olan bağlılıklarından kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Başka bir ifade ile görece diğer çalışanlardan yaşlı olan sağlık çalışanları dış etkenlerden fazla etkilenmeden kurumları hakkındaki düşünceleri daha olumlu işlerine olan bağlılıkları ve duygusal emek gösterimindeki samimi davranışları daha yüksek olmaktadır. Bu bulguların duygusal emek ile ilgili olan bölümleri ise

Beğenirbaş ve Basım (2013: 53) ile Kızanlıklı (2014:108) tarafından yapılan araştırma ile desteklenmektedir.

Katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre farklılıkları incelendiğinde algılanan kurumsal itibar ölçeği ve işe bağlılık ölçeğinden aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu farkın 2001-4000 TL gelir grubundan kaynaklandığı ve ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının diğer gelir gruplarından anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir. Bu düşüklüğün 2001-4000 TL gelir grubu aralığında daha çok hemşire ve sağlık teknikeri meslek grubundan kaynaklandığı ve bu durumun ekonomik sebeplerden çok sosyal sebeplerden kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Bu durum Karacaoğlu'nun (2005: 66) yapmış olduğu çalışmayı destekler niteliktedir.

Katılımcıların meslek değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği ile işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu fark hemşirelerin aldığı puan ortalamasının hekim ve diğer çalışan grubundan anlamlı bir şekilde düşük olduğu şeklindedir. Hem gelir grubu hemde meslek değişkenine göre algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılık ortalamalarının hemşire mesleğinde düşük olması literatür ile de desteklenmektedir (Karacaoğlu, 2005:66). Özellikle hemşirelerin tükenmişlik sendromlarına ait çok sayıda çalışma mevcuttur. Bu durumda, dolaylı olarak işe bağlılıklarını olumsuz etkilediği sonucu çıkarılabilir.

Katılımcıların toplam hizmet süresine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığı yaratan grubun 11-20 yıl arası hizmet süresi olanların ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının 31 ve üzeri hizmet süresi olanların aldığı puan ortalamasından anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş gruplarına göre yapılan analizlerde de 51 yaş ve üzeri grubun kurumsal itibar algılarının yüksekliği ile birlikte değerlendirildiğinde kurumsal itibar algısının yaş ile doğru orantılı olarak arttığı söylenebilir.

Katılımcıların toplam hizmet süresine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığı oluşturan grubun 10 yıldan az hizmet süresi olanların ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının 11-20 yıl arası alınan puan ortalamasından anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum mesleğe yeni başlamanın verdiği mesleki tatmin ile ilişkili olduğu değerlendirilmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeyine göre algılanan kurumsal itibar ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığı yaratan grubun doktora yapan grubu ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının yüksek lisans yapan gruptan anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Doktora eğitimi alan grubun daha çok hekimlerden oluştuğu dikkate alındığında kurumsal itibar algılarının yüksek olmasının hekimlerin aldığı maaş ile doğru orantılı olduğu değerlendirilebilir.

Katılımcıların eğitim düzeyine göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığı yaratan grubun, lisans mezunlarının, yüksek lisans grubu hariç diğer gruplara göre ölçek toplamından aldığı puan ortalamasından düşük olduğu görülmektedir. Bu durum da eğitim düzeyi arttıkça işe bağlılık artmaktadır şeklinde bir yorumda bulunmak teorik olarak mümkün değildir.

Katılımcıların çalıştığı birime göre işe bağlılık ölçeği toplamından aldığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığı yaratan grubun, poliklinikte ve idari birimde çalışanların ölçek toplamından aldığı puan ortalamasının klinik ve diğer yerlerde çalışanlardan anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun iş yoğunluğu ve mesleki tatmin ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Yukarıda açıklanmaya çalışılan demografik faktörlere göre kurumsal itibar algısı işe bağlılık ve duygusal emek alt boyutları puan ortalamaları ile ilgili farklılık testlerinde değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıkların genel olarak algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılık kavramları ile ilgili olduğu görülmüştür. Araştırmacıların bu değişkenler ile ilgili özellikle demografik faktörlere göre daha fazla çalışma yapması tavsiye edilebilir.

İşe bağlılık ölçeği puan toplamı, algılanan kurumsal itibar ölçeği puan toplamı ile duygusal emek ölçeğinin üç alt boyutu ve toplamı

aralarındaki ilişki (korelasyon) analizleri ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki paragraflarda sunulmuştur.

Algılanan kurumsal itibar ölçeği puan toplamı işe bağlılık ölçeği puan toplamı ile duygusal emek ölçeğin üç alt boyutu ve toplamı aralarındaki ilişkilere (korelasyon) göre duygusal emek ölçeği yüzeysel rol yapma alt ölçeği ile işe bağlılık ölçeği toplamı arasında negatif yönlü zayıf ( $r=-0,135$ ;  $p=0,025$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Oral ve Köse (2011: 485) hekimler ile yapmış olduğu çalışmada yüzeysel rol yapma davranışı ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamıştır. Bu durum araştırmanın evreninin temel özelliklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Duygusal Emek Ölçeği Yüzeysel Rol Yapma alt ölçeği ile Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği toplamı arasında negatif yönlü zayıf ( $r=-0,231$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu durum Oktuğ' un (2013:374) satış elemanları ile yapmış olduğu araştırma ile benzerlik göstererek ve çalışanların kurumsal itibar algısı arttıkça yüzeysel davranışın azaldığını göstermektedir.

Duygusal Emek Ölçeği Derinden Rol Yapma alt ölçeği ile İşe Bağlılık Ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü zayıf ( $r=0,124$ ;  $p=0,045$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Oral ve Köse (2011: 486) hekimler ile yapmış olduğu çalışmada derinlemesine davranış ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamıştır. Buna karşın Gök (2015:292) ile Birdir ve Dalgıç' ın (2015:531) satış elemanları ile



yapmış olduğu çalışma ile benzerlik göstermekle birlikte sektörün ve evrenin farklılığı sebebiyle genelleme yapmak doğru olmayacaktır.

Duygusal Emek Ölçeği Derinden Rol Yapma alt ölçeği ile Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü zayıf ( $r=0,142$ ;  $p=0,021$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu durum Oktuğ' un (2013:374) satış elemanları ile yapmış olduğu araştırma ile benzerlik göstermektedir.

Duygusal Emek Ölçeği Samimi Duygular alt ölçeği ile İşe Bağlılık Ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü orta dereceli ( $r=0,336$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu durum araştırma evreni için işe bağlılık arttıkça samimi duyguların artacağı savını desteklemektedir.

