



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Sanal Aylaklığın İş Performansı, İş Tatmini ve İşten Ayrılmalara Etkisinin Araştırılması: Azerbaycan Örneği

Yüksek Lisans Tezi

Ergün TAKOĞLU

Yönetim ve Organizasyon Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Programı

Ankara, 2025

**SANAL AYLAKLIĞIN İŞ PERFORMANSI, İŞ TATMİNİ VE İŞTEN AYRILMALARA
ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI: AZERBAYCAN ÖRNEĞİ**

Ergün TAKOĞLU

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Nurettin PARILTI

Tez Jürisi

Prof. Dr. Nurettin PARILTI

Prof. Dr. Belgin AYDINTAN

Dr. Ö. Ü. İsmail Çağrı DOĞAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YÖNETİM VE ORGANİZASYON ANABİLİM DALI

YÖNETİM VE ORGANİZASYON BİLİM DALI

Ankara - 2025

ETİK BEYAN

Bu tezi/projeyi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez ve Proje Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırladığımı; tezin/projenin tamamında akademik kurallara ve etik ilkelere uyduğumu ifade ederim. Yararlandığım eserlerin tamamını metin içinde referanslandığımı ve kaynakçada kılavuzda tanımlanan şekilde yer verdiğimi, haricindeki ifadelerin bana ait olduğunu, herhangi bir kaynaktan kopyalama yapmadığımı ya da yapay zeka aracılığı ile üretilmiş ifadelere metinde yer vermediğimi beyan ederim. Herhangi bir zamanda bu beyanıma uygun olmayan bir durumun tespit edilmesi halinde, aleyhime doğacak bütün hak kayıpları dahil tüm hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Ergün TAKOĞLU

29.07.2025

ONAY

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı öğrencisi Ergün TAKOĞLU tarafından hazırlanan “Sanal Aylaklığın İş Performansı, İş Tatmini Ve İşten Ayrılmalara Etkisinin Araştırılması Azerbaycan Örneği ” başlıklı tez çalışması 29/07/2025 tarih ve 11:00 saatinde yapılan tez savunma sınavında aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak KABUL edilmiştir.

	Kabul	Ret
Başkan-Prof. Dr. Belgin AYDINTAN Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	☒	☐
Üye - Dr. Ö. Ü. İsmail Çağrı DOĞAN Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	☒	☐
Üye - Prof. Dr. Nurettin PARILTI Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	☒	☐

**Sanal Aylaklığın İş Performansı, İş Tatmini ve İşten Ayrılmalara Etkisinin Araştırılması:
Azerbaycan Örneği**

Ergün TAKOĞLU

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Nurettin PARILTI
T.C. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı
2025, Ankara

ÖZET

Bu çalışma, sanal aylaklık (internet üzerinden yapılan iş dışı faaliyetler) ile akademik ve idari personelin iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve iş performansı arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır. Dijitalleşmenin iş yerlerinde artmasıyla birlikte, sanal aylaklık davranışları yaygınlaşmış ve bu durum, çalışanların verimliliği ve genel iş performansı üzerinde potansiyel olumsuz etkiler yaratmaktadır. Araştırma, Azerbaycan'daki üniversitelerde çalışan akademik ve idari personel üzerinde yapılmış ve nicel araştırma yöntemi kullanılarak anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Toplanan veriler, faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi gibi istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, sanal aylaklık ile iş tatmini ve iş performansı arasında negatif bir ilişki olduğunu, ancak işten ayrılma niyeti ile pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Özellikle, sanal aylaklığın çalışanların verimliliğini ve etkililiğini olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulgular, yöneticilere, iş yerinde sanal aylaklık davranışlarını yönetmenin ve azaltmanın yollarını araştırmaları için önemli ipuçları sunmaktadır. Ayrıca, çalışanların iş tatminini artırmak ve işten ayrılma niyetlerini azaltmak için önerilerde bulunulmuştur. Araştırmanın bulguları, gelecekte yapılacak çalışmalar için de bir temel oluşturabilir.

Anahtar Kelimeler: Sanal Aylaklık, İşten Ayrılma, İş Tatmini, İş Performansı, İnternet

Investigating the Effect of Virtual Loafing on Job Performance, Job Satisfaction, and Turnover: The Example of Azerbaijan

Ergün TAKOĞLU

Master's Thesis

Supervisor: Prof. Dr. Nurettin PARILTI
Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs
Department of Management and Organization
Ankara, 2025

ABSTRACT

This study aims to examine the relationships between cyberloafing (non-work activities conducted online) and the job satisfaction, turnover intentions, and job performance of academic and administrative staff. With the increasing digitalization of workplaces, cyberloafing behaviors have become widespread, potentially negatively impacting employee productivity and overall job performance. The study was conducted on academic and administrative staff working at universities in Azerbaijan, using a quantitative survey method. Data was collected through a survey. The collected data was analyzed using statistical methods such as factor analysis, correlation analysis, and regression analysis. The results of the study indicate a negative relationship between cyberloafing and job satisfaction and job performance, but a positive relationship with turnover intentions. Specifically, it was determined that cyberloafing negatively impacts employee productivity and effectiveness. These findings provide important clues for managers to explore ways to manage and reduce cyberloafing behaviors in the workplace. Furthermore, recommendations are made to increase employee job satisfaction and reduce turnover intentions. The findings of the study can also serve as a basis for future studies.

Keywords: Cyberloafing, Turnover, Job Satisfaction, Job Performance, Internet

TEŐEKKÖR

Yüksek Lisans eğitiminin sürecinde bana destek olan ve vefatıyla beni derin yasa boğan Tez Danışmanım Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN başta olmak üzere süreçte emeği geçen değerli dostum Mehmet ÇİNÇİK, Prof. Dr. Mehmet YÜCE, Prof. Dr. Nurlana MUSTAFAYEVA ve sonrasında bilgi ve deneyimlerini zaman mevhumu olmadan benimle paylaşan ve yaşanan üzücü vefatın sonrasında hiç düşünmeden yoluma ışık olan Tez Danışmanım Prof. Dr. Nurettin PARILTI' ya tüm içtenliğimle teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
Özet	iv
Abstract	v
Teşekkür	vi
İçindekiler.....	vii
Tabloların Listesi.....	ix
Şekillerin Listesi.....	xiii
Kısaltmalar Dizini	xiv
1. GİRİŞ	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
2.1. Sanal Aylaklık Kavramı.....	3
2.1.1. Sanal Aylaklık Tanımı	4
2.1.2. Sanal Aylaklık Türleri.....	7
2.1.3. Çalışan Sağlığı ve Sanal Aylaklık Arasındaki İlişki.....	8
2.1.4. Türkiye ve Azerbaycan da İnternet Kullanım Oranları	10
2.2. İş Tatmini.....	18
2.2.1. İş Tatmini Kavramı	19
2.2.2. İş Tatmini İçerik Kuramları	19
2.2.3. İş Tatmini Süreç Kuramları	24
2.2.4. İş Tatmini Üzerinde Etkiler	25
2.2.5. Çalışanlar Açısından İş Tatminin Önemi.....	26
2.2.6. İşletmeler Açısından İş Tatmininin Önemi.....	27
2.2.7. Sanal Aylaklık ve İş Tatmini Arasında ki İlişki.....	28
2.3. İşten Ayrılma Niyeti	29
2.3.1. Sanal Aylaklık ve Çalışan Bağlılığı.....	31
2.3.2. İşten Ayrılma Üzerinde Etkiler.....	33
2.3.3. Sanal Aylaklık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki	39
2.4. Sanal Aylaklık ve İş Performansı	40
2.4.1. İş Performansı Üzerinde Etkileri	40
2.4.2. İş Performansı Kavramı ve Sınıflandırması.....	40
2.4.3. Sanal Aylaklık ve Çalışan Performansı İlişkisi	47
3. SANAL AYLAKLIĞIN İŞ PERFORMANSI, İŞ TATMİNİ VE İŞTEN AYRILMA NİYETİNE ETKİSİ: AZERBAYCAN ÜNİVERSİTELERİNDE BİR UYGULAMA	49
3.1. Araştırmanın Amacı.....	49

