



**T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**İŞ YAŞAM KALİTESİ VE KURUMSAL SOSYAL
SORUMLULUK ALGISININ İŞE ADANMIŞLIK ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNİN İNCELENMESİ: ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

(Yüksek Lisans Tezi)

Sefa ÖKSÜZ

Danışman

Doç. Dr. Eren ERKİLİÇ

RİZE

2022

KABUL VE ONAY

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında, Doç. Dr. Eren ERKİLİÇ danışmanlığında, Sefa ÖKSÜZ tarafından hazırlanan *İş Yaşam Kalitesi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Zincir Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma* adlı bu tez çalışması, 01/08/2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği/oy çokluğuyla başarılı bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri	Unvanı, Adı Soyadı	İmza
Başkan :	Doç. Dr. Eren ERKİLİÇ	
Üye :	Dr. Öğr. Üyesi Halil Can AKTUNA	
Üye :	Dr. Öğr. Üyesi Fazıl KAYA	

ETİK BEYAN

Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programından mezun olmak üzere teslim ettiğim “İş Yaşam Kalitesi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Zincir Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma” adlı tezim, bilim ve araştırma etiği prensiplerine riayet edilerek tarafımdan yazılmıştır.

Tez çalışmamda, başka kaynaklardan aktarılan bütün bilgi ve alıntılar, Enstitünüz Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak açıkça gösterilmiştir. Kaynağı gösterilenler dışından kalan bütün bilgiler uygun araştırma yönetimi kullanılarak tarafımdan edinilmiş ve esere bu şekilde yansıtılmıştır. Şahsıma ait olmayan hiçbir bilgi, kasıt veya kusurlar, şahsıma aitmiş gibi gösterilmemiştir. İnternet kaynakları dahil, sahibine/kaynağına atıf yapılmaksızın hiçbir bilgi kullanılmamıştır. Aksinin ortaya çıkması halinde doğacak bütün hukuki, idari, akademik ve etik sorumluluk tarafıma ait olacaktır. Eserin tesliminden sonra herhangi bir zamanda, bilim etiğine aykırılık tespit edilmesi ve / veya eserimle ilgili intihal veya intihal şeklinde anlaşılabilecek bir durum ortaya çıkması halinde; Üniversiteniz ve eğitim kadronuzun hiçbir şekilde sorumlu tutulmayacağını hür irademle kabul, beyan ve taahhüt ederim.

01/08/2022

Sefa ÖKSÜZ

ÖN SÖZ

Trabzon'daki zincir otel işletmeleri işgörenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla hazırlanmış bir araştırmadır.

Yüksek lisans eğitim ve öğrenim hayatım boyunca kararlarımı destekleyen, gelişimime katkı sağlayan, çalışma fırsatı yakaladığım, eşsiz bilgi birikimini ve hayat tecrübelerini bana aktaran saygıdeğer kıymetli büyüğüm tez danışmanım Doç. Dr. Eren ERKILIÇ'a,

Yüksek lisans eğitim ve öğrenim ders dönemi boyunca yürüdüğüm bu yolda bana ışık tutan saygıdeğer Doç. Dr. Gülsün YILDIRIM, Dr. Öğr. Üyesi Burcu Ayşenur SAKLI, Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER ve Dr. Öğr. Üyesi Ali AKAY'a,

İş hayatımda tezime yeterli vakti ayırmama imkân sağlayan, desteklerini esirgemeyen çalışma arkadaşlarıma ve saygıdeğer müdürüm Erhan KARAHAN'a,

Şu an olduğum kişi olmamda en büyük katkıyı sağlayan, desteklerini esirgemeyen, gereken sabrı ve özeni her zaman gösteren aileme, başta her daim sırtımı yasladığım çınar olan babam Celal ÖKSÜZ'e, annem İnnâ ÖKSÜZ'e, kız kardeşim Av. Merve ÖKSÜZ'e, dedem Valiyev NURSAİTOVA'ya ve anneannem Lubov NURSAİTOVA'ya,

Hayatımı kurtaran, mutluluğumu ve mutsuzluğumu paylaşan, maddi ve manevi tüm desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen çok değerli can dostum Süleyman KILIÇ'a,

Sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Sefa ÖKSÜZ

2022/RİZE

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	I
ETİK BEYAN	II
ÖN SÖZ	III
İÇİNDEKİLER	IV
ÖZET	VII
ABSTRACT	VIII
KISALTMALAR.....	IX
TABLolar LİSTESİ.....	XI
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XIV
GİRİŞ.....	1
1. İŞ YAŞAM KALİTESİ	3
1.1. İş Yaşam Kalitesi Kavramı	4
1.2. İş Yaşam Kalitesi Modelleri.....	9
1.2.1. Walton’ın İş Yaşam Kalitesi Modeli.....	10
1.2.2. Yayılma ve İhtiyaçların Tatmini Teorisine Göre İş Yaşam Kalitesi Modeli	11
1.2.3. İş Yaşam Kalitesinin Değerlendirilmesi Walton Modelinin Uyarlanması	13
1.3. Turizmde İş Yaşam Kalitesi.....	13
2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK.....	16
2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı	17
2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri.....	20
2.2.1. Carroll’ın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	20
2.2.2. Lantos’un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	21
2.2.3. Wood’un Kurumsal Sosyal Performans Modeli.....	22
2.2.4. Wartrick ve Cochran’ın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	22
2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ölçülmesi	23
2.4. Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk	24
2.4.1. Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları	24

2.4.2. Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları	29
3. İŞE ADANMIŞLIK	33
3.1. İşe Adanmışlık Kavramı	33
3.2. İşe Adanmışlığın Sağladığı Faydalar	35
3.3. İşe Adanmışlığı Artırmanın Yolları	36
3.4. İşe Adanmışlığı Azaltan Durumlar ve Etkileri.....	37
3.5. İşe Adanmışlık Modelleri.....	38
3.5.1. Khan’a göre İşe Adanmışlık.....	38
3.5.2. Schaufeli’ye göre İşe Adanmışlık	39
3.6. Turizmde İşe Adanmışlık.....	39
4. İŞ YAŞAM KALİTESİ VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALGISININ İŞE ADANMIŞLIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ: ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	43
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	43
4.2. Araştırmanın Problemi	44
4.3. Araştırmanın Kapsamı	45
4.4. Araştırmanın Yöntemi.....	45
4.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	46
4.6. Hipotezler.....	47
4.6.1. İş Yaşam Kalitesi ve İşe Adanmışlık.....	48
4.6.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşe Adanmışlık.....	48
4.6.3. Araştırmanın Modeli	49
4.7. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması	49
4.8. Verilerin Analizi.....	50
4.8.1. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Faktör Analizleri	50
4.8.2. İş Yaşam Kalitesi Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik ve Faktör Analizi	51
4.8.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik ve Faktör Analizi	53
4.8.4. İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik ve Faktör Analizi.....	54
4.8.5. Verilerin Normal Dağılım Analizleri	55

4.9. Araştırmanın Bulguları	55
4.9.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	56
4.9.2. İş Yaşam Kalitesi ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkinin Test Edilmesine Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları.....	66
4.9.3. İş Yaşam Kalitesinin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Bulguları	69
4.9.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkinin Test Edilmesine Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları	76
4.9.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Bulguları.....	78
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	84
KAYNAKÇA	90
EKLER	116
ETİK KURUL KARARI	118

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Ana Bilim Dalı : Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Türü : Yüksek Lisans Tezi

Danışman : Doç. Dr. Eren ERKİLİÇ

Hazırlayan : Sefa ÖKSÜZ

Yıl : 2022

Sayfa Sayısı : 133

ÖZET

**İŞ YAŞAM KALİTESİ VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK
ALGISININ İŞE ADANMIŞLIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ:
ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Konaklama işletmelerinde insan kaynağı hizmetin kalitesini belirleyen önemli bir faktör olduğu için işletmenin başarısında kilit rol oynayarak rekabet avantajı elde etmesini sağlamaktadır. Araştırmacılar tarafından son yıllarda önem kazanan işe adanmışlık kavramı insan kaynağının üretkenliğini ve verimliliğini artıran bir konudur. İşe adanmış işgörenler işletmelere rekabet ve maliyet avantajı sağlarken hizmetin kalitesinin de artmasına katkı sağlamaktadır. Literatürde işe adanmışlık kavramının iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramları ile ayrı ayrı ilişkilendirildiği görülmüştür. Bu kapsamda zincir otel işletmesi işgörenlerinin işe adanmışlıklarını artırmanın bir yolu olarak iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısı kavramlarıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırma, iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini incelemek amacıyla, Trabzon'daki zincir otel işletmesi işgörenleri üzerine gerçekleştirilmiştir. Trabzon'daki zincir otel işletmesi işgörenlerinden anket tekniği ile veriler toplanarak 343 geçerli anket elde edilmiştir. Araştırmaya dâhil olan işgörenlerin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve işe adanmışlıkları ile demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için t-testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Araştırma modeline uygun olarak iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve işe adanmışlık arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi ve kavramların neden-sonuç ilişkisini belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda; katılımcıların cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, işletmedeki görevi ve işletmedeki görev süresi ile iş yaşam kalitesi arasında; cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, işletmedeki görevi ve işletmedeki görev süresi ile kurumsal sosyal sorumluluk algısı arasında; yaş, gelir düzeyi, eğitim düzeyi ve işletmedeki görevi ile işe adanmışlık arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucuna göre iş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu; kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işe adanmışlık arasında anlamlı, pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre iş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu; kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: İş yaşam kalitesi, Kurumsal sosyal sorumluluk, İşe adanmışlık, Zincir otel işletmeleri.

Recep Tayyip Erdogan University of Graduate Studies

Department : Department of Tourism Management
Thesis Type : Master Thesis
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Eren ERKILIÇ
Author : Sefa ÖKSÜZ
Year : 2022
Pages : 133

ABSTRACT

**THE EFFECT OF QUALITY WORK LIFE AND CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY ON WORK ENGAGEMENT EXAMINATION:
A RESEARCH ON CHAIN HOTEL BUSINESSES**

In accommodation businesses, human resources are an important factor that determines the quality of service, they play a key role in the success of the business and enable it to get competitive edge. By researcher has gained importance the concept of work engagement in recent years, is an issue that increases the productivity and efficiency of human resources. Employees to work engagement, the increase in the quality of the service while providing competitive and cost advantages to the business. In the literature, it has been seen that with the concept quality work life and corporate social responsibility the concept of work engagement is separately associated. In this context, it is thought to be related to the concepts of quality work life and corporate social responsibility to increase of the work engagement of the chain hotel business.

The aim of this research the effect of quality work life and corporate social responsibility on the work engagement examination, the employees of the chain hotel business in Trabzon. A total of 343 valid questionnaires were obtained by collecting data from the employees of the chain hotel business in Trabzon with the questionnaire technique. The t-test and ANOVA test were conducted to determine whether there was a significant difference between quality work life, corporate social responsibility, and work engagement with demographic characteristics of the employees included in the research. Correlation analysis was performed to determine the relationship between quality work life, corporate social responsibility, and work engagement in accordance with the research model, and regression analysis was performed to determine the cause-effect relationship of the concepts. It was found that of the result, a significant difference was found gender, age, level of income, level of education, title of business and period of office with between quality work life; gender, age, level of income, level of education, title of business, and period of office with between corporate social responsibility; age, level of income, level of education, and title of business with between work engagement. According to the correlation analysis results, there is a statistically significant, positive, and moderate relationship between quality work life and work engagement; It has been determined that there is a significant, positive, and moderate relationship between the perception of corporate social responsibility and work engagement. According to the results of the regression analysis, the quality work life has a statistically significant effect on work engagement; It has been concluded that the perception of corporate social responsibility has a statistically significant effect on work engagement.

Keywords: Quality work life, Corporate social responsibility, Work engagement, Chain hotel business.

KISALTMALAR

a	: Sabit Değer (Cronbach's Alpha)
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
akt.	: Aktaran
ANOVA	: Anova Testi
Av.	: Avukat
b	: Bağımsız Değişken Regresyon Kat Sayısı
β	: Beta Katsayısı
CIPD	: Chartered Institute of Personnel and Development
d	: Örneklem Hatası
Doç. Dr.	: Doçent Doktor
Dr. Öğr. Üyesi	: Doktor Öğretim Üyesi
Durbin-Watson	: Durbin-Watson İstatistiği
Ed.	: Editör
f	: Frekans
H	: Hipotez
Inc.	: Incorporated
IHG	: International Hotels Group
t	: T testi, t dağılımı
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy
LEED	: Leadership in Energy and Environmental Design
LGBT	: LGBT Bireyler
N	: Evren
n	: Örneklem büyüklüğü
no.	: Numara
r	: Korelasyonun Anlamlılığı
r^2	: Belirlilik Kat Sayısı
sd	: Serbestlik Derecesi

Sig.	: Significance
ss.	: Sayfa Sayısı
s.s.	: Standart Sapma
Std.	: Standart
UNWTO	: The World Tourism Organization
vb.	: Ve Benzeri
vd.	: Ve Diğerleri
x	: Bağımsız Değişken Puanı
Z	: Yanılma Düzeyi
WBCSD	: World Business Council for Sustainable Development
%	: Yüzde
<	: Küçüktür
>	: Büyüktür
≤	: Küçük Eşittir
≥	: Büyük Eşittir
*	: Korelasyonun Anlamlılığı (p)

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. İş yaşam kalitesi tanımları	5
Tablo 2. Kurumsal sosyal sorumluluk tanımları	18
Tablo 3. Wood'un kurumsal sosyal sorumluluk modeli	22
Tablo 4. Wattrick ve Cochran'ın kurumsal sosyal sorumluluk modeli.....	23
Tablo 5. İşe adanmışlık tanımları.....	34
Tablo 6. Türkiye'deki konaklama işletmeleri oda ve yatak başına düşen ortalama personel sayısı.....	46
Tablo 7. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasına ilişkin formül	47
Tablo 8. İş yaşam kalitesi ölçeği KMO ve Barlett testi sonuçları.....	51
Tablo 9. İş yaşam kalitesi ölçeği açımlayıcı faktör analizi bulguları.....	52
Tablo 10. Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği KMO ve Barlett testi sonuçları	53
Tablo 11. Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği açımlayıcı faktör analizi bulguları ..	53
Tablo 12. İş adanmışlık ölçeği KMO ve Barlett testi sonuçları.....	54
Tablo 13. İşe adanmışlık ölçeği açımlayıcı faktör analizi sonuçları.....	54
Tablo 14. İş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık ölçeklerinin normal dağılım analizi	55
Tablo 15. Katılımcıların demografik özellikleri	56
Tablo 16. Katılımcıların cinsiyetinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları	57
Tablo 17. Katılımcıların medeni durumunun iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları	58
Tablo 18. Katılımcıların yaşlarının iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları	59
Tablo 19. Katılımcıların aylık gelir düzeyinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi Sonuçları	61
Tablo 20. Katılımcıların eğitim düzeyinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları	62

Tablo 21. Katılımcıların turizm eğitim durumu iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları	63
Tablo 22. Katılımcıların işletmedeki görevi ile iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve işe adanmışlık arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları.....	64
Tablo 23. Katılımcıların işletmedeki görev süresinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları.....	65
Tablo 24. İş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık arasındaki korelasyon analizi sonuçları	66
Tablo 25. İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerindeki etkisinin test edilmesine yönelik regresyon analizi sonuçları	70
Tablo 26. İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık alt boyutları üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları	70
Tablo 27. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları	71
Tablo 28. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları	73
Tablo 29. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları	74
Tablo 30. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık boyutlarından zihinsel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları	75
Tablo 31. Kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık arasındaki ilişki korelasyon analizi sonuçları	76
Tablo 32. Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinin test edilmesine yönelik regresyon analizi sonuçları	78
Tablo 33. Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık alt boyutları üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları	79
Tablo 34. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları	80

Tablo 35. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları.....	81
Tablo 36. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık boyutlarından duygusal işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları.....	81
Tablo 37. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları.....	82



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Carroll'ın kurumsal sosyal sorumluluk piramidi	21
Şekil 2. 2020 yılı Brand Finance marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri....	30
Şekil 3. Araştırma modeli	49



GİRİŞ

Günümüzde insan kaynağı, organizasyonları diğer organizasyonlardan ayıran en önemli faktör olarak görülmektedir. İnsan kaynağının sadakati, adanmışlığı, iş birikimi, yetenekleri ve becerilerinden en etkin biçimde faydalanmak sürdürülebilir rekabetin temel şartlarından biri olarak kabul edilmektedir. Organizasyonlarda verimliliğin sağlanması insan kaynağını etkin kullanabilmesine bağlıdır. Bu kapsamda organizasyonların insan kaynağından avantaj elde edebilmesi tüm paydaşların çıkarlarını gözetmesiyle sağlanabilmektedir. Turizm endüstrisinin yapısından dolayı insan kaynağı önemli bir hâl almaktadır. Bu kapsamda turizm endüstrisinin en önemli ürünü olan hizmet yoğunlukla konaklama işletmelerinde üretildiği için insan kaynağının konaklama işletmelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Konaklama sektörü ürünü olan hizmet üretildiği anda tüketilen emek-yoğun özellik gösterdiği için insan kaynağı hizmetin kalitesini etkilemektedir. Bu kapsamda konaklama sektöründe, insan kaynağının ihtiyaçlarını, beklentilerini ve isteklerini karşılamak hizmetin kalitesini artırmaktadır. İnsan kaynağının örgütsel davranışının açıklanması üretkenliğin ve verimliliğin artmasına önemli katkıları bulunmaktadır. Özellikle iş yaşamı insan hayatının büyük bir bölümünü kapladığı için (Örücü vd., 2006: 39), iş yaşam kalitesinin iyileştirilmesi sadece iş tatmini üzerinde değil sosyal yaşantı, aile yaşantısı ve mali konular gibi genel yaşam kalitesi üzerinde de etkili olduğu görülmektedir (Altay ve Turunç, 2018: 196). Bu kapsamda, iş yaşamındaki kalite iş performansını etkilediği gibi iş dışındaki yaşam kalitesini de etkilemektedir (Yılmaz ve Tanrıverdi, 2017: 84). Bu nedenle, işgörenlerin iş ortamından soğumasını engellemek, adanmışlıkları artırmak ve iş tatminlerini yükseltmek için iş yaşam kalitelerinin yükseltilmesi amaçlanmaktadır. İşgörenlerin çalışma sonucunda elde edecekleri fayda sosyal sorumluluk faaliyetleri ile artmakta olup genel tatmin düzeylerini de etkilemektedir. Özellikle organizasyonlarda sosyal anlayışın paylaşılması ilgili paydaşların yaşam kalitelerini yükselterek işgörenlerin üzerinde de olumlu tutumlar oluşturmaktadır (Nimalathasan, 2011: 2). Tüm paydaşların çıkarlarını sosyal sorumluluk faaliyetleriyle gerçekleştirmek işletmelerde çift yönlü fayda sağlarken en önemli paydaş olan işgörenlerin işe adanmışlıkları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olacağı düşünülmektedir.

Sosyal değişim teorisi örgütsel davranışları açıklamakta tercih edilen en etkili

paradigmadır. Sosyal değişim sayısı artıkça sosyal değişimden elde edilen kâr azalmaktadır (Blau, 1964: 89). Bu kapsamda işğörenlerin sosyal değişimden uzun süre fayda sağlayabilmeleri için organizasyonların kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerini ve politikalarını benimseyip uygulaması önem arz etmektedir. Yüksek sosyal değişim algısına sahip işğörenler, iş ortamını daha adil algıladıkları için örgütlerine daha fazla adanmış oldukları görülmektedir (Witt vd., 2001: 506). Bu sebeple işğörenin fiziksel, duygusal ve zihinsel kaynaklarını işe adaması elde edilecek faydalar sonucunda olmaktadır. İşğörenlerin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini açıklamak için teorik gerekçe sosyal değişim teorisi kapsamında değerlendirilmiştir. İş yaşam kalitesi yüksek bireyler daha fazla sosyal değişim algılayacağı için işe adanmışlıklarının artacağı düşünülmüştür. Bu bağlamda sosyal değişim teorisinin bu iki paradigma ve alt boyutlarıyla ilişkili olduğu ve karşılıklı fayda takası sağlayacağı söylenebilir.

İşe kendini adayan, işi isteyerek, heyecan ve tutku ile yapan işğörenler tercih edildiğinde verimlilik ve performans artarken hem maliyetler düşer hem de işğören ilişkileri gelişmektedir. Bu durum hem organizasyonlara hem de işğörenlere çeşitli avantajlar sağlamaktadır. İşe adanmış işğören, organizasyonda verimliliği ve kaliteyi artırırken, bunun bir sonucu olarak işğören açısından da tatmin, kendini gerçekleştirme, başarı, kariyer gelişimi, ekonomik fayda, saygınlık, sosyal hayatın gelişmesi dolayısıyla iş ve genel yaşam kalitesinin artmasıyla sonuçlanmaktadır. Bu tezin amacı zincir otel işletmesi işğörenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlıkları üzerinde etkisini incelemektir.

1. İŞ YAŞAM KALİTESİ

Küreselleşmenin bir sonucu olarak işletmelerin en önemli kaynağının insan kaynağı olduğu ortaya çıkmıştır (Sojka, 2014: 288; Tuncer ve Yeşiltaş, 2013: 60). Bununla birlikte insan hayatının en önemli rollerinden biri iş yaşamındaki işgören rolü olarak kabul edilmektedir (Arndt vd., 2013: 98). Nelson-Horchler (1991) araştırmasında bireylerin %36'sı hayatlarının en önemli parçasının iş yaşamı olduğunu belirtmiştir (Nelson-Horchler, 1991: 42-44). İş yaşamı, insan hayatının önemli bir bölümünü kapsamakla birlikte ekonomik faydalarının yanı sıra toplumla etkileşim, toplumdaki rol ve saygınlık gibi sosyal ihtiyaçlarının da karşılanmasına katkı sağlamaktadır (Erdem ve Kaya, 2013: 136). İş yaşamının önemli bir parçası olan iş ortamı sadece para kazanılan ve emek harcanan bir mekân değil başarı, tatmin ve gurur hislerinin kazanıldığı insan yaşamını etkileyen bir ortamdır (Türkay, 2015: 239-240). İş yaşamıyla birlikte boş zaman, seyahat şekli, eğitim ve kariyer algıları değişmekte olduğu için bu durum iş dışındaki yaşamı etkilemektedir (Deery ve Jago, 2009: 97). Bu kapsamda iş ve yaşam koşulları sürekli etkileşim içinde olduklarından dolayı birbirinden ayrı düşünülemez (Schulze, 1998: 519-522). Bunun sonucu olarak geliştirilen iş yaşam kalitesi kavramı bireylerin aile, boş zaman, iş hayatı ve sosyal ihtiyaçlarına katkı sağlamaktadır (Kanten, 2014: 254-255). İş yaşam kalitesi işgörelere kaliteli iş ortamı sunan ve işgöreleri cezbederek organizasyonun imajını güçlendiren bir kavram olduğundan söz edilebilir. İş yaşamının kalitesi işgörelerin iş ve sosyal hayatta sergiledikleri tutum ve davranışları da etkilemektedir (Kanten vd., 2018: 560). İş yaşam kalitesi işgörelenin iş hayatına ve topluma yabancılaşmasını azaltan ve gelişmesine yardımcı olan bir konudur (Huzzard, 2003: 21).

İşgörelenin iş ortamındaki ihtiyaçları karşılanmadığında refahı olumsuz etkilenecek iş performansının düşmesine ve stres yaşanmasına neden olmaktadır (Emadzadeh vd., 2012: 438). Bu kapsamda işgörelenin iş stresini azaltmak, verimliliği ve rekabeti artırmak için iş yaşam kalitesinin iyileştirilmesi önemlidir (Yirik ve Babür, 2014: 54). Organizasyonların başarısında kilit rol oynayan insan kaynağının üretkenliği ve verimliliği iş yaşam kalitesi ile sağlanmaktadır (Kwaha ve Iyortsuun, 2018: 54). Buna göre iş yaşam kalitesi iş ortamını oluşturan fiziksel ve psikolojik tüm bileşenlerin işgörelere tarafından algılanması olarak açıklanmaktadır (Türkay, 2015:

240). Bu kapsamda iş yaşam kalitesi işgörenlerin üretkenliklerini artırmak için iş ortamının yeniden yapılandırılmasıdır (Loscocco ve Rochelle, 1991: 183). İş yaşam kalitesinin işgörenlerin psikolojik tatmin düzeyini iyileştirerek verimlilik, yenilikçilik ve stratejik amaçlara katkı sağlamalarına yardımcı olmaktadır (Kanten vd., 2018: 560).

İşgörenlerin iş yaşam kalitesini etkileyen unsurlar; çalışma ortamının fiziksel nitelikleri, bireyler arası etkileşimin yoğunluğu, ilişkilerin seviyesi, davranış kalıpları, işgörenin iş sözleşmesinden kaynaklı hakları, ödüllendirme vb. unsurlar olarak sıralanmaktadır (Türkay, 2015: 241). Güvenli çalışma ortamı, ücretler, yapılan işin kalitesi, işte teknoloji kullanımı, iş doyumu, motivasyon, istihdam güvencesi, sosyal adalet, güvenlik ve eğitim faktörleri iş yaşam kalitesini doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir (Can, 1991; Tuncer, 2013: 59). İş yaşam kalitesi mükemmel iş ortamının oluşmasına katkı sağlamaktadır (Kanten vd., 2018: 560). Çalışma organizasyonu, çalışma koşulları, çalışma ortamı, atölye katılımı, Fransa’da “*çalışma koşullarının iyileştirilmesi*”, Almanya’da “*işin insancillaştırılması*” ve diğer Avrupa ülkelerinde “*işçilerin korunması*” terimleri iş yaşam kalitesi kavramı ile aynı anlamı taşımaktadır (Huzzard, 2003: 21). Görüldüğü üzere iş yaşam kalitesi birçok faktörü etkilediği ve etkilendiği için iş yaşam kalitesinin tanımı endüstriden endüstriye, coğrafyadan coğrafyaya, kültürden kültüre değişiklik göstereceğinden iş yaşam kalitesinin genel kabul görmüş standart bir tanımı bulunmamaktadır (Martel ve Dupuis, 2006: 333-336). Bu kapsamda sonraki bölümde iş yaşam kalitesinin tanımları ve tarihsel gelişiminin incelenmesi konunun daha iyi anlaşılması noktasında fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

1.1. İş Yaşam Kalitesi Kavramı

İş yaşam kalitesi terimi ilk olarak 1970 yılında ABD basınında Research Journal’da Louis Davis tarafından bahsedilmiştir (Jaiswal, 2014: 83-84). İş yaşam kalitesi ilk ortaya çıktığı 1970’li yıllarda işgörenlerin işe tepkisi, iş tatmini ve ruh sağlığı ile ilgili sonuçları açıklamak ve kişisel ihtiyaçları karşılamak için geliştirilmiştir (Ben ve Rose, 2007: 30). İş yaşam kalitesini konu alan ilk uluslararası konferans 1972’de Toronto’da gerçekleştirilirken aynı yıl Uluslararası İş Yaşamı Kalitesi Konseyi kurulmuştur (Ambardar ve Singh, 2017: 23). Uluslararası Çalışma İlişkileri Konferansı (1972)’nda işgörenlerin iş hayatına dâhil olabilmesi için uygulanması gereken örgütsel müdahalelerin öneminden bahsedilmiştir (Hian ve

Einstein, 1990: 17; Carlson, 1983: 27). İş yaşam kalitesi ilk ortaya çıktığı 1970’li yıllarda işgörenlerin işe tepkisi, iş tatmini, ruh sağlığı ile ilgili sonuçları açıklamak ve kişisel ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirilmiştir (Ben ve Rose, 2007: 30). 1974 yılında küresel enerji krizi ve enflasyon sonucu yeniden değerlendirilen iş yaşam kalitesi 1980’lerden sonra toplam kalitenin bir türevi olarak ele alınmıştır (Fernandes vd., 2017: 6). 1980’li yıllardan günümüze kadar ekonomik ve kurumsal yapılanmanın bir aracı olarak önem kazanmıştır (Bharathi vd., 2011: 48). Tablo 1’de iş yaşam kalitesinin daha iyi anlaşılabilmesi için yapılan tanımlar kronolojik olarak sıralanmıştır.

Tablo 1. İş yaşam kalitesi tanımları

Yazar	Tanım
Davis, (1972)	Bireyin işini etkileyen kararlara katılmasına destek veren, örgütsel ilişkilerinin geliştirilmesine olanak sağlayan, işgörenin eğitilmesine ve gelişmesine destek veren bir araçtır
Walton, (1975)	Verimlilik ve ekonomik büyümenin teknolojik ilerlemesi lehine ihmal edilen insani ve çevresel değerleri kurtarmanın bir yoludur
Sheppard, (1975)	Bireyin işinde öznel alanlara sahip olması, özerklik ve ücret gibi sonuçların nesnel ve doğrulanabilir göstergelerle değişiminin sonucunda elde ettiği iş doyumu
Stjernberg, (1977)	Daha geniş yaşam kalitesi, genel yaşam tatmini, boş zaman ve iş ortamının ötesinde refah faktörleridir
Davis (1983)	Daha önceki iş yaşam kalitesi tanımına eklenen teknik ve ekonomik boyutların çalışma ortamı ve işgören arasında ortaya çıkardığı ilişkinin kalitesidir
Nadler ve Lawler, (1983)	Örgütsel ve bireysel amaçlar doğrultusunda her iki tarafın isteklerini iyileştirmeyi amaçlayan yönetim şeklidir
Straw ve Heskicker, (1984)	Bireylerin organizasyona sorumlu ve değerli katkılar sağladığı için bireylerin organizasyonların en önemli kaynağı olduğunu kabul eden bu yüzden bireylere onurlu ve saygılı davranılması gerektiğini kabul eden felsefe ve ilkelerdir
Nachmias, (1988)	İş arkadaşlarıyla ilişkiler, görev, çalışma grupları ve denetim arasındaki etkileşiminden doğan ilişkiler ve bunların sağladığı ekonomik refah
Elizur ve Shye, (1990)	Bireyin iş ortamında fiziksel, kültürel, sosyal ve psikolojik algılarını muhafazakâr bir şekilde uyarlanabilir ve bütünleştirici şekilde iyileştirerek iş ve genel yaşam alanına fayda sağlamak
Hugentobler vd., (1990)	İşgöreni karar verme sürecine dahil ederek fikirlerini paylaşmasına izin veren, ihtiyaçlarını karşılayan, işgörenin hayatını ve iş ortamını iyileştiren bir süreç
Cunningham ve Eberle, (1990)	Görev, fiziksel çalışma ortamı, örgüt içindeki sosyal çevre, idari sistem, iş başında ve iş dışındaki yaşamın birbiriyle olan ilişkisidir
Efraty ve Sirgy, (1990)	Çalışanların ihtiyaçları (hayatta kalma, sosyal, ego ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları) ve bunları karşılamaya yönelik örgütsel kaynakların etkileşiminden kaynaklanan ihtiyaçların tatminidir
Loscocco ve Roschelle, (1991)	Bireylerin iş yeri ortamını yeniden yapılandırarak verimliliğini artırırken iş içi ve iş dışı hayatını iyileştirmek
Carayon, (1997)	İş için gerekli olan organizasyonel faktörler, araçlar ve teknoloji kullanımının işgörelere sağladığı faydalar
Lau ve May, (1998)	İşgörelere ödüller, iş güvenliği, gelişme fırsatları sağlayarak elverişli çalışma koşulları oluşturarak işgören memnuniyeti sağlamak
Lewis vd., (2001)	İşin içsel ve dışsal özelliklerinin insan yaşamına olan dışsal ve içsel etkilerinin iyileştirilmesidir. Dışsal etkiler; ücretler, iş güvenliği, hijyen ve diğer somut faydalardır. İçsel etkiler; üretkenlik, verimlilik, devamsızlık, beceri seviyeleri, özerklik ve fikirlerini özgürce beyan etmedir
Huzzard, (2003)	İş ortamının insancılaştırılmasıyla iş hayatı ve toplumdaki yabancılaşmayı azaltarak işgörenin iş tatmini ve gelişmesini sağlayan bir kavramdır

Tablo 1 (Devam) İş yaşam kalitesi tanımları

Bolhari vd., (2011).	İşgörenleri sürekli olarak cezbetme ve örgütte kalmalarını sağlamak için, yüksek ücretler, iş güvenliği, ödüllendirme sistemi, gelişme olanakları, büyüme fırsatı ve gruplara katılımına olanak veren kavramdır
Yavari vd., (2009)	İşgörenlerin iş ortamını ve iş ile ilgili durumlarını değerlendirmeleri ve örgütün algılama şeklidir
Khorsandi vd., (2010)	İşgörenin çevreyle etkileşimini, kişisel inançlarını, ekonomik durumunu, fiziksel ve psikolojik sağlığını iyileştirmeyi amaçlayan bir kavramdır
Mosadeghrad, (2013)	İşgören ve iş ortamı arasındaki ilişkiden doğan memnuniyetin derecesidir
Seçkin ve Çoban, (2018)	İşgörenler ve iş ortamı arasındaki ilişkinin sonucunda işgörenlerin algıladığı olumluluk seviyesidir
Kwahar ve Iyortsuun, (2018)	Sosyal ilişkiler, ücret ve ödül sistemi, ev-iş dengesi, iş güvenliği, eğitim, kişisel özerklik fırsatları ile çalışma ortamının insanileştirilmesiyle güvenli ve sağlıklı çalışma ortamının oluşturulmasıdır
Erenoğlu vd., (2019)	İş ortamında fiziksel, psikolojik ve sosyal koşulların iyileştirilmesiyle kurumsal kültürde değişim yaratarak olumlu, saygılı ve zevkli bir çalışma ortamı oluşturan yönetim anlayıştır
Işık ve Başar, (2019)	İşgörenin yaşam kalitesini artırmak için iş ortamında ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaktır
Hermawati, (2020)	İşgörenin kendisini fiziksel ve psikolojik olarak güvende, rahat, tatmin olmuş ve geliştirebileceklerini hissettikleri iş ortamı algısıdır
Bulgan vd., (2021)	İşgörelere doyum sağlayacak iş koşullarının ve etmenlerinin sağlanmasıdır

Görüldüğü üzere iş yaşam kalitesinin birçok farklı şekilde tanımlı bulunmaktadır. Genel olarak iş ortamının iyileşmesi sonucunda iş tatmini üzerinde duran iş yaşam kalitesi kavramı sadece iş tatmini sonucu ile açıklanamamaktadır. Bu kapsamda iş yaşam kalitesi işgörenlerin iş ortamının iyileştirilmesi sonucunda organizasyon ile işgören arasında karşılıklı fayda oluşturarak işgörenin genel yaşam kalitesini yükseltmek olarak açıklanabilir. İş yaşam kalitesi, işgörenlerin iş hayatındaki refahını gözeterek iş tatmini konusundan ayrılmaktadır (Kanten ve Sadullah, 2012: 361). Refah toplumun tüm paydaşlarının sosyal, kültürel ve psikolojik ihtiyaçlarıdır (Buzinde vd., 2014: 12-13). Bireylerin hayatının önemli bir bölümü iş ortamında geçtiği için iş ortamının sağladığı imkânlar bireylerin refahını etkilemektedir (Kim vd., 2020: 1). İş yaşam kalitesi genel olarak işgören refahını ve özerkliğine destek sağlamaktadır (Grote ve Guest, 2017: 149-150). İş yaşam kalitesi iş deneyimini ve iş yerinde refahı artırdığı için aile yaşamı üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Berg vd., 2003: 168). Bu kapsamda iş yaşam kalitesi ilk ortaya çıktığı yıllarda iş ortamında işgörene sağladığı faydalara odaklanırken yıllar içinde bireyin tüm hayatını iş ortamı sayesinde iyileştirmeye odaklanan bir kavram haline gelmeye başlamıştır.