Duygusal Emek Ölçeği Samimi Duygular alt ölçeği ile Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü orta dereceli ( $r=0,435$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu durum Oktuğ' un (2013:374) satış elemanları ile yapmış olduğu araştırma ile benzerik göstermektedir İtibarlı şirketlerde çalışanların samimi duyguların pozitif yönde artacağı anlamına gelmektedir.

İşe Bağlılık Ölçeği toplamı ile Algılanan Kurumsal İtibar Ölçeği toplamı arasında pozitif yönlü orta dereceli ( $r=0,633$ ;  $p<0,001$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu durum araştırmanın temel hipotezlerinde ve probleminde bulunmamakla birlikte çıkan sonuç başka araştırmalar için referans olabilir.

Bu araştırmada algılanan kurumsal itibar ve iře bağlılığın duygusal emek davranışı toplamı ile alt boyutları yzeyssel davranış derin davranış ve samimi davranış arasındaki korelasyonlar incelendiğinde kurumsal itibar algısı ile iře bağlılığın duygusal emeğin alt boyutlar arasındaki korelasyon katsayılarının pozitif ve negatif yznde anlamlı ilişkide olduğu gzrılmektedir. Buna karşın duygusal emek davranışı toplamı ile iře bağlılık ve itibar algısı korelasyon katsayılarının ise dūřuk veya anlamlı olmadığı gzrılmektedir. Bunun sebebi ise řu Őekilde izah edilebilir; teorik olarak, duygusal emek zlęeęine verilen cevapların ortalamalarının yzsek olması yzsek duygusal emek davranışı sergileme anlamına gelmektedir. Ancak pratik olarak bir ęalıřanın veya kişinin duygularını gizleyerek yzeyssel davranış sergilemesi, empatik duyarlılık gstererek derin davranış sergilemesi aynı zamanda iğinden geldiği gibi o an hissettiklerini yansıtması Őeklinde samimi davranış sergilemesi mzmkmn değildir. Eęer bzyle bir durum varsa bu durumda bir patoloji olduğu szylenebilir bu durum hem kişiler ağısından hemde kurumlar ağısından istenen bir durum değildir.

Duygusal emek davranışı gsterimleri yoğun bakım, palyatif bakım<sup>8</sup>, hematoloji, onkoloji, kalp damar cerrahi ve ęocuk servislerinde ęalıřanlar açısından daha fazla duygusal emek gsterimi Şeklinde ortaya ęıkar. Bunun yanında ayaktan hastaların ęok olduğu ve bazı hastaların sadece rapor almak zorunda oldukları için hastaneden hizmet almaya

---

<sup>8</sup> TDK szlzyęindeki palyatifin anlamı geğici olarak kullanılmak ile birlikte sağlık alanında bu kavram daha ęok yaşlı bakımı Şeklinde tanımlanmaktadır.

geldikleri gerekçesiyle sağlık çalışanlarında gerçek hasta algısı oluşmadığı için davranışlarını daha samimi olacak şekilde gösterme eğilimleri olduğu değerlendirilmektedir.

Duygusal emek davranışını etkileyen bireysel ve kurumsal olarak birçok değişken sayılabilir. Bu değişkenlerin şirketlerin istedikleri rol gereklilikleri ile hizmet verilen müşterilerin duygu ve durumları arasında olduğu bilinen bir gerçekliktir. Bu durumda etkili olan bir diğer faktörde yazılı olan ve olmayan toplumsal kurallardan kaynaklanan rol gereklilikleri ile meslekten kaynaklanan rol gereklilikleridir.

Aşağıdaki kısımlarda araştırmanın temel hipotezlerine ait kabul ve red durumları, literatürdeki bilgiler eşliğinde regresyon ve korelasyon analizlerinin sonuçlarına göre değerlendirilecektir.

H<sub>1</sub> hipotezi ile ilgili olarak algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan yüzeysel rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisi olup olmadığını test etmek için yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre algılanan kurumsal itibar değişkeni ile oluşturulan modelin geçerli olduğu ( $f=7,098$ ,  $p<0,01$ ) ve yüzeysel rol yapma bağımlı değişkenindeki değişimin %5,2'sini açıkladığı görülmüştür. ( $R= 0,228$ ,  $R^2= 0,052$ , Düz.  $R^2 =0,045$ ). Bu iki değişken arasındaki korelasyon da dikkate alındığında Oktuğ' un (2013:374) satış elemanları ile yapmış olduğu araştırma ile benzerlik göstermekte ve çalışanların kurumsal itibar algısı arttıkça yüzeysel davranışın azaldığını göstermektedir. Kurumsal itibar kavramı ve duygusal emek

davranışı ile ilgili literatürde yeterli miktarda çalışma bulunmamaktadır.

H<sub>2</sub>: Algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan derin rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını test etmek için yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre test ettiğimiz modeldeki algılanan kurumsal itibar değişkenine ait regresyon katsayısı ( $t=1,289$ ,  $p=0,198$ ) anlamlı bulunmamış ve hipotez reddedilmiştir. Bir başka ifade ile kurumsal itibar algısının emek davranışının alt boyutu olan derin rol yapma alt boyutu üzerinde etkisi yoktur şeklinde ifade edilebilir. Korelasyon açısından incelendiğinde bu durum Oktuğ' un (2013:374) satış elemanları ile yapmış olduğu araştırma ile paralellik göstermektedir. Etki açısından ise bir ilişki bulunamamıştır. Hipotez reddedilmesine karşın farklı sektör ve departmanlarda farklı sonuçlar çıkacağı (Değirmenci, 2010: 52) değerlendirilmektedir.

H<sub>3</sub> hipotezi ile ilgili algılanan kurumsal itibarın duygusal emek davranışının alt boyutu olan samimi duygular üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını test etmek için yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre kurumsal itibar değişkenine ait regresyon katsayısı ( $t=4,712$ ,  $p<0,001$ ) anlamlı bulunmuş ve samimi duygular bağımlı değişkenindeki değişimin %21,5'ini açıkladığı görülmüştür. ( $R= 0,464$ ,  $R^2= 0,215$ , Düz.  $R^2 =0,209$ ). Bu durum Oktuğ' un (2013:374) satış elemanları ile yapmış olduğu araştırma ile benzerlik göstermektedir. İtibarlı şirketlerde çalışanların samimi duyguları pozitif yönde artacağı anlamına gelmektedir. Bu bulguları destekler nitelikte Bal'ın

(2009:120) yapmış olduğu çalışmada iş yaşamındaki ortamsal faktörlerin çalışanlar için önemli bir kaynak oluşturacağı vurgulamıştır.