	Sayfa
3.2. Araştırmanın Önemi	49
3.3. Evren ve Örneklem.....	50
3.4. Araştırma Değişkenleri.....	51
3.5. Araştırma Modeli ve Hipotezleri.....	51
3.6. Araştırma Hipotezleri	51
3.7. Analiz ve Bulgular.....	52
3.7.1. Araştırma Değişkenleri İçin Güvenirlik ve Geçerlilik Analizi Bulguları.....	52
3.7.2. Demografik Değişkenler İçin Frekans Dağılımı Bulguları.....	53
3.7.3. Ölçek İstatistikleri.....	56
3.7.4. Ölçeklerin Demografik Değişkenler Bakımından Analizi.....	59
3.7.5. Model Analizi	72
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	77
Extended Abstract	81
Kaynakça.....	85
Ekler	91
Ek-1. Kişisel Bilgi Formu	92
Ek-2. Algılanan Siber Aylaklık Ölçeği	93
Ek-3. İşten Ayrılma, İş Performansı, İş Tatmini Ölçekleri	94
Özgeçmiş	95

TABLoların LİSTESİ

Sayfa

Tablo 2.1. Cinsiyete Göre Bireylerin Son 3 Ay İçinde Sosyal Medya ve Mesajlaşma Uygulamalarını Kullanma Oranı, 2023, 2024.....	13
Tablo 2.2. Cinsiyete Göre Bireylerin İnternet Kullanım Oranı, 2023, 2024.....	13
Tablo 2.3. Azerbaycan’da İnternet Kullanım Oranları	14
Tablo 3.1. Azerbaycan’da Çalışan Toplam Profesör ve Öğretim Görevlisi Sayısı, 2019-2024.....	50
Tablo 3.2. Azerbaycan’da Bulunan Toplam Üniversite Sayıları, 2019-2024.....	50
Tablo 3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler İçin Cronbach's Alpha Katsayısı Bulguları	52
Tablo 3.4. Ölçüm Modelinin (DFA) Geçerliliği İçin Uyum İstatistiği Değerleri	52
Tablo 3.5. Ankete Katılan Bireylerin Yaş Gruplarına Göre Frekans Dağılımı.....	53
Tablo 3.6. Ankete Katılan Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Frekans Dağılımı.....	53
Tablo 3.7. Ankete Katılan Bireylerin Medeni Durumlarına Göre Frekans Dağılımı	53
Tablo 3.8. Ankete Katılan Bireylerin Eğitim Düzeylerine Göre Frekans Dağılımı.....	53
Tablo 3.9. Ankete Katılan Bireylerin Görevlerine Göre Frekans Dağılımı	54
Tablo 3.10. Ankete Katılan Bireylerin “Genellikle Hangi Sosyal Medya Platformunu Kullanıyorsunuz?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı	54
Tablo 3.11. Ankete Katılan Bireylerin “İnterneti Genellikle Hangi Amaçlar İçin Kullanıyorsunuz?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı	54
Tablo 3.12. Ankete Katılan Bireylerin “Mesai Saatleri İçerisinde Günde Kaç Saat İnternet Kullanıyorsunuz?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı	55
Tablo 3.13. Ankete Katılan Bireylerin “İnternete Erişim Yönteminiz Nedir?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı	55
Tablo 3.14. Ankete Katılan Bireylerin İnternet Kullanım Becerilerine Göre Frekans Dağılımı.....	55
Tablo 3.15. Ankete Katılan Bireylerin İnternet Kaç Yıldan Beridir İnternet Kullandıklarına Göre Frekans Dağılımı	56
Tablo 3.16. Ankete Katılan Bireylerin “İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanmak Kabul Edilebilir Bir Durum Mudur?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı	56
Tablo 3.17. İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri	56
Tablo 3.18. İş Performansı Ölçeği Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri	57
Tablo 3.19. İş Tatmini Ölçeği Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri	57
Tablo 3.20. Sanal Aylaklık Ölçeği, “Bireysel İşler” Alt Boyutu Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri.....	57

Tablo 3.21. Sanal Aylaklık Ölçeği, “Haber Takibi” Alt Boyutu Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri	58
Tablo 3.22. Sanal Aylaklık Ölçeği, “Sosyalleşme” Alt Boyutu Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri	58
Tablo 3.23. Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutları İçin Açıklayıcı İstatistikler	58
Tablo 3.24. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	59
Tablo 3.25. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi	59
Tablo 3.26. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi	59
Tablo 3.27. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi	59
Tablo 3.28. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi	60
Tablo 3.29. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	60
Tablo 3.30. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	60
Tablo 3.31. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi	61
Tablo 3.32. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	61
Tablo 3.33. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	61
Tablo 3.34. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi	62
Tablo 3.35. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi	62
Tablo 3.36. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	62
Tablo 3.37. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi	63
Tablo 3.38. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	63
Tablo 3.39. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	63
Tablo 3.40. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi	64

Tablo 3.41. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	64
Tablo 3.42. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	64
Tablo 3.43. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi	64
Tablo 3.44. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	65
Tablo 3.45. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	65
Tablo 3.46. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	65
Tablo 3.47. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	66
Tablo 3.48. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	66
Tablo 3.49. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi	66
Tablo 3.50. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	67
Tablo 3.51. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	67
Tablo 3.52. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	67
Tablo 3.53. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi	68
Tablo 3.54. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi	68
Tablo 3.55. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi	69
Tablo 3.56. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	69
Tablo 3.57. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	70
Tablo 3.58. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği Ve Alt Boyutlarının İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi.....	71
Tablo 3.59. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi	71

Tablo 3.60. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Kendi Aralarındaki İlişkiler İçin Poearson Korelasyon Katsayısı Bulguları	72
Tablo 3.61. Sanal Aylaklığın İş Performansı Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları	73
Tablo 3.62. Sanal Aylaklık Boyutlarının İş Performansı Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları	73
Tablo 3.63. Sanal Aylaklığın İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları	74
Tablo 3.64. Sanal Aylaklık Boyutlarının İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları	74
Tablo 3.65. Sanal Aylaklığın İş Tatmini Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları	75
Tablo 3.66. Sanal Aylaklık Boyutlarının İş Tatmini Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları	75
Tablo 3.67. Hipotezler İle İlgili İstatistiksel Kararlar	76