İş yaşamında mutsuz olan işgörenlerde motivasyon kaybı, isteksizlik ve gerginlik gibi olumsuzluklar ortaya çıkmaktadır (Bulgar vd., 2021: 115). İsteksiz ve gergin olan işgörenler işlerinden ayrıldığı ve yaşam kalitesi aradığı görülmüştür (Wong ve Ko, 2009: 195). İş yaşam kalitesi algıları düşük olan işgörenlerde işten ayrılma niyeti ortaya çıkarken yüksek olan işgörenlerde işte kalma niyeti ortaya

çıkmaktadır (Kara vd., 2018: 2-3). Uygunsuz iş ortamı ve koşullarının işgörenler üzerinde oluşturduğu baskı iş tatmininin azalmasına neden olmaktadır (Kim vd., 2021: 323). İşgörenlerin iş yaşam kalitesini hissetmediği veya düşük algıladığı durumlarda tükenmişlik, devamsızlık, işten ayrılma, işten tatminsizlik ve düşük örgütsel bağlılık gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Mosedeghard, 2013: 43-44). Rutin iş temposu işgörenlerin performansını olumsuz etkileyerek işgörenlerin iş yaşam kalitesini düşürdüğü görülmektedir (Gül vd., 2014: 19). Bu kapsamda olumsuzlukların önüne geçmek için geliştirilen iş yaşam kalitesi; iş koşulları, istihdam güvencesi, ücretler, işte teknoloji kullanımı, organizasyon ve yönetimi, eğitim, iş tatmini, demografik özellikler, sosyal güvenlik ve adalet unsurlarından oluşmaktadır (Can, 1991). Bu sayede iş ortamının iyileştirilmesi sadece fiziksel fayda değil ruhsal ve psikolojik olarak işgörelere fayda sağlamaktadır (Berg vd., 2003: 168-169).

İşgörenler iş-yaşam arasındaki dengeyi iyi yönettiğinde ve yaşam enerjisini faydalı amaçlara harcadığında ruhsal doyuma ulaşması mümkün olmaktadır (Afşar, 2011: 103-105). Bu kapsamda elde edilen ruhsal doyum işgörenin iş, finansal, sosyal, sağlık, boş zaman ve aile yaşamından elde edilen tatminini etkilemektedir (Sirgy vd, 2001). Fazla mesai ve iş yükü duygusal olarak işgörenleri sıkıntıya soktuğu ve iş yaşam kalitesi algılarını düşürdüğü görülmüştür (Sirgy vd., 2008). Görüldüğü üzere işgörelere kaliteli bir iş ortamı sunmak tek başına yeterli değildir önemli olan iş-yaşam dengesi sağlayabilmektir (Dursun ve Eriş, 2018: 161). Kısaca iş yaşam kalitesi işin kendisine, boş zamana ve aile hayatına odaklanmaktadır (Chitakornkijasil, 2010).

İş yaşam kalitesi mükemmel iş ortamının oluşmasına olanak sağlarken işgörenler ve organizasyonlar içinde çeşitli faydaları bulunmaktadır (Kanten vd., 2018: 560). İş yaşam kalitesi, bireylerin organizasyon için güvenilir, sorumlu ve değerli katkılar sağladığından dolayı işgörelere onurlu ve saygılı davranılması gerektiğini kabul eden ilkeledir (Ben ve Idris, 2006: 2151). İş yaşam kalitesinin örgütsel olarak temel amacı iş ortamını iyileştirmek ve örgütsel başarıyı sağlamaktır (Bulgan vd., 2021: 115). İşgörenlerin iş yaşam kalitesini yükseltmek verimliliği ve üretkenliği artırmanın ön koşuludur (Mosedeghard, 2013: 44). Yüksek ücret, fiziksel ortamın iyileştirilmesi, işgören gelişimi, kariyer olanakları, yaşam tarzı ve ruhsal durumun iyileştirilmesi iş yaşam kalitesini artırmaktadır (Bohdanowicz ve Zientara, 2009). Bunun sonucunda iş yaşam kalitesi yüksek organizasyonlar işgörenlerin örgütte

kalmalarını sağlamak için yüksek ücretler, iş güvenliği, ödüllendirme sistemi, gelişme olanakları, kariyer fırsatı, büyüme fırsatı ve sosyal gruplara katılım fırsatları sağlayarak işgörenleri sürekli olarak cezbetmektedir (Bolhari vd., 2011: 374; Rethinam ve Maimunah, 2008). Çünkü sosyal olarak gelişen dünyada işgörenler organizasyonlardan elde edeceği finansal faydadan çok iş yaşam kalitesine önem vermektedirler (Ambardar ve Singh, 2017: 23). İş yaşam kalitesi işgörenlerin sürekli gelişim ihtiyacını karşıladığı için işgörenler daha yüksek motivasyon, iş tatmini ve örgüte bağlılık hissetmektedir (Gül vd., 2014: 19). Bu kapsamda sürekli gelişen işgören, sorumluluklarını başarıyla yerine getirerek kendisine ve organizasyonuna fayda sağlayabilir. İş yaşam kalitesi sayesinde kalifiyeli işgörene sahip organizasyonların üretkenlik, verimlilik ve genel hedeflere ulaşma konusunda rekabet avantajına sahip olduğu görülmektedir (Gupta ve Sharma, 2011: 80; Khanna, 2012: 59). Bu kapsamda yüksek iş yaşam kalitesine sahip organizasyonlar yetenekli işgörenleri işe alma, elde etme ve organizasyonda tutma konusunda avantaj sağlamaktadır (May ve Lau, 1999; Nimalathasan, 2011: 2). İş yaşam kalitesinin iyileştirilmesi sadece organizasyonların başarısını değil, iş görenlerinde iş yaşamında başarı sağlamasında kilit rol oynamaktadır (Yirik ve Babür, 2014: 55).

İş yaşam kalitesi, yaşam kalitesini etkileyen en önemli faktördür (Esirgemez vd., 2018: 560). İş yaşam kalitesinin iyileştirilmesi iş hayatı ile toplumdaki yabancılaşmayı azaltarak sosyal yaşamdan ve iş hayatından elde edilen doyumı artırmaktadır (Adler, 1999; Huzzard, 2003: 21). İş yaşam kalitesi iş tatmini dışında boş zaman, sosyal hayat, finansal hayat, aile hayatı gibi iş dışı ve genel yaşam alanlarını da etkilemektedir (Sirgy vd., 2001: 242). İşgörenlerin iş-yaşam arasındaki dengeyi kurabilmeleri için çalışma saatlerinin düzenlenmesi, standartlaştırılması, fazla mesai kurallarının benimsenmesi (Gül vd., 2014: 19), işgörenin yaşamını iyi değerlendirmesine ve yaşam enerjisini faydalı amaçlar için kullanmasına sebep olarak ruhsal doyuma ulaşmasını sağlamaktadır (Afşar, 2011: 8-9). Organizasyonlarda iş yaşam kalitesinin artırılması ücret, gelişim, kariyer olanakları, sosyal fayda ve iş ortamının iyileştirilmesiyle sonuçlanarak işgörenlerin iş ve sosyal hayattan elde edeceği tatminlerini arttırmaya yönelik strateji ve uygulamalar olduğundan bahsedilebilir.

İş yaşam kalitesinin bireylere ve örgütlere sağladığı faydaların daha iyi anlaşılabilmesi için Carlson (1983)'un iş yaşam kalitesi kavramına ilişkin yanlış anlaşılan noktalara değinerek kavramı daha iyi açıklamaya çalışmıştır. Carlson (1983)'a göre iş yaşam kalitesi;

- Sadece bireyleri değil, organizasyon ve bireyler arasındaki çıkar ilişkilerinin geliştirilmesini amaçlar,
- Tek bir fikri değil, organizasyonun tüm paydaşlarının tüm ihtiyaç ve isteklerine daha duyarlı olmayı hedefler,
- Bir program değil, başladıktan sonra uzun vadede faydalı olacak şekilde bitmeyen bir süreçtir,
- Eğitim ve öğretim personel departmanının sorumluluğu değil, her departman yöneticisinin ve organizasyonun sorumluluğudur,
- İş zenginleştirme değil, hissedarları ve yöneticilerin iş sürecine dâhil etmektedir,
- Fazla üretmek değil, daha az ücretle daha fazla performans beklemek yerine işgörenin haklarını sendikalar tarafından koruyarak iş yaşamını iyileştirmektir,
- Yönetim ayrıcalıklarının kaybı değil hem yöneticilerin hem de işgörenlerin karar mekanizmasına dâhil edilmesi ve değişimin dışarıdan değil içerden kendi mekanizmalarından yaratmaktır,
- Bölgesel olarak dar görüşlülüğü değil, uluslararası bir felsefeye sahip olmaktır,
- Geçici bir heves değil, kalıcı bir dizi ilke ve uygulamalar olarak açıklanmaktadır (Carlson, 1983: 27).

1.2. İş Yaşam Kalitesi Modelleri

İş yaşam kalitesi hakkında plan ve politikalar geliştirmek için birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda iş yaşam kalitesi algısını ölçmek ve geliştirmek için modeller geliştirilmiştir. Bu modeller, Walton (1975)'ın iş yaşam kalitesi modeli, Sirgy vd. (1990)'nin ihtiyaçların tatmini ve yayılma yaklaşımına göre iş yaşam kalitesi modelleri genel kabul görmüş modeller olarak sıralanabilir.

1.2.1. Walton'ın İş Yaşam Kalitesi Modeli

Walton (1975)'a göre, teknolojik ilerlemeyle birlikte verimlilik ve üretkenliği artırmaya odaklanan organizasyonların, insani ve çevresel değerleri göz ardı etmelerini engellemek için iş yaşam kalitesini benimsemelerinin önemine vurgu yapmıştır. Walton (1975)'a göre iş yaşam kalitesi yeterli ve adil ücretlendirme, güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları, kişisel büyüme ve gelişme fırsatları, işte sosyal ihtiyaçların karşılanması, işgören haklarının korunması, iş içi ve dışı hayattaki sorumlulukların arasındaki uyum ve iş hayatının sosyal uygunluğu boyutlarından oluşmaktadır. Walton (1975)'a göre iş ortamının iyileştirilmesi için;

- İyi bir ödül sistemi,
- Fiziksel ve psikolojik çalışma ortamının güvenli ve sağlıklı olması,
- İşgörenden ve organizasyonun tüm ihtiyaçlarının karşılanması,
- Kariyer gelişimine olanak sağlarken istihdam güvencesi oluşturmak,
- Olumlu bir sosyal ortam ile sosyal entegrasyonu kolaylaştırmak,
- Bireysel haklar,
- İşgörenden karar alma sürecine katılımı,
- İş ve hayat arasındaki çizginin belirlenmesiyle iş hayatının sosyal hayata olumsuz müdahalesinin engellenmesi,
- İşgörenden sosyal hayatının iyileştirilmesi sonucunda işgörenden örgütün iç ve dış ilişkilerinde sosyal sorumluluk ve dürüstlük içinde hareket edilmesine odaklanılması gerekmektedir.

Walton (1975)'ın iş ortamının iyileştirilmesi için odaklandığı bu faktörler sonucunda oluşturduğu iş yaşam kalitesi modeli 8 boyuttan oluşmaktadır (Walton, 1975). Bunlar;

- Güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları boyutu,
- Becerileri geliştirme ve fırsatları değerlendirme boyutu,
- Sürekli gelişim ve iyileştirme boyutu,
- Yeterli ve adil ücretlendirme boyutu,
- Sosyal bütünleşme boyutu,
- Anayasacılık boyutu,
- Çalışma hayatının sosyal boyutu,
- Toplam yaşam alanı boyutu olarak sıralanmaktadır (Walton, 1975).

Walton (1975) oluşturduğu modelin daha iyi anlaşılabilmesi için her bir boyut şu şekilde açıklanmıştır;

- Güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları boyutu, fiziksel çalışma ortamının güvenli ve sağlıklı düzenlemelerle iyileştirilmesini ifade eder,
- Becerileri geliştirme ve fırsatları değerlendirme boyutu, bireyin yeteneklilerini geliştirerek gelecekteki kapasitesini artırarak yeteneklerinin kullanılması ve organizasyondaki kariyer imkânlarını ifade eder,
- Sürekli gelişme ve iyileştirme boyutu, bireyin kapasitesinin etkin kullanımını ve sürekli gelişmesine imkân sunulmasını ifade eder,
- Yeterli ve adil ücretlendirme boyutu, işgörenlerin ücret karşılığında elde edilen doyumun yeterliliğini ve adaletli olmasını ifade eder,
- Sosyal bütünleşme boyutu, ayrımcılık ve farklı topluluk grupları arasındaki önyargının ortadan kaldırılmasını ifade eder,
- Anayasacılık boyutu, işgören haklarına saygı duyulmasını ve korunma derecesini ifade eder,
- Çalışma hayatının sosyal boyutu, tüm paydaşlara karşı sosyal sorumlulukları ifade eder,
- Toplam yaşam alanı boyutu, iş yaşam dengesini ifade etmektedir (Walton, 1975).

1.2.2. Yayılma ve İhtiyaçların Tatmini Teorisine Göre İş Yaşam Kalitesi Modeli

Efraty ve Sirgy (1990) tarafından geliştirilen iş yaşam kalitesi modeli işgörenin hayatta kalma ihtiyaçlarını, sosyal ihtiyaçları, saygı ihtiyaçları ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları olarak 4 boyutta ele alarak bu ihtiyaçları örgütsel kaynaklar tarafından karşılanmasından doğan etkileşimle ihtiyaçların tatmini açısından kavramlaştırmıştır. Kavramlaştırılan bu ihtiyaçlar Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre yapılandırılmıştır (Efraty ve Sirgy, 1990).

- Hayatta kalma ihtiyaçları, güvenlik ihtiyaçları ve ekonomik ihtiyaçları ifade eder,
- Sosyal ihtiyaçlar, sosyal etkileşimden doğan arkadaşlık ihtiyaçları ve önemli bir sosyal gruba dâhil olarak üyelik kabulünü ifade eder,
- Saygı ihtiyaçları, kişinin kendi değerini bilerek yaptığı işten dolayı

başkaları tarafından saygı görmesi, iş hakkında önemli kararlarda fikrinin alınması ve yaratıcı katkılarda bulunabilme fırsatını ifade eder,

- Kendini gerçekleştirme ihtiyaçları, kişinin kendini gerçekleştirme ve yeteneklerini geliştirmek ve kullanmak için fırsatların sağlanmasını ifade eder.

İhtiyaçların tatmini teorisine göre iş yaşam kalitesi modelini Sirgy vd. (2001) hem yayılma hem de ihtiyaçların tatmini teorisine göre ele alarak yeniden geliştirdiler. Sirgy vd. (2001) geliştirdikleri bu model işgörenlerin tatmin düzeyleri artıracak şekilde 7 ihtiyaç belirlenmiştir. Belirlenen bu 7 ihtiyaç göre oluşturulan model düşük düzeyli ihtiyaçlar ve yüksek düzeyli ihtiyaçlar olmak üzere 2'e ayrılmaktadır. Bunlar;

- Düşük düzeyli ihtiyaçlar; sağlık ve güvenlik ihtiyaçları, ekonomik ve ailevi ihtiyaçları ifade etmektedir.
- Yüksek düzeyli ihtiyaçlar; sosyal ihtiyaçlar, saygınlık ihtiyaçları, kendini gerçekleştirme ihtiyaçları, bilgi ihtiyaçları, estetik ve yaratıcılık ihtiyaçlarını ifade etmektedir.

Sirgy vd. (2001) oluşturdukları bu modelde tüm faktörleri açıkladılar. Bunlar;

- Sağlık ve güvenlik ihtiyaçları; işgörenin hastalanma ve yaralanma ihtimaline karşı koruma, uzun ve sağlıklı yaşam sürdürebilmesi için gerekli destek, iş kazalarına karşı önlemler, sağlıklı bir iş ortamı ve çevreye sahip olmayı ifade eder,
- Ekonomik ve ailevi ihtiyaçlar; işgörenin organizasyona olan sorumluluklarını yerini getirdiğinde alınan tatmin edici ücret, istihdam güvencesi, aile ile geçirilebilecek yeterli zamanı ifade eder,
- Sosyal ihtiyaçlar; iş ortamında işgörenler ile ilişkiler, iş dışında kaliteli bir sosyal yaşam, organizasyon içinde ve dışındaki aktiviteleri ifade eder,
- Saygınlık ihtiyaçları, işgörenlerin organizasyona sağladığı değerli katkıların farkında olunması ve takdir edilmesi, işgörelere veriler unvan ve itibarı ifade eder,
- Gerçekleştirme ihtiyaçları, işgörenlerin ekip olarak ulaşması gereken hedefleri ve bireysel olarak sorumluluklarını profesyonel olarak başarmasını ifade eder,
- Bilgi ihtiyaçları, işgörelere iş hakkında verilen eğitimler ile yeteneklerini

sürekli olarak geliştirilmesini ifade eder,

- Estetik ve yaratıcılık ihtiyaçları, işgörenin kendini geliştirebilmesi için uygun iş ortamının sağlanması ve organizasyon içinde yaratıcılığının kullanılmasına imkân verilmesini ifade eder (Sirgy vd., 2001).

1.2.3. İş Yaşam Kalitesinin Değerlendirilmesi Walton Modelinin Uyarlanması

Timossi vd. (2008)'ne göre iş yaşam kalitesi, işgörenler ile organizasyon arasındaki ilişkiyi güçlendirerek ürünlerin kalitesini artırarak verimliliğe katkı sağlamaktadır. Walton (1975)'in geliştirdiği iş yaşam kalitesi modeli çok fazla kullanılmasına rağmen eğitim düzeyi düşük toplumlarda tam olarak anlaşılmadığı için Timossi vd. (2008) tarafından uyarlanarak geliştirilmiştir. Bu model;

- Yeterli ve adil ücretlendirme,
- Çalışma koşulları,
- Kapasitenin işte kullanımı,
- İşte sahip olunan fırsatlar,
- İş hayatının sosyal entegrasyonu,
- Örgünün yasalara saygısı,
- İşin hayatta kapladığı yer,
- Yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler olmak üzere 8 boyuttan oluşmaktadır (Timossi vd., 2008).

Bu çalışmada Walton (1975)'in geliştirdiği ölçeğin daha güncel ve anlaşılabilir bir uyarlaması olan Timossi vd. (2008) tarafından hazırlanan ölçek tercih edilmiştir.

1.3. Turizmde İş Yaşam Kalitesi

Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre her on işten biri turizm ile ilgili bir faaliyet yoluyla üretilmektedir. Bu sebeple turizm dünyadaki en büyük ikinci endüstri konumunda olduğu kabul edilmektedir. Bu kapsamda turizm endüstrisi gelişen ve gelişmiş ülkeler için sosyo-ekonomik güç kabul edilmektedir (Uysal vd., 2015: 244). Konaklama işletmelerinin başarılı olabilmesi, varlığını sürdürebilmesi, rekabet avantajı sağlaması, tehditlerle mücadele edebilmesi ve pazar payını koruması iş yaşam kalitesiyle sağlanabilmektedir (Perçin ve Yabacı, 2021: 35). Küresel rekabet ortamında konaklama işletmelerini diğer işletmelerden ayıran ve rekabet avantajı sağlamasına yardımcı olan kalifiyeli işgörenler konaklama işletmelerinin en önemli

kaynağını oluşturmaktadır (Işkın, 2021: 1972).

Turizmin bozulabilirlik, değişkenlik, ayrılmazlık ve soyutluk gibi özellikleri turizmi diğer endüstrilerden ayırmaktadır (Khanna, 2012: 59). Emek-yoğun bir özellik gösteren turizmin ana ürünü olan hizmet, işgörenler tarafından üretildiği anda müşteriler tarafından tüketildiği için turizmde insan kaynağı hizmetin kalitesini belirleyen önemli bir faktördür (Seçkin ve Çoban, 2018: 8). Turizm endüstrisinde insan kaynağı konaklama işletmelerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Dominguez Albiter vd., 2021: 2). Çünkü konaklama işletmelerinin ana ürünü olan odalar birbirine benzer ve taklit edilebilir olduğu için insan kaynağı hizmetin kalitesini belirleyen ana unsur haline gelmektedir (Kim vd., 2017: 29). Konaklama işletmeleri için kalifiyeli işgörenler organizasyonların başarısı için son derece önemli kabul edilmektedir (Azinuddin ve Zainal, 2014: 69). Ayrıca konaklama endüstrisinde 7/24 operasyon yapıldığından dolayı işgörenlerin sağlıklı çalışma ortamına sahip olması, boş zamanını değerlendirme şekli, eğitim ve kariyer olanakları diğer endüstrilere göre daha zor olduğu görülmektedir (Deery ve Jago, 2009: 97). Konaklama sektörü diğer sektörlerle göre nispeten düşük ücret uygulamaları, düşük iş güvenliği, daha uzun çalışma saatleri ve vardiya sistemi gibi olumsuz yönleri iş yaşam kalitesi sayesinde iyileştirilebilmektedir (Sü, 1999; Powel, 2009; Muskat ve Reitmaser, 2020: 265). Konaklama işletmelerinde işgörenlerinin, yetersiz çalışma koşulları, yetersiz gelişme ve eğitim fırsatları nedeniyle düşük iş tatmin düzeyleri olduğu görülmektedir (Kusluvan ve Kusluvan, 2000: 252-253). Bu kapsamda iş yaşam kalitesi konaklama işletmeleri için önemli bir konu haline gelmektedir (Erdem ve Kaya, 2013: 136; Fatma vd., 2016: 807).

Konaklama işletmelerinde personel devir hızının yüksek, örgütsel bağlılığın az olması en önemli problemlerin başında gelerek (Çakır vd., 2018: 346), hizmetin kalitesini ve organizasyonun başarısını olumsuz etkilemektedir. Ayrıca kötü çalışma ortamı turizm mezunlarının dâhil çalışmak istememesine neden olarak yüksek personel devir oranına neden olur ve hizmetin kalitesi üzerinde olumsuz etki oluşturur (Shreedaran, 2010: 16). Konaklama işletmelerinde iş yaşam kalitesi iş ortamındaki olumsuzlukların ve sorunların azaltılmasına katkı sağlayarak olası kazaların önüne geçilmesine sebep olmaktadır (Perçin ve Yabacı, 2021: 36). Bu kapsamda kalifiyeli işgörenler iş yaşam kalitesine önem veren organizasyonları tercih etmektedir

(Kandasamy ve Ancheri, 2009: 328). Düşük personel devir hızı sağlayan konaklama işletmelerinde nitelikli işgörenler hizmet kalitesine olumlu katkı sağlamaktadır (Smith vd., 2004: 377-378). Bu kapsamda iş yaşam kalitesi uzun vadede fayda oluşturarak organizasyonun başarısına katkı sağlayabilir.

Konaklama işletmeleri işgörenleri kişisel hedeflerine ulaşabilmesi için ekip halinde çalışarak iş ve özel yaşam arasında denge kurmak istemektedir (Back vd., 2011: 114-115; Deery, 2008: 792-793). İş yaşam kalitesi işgörenler arasında dengesiz dağılan iş yükünü dengeli dağıtarak işgören performansına olumlu katkılar sağlamaktadır (Dominguez Albiter vd., 2021: 3). Konaklama işletmeleri işgörenlerine evlilik izni, mazeret izni, tatil izni (house use), ofis partileri ve eğitimler gibi faydalar sağlayarak işgörenin iş ve yaşam arasındaki dengeyi korumasına yardımcı olmaktadır (Wong ve Ko, 2009: 195-196). Konaklama işletmelerinde iş koşullarının iyileştirilmesi, genel olarak yaşam kalitesine katkı sağlamaktadır (Benckendorff vd., 2009: 181-182). Kaliteli iş ortamı, eğitim ve bireysel gelişim fırsatları sağlayan konaklama işletmelerinde organizasyon ve işgören arasında uyum oluşturmaktadır (Ma vd., 2011: 433). İşgörenlerin de işten memnun olmaları hizmet kalitesi artırarak organizasyona fayda sağlamaktadır (Bulgan vd., 2021: 115; Dienhart ve Cregoire, 1993: 41).

Janes ve Wisnom (2011)'un turizm işletmeleri yöneticileri üzerinde yaptıkları çalışmalarında iş yaşam kalitesi sayesinde kalifiyeli işgörenleri işe almayı ve elde tutmayı kolaylaştırdığı görülmüştür.

Yirik ve Babür (2014)'ün çalışmalarında konaklama işletmelerinde iş yaşam kalitesi işgörenlerin işte kalma niyetlerini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kwahar ve Iyortsuun (2018) tarafından Nijerya'da konaklama sektöründe işgörenlerin iş güvenliği, kariyer memnuniyeti, eğitim, kişisel özerklik, ev-yaşam dengesi, ücret, yan haklar, güvenli ve sağlıklı çevre faktörleri sayesinde iş yaşam kalitesini algıladıklarını tespit edilmiştir.

2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Klasik ekonomide devletler ekonomik hayat üzerindeki rollerini işletmelere devrederken sosyal hayattaki rollerini de sosyal sorumluluk ile işletmelere devrederek toplumda özendirici pozitif değerler oluşturmayı amaçlamaktadır (Yönet, 2005: 242). İşletmeler, yoğun rekabet ortamında ekonomik çıktılar yaratmanın zor olduğu bir dönemde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine verdiği önem ile avantaj elde etmektedir (Hamarneh, 2013: 36-38). Gün geçtikçe işletmeler ekonomik çıktılar üreten birimlerden sosyal çıktılar üreten birimlere doğru gelişmektedir (Sağır ve Türkeri, 2015: 284). Özellikle devletler kurumsal sosyal sorumluluğu teşvik ederek işletmelerin kaynaklarını gönüllü faaliyetler vasıtasıyla toplumun ve diğer paydaşların refahını artırmayı hedeflemektedir (Kotler ve Lee, 2005: 3). İşletmeler varlıklarını sürdürmenin yanında sosyal sorumluluklarının farkında olarak tüm paydaşların haklarını korumaktadır (Valentine ve Fleischman, 2008: 160-161; Üner ve Baş, 2018: 304-306). Bu kapsamda işletmeler ekonomik işlevlerine ek olarak insan hakları, sürdürülebilir ekonomi, çevre kirliliği ve toplumun gelişmesi gibi konularda sorumluluk üstlenmektedir (Calvares, 2015: 399; Karadeniz ve Ünlübulduk, 2018: 372).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı literatürde sosyal sorumluluk kavramı ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Sosyal sorumluluk kavramı ise tüm paydaşların istek ve ihtiyaçlarını karşılamak olarak tanımlanmıştır (Bansal ve Kandola, 2004: 1-2). Dünya İş Konseyi (1999)'ne göre kurumsal sosyal sorumluluk kavramı "*insan hakları, çalışan hakları, çevre koruma, toplumsal katılım, tedarikçi ilişkileri, paydaş hakları ve izleme*" konularıyla ilgili olduğu görülmektedir (WBCSD, 1999: 5). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sosyal yükümlülüklerle yardım eden kurumlar tarafından desteklenmektedir (Babaoğlu, 2021: 120). Desteklenen sosyal yükümlülükler eğitim, güvenlik, sağlık, çevre, istihdam ve ekonomik kalkınma vb. olarak sıralanmaktadır (Kotler ve Lee, 2017: 3-4). Organizasyonlarda kurumsal sosyal sorumluluk iç ve dış paydaşları kapsayarak; dış paydaşlar devlet, tedarikçiler, toplum, müşteriler, rakipler ve doğal çevreyi; iç paydaşlar işgörenler ve hissedarları kapsamaktadır (Sheldon ve Park, 2010; Arndt vd., 2015: 100). Kurumsal sosyal sorumluluk iç paydaşlardan olan işgörenlere daha çok fayda sağlamaktadır (Farid vd., 2019: 1731).

Kurumsal sosyal sorumluluk işgörenler üzerinde iş tatmini, birlik ruhu,

örgütsel bağlılık, etik değerler, iş yaşam kalitesi algısı vb. üzerinde olumlu faydaları bulunmaktadır (Singhapakdi ve Vitell, 2007: 284; Kim vd., 2020: 1163-1164; Gurlek ve Tuna, 2019).

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Literatürde kurumsal sosyal sorumluluk kavramı yoğun olarak ele alınmasına rağmen araştırmacılar tarafından üzerinde kesin ve geçerli bir tanım bulunmadığı görülmektedir (Cowper-Smith ve Grosbois, 2011: 62-63). Bunun nedeni kurumsal sosyal sorumluluk örgütün faaliyet gösterdiği alan hakkında bilgi sağladığı için (Carroll, 1989), kurumsal sosyal sorumluluğun ne anlam ifade ettiği sektörden sektöre değişiklik göstermektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun tarihsel gelişiminin incelenmesi konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Kurumsal sosyal sorumluluk ilk olarak ABD’nde büyük buhran sonrasında 1930’lu yıllarda tartışmalara konu olmaya başladığı görülmektedir (Yönet, 2005: 242). 1950’li yıllarda kavrama ilişkin net tanımlama bulunmasa da toplum, iş insanları ve araştırmacılar sosyal sorumluluk kavramının önemini farkına vararak kavrama yönelik teorik çerçeve geliştirilmiştir (Carroll, 1999: 169-270). Bowen (1953)’in İş Adamının Sosyal Sorumlulukları adlı çalışması 1950’li yıllarda kavrama ilişkin temelleri oluşturmuştur (Meehan vd., 2006: 387).

1960 ve 1970’li yıllarda hissedarlar ve yöneticiler kurumsal sosyal sorumluluk adına önemli bir adım atarak sosyal açıdan sorumlu oldukları üzerinde mutabık kaldıkları görülmektedir (Mahon ve McGowan, 1999: 81). Özellikle 1960’lı yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk doğru bir şekilde tanımlanmaya başlanmıştır. Davis (1960) işletmelerin geliştikçe sadece ekonomik yararlarını değil sosyal hayata olan sorumluluklarını düşünmek zorunda olduklarını belirtmiştir (Davis, 1960: 70-71). McGuire (1963) ise işletmelerin sadece ekonomik ve yasal sorumluluklarını değil, topluma karşı sorumluluklarının olduğunu ileri sürerek sosyal sorumluluğun önemine vurgu yapmıştır (McGuire, 1963: 139). Walton (1967) ise sosyal sorumluluğun kurum ve toplum arasındaki ilişkinin üst düzey yöneticiler tarafından benimsenmesine ve sosyal sorumluluk faaliyetlerin gönüllülük esasına dayandığına vurgu yapmıştır (Walton, 1967: 18). Tablo 2’de kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilişkin tanımlamalar yer almaktadır.

Tablo 2. Kurumsal sosyal sorumluluk tanımları

Referans	Tanım
Bowen (1953)	İş adamlarının, toplumun amaç ve değerleri açısından arzu edilen eylemler ile örtüşen kararları almak veya çalışmalarını yerine getirmek
Heald (1957)	Sadece ekonomik performans için değil aynı zamanda insani ve yapıcı sosyal politikalar için topluma karşı yükümlülüğün tanınmasıdır
Davis (1960)	İş adamlarının kısmen firmanın ekonomik veya teknik faaliyetlerinin ötesindeki nedenlerle aldıkları karar ve eylemlerdir
Frederick (1960)	İş adamları halkın beklentilerini karşılayan bir ekonomik sistemin işleyişini denetlemesi, ekonominin, üretim araçlarının, üretim ve dağıtımın toplam sosyo-ekonomik refahı artıracak şekilde kullanılması
Walton (1967)	Toplum ve örgüt arasındaki ilişkilerin farkında olunması ve yönetilmesi
Carr (1968)	İşletmenin sorumluluğu ne olursa olsun kâr elde etmektir
Friedman (1970)	İşletmenin sosyal sorumluluğu kârını artırmaktır
Sethi (1975)	Sosyal sorumluluk ile kurumsal davranışı, geçerli sosyal normları, değerleri ve performans beklentileri ile uyumlu bir düzeye getirmektir
Carroll (1979)	Belirli bir zamanda toplumun kuruluşlardan sahip olduğu ekonomik, yasal, etik ve gönüllü faaliyetler
Jones (1980)	Şirketlerin hissedarlar dışındaki yasa veya birlik sözleşmesinde öngörülenin ötesinde toplumu oluşturan gruplara karşı bir yükümlülüğü olduğu fikridir
Carroll (1991)	Örgüt kâr elde etmeli, yasalara uymalı, etik olmalı ve iyi bir vatandaş olmalıdır
Key ve Popkin (1998)	İyilik yaparak iyi yapmak
WBCSD (2000)	İşgörenin ve ailelerinin yanı sıra yerel topluluk ve genel olarak toplumun yaşam kalitesini iyileştirirken, iş dünyasını etik davranmaya ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaya devam etme anlaşmasıdır
Commission of the European Communities (2001)	Sadece yasal beklentileri yerine getirmek değil, aynı zamanda uyumun ötesine geçerek insan sermayesine, çevreye ve paydaş ilişkilerine “daha fazla” yatırım yapmak anlamına gelir
Whetten vd., (2002)	Toplum tarafından beklenen ya da ahlaki olarak gerekli olan, paydaşlar tarafından öne sürülen kurumsal bir davranıştır
Hopkins (2004)	Hem kurum içindeki hem de dışındaki insanlar için kurumun kârlılığını korurken daha yüksek yaşam standartları yaratmaktır
Bowd vd., (2006)	Şirketlerin iç ve dış paydaşları ile açık veya dolaylı sosyal sözleşmelerle sorumlu tutulmaları, devletin kanun ve düzenlemelerine uyma ve yasal gereklilikleri aşan etik bir şekilde faaliyet göstermeleridir
Crowther ve Aras (2009)	Şirketin içinde bulunduğu veya faaliyet gösterdiği yerel toplumla arasındaki ilişki ile ilgilidir
Turker (2009b)	Paydaşları olumlu yönde etkilemeyi amaçlayan ve ekonomik çıkarlarının ötesine geçen kurumsal davranışlar
Werther ve Chandler (2010)	Çalışanların durumunu iyileştirmektir
Tripathy ve Rath (2011)	İşletmelerin tüm yönleriyle müşterilere, çalışanlara, hissedarlara, topluluklara ve çevre üzerindeki etkilerine karşı sorumlu olması gereken faaliyetlerdir
Sheldon ve Park (2011)	Toplumun refahını içerecek şekilde iş faaliyetinde etik ve sorumlu davranış
Babaoglu, (2021)	Kurumsal sosyal sorumluluk ise işletmelerin ekonomik amaçlarına ek olarak tüm paydaşların refah seviyesini artıran gönüllü faaliyetlerdir

1970’li yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk adına net bir tanımlama yapılmamıştır ancak daha önceki kavramlar desteklenmiştir. Heald (1970) şirketlerin işgörene karşı sorumluluklarının çalışmak, işgörenin ücreti vermek, sağlıklı çalışma ortamı ve çevre sağlamak olarak açıklamıştır (Heald, 1970: 35). Johnson (1971) ise sosyal sorumlu şirketin sadece kâr amacı yerine tüm paydaşları hesaba katmak zorunda olduğunu belirtmiştir (Johnson, 1971). Stiener (1971) ise işletmenin amacı kâr elde etmektir ancak kâr elde ederken toplumu sosyal olarak geliştirmesi gerekliliğine vurgu yapmıştır (Stiener, 1971). Davis (1973) sosyal sorumluluğu şirketlerin ekonomik, teknik ve yasal sorumluluklarının yanında sosyal sorunları değerlendirmesi olarak ele

almıştır (Davis, 1973: 312-313). Eilbirt ve Parket (1973) kurumsal sosyal sorumluluğu ırkçılık, çevre kirliliği, ulaşım ve kentsel bozulma gibi sosyal sorunların çözümünde aktif bir rol aldığını savunmuştur (Eilbirt ve Parket, 1973: 7). Literatürde kurumsal sosyal sorumluluğun genel olarak kabul görmüş tanımlarından birini 1979'da Carroll yapmıştır. Carroll'a göre kurumsal sosyal sorumluluk *“toplumun belirli bir zamanda kuruluşlardan sahip olduğu ekonomik, yasal, etik ve gönüllü faaliyetler”* şeklinde tanımlanmıştır (Carroll, 1979: 500).