H<sub>4</sub> hipotezi ile ilgili işe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan yüzeysel rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını test etmek için yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre İşe bağlılık değişkenine ait regresyon katsayısı ( $t=-0,474$ ,  $p=0,636$ ) anlamlı bulunmadığı için modelden çıkartılmıştır. Oral ve Köse (2011: 485) hekimler ile yapmış olduğu çalışmada yüzeysel rol yapma davranışı ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamıştır. Bu durum araştırmanın evreninin temel özelliklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

H<sub>5</sub> hipotezi ile ilgili İşe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan derin rol yapma üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını test etmek için yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre işe bağlılık değişkenine ait regresyon katsayısı ( $t=0,838$ ,  $p=0,403$ ) anlamlı bulunmadığı için modelden çıkarılmıştır. Test edilen hipotez modelinin, mevcut veri yapısı için geçerli ve anlamlı olmadığı görülmüştür ( $F=3,056$ ,  $p=0,052$ ). Oral ve Köse (2011: 486) hekimler ile yapmış olduğu çalışmada derinlemesine davranış ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamıştır. Buna karşın Gök (2015:292) ile Birdir ve Dalgıç'ın (2015:531) satış elemanları ile yapmış olduğu çalışma ile paralellik göstermekle birlikte sektörün ve evrenin farklılığı sebebiyle genelleme yapmak doğru olmayacaktır.

H<sub>6</sub> hipotezi ile ilgili işe bağlılığın duygusal emek davranışının alt boyutu olan samimi duygular üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını test etmek için yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre işe bağlılık değişkenine ait regresyon katsayısı ( $t=2,483$ ,  $p=0,014$ ) anlamlı bulunarak modelde kalmış ve samimi duygular bağımlı değişkenindeki değişimin %21,5'ini açıkladığı görülmüştür. ( $R= 0,464$ ,  $R^2= 0,215$ , Düzel.  $R^2 =0,209$ ). Bu durum araştırma evreni için işe bağlılık arttıkça samimi duyguların artacağı savını desteklemektedir. Bal (2009:120) yapmış olduğu çalışmada işe bağlılığı yüksek insanların daha mutlu olacakları yönünde bulgulara rastlamışlardır. Bu bulgularda çalışanların işe bağlılıklarının samimi davranışlarını etkileyeceği değerlendirilmektedir.

Özgüleş ve Arslanoğlu (2019) yapmış oldukları çalışmada H<sub>5</sub> ve H<sub>6</sub> hipotezi ile ilgili bulguları destekler nitelikte sonuca ulaşmışlardır.

Araştırmanın sonuçlarından elde edilen değerlendirmeler neticesinde çeşitli önerilerde bulunulabilir.

Duygusal emek davranışı ve alt boyutları ile ilgili farklı değişkenler ile farklı sektör ve departmanların çalışanları üzerinde yapılacak olan çalışmalar duygusal emek davranışını daha anlaşılabilir kılacağı değerlendirilmektedir.

Duygusal emek kavramının alt boyutu olan samimi davranışların ülkemizdeki ve doğu toplumlarında yapılan çalışmalarda batı toplumlarına göre daha fazla gözlemlendiği bilinmektedir. Bu yönüyle duygusal emek kavramının farklı toplumlar ile kültürler arası

çalışmalarda araştırılması literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Bu araştırmada çalışanların algılanan kurumsal itibar ve işe bağlılık düzeylerinin yüksek olmasının, duygusal emek davranışını etkilediği tespit edilmiştir. Bu bağlamda sağlık çalışanların kurumsal itibar ve işe bağlılık düzeylerinin artırılması yönünde çeşitli eğitimler ve etkinlikler yapılması önem arz etmektedir.

Bu araştırmadan elde edilen bilgiler ışığında kurumsal itibar kavramının sadece kurumsallaşmış firmalar için anlamlı olmadığı, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için de ne kadar önemli bir katma değer oluşturabildiği görülmüştür. Bu açıdan, küçük ve orta ölçekli kurumların tüm yönetim kademelerine kurumsal itibar ve alt boyutları hakkında bilgilendirmeler yapılabilir. Böylelikle çalışanların şirketlerin misyon, vizyon ve temel değerleri bağlamında daha gayretli olabileceği değerlendirilmektedir.

Ayrıca bu araştırmanın kamu, özel ve üniversite hastanelerinde yapılarak karşılaştırmalı bir analiz yapılması konusunda diğer araştırmacılar teşvik edilebilir.

## KAYNAKLAR

- Acar, E. (2012). *Görünmeyeni Muteber Kılmak İtibar Yönetimi*. (1. Baskı). İstanbul: Karadeniz Kitap.
- Adler, A. (1927). *The practice and Theory of Individual Psychology*. New York, NY: Harcourt.
- Akdemir, A. (2012). *İşletmeciliğin Temel Bilgileri*. (2. Baskı). Bursa: Ekin Yayınları.
- Akın, A. ve Akın, Ü. (2015). *Psikolojide Güncel Kavramlar 1 Pozitif Psikoloji*. (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Aksay, K. (2011). *Yenilikçilik Kültürünün Örgütsel Yenilikçilik Üzerine Etkisi: Konya İlinde Faaliyet Gösteren Özel Hastanelerde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alarcon, G. M., Edwards, J. M. (2010). The Relationship Of Engagement, job Satisfaction and Turnover Intentions, *Stres and Health*.27, 294-298.
- Anderson, Lindsey B. (2014). *There Goes Another Little Chip Of Your Heart: Exploring The Intersections Of Communication, Emotional Labor, And Age*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Purdue University. West Lafayette, Indiana.
- Aristoteles, (1995). *Retorik*, Mehmet H. Doğan (Çev). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.



- Ashforth, B. E. ve R. H. Humphrey. (1993). Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*. 18 (1), 88-115.
- Bakker, Arnold. B., Evangelia Demerouti. (2008). "Towards a Model of Work Engagement". *Career Development international*, 13(3), 209-223.
- Bakker, A. B., Albrecht, S. L., ve Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 20, 4-28.
- Bal, E. A. (2009). *Gönülçelen Şirketler*, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Balkaya, A. (2012). Kozmogoni Anlatılarında Dikotomik Algının Nedenselliği. *Turkish Studies- International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume* 7/4, 987-994.
- Basım, H. N. ve Begenirbaş, M. (2012). Çalışma Yaşamında Duygusal Emek: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. *Yönetim ve Ekonomi*, Yıl:2012 Cilt:19 Sayı:1 Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa, 77-90.
- Başaran, İ. E. (2000). *Örgütsel Davranış: İnsanın Üretim Gücü*. Ankara: Umut Yayınları.