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1 Robinson ve Bennett Tipolojisi.....	7
Şekil 2.2. Cinsiyet ve Yaş Grubuna Göre E-Devlet Hizmetlerini Kullanan Bireylerin Oranı, 2024.....	11
Şekil 2.3. İnternette En Son Satın Alma veya Sipariş Verme Zamanına Göre Satın Alma ya da Sipariş Verme Oranı, 2014-2024.....	12
Şekil 2.4. Abraham H. Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı	20
Şekil 2.5. Frederick Herzberg'in Çift Faktör Kuramı	21
Şekil 2.6. David Mc. Celland'ın Başarma İhtiyacı Kuramı	22
Şekil 2.7. Clayton Alderfer Erg Kuramı	23
Şekil 2.8. Beklenti Teorisi	24
Şekil 2.9. Eşitlik Teorisi.....	24
Şekil 2.10. İş Tatminine, Tatminsizliğine Neden Olan Etkenler ve Sonuçları	27
Şekil 2.11. Meyer ve Allen Örgütsel Bağlılığın Analitik Bakış Açısı	33
Şekil 2.12. Tett ve Burnett İş Performansı Kişilik Özelliği Temelli Modeli	46
Şekil 3.1. Araştırma Modeli	51

KISALTMALAR DİZİNİ

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AVM	Alışveriş Merkezi
E DEVLET	Elektronik Devlet
E- POSTA	Elektronik Posta
E TİCARET	Elektronik Ticaret
TV	Televizyon
WIFI	Wireless Fidelity (Kablosuz Bağlantı Alanı)
WWW	World Wide Web (Dünya Çapında Ağ)

1. GİRİŞ

Gelişen teknoloji ve dijitalleşme ile birlikte iş ortamlarında internet kullanımı yaygınlaşmış ve bu durum çalışan davranışlarında çeşitli değişikliklere yol açmıştır. Özellikle akademik kurumlar ve üniversiteler gibi bilgi yoğun ortamlarda çalışanların iş saatleri içerisinde interneti nasıl kullandıkları, iş performansları ve iş tatminleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir. Bu kapsamda, "sanal aylaklık" (cyberloafing) kavramı, çalışanların iş ile ilgisi olmayan internet aktivitelerine zaman ayırması olarak tanımlanmakta ve şirketler ile akademik kurumlar tarafından dikkatle incelenen bir olgu haline gelmektedir.

Sanal aylaklık, bazı durumlarda çalışanların motivasyonunu artırabilir ve zihinsel dinlenme sağlayabilirken, aşırı ve kontrolsüz bir şekilde gerçekleştiğinde iş verimliliğini düşürebilir ve çalışan bağlılığını olumsuz etkileyebilir. Azerbaycan'da ki üniversitelerde akademik ve idari personelin sanal aylaklık davranışlarının çalışma performansı, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini araştırmak, kurumların daha etkin insan kaynakları stratejileri geliştirmesine katkı sağlayabilir.

Bu çalışma, Azerbaycan'daki üniversitelerde çalışan akademik ve idari personelin sanal aylaklık düzeyini belirleyerek, bu davranışın iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın bulguları, üniversite yönetimlerinin sanal aylaklık konusundaki politikalarını şekillendirmelerine ve çalışan verimliliğini artıracak stratejiler geliştirmelerine rehberlik edebilir. Bununla birlikte, iş ortamında dijital teknolojilerin etkin kullanımına dair yeni öneriler sunulması da beklenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sanal aylaklık, son yıllarda akademik çalışmalarda geniş bir şekilde ele alınan bir konu olmuştur. İlk olarak Lim ve Teo (2005) tarafından tanımlanan sanal aylaklık, çalışanların iş saatleri içerisinde interneti kişisel amaçlarla kullanmaları olarak açıklanmıştır. Bu kavram, bireylerin interneti iş dışı amaçlarla kullanma sıklığına, türüne ve etkilerine göre farklı şekillerde değerlendirilmiştir.

Yapılan araştırmalar, sanal aylaklığın iş performansı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabileceğini göstermektedir(Kuznek 2019, Blanchard ve Henle 2008). Örneğin, Blanchard ve Henle (2008), sanal aylaklığın çalışanlar üzerinde kısa süreli motivasyon artırıcı etkiler sağlayabileceğini belirtirken, aynı zamanda iş verimliliğini düşürebileceğine de dikkat çekmiştir. Ayrıca, iş tatmini ile sanal aylaklık arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar, çalışanların denetim altında hissetmediği iş ortamlarında sanal aylaklık eğiliminin arttığını göstermektedir(Gülner 2007, Gezer ve Barutçu 2020).

Öte yandan, sanal aylaklığın işten ayrılma eğilimi üzerindeki etkileri de araştırmaların odağında olmuştur. İş yerinde yüksek stres ve düşük iş tatmini yaşayan çalışanların, sanal aylaklığı bir kaçış yöntemi olarak kullandıkları ve zamanla işten ayrılma niyetlerinin arttığı ifade edilmektedir (Koay, 2018). Bununla birlikte, sanal aylaklık ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalar, sanal aylaklığın aşırı seviyelere ulaştığında çalışanların kuruma olan bağlılıklarını zayıflattığını ortaya koymuştur (Zoghbi-Manrique-de-Lara, 2012).

Bu bağlamda, literatürde sanal aylaklığın iş performansı, iş tatmini ve işten ayrılma arasındaki ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların bulguları, araştırmanın temel dayanağını oluşturmaktadır. Azerbaycan üniversitelerinde yapılan benzer çalışmaların sınırlı olması nedeniyle, bu çalışmanın mevcut literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.1. Sanal Aylaklık Kavramı

Sanal aylaklık, çalışanların işyerlerinde kişisel internet kullanımı, kişisel e postaları kontrol etme ve haberlere göz atmak tutun da müstehcen içerikli sitelere girmek ve yasal olmayan yollardan program indirmeye kadar çok geniş alanda kendisine yer bulmuş önemli bir konudur.

Günümüz de bu konu üzerinde çeşitli araştırma ve makaleler yayımlanmış ve kaçınılmaz bir gerçek olan internet ve teknoloji kullanımının faydalı şekilde kullanımını sağlayacak gerekli önlemlerin alınması sağlanmalıdır(Özdem ve Demir 2015, Ünal ve Tekdemir 2015).

Sanal aylaklık davranışları önceden sadece işyerlerinde çalışanlara işlerini yürütmeleri açısından bilgisayar ve internet bağlantılarını iş dışı amaçlar olarak kullanmaları açısından tanımlasa da günümüzde bu konu bu kadar basit değildir.

İnsanlar akıllı telefon ve wifi hizmeti sağlayan birçok sosyal ortamda (cafe, kütüphane, avm, restoran vb.) internete ulaşım sağlamakta ve her yaştan insan internet kullanımına adapte olarak hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmektedir(Çavuşoğlu, 2017:3).

Sanal aylaklık etkinliği, önceki yıllarda örgütlerde iş dışı görevler olarak tanımlansa da günümüzde bu alan çok geniş açıdan ele alınacak bir konu haline gelmiştir. Personellerin davranışları gereksiz e posta kontrolleri ve şahsi amaçlı sosyal medya kullanımı, eğlence videoları izleme ve iş tanımı dışında bulunan web sitelerinde gezinme ve işyerinde oyun oynama gibi davranışlara neden olacak bir sürece doğru hızla gidilmektedir. Bu da çalışma saatlerini etkin kullanamama ve sonucunda örgüt anlayışına aykırı durumlara sebebiyet vermektedir (Aktaran Gezer ve Barutçu, 2020:2).