1980'li yıllara gelindiğinde kavramın tanımı gelişim göstermeye başlamıştır. Jones (1980) kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin alternatif bir tanım yapmıştır. Bu tanım *“şirketler ve hissedarlar sendika ve yasaların hükümlerine zorunlu bir faaliyet olarak değil tamamen gönüllülük esasına dayanarak uyma eğiliminde olmalı ve bu yükümlülükler hissedarlara değil çalışanlara, müşterilere, tedarikçilere ve diğer tüm paydaşlara karşı geniş bir yelpazeyi kapsamalıdır”* şeklindedir (Jones, 1980: 59-60). Strand (1983) kurumsal sosyal sorumluluk için bir tanımlama yerine bir model geliştirmiştir bu model örgüt içinde toplumsal talep ve beklentilerin örgüt-çevre çevresinde ilişkisine dayanmaktadır (Carroll, 1999: 285-286; Strand, 1983). Strand (1983)'a göre kurumsal sosyal sorumluluk ideolojik, sosyal, dini, ekonomik değerler ve yaşam kalitesi gibi sosyal beklentileri etkilediğini belirtmiştir (Strand, 1983: 92-93). Epstein (1987) kurumsal sorumluluk olumsuz sonuçlar üzerinde değerlendirmek yerine işgörenler üzerinde olumlu sonuçları üzerinde değerlendirmiştir (Epstein, 1987: 104).

1990'lı yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk için yenilikçi tanımlamalar yapılmamıştır fakat var olan tanımlar genişletilmiştir (Carroll, 1999: 289). Wood (1991) daha önce Carroll (1979)'un geliştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk modelini ele alarak 4 boyutlu (yasal, etik, ekonomik ve gönüllü) bir model geliştirmiştir (Wood, 1991: 684-685). Carroll (1991)'un yasal, etik, ekonomik ve hayırseverlik boyutlarından oluşan bir piramit oluşturarak etik ve hayırseverlik işlerinin daha önemli olduğunu savunarak kurumsal sosyal sorumluluğu *“örgüt kâr elde etmeli, yasalara uymalı, etik olmalı ve iyi bir vatandaş olmalı”* şeklinde tanımlamıştır (Carroll, 1991: 42-43).

Günümüzde çevre sorunları, insan hakları ve sürdürülebilirlik konuları kurumsal sosyal sorumluluk tanımlarını, faaliyetlerini ve algılarını etkilemeye

başladığı görülmektedir. Rupp vd., (2006) tarafından kurumsal sosyal sorumluluk sürdürülebilirlik ve olumlu sosyal değişimleri tetiklemek için organizasyonların aldıkları faaliyet kararları olarak açıklanmıştır (Rupp vd., 2006: 537). Turker (2009a) tarafından kurumsal sosyal sorumluluk ekonomik kaygıların ötesinde tüm paydaşları olumlu etkilemeyi amaçlayan kurumsal faaliyetler olarak ifade etmiştir (Turker, 2009a: 413). Kurumsal sosyal sorumluluk paydaşların ve şirket hissedarlarının çıkarlarından öte yasal bir zorunluluk olmadan toplumun ekonomik, sosyal ve çevre ile ilgili çıkarlarına uygun faaliyet ve politikalar olduğu görülmektedir (Sheldon ve Park, 2010: 392-393). Bu kapsamda kurumsal sosyal sorumluluk toplumsal kaygılara kaynak sağlamak, paydaşlarla iletişim kurma, yerel toplumun ekonomik faydalarını gözetmede pratik ve gerçek bir yapı şeklini almaktadır (Kim vd., 2018: 41-42).

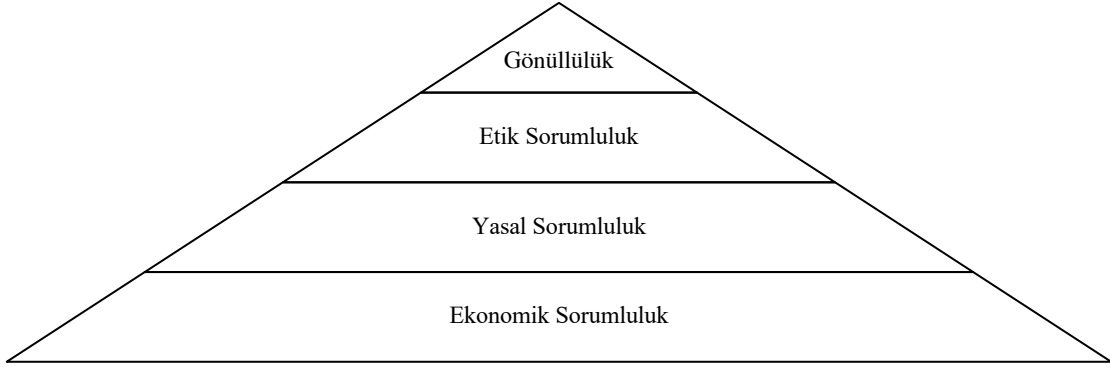
2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişmesinde rol oynayan bazı modeller vardır. Bunlar; Carroll (1991)'in kurumsal sosyal sorumluluk piramidi, Watrich ve Cochran'ın kurumsal sosyal sorumluluk modeli, Lantos (2001)'un kurumsal sosyal sorumluluk modeli ve Wood (1991)'un kurumsal sosyal performans yönetimi olarak sıralanabilir.

2.2.1. Carroll'ın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Carroll kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimine en önemli katkılardan birini yapmıştır. Carroll (1979) geliştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk kavramını *“belirli bir zamanda toplumun kuruluşlardan sahip olduğu ekonomik, yasal, etik ve gönüllü faaliyetler”* şeklinde tanımlamıştır (Carroll, 1979: 500). Bu tanımdan sonra Carroll (1991) kurumsal sosyal sorumluluk ekonomik ve yasal boyutlarına vurgu yaparak ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük faaliyetlerden oluşan kurumsal sosyal sorumluluk piramidini geliştirmiştir (Carroll, 1991: 42). Kurumsal sosyal sorumluluk piramidinin somutlaştırılmış hâli Şekil 1’de gösterilmiştir.

Ekonomik sorumluluk; işletmenin sosyal sorumluluğu ihtiyaç duyulan temel mal ve hizmetleri üreterek doğru fiyattan satarak kâr elde etmek olduğu için (Carroll, 1979: 500), diğer tüm sorumluluklarını gerçekleştirmesi buna bağlıdır (Carroll, 1991: 40-41).



Şekil 1. Carroll'ın kurumsal sosyal sorumluluk piramidi

Yasal sorumluluk; toplum sadece kâr amacı güden işletmeleri onaylamamaktadır (Carroll, 1991: 41), mal ve hizmet üretiminden satımına kadar yasal düzenlere ve kanunlara uymayı gerekli kabul eder (Carroll, 1989: 283-284). Etik sorumluluk; toplum tarafından benimsenen etik ve ahlaki normlar ile tutarlı uygulamalar ve faaliyetleri içermektedir (Carroll, 1991: 41). Gönüllülük; toplumun beklentileri işletmelerin iyi bir kurumsal vatandaş olmasına yanıt veren kurumsal faaliyetleri kapsamaktadır (Carroll, 1991: 42). Carroll (1979)'ın geliştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk piramidi işletmelerin sadece ekonomik değil etik, yasal ve gönüllü sorumluluklarıyla da ele alınmasını savunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk piramidine göre; ekonomik ve yasal sorumluluk boyutu sosyal yönden gerekli, etik boyutu sosyal yönden beklenen, gönüllü boyutu ise sosyal yönden arzulan sorumluluk faaliyetlerini kapsamaktadır (Carroll, 1989). Kurumsal sosyal sorumluluk piramidine göre toplumun norm ve değerlerini yansıtan işletmelerin yasalara uyması, yapılan işin etik olması, paydaşlara (çalışanlar, tüketiciler, çevre vd.) verilen zararı en aza indirmesi ve iyi bir kurumsal vatandaş olması beklenmektedir (Carroll, 1991: 42).

2.2.2. Lantos'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

Lantos (2001)'un yaptığı çalışmada iş dünyasında kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilişkin farklı bakış açılarını ele alarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramını etik, özgecil ve stratejik olarak üç boyutta ele almıştır. Ahlaki olarak zorunlu olan etik sorumluluk, işletmenin ekonomik ve yasal yükümlülüklerini yerine getirirken kazanç sağlamasa dâhil paydaşlara fayda sağlamayan eylemlerden kaçınmasını kapsayan sorumluluklardır (Lantos, 2001: 605). Özgecil sorumluluk, işletmenin ne olursa olsun iyi işler yapması anlamına gelir (Lantos, 2001: 605). Özgecil sorumluluk Carroll (1991)'ın kurumsal sosyal sorumluluk piramidindeki

gönüllü sosyal sorumluluk ile aynı anlama gelmektedir (Boğan, 2018: 21). Stratejik sorumluluk, işletmenin sosyal sorumluluklarını yerine getirirken hem işletmeye hem de tüm paydaşlara fayda sağlamasını ifade etmektedir (Lantos, 2001: 605).

2.2.3. Wood'un Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Wood (1991)'un geliştirdiği 3 ilkeli kurumsal sosyal sorumluluk modeli ilkeler, süreçler ve sonuçlardan oluşmaktadır (Wood, 1991: 703). Birinci ilke yöneticiler, içinde bulundukları kurumsal ve toplumsal çevredeki seçenekleri değerlendirmeyi, ikinci ilke paydaşların taleplerini dikkate almayı, üçüncü ilke değişen koşullara cevap verebilecek plan ve politikalar tasarlanmasını ifade etmektedir (Wood, 1991: 703). Tablo 3'te Wood'un kurumsal sosyal sorumluluk modeli yer almaktadır (Wood, 1991: 694).

Tablo 3. Wood'un kurumsal sosyal sorumluluk modeli

Aşamalar	Sonuçlar
Kurumsal sosyal sorumluluk ilkeleri	Kurumsal ilke: Meşruiyet
	Örgütsel ilke: Kamu sorumluluğu
	Bireysel ilke: Yönetimsel takdir
Kurumsal sosyal yanıt verme süreçleri	Çevresel değerlendirme
	Paydaş yönetimi
	Sorun yönetimi
Kurumsal davranışın sonuçları	Sosyal etkiler
	Sosyal programlar
	Sosyal politikalar

Kaynak: Wood, 1991: 694

Bu modeldeki temel fikir toplumun ayrı bir paydaş olmadığını, organizasyonun toplum ile iç içe geçmiş olduğunu bu nedenle toplumun belirli beklentileri olduğunu savunmaktadır (Wood, 1991: 695).

2.2.4. Wartrick ve Cochran'ın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

Watricks ve Cochran (1985)'in geliştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk modeli daha önce Carroll (1979)'ın geliştirmiş olduğu modelin üç boyutlu bir entegrasyonudur (Wartricks ve Cochran, 1985: 758-759). Bu üç boyutlu model ilkeler, süreç ve politika boyutlarından oluşmaktadır. Wartricks ve Cochran (1985)'in geliştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk modeli iki temel şekilde gerçekleşmektedir. İlki, işletme ile toplum arasındaki sözleşme işletmenin varlığını sürdürebilmesi

toplumun hoş görüsü ile gerçekleşmektedir (Watricks ve Cochran 1985: 759). İkincisi ise işletmeler faaliyetleri gerçekleştirirken toplumun sahip olduğu ahlaki norm ve değerleri göz önünde bulundurarak ahlaki bir eylemci olarak hareket etmesini ifade etmektedir (Watricks ve Cochran 1985: 759). Tablo 4’te Watricks ve Cochran’ın kurumsal sosyal sorumluluk modeli yer almaktadır (Wartricks ve Cochran, 1985: 767).

Tablo 4. Watricks ve Cochran’ın kurumsal sosyal sorumluluk modeli

İlkeler	Süreçler	Politikalar
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Kurumsal Sosyal Tepkisellik	Sosyal Sorunların Yönetimi
1.Ekonomik	1.Reaktif	1.Sorunların Tespiti
2.Yasal	2.Defansif	2.Sorunların Analizi
3.Etik	3.Uzlaşmacı	3.Tepki Geliştirme
4.Gönüllü	3.Proaktif	
Yönelim	Yönelim	Yönelim
1.İşletme ve toplum arasındaki sözleşme	1.Değişen sosyal koşullara cevap verebilme kapasitesi	1.Sürprizleri minimize etmek
2.Ahlaki bir acente olarak işletmeler	2.Gelişen tepkilere yönetsel yaklaşımlar	2.Etkin kurumsal sosyal sorumluluk politikaları belirleme
Felsefi yönelim	Kurumsal yönelim	Örgütsel yönelim

Kaynak: Wartricks ve Cochran, 1985: 767

Bu model Carroll (1979)’ın modelini temel almaktadır (Wartricks ve Cochran, 1985: 767). Buna göre kurumsal sosyal katılımın, sosyal sorumluluk ilkelerine, sosyal yanıt verme sürecine ve yönetimine dayanmaktadır (Wartricks ve Cochran, 1985: 767-768).

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ölçülmesi

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı hakkında yapılan birçok tanım ve modeller bulunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk genel olarak Carroll (1979)’ın geliştirdiği dört boyutlu (ekonomik, yasal, etik ve gönüllü) model ile ölçülmektedir (Fu vd., 2014: 64; Lee vd., 2021: 746; Park ve Levy, 2014: 339). İşletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk ile daha fazla ekonomik fayda ve paydaş ilişkisi oluşturarak rekabet avantajı sağlamaktadır (Nicolau, 2008: 992-994). Paydaşlar ise “*bir kuruluşun amacının gerçekleştirirken bundan etkilenebilecek herhangi bir grup ve birey*” olarak tanımlanmaktadır (Freeman, 1984: 25). Kurumsal sosyal sorumluluk özellikle paydaş teorisi kapsamında paydaşlarına (müşteriler, çalışanlar, devlet vb.) olan sorumluluklarla ele alınmaktadır (Carroll, 1979; Turker, 2009a: 415-416). Kurumsal sosyal sorumluluk, paydaş teorisi kapsamında işletmelerin iş ve dış çevresindeki tüm

paydaşlarına etik ve sorumlu davranması gerektiğini savunur ve temel amacı işletmelerin iç ve dış çevresindeki ilişkileri geliştirerek rekabet avantajı sağlamaya katkıda bulunmaktır (Aktan ve Börü, 2007: 9). Bu kapsamda, kurumsal sosyal sorumluluk işletmelerin tüm paydaşlarına yatırımlar yapmaktadır. Bu yatırımlar; işletmelerin paydaşlarına olan yatırımları, çalışma koşulları, işgören-yönetici ilişkileri ve çevreye karşı duyarlı teknolojilere yatırım olarak sıralanmaktadır (Ünlübulduk, 2019: 7). Bu kapsamda kurumsal sosyal sorumluluk örgütün tüm paydaşlarına gönüllülük esasına göre etik kurallar çerçevesinde misyon ve vizyonuna uygun olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel konulara duyarlı faaliyetler olarak açıklanabilir.

Park ve Levy (2014) önceki araştırmalardan yola çıkarak özellikle Walton (1979)'ın modelini geliştirerek kurumsal sosyal sorumluluğu dört boyutta ele almıştır. Bunlar,

- Topluma karşı,
- Çevreye karşı,
- İşgörenlere karşı,
- Müşterilere karşı sosyal sorumluluk olarak sıralanmıştır (Park ve Levy, 2014).

Bu araştırmada kurumsal sosyal sorumluluğu ölçmek için araştırmanın konularına uygun olarak Carroll (1979)'ın modelini temel alan Park ve Levy (2014)'nin geliştirmiş olduğu güncel ölçek tercih edilmiştir.

2.4. Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Bu bölümde literatürde yer alan konaklama işletmeleri hakkında kurumsal sosyal sorumluluk politikaları ve uygulamaları yer alıp sağladığı faydalar yer almaktadır.

2.4.1. Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları

Turizm endüstrisi yapısı gereği içinde bulunduğu doğa ve sosyal çevre ile iç içe faaliyet göstermektedir (Sağır ve Türkeri, 2015: 284). Turizm nedeniyle oluşan çevresel bozulma, yerel halkın dışlanması, enflasyon, suç, kültürel bozulmalar, yetersiz çalışma koşulları ve düşük ücretler gibi olumsuzlukların çözümü olarak kurumsal sosyal sorumluluk önemli bir rol oynamaktadır (Camilleri, 2014: 49; Cooper vd., 2008: 119-120; Hall, 2007). Turizm sosyal-bütünleştirici bir ekonomik faaliyet

olarak önemli istihdam fırsatları yaratan pozitif ekonomik büyümeyi sürdüren bir faaliyet olarak kabul edilmektedir (Camilleri, 2014: 43). Turizm, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile çeşitli paydaşları etkilemektedir (Mao vd., 2021: 2718). Turizmde sosyal sorumluluk kavramından etkilenen paydaşlar yerel toplum, işgörenler, tüketiciler ve doğal çevre gibi aktörlerden oluşmaktadır (Flammer ve Luo, 2017: 163-165; Gligor-Cimpoieru vd., 2017: 1632-1633; Su ve Swanson, 2019: 438).

Turizm endüstrisini oluşturan yapı taşlarından biri konaklama sektörü olarak kabul edilmektedir (Davidson vd., 2010: 451; Shoval ve Cohen-Hattab, 2001: 909). Ayrıca konaklama sektörü çok hızlı gelişerek turizm endüstrisinden ayrı anılmaya başladığı görülmektedir (Papiryan, 2008). Konaklama işletmelerinde insan faktörü rekabet avantajı oluşturan en önemli kaynak olarak kabul edilmektedir (Pelit ve Güçer, 2007: 35). Konaklama işletmeleri ekonomik varlıklarını sürdürülebilmeleri için uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde iş yeri ortamında verimli çalışma koşulları oluşturarak işgörenin performansını yükseltmektedir (Camilleri, 2014: 42; Karadeniz ve Ünlübulduk, 2020: 125). Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri konaklama işletmelerine özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelere pazarlama faaliyetlerinde yardımcı olmaktadır (Nicolea ve Sabina, 2012: 705-706). Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk politikalarının önemli olmasının bazı nedenleri bulunmaktadır. Bunlar;

- Yetersiz çalışma koşulları,
- Düşük ücret politikaları,
- Turizmin mevsimsellik özelliği
- Çevresel ve biyolojik bozulma,
- Yerleşiklerin yerinden edilmesi,
- Suç oranının artması,
- Kültürel bozulma,
- Enflasyon olarak sıralanmaktadır (Camilleri, 2014: 43; Cooper vd., 2008; Hall, 2007).

Bu kapsamda konaklama işletmeleri çevre, yerel ekonomi, işgörenler ve müşterilere karşı kurumsal sosyal sorumluluk politikaları geliştirip benimsemesi gerekmektedir (Pelit ve Pekmezci, 2012). Konaklama işletmelerinde önemli bir yeri olan kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları özellikle çalışanın iş yaşam kalitesi,

sosyal yaşama saygı, aile hayatı, liyakat uygulamaları ve iş tatmini üzerinde fayda sağlamaktadır (Çalışkan ve Ünüsan, 2011: 153-155). Konaklama işletmeleri ekonomik kazanç sağlarken çevreyi ve kişisel değerleri kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları sayesinde koruyabildiği için kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına katılmayı tercih etmektedir (Garay ve Font, 2012: 329-330). Turizm endüstrisinde uygulanan başlıca kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları bulunmaktadır. Bunlar;

- Doğal ve kültürel kaynakların sorumlu kullanımı,
- Kirliliğin ve atıkların azaltılması,
- Peyzajların korunması,
- Biyolojik çeşitliliğin korunması,
- Kültürel mirasın korunması,
- Çalışanlara, tedarikçilere ve misafirlere adil ve sorumlu davranılması,
- Yerel ürün ve hizmetlerin adil kullanımı,
- Yerel halkın yaşam kalitesini artırmak için yerel topluluklara katılım ve iş birliği yapılması,
- Strateji ve politikaların geliştirilmesi olarak sıralanmaktadır (Nicolea ve Sabina, 2012: 705).

Konaklama işletmelerinin en önemli paydaşı kabul edilen işgörenler için kurumsal sosyal sorumluluk politikaları ve faaliyetleri ayrı bir önem taşımaktadır (Türker ve Uçar, 2013: 159). Bu nedenle emek yoğun bir sektör olan turizmde insan faktörü hizmetin oluşmasındaki en önemli girdi olarak hizmetin kalitesine doğrudan etki etmektedir (Nadiri ve Tanova, 2010: 33-34). Konaklama işletmelerinin en önemli kaynağı olan işgörenler açısından (Toker, 2007: 592); uzun çalışma saatleri, düşük ücret, ayrımcılık, kadın işgörelere karşı taciz, barınma ve yiyecek imkânlarının düşük olması kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına verilen önemi daha da artırmaktadır (Türker ve Uçar, 2013: 159). Konaklama işletmeleri tarafından gerçekleştirilen personel eğitimleri ve terfi imkânları işgörenin örgüte bağlılığını olumlu etkilemektedir (Deery vd., 2007: 107). İşgörelere karşı olumsuz koşulların düzeltilmesi ve ortadan kaldırılması işgören refahı sağlayarak müşteri memnuniyeti ve finansal başarıya pozitif katkılar sağlamaktadır (Camilleri, 2013: 42-44; Tütüncü ve Çicek, 2000). Bu kapsamda konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk

strateji ve faaliyetlerinin işgörenlere karşı çeşitli faydalar sağlamaktadır. Bunlar;

- Güven ve iletişimi artırır,
- Takım çalışması ruhunu oluşturur,
- Örgütsel bağlılığı artırır,
- Kurumun bir üyesi olarak hissetme ve kuruma olan sadakat duygusunu artırır,
- İşgörenlerin sosyal faaliyetlerde bulunması işgörenlerin tecrübe, özgüven ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirir,
- Çalışma koşullarının düzeltilmesine yardımcı olur,
- İşgörenlere iş hakkında eğitimler verilmesi sağlanır,
- İş güvenliğini artıran uygulamaların artırılması sağlanır,
- Liyakat ilkesinin uygulanması sağlanır,
- İşgörenlerin aile ve özel hayatına saygılı olunması sağlanır,
- Motivasyon artar,
- İşgörenlerin sosyal refahı artar,
- İşte kalma niyeti olarak sıralanabilir (Ateş ve Senal, 2012: 74; Çalışkan, 2010: 20; Tripaty ve Rath, 2011: 120-122; Wong ve Ko, 2009: 195).

Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları daha iyi anlayabilmek için konaklama işletmelerine yönelik yapılan kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarını incelemenin ve uygulamalarına örnek vermenin fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Melbourne’da 5 yıldızlı konaklama işletmelerindeki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının işgörenlerin çalışma ortamını iyileştirdiği ve bunun sonucunda örgütsel bağlılığın arttığı görülmektedir (Derry vd., 2007).

ABD’nde bulunan konaklama işletmelerinde yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının hem toplum refahını artırdığı hem de firmanın değerini yükselttiği Niclou (2008) tarafından yapılan araştırma sonucu tespit edilmiştir.

Bohdanowicz ve Zientara (2009) tarafından yapılan araştırmada 2008’de dünyada ilk 10’da yer alan zincir otel işletmeleri yerleşiklerinin yaşam kalitesini ve işgörenlerin refahına ne şekilde katkıda bulunduklarını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda zincir otel işletmeleri hayır kurumlarına bağış yaparak yerleşiklerin yaşam kalitelerini artırdığı görülmektedir.

Kuzey Kıbrıs'taki konaklama işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları sayesinde işgörenlerin işten ayrılma niyetlerini azaltırken, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışını artırdığı tespit edilmiştir (Nadiri ve Tanova, 2010).

Çalışkan ve Ünüsan (2011)'in araştırmalarında Antalya'daki konaklama işletmelerinde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının işgörenlerin iş tatminini ve işte kalma niyetlerini artırdığı görülmektedir.

Grosbois (2012) dünyadaki en büyük 150 konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını araştırdığı çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının 5 ana tema etrafında toplandığını tespit edilmiştir. Bunlar; çevre, istihdam kalitesi, çeşitlilik ve erişilebilirlik, toplum refahı ve ekonomik refah olarak sıralanmaktadır (Grosbois, 2012).

Çeşme'de bulunan 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk algısının etik ve ekonomik boyutunun işgörenlerin iş doyumunu üzerinde olumlu katkılar sağladığı görülmektedir (Avcı ve Akdemir, 2014).

Camilleri (2014)'nin çalışmasında konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplum için uzun vadede değer yaratarak finansal başarıya yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hong Kong'daki konaklama işletmelerinde çevreye karşı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işgörenlerin organizasyona olan sadakatini artırdığı ve personel devir hızını düşüttüğü tespit edilmiştir (Mackenzie ve Peters, 2014).

Park ve Levy (2014)'nin ABD'de konaklama işletmeleri üzerinde yaptıkları çalışmada işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algılarını etkileyen faktörlerin sadece yeşil uygulamalar olmadığı tespit edilmiştir.

Gürlek ve Tuna (2019) Antalya'daki konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk algısının işgörenlerin işe adanmışlığını kısmen etkilediğini ancak kurumsal sosyal sorumluluk yardımı ile işgörenlerin işe adanmışlığının artırılabilceği sonucuna ulaşılmıştır.

Su ve Swanson (2019) Çin'in Changsha bölgesinde yer alan konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işgörenlerin refahını artırdığı, işgören ile organizasyon arasındaki ilişkileri güçlendirdiği ve organizasyonu daha fazla yeşil davranışlarda bulunmaya sevk ettiğini tespit etmişlerdir.

Şentürk, Bayırlı ve Boğan (2019) çalışmalarında Alanya'daki 5 yıldızlı

konaklama işletmelerinde işgörenler etik liderlik sayesinde kurumsal sosyal sorumluluk algısının dört boyutunu pozitif algıladıkları görülmüştür.

ABD’deki konaklama işletmelerinde yapılan bir araştırmada kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının örgütsel özdeşme, iş yaşam kalitesi ve işte kalma niyetini artırdığı görülmektedir (Kim vd., 2020).

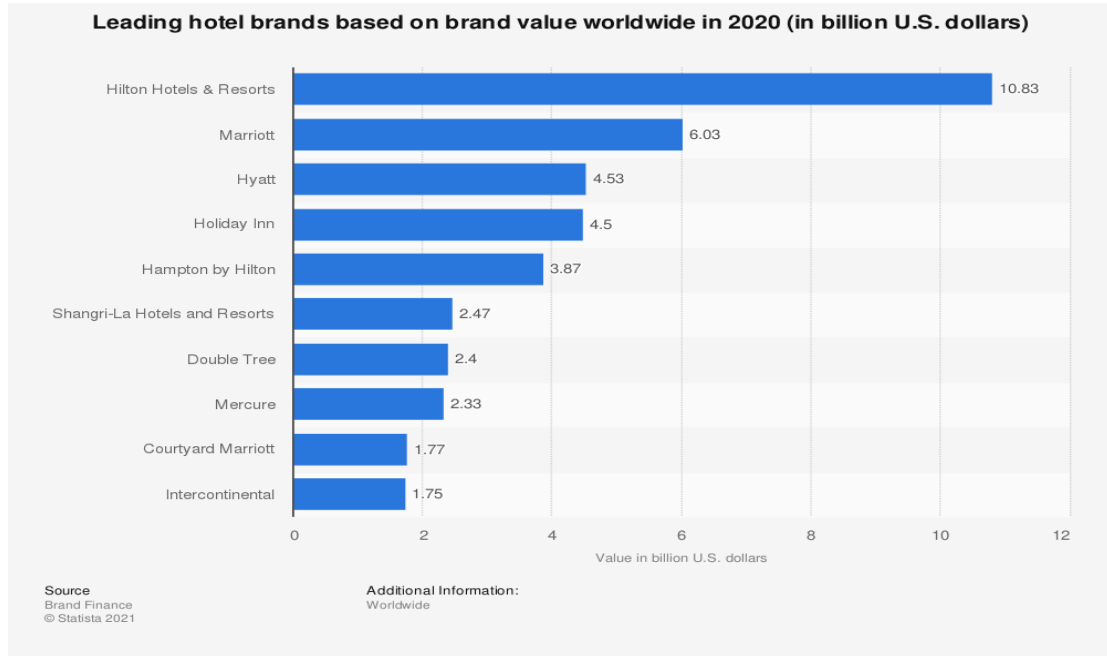
2.4.2. Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları

Turizm sektöründe farklı kategorilerdeki kurumsal sosyal sorumluluk raporları, yıllık raporlar, kurumsal web siteleri ve basında ilgili haberler toplanarak yapılan araştırmalar sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk politikalarını zincir otel işletmelerinin daha iyi benimsediği görülmektedir (Leaniz vd., 2021). Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının daha iyi anlaşılabilmesi için marka değeri en yüksek 5 konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk strateji ve uygulamaları araştırmaya dâhil edilmiştir. Şekil 2’de 2020 yılında Brand Finance’ın yaptığı araştırmada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri Hilton Hotels & Resort, Marriott, Hyatt, Hliday Inn, Hampton by Hilton, Shangri-La and Resort, Double Tree, Mercure, Courtyard Marriott ve Intercontinental olarak sıralanmaktadır (D’souza, 2021; Lock, 2021, www.statista.com).

Hilton Hotels & Resorts Corporation kurumsal web sitesinde kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri ve faaliyetlerine yer vermektedir. Bunlar; kurumsal sosyal sorumluluk ölçüm platformu “Light Stay” (karbon ayak izi azaltılması, enerji ve su tasarrufu, sorumlu kaynak kullanımı ve atık kontrolü), Dünya Yaban Hayatı Fonu ile işbirliği, Hilton Sürdürülebilir Deniz Ürünleri Raporu (soyu tükenmekte olan deniz ürünleri açıklayarak bu ürünlerin kullanımı azaltmak veya durdurmak), konaklama için başarıya giden pasaport, küresel stajyerlik, okuma odası, küresel hizmet haftası, Hilton afet fonu, sabun geri dönüşümü, işgörelere (iş eğitimleri, topluma destek eğitimleri ve çevreyi koruma eğitimleri), yerleşiklere ve LGBT bireylere destek olarak sıralanmaktadır (Hilton, 2021).

Marriott International Inc. web sitesinde kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerine ve uygulamalarına yer vermiştir. Bunlar; Marriott afet yardım fonu, çevresel ayak izini azaltma (enerji ve su kullanımı azaltma), karbon ayak izi azaltma, sürdürülebilir enerji kaynakları kullanma, elektrikli araç şarj istasyonları, Marriott engelliler vakfı, okuldan işe köprüler projesi, eğitim projeleri (gençleri kadınlar,

engelliler, gaziler, mülteciler için mesleki eğitimler), cinsiyet ayrımcılığına karşı uygulamalar, insan kaçakçılığını engellemek için projeler ve bağışlar, LGBT bireylere destek ve paydaşlara yönelik çeşitlilik programları olarak sıralanmaktadır (Marriott, 2020).



Şekil 2. 2020 yılı Brand Finance marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri

Hyatt Hotels Corporations, web sitesi incelendiğinde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri ve uygulamaları, işgörenler için (egzersiz imkânları, boş zaman değerlendirme alanları, sağlıklı yemekler, gelişim ve liderlik eğitimleri, seyahat imkânları, emeklilik tasarrufu, eşitlik imkânı), Hyatt toplum bağışları programı, RiseY (işsizlikle mücadele programı), engelli bireylere mesleki eğitimler, paydaşlar için davranış kuralları, çocuk istismarı ve insan kaçakçılığını engellemek için bağışlar, karbon ayak izi azaltılması, atıkların azaltılması, geri dönüşüm faaliyetleri, sürdürülebilir tedarik zinciri, Hyatt Eco track (enerji ve su takibi), sürdürülebilir hammadde kullanımı (deniz ürünleri, tarım ürünleri, hayvansal besinler, plastik ve kağıt ürünleri), Carbon Disclosure Project (CDP karbon saydamlık projesi) ve Hyatt Thrive Youtube kanalı ile kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile farkındalık yaratmak olarak sıralanmaktadır (Hyatt, 2021).

Intercontinental Hotels Group (IHG) bünyesinde bulunan Holiday Inn kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ve stratejileri IHG kurumsal web sayfasında bulunmaktadır. Bu kapsamda Holiday Inn'nin uyguladığı kurumsal sosyal sorumluluk

stratejileri ve uygulamaları, insan hakları, risk yönetimi, modern kölelikle mücadele, IHG tedarikçi davranışı (sürdürülebilir sorumlu tedarik zinciri), işgörelere (mylearning), yöneticiler için eğitim programları (fuse, yönetim ve liderlik eğitimleri), ayrımcılığa karşı eğitimler, IHG Green Engage (karbon ayak izi azaltımı, yeşil çözümler ile biyolojik çeşitliliğin korunması, enerji ve su tasarrufu) ve IHG akademi (toplumsal etki ve destekleme, doğal afetlerde zarar gören işgörelere destek) olarak sıralanmaktadır (IHG, 2021).

Hampton by Hilton Hotels, Hilton otel grubu bünyesinde bulunarak uyguladığı kurumsal sosyal sorumluluk strateji ve uygulamaları, Handwashing Awereness Week (otel sabun ve banyo malzemelerinin geri dönüştürülmesi), Hamptonatiliy (toplum hizmeti, küresel hizmet ayı, çocuklar için gıda desteği), gençlik yetenek hattı, kapsayıcı büyüme (çeşitlilik ve kapsayıcılık, eşit fırsatlar, kariyer geliştirme, çalışan refahı, kadınları güçlendirme, gazileri destekleme), insan hakları (sağlık ve güvenlik, modern kölelik, insan kaçakçılığı), toplumsal yatırım (ekonomik etki, gönüllülük, afet yardımı desteği, hayırsever bağışlar), enerji ve karbon (enerji ve iklim değişikliği), su (en yüksek su riski taşıyan havzalarda bağlam temelli 20 su projesi), atık (operasyonda atık çıktısını %50 azaltmak, kullanılmış tüm konuk sabun kalıplarını mümkün olduğunda geri dönüştürerek çöp sahasına sıfır sabun atığı, yönetilen operasyonlarımızda çöp sahasına gönderilen gıda atıklarını %50 oranında azaltmak, yasaların izin verdiği yerlerde gıda bağış programlarına katılmak), sorumlu kaynak kullanımı (tüm et ve kümes hayvanları, deniz ürünleri ve pamuk ürünleri, tedarikçileri hedefler belirlemeye denetleme ve teşvik programı aracılığıyla doğrulamaya teşvik etmek, işbirliği için çerçeve oluşturun üst düzey tedarikçilerle program, sosyal ve çevresel kriterleri tedarikçi kayıt ve sorgulama süreçlerine dahil ederek veri görünürlüğünü artırmak), yönetim ve etik (yolsuzlukla mücadele, risk yönetimi, mevzuata uygunluk), kapsamlı etki (etkili ortaklıklar, sosyal sorunlar hakkında misafir farkındalığı) olarak sıralanmaktadır (Hilton, 2020).

Tüm bu kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerin ek olarak konaklama işletmeleri LEED (Enerji ve Çevresel Tasarımda Liderlik Sertifikası) programına katılmaya başlamıştır. Starwood Hotel LEED programını benimseyerek yeni bir zincir otel işletmesi olan ELEMENTS Hotels'i faaliyete geçirerek kurumsal sosyal sorumluluk farkındalığı yaratmaya başlamıştır (Lee ve Heo, 2009:645). Fairmont

Hotel & Resort, Ramada International Hotels & Resorts ve Sherton geri dönüşüm faaliyetleri, kamu refahı oluşturma, enerji ve su tasarrufu gibi kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları bulunmaktadır (Küçükusta vd., 2013).