- Başbuğ, G., Ballı, E., Oktuğ, Z. (2010). Duygusal Emegin İş Memnuniyetine Etkisi: Çağrı Merkezi Çalışanlarına Yönelik Bir Çalışma. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 58, 253-274.
- Bechtoldt, M. N., Rohrman, S., De Pater, I. E., ve Beersma, B. (2011). The primacy of perceiving: Emotion recognition buffers negative effects of emotional labor. *Journal of Applied Psychology*, 96(5), 1087-1094
- Beğenirbaş, M. ve Basım, H. N. (2013). Duygusal Emekte Bazı Demografik Değişkenlerin Rolü. Görgül Bir Araştırma. *Cankaya University Of Humanities And Social Sciences*, 10/1, 45-57.
- Birdir, K., ve Dalgıç, A. (2015). Satış Elemanlarının Sahip Olduğu Duygusal Emek Davranışlarının İş Streslerine ve İş Doyumlarına Etkisi: Antalya Havalimanında Bir Araştırma. 2. *International Congress of Tourism & Management Researches*. Mersin University. 519-538.
- Boone, L. E. ve Kurtz, D. L. (1996). *Contemporary Business*. 8.ed. The Dryden Press.
- Bozkurt, Ö. ve Yurt, İ. (2015). Kurumsal İtibar Yönetimi Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Akademik Personel Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. Trabzon, Yıl 8, Sayı 15, 59-75.
- Bromet, E.J., Dew, A. ve Parkinson, D.K. (1990). *Spillover between work and family: A study of blue-collar working wife*, Eckenrode,

J. ve Gore, S. (Ed.), *Stress Between Work and Family*. Plenum, New York/London, 133–151.

Bromley, D. B. (1993). *Reputation, Image and Impression Management*. University of Liverpool, UK. Copyright 1993 by John Wiley & Sons Ltd, Baffins Lane, Chichester, West Sussex PO19 1UD, England.

Brotheridge, C. M., ve Grandey, A. A. (2002). Emotional labor and burnout: Comparing two perspectives of “people work”. *Journal of vocational behavior*, 60 (1), 17-39.

Brotheridge, C. M., ve Lee, R. T. (2002). Testing a conservation of resources model of the dynamics of emotional labor. *Journal of occupational health psychology*, 7(1), 57.

Brown, Steven P. ve Leigh, Thomas W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance, *Journal of Applied Psychology*, 81 (4), 358-368.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. 2.Baskı, Ankara: Pegem Akademi.

Carter, C.G., Pounder, D.G., Lawrence, F.G. and Wozniak, P.J. (1990). Factors related to organizational turnover intentions of Louisiana extension service agents, Meadow, H.L. ve Sirgy, M.J. (ed.), *Quality-Of-Life Studies in Marketing and Management*

(*International Society for Quality-of-Life Studies, Blacksburg, Virginia*), 170–181.

Champoux, J. E. (2011). *Organizational Behaviour*, New York, Routledge.

Chu, K. H-L. ve Murrmann, S. K. (2006). Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*, 27 (6): 1181-1191.

Çaldağ, M. A. (2010). *Duygusal Emek Davranışlarının Sağlık Çalışanlarında İş Sonuçlarına Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çalışkan, S. C. (2014). Pozitif Örgütsel Davranış Değişkenleri ile Yeni Araştırma Modelleri Geliştirme Arayışları: Pozitif Örgütsel Davranış Değişkenlerinin İşe Adanmışlık, Tükenmişlik ve Sinizm Üzerine Etkileri ve Bu Etkileşimde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16(3), 363-382

Çatar, R. Ö. (2010). *Kurumsal İtibarın Ölçülmesi ve Yönetimi İki Özel Hastane Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi. Sağlık Bilimler Enstitüsü.

Çekmecelioğlu, H.G. Dinçel, G. (2013). Çalışanların İş Tutum ve Davranışlarının Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkileri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* www.esosder.org Electronic Journal of

Social Sciences ISSN:1304-0278 Guz-2013 Cilt:12 Sayı:47 (125-139) Autumn-2013 Volume:12 Issue:47.

Çelik, H. E., Yılmaz, V. (2013). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*,2. Baskı. Anı Yayınları. Ankara.

Çevik, N. K., Korkmaz, O. (2014). Türkiye’de Yaşam Doyumu ve İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İki Değişkenli Sıralı Probit Model Analizi. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1, 126-145.

Çınaroğlu, S. (2011). *Kurumsal İtibar ve İmajinhastanelerin Performansı İle İlişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Çınaroğlu, S. ve Şahin, B. (2012). Kurumsal İtibar ve İmajın Hastanelerin Performansı İle İlişkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:30 (2), 27-49.

Çiftçioğlu, B. A. (2008). *Kurumsal İtibarın Çalışanların Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dahling, J. J., ve Perez, L. A. (2010). Older worker, different actor? Linking age andemotional labor strategies. *Personality and Individual Difference*, 48, 574.

- Dalton, J. ve Croft, S. (2003). A Specially Commissioned Report Managing Corporate Reputation Thorogood Professional Insights, *Published by Thorogood* 10-12 Rivington Street London EC2A 3DU.
- Davies, G., Rosa, C., Silva Rui, V. ve Stuart, R. (2001). The Personification Metaphor as a Measurement Approach for Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 4(2), 113-127.
- Davies, G., Chun, R. (2002). “Gaps Between the Internal and External Perceptions of the Corporate Brand”, *Corporate Reputation Review*, Vol.5, No. 2-3,144-158.
- Değirmenci, S. (2010). *Hemşirelerde Duygusal Emek Davranışı ve Etkileyen Faktörler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Demerouti, E., Mostert, K., & Bakker, A. B.(2010). Burnout and work engagement: A thorough investigation of the independency of both constructs. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15(3), 209–222
- Devine, I. ve Halpern, P. (2001). “Implicit Claims: The Role Of Corporate Reputation Ğn Value Creation”, *Corporate Reputation Review Journal*. 4 (1), 42-49.

- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H., ve Gosserand, R. H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2),339–357.
- Diefendorff, J. M., Erickson, R. J., Grandey, A. A., ve Dahling, J. J. (2011). Emotional displayrules as work unit norms: A multilevel analysis of emotional labor among nurses. *Journal of occupational health psychology*, 16(2), 170-186
- Diener, E., ve Chan, M.Y. (2011). Happy People Live Longer: Subjective Well-Being Contributes to Health and Longevity. *Applied Psychology: Health And Well-Being*, 3(1), 1-43.
- Dikmen, A. A. (1995). “İş Doyumu ve Yaşam Doyumu İlişkisi”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 50(3-4), 115-140.
- Dinçel, G. (2012). *Kurumsal İtibar İle Örgütsel Kıvanç, Duygusal Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Bir Araştırma Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dinler, Demet Ş. (2014). *İşçinin Varlık Problemi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Doğan, T. ve Eryılmaz, A. (2012). Akademisyenlerde İşle İlgili Temel İhtiyaç Doyumu ve Öznel İyi Oluş. *Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review*, 12 (3), 383- 389