Bu sebebiyet sonucunda iş yerlerinde performans düşüklüğü ve iş tatmini konusunda ciddi sıkıntılar yaşanmaktadır. Çalışan eğer ciddi dikkat gerektirecek bir iş yapıyorsa delici ve kesici aletlerle çalışılması ya da borsa brokerları vb. maddi zarar, ölüm veya yaralanma ile sonuçlanacak bir kazaya sebebiyet vererek hem örgütü hem de şahsi olarak kendisini riske atmaktadır.

Özet olarak sanal aylaklık, iş yerlerinde bilgisayar, tablet, telefon, internet vb. kitle iletişim veya üretim araçlarıyla zamanı boşa ve verimsiz olarak harcayan kabul edilemez davranışlar arasında görülmektedir (Gezer ve Barutçu, 2020:2).

Bu davranış türleri işverenler ve çalışanlar arasında ciddi sıkıntılara neden olmakta ve şirketi karlılık ve etkililik açısından zarara uğratarak iş gücü kaybına neden olmaktadır. Unutulmamalıdır ki iş gücü kaybı şirketler için faydalı olacağına inanılan sistem kaybı dışında ek bir maliyet olarak görülmektedir.

2.1.1. Sanal Aylaklık Tanımı

Lim(2002), çalışanların bağlı bulunduğu kurumun internet erişim imkanından yararlanması ve iş saatleri içerisinde işle alakalı olmayan internet sitelerine girmesi veya şahsi amaçlarla e-posta alışverişi yapması gibi hususlar sanal aylaklık faaliyetleri arasında görülmektedir(Özdem, Demir 2015:2).

Bu hususlar bazı zamanlar da çalışanlar için motivasyon olarak görülürken işverenler bu konu hakkında çeşitli düşüncelere sahiptir. Bazı işverenler personelin performans değerlerini verimlilik açısından değerlendirdiğin de yapılan işin durumuna göre çalışanlara kısmi olarak müdahale etmektedir. Bu durum çalışmada örgütsel bağlılık yaratabilir ve yüksek verimlilik sağlayabilir ancak bu durum genel olarak çok yönlü bir boyuta sahiptir.

Sanal aylaklık Lim (2002: 691) tarafından;

- 1) Web sitelerinde gezinti yapma eylemleri
- 2) E posta eylemleri olarak sınıflandırılmıştır.

Bir başka ifade ile işyerlerinde iş dışı amaçlarla sitelerde dolaşma faaliyetleri (sporla ilgili haber sitelerine girme, iş dışı doküman indirme vb.) yanı sıra e-mail alma, gönderme ve e posta kutusu kontrolü yapmayı kapsamaktadır.

(Blanchard ve Henle 2008:1069-1070) ise sanal aylaklığı;

- a) Önemsiz Sanal Aylaklık: İnternette gezinme, haber veya spor sitelerinin ziyaret edilmesi, işle ilgili olmayan e-postaların alınması ve gönderilmesi ile çevrimiçi alışveriş yapılması vb. olarak tanımlanmaktadır.
- b) Önemli Sanal Aylaklık: bahis ve kumar sitelerini takip etme ve oynama, çocuklar ve gençler için yetişkin sitelerini ziyaret etme, izinsiz müzik ya da program indirme) olarak tanımlanmaktadır.

Çalışanlar için, önemsiz sanal aylaklık faaliyetleri örgüte zarar veren davranışlar içerisinde yer almamaktadır ve tolerans düzeyi yüksek doğal kabul edilen davranışlar arasında görülmektedir.

Önemli sanal aylaklık faaliyetinde bulunan çalışan ise örgüt için kabul edilemez bir davranış sergilediğinin farkında olarak karşılaşacağı yaptırımları bilir ancak davranış değişikliği göstermede direnç içerisine girebilmektedir.

Mastrangelo vd. (2006: 735) ise sanal aylaklığı,

- a) Verimsiz/ Üretken olmayan bilgisayar kullanımı (Çevrimiçi bankacılık işlemleri)
- b) Zarar verici/Yıkıcı bilgisayar kullanımı:(Çevrimiçi yasadışı uygulamalar) olarak gruplandırmıştır (Akyelli, Çetin, 2020:3).

Li ve Chun sanal aylaklığı,

- a) Sosyal İşlev: İş yerinin bilgisayar ve internetini şahsi işleri ve arkadaşlarla sohbet etme vb. konularda kullanılmasıdır.
- b) Enformasyonel İşlem: İş yerinin bilgisayar ve internetini herhangi bir konuda bilgi toplamak ve tetkik yapmak için kullanılmasıdır.
- c) Eğlence İşlevi: Keyifli zaman geçirmek adına internet ve bilgisayarın kullanılmasıdır.
- d) Sanal Duygusal İşlev: İş yeri bilgisayarını ve internetini karşı cinsle tanışmak, kumar ve bahis gibi konular için kullanılmasıdır.

Mahatanankoon sanal aylaklığı;

- a) Online ticaret: Alışveriş sitelerine girerek internet üzerinden alışveriş yapılmasıdır.
- b) Veri arama: İnternet üzerinde iş dışı amaçlarla bilgiye erişim sağlamak olarak değerlendirilmelidir.
- c) Bireysel Etkileşim: İnternetin iş saatlerinde sohbet platformlarına dahil olarak kullanılmasıdır.

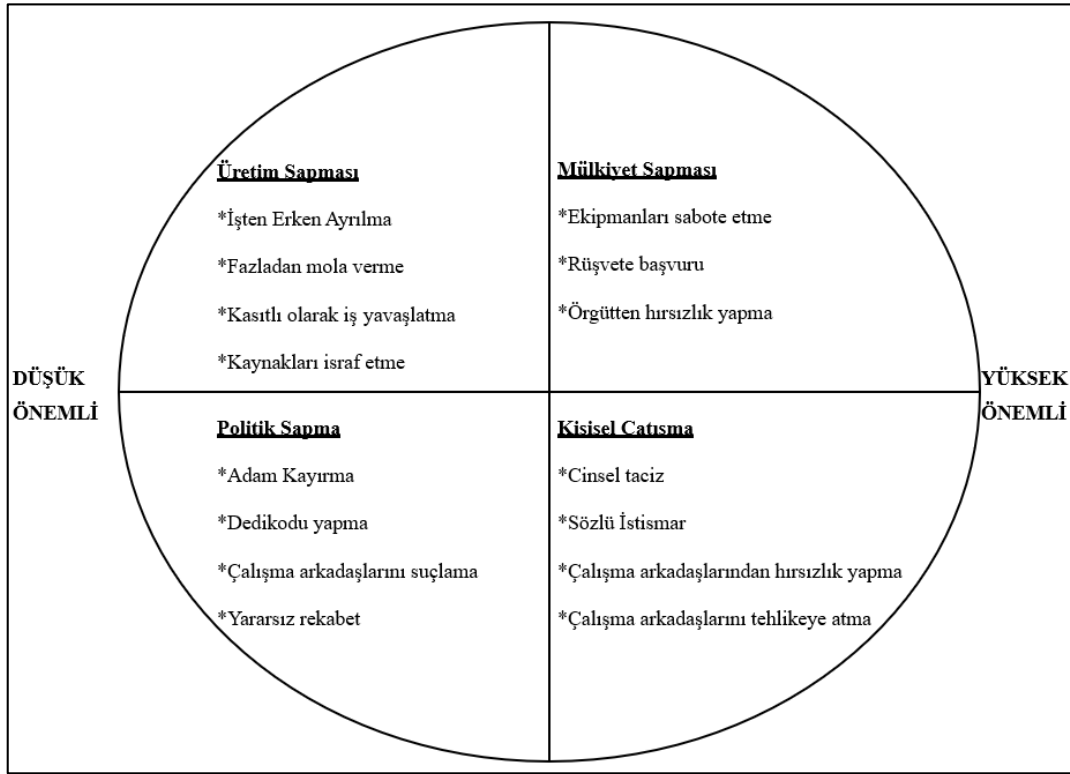
Şeklinde tanımlamışlardır.