3. İŞE ADANMIŞLIK

İnsan kaynağı günümüzde organizasyonlar için rekabet avantajı sağlayan en önemli kaynak olarak kabul edilmektedir (Çiftçi ve Erkanlı, 2020: 337). Özellikle organizasyonlar küresel rekabetle başa çıkabilmek için iş rollerine yatırım yapmaya hevesli, yeteneklerini geliştirmek isteyen ve işlerine psikolojik olarak bağlı işgörenlere ihtiyaç duymaktadır (Bakker vd., 2011 :5). Çünkü işe adanmış işgörenler organizasyondaki sorunları iyileştirerek, yeni fikirler oluşturarak ve şikâyetleri değerlendirerek fark yaratıp organizasyona fayda sağlayabilmektedir (Karatepe ve Karadaş, 2015: 1254). Bu yüzden organizasyonlar işgörenleri değerlendirirken işe olumlu duygular besleyen işe adanmış işgörenleri tercih etmektedir (Banihani vd., 2013: 400-401). İşgörenlerin yetenekleri ve motivasyonları organizasyonlarda verimlilik için en önemli faktör olarak kabul edilmektedir (Burke vd., 2009: 4). Swanberg vd., (2011)'ne göre işe adanmış işgörenler organizasyonlarda işçilik maliyetini azalarak gelire katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda organizasyonları diğer organizasyonlardan ayıran insan kaynağı faktörü olduğu için insan kaynağının sadakati, bağlılığı, iş birikimleri (knowledge), yetenekleri ve becerilerinden optimum düzeyde faydalanmak sürdürülebilir büyümemenin en verimli ve etkin yolu olduğu görülmektedir (Şahin ve Çankır, 2019: 196-197). Tüm bunlar göz önüne alındığında ortaya çıkan işe adanmışlık kavramı bireyin iş rolüyle ilişkili görevlere yönelik kişisel kaynaklarını aktif olarak ayırmasını ifade eden motivasyonel bir kavram olarak geliştirilmiştir (Christian vd., 2011: 100-101). İşe adanmışlık işle ilgili pozitif ve tatmin edici zihin durumuyla ortaya çıkan canlılık, adanmışlık ve özümseme ile etkileşimli olan çok boyutlu yapı olduğu görülmektedir (Gonzales-Roma vd. 2006: 166). İşe adanmışlık kavramının daha iyi anlaşılması için kavramının nasıl geliştiğini kronolojik olarak incelenmesi faydalı olacaktır.

3.1. İşe Adanmışlık Kavramı

İşe adanmışlık kavramının ilk ortaya atan Khan (1990)'a göre işgörenlerin organizasyon içindeki rollerini fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak farklı derecelerde algılaması olarak ifade edilmiştir (Khan, 1990: 692-694). Khan (1990)'ın geliştirdiği bu motivasyonel modelden önce işle alakalı motivasyon kaynaklarını açıklayan Hezberg, Mausner ve Synderman (1959) motivasyonları içsel ve dışsal motivasyonlar

olarak ikiye ayırmıştır. Bu kapsamda içsel motivasyonlar; memnuniyet, tanınma ve gelişme; dışsal motivasyonlar ücret, çalışma koşulları, iş güvenliği olarak açıklamaktadır (Herzberg vd.,1959; Kanungo ve Hartwick, 1987: 751). İşe adanmışlık literatürde farklı isimlerde anılmaktadır. İngilizcesi “*work engagement*” olan kavram Türkçe’ye “*cezbolma, işe adanmışlık, işle bütünleşme, işe bağlılık, işe tutkunluk, işe cezbolma, işe engaje olma,*” şeklinde literatürde yer aldığı görülmektedir (Özkalp ve Meydan, 2014: 869; Topaloğlu vd., 2019: 59). İşe adanmışlık ile ilgili literatürde yer alan çeşitli kavramlar kronolojik olarak Tablo 5’te sıralanmıştır.

Tablo 5. İşe adanmışlık tanımları

Yazar	Tanım
Khan (1990)	Organizasyon üyelerinin benliklerini iş rolü esnasında dizginleyerek fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak iş rolüne odaklanarak iş performansının artırılmasını ifade eder
Maslach vd., (2001)	Sinizm, tükenmişlik ve yetersizlik kavramlarının tam tersi olan enerji, katılım ve etkinlik ile karakterize edilen bir kavramdır
Rothbard (2001)	Dikkat ve özümseme ile karakterize edilen işe adanmışlık kavramının dikkat boyutu “bilişsel uygunluk ve bir rol hakkında düşünmek için harcanan zaman miktarı” ve özümseme boyutu “bir role adanmış olmak ve kişinin bir role odaklanma yoğunluğu” şeklinde ifade edilen iki boyutlu bir kavramdır
Schaufeli vd., (2002)	İş ile ilgili canlılık, kendini adama ve özümseme ile karakterize edilen pozitif tatmin edici zihin durumu olarak açıklanmaktadır
Tasker (2004)	İşgörenler ve iş verenlerin birbirileri için fazladan kat ettikleri yol olarak, karşılıklı fayda sağlayan bir ilişkidir
Saks (2006)	İşgörenin iş rollerini yerine getirirken fazladan ayırmaya istekli olduğu bilişsel, duygusal ve fiziksel kaynaklar olarak açıklanmaktadır
Gonzalez- Roma vd., (2006)	İşgörenlerin iş ile ilgili enerjik, adanmış ve kendini kaptırmış bir halde pozitif ve tatmin edici ruh hali olan çok boyutlu bir yapıdır
Mercer (2007)	İşgörenler organizasyonun başarısındaki katkılarında dolayı kazanılmış bir çıkar hissettiklerinde iş gereksinimlerini aşan performans göstermeye istekli ve motive olmuş zihin durumu
Bakker ve Demerouti (2008)	İşgörenin canlılık, bağlılık ve yoğunlaşma sonucu iş ile ilgili olumlu ve tatmin edici zihin durumu
Macey ve Schneider (2008)	İşgörenin iş hayatında mevcut durumu korumanın ötesinde yenilikçi, uyarlanabilir ve teşvik edici bir şekilde isteğe bağlı olarak gösterdiği çaba
Sonnentag vd., (2008)	İşgörenin yüksek katılım, duygusal enerji ve işe kendi varlığını adanmasını içeren geniş bir kavram
Fine, vd., (2010)	İşgörenin memnuniyet içinde isteğe bağlı olarak göstermiş olduğu ekstra çaba
Rich vd., (2010)	Bireyin tüm benliğini iş rolüne yatırımı
Coetzee ve De-Villiers (2010)	İşgörenlerin rol performansları sırasından fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak kendilerini iş rollerine bağlamaları
Shirom (2010)	İşgörenin işte canlılık, bağlılık ve kendini adaması ile gerçekleşen 3 boyutlu bir kavram
Shantz vd., (2010)	İşgörenin olumlu duygular yaşayarak ve başkasıyla anlamlı ilişkiler içinde, içinden gelerek mental çaba göstererek iş performansına olumlu katkılar sağlamasıdır
Bakker vd., (2010)	İşgörenlerin enerjik, konsantre olmuş, anlamlı ve önemli bir arayış içinde olarak işlerine kendi istekleriyle harcadıkları fazladan çaba
Kanten ve Sadullah (2012)	Canlılık, adanmışlık ve kendini kaptırma ile ilişkilendirilen işle ilgili olumlu ve tatmin edici zihin durumu
Harzer ve Ruch (2013)	İşgörenin vicdani inisiyatif ile kendi görevini başarılı bir şekilde yerine getirebilmek için fazladan heves ile ısrar etmesi
Karatepe (2013)	İşgörenin işle ilgili olarak olumlu, tatmin edici, bilişsel ve duygusal ruh halinin kalıcı olma durumu
Guan vd., (2020)	İşgörenin bir amaç doğrultusunda yüksek derece coşku, gurur ve ilham duygusuyla işine güçlü bir şekilde bağlı olması durumu
CIPD (2021)	İşe adanmışlık işgörenin tükenmiş olmak yerine canlı, adanmış ve konsantre olmuş ruh hali ile organizasyonuna bağlı olması

İşe adanmışlık kavramı literatürde pozitif örgütsel davranış kavramı içinde şekillenerek işe angaje olmak, adanma, bağlılık ve tutkunluk gibi kavramlarla anılmaktadır (Özalp ve Meydan, 2015: 5). Literatürde yer alan işe adanmışlık kavramları işgörenin işi hakkında enerjik bir şekilde fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak işine konsantre olması sonucu elde edilen tatmin edici motivasyonel bir kaynak olarak şekillenmiştir. İşe adanmışlık kavramı hakkında geliştirilen modeller temel olarak Khan (1990)'ın geliştirdiği üç boyutlu kavram etrafında şekillendiği görülmektedir. İşe adanmışlık kavramı işgörelere ve organizasyonlara çeşitli faydalar sağlamaktadır.

3.2. İşe Adanmışlığın Sağladığı Faydalar

Modern organizasyonlar insan kaynakları sorunlarına çözüm bulmak ve iyileştirmek için işe adanmışlığı kullanmayı tercih etmektedirler (Banihani vd., 2013: 400-401). İşe adanmış olmayan işgörelenler örgütlere fazladan maliyet oluşturmaktadır (Loehr ve Schwartz, 2003: 199-200). Bu nedenle işten ayrılma niyeti yüksek ve örgütsel bağlılığı zayıf işgörelenler organizasyonların başarısına engel olmaktadır (Bakker ve Demerouti, 2009: 209-213).

Organizasyonlarda verimliliği ve performansı artırmanın en iyi yolu işgörelenlerin işe adanmışlıklarını artırmaktadır (Gruman ve Saks, 2011: 123). Çünkü işe adanan işgörelenlerin iş faaliyetlerinde enerjik ve işin talep ettiği her şeyle başa çıkabilecek durumdadırlar (Schaufeli vd., 2006: 701). İşe adanmış işgörelenlerin işyerine karşı tutum ve davranışları gelişmekte (Özyılmaz ve Süner, 2015: 143) ve organizasyonuna bağlı kabul edilmektedir (Luthans ve Peterson, 2002: 376-377). Bu kapsamda işgörelenler örgütün vizyon, misyon, amaçları ve stratejileri doğrultusunda fazladan çaba göstermektedirler (Rich vd., 2010: 617-620). İşe adanmış işgörelenler rekabet avantajı sağlamakta, örgütsel bağlılığı yükseltmekte, yüksek iş performansı sağlamakta, müşteri sadakati oluşturmakta ve düşük işten ayrılma niyetinde bulunarak organizasyona olumlu faydalar sağlamaktadır (Salanova vd., 2005: 1217; Schaufeli vd., 2006: 293; Bakker ve Demerouti, 2008: 209; Gruman ve Saks, 2011: 123-124; Karatepe, 2013 :82; Özyılmaz ve Süner, 2015; Çiftçi ve Erkanlı, 2020: 37). İşe adanmışlığın organizasyona sağlayacağı diğer faydalar;

- İşgörelenlerin organizasyona karşı olumlu duygular gelişir,

- İşgörenler ruhsal olarak olumlu hisseder,
- İşgörenlerin iş doyumuna ulaşması gerçekleşir,
- İşgörenlerin işe örgütsel bağlılığı artar,
- İşgörenlerin proaktif davranışı gelişir,
- İşgörenlerde düşük devamsızlık görülür,
- Yetenekli işgörenler elde tutulur,
- Ürün ve hizmetlerin kalitesinin artması sağlanır,
- Ürün ve hizmetlerde hata oranı düşer,
- Satışların artar,
- Karlılık yükselir,
- Müşteri memnuniyeti artar,
- Müşteri sadakati artar,
- İş büyümesi gerçekleşir,
- Daha yüksek iş başarısı olarak sıralanmaktadır (Bakker ve Demerouti, 2008: 210-212; Stairs ve Galpin, 2010: 155-160).

Bu sayede işe adanmış işgörenler performans farkı yaratarak rekabet avantajı sağlamaktadır (Tuafek vd., 2016: 700-701).

İşe adanmış işgörenler vermiş oldukları fiziksel ve duygusal emeğin, uzun ve zorlu çalışma saatlerinin karşılığını almak ve başarılı olmak istemektedirler (Coetzee ve De-Villiers, 2010: 41-50; Aybaş ve Gözde, 2018: 105; Dai vd., 2019: 70-71). Bunu sağlamak için işle alakalı motivasyon kaynaklarına ihtiyaç duymaktadırlar. İşle alakalı motivasyon kaynakları ise iç ve dış motivasyon kaynakları olarak ikiye ayrılmaktadır. Dışsal motivasyon kaynakları; memnuniyet, başarı, tanınma ve gelişme, içsel motivasyon kaynakları; anlamlılık duygusu, seçim duygusu, yetkinlik duygusu ve gelişme duygusu olarak sıralanmaktadır (Herzberg vd., 1959: 751). İşgörenler ihtiyaç duydukları motivasyon kaynaklarına iş hayatından elde edilen ekonomik, sosyal ve duygusal faydalar sonucunda sahip olarak organizasyonlarına işe adanmışlıklarıyla karşılık vermek istemektedir (Karatepe, 2013: 133).

3.3. İşe Adanmışlığı Artırmanın Yolları

İşgörenlerin işe adanmışlıklarını artırmanın çeşitli yolları bulunmaktadır. Bireysel anlamda işe adanmışlığa etki eden unsurlar; gelişmiş beceriler, sosyal ilişki

yeteneği, pozitif düşünce yapısı, takım çalışmasına yatkın olma, teknik becerilerin olması olarak sıralanmaktadır (Aydın vd., 2020: 1433-1434). Örgütsel anlamda işe adanmışlığı artıran unsurlar; adil yönetim anlayışı, terfi ve ödöl sistemi, personel güçlendirme, kişisel gelişimin desteklenmesi, psikolojik, teknik ve sosyal destek olarak sıralanmaktadır (Alacron, 2009: 17-25). Buna ek olarak örgütsel hedefler, iletişim kanallarını etkili ve açık olması, yapılan işin anlamlılığı ve değışikliğin kabulü işe adanmışlığı desteklemektedir (Leiter ve Harvie, 1998: 1-2). Ayrıca iş yükünün hafifletilmesi, hedeflere ulaşmada kolaylık, kişisel gelişime katkı, özerklik, işğörenler arasında sosyalleşme, yeteneklerin ortaya çıkarılması ve destek gibi iş kaynakları işe adanmışlığa olumlu katkılar sağlamaktadır (Broeck vd., 2008: 227).

Kurumsal sağlık, kariyer geliştirme uygulamaları, performans yönetimi, hedef belirleme, psikolojik sözleşmeler, işe katılımı kolaylaştırma, sosyal destek, rehberlik, eğitim, performans ve bağlılık değerlendirmesi, geri bildirim, örgütsel destek ve sürdürülebilir kalite algısı işğörenlerin işe adanmışlıklarını artırmaktadır (Coetzee ve De-Villiers, 2010: 28; Gruman ve Saks, 2011: 128-132; Tuafke vd., 2016: 699; Şahin ve Çankır, 2019: 196; Guan vd., 2020; Erkal, 2021).

3.4. İşe Adanmışlığı Azaltan Durumlar ve Etkileri

İşe adanmış işğörenler uzun saatler çalışma sonucu tükenmiş hissetmelerine rağmen başarmanın vermiş olduğu tatminle olumlu düşüncelere sahip oldukları görölmektedir (Bakker vd., 2011: 6). Bu kapsamda işe adanmış işğörenler diğelerine göre daha fazla mesai harcarlar ancak sosyal değışimden elde edecekleri kazanç yüzünden şikâyetçi olma davranışında bulunmamaktadırlar (Van den Berg vd., 2008: 85-88). Ayrıca işe adanmış işğörenler sürekli olarak yüksek adanmışlık gösteremediklerinden dolayı psikolojik ve fiziksel olarak iyileşmek için boş zamana ihtiyaçlar duymaktadırlar (Bakker, 2011: 267-268). İşe adanmış işğörenler iş-aile yaşamı arasındaki dengeyi kurmak ve kendi yaşamlarını yönetmek istemektedirler (Coetzee ve De-Villiers, 2010; Karatepe ve Demir, 2014: 307). Bu kapsamda ihtiyacı olan boş zamana ve fırsata sahip olamayan işğörenler ailelerine zaman ayıramadıkları için iş-aile yaşamı arasında çatışma yaşamaktadır (Halbesleben vd., 2009: 1452-1453). Bu durum kötü iş-yaşam dengesine neden olarak işe adanmışlıklarını olumsuz etkilemektedir (Altınay vd., 2019: 1528).

İşe adanmışlık kavramı tükenmişlik kavramıyla beraber anılmakta buna

rağmen tükenmişliğin pozitif bir yönü olarak görülmektedir (Schaufeli ve Bakker, 2004: 294). Tükenmişlik yetersiz ücretler, beklentilerin karşılanamaması, desteklenmeme ve yetersiz kariyer gelişimi gibi durumlarda ortaya çıkmaktadır (Dai vd., 2021: 114-116). Bu kapsamda iş kaynaklarının eksikliği tükenmişliğe ve sağlık sorunlarına neden olarak işgörenlerin işte kalma niyetlerini ve işe adanmışlıklarını olumsuz etkilemektedir (Schaufeli ve Bakker, 2004: 293; Altınay vd, 2019: 1528). Negatif etki; işe adanmışlığı azaltarak işgörenlerde işini kaybetme korkusu, iş güvensizliği, stres, strese bağlı yan etkenlerle beraber kariyer memnuniyetsizliği yaratarak işten ayrılma niyetini ve devamsızlığı yükseltmektedir (Bosman vd., 2005: 48-50; Maouo vd., 2005; Coetzee ve De-Vlilliers, 2010: 28; Karatepe vd., 2020: 1-2). Bu durum organizasyonlar için fazladan maliyet oluşturmaktadır (Loehr ve Schwartz, 2003). İşe adanmış işgörenler organizasyonların en önemli kaynağını oluşturarak maliyeti düşürmede ve verimliliği artırmada kilit rol oynadığından bahsedilebilir.

3.5. İşe Adanmışlık Modelleri

Bu kısımda işe adanmışlık hakkında geliştirilen literatürde öne çıkmış modellere yer verilmiştir.

3.5.1. Khan'a göre İşe Adanmışlık

Khan (1990)'a göre işe adanmışlık organizasyon üyelerinin benliklerini iş rolü esnasında dizginleyerek fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak kendilerini iş rolüne odaklayarak iş performansını artırmasını ifade etmektedir. Khan (1990)'ın oluşturduğu üç boyutlu model fiziksel, duygusal ve zihinsel adanma boyutlarından oluşmaktadır. Bu boyutlar;

- Fiziksel adanmışlık, işgörenin tüm fiziksel varlığını işine adaması ve buna rağmen tükenmiş hissetmemesini (Çiftçi ve Erkanlı, 2021: 337; Salanova vd., 2005: 1217-1220),
- Duygusal adanmışlık, işgörenin tüm kalbini işine adaması işinden gurur ve şevk duymasını,
- Zihinsel adanmışlık, işgören iş esnasında her şeyi unutarak işine yoğunlaşmasını ifade etmektedir. (Babcock-Roberson ve Stricklan, 2010: 315-316).

Khan (1990)'a göre işe adanmışlık psikolojik anlamlılık, psikolojik güvenlik ve psikolojik erişilebilirlikle artırmak mümkündür. Bu kapsamda;

- Psikolojik anlamlılık, işgörenin rol performansının kendin için ne kadar anlamlı olduğunu ifade eder. Bu kapsamda insanlar değerli olduklarını hissettikleri zaman psikolojik anlamlılık kazanılmış olur,
- Psikolojik güvenlik, kişinin benliğine, statüsüne ve kariyerine zarar vermeyen rol performansı kişiyi psikolojik olarak güvende hissettirir,
- Psikolojik erişilebilirlik, bireyin role girmek için psikolojisinin ne kadar müsait olduğunu ifade eder. Bu durum fiziksel, duygusal ve psikolojik kaynaklarla yakından ilişkilidir (Kahn, 1990).

Bu araştırmada Khan (1990)'ın geliştirdiği ölçek daha sonra Rich vd, (2010) tarafından uyarlanarak güncellendiğinden dolayı tercih edilmiştir. Bu ölçek fiziksel adanmışlık, duygusal adanmışlık ve zihinsel adanmışlık olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır (Rich vd. 2010).

3.5.2. Schaufeli'ye göre İşe Adanmışlık

Schaufeli vd. (2002)'ne göre işe adanmışlık işle ilgili canlılık, kendini adama, özümseme ile karakterize edilen pozitif ve tatmin edici zihin durumu olarak 3 boyutlu bir kavramdır. Buna göre;

- Canlılık: işgören iş faaliyetlerini yerine getirirken yüksek enerji, zihinsel dayanıklılık, işine çaba harcama ve zorluklarla mücadele etme isteğini ifade eder,
- Kendini adama: işgörenlerin işlerinden ilham alması, coşku duyması, gurur duyması ve işinden ayrılmakta güçlük çekmesini ifade eder,
- Özümseme: işgörenin işine tamamen konsantre olması, kendini işine vermesini ve işinden ayrılmakta güçlük çekmesini ifade eder (Schaufeli vd., 2002: 74-75).

Genel olarak işe adanmışlık kavramı enerjiklik, fiziksel ve duygusal boyuttan oluşan 3 boyutlu bir model olarak literatürde yer almaktadır.

3.6. Turizmde İşe Adanmışlık

Turizm endüstrisi yüksek rekabet ortamı, ön saflarda çalışan işgörenlerin fazlalığı, kalifiyeli işgörenlerin azlığı ve yüksek eğitim maliyetleri gibi çeşitli insan

kaynakları sorunları ile sürekli karşı karşıya kalmaktadır (Li vd., 2017: 193-194; Goh ve Okumus, 2020: 1-2). Turizm endüstrisindeki en önemli kaynak olan insan kaynağının işe adanmışlığının anlaşılması insan kaynakları yönetimine katkı sağlamaktadır (Karatepe ve Olugbade, 2009). Özellikle konaklama işletmeleri uzun mesai saatleri, iş yükü, eğitimsiz işgörenler, yetersiz örgütsel politikalar, duygusal uyumsuzluk, sürekli kapalı alanda çalışma, iş-aile yaşamı arasında çatışması, yüksek personel devir hızı ve genç bireylerden oluşan iş gücüyle emek yoğun bir sektör olarak karakterize edilmektedir (Putra vd., 2017: 228-230; Bhutto vd., 2021: 1717).

İşgören devir hızı konaklama işletmelerinde büyük bir sorun oluşturmaktadır (Karatepe ve Shahriari, 2014: 22-23). Çünkü konaklama işletmelerinde hizmetin oluşmasında en önemli etken olan ön safta çalışan işgörenler uzun ve yoğun baskı altında çalıştığı için fiziksel ve duygusal yüke maruz kalmaktadırlar (Goh ve Lee, 2018: 20-22). Buna ek olarak çalışma arkadaşlarının ve müşterilerin nezaketsizliği performanslarını düşürmektedir (Wang ve Cheni, 2020: 415). Ayrıca ön safta çalışan işgörelere nispeten daha düşük ücretler ödenmektedir (Nadiri ve Tanova, 2010: 33). Tüm bunlar göz önüne alındığında konaklama işletmelerinin en önemli sorunları yetersiz eğitim, düşük ücretler, iş güvensizliği, iş-aile yaşamı arasında çatışması, ölçüm kriterlerinin adil olmaması, yetersiz finansal ve finansal olmayan ödüller olarak sıralanmaktadır (Cleveland vd., 2007: 275-277; Derry, 2009: 792-793; Kusluvan vd., 2010: 186-188). Konaklama işletmelerinde işe adanmışlığı düşük olan işgörelerde çevreci davranışlar azalmakta bunun sonucu olarak karbon ayak izi artmakta dolayısıyla çevresel tahribat artarak müşteri memnuniyeti azalmaktadır (Chan vd., 2009: 329-330; Merli vd., 2019: 471-473; Rezapouraaghdam vd., 2019: 1583-1584). Bu kapsamda tüm bu sorunları çözebilecek işe adanmış yüksek motivasyonlu işgörelere ihtiyaç duyulmaktadır (Li vd., 2012: 1059).

Konaklama işletmelerinin temel ürünü olan hizmet ön saflarda çalışan işgörel tarafından müşteriyle birebir etkileşim yoluyla üretilmektedir (Yeh, 2013: 214-215). İşgörelerin tutum ve davranışları müşterilerin memnuniyeti konusunda en önemli etken olduğu görülmektedir (Nickson vd., 2005: 195-196; Dai vd., 2019: 69-71). Bu kapsamda konaklama işletmelerin rekabet gücü aktif ve sadık işgörelerin iş performansına dolayısıyla işe adanmış olmalarına bağlıdır (Swannberg, 2011: 1-2; Wahlberg vd., 2017: 411-412; Park vd., 2019: 983-985).

Konaklama işletmelerinde işe adanmışlığı artırmanın çeşitli yolları ve sonuçları bulunmaktadır. Organizasyon tarafından eğitim uygulamaları, maddi ödüller, rekabetçi ücret sistemleri, sosyal yardım paketleri (Jia vd., 2014: 869-870; Presbitero, 2017: 56-58) ve işgörenlere çalışma esnasında sağlanan boş zamanların değerlendirilmesi kapsamında iş yeri eğlencesi kavramı işgören devir hızını azaltarak işe adanmışlık üzerinde olumlu etkileri ile sonuçlanmaktadır (Tsaur vd., 2019: 131).

Bireysel açıdan işgörenlerin kişilik özelliklerinin, özellikle dışa dönük ve deneyime açık kişilik özelliklerine sahip işgörenlerin işe adanmışlığının dinçlik (canlılık) boyutu üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Aydın vd., 2020: 64). Turizmle alakalı bir sektörde çalışan veya turizm eğitimi almış bireylerin turizmin herhangi bir sektöründe çalışması durumunda diğer işgörenlere göre işe adanmışlığının daha yüksek olduğu görülmektedir (Yeh, 2013: 229). Konaklama işletmelerinde işgörenlerin üstlerinden ve çalışma arkadaşlarından aldığı destek işe adanmışlığı artırmaktadır (Park vd., 2019: 971). Ön safta çalışan işgörenlerin yenilikçi davranışları, rol faydası, iş özerkliği ve stratejik dikkat algıları işe adanmışlık üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Slatten ve Mehmetoglu, 2011: 88).

Nijerya'daki dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri üzerinde yapılan bir araştırmada yöneticilerin desteği, kişisel kaynakların ve yüksek öz yeterlilik inancının işgörenlerin işe adanmışlığını artırdığı görülmüştür (Karatepe ve Olugbade, 2009: 504).

Karatepe (2013a) Romanya'daki konaklama işletmelerinde ön safta çalışan işgörenlerin eğitimi, yetkilendirilmesi ve ödüllendirilmesi iş performansını artırarak işe adanmışlık üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır.

Karatepe (2013b) İran'daki konaklama işletmelerinde üzerinde yaptığı bir araştırmada organizasyonun benimsediği örgütsel politikaların işgörenlerin üzerinde duygusal örgütsel bağlılık ve ekstra rol davranışına sevk ettiği bu sayede işgörenlerin işe adanmışlıklarının artırdığı görülmüştür.

Kore'de konaklama işletmelerinde yüksek psikolojik sermayeye sahip işgörenlerin işe adanmışlıklarının yüksek olduğu tespit edilmiştir (Peak vd., 2015:14-15).

Çiftçi ve Erkanlı (2020) Doğu Karadeniz'de dört ve beş yıldızlı otellerde işgörenlerin işe adanmışlık düzeyleri üzerinde yaptıkları araştırmada kadın

işgörenlerin işe adanmışlık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çin’de konaklama işletmeleri üzerinde yapılan araştırmada örgütsel teşvikin işe adanmışlığı artırdığı görölmektedir (Guan vd., 2020).

İspanya’da konaklama işletmelerinde yapılan araştırmada dönüşümcü liderlerin işgörenlerin işe adanmışlıkları üzerinde pozitif etkisi olduğu görölmüştür (Amor vd., 2020:169).

Uluslararası konaklama işletmelerinde kariyer gelişimin işe adanmışlığı artırdığı ve tükenmişliği azalttığı tespit edilmiştir (Dai vd., 2021:114).



4. İŞ YAŞAM KALİTESİ VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALGISININ İŞE ADANMIŞLIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ: ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın problemi, araştırmanın kapsamı, araştırmanın varsayım ve sınırlılıkları, araştırmanın yöntemi, evren ve örneklemi, modeli, hipotezleri, veri toplama araçları, verilerin analizi, verilerin analizinde kullanılan yöntemler ve bulgulara yer verilmektedir. Elde edilen sonuçların analiz edilmesiyle sonuçlara yer verilerek konuyla alakalı öneriler geliştirilmiştir.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Organizasyonların rekabet ortamına uyum sağlayıp başarılı olabilmesi için en önemli paydaşlardan olan insan kaynağının çıkarlarını gözetmekle mümkün olabilmektedir. İnsan faktörü, organizasyonlarda üretim yapmanın, verimliliği artırmanın dolayısıyla kâr etmenin temel yapı taşıdır. Organizasyonlar sürdürülebilir rekabet için işgörenleri elde tutma, gelişimlerini sağlama, yaşam kaliteleri yükseltme, işlerinden gurur duyma, işe adanmışlıklarını artırma, genel yaşam kalitelerini yükseltme ve sosyal yaşama entegrasyon gibi faydalar sağlamayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda işgörenlerin iş ortamından soğumasını engellemek, bağlılıkların artırmak, iş tatminlerini ve genel yaşam kalitelerini yükseltmek için iş yaşam kalitelerini geliştirmek hedeflenmektedir. Ayrıca organizasyonlar tüm paydaşların çıkarlarını gözetmek için kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına ve politikalarına önem vermesi tüm paydaşların dolayısıyla işgörenlerin algılarını olumlu etkilemektedir. Tüm bunlar işgörenlerin kendilerini işe adanmalarını tetiklemekte; istekli, heyecanlı ve tutkulu bir şekilde işlerini yapmalarına neden olmaktadır. Bu durum verimlilik ve performansı artırırken hem maliyetlerin düşmesine hem de organizasyon ile paydaşlar arasındaki ilişkilerin gelişmesine olanak sağlamaktadır.

Bu çalışmada Trabzon'daki zincir otel işletmeleri işgörenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisinin incelenmesinin amaçlandığı bir araştırmaya yer verilmiştir. İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinin tespit edilmesinin literatüre katkı sağlayacağı ve işletme yöneticilerine önemli bir veri kaynağı oluşturacağı beklenilmektedir.

4.2. Araştırmanın Problemi

Turizm endüstrisi ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerle ilgili sorumluluklar taşıdığı için sosyologlar tarafından önemli bir araştırma konusu oluşturmaktadır. Turizm endüstrisinde hizmeti hem üreten hem de tüketen insan olduğu için insan faktörünün davranışını anlayabilmek önemlidir. Blau (1964) sosyal değişimi toplumsal birliktelik sürecinde en az iki kişi arasında maddi ve maddi olmayan kaynakların alışverişi olarak açıklamaktadır. Sosyal değişim teorisi sosyal ve maddi kaynakların insan etkileşimi yoluyla değiştirildiğini savunmaktadır (Blau, 1968: 88). Sosyal değişim *“bir tarafın eyleminin diğerinin yanıtına yol açtığı ve bir tarafın eyleminin diğer tarafın davranışına bağlı olduğunu”* ifade etmektedir (Cropanzano ve Mitchell, 2005: 876). Sosyal değişim teorisi organizasyonlarda ekonomik ve sosyal değişim oluşturarak işgörenlerin tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Blau, 1964). Diğer taraftan örgütsel anlamda sosyal değişim bireyin iş hayatında gösterdiği çaba karşılığında alacağı ödüller arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır (Eisenberger vd., 1986).

Sosyal değişim yoluyla işgörenlerin iş yaşam kalitesi algılarını yükseltmek için organizasyonların sağlayacağı ödüller; istihdam garantisi, olumlu çalışma iklimi, kariyer gelişim olanakları, adil çalışma ortamı olarak sıralanabilir (Mirvis ve Lawler, 1984: 200; McDonald ve Makin, 2000: 84; Witt vd., 2001: 505; Seçkin ve Çoban, 2018: 9-10; Dalgıç, 2020: 1922; Kim vd., 2020: 1164-1167). Kurumsal sosyal sorumluluk organizasyon ve işgörenler arasında yüksek kaliteli sosyal değişim ilişkisi oluşturmaktadır (Aguilera vd., 2007). Sosyal değişim teorisi işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılımına yardımcı olarak organizasyon ile işgören arasındaki ilişkide kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sağlayacağı ekonomik faydadan daha çok sosyal etkilerine odaklanmaktadır (Slack vd., 2015:537). İşgörenler kurumsal sosyal sorumluluk yardımıyla işe anlamlı katkılarda bulunması sonucunda iş tatmininin, benlik saygısının ve aidiyet duygusunun artmasına sebep olarak psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadır (De Roeck vd., 2014). Kurumsal sosyal sorumluluk işgörenlerin refahını etkileyerek oluşturduğu karşılıklı fayda durumu motivasyonu artırarak işgörenleri organizasyon ve toplum için ekstra rol davranışı yapmaya sevk etmektedir (Caldwell vd., 2012; De Roeck ve Maon, 2018:615).

İşgörenlerin organizasyonlarına adanmış olmaları için sosyal değişimi tetikleyecek olan iş talepleri ve iş kaynakları faktörleridir (Bakker vd., 2003). Bu

kapsamda işe adanmışlık, sosyal değişim yoluyla oluşturulan ekonomik ve sosyoduygusal iş kaynaklarının oluşturduğu olumlu bir sonuç olduğu görülmektedir (Saks, 2006; Ancarani vd., 2018: 1-2). Sosyal değişim teorisi kapsamında organizasyonların işgörenlere sağladığı maddi ödüller, rekabetçi ücretler, diğer maddi faydalar, kariyer eğitimi ve gelişimi fırsatları, işgörenlere adil davranılması, yetkilendirme, karar alma sürecine dahil edilme işe adanmışlık üzerinde olumlu etkilere neden olmaktadır (Jr, Stumpf ve Doh, 2010; Yin, 2018: 874-875; Guan vd., 2020: 261). Bu kapsamda zincir otel işletmelerinde işgörenlerin iş yaşam kalitelerini ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının artırmanın bir sonucu olarak işgörenlerin işe adanmışlıklarının yükseleceği düşünülmektedir.

4.3. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamı Trabzon’da faaliyet gösteren “Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm İşletme Belgeli” zincir otel işletmeleri işgörenlerinden oluşmaktadır. Bu kapsamda zincir otel işletmeleri işgörenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkisi belirlenmek istenmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık ile ilgili ayrı ayrı çalışmalar bulunmaktadır. Ancak iş yaşam kalitesinin ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini ortaya koyan herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olması araştırmanın önemini ve özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın yaklaşımı nicel araştırma yöntemidir. Nicel araştırma, *“nesneleri insanları, olayları ya da her neyi ise, belirli kurallar manzumesine göre, sayılarla ifade etmeyi”* içermektedir (Punch, 2005: 85). Diğer bir tanıma göre nicel araştırma, bilimsel verileri sayısal verilerle açıklanabileceğini, ölçülebileceğini ve değerlendirilebileceğini savunan araştırma sürecidir (Şimşek, 2018: 68).

Araştırmada öncelikle iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık hakkında ampirik ve teorik çalışmalar incelenerek literatür taraması yapılmıştır. Sonraki aşamada araştırmanın amacı doğrultusunda Trabzon’daki zincir otel işletmeleri işgörenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemek için anket

tekniki uygulanmıştır.

4.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmada yer alacak hedef kitle Trabzon’da faaliyet gösteren “Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm İşletme Belgeli” zincir otel işletmeleri işgörenleridir. Araştırmanın konusu kapsamında Trabzon’da 2021 yılı itibariyle faaliyet gösteren 6 adet turizm belgeli zincir otel işletmesi belirlenmiştir.