- Doğan, T., Eryılmaz, A. ve Ercan, L. (2014). İŖe Bağlılığın Özneİ İyi OluŖ Üzerindeki Yordayıcı Rolü: Akademisyenler Üzerine Bir ÇalıŖma. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, 48-57.
- Dörtok, A. (2004). *Kurumsal İtibarınızdan Kaç Sıfır Atabilirsiniz*, İstanbul: Rota Yayınları.
- Duckworth, L. A., Steen T. A. ve Seligman, M. E. P. (2005). Positive Psychology in Clinical Practice. *Annual Review of Clinical psychology*. 1, 629-651
- Efraty, D., Sirgy, M. J. ve Claiborne, C.B. (1991). The effects of personal alienation on organizational identification: A quality of work life model. *Journal of Business and Psychology*. 6, 57-78.
- Eroğlu, Ŗ. G. (2014). Örgütlerde Duygusal Emek ve TükenmiŖlik İliŖkisi Üzerine Bir AraŖtırma, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 19*, Sayfa 147-160
- Ertemli, H. B. (2011). *İŖ Aile ve Aile İŖ ÇatıŖmalarının İŖe Cezbolma Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Uygulama*. YayınlanmamıŖ Yüksek lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Eryılmaz, A. ve Dogan, T. (2012). İŖ YaŖamında Özneİ iyi OluŖ: Utrecht İŖe Bağlılık Ölçeğinin Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi. *Klinik Psikiyatri*. 15,49-55.



- Eryılmaz, A. (2014). *Herkes İçin Mutluluğun Başucu Kitabı*. (1.Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Esen, E. (2011). Çalışanların Örgüte Cezbolması. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXX (1) , 377-390.
- Feldman, R. S. (2012). *Understanding psychology*. (10. Edition). New York: McGraw Hill.
- Filep, S. (2009). *Tourists' Happiness through the lens of positive psychology*. PhD Thesis. James Cook Universty. Australia.
- Fraenkel, J. R. ve Norman, E.W. (2008). *How to Design and Evaluate Research in Education*. 7th Edition, McGraw-Hill, Boston,362.
- Frankl, V. E. (1984). *Man's Search For Meaning*. New York, NY: Washington Square Press.
- Freud, S. (1933). *The Psychology of Women In. J. Strachey* (ed) The Standart Edition Of The Complete Works Of Sigmund, Freud (Vol. 22, p.3) London: Hogarth Press.
- Freud, S. (2014). *Seçme Yazılar*. G. Çoşkun (Çev.) Ankara, Alter Yayıncılık,
- Gable, S. L. ve Haidt, J. (2005). What (and Why) Is Positive Psychology? *Review of General Psychology* 9 (2): 103-110.
- Fombrun, C. (1996). *Realizing Value from Corporate Image*, Boston: Harvard Business School Press. Boston.

Fombrun C. ve C. Foss. (2001). The Gauge: Fombrun and Foss on Measuring Corporate Reputation, The Gauge Delahaye Medialink's Newsletter of Worldwide Communication Research. *14*, 3, 1.

Fombrun, C. J. Naomi A. Gardberg and Joy Sever. M. (2000). The Reputation Quotient: A Multi – Stakeholder Measure of Corporate Reputation. *The Journal of Brand Management, Vol.7, No.4*, 241–243.

Gangadharan, A. (2014). *Can I Smile With Spirit? Towards A Process Model Associating Workplace Spirituality And Emotional Labor*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. University of Texas-Pan American, 45-49.

George, J. M. and Brief A.P. (1990). The economic instrumentality of work: An examination of the moderating effects of financial requirements and sex on the pay-life Diener E., Oishi S., & Lucas, R. E. Personality, culture, and subjective well-being. *Annual Review of Psychology, 2003; 54*, 403-425.

Gosserand, R. H. (2003). *An Examination of Individual and Organizational Factors Related to Emotional Labor*. Unpublished Doctoral Dissertation, Louisiana State University, Los Angeles, 85-87.

- Gosserand, R. H., ve Diefendorff, J. M. (2005). Emotional Display Rules And Emotional Labor: The Moderating Role Of Commitment. *Journal of Applied Psychology*, 90(6): 1256.
- Gök., G. A. (2015). “Presentable” Duygusal Emek: İlaç Mümessillerinde Duygusal Emegin İşe Bağlılığa Etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Aralık, 10(3), 277- 300
- Grandey, A. (2003). “When The Show must go on: Surface Acting and Deep Acting as Determinants of Emotional Exhaustion and Peer-rated Service Delivery”, *Academy of Management Journal*, 46, 86-96.
- Grandey, A. A. (1999). *The Effects of Emotional Labor: Employee Attitudes, Stress and Performance*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Colorado State University Fort Collins, Colorado, 8
- Grandey, A. A. (2000). Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor. *Journal of Occupational Health Psychology*. 5(1), 95-110.
- Grandey, A. A., Fisk, G. M., Mattila, A. S., Jansen, K. J., & Sideman, L. A. (2005). Is “servicewith a smile” enough? Authenticity of positive displays during service encounters. *Organizational behavior and human decision processes*, 96(1), 38-55.
- Grandey, A. A., Fisk, G. M., ve Steiner, D. D. (2005). Must" service with a smile" be stressful? The moderating role of personal

control for American and French employees. *Journal of Applied Psychology*, 90(5): 893.

Gross, J. J. (1998). The Emerging Field of Emotion Regulation: An Integrative Review, *Review of General Psychology*, Vol 2, No. 3, 271-299.

Gülova, A., Palamutçuoğlu, B. T., Palamutçuoğlu, A. (2013). Duygusal Emek İle İşe Bağlılık Arasındaki İlişkide Amir Desteğinin Rolü: Üniversitede Öğrenci İşleri Personeline Yönelik Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt: 28, Sayı: 2, 41-74

Gümüş, M., Öksüz. B. (2009). Çalışanların Kurumsal İtibar Sürecine Katılımlarında İçsel İletişimin Rolü, *Journal of Yasar University*, 4(16), 2637-2660

Güner, A. R. (2007). *Sağlık Hizmetlerinde Örgütsel Bağlılık, İşe Bağlılık ve İş Tatmini Arasındaki İlişkilerin Modellenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Antalya. Akdeniz Üniversitesi. Sosyal Bilimler Üniversitesi

Güngör, M. (2009). Duygusal Emek Kavramı: Süreci ve sonuçları. *Kamu-İş*, 11(1), 167-184.