Anandarajan sanal aylaklığı, zarar verici, kreatif ve boş zamanı hareketlendirici, öğretici sanal aylaklık olarak ifade edilmiştir (Kaçar, 2019:39).

Ramayah Sanal Aylaklığı, Bireysel haberleşme, bireysel veri toplama, bireysel veri indirme, bireysel online alışveriş gibi unsurlar olarak adlandırmıştır.

Blau Sanal Aylaklığı, Blau Lim'in araştırmasına ek olarak sanal aylaklık faaliyetlerine etkileşimli (interaktif) sanal aylaklık; diğer bireylerle iletişim kurmak adına online sohbet odaları ve online oyunlar gibi konularda katkı sağlamıştır (Kaçar, 2019:40)

2.1.2. Sanal Aylaklık Türleri



Şekil 2.1 Robinson ve Bennett Tipolojisi

Kaynak:(Robinson ve Bennett 1995: 565.)

Robinson ve Bennett'in tipolojisine göre iki ana kategorinin olacağını öngörülmektedir.

Çalışanların katıldığı sanal aylaklık türleri, küçük sanal aylaklık ve ciddi sanal aylaklık olarak ikiye ayrılmaktadır.

Her ne kadar küçük sanal aylaklık davranışına örnek olarak e-posta kontrolü ve şahsi telefon görüşmesini örnek olarak versek de bu durumun verimlilik üzerine olumsuz hiçbir etkisi yoktur düşüncesi yanlış olacaktır. Bunun yerine bazı niteliksel değişiklikler bu konuda ön plana çıkmaktadır (Blanchard and A. Henle, 2008:4).

Siber Aylaklık öğeleri

- ✓ İşle ilgili olmayan e-postaları kontrol ettim
- ✓ İşle ilgili olmayan e-posta gönderildi
- ✓ Genel haber sitelerini ziyaret ettim
- ✓ Hisse senedi veya yatırımla ilgili web sitelerini ziyaret ettiniz
- ✓ Çevrimiçi kişisel bilgileri kontrol ettim
- ✓ Sporla ilgili web sitelerini inceledim

- ✓ İşle ilgili olmayan e-posta alındı
- ✓ Bankacılık veya finansla ilgili web sitelerini ziyaret ettiniz
- ✓ Kişisel eşyalar için internetten alışveriş yaptım
- ✓ Çevrimiçi açık artırma sitelerini ziyaret ettiniz (ör. Ebay)
- ✓ Anlık mesajlaşma gönderildi/alındı
- ✓ Çevrimiçi oyunlara katıldım
- ✓ Sohbet odalarına katıldım
- ✓ Ziyaret edilen haber grupları veya bülten panoları
- ✓ Tatil/seyahat rezervasyonu
- ✓ Ziyaret edilen sanal topluluklar
- ✓ Kişisel bir web sayfasının bakımını yaptım
- ✓ İndirilen müzik
- ✓ İş arama veya istihdamla ilgili siteleri ziyaret etti
- ✓ Kumar web sitelerini ziyaret ettiniz
- ✓ Blogları okuyun

Yetişkinlere yönelik (cinsel içerikli) web sitelerini görüntüledi (Blanchard ve A. Henle, 2008:16).

Bazı siber aylaklık öğeleri görüldüğü üzere ortak etik değerler temelinde toplumun genel kurallarına aykırı durumlar barındırmaktadır. İş yerinde yetişkin içerikli sitelere girmek ve kumar web sitelerini ziyaret etmek gibi durumlar ciddi sanal aylaklık olarak görülmektedir.

Diğer siber aylaklık öğeleri için de işçi sağlığı ve güvenliği, iş yerleri tehlike sınıflarına göre belli derecelerde izin verilebilir. Bu durum işyerlerinin tehlike sınıfları ve örgütsel bağlılığın güçlendirilmesi kapsamında ele alınarak değerlendirilmelidir.

2.1.3. Çalışan Sağlığı ve Sanal Aylaklık Arasındaki İlişki

İşyerleri, işçi sağlığı ve güvenliği açısından az tehlikeli, tehlikeli ve çok tehlikeli işyerleri olarak 3 tehlike sınıfına ayrılmıştır. İşyeri tehlike sınıflarının tespitinde, o işyerinde yapılan asıl iş dikkate alınır (<https://www.genel-is.org.tr>, Erişim Tarihi:16.09.2024).

Belirlenen bu tehlike düzeylerine göre yüksek dikkat gerektiren ve sonucunda ölümle sonuçlanacak iş yerleri bulunmaktadır. Özellikle güvenlik açısından telefon kullanımının yasak olduğu (hava yolu şirketleri, benzin istasyonları, havai fişek ve patlayıcı madde üreten fabrikalar, nükleer santraller vb.) iş yerlerinde bu husus şiddetle aranmalı ve çalışanların telefon kullanımı çok sert kurallara tabi olmalıdır. Ancak zihni yorgunluk yaratan (bankacılık,

lokantalar, oteller, satış üzerine kurulan şirketler vb.) az tehlikeli işyeri sınıfına giren şirketlerde bu husus daha az kontrole dayandırılarak çalışan için sanal aylıklık belli oranda müsaade edilerek ekstra motivasyon kaynağı olabilmektedir.

6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği kanunun getirdiği 30 Haziran 2012 tarih ve 28339 sayılı resmi gazetede yayınlanan, 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, 01 Ocak 2013 tarihi itibari ile yürürlüğe girmiş bulunmaktadır.

MADDE 1 – (1) Bu kanunun amacı; işyerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve mevcut sağlık ve güvenlik şartlarının iyileştirilmesi için işveren ve çalışanların görev, yetki, sorumluluk, hak ve yükümlülüklerini düzenlemektir.

İşverenin genel yükümlülüğü

MADDE 4 – (1) İşveren, çalışanların işle ilgili sağlık ve güvenliğini sağlamakla yükümlü olup bu çerçevede;

- a) Mesleki risklerin önlenmesi, eğitim ve bilgi verilmesi dâhil her türlü tedbirin alınması, organizasyonun yapılması, gerekli araç ve gereçlerin sağlanması, sağlık ve güvenlik tedbirlerinin değişen şartlara uygun hale getirilmesi ve mevcut durumun iyileştirilmesi için çalışmalar yapar.
- b) İşyerinde alınan iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerine uyulup uyulmadığını izler, denetler ve uygunsuzlukların giderilmesini sağlar.
- c) Risk değerlendirmesi yapar veya yaptırır.
- d) Çalışana görev verirken, çalışanın sağlık ve güvenlik yönünden işe uygunluğunu göz önüne alır.
- e) Yeterli bilgi ve talimat verilenler dışındaki çalışanların hayati ve özel tehlike bulunan yerlere girmemesi için gerekli tedbirleri alır.
- (2) İşyeri dışındaki uzman kişi ve kuruluşlardan hizmet alınması, işverenin sorumluluklarını ortadan kaldırmaz.
- (3) Çalışanların iş sağlığı ve güvenliği alanındaki yükümlülükleri, işverenin sorumluluklarını etkilemez.
- (4) İşveren, iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerinin maliyetini çalışanlara yansıtamaz.