Tablo 6’da Turizm Bakanlığı’nın “*Otelcilik ve Turizm Sektöründe İşgücü Araştırması*” (1989) verilerine göre, Türkiye’de yıldızlı ve diğer konaklama tesislerini kapsayan oda başına ve yatak başına düşen personel sayısı genel ortalama üzerinden oda başına düşen personel sayısı 0.70 ve yatak başına düşen personel sayısı 0.35 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 6. Türkiye’deki konaklama işletmeleri oda ve yatak başına düşen ortalama personel sayısı

İşletme Türleri	Oda Başına Düşen Personel Sayısı	Yatak Başına Düşen Personel Sayısı
5 yıldızlı otel	1.18	0.59
4 yıldızlı otel	0.76	0.38
3 yıldızlı otel	0.72	0.36
2 yıldızlı otel	0.56	0.36
1 yıldızlı otel	0.50	0.25
Özel belgeli	1.48	0.74
Tatil köyleri	0.74	0.37
1.sınıf motel	0.74	0.37
2.sınıf motel	0.94	0.47
Pansiyon ve oberj	0.40	0.20
Toplam Ortalama	0.70	0.35

Kaynak: Turizm Bakanlığı 1989: 61 ve Ağaoğlu, 1992: 114 akt. Erkilic, 2017: 79

Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021) verilerine göre Trabzon’daki zincir otel işletmelerinin toplamda 1165 oda ve 2608 yatak kapasitesine sahip olduğu görülmektedir. Bu kapsamda tablo 6’daki verilere göre Trabzon’daki oda sayısına göre gerekli personel sayısı (1165×0.70) 815.5 personel; yatak sayısına göre (2608×0.35) 912.5 personel olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre araştırma evreni yatak sayısına göre 912.5 personel olarak kabul edilmiştir. Araştırma evrenini oluşturan birimlerin sayısının fazla olması, zaman, maliyet kısıtlılığı ve verilerin güncelliğini kaybetmesinden dolayı örneklem alma yoluna gidilmiştir (Gazeloğlu ve Erkilic, 2020: 16-17). Bilimsel araştırmalar yapılırken araştırmacılar evrenin tamamına ulaşabileceği gibi araştırma kapsamında belirli yöntemlerle seçilen örneklem ile evren temsil edilebilmektedir (Ural ve Kılıç, 2018: 29).

Tablo 7. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasına ilişkin formül

Değişken türü	Sınırlı Evren (N<10000)
Nicel (Ortalama için)	$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + t^2 \cdot p \cdot q}$

Kaynak: Özdamar, 2001: 257; Ural ve Kılıç, 2018: 42

Araştırma konusu ile ilgili değişkenlerin türü nicel olarak dikkate alındığından araştırmanı evreni 10.000 denek sayısından az olduğu için sınırlı evren olarak kabul edilmektedir (Özdamar, 2001: 257; Ural ve Kılıç, 2018). Tablo 7’de verilen örneklem büyüklüğünün hesaplanmasına ilişkin formülde güven düzeyi “1- α ” dikkate alınarak hesaplanmaktadır.

N: Evren birim sayısı,

n: Örneklem büyüklüğü,

Z_a: $\alpha = 0.05, 0.01, 0.001$ için 1.96, 2.58 ve 3.28 değerleri,

d= Örneklem hatası,

t_{a,sd}=sd serbestlik dereceli t dağılımı kritik değerleridir (sd=n-1),

t_{a,sd} kritik değerleri sd=n-1 → 5000 olduğunda Z_a değerleri eşit alınabilir.

Bu kapsamda;

$$n = \frac{912,5 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (912,5 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 270.55$$

Formül uyguladığından (270.55) minimum örneklem sayısına ulaşılmaktadır. Bu kapsamda Gazeloğlu ve Erkılıç (2020) çalışmasında örneklem hataları için ulaşılması gereken örneklem büyüklüğü desteklenmektedir.

Hatalı, eksik ve geri dönmeyecek anketlerin varlığı düşünülerek basit tesadüfi örnekleme tercih edilmiştir (Gazeloğlu ve Erkılıç, 2020). Bu kapsamda Trabzon’daki zincir otel işletmelerinde 430 anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Eksik, hatalı ve geri dönmeyen 87 anket değerlendirilmeden çıkarılarak 343 anket analize alınmıştır.

4.6. Hipotezler

Bu bölümde araştırma kapsamı dahil olan iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık kavramları literatüre dayandırılarak açıklanmıştır. Bu kapsamda iş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık üzerindeki etkisi; kurumsal sosyal sorumluluk ile işe adanmışlık üzerindeki etkisi literatüre dayandırılarak incelenmiştir.

4.6.1. İş Yaşam Kalitesi ve İşe Adanmışlık

İş yaşam kalitesi organizasyon performansı için önemlidir ve iş yerinde işgören motivasyonunu etkileyen önemli bir faktördür (Gupta ve Sharma, 2011: 80). İşe adanmışlık tükenmişlik kavramının olumlu bir yönü olarak anılsa da iş stresi ve yoğunluğu gibi durumlar da ortaya çıkabilecek olumsuz yönlerini azaltmak için iş yaşam kalitesinin iyileştirilmesi tercih edilmektedir (Taipale vd., 2011: 489). Literatürde işgörenlerin algıladıkları yüksek iş yaşam kalitesi algısı işe adanmışlık üzerinde olumlu etkileri olduğu görülmektedir (Kanten ve Sadullah, 2012: 360; Wahlberg vd., 2007: 16-17). İş yaşam kalitesinin yeterli ve adil ücretlendirme, güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları, bireyin tüm kapasitesini kullanması ve gelişmesini sağlayan çalışma ortamı bireyin sosyal entegrasyonunu kolaylaştırmaktadır (Gupta ve Sharma, 2011; Kanten ve Sadullah, 2012: 361). İşgörenler aile, iş ve genel yaşamı arasındaki dengeyi kurabilmek ve kendi yaşamlarını yönetmek istemektedirler (Coetzee ve De-Villiers, 2010; Kanten ve Sadullah, 2012; Karatepe ve Demir, 2014:307). Bu bağlamda işe adanmışlık motivasyonel ve davranışsal bir kavram olduğu için iş yaşam kalitesi işgörenleri motive ederek işgörenlerin işe adanmışlıkları üzerinde olumlu sonuçlar doğurmaktadır (Herzberg vd., 1959; Karatepe, 2013). Bu kapsamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez 1:

- H₁: İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

4.6.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşe Adanmışlık

İşgörenler kurumsal sosyal sorumluluğu algılamaya başladıklarında organizasyona karşı olumlu tutumlar geliştirmektedir (Gond vd., 2010). Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları işgörenler ve organizasyonlar arasındaki sosyal ilişkileri geliştirdiği için işgörenlerin organizasyonları bağlı hissetme ihtiyaçlarını karşılayarak içsel motivasyonları artmaktadır (Nazir ve Islam, 2020: 3058). Kurumsal sosyal sorumluluk sayesinde işgörenlerin işe adanmışlıkları olumlu etkilenmektedir (Gürlek ve Tuna, 2019). Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları işgörenleri karar alma sürecine dahil eder, organizasyondaki statülerini korur, güven duygusu geliştirir ve yaşamlarını kontrol etme isteklerini gerçekleştirir bu sebeple işgörenler üzerindeki olumsuz duyguları azaltarak adanmışlıklarını olumlu etkilemektedir (May vd., 2004). Organizasyonlar etik ve ahlaki nedenlerden dolayı kurumsal sosyal sorumluluk

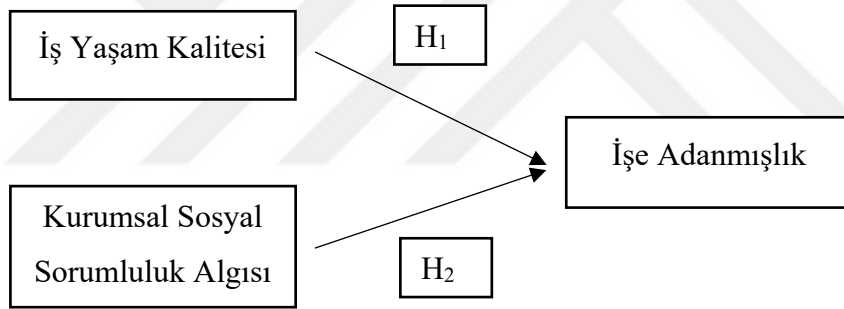
faaliyetlerini benimsemesi insan haklarına olan saygısını kanıtladığı için işgörenlerin anlamlılık ihtiyaçlarını karşılayarak işe adanmışlıklarını da artırmaktadır (Chaudhary ve Akhourı, 2018: 820-821). Organizasyonun kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını benimsemesi sosyal olarak organizasyona sağladığı faydalar sayesinde işgörenlerin kariyer gelişimine katkı sağlayarak ve işgörenlerin ekonomik fayda elde edeceklerini hissettirerek işgörenlerin işe adanmışlıkları artmaktadır (Vlachos vd., 2013). Bu kapsamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez 2:

- H₂: Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

4.6.3. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan hipotezler doğrultusunda araştırma modeli Şekil 3'teki gibi ifade edilmektedir.



Şekil 3. Araştırma modeli

4.7. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Anket tekniği yapı geçerliliği ve güvenilirliği sayesinde araştırma konusu kapsamında alanında uzman kişilerin görüşlerini almaya yarayan veri toplama aracıdır (Gazeloğlu ve Erkılıç, 2020: 6-7). Araştırmada kullanılan anketler 4 bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık gelir düzeyi, eğitim durumu, eğitim durumu, turizm eğitimi durumu, işletme içindeki görev, işletmedeki çalışma süresi) belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde işgörenlerin iş yaşam kalitesi algılarını ölçmek için Walton (1973)'in oluşturduğu Timossi vd., (2008)'nin geliştirdiği “İş Yaşam Kalitesi Ölçeği”

tercih edilmiştir. Bu ölçek “1- hiç memnun değilim 2- memnun değilim 3- kararsızım 4- memnunum 5- çok memnunum” şeklinde hazırlanmıştır. Üçüncü bölümde kurumsal sosyal sorumluluk algısını ölçmek için Park ve Levy (2014) tarafından hazırlanan güncel “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği” tercih edilmiştir. Beşli likert tipindeki bu ölçek “1- kesinlikle katılmıyorum 2-katılmıyorum 3-kararsızım 4-katılıyorum 5- kesinlikle katılıyorum” şeklinde hazırlanmıştır. Dördüncü bölümde işgörenlerin işe adanmışlıklarını ölçmek için Kahn (1990)’ın hazırladığı ve Rich vd. (2010) tarafından güncellenen “İşe Adanmışlık Ölçeği” tercih edilmiştir. Bu ölçek beşli likert “1- kesinlikle katılmıyorum 2- katılmıyorum 3- kararsızım 4- katılıyorum 5-kesinlikle katılıyorum” şeklinde hazırlanmıştır.

Anketlerde kullanılan ölçekler literatürde kullanılan ölçeklerden uyarlanmıştır. Bu kapsamda araştırma amacı ve kapsamı doğrultusunda daha önce Türkiye’de uygulanan ölçekler tercih edilmiştir. Ölçekler orijinal dilinde İngilizce olduğu için dilsel geçerlilik çalışması yapılmıştır. Bu kapsamda ölçekler ters çeviri yöntemi ile İngilizce’den Türkçe’ye uyarlanmıştır (Birislin, 1976). Seçilen ölçekler hem İngilizce hem de Türkçe bilen bir alanında uzman araştırmacı ve dört dil bilimci tarafından ters çeviri yöntemi ile Türkçe’ye çevrilmiştir. Türkçe’ye çevrilen ölçekler başka bir dil bilimci tarafından tekrar İngilizce’ye çevrildiğinde anlam bozulmasına uğramadan çevrildiği ve çevrilen ölçeklerin aynı anlamı ifade ettiği görülmüştür.

Araştırmada iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık üzerine literatür taraması yapılmış ve Trabzon’daki zincir otel işletmeleri işgörenlerinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve işe adanmışlık düzeylerini belirlenmesi amacıyla 1 Şubat 2022 ve 1 Nisan 2022 tarihleri arasında anket uygulanmıştır.

4.8. Verilerin Analizi

Araştırmanın sonucunda elde edilen veriler SPSS istatistiksel paket programına aktarılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

4.8.1. Ölçeklerin Güvenirlilik ve Faktör Analizleri

Çalışma kapsamında ilk önce ölçeklerin güvenilirliği test edilmiştir. Güvenirlilik, ölçümlerin kararlılık ve tutarlılığı anlamına gelmektedir (Garrat ve Li,

2005: 216). Ölçeklerin yapı geçerliliğini sağlamak için faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeklerin faktör analizine uygun olup olmadığını ölçmek için KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*), Barlett küresellik testlerine ve güvenilirlik analizi için de Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini sağlamak için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılarak ölçülmüştür. Cronbach's Alpha değeri $0.61 < \alpha < 0.80$ aralığında olması “iyi” güvenilirlik düzeyi ve $0.81 < \alpha < 1.00$ aralığında olması “yüksek” güvenilirlik düzeyini ifade etmektedir (Özdamar, 2011: 605). Değişkenlerin birbiri arasından korelasyon gösterip göstermediklerini incelemek için Bartlett küresellik testi uygulanmaktadır. Bartlett değerinin “ $p < 0.0001$ ” kuralına göre küçük olması değişkenlerin anlamlılığını göstermektedir (Field, 2009: 657).

Açımlayıcı faktör analizi, daha önceden geliştirilen ölçeğin tekrar kullanılması durumunda yapılan faktör analizi türüdür (Büyüköztürk, 2011: 123-125; Saruhan ve Özdemirci, 2018: 225). Ayrıca faktörlerin arasındaki ilişkinin düzeyi, faktörlerin ilişkisi ve faktörlerin modeli ifade etmede yeterliliğini test etmek için yapılmaktadır (Özdamar, 2004; Büyüköztürk, 2011: 123-125). Bunu sağlamak için temel bileşenler (*principal components*), dik ve eğik döndürme yöntemlerin melezi (*promax*) tercih edilmiştir (Rennie, 1997). Temel bileşenler yönteminin tercih edilme nedeni en sık ve en çok kullanılan yöntem olması, promax yöntemi ise faktörler arasında ilişki olduğunu varsayıldığından tercih edilmiştir (Büyüköztürk, 2011: 124-126). Ayrıca faktör yükleri 0.40 ve üzeri ideal olarak kabul edilmektedir (Field, 2009: 660).

4.8.2. İş Yaşam Kalitesi Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik ve Faktör Analizi

Yapılan güvenilirlik analizi (*reliability statistics*) sonucunda iş yaşam kalitesi ölçeğinin Cronbach's Alpha kat sayısı .957 belirlenmiştir. Bu sonuç 0.81 Cronbach's Alpha kat sayısından büyük olduğu için ölçeğin “yüksek” güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir (Özdamar, 2011: 605).

Tablo 8. İş yaşam kalitesi ölçeği KMO ve Barlett testi sonuçları

Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) Test	.939
Bartlett's Test of Sphericity	$\chi^2 = 6733.101$ $df = 436 (p < .000)$

Tablo 8’de yapılan analiz sonucunda KMO değerinin .939 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. KMO değeri 0.60’tan büyük olması faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Field, 2009: 659; Büyüköztürk, 2011: 126). Yapılan analiz sonucundan Bartlett değeri ($p = 0 < 0.0001$) sonucu değerlerin korelasyonunun AFA için

yeterli büyüklükte olduğunu göstermektedir (Field, 2009: 657).

AFA sonucunda 35 maddeden oluşan iş yaşam kalitesi ölçeği 8 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıda olduğu ve bu 8 faktörün toplam varyansın %73.15 açıkladığı ve bu sonucun geçerli olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda ölçek orijinal ölçeğin teorik özelliklerine uygun dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 9. İş yaşam kalitesi ölçeği açımlayıcı faktör analizi bulguları

Maddeler	1	2	3	4	5	6	7	8
A23	.589							
A24	.555							
A25	.522							
A8		.710						
A9		.658						
A13		-.533						
A18		-.524						
A2			.989					
A1			.954					
A3			.917					
A21				.697				
A22				.562				
A20				.539				
A12					.825			
A6					.722			
A5					.564			
A7					.427			
A11					.415			
A17						-.766		
A16						-.718		
A19						-.711		
A32							.811	
A33							.691	
A35							.550	
A34							.532	
A31							.514	
A30								.767
A29								.710
A28								.619
A27								.558

Tablo 9’da yapılan AFA sonucu maddelerin faktörlere göre dağılım ve faktör yükleri detaylı olarak gösterilmiştir.

4.8.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik ve Faktör Analizi

Yapılan güvenilirlik analizi (*reliability statistics*) sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinin Cronbach's Alpha kat sayısı .945 belirlenmiştir. Bu sonuç 0.81 Cronbach's Alpha kat sayısından büyük olduğu için ölçeğin “yüksek” güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 10. Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği KMO ve Barlett testi sonuçları

Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) Test	.948
Bartlett's Test of Sphericity	$\chi^2 - 4896.76$ $df - 153(p < .000)$

Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinden elde edilen verilere geçerlilik analizi yapılmıştır. KMO değeri .948 olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu sonucun 0.60'tan büyük olması faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 11. Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği açımlayıcı faktör analizi bulguları

Maddeler	1	2	3	4
B1	.939			
B3	.931			
B2	.902			
B5	.823			
B4	.799			
B17		.989		
B18		.960		
B16		.869		
B10			.939	
B12			.834	
B9			.766	
B13			.735	
B11			.733	
B8				.930
B6				.874
B15				.603
B14				.533
B7				.403

Bartlett küresellik testi sonucun ($p=0<0.0001$) koşulunu sağladığı için bulguların korelasyonunun AFA için yeterli büyüklükte olduğunu göstermektedir (Field, 2009: 657).

AFA sonucunda 18 maddeden oluşan kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinin 4

alt boyutlu (faktörlü) bir yapıdan olduğu ve bu 4 faktörün toplam varyansın %76.17 açıkladığı ve bu sonucun geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 11’de maddelerin faktörlere göre dağılımı ve faktör yükleri verilmiştir.

4.8.4. İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik ve Faktör Analizi

Yapılan güvenilirlik analizi (*reliability statistics*) sonucunda işe adanmışlık ölçeğinin Cronbach’s Alpha kat sayısı .928 belirlenmiştir. Bu sonuç 0.81 Cronbach’s Alpha kat sayısından büyük olduğu için ölçeğin “yüksek” güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

İşe Adanmışlık ölçeğinden elde edilen verilere geçerlilik analizi yapılmıştır. KMO değeri .928 olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu sonucun 0.60’tan büyük olması faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 12. İşe adanmışlık ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları

Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) Test	.928
Bartlett’s Test of Sphericity	$\chi^2 - 3928.969$ $df - 105(p < .000)$

Bartlett küresellik testi sonucun ise ($p=0<0.0001$) koşulunu sağladığı için değerlerin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 13. İşe adanmışlık ölçeği açımlayıcı faktör analizi sonuçları

Maddeler	1	2	3
C12	.995		
C11	.972		
C10	.890		
C8	.868		
C7	.823		
C13	.605		
C15	.603		
C5		.934	
C14		.855	
C4		.728	
C16		.588	
C9		.418	
C3			.760
C2			.697
C1			.682

Tablo 13’te yapılan AFA sonucunda 16 maddeden oluşan işe adanmışlık ölçeğinin 3 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıdan oluştuğu görülmüştür. Bu kapsamda 15

maddeden oluşan 3 alt boyutlu ölçeğin toplam varyansın %7326'sını açıkladığı ve bu sonucun geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda ölçeğin orijinal teorik özelliklerine uygun dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Yapılan AFA sonucunda ölçeğe ilişkin C6 maddesi “işime çok fazla enerji harcıyorum” iki faktöre yüklendiği için ölçekten çıkarılmıştır.

4.8.5. Verilerin Normal Dağılım Analizleri

Araştırma kapsamında verileri analiz etmeden önce nasıl bir dağılım gösterdiği belirlenmek istenmiştir. Analiz sonuçlarına göre parametrik veya nonparametrik testlerin hangisinin uygulanacağını belirlemek için normal dağılım analizi yapılmıştır. Verilerin normal dağılması durumdan parametrik testler uygulanırken; normal dağılmaması durumunda nonparametrik testler uygulanmaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2018: 236).

Tablo 14. İş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık ölçeklerinin normal dağılım analizi

	Skewness		Kurtosis	
	Değer	s.s	Değer	s.s
İş Yaşam Kalitesi Ölçeği	-.126	.132	.522	.263
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği	-.817	.132	1.958	.263
İşe Adanmışlık Ölçeği	-.187	.132	.022	.263

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmaktadır (George ve Mallery, 2010). Skewness ve kurtosis ± 1 durumunda mükemmel kabul edilir, ancak çoğu durumda ± 2 genel kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2010; Black vd., 2013). Tablo 14'te görüldüğü üzere skewness ve kurtois değerleri normal dağılımın sağlandığını göstermektedir.

4.9. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde elde edilen verilerin istatistiksel analizleri ve analizler sonucunda ortaya çıkan bulgular yer almaktadır. Bu bölüm;

- Katılımcıların demografik özellikleri,
- Katılımcıların iş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık arasındaki ilişkinin test edilmesi için korelasyon analizine ilişkin bulgular,
- Katılımcıların iş yaşam kalitesi seviyelerinin işe adanmışlık üzerindeki etkisini test etmek için regresyon analizine ilişkin bulgular,

- Katılımcıların kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık arasındaki ilişkinin test edilmesi için korelasyon analizine ilişkin bulgular,
- Katılımcıların kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkisini test etmek için regresyon analizine ilişkin bulgulardan oluşmaktadır.

4.9.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında 343 katılımcının vermiş olduğunu cevaplar değerlendirilerek veri analizi gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların demografik verileri incelendiğinde 343 katılımcının; %54.8'i erkek ve %45.2'si kadın; %53.1'i evli, %46.9'u bekar, %9.3'ü 20 yaş altı, %35.9'u 22-30 yaş arası, %32.9'u 31-40 yaş arası, %11.1'i 41-50 yaş arası ve %10.8'i 51 yaş ve üzeri; %9.6'si 4252 TL ve altı, 53.9'u 4253-5252 TL arası, %21'i 5253-6252 TL arası, %8.7'si 6253-7252 TL arası ve %6.7'si 7253 TL üzeri gelire sahip; %12.8'i ilköğretim ve altı, %37.6'sı ortaöğretim ve %49.6'sı yükseköğretim mezunu; %50.4'ü turizm eğitimi almadı, %20.4'ü turizm ve otelcilik meslek lisesi, % 14.9'u turizm ön lisans, %11.7'si turizm lisans ve %2.6'si turizm lisansüstü eğitimine sahip; %7.9'u üst kademe yönetici, %11.1'i orta kademe yönetici, %21.6'sı alt kademe yönetici ve %59.5'i personel; %26.5'i 1 yıl ve daha az, %36.2'si 2-4 yıl arası, %20.1'i 5-7 yıl arası, %9'u 8-10 yıl arası ve %8.2'si 11 yıl ve üzeri görev süresine olduğu görülmektedir.

Tablo 15. Katılımcıların demografik özellikleri

Değişkenler	Gruplar	f	%	Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	188	54.8	Eğitim Durumu	İlköğretim ve altı	44	12.8
	Kadın	155	45.2		Ortaöğretim	128	37.3
	20 ve altı	32	9.3		Yükseköğretim	171	49.9
	22-30 yaş	123	35.9		Almadı	151	44.3
Yaş	31-40 yaş	113	32.9	Turizm Eğitimi Düzeyi	Turizm ve otel Meslek Lisesi	69	20.1
	41-50 yaş	38	11.1		Turizm Ön lisans	48	14.0
	51 ve üzeri	37	10.8		Turizm Lisans	43	12.5
	4252 TL ve Altı	31	9.0		Turizm Lisansüstü	31	9.0
Aylık Gelir Düzeyi	4253-5252 TL	182	53.1	İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl ve daha az	90	26.2
	5253-6252 TL	67	19.5		2-4 yıl	123	35.9
	6253-7252 TL	30	8.7		5-7 yıl	67	19.5
	7253 ve üzeri	33	9.6		8-10 yıl	31	9.0
İşletmedeki Görevi	Üst Kademe	36	10.5	Medeni Durum	11 yıl ve üzeri	32	9.3
	Orta Kademe	40	11.7		Evli	182	53.1
	Alt Kademe	69	20.1		Bekar	161	46.9
	Personel	198	57.7				

(n=343)

Tablo 16'da katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe

adlanmışlıklarının cinsiyete göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için t-testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.009<0.05$). Kadın işgörenlerin iş yaşam kalitesi algılarının erken işgörenlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.006<0.05$). Kadın işgörenlerin. İş yaşam kalitesi algıları erken işgörenlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşe adlanmışlık ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.620>0.005$).

Tablo 16. Katılımcıların cinsiyetinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adlanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları

	Cinsiyet	N	Mean	t	Sig.
İş Yaşam Kalitesi	Erkek	188	3.44	6.932	.009*
	Kadın	155	3.62		
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Erkek	188	3.74	7.741	.006*
	Kadın	155	3.99		
İşe Adlanmışlık	Erkek	188	3.75	3.511	.620
	Kadın	155	3.94		

* $p<0,05$

Erdem ve Kaya (2013), Dursun ve Eriş (2018) ve  zbek (2022)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin iş yaşam kalitesi ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık olduğu, erkek işgörenlerin iş yaşam kalitesi algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Tuncer (2012), Yılmaz (2016) ve Akerik (2021)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerin cinsiyeti ile iş yaşam kalitesi arasında anlamlı fark bulunmadığı tespit etmişlerdir. Bu kapsamda konaklama sektörü üzerinde gerçekleştirilen diğer çalışmalara göre farklı bir sonuca ulaşılmıştır. Boğan (2015)'ın çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin cinsiyetleri ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark olduğunu, kadın işgörenlerin erkek işgörenlere göre nispeten daha yüksek kurumsal sosyal sorumluluk algısına sahip olduğu görülmüştür. Boğan (2015)'ın çalışmasında benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Konaklama sektöründe yapılan diğer çalışmalar incelendiğinde; Kasap ve Akmeşe (2021) ve Küllük (2021)' n çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin cinsiyetleri ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Harputluoğlu (2015)'n n çalışmasında da konaklama işletmesi işgörenlerinin cinsiyetleri ile işe adlanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur. Köseoğlu (2019) ve  ift i ve Erkanlı (2020)'n n

çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin cinsiyeti ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

Tablo 17’de katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıklarının medeni duruma göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için t-testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile medeni durum arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.926>0.05$). Kurumsal sosyal sorumluluk ile medeni durum arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.084>0.005$). İşe adanmışlık ile medeni durum arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.904>0.05$).

Tablo 17. Katılımcıların medeni durumunun iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları

	Medeni Durum	N	Mean	t	Sig.
İş Yaşam Kalitesi	Evli	182	3.53	.009	.926
	Bekar	161	3.51		
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Evli	182	3.84	3.013	.084
	Bekar	161	3.87		
İşe Adanmışlık	Evli	182	3.85	.015	.904
	Bekar	161	3.81		

* $p<0,05$

Erdem ve Kaya (2013), Acar (2016) ve Özbek (2022)’in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin medeni durumu ile iş yaşam kalitesi algıları arasından anlamlı fark olduğu görülmüştür. Yılmaz (2016) ve Akerik (2021)’in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerin medeni durumu ile iş yaşam kalitesi algıları arasında anlamlı fark olmadığı görülmüştür. Küllük (2021)’ün çalışmasında konaklama işletmeleri işgörenlerinin medeni durumu ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Harputluoğlu (2015), Köseoğlu (2019) ve Çiftçi ve Erkanlı (2020)’nin çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin medeni durumu ile işe adanmışlıklarında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.

Tablo 18’de katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıklarının yaşlarına göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.010<0.05$). İş yaşam kalitesi ile yaş grupları varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.068>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. 41-50 yaş

arasında olan işgörenlerin iş yaşam kalitesi algıları 20 yaş ve altı işgörelere göre daha yüksek olduğu görölmüştür. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.008<0.05$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile yaş grupları varyanslarının homojen dağıldığı görölmektedir ($p=0.428>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. 50-41 yaş ve 40-31 yaş grubuna dahil olan işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algısının 20 yaş ve altı işgörelere göre daha yüksek olduğu görölmüştür. İşe adanmışlık ile yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.004<0.05$). İşe adanmışlık ile yaş grupları varyanslarının homojen dağıldığı görölmektedir ($p=0.725>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. 50-41 yaş, 40-31 yaş ve 30-21 yaş grubuna dahil olan işgörenlerin işe adanmışlıkları 20 yaş ve altı işgörelere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 18. Katılımcıların yaşlarının iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları

	Yaş	Anlamlılık	Grup istatistikleri		Varyans	Anova	
			N	Mean		F	Sig.
İş Yaşam Kalitesi	20 yaş ve altı ¹	4-1	32	3.30	.068	3.350	.010*
	21-30 yaş ²		123	3.43			
	31-40 yaş ³		113	3.62			
	41-50 yaş ⁴		38	3.69			
	51 ve üzeri yaş ⁵		37	3.52			
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	20 yaş ve altı ¹	4-1, 3-1	32	3.61	.428	3.486	.008*
	21-30 yaş ²		123	3.77			
	31-40 yaş ³		113	3.97			
	41-50 yaş ⁴		38	4.03			
	51 ve üzeri yaş ⁵		37	3.82			
İşe Adanmışlık	20 yaş ve altı ¹	4-1, 3-1, 2-1	32	3.50	.725	3.852	.004*
	21-30 yaş ²		123	3.86			
	31-40 yaş ³		113	3.91			
	41-50 yaş ⁴		38	3.96			
	51 ve üzeri yaş ⁵		37	3.66			

* $p<0,05$

Erdem ve Kaya (2013) ve Acar (2016)'ın çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin yaşları ile iş yaşam kalitesi algıları arasında anlamlı fark bulunduğu, nispeten daha yaşlı olan işgörenlerin iş yaşam kalitesi algısının daha yüksek olduğu görölmüştür. Yılmaz (2016), Perçin ve Yabancı (2020) ve Akerik (2021)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin yaşları ile iş yaşam kalitesi algıları arasında anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Pelit vd., (2009), Boğan (2015) ve Küllük (2021)'ün çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin yaşı ile

kurumsal sosyal sorumluluk algısı arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Çalışkan ve Ünüsan (2011)'ın çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin yaşı ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. İşgörenlerin yaş grupları ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Çiftçi ve Erkanlı (2020)'nin çalışmasında konaklama işletmeleri işgörenlerinin yaşları ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Harputluoğlu (2015) ve Köseoğlu (2019) çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin yaşları ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.

Tablo 19'da katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıklarının aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.000<0.05$). İş yaşam kalitesi ile gelir düzeyi varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.282>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. 7253 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip işgörenlerin iş yaşam kalitesi algıları 5253-6252 TL, 4243-5252 TL ve 4252 TL ve altı gelir düzeyine sahip işgörenlerden; 6253- 7252 TL gelir düzeyi sahip işgörenlerin 5252 ve 6252 TL ve 4253-5252 TL gelir düzeyine sahip işgörenlerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.000<0.05$). Kurumsal sosyal sorumluluk ile gelir düzeyi varyanslarının homojen dağılmadığı görülmektedir ($p=0.001<0.05$). Varyans homojen dağılmadığından dolayı anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Games-Howell Testi yapılmıştır. 7273 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algısının 5253-6252 TL, 4253-5252 TL ve 4252 ve altı gelir düzeyine sahip işgörenlerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşe adanmışlık ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlık ile gelir düzeyi varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.498>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. 7253 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip işgörenlerin işe adanmışlıklarının 5253-6252 TL ve 4253-5252 TL arasın gelir düzeyine sahip

işgörenlerden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 19. Katılımcıların aylık gelir düzeyinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi Sonuçları

	Gelir Düzeyi	Anlamlılık	Grup istatistikleri		Varyans		Anova
			N	Mean	Sig	F	
İş Yaşam Kalitesi	4252 TL ve Altı ¹		31	3.45			
	4253-5252 TL ²	5-1, 5-2,	182	3.44			
	5253-6252 TL ³	5-3, 4-3,	67	3.37	.282	11.453	.000*
	6253-7252 TL ⁴	4-2	30	3.79			
	7253 TL ve üzeri ⁵		33	4.06			
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	4252 TL ve Altı ¹		31	3.61			
	4253-5252 TL ²		182	3.82			
	5253-6252 TL ³	5-3,5-2,5-1	67	3.79	.001*	5.505	.000*
	6253-7252 TL ⁴		30	4.05			
	7253 TL ve üzeri ⁵		33	4.24			
İşe Adanmışlık	4252 TL ve Altı ¹		31	4.11			
	4253-5252 TL ²		182	3.72			
	5253-6252 TL ³	5-3, 5-2	67	3.77	.498	6.495	.000*
	6253-7252 TL ⁴		30	3.94			
	7253 TL ve üzeri ⁵		33	4.21			

*p<0,05

Acar (2016) ve Akerik (2021)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerin gelir düzeyi ile iş yaşam kalitesi algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Yabacı ve Perçin (2020)'in çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin gelir düzeyi ile iş yaşam kalitesi arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Kasap ve Akmeşe (2021)'in çalışmasında konaklama işletmeleri işgörenlerinin gelir düzeyi ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasından anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Harputluoğlu (2015)'nin çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin gelir düzeyi ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 20'de katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıklarının eğitim düzeyine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.001<0.05$). İş yaşam kalitesi ile eğitim düzeyinin varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.463>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. İlköğretim ve altı eğitim düzeyine sahip işgörenlerin iş yaşam kalitesi algılarının yükseköğretim ve ortaöğretim düzeyine sahip işgörenlerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir

fark bulunmuştur ($p=0.022<0.05$). Kurumsal sosyal sorumluluk ile eğitim düzeyi varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.498>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. İlköğretim ve altı eğitim düzeyine sahip işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algılarının ortaöğretim düzeyine sahip işgörenlerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İşe adanmışlık ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.001<0.05$). İşe adanmışlık ile eğitim düzeyi varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.978>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. İlköğretim ve altı eğitim düzeyine sahip işgörenlerin işe adanmışlıklarının ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip işgörenlerden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 20. Katılımcıların eğitim düzeyinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları

	Eğitim Düzeyi	Anlamlılık	Grup istatistikleri		Varyans	Anova	
			N	Mean	Sig.	F	Sig.
İş Yaşam Kalitesi	İlköğretim ve altı ¹	1-3, 1-2	44	3.64	.464	6.693	.001*
	Ortaöğretim ²		129	3.37			
	Yükseköğretim ³		171	3.52			
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	İlköğretim ve altı ¹	1-2	44	3.98	.498	4.015	.022*
	Ortaöğretim ²		129	3.73			
	Yükseköğretim ³		171	3.91			
İşe Adanmışlık	İlköğretim ve altı ¹	1-2	44	3.93	.978	4.013	.019*
	Ortaöğretim ²		129	3.71			
	Yükseköğretim ³		171	3.90			

* $p<0,05$

Yılmaz (2016) ve Akerik (2021)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerin eğitim düzeyi ile iş yaşam kalitesi algıları arasında anlamlı bir fark bulunduğu görülmüştür. Perçin ve Yabacı (2020) ve Özbek (2022)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin eğitim durumu ile iş yaşam kalitesi arasında anlamlı bir fark bulunmadığı tespit edilmiştir. Kasap ve Akmeşe (2021) ve Küllük (2021)'ün çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin eğitim düzeyi ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Pelit, Keleş ve Çakır (2009) ve Boğan (2015)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin eğitim düzeyi ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Köseoğlu (2015) ve Çiftçi ve Erkanlı (2020)'in çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin eğitim düzeyi ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Harputluoğlu (2015)'ün çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin eğitim düzeyi ile işe

adlanmışlıkları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 21’de katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adlanmışlıklarının turizm eğitimi düzeyine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile turizm eğitim düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.167>0.05$). Kurumsal sosyal sorumluluk ile turizm eğitim düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.828>0.05$). İşe adlanmışlık ile turizm eğitim düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.527>0.05$).