Hakanen, J. J., R. Perhoniemi ve Toppinen-Tanner, S. (2008). “Positive Gain Spirals At Work: From Job Resources To Work Engagement, Personal Initiative and Work-Unit Innovativeness”, *Journal of Vocational Behavior*, 73,78-91,

- Hamori, M. (2003). “The Impact Of Reputation Capital On the Career Paths of Departing Employess’”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.4, No.3, 304-315.
- Harris, F. ve Chernatony, L. (2001). “Corporate Branding and Corporate Brand Performance”, *European Journal of Marketing*, 35 (3/4), 441-456.
- Hefferon, K. ve Boniwell, I. (2014). *Pozitif Psikoloji- Kuram, Araştırma ve Uygulamalar*. Tayfun Doğan (Çev.) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Held, B. S. (2004). The Negative side of Positive Psychology. *Journal of Humanistic Psychology* 44, 9-46.
- Hochschild, A.R. (1979). Emotion work, feeling rules and social structure. *American Journal of Sociology*, 85 (3), 551 – 575.
- Hochschild, A.R. (1983). *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. University of California Press, Berkeley.
- Hochschild A. (2003). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, Ca: University of California Press.
- Inglis, R., Morley, C. ve Sammut, P. (2006). “Corporate Reputation and Organizational Performance: An Australian Study”, *Managerial Auditing Journal*, vol. 21, 934–947.
- Iverson, D. R. ve Maguire, C. (1999). “The Relationship Between Job and Life Satisfaction: Evidence from a Remote Mining

Community”, *Department of Management Working Paper*, 14; 1-25.

Jung, C. G. (1955). *Synchronicity: An Acausal Connecting Principle*. London: Routledge and Kegan Paul.

Kahn, W. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*; Dec 1990; 33, 4; ProQuest pg. 692.-724

Kanten, P. (2012). *İşgörenlerde İşe Adanmanın ve Proaktif Davranışların Oluşumunda Örgütsel Güven İle Örgütsel Özdeşleşmenin Rolü*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kanten, P. ve Kanten, S. (2016). *Örgütlerde Davranışın Karanlık ve Aydınlik Yüzü*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Karacaoğlu, K., (2005). Sağlık Çalışanlarının İşe Bağlılığa İlişkin Tutumları ve Demografik Nitelikleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Nevşehir İlinde Bir Uygulama. *Yönetim*, Yıl:16 Sayı: 52. 54-72

Keser, A. (2005). “İş Doyumu ve Yaşam Doyumu İlişkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama”. *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 7(2), 53-63.

- Keser, A. ve Yılmaz, G. (2009). “İşe Bağlanma (Engagement)”. *Çalışma Yaşamında Davranış*. Ed. Aşkın Keser, Gözde Yılmaz, Senay Yürür. Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 95-118.
- Kızanlıkl, M. M. (2014). *Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Öncüllerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kruml, S. M. ve D. Geddes. (2000). “Exploring The Dimensins of Emotional Labor: The Heart of Hoschshild’s Work”, *Management Comunication Quarterly*, 14, 8-49.
- Kuzucu, Y. (2006). *Duyguları Fark Etmeye ve İfade Etmeye Yönelik Bir Psikoeğitim Programının, Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Farkındalık Düzeylerine, Duyguları İfade Etme Eğilimlerine, Psikolojik ve Öznel İyi Oluşlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Metin, Ü. B. (2010). “İş Tutulması, Tükenmişlik ve İşkolikliğin Nedenleri ve Sonuçları” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Polatcı, S. ve Özyer, K. (2015). Duygusal Emek Stratejilerinin Duygusal Zekanın Tükenmişliğe Etkisindeki Aracılık Rolü. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:15, Sayı:3, 15: 131-156.

- Rayner, J. (2003). *Managing Reputational Risk. Curbing Threats, Leveraging Opportunities*, New York, Wiley & Sons.
- Rothbard, N. P. ve Patil, S. V. (2011). “*Being There: Work Engagement And Positive Organizational Scholarship*”, Cameron, K. S. ve G. M. Spreitzer (Editörler), *The Oxford Handbook Of Positive Organizational Scholarship İçinde*, Oxford University Press, New York,
- Kadıbeşgil, S. (2006). *İtibar Yönetimi*. İstanbul: MediaCat Kitapları,
- Kammeyer-Mueller, J. D., Rubenstein, A. L., Long, D. M., Odio, M. A., Buckman, B. R., Zhang, Y., & Halvorsen-Ganepola, M. D. (2013). A Meta-Analytic Structural Model of Dispositional Affectivity and Emotional Labor. *Personnel Psychology*, 66 (1), 47-90.
- Karaköse T. (2006). *Eğitim Örgütlerinde İç ve Dış Paydaşların Kurumsal İtibara İlişkin Algılamaları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi Elâzığ: Fırat Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaköse, T. (2007a). Örgütlerde İtibar Yönetimi, *Akademik Bakış. Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, Sayı:11,1-12
- Karaköse, T. (2007b). *Kurumların DNA’sı İtibar Yönetimi*, 1.Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 8. Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.



- Kaya, F. (2014). *Duygusal Emek İle Tükenmişlik ve İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na Bağlı Huzurevlerinde Çalışan Yaşlı Bakım Personeline Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kıyat, B. D. (2012). *Kurumsal İtibar Katsayısı ve Marka Sadakati İlişkisi: Telekomünikasyon Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumlar Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçel, T. (2001). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility*, 1. Edition, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Köksel, L. (2009). *İş Yaşamında Duygusal Emek ve Ampirik Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kular, S., M. Gatenby, C. Rees, E. Soane ve Truss, K. (2008). "Employee Engagement: A Literature Review", *Kingston University Working Paper Series No 19*, 1-28,
- Kurt, Z. (2013). *Duygusal Emek Faktörünün Yabancılaşmaya Etkisi: İstanbul'daki Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentalarına Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: ÇOMÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Küçük, F. (2005). İnsan Kaynakları Açısından Kurumsal İmaj, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol.15, No: 2,247-266.
- Lawler, Edward E. ve Hall, Douglas T. (1970). Relations of characteristics to job involvement, satisfaction and intrinsic motivation. *Journal of Applied Psychology*,54 (4), 305-312.
- Le Bon, G. (2009). *Kitleler Psikolojisi*. Ankara: Alter Yayınları.
- Lee, H. Y. (2012). *Antecedents and Consequences of Emotional Labor in Head Coaches of NCAA Division I Program*. Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy in the Graduate School of The Ohio State University.
- Leiter, M. P. ve Durup, M. J. (1996). Work, home, and in-between: A longitudinal studyof spillover. *Journal of Applied Behavioral Science*, 32(1), 29–47.
- Lewellyn, P.A. ve Wibker, E.A. (1990). *Significance of quality of life on turnover intentionsof certified public accountants*, Meadow, H.L. ve Sirgy, M.J. (ed.), *Quality-of-Life Studies in Marketing and Management* (International Society for Quality-of-Life Studies, Blacksburg, Virginia), 182–193.
- Lin, S. P., Wang, Y. Y., Hsu, W. L., Fang, C. H. (2015). The Mediation Effect of Emotional Experience between Emotion Labor and Job Engagement, *Universal Journal of Management* 3(12): 491-496.