Risklerden korunma ilkeleri

MADDE 5 – (1) İşverenin yükümlülüklerinin yerine getirilmesinde aşağıdaki ilkeler göz önünde bulundurulur:

- a) Risklerden kaçınmak.
- b) Kaçınılması mümkün olmayan riskleri analiz etmek.
- c) Risklerle kaynağında mücadele etmek.
- d) İşin kişilere uygun hale getirilmesi için işyerlerinin tasarımı ile iş ekipmanı, çalışma şekli ve üretim metotlarının seçiminde özen göstermek, özellikle tekdüze çalışma ve üretim temposunun sağlık ve güvenliğe olumsuz etkilerini önlemek, önlenemiyor ise en aza indirmek.
- e) Teknik gelişmelere uyum sağlamak.
- f) Tehlikeli olanı, tehlikesiz veya daha az tehlikeli olanla değiştirmek.
- g) Teknoloji, iş organizasyonu, çalışma şartları, sosyal ilişkiler ve çalışma ortamı ile ilgili faktörlerin etkilerini kapsayan tutarlı ve genel bir önleme politikası geliştirmek.
- h) Toplu korunma tedbirlerine, kişisel korunma tedbirlerine göre öncelik vermek.
- i) Çalışanlara uygun talimatlar vermek. (<https://www.resmigazete.gov.tr>)

Kısaca işçi sağlığı ve güvenliği konusunun sanal aylaklık ile olan ilişkisine değinecek olursak birbirinden ayrı düşünülemez iki ana unsur olarak göze çarpmaktadır.

Yukarıda yazılı olan maddeler özelinde işçi sağlığı ve güvenliği ve sanal aylaklık konusunda ciddi bir kavram ortaklığı bulunmaktadır.

Risk analizi bu konu özelinde hem tehlike sınıflarını belirlemede hem de çalışan güvenliğini sağlama konusunda ciddi avantaj olarak değerlendirilecektir. Gelişen teknoloji kullanımı beraberinde belli riskleri de yanında getirmektedir.

Konu temelinde işçi sağlığını korumaya yönelik olsa da sanal aylaklık sonucu oluşabilecek ve ölümlerle sonuçlanacak kazalarında önlemini almaya yönelik yaptırım zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir.

Ancak konunun sosyal ilişkiler temelli olarak da değerlendirilmesi ve çalışan bağlılığına katkı sağlaması adına eğitimlerle desteklenmeli ve tutarlı önlemler alınarak çağımızın gerekliliği olan teknoloji kullanımı gerçeği göz ardı edilmeden iş yerlerine örgütsel gelişim olarak entegre edilmelidir.

2.1.4. Türkiye ve Azerbaycan da İnternet Kullanım Oranları

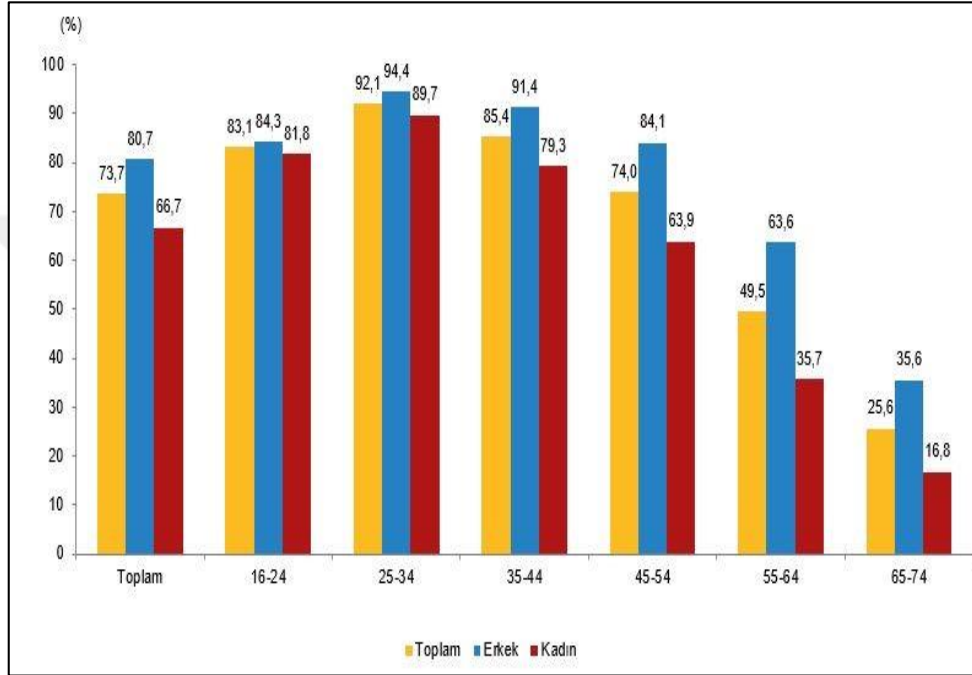
İnternet kullanım oranı, 16-74 yaş grubundaki bireylerde 2023 yılında %87,1 iken 2024 yılında %88,8 olmuştur.

Cinsiyet ayrımında 2024 yılında internet kullanım oranı; erkeklerde %92,2, kadınlarda %85,4 olarak gözlemlenmiştir. E-devlet hizmetlerini kullanan bireylerin oranı %73,7 olarak

gerçekleşmiştir. Son 12 ay içinde özel amaçla resmi makamların web sitelerini ve uygulamalarını kullanan ve internet üzerinden kamu hizmetlerinden yararlanan bireylerin oranı %73,7 olarak gözlemlenmiştir.

Bu oran, erkeklerde %80,7 iken kadınlarda %66,7 olarak gerçekleşmiştir.

E-devlet hizmetlerini kullanan bireylerin oranı yaş grubuna göre incelendiğinde ise bu oranın en yüksek %92,1 ile 25-34 yaş grubunda, en düşük %25,6 ile 65-74 yaş grubunda olduğu görülmüştür.