Tablo 21. Katılımcıların turizm eğitim durumu iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adlanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları

	Turizm Eğitim Düzeyi	Anlamlılıık	Grup istatistikleri		Varyans Sig.	Anova	
			N	Mean		F	Sig.
İş Yaşam Kalitesi	Almadı ¹	-	152	3.49	.836	1.627	.167
	Turizm ve Otel Meslek Lisesi ²		49	3.40			
	Turizm Ön Lisans ³		48	3.58			
	Turizm Lisans ⁴		43	3.61			
	Turizm Lisansüstü ⁵		31	3.68			
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Almadı ¹	-	152	3.82	.633	0.373	.828
	Turizm ve Otel Meslek Lisesi ²		49	3.83			
	Turizm Ön Lisans ³		48	3.89			
	Turizm Lisans ⁴		43	3.93			
	Turizm Lisansüstü ⁵		31	3.90			
İşe Adlanmışlık	Almadı ¹	-	152	3.81	.387	0.798	.527
	Turizm ve Otel Meslek Lisesi ²		49	3.76			
	Turizm Ön Lisans ³		48	3.85			
	Turizm Lisans ⁴		43	3.92			
	Turizm Lisansüstü ⁵		31	3.96			

* $p<0,05$

Acar (2016)’ın çalışmasında konaklama işletmesi işğörenlerinin turizm eğitimi düzeyleri ile iş yaşam kalitesi algıları arasında anlamlı bir fark bulunduğu görölmüştür. Köseoğlu (2019) ve Harputluoğlu (2020)’un çalışmalarında konaklama işletmesi işğörenlerinin turizm eğitim düzeyi ile işe adlanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olmadığı görölmüştür.

Tablo 22’de katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adlanmışlıklarının işletmedeki görevine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile işletmedeki görev arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.000<0.05$). İş yaşam kalitesi ve işletmedeki görev varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.404>0.05$). Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. Üst kademe yöneticilerin iş yaşam kalitesi algılarının orta, alt kademe yönetici ve personellerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işletmedeki görev arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.000<0.05$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işletmedeki görev varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.359>0.05$). Bu anlamlı farklılığı belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. Üst kademe yöneticilerin kurumsal sosyal sorumluluk algılarının personellerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İşe adanmışlık ile işletmedeki görev arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlıkla işletmedeki görev varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.106>0.05$). Bu kapsamda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. Üst kademe yöneticilerin işe adanmışlıklarının personellerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 22. Katılımcıların işletmedeki görevi ile iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve işe adanmışlık arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları

	İşletmedeki Görev	Anamlılık	Grup İstatistikleri		Varyans Sig.	Anova	
			N	Mean		F	Sig.
İş Yaşam Kalitesi	Üst Kademe Yönetici ¹	1-2,1-3,1-4	36	4.05	.404	19.446	.000*
	Orta Kademe Yönetici ²		40	3.70			
	Alt Kademe Yönetici ³		69	3.60			
	Personel ⁴		198	3.36			
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Üst Kademe Yönetici ¹	1-4	36	4.23	.359	13.158	.000*
	Orta Kademe Yönetici ²		40	4.10			
	Alt Kademe Yönetici ³		69	4.00			
	Personel ⁴		198	3.69			
İşe Adanmışlık	Üst Kademe Yönetici ¹	1-4	36	4.20	.106	10.189	.000*
	Orta Kademe Yönetici ²		40	4.07			
	Alt Kademe Yönetici ³		69	3.91			
	Personel ⁴		198	3.69			

* $p<0,05$

Akerik (2021)'in çalışmasında konaklama işletmeleri işgörenlerinin işletmedeki görevi ile iş yaşam kalitesi algıları arasında anlamlı bir fark bulunduğu görülmüştür.

Tablo 23'te katılımcıların iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıklarının görev süresine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek

için ANOVA testi yapılmıştır. Bu sonuca göre;

İş yaşam kalitesi ile işletmedeki görev süresi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0.004<0.05$). İş yaşam kalitesi ile işletmedeki görev süresi varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.248<0.05$). Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. 11 yıl ve üzeri gören yapan işgörenlerin iş yaşam kalitesi algıları 5-7 yıl, 2-4 yıl ve 1 yıldan az görev yapan işgörelere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işletmedeki görev süresi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işletmedeki görev süresi varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir ($p=0.062>0.05$). Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır. 11 yıl ve üzeri gören yapan işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algıları 5-7 yıl, 2-4 yıl ve 1 yıldan az görev yapan işgörelere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. İşe adanmışlık ile işletmedeki görev süresi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0.061>0.05$).

Tablo 23. Katılımcıların işletmedeki görev süresinin iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA testi sonuçları

	İşletmedeki Görev Süresi	Anlamlılık	Grup istatistikleri		Varyans Sig.	Anova	
			N	Mean		F	Sig.
İş Yaşam Kalitesi	1 yıl ve daha az ¹		90	3.46			
	2-4 yıl ²		123	3.44			
	5-7 yıl ³	5-3, 5-2,	67	3.53	.248	3.995	.004*
	8-10 yıl ⁴	5-1	31	3.59			
	11 yıl ve üzeri ⁵		32	3.88			
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	1 yıl ve daha az ¹		90	3.78			
	2-4 yıl ²		123	3.78			
	5-7 yıl ³	5-3, 5-2,	67	3.83	.062	4.169	.003*
	8-10 yıl ⁴	5-1	31	4.05			
	11 yıl ve üzeri ⁵		32	4.22			
İşe Adanmışlık	1 yıl ve daha az ¹		90	3.81			
	2-4 yıl ²		123	3.81			
	5-7 yıl ³	-	67	3.82	.486	2.275	.061
	8-10 yıl ⁴		31	3.73			
	11 yıl ve üzeri ⁵		32	4.15			

* $p<0,05$

Erdem ve Kaya (2013)'nın çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin işletmedeki görev süresi ile iş yaşam kaliteleri arasında anlamlı fark olduğunu ve uzun süre işletmede görev yapan işgörenlerin nispeten daha az görev yapan işgörelere göre iş yaşam kalitesi algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Akerik (2021)'in çalışmasında konaklama işletmelerinde daha az süre görev yapan işgörenlerin iş yaşam

kalitesi algılarının nispeten daha uzun süre görev yapan işgörenlerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışkan ve Ünüsan (2011)'ın çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin görev süresi ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasından anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Pelit, Keleş ve Çakır (2009), Boğan (2015) ve Küllük (2021)'ün çalışmalarında konaklama işletmesi işgörenlerinin görev süresi ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Köseoğlu (2019) ve Çiftçi ve Erkanlı (2020)'nin çalışmasında konaklama işletmesi işgörenlerinin görev süresi ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.

4.9.2. İş Yaşam Kalitesi ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkinin Test Edilmesine Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları

Tablo 24'te iş yaşam kalitesi ile işe adanmışlık arasındaki ilişkiyi belirlemek için gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

İş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (.632 ve $p<0.05$). Katılımcıların iş yaşam kalitesi ve işe adanmışlıkları orta düzeyde bir ilişki ile anlamlı olarak birlikte arttığı belirlenmiştir.

Tablo 24. İş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık arasındaki korelasyon analizi sonuçları

	İşe Adanmışlık	Fiziksel İşe Adanmışlık	Duygusal İşe Adanmışlık	Zihinsel İşe Adanmışlık
İş Yaşam Kalitesi	.632*	.490*	.538*	.557*
Yeterli ve Adil Ücretlendirme	.431*	.321*	.410*	.367*
Çalışma Koşulları	.351*	.342*	.252*	.381*
Kapasitenin İşteki Kullanımı	.657*	.457*	.666*	.512*
İşte Sahip Olunan Fırsatlar	.566*	.407*	.536*	.506*
İş Hayatının Sosyal Entegrasyonu	.462*	.435*	.377*	.422*
Örgütün Yasalara Saygısı	.559*	.436*	.525*	.469*
İşin Hayatta Kapladığı Yer	.584*	.370*	.588*	.505*
Yapılan İşin Önemi ve Sosyal İlişkiler	.579*	.481*	.507*	.527*

* $p<0,05$

Araştırma kapsamında geliştirilen alt hipotezler Tablo 24'teki korelasyon analizi sonucuna göre incelendiğinde;

İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif bir ilişki bulunmuştur (0.490 ve $p<0.05$).

İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.538 ve $p<0.05$).

İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık

arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.557 ve $p<0.05$).

Yeterli ve adil ücretlendirme alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.431 ve $p<0.05$).

Yeterli ve adil ücretlendirme alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.321 ve $p<0.05$).

Yeterli ve adil ücretlendirme alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.410 ve $p<0.05$).

Yeterli ve adil ücretlendirme alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.367 ve $p<0.05$).

Çalışma koşulları alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.351 ve $p<0.05$).

Çalışma koşulları alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.342 ve $p<0.05$).

Çalışma koşulları alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, zayıf düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.252 ve $p<0.05$).

Çalışma koşulları alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.381 ve $p<0.05$).

Kapasitenin işteki kullanımı alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, yüksek düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.657 ve $p<0.05$).

Kapasitenin işteki kullanımı alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.457 ve $p<0.05$).

Kapasitenin işteki kullanımı alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, yüksek düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.666 ve $p<0.05$).

Kapasitenin işteki kullanımı alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.512 ve $p<0.05$).

İşte sahip olunan fırsatlar alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.566 ve $p<0.05$).

İşte sahip olunan fırsatlar alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.407 ve $p<0.05$).

İşte sahip olunan fırsatlar alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.536 ve $p<0.05$).

İşte sahip olunan fırsatlar alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.506 ve $p<0.05$).

İş hayatının sosyal entegrasyonu alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.462 ve $p<0.05$).

İş hayatının sosyal entegrasyonu alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.435 ve $p<0.05$).

İş hayatının sosyal entegrasyonu alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.377 ve $p<0.05$).

İş hayatının sosyal entegrasyonu alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.422 ve $p<0.05$).

Örgütün yasalara saygısı alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.559 ve $p<0.05$).

Örgütün yasalara saygısı alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.436 ve $p<0.05$).

Örgütün yasalara saygısı alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki

bulunmuştur (0.525 ve $p<0.05$).

Örgütün yasalara saygısı alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.469 ve $p<0.05$).

İşin hayatta kapladığı yer alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.584 ve $p<0.05$).

İşin hayatta kapladığı yer alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.370 ve $p<0.05$).

İşin hayatta kapladığı yer alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.588 ve $p<0.05$).

İşin hayatta kapladığı yer alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.505 ve $p<0.05$).

Yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.579 ve $p<0.05$).

Yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.481 ve $p<0.05$).

Yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (0.507 ve $p<0.05$).

4.9.3. İş Yaşam Kalitesinin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Bulguları

Tablo 25’te yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucuna göre regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p=0.000<0.05$). Bu kapsamda ilişkinin etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre iş yaşam kalitesinin işgörenlerin işe adanmışlıkları üzerinde pozitif yönde ve orta düzeyde bir etkisi olduğu görülmüştür ($r=0.632$). Modelin açıklama gücü olarak ifade edilen “ r^2 ” hesaplanmıştır ($r^2=0.398$). Bu kapsamda işe adanmışlığın %39,8’i iş yaşam kalitesi tarafından açıklandığı görülmüştür. Bu kapsamda araştırmanın ilk hipotezi

olan “iş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” kabul edilmiştir (H₁).

Tablo 25. İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerindeki etkisinin test edilmesine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Standartlaştırılmamış kat sayılar		Standartlaştırılmış kat sayılar		t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta			
Sabit	1.475	.159			9.274	.000*
İş Yaşam Kalitesi	.671	.045	.632		15.066	.000*
r			.632			
Düzeltilmiş r ²			.398			
Standart Hata			.48176			
F			226.992			.000*
Bağımsız Değişken Puanı			3.5233			
Durbin-Watson			1.735			

Bağımlı Değişken: İşe Adanmışlık, %95 güven aralığında ve *p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık alt boyutları üzerindeki etkisi hakkında Tablo 26 incelendiğinde;

İş yaşam kalitesinin fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p=0.000<0.05). Fiziksel işe adanmışlığın %24’ü iş yaşam kalitesi tarafından açıklandığı görülmüştür (r²=0.240). İş yaşam kalitesinin duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir (p=0.086>0.05). İş yaşam kalitesinin zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p=0.000<0.05). Zihinsel işe adanmışlığın %31’i iş yaşam kalitesi tarafından açıklandığı görülmüştür (r²=0.310).

Tablo 26. İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık alt boyutları üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata		Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
	B	Std. Hata					
Fiziksel İşe Adanmışlık	2.434	.166	4.1312	14.683	.000*	.490	.240
Duygusal İşe Adanmışlık	.482	.046	10.388	1.723	.086	.583	.340
Zihinsel İşe Adanmışlık	.410	.238	3.5170	13.262	.000*	.557	.310
	.882	.067	3.9563	12.379			
	1.877	.171					
	.590	.048					

Bağımlı Değişken: Fiziksel, Duygusal ve Zihinsel İşe Adanmışlık %95 güven aralığında ve *p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 27 incelendiğinde;

İş yaşam kalitesinin yeterli ve adil ücretlendirme boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır

($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %18.3'ü yeterli ve adil ücretlendirme tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.183$). İş yaşam kalitesinin çalışma koşulları boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %12.3'ü çalışma koşulları tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.123$). İş yaşam kalitesinin kapasitenin işte kullanımı boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %43.1'i kapasitenin işte kullanımı tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.431$). İş yaşam kalitesinin işte sahip olunan fırsatlar boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %32.1'i işte sahip olunan fırsatlar tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.321$). İş yaşam kalitesinin iş hayatının sosyal entegrasyonu boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %21,3'ü iş hayatının sosyal entegrasyonu tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.213$). İş yaşam kalitesinin örgütün yasalara saygısı boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %31,2'si örgütün yasalara saygısı tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.312$).

Tablo 27. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata	Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
β	Std. Hata					
Yeterli ve Adil Ücretlendirme	2.836	.118	3.1975	24.052	.000*	.431
Çalışma Koşulları	.314	.036	8.809	12.629	.000*	.123
Kapasitenin İşte Kullanımı	2.491	.197	3.7638	6.922	.000*	.657
İşte Sahip Olunan Fırsatlar	.358	.052	3.3446	19.462	.000*	.566
İş Hayatının Sosyal Entegrasyonu	2.077	.113	3.3163	17.980	.000*	.462
Örgütün Yasalara Saygısı	.527	.033	3.6195	12.275	.000*	.559
İşin Hayatta Kapladığı Yer	2.275	.127	3.2507	22.707	.000*	.584
Önemi ve Sosyal İlişkiler	.472	.037	3.6793	13.292	.000*	.578
	2.070	.187	11.096	11.281		.334
	.462	.048	9.608	13.084		
	1.923	.157	12.275			
	.529	.043	12.437			
	2.452	.108	22.707			
	.427	.032	13.292			
	1.792	.159	11.281			
	.556	.043	3.6793	13.084		

Bağımlı değişken: İşe Adanmışlık, %95 güven aralığında ve * $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

İş yaşam kalitesinin işin hayatta kapladığı boyutunun işe adanmışlık üzerinde

istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %34.1'i işin hayatta kapladığı yer tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.341$). İş yaşam kalitesinin yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %33.4'ü yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.334$).

İş yaşam kalitesi alt boyutları ile işe adanmışlık boyutlarından fiziksel işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 28 incelendiğinde;

İş yaşam kalitesinin yeterli ve adil ücretlendirme boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %10.3'ü yeterli ve adil ücretlendirme tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.103$). İş yaşam kalitesinin çalışma koşulları boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %6.3'ü çalışma koşulları tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.063$). İş yaşam kalitesinin kapasitenin işte kullanımı boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %44.3'ü kapasitenin işte kullanımı tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.443$). İş yaşam kalitesinin işte sahip olunan fırsatlar boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %28.8'i işte sahip olunan fırsatlar tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.288$). İş yaşam kalitesinin iş hayatının sosyal entegrasyonu boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %14.2'si iş hayatının sosyal entegrasyonu tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.142$). İş yaşam kalitesinin örgütün yasalara saygısı boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %19'u örgütün yasalara saygısı tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.190$). İş yaşam kalitesinin işin hayatta kapladığı boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %31,7'si işin hayatta kapladığı yer tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.317$). İş yaşam kalitesinin

yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %23.1'i yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.231$).

Tablo 28. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata	Bağımsız				
	β	Puanı	Değişken	t	Sig.	r^2
			Puanı			
Yeterli ve Adil	3.440	.115	3.1975	30.011	.000*	.103
Ücretlendirme	.216	.035		6.250		
Çalışma	2.136	.291	3.7638	7.350	.000*	.063
Koşulları	.367	.076		4.816		
Kapasitenin İşte	.974	.159	3.3446	6.135	.000*	.443
Kullanımı	.760	.046		16.469		
İşte Sahip	1.406	.185	3.3163	7.617	.000*	.288
Olunan Fırsatlar	.637	.054		11.732		
İş Hayatının	1.458	.278		5.252		
Sosyal	.537	.071	3.8316	7.521	.000*	.142
Entegrasyonu						
Örgütün	2.745	.157	3.6195	17.442	.000*	.190
Yasalara Saygısı	.383	.043		8.954		
İşin Hayatta	3.319	.114	3.2507	28.984	.000*	.317
Kapladığı Yer	.250	.034		7.345		
Yapılan İşin	2.555	.158		16.156		
Önemi ve Sosyal	.429	.042	3.6793	10.129	.000*	.231
İlişkiler						

Bağımlı değişken: Fiziksel Adanmışlık, %95 güven aralığında ve * $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

İş yaşam kalitesi alt boyutları ile işe adanmışlık boyutlarından duygusal işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 29 incelendiğinde;

İş yaşam kalitesinin yeterli ve adil ücretlendirme boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %16.8'i yeterli ve adil ücretlendirme tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.168$). İş yaşam kalitesinin çalışma koşulları boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %11.7'si çalışma koşulları tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.117$). İş yaşam kalitesinin kapasitenin işte kullanımı boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %20.9'u kapasitenin işte kullanımı tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.209$). İş yaşam kalitesinin işte sahip olunan fırsatlar boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %16.5'i işte sahip olunan fırsatlar

tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.165$). İş yaşam kalitesinin iş hayatının sosyal entegrasyonu boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %18.9'u iş hayatının sosyal entegrasyonu tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.189$). İş yaşam kalitesinin örgütün yasalara saygısı boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %27.6'sı örgütün yasalara saygısı tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.276$). İş yaşam kalitesinin işin hayatta kapladığı boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %34.6'sı işin hayatta kapladığı yer tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.346$). İş yaşam kalitesinin yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %25.8'i yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.258$).

Tablo 29. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata		Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
	B	Std. Hata					
Yeterli ve Adil Ücretlendirme	2.157	.170	3.1975	12.700	.000*	.410	.168
Çalışma Koşulları	.425	.051	3.7638	8.303	.000*	.342	.117
Kapasitenin İşte Kullanımı	2.915	.183	3.3446	15.890	.000*	.457	.209
İşte Sahip Olunan Fırsatlar	.323	.048	3.3163	24.374	.000*	.407	.165
İş Hayatının Sosyal Entegrasyonu	2.996	.123	3.8316	9.486	.000*	.435	.189
Örgütün Yasalara Saygısı	.339	.036	3.6195	23.799	.000*	.525	.276
İşin Hayatta Kapladığı Yer	3.090	.130	3.2507	8.22	.000*	.588	.346
Yapılan İşin Önemi ve Sosyal İlişkiler	.314	.038	3.6793	14.758	.000*	.507	.258
	2.589	.175		8.910			
	.402	.045		4.154			
	0.951	.229		8.954			
	.709	.062		9.959			
	1.526	.153		13.440			
	.612	.046		4.005			
	.957	.239		10.876			
	.696	.064					

Bağımlı değişken: Duygusal Adanmışlık, %95 güven aralığında ve * $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

İş yaşam kalitesi alt boyutları ile işe adanmışlık boyutlarından zihinsel işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 30 incelendiğinde;

İş yaşam kalitesinin yeterli ve adil ücretlendirme boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır

($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %13.5'i yeterli ve adil ücretlendirme tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.135$). İş yaşam kalitesinin çalışma koşulları boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %14.5'i çalışma koşulları tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.145$). İş yaşam kalitesinin kapasitenin işte kullanımı boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %26.2'si kapasitenin işte kullanımı tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.262$). İş yaşam kalitesinin işte sahip olunan fırsatlar boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %25.6'sı işte sahip olunan fırsatlar tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.256$). İş yaşam kalitesinin iş hayatının sosyal entegrasyonu boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %17.8'i iş hayatının sosyal entegrasyonu tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.178$).

Tablo 30. İş yaşam kalitesi alt boyutlarının işe adanmışlık boyutlarından zihinsel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata BB	Std. Hata	Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
Yeterli ve Adil Ücretlendirme	3.102	.121	3.1975	25.536	.000*	.367	.135
Çalışma Koşulları	.267	.037	3.7638	7.288	.000*	.381	.145
Kapasitenin İşte Kullanımı	2.493	.195	3.3446	12.800	.000*	.512	.262
İşte Sahip Olunan Fırsatlar	.389	.051	3.3163	20.170	.000*	.506	.256
İş Hayatının Sosyal Entegrasyonu	2.584	.128	3.8316	11.000	.000*	.422	.178
Örgütün Yasalara Saygısı	.410	.037	3.6195	19.338	.000*	.468	.219
İşin Hayatta Kapladığı Yer	2.558	.132	3.2507	10.841	.000*	.505	.255
Yapılan İşin Önemi ve Sosyal İlişkiler	.422	.039	3.6793	12.281	.000*	.527	.278
	2.341	.191		8.592			
	.422	.049		14.099			
	2.352	.167		9.777			
	.443	.045		24.027			
	2.757	.115		10.816			
	.369	.034		12.647			
	2.092	.165		11.448			
	.507	.044					

Bağımlı değişken: Zihinsel Adanmışlık, %95 güven aralığında ve * $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

İş yaşam kalitesinin örgütün yasalara saygısı boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %21.9'u örgütün yasalara saygısı tarafından

açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.219$). İş yaşam kalitesinin işin hayatta kapladığı boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %25.5'i işin hayatta kapladığı yer tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.255$). İş yaşam kalitesinin yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %27.8'i yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler tarafından açıklandığı görülmüştür ($r^2=0.278$).

4.9.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkinin Test Edilmesine Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları

Tablo 31'te kurumsal sosyal sorumluluk ile işe adanmışlık arasındaki ilişkiyi belirlemek için gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları. Elde edilen bulgulara göre;

Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve işe adanmışlık arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (.505 ve $p<0.05$). İşgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işe adanmışlıkları orta düzeyde bir ilişki ile anlamlı olarak birlikte arttığı tespit edilmiştir.

Tablo 31. Kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık arasındaki ilişki korelasyon analizi sonuçları

	İşe Adanmışlık	Fiziksel İşe Adanmışlık	Duygusal İşe Adanmışlık	Zihinsel İşe Adanmışlık
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	.550*	.470*	.464*	.524*
Topluma Karşı Kurumsal Sosyal Sorumluluk	.587*	.401*	.578*	.501*
Çevreye Karşı Kurumsal Sosyal Sorumluluk	.455*	.430*	.348*	.464*
İşgörenlere Karşı Kurumsal Sosyal Sorumluluk	.494*	.408*	.429*	.461*
Müşterilere Karşı Kurumsal Sosyal Sorumluluk	.315*	.377*	.181*	.358*

* $p<0,05$

Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve alt boyutlarının işe adanmışlık ve alt boyutları arasındaki ilişkiyi belirlemek için gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları Tablo 31'te gösterilmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.470 ve $p<0.05$).

Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.464 ve $p<0.05$).

Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.524 ve $p<0.05$).

Topluma karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.587 ve $p<0.05$).

Topluma karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.401 ve $p<0.05$).

Topluma karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.578 ve $p<0.05$).

Topluma karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.501 ve $p<0.05$).

Çevreye karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.455 ve $p<0.05$).

Çevreye karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.430 ve $p<0.05$).

Çevreye karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.348 ve $p<0.05$).

Çevreye karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.464 ve $p<0.05$).

İşgörenlere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.494 ve $p<0.05$).

İşgörenlere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.494 ve $p<0.05$).

bir ilişki bulunmuştur (.408 ve $p<0.05$).

İşgörenlere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.429 ve $p<0.05$).

İşgörenlere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.461 ve $p<0.05$).

Müşterilere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.315 ve $p<0.05$).

Müşterilere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.377 ve $p<0.05$).

Müşterilere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık arasında anlamlı, zayıf düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.181 ve $p<0.05$).

Müşterilere karşı kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (.358 ve $p<0.05$).

4.9.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Bulguları

Tablo 32’de yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucuna göre regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$).

Tablo 32. Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinin test edilmesine yönelik regresyon analizi sonuçları

Model	Standartlaştırılmamış kat sayılar		Standartlaştırılmış	t	Sig.
	B	Std. Hata	kat sayılar		
			Beta		
Sabit	1.735	.176		9.883	.000*
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	.545	.045	.550	12.149	.000*
r			.550		
Düzeltilmiş r ²			.300		
Standart Hata			.53021		
F			147.602		.000*
Bağımsız Değişken Puanı			3.8588		
Durbin-Watson			1.498		

Bağımlı Değişken: İşe Adanmışlık, %95 güven aralığında ve $*p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

İlişkinin etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre

kurumsal sosyal sorumluluk algının işgörenlerin işe adanmışlıkları üzerinde pozitif yönde ve orta düzeyde bir etkisi olduğu belirlenmiştir ($r=0.550$). Modelin açıklama gücü olarak ifade edilen “ r^2 ” hesaplanmıştır ($r^2=0.300$). İşe adanmışlığın %30’u kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın ikinci hipotezi olan “kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” kabul edilmiştir (H_2).

Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık alt boyutları üzerindeki etkisi hakkında Tablo 33 incelendiğinde;

Kurumsal sosyal sorumluluk algısının fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %22.1’i kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklanmaktadır ($r^2=0.221$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %21.6’sı kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklanmaktadır ($r^2=0.216$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %27.5’i kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklanmaktadır ($r^2=0.275$).

Tablo 33. Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık alt boyutları üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata	Bağımsız Değişken	t	Sig.	r	r^2
	β	Std. Hata	Puanı			
Fiziksel İşe Adanmışlık	2.463	.172	4.1312	14.345	.000*	.470
Duygusal İşe Adanmışlık	.432	.044	3.5170	9.844	.000*	.464
Zihinsel İşe Adanmışlık	.983	.265	3.9563	3.709	.000*	.524
	.657	.068		9.685		
	1.951	.179		10.908		
	.520	.046		11.362		

Bağımlı Değişken: Fiziksel, Duygusal ve Zihinsel İşe Adanmışlık %95 güven aralığında ve * $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutları ile işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 34 incelendiğinde;

Kurumsal sosyal sorumluluk algısının topluma karşı sosyal sorumluluk boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %34.4’ü topluma karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.344$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının çevreye karşı sosyal sorumluluk boyutunun işe adanmışlık

üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %34.4'ü topluma karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.344$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işgörenlere karşı sosyal sorumluluk boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %24.3'ü işgörenlere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.243$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının müşterilere karşı sosyal sorumluluk boyutunun işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). İşe adanmışlığın %9.7'si müşterilere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.097$).

Tablo 34. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata	Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
	β	Std. Hata				
Topluma Karşı	2.371 .433	.113 .032	3.3883	20.956 13.385	.000*	.587 .344
Çevreye Karşı	2.344 .386	.161 .041	3.8739	14.528 9.436	.000*	.455 .207
İşgörenlere Karşı	2.163 .437	.163 .042	3.8345	13.292 10.472	.000*	.493 .243
Müşterilere Karşı	2.512 .306	.219 .050	4.3364	11.483 6.134	.000*	.315 .097

Bağımlı değişken: İşe Adanmışlık, %95 güven aralığında ve * $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutları ile işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 35 incelendiğinde;

Kurumsal sosyal sorumluluk algısının topluma karşı sosyal sorumluluk boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %16.1'i topluma karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.161$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının çevreye karşı sosyal sorumluluk boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %18.5'i çevreye karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.185$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işgörenlere karşı sosyal sorumluluk boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %16.7'si işgörenlere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.167$). Kurumsal sosyal

sorumluluk algısının müşterilere karşı sosyal sorumluluk boyutunun fiziksel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Fiziksel işe adanmışlığın %14.2'si müşterilere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.142$).

Tablo 35. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından fiziksel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata		Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
	B	Std. Hata					
Topluma Karşı	3.201 .274	.119 .034	3.3883	27.010 8.092	.000*	.401	.161
Çevreye Karşı	2.821 .338	.151 .038	3.8739	18.629 8.807	.000*	.430	.185
İşgörenlere Karşı	2.847 .335	.158 .041	3.8345	17.995 8.261	.000*	.408	.167
Müşterilere Karşı	2.661 .339	.198 .045	4.3363	13.458 7.519	.000*	.377	.142

Bağımlı değişken: Fiziksel Adanmışlık, %95 güven aralığında ve * $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutları ile işe adanmışlık alt boyutlarından duygusal işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 36 incelendiğinde;

Kurumsal sosyal sorumluluk algısının topluma karşı sosyal sorumluluk boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %33.4'ü topluma karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.334$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının çevreye karşı sosyal sorumluluk boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %12.1'i çevreye karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.121$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işgörenlere karşı sosyal sorumluluk boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %18.4'ü işgörenlere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.184$). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının müşterilere karşı sosyal sorumluluk boyutunun duygusal işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Duygusal işe adanmışlığın %3.3'ü müşterilere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.033$).

Tablo 36. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık

boyutlarından duygusal işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata		Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
	B	Std. Hata					
Topluma Karşı	1.457 .608	.162 .046	3.3883	8.969 13.075	.000*	.578	.334
Çevreye Karşı	1.886 .421	.242 .061	3.8739	7.794 6.863	.000*	.348	.121
İşgörenlere Karşı	1.441 .541	.241 .062	3.8345	5.984 8.767	.000*	.429	.184
Müşterilere Karşı	2.430 .251	.323 .074	4.3363	7.523 3.403	.000*	.181	.033

Bağımlı değişken: Duygusal Adanmışlık, %95 güven aralığında ve *p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutları ile işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık üzerindeki etkisi hakkında Tablo 37 incelendiğinde;

Kurumsal sosyal sorumluluk algısının topluma karşı sosyal sorumluluk boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p=0.000<0.05). Duygusal işe adanmışlığın %25.1'i topluma karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir (r²=0.251). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının çevreye karşı sosyal sorumluluk boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p=0.000<0.05). Zihinsel işe adanmışlığın %21.5'i çevreye karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir (r²=0.215).

Tablo 37. Kurumsal sosyal sorumluluk algısı alt boyutlarının işe adanmışlık alt boyutlarından zihinsel işe adanmışlık üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Alt Boyutlar	Std. Olmayan Hata		Bağımsız Değişken Puanı	t	Sig.	r	r ²
	B	Std. Hata					
Topluma Karşı	2.703 .370	.121 .035	3.3883	22.368 10.698	.000*	.501	.251
Çevreye Karşı	2.434 .393	.160 .041	3.8739	15.170 9.661	.000*	.436	.215
İşgörenlere Karşı	2.392 .408	.166 .043	3.8345	14.413 9.584	.000*	.461	.212
Müşterilere Karşı	2.448 .348	.215 .049	4.3363	11.382 7.090	.000*	.358	.128

Bağımlı değişken: Zihinsel Adanmışlık, %95 güven aralığında ve *p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işgörenlere karşı sosyal sorumluluk boyutunun zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p=0.000<0.05). Zihinsel işe adanmışlığın %21.2'si işgörenlere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir (r²=0.212). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının müşterilere karşı sosyal sorumluluk boyutunun

zihinsel işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$). Zihinsel işe adanmışlığın %12.8'i müşterilere karşı sosyal sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.128$).

Sonraki bölümde elde edilen bulguların araştırma kapsamına uygun olarak literatürde bulunan önceki çalışmalar ile arasındaki benzerlik ve farklılıklara ilişkin tartışmaya, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsan kaynağı organizasyonların en önemli kaynağını oluşturmaktadır. Konaklama işletmeleri için bu kaynağın iyi yönetilmesi sürdürülebilir rekabet ve hizmet kalitesi açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda konaklama işletmelerinin tüm paydaşlarının çıkarlarını gözetirken en önemli kaynağı olan işgörenleri göz ardı etmemesi gerekmektedir. Bu noktada insan kaynağının ve diğer paydaşlarının çıkarlarını gözetmek için kurumsal sosyal sorumluluk önemli bir rol oynamaktadır. İş yaşam kalitesi insan kaynağına verilen değeri ortaya koymak, sağlıklı çalışma koşullarını sağlamak, sosyal ve ekonomik olarak gelişimine olumlu katkılar sağlamaktadır. Tüm bunlar sayesinde insan kaynağına zarar vermeden sürdürülebilir bir şekilde maksimum verimliliği sağlamak için işgörenlerin işe adanmışlıklarını yükseltmek önemlidir.

Bu araştırma iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Öngörüldüğü gibi işgörenlerin sosyal değişimi algılayarak iş yaşam kalitesini ve kurumsal sosyal sorumluluğu olumlu algıladıklarını ve bu sayede işe adanmışlıklarının olumlu yönde etkilendiği bulgularla desteklenmiştir.

Katılımcıların demografik verileri incelendiğinde 343 katılımcının; %54.8'i erkek ve %45.2'si kadın; %53.1'i evli, %46.9'u bekar, %9.3'ü 20 yaş altı, %35.9'u 22-30 yaş arası, %32.9'u 31-40 yaş arası, %11.1'i 41-50 yaş arası ve %10.8'i 51 yaş ve üzeri; %9.6'si 4252 TL ve altı, 53.9'u 4253-5252 TL arası, %21'i 5253-6252 TL arası, %8.7'si 6253-7252 TL arası ve %6.7'si 7253 TL üzeri gelire sahip; %12.8'i ilköğretim ve altı, %37.6'sı ortaöğretim ve %49.6'sı yükseköğretim mezunu; %50.4'ü turizm eğitimi almadı, %20.4'ü turizm ve otelcilik meslek lisesi, % 14.9'u turizm ön lisans, %11.7'si turizm lisans ve %2.6'si turizm lisansüstü eğitimine sahip; %7.9'u üst kademe yönetici, %11.1'i orta kademe yönetici, %21.6'sı alt kademe yönetici ve %59.5'i personel; %26.5'i 1 yıl ve daha az, %36.2'si 2-4 yıl arası, %20.1'i 5-7 yıl arası, %9'u 8-10 yıl arası ve %8.2'si 11 yıl ve üzeri görev süresine sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında 343 zincir otel işletmesi işgörenlerinin demografik özellikleri incelendiğinde; işgörenlerin çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Cinsiyete göre değerlendirildiğinde erkek işgörenlerin daha fazla olduğu ancak kadın

işgörenlerin daha yüksek işe adanma davranışında bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Toplumda kadına yönelik cinsiyet ayrımcılığı, daha fazla iş sorumluluğu verilmesi, daha az terfi imkânları ve kadının hem iş hem de aile sorumluluğunun bulunması kadın işgörenler işlerini başarmak ve bu olumsuzlukları kendi lehine çevirmek için daha yüksek işe adanma davranışında bulunduğu söylenebilir. Katılımcıların çoğunun 40 yaş altı işgörenlerden oluştuğu tespit edilmiştir. Daha büyük yaş grubunda olan işgörenlerin fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak yorgun olduğu için daha az işe adanma davranışında bulunacağı söylenebilir. Katılımcıların büyük bir bölümünü asgari ücretli işgörenler oluştuğu görülmüştür. Düşük gelir grubuna sahip işgörenlerin işe adanma davranışlarının daha düşük düzeyde olduğu söylenebilir. Katılımcıların eğitim düzeyine bakıldığında çoğunluğunun orta öğretim ve altı eğitim düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. İlköğretim ve altı eğitim düzeyine sahip işgörenlerin yüksek işe adanma davranışında bulunduğu tespit edilmiştir. Turizm, eğitim düzeyi düşük bireylere iş imkânı sağladığı ve emek-yoğun olduğu için eğitim düzeyi düşük işgörenlerin alternatif iş bulma konusunda sorunlarla karşı karşıya kalmasından dolayı işlerine sıkı sıkı sarılarak daha yüksek işe adanma davranışında bulunduğu söylenebilir. Katılımcıların çoğunun personellerden oluştuğu görülmüştür. Turizmin ana ürünü olan hizmet alt kademedeki çalışan işgörenler tarafından emek-yoğun olarak üretildiği anda tüketildiğinden dolayı alt kademedeki çalışan işgörenlerin fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak yorulduğu bu yüzden daha düşük işe adanma davranışında bulunduğu söylenebilir.