- Locke, E. A. (1969). "What is job satisfaction?". *Organizational Behavior and Human Performance*, 4, 309–336.
- Lykken, D. ve Tellegen, A. (1996). "Happiness is A Stochastic Phenomenon" *Psychological Science*, 7, 186- 189.
- Lyubomirsky, S., King, L. ve Diener, E. (2005). The Benefits of Frequent Positive Affect: Does Happiness Lead to Success? *Psychological Bulletin*, 131: 803-855.
- Lyubomirsky, S. (2001). "Why are Some People Happier Than Others: The Role of Cognitive and Motivational Processes in Wellbeing" *American Psychologist*, 56: 239-249.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K.M. ve Schkade, D. (2005). "Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change" *Review of General Psychology*, 9: 111-131.
- Marx, K. (2012). *Ücretli Emek ve Sermaye Ücret Fiyat ve Kar*. S. Belli (Çev). Ankara Sol Yayınları.
- Malkoç, A. (2011). *Öznel İyi Oluş Müdahale Programının Üniversite Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş Düzeylerine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Maslach, C., B. Schaufeli, W. B. ve Leiter, M. P. (2001). "Job Burnout", *Annual Reviews Psychology*, v.52: 397-422.

- Maslach, C., Susan E. Jackson. (1981). “The Measurement of Experienced Burnout”, *Journal of Occupational Behaviour*, Vol: 2, 99-113.
- Maslow, A. (1954). *Motivation And Personality*. New York, NY: Harper and Row.
- Morris, A. J. ve Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *Academy of Management Review*, 21 (4), 986–1010.
- Mróz J, Kaleta K. (2016). Relationships between personality, emotional labor, work engagement and job satisfaction in service professions. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health* 2016; 29 (5), 767- 782
- Mucuk, İ. (2012). *Pazarlama İlkeleri*. (19. Basım). İstanbul, Türkmen Kitabevi.
- Mucuk, İ. (2013). *Modern İşletmecilik*. (18. Basım). İstanbul, Türkmen Kitabevi.
- Nakra P. (2000). Corporate reputation management: CRM with a strategic twist? *Public Relations Quarterly*, 45(2), 35-42.
- Oral, L. ve Köse, S. (2011). Hekimlerin Duygusal Emek Kullanımı ile İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 2. 463-492.

- Okay, A. (2000). *Kurum Dizaynının Kurum İmajına Katkısı*. MediaCat Kitapları, Ankara.
- Okay, A. ve Okay, A. (2001). *Halkla İlişkiler Kavramı Strateji ve Uygulamaları*, İstanbul: Der Yayınları.
- Oktuğ, Z. (2013). "Algılanan Örgütsel Destek ile Duygusal Emek Arasındaki İlişkide Algılanan Örgütsel Prestijin Biçimlendirici Etkisi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(46), 370-381.
- Oshagbemi, T. (1999). "Academics and Their Managers: A Comparative Study in Job Satisfaction". *Personnel Review*. 28, 388
- Öz, E. Ü. (2007). *Duygusal Emek Davranışlarının Çalışanların İş Sonuçlarına Etkisi* (1. baskı). İstanbul: Beta yayınları
- Özdemir, Y. ve Koruklu N. (2011). Üniversite Öğrencilerinde Değerler ve Mutluluk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *YYÜ, Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt: 8 Sayı 1*, 190-210.
- Özgüleş,B., Arslanoğlu,A., (2019).The Effect of The Subjective Well Being On Emotional Labor, 4.Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yönetim Kongresi, Özet Bildiri Kitapçığı , 20-23 Haziran 2019 ,İstanbul
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2001). *Örgütsel Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını No: 149.

- Özkalp, E. ve Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker Tarafından Geliştirilmiş Olan İşe Angaje Olma Ölçeğinin Türkçe’de Güvenilirlik ve Geçerliliğinin Analizi, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*. Temmuz. Cilt: 17, Sayı/: 3, 04-19.
- Özkan, G. (2011). *Duygusal Emek Gerektiren Mesleklerde Örgütsel İletişim Doyumunun Duygusal Emeğe Bağlı İş Doyumuna Etkisi: Çağrı Merkezlerinde Bir Uygulama Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkaplan, N. (2009). Duygusal Emek ve Kadın İş/Erkek İş. *Çalışma ve Toplum Dergisi* 2. Sayı. S.15-24.
- Redhouse. (2002). *İngilizce-Türkçe Türkçe- İngilizce Sözlük*. (29. Baskı) İstanbul: Sev Yayıncılık.
- Rekom, V. J. (1997). “Deriving an Operatioanl Measure of Corporate Identity”, *European Journal Of Marketing*, 31, 5/6, 410-422.
- Robbins, S. P. and Langton, N. (2005). *Fundamentals of Organizational Behaviour*. (2nd Canadian Ed.) Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Saks, A. M. (2006). “Antecedents and Consequences of Employee Engagament”. *Journal of Managerial Psychology*. v.21. i. 7. 600-619

- Saleh, S. D. ve Hosek, J. (1976). "Job İnvolveıment: Concepts and Measurements". *The Academy of Management Journal*. Vol. 19, no. 2, 213-224
- Salanova M. Sania A. ve Maria P. (2005). "Linking Organizational Resources and Work Engagement to Employee Performance and Customer Loyalty: The Mediation of Service Climate, *Psychology*, 90(6), 1217–1227.
- Savaş, A. C. (2012). *İlköğretim Okul Müdürlerinin Duygusal Zekâ Ve Duygusal Emek Yeterliklerinin Öğretmenlerin İş Doyumuna Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Savran, D. M. (2016). *Tenis Antrenörlerinin İyi Oluş (Well-Being) Durumlarının İş Bağlılığına Etkisinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Saylı, H., Ağca, V., Kızıldağ, D., Uğurlu, Y. (2009). Etik, Kurumsal İtibar ve Kurumsal Performans İlişisini Belirlemeye Yönelik İlk 500 İşletme İçinde Yapılmış Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. C.14, S.2, 171-180.
- Schermerhon, J. R., Hunt, J. G., Osborn, R. N. (1994). "Management, *John Willey and Sons*", USA, 144

- Schultz, P. ve Cook, I., (1980). Porche an Nichemanship, *Harvard Business Review*. March, 88-89
- Schaufeli, W.B., Salanova, M., Roma, V, G., ve Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Schwaiger, M. (2004). “Components and Parameters of Corporate Reputation – An Emprical Study”, *Schmalenbach Business Review*, 56, 46-71.
- Seçer Ş. ve Tınar M.Y. (2004). İşyerinde Tükenmişlik Kaynağı Olarak Duygusal Emek- Hemşireler Üzerinde Yapılan Bir Araştırma. 9. Ulusal Ergonomi Kongresi Bildirileri, Denizli, 272.
- Seçer, Ş. (2005). Çalışma Yaşamında Duygular ve Duygusal Emek: Sosyoloji, Psikoloji ve Örgüt Teorisi Açısından Bir Değerlendirme, İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları, Prof. Dr. Nevzat Yalçıntaş’a Armağan Özel Sayısı, 50. Kitap, İstanbul: İÜ Yayınevi, (813-834).
- Seligman, M.E.P. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An Introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- Selvi, Ö. (2012). *Özel Sağlık Kurumlarında İtibar Yönetimi ve Bir Uygulama Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.