Zincir otel işletmesi işgörenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkisini tespit amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, iş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık üzerinde etkisinin belirlenmesine yönelik yapılan regresyon analizi sonucunda araştırmanın ilk hipotezi olan “iş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” kabul edilmiştir (H_1). Daha geniş bir ifade ile iş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$ ve $r=0.632$). İşe adanmışlığın %39.8’i iş yaşam kalitesi tarafından açıklandığı sonucuna ulaşılmıştır ($r^2=0.398$). Wahlbery, Ramolho ve Brochado (2017)’nin çalışmalarında Lizbon’daki konaklama işletmesi işgörenlerinin iş yaşam kalitesinin işe adanmışlık arasındaki aracılık ilişkisi incelediklerinde iş yaşam

kalitesinin işe adanmışlığa aracılık etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yüksek iş yaşam kalitesi sayesinde iş ortamının fiziksel özelliklerinin iyileştirilmesi, iş için gerekli ve yeterli ekipmanların varlığı, teknolojinin kullanımı işgörenlerin fiziksel olarak daha az yorulmasına; yüksek kaliteli çalışma ortamının işgörenin iş ortamında vakit geçirmek istemesine, sosyal olarak uyum sağlamasına, işini severek ve isteyerek yapmasına neden olarak duygusal açıdan olumlu hissetmesine; daha yüksek iş yaşam kalitesinin iş içi ve dışı zamanda işgörene olumlu faydaları olacağı, yeterli ücretlerle tatmin edeceği, sosyal güvenlik ihtiyaçlarını karşılayacağı için zihinsel olarak olumlu ve rahat hissetmesine neden olarak işgörenin yüksek işe adanmışlık davranışında bulunacağı söylenebilir.

Araştırma modeli doğrultusunda, zincir otel işletmesi işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde etkisi tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda araştırmanın ikinci hipotezi olan “kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” kabul edilmiştir (H_2). Daha geniş bir ifadeyle kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0.000<0.05$ ve $r=0.550$). İşe adanmışlığın %30’u kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($r^2=0.300$). Bu kapsamda Lee, Cho, Moon ve Babin (2014) çalışmalarında Kore’de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin etik sorumluluklarının işgörenler üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluğun işe adanmışlık üzerinde pozitif yönde anlamlı ilişkisi olduğu görülmektedir. Özellikle hayırseverlik boyutunun diğer boyutlara göre daha yüksek etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Zientara, Kujawsk ve Bohdanowicz-Godfrey (2015) çalışmalarında Polonya’daki konaklama işletmeleri işgörenlerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılarının iş tatmini, örgütsel bağlılık, iş tutumu ve işe adanmışlık üzerinde etkisini incelemişlerdir. Çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk ile işe adanmışlık arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Nazir ve Islam (2019) Hindistan’daki konaklama işletmelerinin uyguladığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde işgörenlerin içsel motivasyonları ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Gürlek ve Tuna (2019) Antalya’daki konaklama işletmesi işgörenlerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılarını işe

adanmışlıklarının nasıl etkilendiğini araştırmayı amaçlayan çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluğun işe adanmışlığı anlamlı ve olumlu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde işgörenler tarafından algılanan yüksek kurumsal sosyal sorumluluk algısının işgörenlerin işe adanmışlıkları artırdığı söylenebilir. Topluma karşı sosyal sorumluluk faaliyetleri ile organizasyonun toplumu önemseyişi, toplumdaki olumsuzlukları azaltmak için uğraştığı bu yüzden işgörenin gurur duygusuna sahip olarak işinde anlamlı değerler oluşturduğu bu yüzden işgören fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak olumlu hisler içinde olduğu; çevreye karşı sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kültürel mirasa ve doğal çevreye verilen hasarının azaltılmasına işgörenin de katkısı olduğunu hissetmesi işgörenin fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak olumlu hissetmesine; işgörene karşı sosyal sorumluluk faaliyetleri ile organizasyonun işgörene değer verdiğini, haklarının koruduğu, çalışma ortamını iyileştirdiği, kariyer gelişimine ve eğitimine katkı sağladığı için işgören fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak olumlu hissetmesine; müşterilere karşı sosyal sorumluluk ile müşterilere değer verildiğini, müşterilerin organizasyona olumlu duygular besleyerek işgörene karşı daha nazik ve kibar davrandığı, işgörenlerin de bu sayede işlerini başarıyla yapmış olduğunu hissetleri için fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak olumlu hissederek daha yüksek işe adanmışlık davranışında bulunduğu söylenebilir.

Trabzon'daki zincir otel işletmesi işgörenlerinin işe adanmışlıklarını artırmanın bir yolu olarak iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının artırılmasıyla sağlanabilir.

Araştırmanın bulguları sonucunda zincir otel işletmesi yöneticilerinin işgörenlerin işe adanmışlıklarının artırmanın bir yolu olarak iş yaşam kalitelerini ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarını yükseltmek için gerekli stratejileri geliştirmelerinin önemli olduğu düşünülmektedir. İş yaşam kalitesi işgörenin genel yaşam kalitesinin yükseltmekte önemli bir etkidir. Konaklama sektöründe insan kaynağının verimliliğini maksimize etmek için işgörenin genel yaşam kalitesini yükseltmek önemlidir. Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk işgörenler tarafından olumlu algılandığı için benimsenecek stratejilerinin ve uygulamaların işgörenler üzerinde olumlu etkileri olmaktadır. İşgörenlerin işe adanmışlığını artırmanın konaklama işletmeleri çeşitli olumlu sonuçları olmaktadır. Bunlar; yüksek örgütsel bağlılık, yüksek iş performansı, düşük işten ayrılma niyeti gibi

olumlu faydaları sonucunda maliyetlerin azaltılması, işgücü verimliliği ve müşteri sadakati ile sonuçlanmaktadır (Salanova vd., 2005; Schaufeli vd., 2006; Bakker ve Demerouti, 2008; Gruman ve Saks, 2011; Karatepe, 2013: 82; Özyılmaz ve Süner, 2015). Konaklama işletmesi yöneticilerine elde edilen bulgulardan yola çıkarak;

- Kadın işgörenlere daha fazla teşvikler verilerek, kariyer gelişimlerine katkı sağlanması bu sayede konaklama işletmelerinde kadın işgücünün tercih etmesi için daha cazip hale getirilmesi,
- Turizm yapısından dolayı genç ve dinamik işgücüne ihtiyaç duymaktadır. Ancak kalifiyeli işgörenler fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak yorulduğu için sektörden erken yaşta ayrılmaktadır. Genç işgücünün eğitilmesinde kalifiyeli işgörenlerin tercih edilerek sektörde kalmalarının sağlanması,
- Eğitim düzeyi düşük, sektöre yeni başlayan ve kalifiyeli işgörene dahil asgari ücret verilmesi, işgörenleri zihinsel ve duygusal olarak olumsuz etkileyerek fiziksel performansını düşürmektedir. İşgörenlere yeterli ve adil ücretlendirmeye fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak daha fazla işe adanmalarının sağlanması,
- İşgörenin sahip olduğu nitelikleri sayesinde potansiyelini ortaya çıkaracak kararlara katılımına destek verilmesi, işgörenin fiziksel olarak daha fazla çaba harcamasına neden olarak duygusal ve zihinsel açıdan olumlu hissetmesine,
- İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk ile organizasyonun sosyal hayata değer verdiğini, yaptıkları işin anlamlı olduğunu ve örgütün yasalara saygısı olduğunu hissetmesine,
- Kurumsal sosyal sorumluluk politikaları ve stratejilerinin benimsenmesi organizasyonun imajını yükselterek işgörenin işinden gurur duymasının sağlanması,
- Kurumsal sosyal sorumluluk politika ve stratejileri sayesinde işgörenlerin topluma anlamlı katkılar sağlaması, çevresine saygılı davrandığını hissetmesi, müşterilere gerekliliği değerinin verildiğini ve müşterilerinde bunun karşılığını verdiğini hissetmesi, işgörenlerin ise haklarına sahip çıkıldığını, kariyer gelişimine önem verildiğini, sosyal hayatına saygı duyulduğunu hissetmesi işgörenlerin işe adanmışlıklarını olumlu

etkiyeceği,

- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerin benimsenip uygulanması işğörenin iş içinde ve dışından işinden gurur duymasını sağlayarak benlik ve aidiyet hissetmesine bu sayede işe olumlu duygular beslemesine,
- İş ortamının iyileştirilmesi işğörenlerin çalışma ortamında ve dışında fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak olumlu hissetmesine neden olacağı söylenebilir. Bu kapsamda iş yaşam kalitesine ve kurumsal sosyal sorumluluğa önem vermelerinin işletmenin sürdürülebilir rekabet ortamına uyum sağlayarak başarılı olmasında kilit bir rol oynamasından dolayı yöneticilere önerilmektedir.

Son olarak gelecek çalışmalar için daha büyük örneklem sayısına ulaşılabilmesi için daha büyük iller de uygulama yapılabilir. Çalışmada kullanılan iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık ölçekleri yerine literatürde yer alan farklı ölçekler ile uygulama tercih edilebilir. Çalışmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nicel araştırmadan farklı olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme ve odak grup yöntemleri tercih edilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, A. (2016). *Çalışma yaşam kalitesinin tükenmişlik sendromu üzerinde etkileri: Konaklama işletmelerinde bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Adler, A. (1999). *Normal yaşamda ve iş yaşamında psikolojik aktivite*. Çev. Belkıs Çorakçı, İstanbul: Say Yayınevi.
- Adrian, M. P., ve Anggiani, S. (2020). Affection of CSR to job satisfaction mediated by quality of work life (case study of four star hotel in Indonesia). *Journal of Social Sciences*, 6(1), 760-774.
- Afşar, S. T. (2011). *Çalışma yaşam kalitesinin örgütsel bağlılık düzeyi üzerindeki etkisi: devlet ve vakıf üniversitelerinde çalışan akademisyenler üzerine nicel bir araştırma*. (Doktora Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., ve Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Nanagement Review*, 32(3), 836-863.
- Ağaoğlu, O. K. (1992). İşgücünü verimli kullanma tekniklerinin turizm sektörüne uygulanması. *Verimlilik Dergisi*, 1, 110-121.
- Akerik, M. (2021). *Psikolojik sermaye ve iş yaşam kalitesinin örgütsel özdeşleşmeye etkisi: Afyonkarahisar'daki otel işletmeleri üzerinde bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, C. C., ve Börü, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. İçinde C.C. Aktan, (Ed.), *Kurumsal sosyal sorumluluk: İşletmeler ve sosyal sorumluluk* (ss.11-36). İstanbul: İGİAD yayınları.
- Alarcon, G. M. (2009). *The development of the wright work engagement scale*. (Doktora Tezi). California: Wright State University, Department of Psychology.
- Alqarni, S. A. Y. (2016). Quality of work life as a predictor of work engagement among the teaching faculty at King Abdulaziz University. *International Journal of Humanities And Social Science*, 6(8), 118-135.
- Altınay, L., Dai, Y. D., Chang, J., Lee, C. H., Zhuang, W. L., ve Liu, Y. C. (2019). How to facilitate hotel employees work engagement: The roles of leader-member exchange, role overload and job security. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(3), 1525-1542.
- Ambardar, A., ve Singh, A. (2017). Quality of work life practices in Indian hotel industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems Be*, 10(1),

- Amor, A. M., Vázquez, J. P. A., ve Faíña, J. A. (2020). Transformational leadership and work engagement: Exploring the mediating role of structural empowerment. *European Management Journal*, 38(1), 169-178.
- Ancarani, A., Di Mauro, C., Giammanco, M. D., ve Giammanco, G. (2018). Work engagement in public hospitals: a social exchange approach. *International Review of Public Administration*, 23(1), 1-19.
- Arndt, A. D., Singhapakdi, A., ve Tam, V. (2015). Consumers as employees: The impact of social responsibility on quality of work life among Australian engineers. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 98-108.
- Ateş, B., & Senal, S. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında muhasebenin sosyal sorumluluğu: Süleyman Demirel Üniversitesi'nde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(1), 71-85.
- Avcı, N., ve Akdemir, İ. (2014). Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş doyumuna üzerine etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 14(1), 125-135.
- Azinuddin, M., ve Zainal, A. (2014). Quality of work life and occupational stress in hotel industry. *Hospitality and Tourism: Synergizing Creativity and Innovation in Research*, 69-73.
- Aybaş, M., ve Gözde, K. (2018). Duygusal emeğin mesleki stres ve işe adanmışlık üzerindeki etkisi: tur rehberleri üzerinde bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(ICEESS'18), 103-111.
- Aydın, Ş., Duygu, E., ve Çontu, M. (2020). Otel işletmelerinde çalışanların kişilik özelliklerinin işe adanmışlık düzeyleri üzerine etkisi. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 64-75.
- Babaoğlu, A. (2021). Coronavirüs nedeniyle Türkiye'de firmaların yaptığı kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları üzerine bir inceleme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(1), 118-134.
- Babcock-Roberson, M. E., ve Strickland, O. J. (2010). The relationship between charismatic leadership, work engagement, and organizational citizenship behaviors. *The Journal of Psychology*, 144(3), 313-326.
- Back, K., Lee, C. K. ve Abbott, J. (2011). Internal relationship marketing: Korean casino employees' job satisfaction and organizational commitment. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(1), 111-124.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., De Boer, E., ve Schaufeli, W. B. (2003). Job demands and job resources as predictors of absence duration and frequency. *Journal of Vocational Behavior*, 62(2), 341-356.

- Bakker, A. B., ve Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Developmant International*, 13(3), 209-223.
- Bakker, A. B. (2011). An evidence-based model of work engagement. *Current Directions in Psychological Science*, 20(4), 265-269.
- Bakker, A. B., Albrecht, S. L., ve Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European journal of work and organizational psychology*, 20(1), 4-28.
- Banihani, M., Lewis, P., ve Syed, J. (2013). Is work engagement gendered?. *Gender in Management*, 28(7), 400-423.
- Bansal, P., ve Kandola, S. (2004). Corporate social responsibility: Why good people behave badly in organizations. *Ivey Business Journal*, 68(4), 1-5.
- Beh, L., ve Rose, R. C. (2007). Linking QWL and job performance: Implications for organizations. *Performance Improvement*, 46(6), 30-35.
- Benckendorff, P., Edwards, D., Jurowski, C., Liburd, J. J., Miller, G. ve Moscardo, G. (2009). Exploring the future of tourism and quality of life. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 171-183.
- Berg, P., Kalleberg, A. L., ve Appelbaum, E. (2003). Balancing work and family: The role of high-commitment environments. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 42(2), 168-188.
- Bharathi, P. S., Umaselvi, M., ve Kumar, N. S., (2011). Quality of work life: Perception of college teachers. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 2(1), 47-69.
- Bhutto, T. A., Farooq, R., Talwar, S., Awan, U., ve Dhir, A. (2021). Green inclusive leadership and green creativity in the tourism and hospitality sector: serial mediation of green psychological climate and work engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(10), 1716-1737.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: John Wiley.
- Bohdanowicz, P., ve Zientara, P. (2009). Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 147-158.
- Boğan, E. (2015). *Çalışanlar tarafından algılanan kurumsal sorumluluk faaliyetlerinin örgüte güven üzerindeki etkisi: Alanya'daki dört ve beş yıldızlı otellerde bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Boğan, E. (2018). *Algılanan Kurumsal Davranışsal Tutarlılık ve Duygusal Bağlılık İlişkisinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yapılan Yüklemelerin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. (Doktora Tezi) Sakarya:

- Bolhari, A., Rezaeean, A., Bolhari, J., Bairamzadeh, S., ve Soltan, A. A. (2011). The relationship between quality of work life and demographic characteristics of information technology staffs. https://www.researchgate.net/profile/Jafar-Bolhari2/publication/267768018_The_Relationship_between_Quality_of_Work_Life_and_Demographic_Characteristics_of_Information_Technology_Staffs/links/562ffceb08ae432a022c2715/The-Relationship-between-Quality-of-WorkLife-and-Demographic-Characteristics-of-Information-Technology-Staffs.pdf adresinden 03.02.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Bosman, J., Rothmann, S., ve Buitendach, J. H. (2005). Job insecurity, burnout and work engagement: The impact of positive and negative effectivity. *SA Journal of Industrial Psychology*, 31(4), 48-56.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper and Row.
- Brislin, R. W. (1976). Comparative research methodology: Cross-cultural studies. *International Journal of Psychology*, 11(3), 215-229.
- Bulgan, G., İşler D. B., ve Çınar, S. Ç., (2021). Otel işletmelerinde çalışma yaşamı kalitesinin işten ayrılma eğilimine etkisi ısparta örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 114-129.
- Burke, R. J., Koyuncu, M., Jing, W. ve Fiksenbaum, L. (2009). Work engagement among hotel managers in Beijing, China: potential antecedents and cpnsequences. *Toursim Review*, 64(4), 4-18.
- Buzinde, C. N., Kalavar, J. M. ve Melubo, K. (2014). Tourism and community well-being: The case of the Maasai in Tanzania. *Annals of Tourism Research*, 44, 20-35.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Caldwell, C., Floyd, L. A., Atkins, R., ve Holzgrefe, R. (2012). Ethical duties of organizational citizens: Obligations owed by highly committed employees. *Journal of Business Ethics*, 110(3), 285-299.
- Can, A. (1999). Çalışma hayatının kalitesinin geliştirilmesi. I. Verimlilik Kongresi. 454: 89-101. Ankara: MPM Yayınları.
- Carayon, P. (1997). Temporal issues of quality working life and stress in human-computer interaction. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 9(4), 325-342.
- Carlson, H. C. (1983). A model of quality of work life as a developmental process. *Education+ Training*, 25(1), 27-32.

- Calveras, A. (2015). Corporate social responsibility strategy in the hotel industry: Evidence from the Balearic Islands. *International Journal of Tourism Research*, 17(4), 399-408.
- Camilleri, M. (2014). Advancing the sustainable tourism agenda through strategic CSR perspectives. *Tourism Planning & Development*, 11(1), 42-56.
- Carr A. (1968). Is business bluffing ethical?. Harvard Business Review. <https://hbr.org/1968/01/is-business-bluffing-ethical> adresinden 23.11.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1989). 1993. *Business and society. ethics and stakeholder management*. Cincinnati, Oh: South-Western.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.
- Chaudhary, R., ve Akhouri, A. (2018). Linking corporate social responsibility attributions and creativity: Modeling work engagement as a mediator. *Journal of Cleaner Production* 190, 809-821.
- Chitakornkijsil, P. (2010). Broad perspective and frame-work of quality of work life. *International Journal of Organizational Innovation*, 3(2), 214-242.
- Cleveland, J. N., O'Neill, J. W., Himelright, J. L., Harrison, M. M., Crouter, A. C. ve Drago, R. (2007). Work and family issues in the hospitality industry: perspectives of entrants, managers, and spouses. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(3), 275-98.
- Cunningham, J. B., ve Eberle, T. (1990). A Guide to Job Enrichment and Redesign. *Personnel (AMA)*, 67(2), 56-61.
- Chan, W., Wong, K., ve Lo, J., (2009). Hong Kong hotels' sewage: environmental cost and saving technique. *Journal Hospitality Tourism Research*, 33(3), 329-346.
- Coetzee, M., ve De Villiers, M. (2010). Sources of job stress, work engagement and career orientations of employees in a South African financial institution. *Southern African Business Review*, 14(1), 27-58.
- Commission of the European Communities (EC) (2001). Promoting a European framework for corporate social responsibilities, COM (2001) 366 final, Brussels.

- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., ve Wanhill, R. S. (2008). *Tourism principles and practice* (4. baskı). New York: Longman Publishing.
- Cowper-Smith, A., ve de Grosbois, D. (2011). The adoption of corporate social responsibility practices in the airline industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 59-77.
- CIPD (2021), Employee engagement and motivation. <https://www.cipd.co.uk/knowledge/fundamentals/relations/engagement/factsheet?IsSrchRes=1> adresinden 10.03.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Cristian, M. S., Garza, A. S., ve Slaughter, J. E. (2011). Work engagement: A quantitative review and test of its relations with task and contextual performance. *Personnel Psychology*, 64(1), 89-136.
- Cropanzano, R., ve Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of management*, 31(6), 874-900.
- Crowther, D., ve Aras, G. (2012). *Global perspectives on corporate governance and CSR*. Gower Publishing, Ltd.
- Çakır, O., Doğan, E., ve Bayar, E. (2018). Otel çalışanlarının örgütsel bağlılıklarını güçlendirmede iş yaşam kalitesinin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 345-359.
- Çalışkan, O. (2010). *Kurumsal sosyal sorumluluk algılama boyutunun personelinin iş tatminine ve işte kalma niyetine etkisi: Antalya bölgesinde yer alan beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışanlar üzerinde bir araştırma*. (Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çalışkan, O., ve Ünüsan, Ç. (2011). Otel çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş tatmini ve işte kalma niyetine etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 154-166.
- Çiçen, C., Boyacıoğlu, E. Z., ve Oğuzhan, A. (2020). Turizmde kadın işgücünün cinsiyet ayrımcılığı algısı: Edirne ilinde bir araştırma. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 54-63.
- Çiftci, D. Ö., ve Erkanlı, H. (2020). Dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının işe adanmışlık düzeylerinin demografik değişkenlere göre incelenmesi: orta ve doğu karadeniz bölgesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(2), 336-347.
- Dalgıç, A., ve Akgündüz, Y. (2019). Sosyal ve ekonomik değişimin otel çalışanlarının işe adanmışlık ve işten ayrılma niyetine etkisi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 75-85.
- Dalgıç, A. (2020). İş güvencesizliği algısının iş yaşam kalitesine etkisinde iyimserlik ve kötümserlik özelliklerinin aracılık rolü: Seyahat acentası çalışanları örneği. *The Mediation Role of. Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3),

1922-1942

- Dai, Y. D., Zhuang, W. L., ve Huan, T. C. (2019). Engage or quit? The moderating role of abusive supervision between resilience, intention to leave and work engagement. *Tourism Management*, 70, 69-77.
- Dai, Y. D., Altinay, L., Zhuang, W. L., ve Chen, K. T. (2021). Work engagement and job burnout? Roles of regulatory foci, supervisors' organizational embodiment and psychological ownership. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 114-122.
- Dai, Y. D., Zhuang, W. L., Lu, S. C. ve Huan, T. C. (2021). Work engagement or job burnout? Psychological ownership amongst the employees of international tourist hotels. *Tourism Review*, 76(6), 1243-1259.
- Davidson, M. C., Timo, N., ve Wang, Y. (2010). How much does labour turnover cost? A case study of Australian four-and five-star hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(4), 451-466.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70-76.
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322.
- Davis, L., E. (1972). Quality of working life: National and international developments. In *Proceedings of the 25th Anniversary Meeting, Industrial Relations Research Association*. Toronto.
- Davis, L. E. (1983). Design of new organizations. İçinde Kolodny, H., Beinum, H. V. (Ed.), *The quality of working life and the 1980s*. New York: Praeger Publisher.
- Deery, M., Jago, L., ve Stewart, M. (2007). Corporate social responsibility within the hospitality industry. *Tourism Review International*, 11(2), 107-114.
- Deery, M. (2008). Talent management, work-life balance and retention strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(7), 792-806.
- Deery, M., ve Jago, L. (2009). A framework for work-life balance practices: Addressing the needs of the tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 97-108.
- De Grosbois, D. (2012). Corporate social responsibility reporting by the global hotel industry: Commitment, initiatives and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 896-905.
- De Roeck, K., Marique, G., Stinglhamber, F., ve Swaen, V. (2014). Understanding employees' responses to corporate social responsibility: Mediating roles of overall justice and organisational identification. *International Journal of*

Human Resource Management, 25(1), 91-112.

- De Roeck, K., ve Maon, F. (2018). Building the theoretical puzzle of employees' reactions to corporate social responsibility: An integrative conceptual framework and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 149(3), 609-625.
- Demir, M. (2011). The analysis of the relationship among emotional intelligence, organizational deviance, quality of work life and turnover intentions in hospitality business. *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 214-216. <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/download/76/77> adresinden 16.02.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Dienhart, J. R., ve Gregoire, M. B. (1993). Job satisfaction, job involvement, job security, and customer focus of quick-service restaurant employees. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 16(2), 29-43.
- D'Souza, S., (2021). BrandFinance Hotels 50 2021 The annual report on the most valuable and strongest hotel brands. <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-hotels-50-2021-preview.pdf> adresinden 22.01.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Domínguez Albiter, K. I., Vargas Martínez, E. E., Zizumbo Villarreal, L., ve Velázquez Castro, J. A. (2021). Tourism jobs and quality of work-life. A perception from the hotel industry workers. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 37(69). http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012046452021000100005&script=sci_arttext&tlng=en adresinden 22.02.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Dursun, M. T., ve Eriş, E. D. (2018). Konaklama işletmelerinde kuşaklar bağlamında işveren marka algısı ile çalışma yaşam kalitesi ilişkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sbe Dergisi*, 8(1), 160-179.
- Efraty, D., ve Sirgy, M., J., (1990). The effects of quality of working life (QWL) on employee behavioral responses. *Social Indicators Research*, 22(1), 31-47.
- Elizur, D., ve Shye, S. (1990). Quality of work life and its relation to quality of life. *Applied Psychology*, 39(3), 275-291.
- Emadzadeh, M. K., Khorasani, M., ve Nematizadeh, F., (2012). Assessing the quality of work life of primary school teachers in Isfahan city. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 3(9), 438-448.
- Eilbirt, H., ve Parket, I. R. (1973). The practice of business: The current status of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 16(4), 5-14.
- Eisenberger, R., Huntington, R., ve Hutchison, S. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Epstein, E. M. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *California*

- Erdem, B., ve Kaya, İ. (2013). Çalışma yaşamı kalitesini etkileyen faktörlerin işgörenler tarafından algılanması: Otel çalışanları üzerinde bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (35), 135-150.
- Erkal, P. (2021). Örgütsel destek algısının işe tutkunluk üzerindeki etkisi: cinsiyetin düzenleyici rolü. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 37-56.
- Erkılıç, E. (2017). *Örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel sessizlik davranışı arasındaki karşılıklı etki derecelerinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi: Rize ili otel işletmelerinde bir uygulama*. (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Esirgemez, M., Aydın Hasekioğlu, Y., Keçeli, M., ve Kanten, S. (2018). İş yaşamının kalitesinin sosyal kaytarma ve işi erteleme davranışı üzerindeki etkisinde etik iklim algısının rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 559-576.
- Fatma, I. K. A., Kadir, S. A., Sarıman, T., ve Yuliana, S., (2016). Quality of worklife and labor productivity in the hotel industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(9), 807-814.
- Farid, T., Iqbal, S., Ma, J., Castro-González, S., Khattak, A., ve Khan, M. K. (2019). Employees' perceptions of CSR, work engagement, and organizational citizenship behavior: The mediating effects of organizational justice. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(10), 1731-1735.
- Fernandes, R. B., Martins, B. S., Caixeta, R. P., Da Costa Filho, C. G., Braga, G. A., ve Antonialli, L. M. (2017). Quality of work life: An evaluation of Walton model with analysis of structural equations. *Espacios*, 38(3), 5-24.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: SAGE.
- Fine, S., Horowitz, I., Weigler, H., ve Basis, L. (2010). Is good character good enough? The effects of situational variables on the relationship between integrity and counter productive work behaviors. *Human Resources Management Review*, 20, 73-84.
- Flammer, C., ve Luo, J. (2017). Corporate social responsibility as an employee governance tool: Evidence from a quasi-experiment. *Strategic Management Journal*, 38(2), 163-183.
- Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Friedman, M. (1970). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to

increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13(1970), 32-33.

- Garay, L., ve Font, X. (2012). Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 329-337.
- Garrat, D., ve Li, Yaojun, (2006). The foundations of experimental/empirical research methods. İçinde Somekh, B., & Lewin, C. (Ed.). *Research methods in the social sciences*. Manchester: Sage.
- Gazeloğlu, C., ve Erkılıç, E. (2020). *Bilimsel araştırmalarda temel örnekleme yöntemleri* (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- George, D., ve Mallery, M. (2010). *spss for windows step by step: A simple guide and reference, 17.0 update* (10. baskı.) Boston: Pearson
- Goh, E., ve Lee, C. (2018). A workforce to be reckoned with: the emerging pivotal generation Z hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 20-28.
- Goh, E., ve Okumus, F. (2020). Avoiding the hospitality workforce bubble: strategies to attract and retain generation Z talent in the hospitality workforce. *Tourism Management Perspectives*, 3(100603), 1-7.
- Gond, J. P., El-Akrehi, A., Igalens, J., ve Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. *International Center for Corporate Social Responsibility*, 54, 1-47.
- Gligor-Cimpoieru, D. C., Munteanu, V. P., Nițu-Antonie, R. D., Schneider, A., ve Preda, G. (2017). Perceptions of future employees toward CSR environmental practices in tourism. *Sustainability*, 9(9), 1631-1634.
- Gonzalez-Roma, V., Schaufeli, W., Bakker, A., ve Lloret, S. (2006). Burnout and work engagement: independent factor or opposite poles?. *Journal of Vocational Behavior*, 68(1), 166-174.
- Grote, G., ve Guest, D. (2017). The case for reinvigorating quality of working life research. *Human Relations*, 70(2), 149-67.
- Gruman, J. A., ve Saks, A. M. (2011). Performance management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 21(2), 123-136.
- Guan, X., Yeh, S. S., Chiang, T. Y., ve Huan, T. C. T. (2020). Does organizational inducement foster work engagement in hospitality industry? Perspectives from a moderated mediation model. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 259-268.
- Gupta, M., ve Sharma, P., (2011). Factor credentials boosting quality of work life of BSNL employees in jammu region. *Sri Krishna International Research & Educational Consortium*, 2(1), 79-89.

- Gül, G., Bol, P., Selçuk, N., ve Erbaycu, A. E. (2014). Çalışma yaşam kalitesinin örgütsel bağlılık düzeyi üzerine etkisi: bir eğitim araştırma hastanesi örneği. *The Journal of Industrial Relations & Human Resources*, 16(4), 17-30.
- Gürlek, M., ve Tuna, M. (2019). Corporate social responsibility and work engagement: Evidence from the hotel industry. *Tourism Management Perspectives*, 31, 195-208.
- Halbesleben, J. R., Harvey, J., ve Bolino, M.C. (2009). Too engaged? A conservation of resources view of the relationship between work engagement and work interference with family. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1452-1465.
- Hamarneh I. (2013). Corporate social responsibility as a competitive advantage in tourism sector. *Journal of Tourism & Services*, 4(7), 36-51.
- Hall, C. M. (2007). *Pro-poor tourism: who benefits?: Perspectives on tourism and poverty reduction* (Vol. 3). New Zeland: Channel View Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., ve Tatham, R. L. (2013). *Multivariate data analysis*. England: Pearson Education Limited.
- Harputluoğlu, D. D. (2020). *İşe tutkunluk ve aile-iş çatışmasının işten ayrılma niyetine etkisi: konaklama işletmelerinde bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., ve Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and bess outcomes: a meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87, 268-279.
- Harzer, C., ve Ruch, W. (2014). The role of character strengths for task performance, job dedication, interpersonal facilitation, and organizational support. *Human Performance*, 27(3), 183-205.
- Heald, M. (1957). Management's Responsibility to Society: The Growth of an Idea. *Business History Review*, 31(4), 375-384.
- Heald, M. (1970). *The social responsibilities of business: Company and community, 1900-1960*. Cleveland, OH: Case Western Reserve University Press.
- Herzberg, F., Mausner, B. ve Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. New York: Wiley.
- Hermawati, A., (2020). Transglobal leadership approach to sustainable tourism competitiveness at tourism sector-engaged MSMEs through integrated human resource performance and responsible marketing. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 863-883.
- Hian, C. C., ve Einstein, W. O. (1990). Quality of work life (QWL): What can unions do?. *SAM Advanced Management Journal*, 55(2), 17.

- Hilton, (2021). Corporate Responsibility Report. <https://cr.hilton.com/wp-content/uploads/2020/05/Hilton-CR-Report-2018-1-1.pdf> adresinden 24.01.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Hopkins, M. (2004). Corporate social responsibility: an issues paper. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=908181 adresinden 24.11.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Hugentobler, M. K., Robins, T. G., ve Schurman, S. J. (1990). How unions can improve the outcomes of joint health and safety training programs. *Lab. Stud. J.*, 15-16.
- Huzzard, T. (2003). The convergence of the quality of working life and competitiveness: a current Swedish literature review. *Arbetsliv i omvandling*, 9, 1-119.
- Hyatt, (2021). <https://www.hyatt.com> adresinden 22.01.2021 tarihinde edinilmiştir.
- IHG, (2021). Corporate responsibility. <https://www.ihg.com/content/us/en/about/corporate-responsibility> adresinden 23.01.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Işık, M. F., ve Başar, M. S., (2019). İş yaşam kalitesinin işten ayrılma niyeti üzerindeki rolü: Erzurum ili palandöken kış turizmi merkezindeki çalışanlar üzerinde bir uygulama. *Journal of International Social Research*, 12(66), 1074-1085.
- Işkın, M. (2021). Turizm işletmeleri çalışanlarının çalışma yaşamı kalitesi, iş tatmini düzeyleri ve performansları: eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin aracı ve örgütsel sinizm. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 1972-1991.
- Jaiswal, A. (2014). Quality of work life. *Journal Business Management Social Sciences. Research*, 3, 83-87.
- Janes, P., ve Wisnom, M. (2011). Changes in tourism industry quality of work life practices. *Journal of Tourism Insights*, 1(1), 106-112.
- Jia, L., Shaw, J. D., Tsui, A. S., ve Park, T. Y. (2014). A social–structural perspective on employee–organization relationships and team creativity. *Academy of Management Journal*, 57(3), 869-891.
- Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(3), 59–67.
- Johnson, H. L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Belmont. CA: Wadsworth.
- Jr, W. G. T., Stumpf, S. A., ve Doh, J. P. 2010. Exploring talent management in india: The neglected role of intrinsic rewards. *Journal of World Business*, 45(2), 109-121.