- Serin, Ç. (2014). *Duygusal Emeğin Tükenmişlik ve İş Tatminine Etkisi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Türk Hava Kurumu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Solmaz, Başak. (2007). *Kurumsal İletişim Yönetimi*, Konya: Tablet Kitapevi.
- Sonnentag, S. (2003). Recovery, Work Engagement, And Proactive Behavior: A New Look At The Interface Between Non-Work And Work. *Journal of Applied Psychology*, 88, 518-528.
- Steiner, D. D. and Truxillo D. M. (1989). An improved test of the disaggregation hypothesis of job and life satisfaction. *Journal of Occupational Psychology*, 62, 33–39.
- Şakar, N. A. (Ed.). (2011). *Kurumsal İtibar ve Paradigmalar*. İstanbul: Beta yayınları.
- Şimşek, N. ve Fidan, M. (2005). *Kurum Kültürü ve Liderlik*. Konya: Tablet Kitabevi.
- TDK Türkçe Sözlük. (2005). 10. Baskı. Ankara Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tencati Antonio, Francesco Perrini ve Stefano Pogutz. (2004). “New Tool to Foster Corporate Social Responsibility Behavior”, *Journal of Business Ethics*, 53,173-190.
- Tekin, M. (2013). *Toplam Kalite Yönetimi*. Konya: Günay Ofset.

- Turgut, T. (2010). *Çalışmaya Tutkunluk*, G. İslamoğlu (der.), *Kurumlarda İyilik de Var*. Nobel, Ankara, 57-89.
- Turgut, T. (2011). Çalışmaya Tutkunluk: İş Yükü, Esnek Çalışma Saatleri, Önetici Desteği ve İş-Aile Çatışması İle İlişkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 25, Sayı: 3-4*, Ankara,155-179.
- Tutar, H. (2014). *Örgütsel Psikoloji Endüstri ve Örgüt Psikolojisinde yeni Yaklaşımlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkay, O., Ünal, A., Taşar, O. (2011). Motivasyonel ve Yapısal Etkenler Altında Duygusal Emegın İşe Bağlılığa Etkisi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 7, Sayı 14*, 201-222.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uyguç, N. (2003). “Örgüt Kültürü ve Yönetim Davranışı”, XI. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon Kocatepe Ün. İİBF, Afyon, 432-438.
- Uyguç, N ve Çımrın, D. (2004). DEÜ Araştırma ve Uygulama Hastanesi Merkez Laboratuvarı Çalışanlarının Örgüte Bağlılıklarını ve İşten Ayrılma Niyetlerini Etkileyen Faktörler, *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:19 Sayı:1*, 91-99
- Uzuntarla, Y. (2015). *Kişilik Özellikleri İle Empatik Özellikler Arasındaki İlişkide Duygusal Emek ve Tükenmişliğin Aracılık*

*Rolü: Hekimler Üzerine Bir Araştırma.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: GATA. Sağlık Hizmetleri Yönetimi Bilim Dalı.

Ülgen, H.ve Mirze, K. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim.*6. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.

Varoğlu, A. (2013). *Örgüt Kültürü* Kırel, Ç., ve Ağlargöz, O. (Ed). *Örgütsel Davranış.* 88-116. Ankara. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Villiers, C. (2015). *The relationships between emotional labour, the HEXACO personality traits, work engagement and burnout in the hospitality industry,* Thesis presented in partial fulfilment of the requirements for the degree Master of Commerce (Industrial Psychology) at Stellenbosch University. South Africa

Vural, Z. Beril Akıncı. (2003). *Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim,* İstanbul: İletişim Yayınları.

Wharton, A. S. (1993). The affective consequences of service work: Managing emotions on the job. *Work and Occupations,* 20(2), 205–232.

Yalçın, A. (2010). *Emotional Labor: Dispositional Antecedents and The Role Of Affective Events.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yaşlıoğlu, M. M. (2012). *Kurumsal İtibar ve İşletmelerde Kurumsal İtibar Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi: Otomotiv*

*Sektöründe Uygulanması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi.  
İstanbul: İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yüksel, İ. (2004). Çalışma Yaşamı Kalitesinin Tipik Ve Atipik İstihdam Açısından İncelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5(1),47-58.

Zapf, D., Vogt, C., Seifert, C., Mertini, H., Isic, A. (1999). "Emotion Work as a Source of Stress: The Concept and Development of an Instrument". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8/3, 371-400.

Zyman, S. ve Brott, A., (2004). *Bildiğimiz Reklamcılığın Sonu*. (Çev: F. Cihan Dansuk) İstanbul: MediaCat Yayınları.

### **İnternet Kaynakları:**

Atılım (2016). İmaj ve Türkiye'nin Algılanması, 21 Haziran 2016 tarihinde  
pr.atilim.edu.tr/shares/personel/469/58\_publication.doc  
adresinden erişildi.

ÖZDEMİR, A. A. (2015). İş Tatmini, Pozitif/Negatif Duygulanım ve Yaşam Tatmininin Etkisi. 01.04.2016 tarihinde  
<http://www.calismatoplum.org/sayi46/ozdemir.pdf> adresinden  
erişildi.

Pozitif Psikoloji Derneği (2016). 21 Mart 2016 tarihinde <http://www.PozitifPsikolojiderneği.org/PozitifPsikoloji.html> adresinden  
erişildi.

ReputationInstitute (2016). 01.09.2016 tarihinde <https://www.Reputationinstitute.com/reputation-measurement-services/reprakframeworkadresinden> erişildi.

Radikal (2016). “Fombrun: İtibar müşteriyi çeker” 06.09.2016 tarihinde <http://www.radikal.com.tr/ekonomi/fombrun-itibar-musteriyi-ceker-647811adresinden> erişildi.



978-605-7695-12-3



**IKSAD**  
Publishing House