- Kahn, W. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *The Academy of Management Journal* 33(4), 692-724.
- Kanungo, R. N., ve Hartwick, J. (1987). An alternative to the intrinsic-extrinsic dichotomy of work rewards. *Journal of Management*, 13(4), 751-766.
- Kanten, P. (2014). Effect of quality of work life (QWL) on proactive and prosocial organizational behaviors: a research on health sector employees. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 19(1), 251-274.
- Kanten, S., ve Sadullah, O. (2012). An empirical research on relationship quality of work life and work engagement. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 360-366.
- Kanten, S. (2018). İş yaşamının kalitesinin sosyal kaytarma ve işi erteleme davranışı üzerindeki etkisinde etik iklim algısının rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 559-576.
- Kanten, S., Esirgemez, M., Hasekioğlu, Y. ve Keçeli, M. (2018). İş yaşamının kalitesinin sosyal kaytarma ve işi erteleme davranışı üzerindeki etkisinde etik iklim algısının rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 559-576.
- Karatepe, O. M., ve Olugbade, O. A. (2009). The effects of job and personal resources on hotel employees' work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 504-512.
- Karatepe, O. M. (2013a). High-performance work practices and hotel employee performance: The mediation of work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 132-140.
- Karatepe, O. M. (2013b). Perceptions of organizational politics and hotel employee outcomes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), 82-104.
- Karatepe, O. M., ve Demir, E. (2014). Linking core self-evaluations and work engagement to work-family facilitation: A study in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(2), 307-323.
- Karatepe, O. M., ve Shahriari, S. (2014). Job embeddedness as a moderator of the impact of organisational justice on turnover intentions: A study in Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 22-32.
- Karatepe, O. M., ve Karadas, G. (2015). Do psychological capital and work engagement foster frontline employees' satisfaction? A study in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1254-1278.
- Karatepe, O. M., ve Avcı, T. (2017). The effects of psychological capital and work

- engagement on nurses' lateness attitude and turnover intentions. *Journal of Management Development*, 36(8), 1029-1039.
- Karatepe, O. M., Rezapouraghdam, H., ve Hassannia, R. (2020). Job insecurity, work engagement and their effects on hotel employees' non-green and nonattendance behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102472, 1-12.
- Kara, D., Kim, H. L., Lee, G., ve Uysal, M. (2018). The moderating effects of gender and income between leadership and quality of work life (QWL). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1419-1435.
- Karadeniz, E., ve Ünlübulduk, S. N. (2018). Dünyada marka değeri en yüksek havayolu işletmeleri ile borsa İstanbul havayolu işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), 370-385.
- Karadeniz, E., ve Ünlübulduk, S. N. (2020). Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: Dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile Borsa İstanbul konaklama işletmelerinin karşılaştırmalı analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1), 124-140.
- Key, S., ve Popkin, S. J. (1998). Integrating ethics into the strategic management process: doing well by doing good. *Management Decision*, 36(6), 331-338.
- Kim, C., Kim, J., Marshall, R., ve Afzali, H. (2018). Stakeholder influence, institutional duality, and CSR involvement of MNC subsidiaries. *Journal of Business Research*, 91, 40-47.
- Kim, H. L., Rhou, Y., Uysal, M., ve Kwon, N. (2017). An examination of the links between corporate social responsibility (CSR) and its internal consequences. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 26-34.
- Kim, J. S., Milliman, J., ve Lucas, A. (2020). Effects of CSR on employee retention via identification and quality-of-work-life. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1163-1179.
- Kim, H., Rhou, Y., Topcuoglu, E., ve Kim, Y. G. (2020). Why hotel employees care about corporate social responsibility (CSR): Using need satisfaction theory. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102505.
- Kim, H., Im, J., ve Shin, Y. H. (2021). The impact of transformational leadership and commitment to change on restaurant employees' quality of work life during a crisis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 322-330.
- Khanna, S. (2012). Quality of work life and women: A case of hotel industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 5(2), 59.
- Kandasamy, I., ve Ancheri, S. (2009). Hotel employees' expectations of QWL: A qualitative study. *International journal of hospitality management*, 28(3), 328-

- Khorsandi, M., Jahani, F., Rafiei, M., ve Farazi, A., (2010). Health-related quality of life in staff and hospital personnel of Arak University of Medical Sciences in 2009. *Journal of Arak University of Medical Sciences*, 13(1), 40-48.
- Kotler, P., ve Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P., ve Lee N. (2017). *Kurumsal sosyal sorumluluk*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Köseoğlu, S. (2019). *Otel işletmelerinde işe adanmışlığın iş tatminine etkisi: antalya örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kucukusta, D., Mak, A. ve Chan, X. (2013). Corporate social responsibility practices in four and five-star hotels: Perspectives from Hong Kong visitors. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 19-30.
- Kusluvan, S., ve Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism management*, 21(3), 251-253.
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z., İlhan, I., ve Buyruk, L. (2010). The human dimension: A review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 171-214.
- Küllük, S. (2021). *Yeşil tedarik zinciri yönetiminin kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibar üzerindeki etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kwahar, N., ve Iyortsuun, A. S. (2018). Determining the underlying dimensions of quality of work life (QWL) in the Nigerian hotel industry. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6(1), 53-70.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal Of Consumer Marketing*, 18(7), 595-630.
- Lau, R. S. M., ve May, B. E. (1998). A win-win paradigm for quality of work life and business performance. *Human Resource Development Quarterly*, 9(3), 211-226.
- Leaniz, P. M. G., Ruiz, A. P., & Bosque, I. R., (2012). Analysis of the corporate social responsibility practice in the tourism sector: a case study. *Cuadernos de Turismo*, 30, 309-312.
- Lee, S., ve Heo, C. Y. (2009). Corporate social responsibility and customer satisfaction among US publicly traded hotels and restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 635-637.

- Lee, Y. K., Lee, K. H., ve Li, D. X. (2012). The impact of CSR on relationship quality and relationship outcomes: A perspective of service employees. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 745-756.
- Leiter, M. P. ve Harvie, P. (1998). Conditions for staff acceptance of organizational change: burnout as a mediating construct. *Anxiety, Stress and Coping: An International Journal*, 11(1), 1-25.
- Levine, M. F., Taylor, J. C., ve Davis, L. E., (1984). Defining quality of working life. *Human Relations*, 37(1), 81-104.
- Lewis, D., Brazil, K., Krueger, P., Lohfeld, L., ve Tjam, E., (2001). Extrinsic and intrinsic determinant of quality of work life. *Leadership in Health Services*, 14(2), 9-15.
- Li, X., Sanders, K., ve Frenkel, S. (2012). How leader–member exchange, work engagement and HRM consistency explain Chinese luxury hotel employees' job performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1059-1066.
- Li, J. J., Kim, W. G., ve Zhao, X. R. (2017). Multilevel model of management support and casino employee turnover intention. *Tourism Management*, 59, 193-204.
- Loehr, J., ve Schwartz, T. (2003). The power of full engagement: managing energy, not time, is the key to performance. *Health and Happiness, The Free Press*. https://www.academia.edu/34747064/The_power_of_full_engagement. adresinden 22.02.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Loscocco, K. A., ve Roschelle, A. R. (1991). Influences on the quality of work and nonwork life: Two decades in review. *Journal of Vocational Behavior*, 39(2), 182-225.
- Luthans, F. ve Peterson, S.J. (2002). Employee engagement and manager self-efficacy. *Journal of Management Development*, 21(5), 376-387.
- Ma, Y., Ma, Q. H., Yu, H., ve Hao, J. J. (2011). Quality of work life and employee outcomes: A survey of employees in hotel business. *Advanced Materials Research*, 171, 433-436.
- Macey, W. H., ve Schneider, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1, 3-30.
- Mackenzie, M., ve Peters, M., (2014). Hospitality managers perception of corporate social responsibility: an explorative study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(3), 257-272.
- Mahon, J. F., ve McGowan, R. (1991). Searching for the common good: A process oriented approach. *Business Horizons*, July-August, 79-87.
- Mao, Y., He, J., Morrison, A. M., ve Andres Coca-Stefaniak, J. (2021). Effects of

tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2716-2734.

Maslach, C., Schaufeli, W. B., ve Leiter, M.P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422.

Martel, J. P., ve Dupuis, G. (2006). Quality of work life: Theoretical and methodological problems, and presentation of a new model and measuring instrument. *Social Indicators Research*, 77(2), 333-368.

Marriott, (2021). We Are Marriott International. <https://www.marriott.com/aboutmarriott.mi> adresinden 22.12.2021 tarihinde edinilmiştir.

Mauno, S., Pykko, M., ve Hakanen, J. (2005). The prevalence and antecedents of work engagement in three different organizations. *Psykologia*, 40(1), 16-30.

May, B. E., Lau, R. S. M., ve Johnson, S. K. (1999). A longitudinal study of quality of work life and business performance. *South Dakota Business Review*, 58(2), 3-7.

May, D. R., Gilson, R. L., ve Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 11-37.

McDonald, D. J., ve Makin, P. J. (2000). The psychological contract, organizational commitment and job satisfaction of temporary staff. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(2), 84-91.

McGuire, C. (1963). A process approach to the construction and analysis of medical examinations. *Academic Medicine*, 38(2), 139-140.

Meehan, J., Meehan, K., ve Richards, A. (2006). Corporate social responsibility: the 3C-SR model. *International journal of social economics*, 33(5/), 386-398.

Mercer (2007). *Exploring the global drivers of employee engagement*. www.mercer.com/referencecontent.htm?idContent=1281670 adresinden 01.10.2021 tarihinde edinilmiştir.

Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., ve Ali, F. (2019). The impact of green practices in coastal tourism: An empirical investigation on an eco-labelled beach club. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 471-482.

Mosadeghrad, A. M. (2013). Quality of working life: an antecedent to employee turnover intention. *International Journal of Health Policy and Management*, 1(1), 43-50.

Mirvis, P. H., ve Lawler III, E. E. (1984). Accounting for the quality of work life.

Journal of Occupational Behavior, 5, 197-212.

- Muskat, B., ve Reitsamer, B. F. (2020). Quality of work life and Generation Y: How gender and organizational type moderate job satisfaction. *Personnel Review*, 49(1), 265-283.
- Nadler, D. A., ve Lawler, E. E. (1983). Quality of work life: Perspectives and directions. *Organizational Dynamics*, 11(3), 20-30.
- Nadiri, H., ve Tanova, C. (2010). An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 33-41.
- Nazir, O., ve Islam, J. U. (2020). Influence of CSR-specific activities on work engagement and employees' innovative work behaviour: An empirical investigation. *Current Issues in Tourism*, 23(24), 3054-3072.
- Nelson-Horcher, J. (1991). The myths of the shiftless US worker. *Industry Week*, 240 (3), 42-44.
- Nicolae, J. C., ve Sabina, D. B. M. (2012). The ICT implication on CSR in the tourism of emerging markets. *Procedia Economics and Finance*, 3, 702-709.
- Nicolau, J. L. (2008). Corporate social responsibility: Worth-creating ctivities. *Annals of tourism research*, 35(4), 990-1006.
- Nickson, D., Warhurst, C., ve Dutton, E. (2005). The importance of attitude and appearance in the service encounter in retail and hospitality. *Managing Service Quality: an International Journal*, 15(2), 195-208.
- Nimalathasan, B. (2011). Variation of quality of work life of academic professional in Bangladesh: a discriminant analysis. In Conference Paper. https://www.researchgate.net/profile/NimalathasanBalasundaram/publication/216521473_Variation_of_quality_of_work_life_of_academic_professional_in_Bangladesh_A_Discriminant_Analysis/links/0bdd03c2a4d12c9f0234e7b5_Variation-of-quality-of-work-life-of-academic-professional-in-Bangladesh-A-Discriminant-Analysis.pdf adresinden 13.02.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Özbek, S. (2022). *Antalya Belek bölgesinde bulunan 5 yıldızlı otellerde çalışanların liderlik algılarının örgütsel bağlılığa ve iş yaşam kalitesi üzerine etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (2001). *Paket programlar ve istatistiksel veri analizi (çok değişkenli analizler)*. Eskişehir: Kaan Yayınları.
- Özkalp, E., ve Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan İşe Angaje Olma ölçeğinin Türkçe'de güvenilirlik ve geçerliliğinin analizi. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 17(3), 1-

- Özyılmaz, A., ve Süner, Z. (2015). İşe adanmışlığın işyeri tutumlarına etkisi: hatay'daki 9 işletmede yapılan ampirik araştırmanın sonuçları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(3), 143-164.
- Paek, S., Schuckert, M., Kim, T. T., ve Lee, G. (2015). Why is hospitality employees' psychological capital important? The effects of psychological capital on work engagement and employee morale. *International journal of hospitality management*, 50, 9-26.
- Pang, L., Kucukusta, D., ve Chan, X. (2015). Employee turnover intention in travel agencies: analysis of controllable and uncontrollable factors. *International Journal of Tourism Research*, 17(6), 577-590.
- Papiryan, G. (2008). *Note on the global hotel industry*. Richard Ivey School of Business: The University of Western Ontario. <https://hbsp.harvard.edu/product/908M28-PDF-ENG> adresinden 22.12.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Park, S. Y., ve Levy, S. E. (2014). Corporate social responsibility: perspectives of hotel frontline employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), 332-348.
- Park, S. Y., Lee, C. K., ve Kim, H. (2018). The influence of corporate social responsibility on travel company employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 178-196.
- Park, S., Johnson, K. R., ve Chaudhuri, S. (2019). Promoting work engagement in the hotel sector: review and analysis. *Management Research Review*, 42(8), 971-990.
- Pelit, E., ve Güçer, E. (2007). İşletme yöneticilerinin çalışanlara karşı davranışlarının iş etiği kapsamında değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma. *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1), 32-49.
- Pelit, E., Keleş, Y., ve Çakır, M. (2009). Otel işletmelerinde sosyal sorumluluk uygulamalarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 19-30.
- Perçin, N. Ş., ve Yabancı, N. (2020). Otel işletmelerinde işgörenlerin çalışma yaşam kalitesinin demografik özellikler açısından incelenmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(1), 34-48.
- Pereira, A., Duarte, A., ve Trindade, G. (2015). The relationship between the employees' perceptions of CSR, work engagement and human values. *Responsibility. Sustainability*, 3(2), 27-35.
- Powell, V. (2009). What effect do formalised human resource procedures such as

contracts and appraisals have on employee motivation in the hospitality industry.

<https://chesterrep.openrepository.com/bitstream/handle/10034/100055/Victoria%20Powell.pdf?sequence=8&isAllowed=y> adresinden 22.02.2022 tarihinde edinilmiştir.

Presbitero, A. (2017). How do changes in human resource management practices influence employee engagement? A longitudinal study in a hotel chain in the Philippines. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 16(1), 56-70.

Punch, K. F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş: nicel ve nitel yaklaşımlar*, (D. Bayrak H. B., Arslan, Z. Akyüz, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.

Putra, E. D., Cho, S., ve Liu, J. (2017). Extrinsic and intrinsic motivation on work engagement in the hospitality industry: Test of motivation crowding theory. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 228-241.

Rennie, K. M. (1997). Exploratory and confirmatory rotation strategies in exploratory factor analysis. Paper presented at the annual meeting of the southwest educational research association, Austin.

Rethinam, G. S., ve Maimunah, İ. (2008). Constructs of quality of work life: a perspective of information technology professionals. *European Journal of Social Sciences*, 1, 58-70.

Rezapouraghdam, H., Alipour, H., ve Arasli, H. (2019). Workplace spirituality and organization sustainability: a theoretical perspective on hospitality employees' sustainable behavior. *Environment, Development and Sustainability*, 21(4), 1583-1601.

Rothbard, N. P. (2001). Enriching or depleting? The dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative Science Quarterly*, 46, 655-684.

Rich, B. L., Lepine, J. A., ve Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.

Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V., ve Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(4), 537-543.

Sağır, M., ve Türkeri, İ. (2015). Turizm işletmelerinde stratejik boyutları ile kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları: örnek incelemeler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 283-314.

Saks, A. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology* 21(7), 600-619.

- Salanova, M., Agut, S., ve Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1217-1227.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2018). *Bilim, felsefe ve metodoloji* (5. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Schaufeli, W., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., ve Bakker, A. (2001). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies* 3(1), 71-92.
- Schaufeli, W., ve Bakker, A. (2004). Job demand, job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi-supply study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(1), 293-315.
- Schaufeli, W., Bakker, A. & Salanova M. (2006). The measurement of work engagement with short questionnaire. *Educational and Psychological Measurement* 66(4), 701-716.
- Schulze, N. (1998, Mayıs 27-29). Yaşam kalitesini yükselten temel unsur olarak işin insancillaştırılması, MPM Yayınları No: 622, Altıncı Ergonomi Kongresi, Ankara. MPM Ankara Üniversitesi, Mert Matbaası.
- Seçkin, Ş. N., ve Çoban, R. (2018). A research on work life quality, psychological contract and psychological ownership relationship in the context of social exchange theory. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 6(1), 7-17.
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64.
- Shantz, A., Alfes, K., Soane, E., ve Truss, C. (2010, June). Too much of a good thing? Working mothers, engagement, and burnout. İçinde *Gender Work and Organization Conference*, Keele University, Keele.
- Sheldon, P. J., ve Park, S. Y. (2011). An exploratory study of corporate social responsibility in the US travel industry. *Journal of Travel Research*, 50(4), 392-407.
- Sheppard, H. L. (1975). Some indicators of quality of working life: A simplified approach to measurement. *The Auality of Working Life*, 1, 119-122.
- Shirom, A. (2010). Feeling energetic at work: On vigor's antecedents, work engagement, a handbook of essential theory and research. New York: Psychology Press.
- Shreedaran, I. K. (2010). *Expected quality of work life (QWL) and the impact of the gap between perception and expectation of QWL attributes on ESCQ and turnover intentions among hotel employees*. (Doktora Tezi). Gao: Goa

University.

- Shoval, N., ve Cohen-Hattab, K. (2001). Urban hotel development patterns in the face of political shifts. *Annals of tourism research*, 28(4), 908-925.
- Sonnentag, S., Mojza, E. J., Binnewies, C., ve Scholl, A. (2008). Being engaged at work and detached at home: A week-level study on work engagement, psychological detachment, and affect. *Work & Stress*, 22(3), 257-276.
- Sojka, L. (2014). Specification of the quality of work life characteristics in the Slovak economic environment. *Sociológia-Slovak Sociological Review*, 46(3), 283-299.
- Singhapakdi, A., ve Vitell, S. J. (2007). Institutionalization of ethics and its consequences: a survey of marketing professionals. *Journal of the Academy of Marketing science*, 35(2), 284-294.
- Singhapakdi, A., Lee, D. J., Sirgy, M. J., ve Senasu, K. (2015). The impact of incongruity between an organization's CSR orientation and its employees' CSR orientation on employees' quality of work life. *Journal of Business Research*, 68(1), 60-66.
- Sirgy, M., Efraty, D., Sigiel, P., ve Lee, D. (2001). A new measure of quality of work life (QWL) based on need satisfaction and spillover theories. *Social Indicators Research* 55(1), 241-302.
- Slack, R.E., Corlett, S., ve Morris, R. (2015). Exploring employee engagement with (corporate) social responsibility: A social exchange perspective on organisational participation. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 537-548.
- Slåtten, T., ve Mehmetoglu, M. (2011). Antecedents and effects of engaged frontline employees: A study from the hospitality industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(1), 88-107.
- Smith, C., Daskalaki, M., Elger, T., ve Brown, D. (2004). Labour turnover and management retention strategies in new manufacturing plants. *The International Journal of Human Resource Management*, 15(2), 371-396
- Stairs, M., ve Galpin, M. (2010). Positive engagement: From employee engagement to workplace happiness. In P. A. Linley, S. Harrington, & N. Garcea (Eds.), *Oxford handbook of positive psychology and work* (pp. 155-172). Oxford University Press.
- Stjernberg, T. (1977). *Organizational change and quality of life*. Stockholm: EFI.
- Straw, R. J., ve Heckscher, C. C. (1984). QWL: New working relationships in the communication industry. *Labor Studies Journal*, 9,261-274.
- Strand, R. (1983). A systems paradigm of organizational adaptations to the social environment. *Academy of Management Review*, 8(1), 90-96.

- Su, L., ve Swanson, S. R. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism management*, 72, 437-450.
- Sü, S. (1999). *Konaklama sektöründe çalışan personelin sorunları ve çözüm önerileri*. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Swanberg, J. E., McKechnie, S. P., Ojha, M. U., ve James, J. B. (2011). Schedule control, supervisor support and work engagement: A winning combination for workers in hourly jobs?. *Journal of Vocational Behavior*, 79(3), 613-624.
- Şahin, S., ve Çankır, B. (2019). Sürdürülebilir kalite algısı ve iş performansı: çalışmaya tutkunluğun aracı rolü. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 196-211.
- Şentürk, F. K., Boğan, E., ve Bayırlı, M. (2019). Etik liderlik ve materyalist eğilimlerin otel çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algısına etkisi: Alanya örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), 136-153.
- Şimşek, A. (2018). Araştırma modelleri. İçinde A. Şimşek, (Ed.), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* içinde (ss. 81-101). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Tasker, J. (2004). Engagement equals productivity. *Personnel Today*, www.personneltoday.com/articles/2004/10/05/25904/engagement-equals-productivity.html adresinden 01.10.2021 tarihinde edinilmiştir
- Toker, B. (2007). Konaklama işletmelerinde iş doyumu: demografik değişkenlerin iş doyumu faktörlerine etkisi üzerine bir çalışma. *Journal of Yaşar University*, 2(6), 591-615.
- Topaloğlu, E. Ö., Sönmez, R., ve Yazgan, A. E. (2019). Çalışmaya tutkunluk ve iş yaşam dengesi arasındaki ilişki: Banka çalışanları üzerine. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 13(1), 66-83.
- Tarigan, J., Susanto, A. R. S., Hatane, S. E., Jie, F., ve Foedjiawati, F. (2021). Corporate social responsibility, job pursuit intention, quality of work life and employee performance: case study from Indonesia controversial industry. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 13(2), 141-158.
- Taufek, F. H. B. M., Zulkifle, Z. B., ve Sharif, M. Z. B. M. (2016). Sustainability in employment: Reward system and work engagement. *Procedia Economics and Finance*, 35, 699-704.
- Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2021). Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri. <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-164500/bakanligimizdan-turizm-isletme-belgeli-konaklama-tesisleri.html> adresinden 10.11.2021 tarihinde edinilmiştir.

- Tripathy, S. K., ve Rath, N. (2011). Practice of corporate social responsibility in NALCO and the perceptions of employees and the public: A case study. *South Asian Journal of Management*, 18(4), 44-61.
- Tsaur, S. H., Hsu, F. S., ve Lin, H. (2019). Workplace fun and work engagement in tourism and hospitality: The role of psychological capital. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 131-140.
- Turizm Bakanlığı (1989). *Otelcilik ve turizm endüstrisinde işgücü araştırması*. Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Turker, D. (2009a). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427.
- Turker, D. (2009b). How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.
- Tuncer, M. (2013). Çalışma yaşam kalitesinin otel işletmesi çalışanları üzerindeki etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 57-78.
- Türkay, O. (2015). Çalışma yaşamı kalitesinin iş memnuniyeti ve bağlılık üzerine etkileri: Seyahat acentaları üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 239-256.
- Türker, N., ve Uçar, M. (2013). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumlulukları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 155-183.
- Tütüncü, Ö., e& Çiçek, O. (2000). İş doyumunun ölçülmesi: İzmir il sınırlarında faaliyet gösteren seyahat acenteleri üzerine bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 124-128.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., ve Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.
- Üner, T., ve Baş, M. (2018). Carroll'ın kurumsal sosyal sorumluluk modeli kullanılarak geliştirilen toplumsal pazarlama ölçeği çalışması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 304-332.
- Ürkmezer, M. (2020). *Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin algılanan değer, müşteri tatmini ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Sarıgerme'deki otel işletmelerine yönelik bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Valentine, S., ve Fleischman, G. (2008). Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 159-172.
- Van den Berg, H., Manias, D., ve Burger, S. (2008). The influence of job-related

- factors on work engagement of staff at the University of the Free State. *Acta Academica*, 40(3), 85–114.
- Vargas-Sevalle, L., Karami, M., ve Spector, S. (2020). Transformational leadership in the hospitality and tourism industry. İçinde Ratten, V. (Ed.) *Entrepreneurial Opportunities*, (ss. 93-97). Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Vlachos, P. A., Panagopoulos, N. G., ve Rapp, A. A. (2013). Feeling good by doing good: Employee CSR-induced attributions, job satisfaction, and the role of charismatic leadership. *Journal of Business Ethics*, 118(3), 577-588.
- Wahlberg, T. A., Ramalho, N., ve Brochado, A. (2007). Quality of working life and engagement in hostels. *Tourism Reviews*, 72(4), 411-428.
- Walton, C. C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Walton, R. E., (1975). Criteria for quality of working life. İçinde Davis, L. E., Chermis, A. B. (Ed.), *The Quality of Working Life*. (ss. 91-104). New York: The Free Press, and Associates.
- Wang, C. H., ve Chen, H. T. (2020). Relationships among workplace incivility, work engagement and job performance. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(4), 415-429.
- Wartick, S. L., & Cochran, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 10(4), 758-769
- Werther Jr, W. B., ve Chandler, D. (2010). Strategic corporate social responsibility: Stakeholders in a global environment. Sage.
- Whetten, D., Rands, G., ve Godfrey, P. (2006). What are the responsibilities of business to society?. İçinde A. Pettigrew, H. Thomas, & R. Whittington (Ed.). *Handbook of strategy and management* (ss. 373-409). SAGE Publications Ltd.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- World Business Council for Sustainable Development (1999). Corporate social responsibility. <https://growthorientedsustainableentrepreneurship.files.wordpress.com/2016/07/csr-wbcsd-csr-primer.pdf> adresinden 12.12.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Wong, S. C. K., ve Ko, A. (2009). Exploratory study of understanding hotel employees' perception on worklife balance issues. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 195-203.
- World Tourism Organization (UNWTO), (2018). Panorama OMT del turismo internacional UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419890> adresinden 17.02.2022 tarihinde edinilmiştir.

- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), (2000). Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense, Geneva: WBCSD.
- Witt, L. A., Kacmar, K. M., ve Andrews, M. C. (2001). The interactive effects of procedural justice and exchange ideology on supervisor-rated commitment. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 22(5), 505-515.
- Wrzesniewski, A., Rozin, P., ve Bennett, G. (2003). Working, playing, and eating: Making the most of most moments. İçinde C. L. M. Keyes & J. Haidt (Ed.), *Flourishing: Positive psychology and the life well-lived* (ss. 18-204). American Psychological Association.
- Ya, R. (2019). *Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinde kişi-örgüt uyumunun aracı rolü: Türkiye ve Kamboçya karşılaştırması*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yavari, U., Amir Tash, A., ve Tondnevis, F., (2009). Compare the quality of working life and its subscales in the faculty of physical education colleges and public universities. *Journal of Movement and Exercise Science*, 7(1), 99-109.
- Yeh, C. M. (2013). Tourism involvement, work engagement and job satisfaction among frontline hotel employees. *Annals of Tourism Research*, 42, 214-239.
- Yönet, E. (2005). Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışında son dönemeç: stratejik sorumluluk. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(13), 239-264.
- Yılmaz, A. (2021). *Algılanan örgütsel destek ortamında iş stresi ve iş yaşam kalitesinin iş performansı üzerine etkisinin araştırılması: İstanbul'da bulunan beş yıldızlı otellerde çalışan aşçılar üzerine bir araştırma*. (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi.
- Yirik, Ş., ve Babür, S. (2014). A study aiming to determine the effect of quality of work Life perception of workers of tourism sector on their intention of staying at their job. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 54-61.
- Yin, N. (2018). The influencing outcomes of job engagement: an interpretation from the social exchange theory. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(5), 873-889.
- Zientara, P., Kujawski, L., ve Bohdanowicz-Godfrey, P. (2015). Corporate social responsibility and employee attitudes: evidence from a study of Polish hotel employees. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), 859-880.

EKLER

Ek-1. Anket Formu

Değerli Katılımcı,	
Bu araştırmanın amacı konaklama işletmesi işgörenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkisini incelemektir. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve yardımdan dolayı şükranlarımı sunarım. Sefa ÖKSÜZ Doç. Dr. Eren ERKİLİÇ	
1. Cinsiyetiniz: () Erkek () Kadın	
2. Yaşınız: () 20 ve altı () 21-30 () 31-40 () 41-50 () 51 ve üzeri	
3. Medeni Durumunuz: () Evli () Bekar	
4. Aylık Gelir Düzeyiniz: () 4252 TL ve altı. () 4253-5252 TL () 5253-6252 TL () 6253-7252 TL () 7253 TL ve üzeri	
5. Eğitim Durumunuz: () İlköğretim ve altı () Ortaöğretim () Yükseköğretim	
6. Hangi Düzeyde Turizm Eğitimi Aldınız? () Almadım () Turizm ve Otel. Mes. Lisesi () Turizm Ön lisans () Turizm Lisans () Turizm Lisansüstü () Diğer.....(Lütfen belirtiniz).	
7. İşletmedeki Göreviniz: () Üst Kademe Yönetici () Orta Kademe Yönetici () Alt Kademe Yönetici () Personel	
8. Bu işletmede kaç yıldır çalışıyorsunuz? (Lütfen belirtiniz)	

Sayın Katılımcı, lütfen aşağıda belirtilen ifadelere katılma derecenizi, aşağıda verilen puanlamaya göre sizin için uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. 1= Hiç Memnun Değilim 2= Memnun Değilim 3= Kararsızım 4= Memnunum 5= Çok Memnunum		Hiç Memnun Değilim	Memnun Değilim	Kararsızım	Memnunum	Çok Memnunum
A1	Aldığınız maaştan ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A2	Maaşınızı meslektaşlarınızın maaşlarıyla karşılaştırırsanız, maaşınızdan ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A3	Örgütünüzden aldığınız ücretlerden ve sonuçlarından ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A4	Örgütünüzün size sunduğu ekstra avantajlardan ne kadar memnunsunuz? (beslenme, ulaşım, doktor, dişçi vb.)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A5	Haftalık çalışma saatlerinden memnun musunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A6	İş yükünüz (iş miktarı) ile ilgili neler hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A7	Yaptığınız işte teknoloji kullanımıyla ilgili neler hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A8	İş yerinizde sağlıklı çalışma koşullarından (temizlik, aydınlatma, gürültü vb.) ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A9	Örgütünüz sağladığı güvenlik ekipmanlarından, bireysel ve toplu korumadan ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A10	Yaptığınız işin size verdiği yorgunlukla ilgili neler hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A11	İş yerinde sahip olduğunuz özerklikten (karar verme fırsatından) memnun musunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A12	Yaptığınız görevin/işin/aktivitenin öneminden memnun musunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A13	İş yerinde çok yönlülük (birden çok görevi ve işi yerini getirme imkânı) konusunda nasıl hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A14	Performans değerlendirmenizden ve/veya aldığınız geri bildirimlerden ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A15	Verilen sorumluluk (size verilen iş sorumluluğu) ile ilgili ne hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A16	Profesyonel gelişme fırsatınızdan ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A17	Aldığınız eğitimlerden ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A18	Örgütünüzde işten çıkarmaların meydana geldiği durumlar ve sıklık hakkında nasıl hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A19	Şirketin size verdiği eğitim teşvikleri konusunda ne hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A20	İş yerinizde dini inanç, cinsel yönelim, ırk vb. çeşitliliğe saygı gösterilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A21	İş arkadaşlarınızın ve liderinizle olan ilişkiniz konusunda ne hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A22	İşgörenlerin ve meslektaşlarınız işe bağlılıkları konusunda ne hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A23	İş yerindeki fikir ve girişimlerin takdir edilmesinden ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A24	İşgören haklarına saygı konusunda örgütünüzden ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A25	İşinizde ifade özgürlüğünden (fikirlerinizi belirtme fırsatından) ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A26	İşinizin norm ve kurallarından ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A27	İşyerinde bireyselliğinize (bireysel ve belirli özellikler) saygı duyma konusunda nasıl hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A28	İşin aile hayatınızın/rutininiz üzerindeki etkisinden ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A29	İş hayatının boş zamanlarınızın üzerindeki etkisinden ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A30	Çalışma ve dinlenme programlarınızdan ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A31	İşinizi yapmaktan gurur duymanız konusunda ne hissediyorsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A32	Örgütünüzün toplum üzerindeki imajından ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A33	Örgütünüzün sahip olduğu topluluk entegrasyonundan (topluma katkı) ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
A34	Sağlanan hizmetlerden ve örgütün ürün kalitesinden ne kadar memnunsunuz?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Ek-1 (Devam). Anket formu

A35	Örgütün insan kaynakları politikasından (şirketin çalışanlara davranış şekli) ne kadar memnunsunuz?	①	②	③	④	⑤
-----	---	---	---	---	---	---

Sayın Katılımcı, lütfen aşağıda belirtilen ifadelerle katılma derecenizi, aşağıda verilen puanlamaya göre sizin için uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. 1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Kararsızım 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
B1	Bu otel, bağış, sponsorluk veya mal ve hizmet sağlayarak hayır kurumlarını desteklemektedir.	①	②	③	④	⑤
B2	Bu otel, karar alma süreçlerinde toplumun çıkarlarını dikkate alır.	①	②	③	④	⑤
B3	Bu otel, topluma karşı sosyal sorumluluklarına büyük önem vermektedir.	①	②	③	④	⑤
B4	Bu otel, toplumun refahını teşvik eden kampanyalara ve projelere katkıda bulunur.	①	②	③	④	⑤
B5	Bu otel, toplum yararına çalışan sivil toplum kuruluşlarını desteklemektedir.	①	②	③	④	⑤
B6	Bu otel, çevresel kaygıları karar süreçlerine dahil etmektedir.	①	②	③	④	⑤
B7	Bu otel, doğal çevreyi korumaya ve geliştirmeye yönelik faaliyetlere katılmaktadır.	①	②	③	④	⑤
B8	Bu otel, çevresel etkileri en aza indiren ürün ve hizmetleri satın almaktadır.	①	②	③	④	⑤
B9	Bu otel, çevreye olan olumsuz etkisini azaltmak için özel programlar uygulamaktadır.	①	②	③	④	⑤
B10	Bu otel, işgörenlere adil ve saygılı davranır.	①	②	③	④	⑤
B11	Bu otel, tüm işgörenlere güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı sağlar.	①	②	③	④	⑤
B12	Bu otel, işgörenlere becerilerini ve kariyerlerini geliştirmeye teşvik eder.	①	②	③	④	⑤
B13	Bu otel, işgörenleri için iyi bir iş ve yaşam dengesi sağlar.	①	②	③	④	⑤
B14	Bu otel, müşteri memnuniyetine büyük önem vermektedir.	①	②	③	④	⑤
B15	Bu otel, müşterilere kaliteli mal ve hizmet sunmak bu otelin ana ilkelerinden biridir.	①	②	③	④	⑤
B16	Bu otel, müşterilerine ürünleri hakkında doğru bilgiler sağlar.	①	②	③	④	⑤
B17	Bu otel, müşteri şikayetlerine yanıt verir.	①	②	③	④	⑤
B18	Bu otel, yasal gerekliliklerinin ötesinde müşteri haklarına saygı gösterir.	①	②	③	④	⑤
Sayın Katılımcı, lütfen aşağıda belirtilen ifadelerle katılma derecenizi, aşağıda verilen puanlamaya göre sizin için uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. 1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Kararsızım 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
C1	İşimde yoğun bir şekilde çalışıyorum.	①	②	③	④	⑤
C2	Tüm gücümü işime veririm.	①	②	③	④	⑤
C3	İşime çok fazla enerji ayırıyorum.	①	②	③	④	⑤
C4	İşimde iyi performans göstermek için elimden gelenin en iyisini yaparım.	①	②	③	④	⑤
C5	İşimi tamamlamak için elimden geldiğince çabalıyorum.	①	②	③	④	⑤
C6	İşime çok fazla enerji harcıyorum.	①	②	③	④	⑤
C7	İşimde hevesliyim.	①	②	③	④	⑤
C8	İşimde kendimi enerjik hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
C9	İşimle ilgileniyorum.	①	②	③	④	⑤
C10	İşimle gurur duyuyorum.	①	②	③	④	⑤
C11	İşim hakkında olumlu hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
C12	İşim için heyecanlıyım.	①	②	③	④	⑤
C13	İş yerinde, aklım işime odaklı.	①	②	③	④	⑤
C14	İş yerinde, işime çok dikkat ediyorum.	①	②	③	④	⑤
C15	İş yerinde, işim tarafından emilirim.	①	②	③	④	⑤
C16	İş yerinde, işime konsantre oluyorum.	①	②	③	④	⑤

ETİK KURUL KARARI



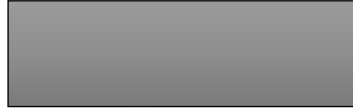
T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU

DEĞERLENDİRME RAPORU

Toplantı Tarihi : 14/09/2021
Toplantı K. Sayısı : 2021/205

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi " Sefa ÖKSÜZ "İş Yaşam Kalitesi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşe Bağlılık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Zincir Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma" isimli projesi kapsamında yürütülecek çalışmalar için izin talebi kurulumuzca değerlendirilmiş olup;

- ☒ Etik açıdan uygun bulunmuştur.
- ☐ Etik açıdan uygun bulunmamıştır.
- ☐ Etik açıdan önerilen değişikliklerin yapılmasıyla uygun bulunmuştur.



Başkan



Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fener Mah. Zihni Derin Yerleşkesi 53100 RİZE
Tel: 0464 223 81 00 Faks: 0464 223 63 28
www.erdogan.edu.tr