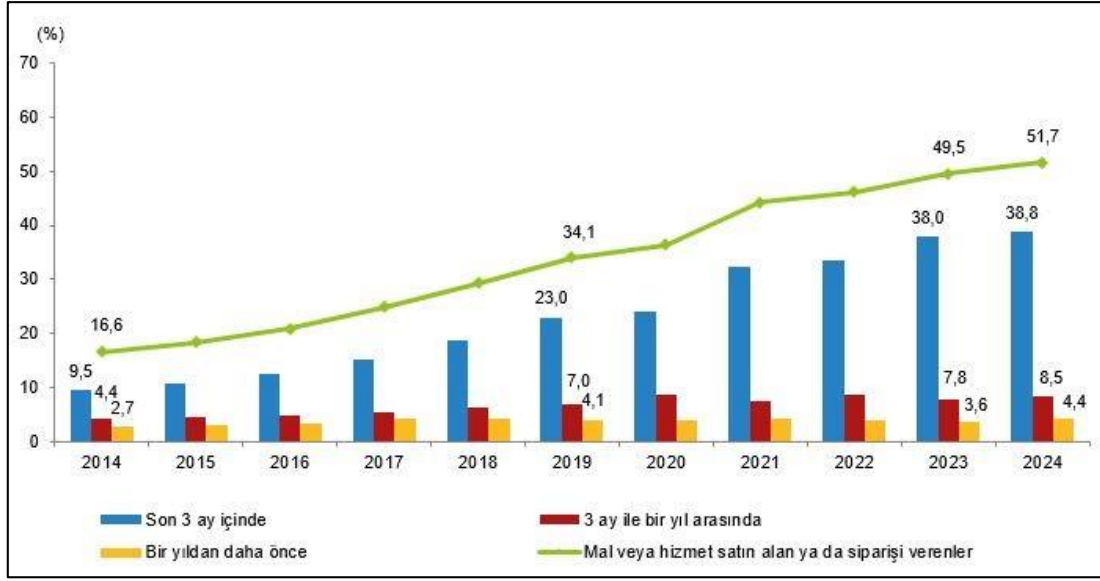


Şekil 2.2. Cinsiyet ve Yaş Grubuna Göre E-Devlet Hizmetlerini Kullanan Bireylerin Oranı, 2024

Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>

Bireylerin e-devlet hizmetlerini kullanım amaçları arasında, %68,6 ile resmi makamlar veya kamu hizmetleri tarafından kendisi hakkında saklanan kişisel bilgilere erişme ilk sırayı almıştır. Bunu, %47,9 ile kamu kurumlarından veya kamu hizmetlerinden bir randevu alma veya rezervasyon yaptırma ve %45,1 ile kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinme takip etmiştir.

Son 12 ayda internet kullanan bireylerin internet üzerinden özel kullanım amacıyla mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme (e-ticaret) oranı, 2023 yılında %49,5 iken 2024 yılında %51,7 olmuştur. Cinsiyete göre internet üzerinden mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme oranı erkeklerde %54,1, kadınlarda %49,3 olduğu gözlemlenmiştir. Bu oran, en son mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme zamanlarına göre incelendiğinde; bireylerin %38,8'inin son 3 ay içinde (2024 yılı ilk 3 ayı) mal veya hizmet satın aldığı ya da sipariş verdiği görülmüştür.



Şekil 2.3. İnternette En Son Satın Alma veya Sipariş Verme Zamanına Göre Satın Alma ya da Sipariş Verme Oranı, 2014-2024

Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>

İnternet üzerinden 2024 yılının ilk 3 ayı içerisinde mal veya hizmet satın alan ya da sipariş veren bireylerin %76,7'si giyim, ayakkabı ve aksesuar satın aldığı gözlemlenmiştir.

Bunu, %47,5 ile lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatlar, %34 ile gıda ürünleri, %32,4 ile kozmetik, güzellik ve sağlık ürünleri ve %29,2 ile temizlik ürünleri, kişisel bakım malzemeleri takip etmiştir.

Bu oran cinsiyete göre incelendiğinde; erkeklerin %70,3'ü giyim, ayakkabı ve aksesuar, %49,2'si lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatları ve %33,5'i gıda ürünleri; kadınların %83'ü giyim, ayakkabı ve aksesuar, %46,6'sı kozmetik, güzellik ve sağlık ürünleri ve %45,9'u lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatları satın almıştır.

İnternet üzerinden son 3 ay içinde eğitim, mesleki veya özel amaçlar için öğrenme faaliyeti gerçekleştiren bireylerin oranı, 2024 yılında bir önceki yıla göre 4,9 puan azalarak %13,9 oldu. Bu oranın erkekler için %13,7, kadınlar için %14,1 olduğu görülmüştür.

Bireylerin en fazla kullandıkları sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları %86,2 ile WhatsApp, %71,3 ile YouTube ve %65,4 ile Instagram oldu. En fazla kullanılan sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları cinsiyete göre incelendiğinde; erkeklerin en fazla %89,5 ile WhatsApp, %74,7 ile YouTube ve %67 ile Instagram uygulamalarını, kadınların %82,9 ile WhatsApp, %68 ile YouTube ve %63,9 ile Instagram uygulamalarını kullandığı gözlemlenmiştir.

Tablo 2.1. Cinsiyete Göre Bireylerin Son 3 Ay İçinde Sosyal Medya ve Mesajlaşma Uygulamalarını Kullanma Oranı, 2023, 2024

Sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları Social media and message applications	Toplam Total		Erkek Male		Kadın Female	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
WhatsApp	84,9	86,2	88,7	89,5	81,1	82,9
Instagram	61,4	65,4	63,5	67,0	59,3	63,9
YouTube	69,0	71,3	72,6	74,7	65,4	68,0
Facebook	51,4	49,4	62,6	60,5	40,4	38,4
X	23,7	22,7	28,8	27,6	18,6	17,8
Telegram	14,8	14,8	18,1	18,9	11,5	10,8
TikTok	17,1	19,1	21,2	23,5	13,0	14,7
Snapchat	9,6	9,8	8,3	8,3	10,9	11,3
BİP	4,0	3,1	4,7	3,6	3,3	2,6
Diğer Other	0,7	0,8	0,8	0,8	0,5	0,7

Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>

İnternet kullanan bireylerin %47,9'u internet bağlantılı TV kullanmıştır. İnternet kullanan bireylerin en fazla kullandıkları internete bağlı sistem ve cihaz türlerinin sırasıyla %47,9 ile internet bağlantılı TV, %10,2 ile robot süpürgeler, buzdolapları, fırınlar, kahve makineleri gibi internete bağlı ev aletleri ve %9,7 ile akıllı saat, internet bağlantılı spor/direnç bandı, gözlük veya kulaklıklar, güvenlik takip cihazları, internet bağlantılı aksesuarlar, internet bağlantılı giysi veya ayakkabılar olduğu gözlemlenmiştir.

Son 3 ay içinde internet kullanan bireylerin cep telefonu, akıllı telefon, tablet, dizüstü veya masaüstü bilgisayar satın aldığı anda önemli bulduğu özelliklerin sırasıyla %89,2 ile fiyat, %71,7 ile donanım özellikleri, %67,4 ile marka, tasarım veya boyut olduğu görülmüştür.

Tablo 2.2. Cinsiyete Göre Bireylerin İnternet Kullanım Oranı, 2023, 2024

En son kullanım zamanı Latest usage	Toplam Total		Erkek Male		Kadın Female	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
İnternet kullananlar-Internet users	87,1	88,8	90,9	92,2	83,3	85,4
Son 3 ay içinde Within the last 3 months	86,0	87,3	89,8	90,7	82,1	83,9
3 ay ile bir yıl arasında Between 3 months and a year ago	0,5	1,0	0,4	1,0	0,6	0,9
Bir yıldan önce More than one year ago	0,6	0,5	0,7	0,5	0,6	0,6
Hiç kullanmadı Never used it	12,9	11,2	9,1	7,8	16,7	14,6

Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>

Tablo 2.3. Azərbaycan'da İnternet Kullanım Oranları

Göstəricilərin adı	2018	2019	2020	2021	2022	2023
İnternetə çıxışı olan ev təsərrüfatlarının ölkə üzrə bütün ev təsərrüfatlarında xüsusi çəkisi (şəhər-kənd yerlərinə görə bölgüsü), faizlə	78,2	79,1	84,8	86,5	87,8	88,6
şəhər	79,3	82,7	87,5	89,9	91,6	92,0
kənd	71,7	74,9	81,6	82,7	83,8	84,1
Ev təsərrüfatlarının tərkibinə görə internetə çıxışı olan ev təsərrüfatlarının bölgüsü, faizlə						
1 nəfərdən ibarət	73,8	75,8	78,6	79,3	83,1	84,6
2-3 nəfərdən ibarət	84,1	84,6	91,3	92,3	93,8	94,3
4-5 nəfərdən ibarət	83,8	85,1	90,5	92,2	93,5	94,1
6 və daha çox üzvü olan	64,1	64,3	70,6	71,7	73,5	74,7
İnternetdən istifadə edən əhəlinin ölkə üzrə bütün əhəlinin sayında xüsusi çəkisi (genderə görə bölgüsü), faizlə	79,8	81,1	84,6	86,7	88,1	89,2
kişi	83,7	83,9	85,8	87,9	89,4	90,3
qadın	76,0	78,4	83,4	85,5	86,8	88,1
İnternetdən istifadə edən əhəlinin yaş qrupuna görə bölgüsü, faizlə						
24 yaşadək	71,6	72,4	74,6	75,2	78,6	80,2
25-35 yaş qrupu	87,3	88,2	92,8	95,3	96,1	96,9
36-64 yaş qrupu	86,1	87,4	91,7	94,4	95,7	96,1
65 və yuxarı	54,4	58,9	60,4	64,2	66,8	70,2
İnternetdən istifadə edən əhəlinin təhsil səviyyəsinə görə bölgüsü, faizlə						
məktəbəqədər və ibtidai	75,8	76,7	79,7	81,6	82,6	84,5
ümumi orta	75,1	77,5	81,4	83,5	84,5	86,1
tam orta və peşə	76,6	78,1	82,9	85,1	85,8	87,1
orta ixtisas və ali	91,6	91,7	95,1	96,6	97,4	97,5
İnternetdən istifadə edən əhəlinin iqtisadi fəallıq vəziyyətinə görə bölgüsü, faizlə						
məşğul	83,6	84,5	87,1	89,3	91,5	91,7
işsiz şəxs	49,8	49,1	43,6	45,6	45,1	46,2
iqtisadi qeyri-fəal şəxs	52,6	52,2	51,4	49,9	48,4	47,5
İnternetdən istifadə edən əhəlinin məşğul olduğu peşəyə görə bölgüsü, faizlə						
qanunverici, yüksək vəzifəli və rəhbər şəxslər	90,0	93,1	95,2	94,7	97,1	97,7
peşəkar mütəxəssislər	90,5	89,9	90,9	97,8	98,6	98,9
mütəxəssislər və köməkçi heyət	97,7	98,0	99,4	99,2	99,5	99,4
idarə (ofis) qulluqçuları	82,7	87,1	89,8	93,6	96,2	97,2
xidmət sahələrinin və ticarət müəssisələrinin işçiləri	85,3	87,3	89,6	89,1	89,7	90,7
kənd təsərrüfatı, meşəçilik və balıqçılıq sahəsində ixtisaslı işçilər	81,1	84,5	91,5	92,3	93,1	94,4
ixtisaslı işçilər və bir-birinə yaxın peşələrin fəhlələri	90,6	89,3	93,9	95,5	97,1	98,7
operator və mexanizatorlar, montajçılar	96,5	96,4	98,5	98,9	99,4	99,7
yardımçı işçilər	39,7	39,3	40,7	44,2	47,9	49,0
silahlı qüvvələrdə çalışanlar	12,4	13,2	13,5	14,7	16,0	18,0
İnternetdən istifadə edən əhəlinin istifadə yerinə görə bölgüsü, faizlə						
ev	62,4	63,0	64,8	65,5	67,3	67,7
iş yeri	19,1	20,0	20,5	20,7	20,8	21,1
təhsil müəssisəsi	8,3	8,4	8,6	8,1	8,0	8,1
başqasının evi	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	1,2
internetə açıq çıxışı olan ictimai yerlərdə	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3	3,9
kommersiya təşkilatlarında	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8
yolda olarkən	14,3	14,3	14,1	14,2	14,4	14,5

Tablo 2.3. (Devam). Azərbaycan'da İnternet Kullanım Oranları

Göstəricilərin adı	2018	2019	2020	2021	2022	2023
İnternetdən istifadə edən əhalinin (15 yaşdan aşağı) ölkə üzrə bütün əhalinin sayında xüsusi çəkisi, faizlə	92,8	84,1	85,7	89,8	91,3	89,7
İnternetdən istifadə edən əhalinin (15-24 yaş qrupu) ölkə üzrə bütün əhalinin sayında xüsusi çəkisi, faizlə	95,6	86,4	88,4	93,5	94,8	95,8
İnternetdən istifadə edən əhalinin (25-74 yaş qrupu) ölkə üzrə bütün əhalinin sayında xüsusi çəkisi, faizlə	87,6	79,8	80,9	84,0	85,4	86,8
İnternetdən istifadə edən əhalinin (74 yaşdan yuxarı şəxslər) ölkə üzrə bütün əhalinin sayında xüsusi çəkisi, faizlə	29,6	25,3	26,0	26,5	28,4	29,1
İnternetdən istifadə edən şəxslərin internetdən istifadə məqsədlərinə görə bölgüsü, faizlə						
informasiya axtarmaq	42,9	43,2	43,5	44,7	45,5	46,2
əlaqə yaratmaq	62,6	66,2	66,6	67,0	67,7	69,6
təlim və təhsil	7,2	7,3	7,7	6,9	7,0	7,3
səhləmləqlə əlaqədar fəaliyyət	7,3	7,5	8,4	8,1	8,5	8,8
əmtəə və xidmətlərin sifariş və ya satışı	4,5	4,6	4,9	4,4	4,5	5,0
hakimyyət orqanları ilə əlaqə	6,2	6,6	7,2	7,1	7,3	7,4
İnternetdən istifadə edən əhalinin portativ qurğuların növünə görə bölgüsü, faizlə						
mobil telefon	65,5	66,7	67,2	67,5	67,7	68,4
planşet	8,3	8,4	8,8	8,6	8,7	8,5
portativ kompüter (noutbuk, netbuk)	28,7	30,6	32,5	34,3	35,2	34,1
digər portativ qurğular (oyun qurğuları, saat və s.)	1,6	1,9	2,1	2,0	2,2	2,2
Evdə (mənzildə) internetə çıxışın olmaması səbəbləri, yekuna nisbətən faizlə						
internet lazım deyil	...	...	37,4	45,2	48,1	64,6
digər yerdə internetə çıxışın olması	...	...	5,9	5,8	11,0	7,8
internetə qoşulmaq üçün zəruri avadanlıqların baha olması	...	...	9,8	8,7	8,3	5,3
istifadə haqqının yüksək olması	...	...	11,3	11,7	10,1	4,0
internetdə şəxsi məlumatların qorunmasına əmin olmamaq	...	...	3,3	2,7	2,7	2,1
ərazidə texniki imkanın olmaması	...	...	7,6	7,4	5,9	3,0
internetin sürət və keyfiyyətinin qanəedici olmaması	...	...	6,6	3,5	2,7	1,7
internet zərərli hesab edildiyi üçün	...	...	7,6	7,1	4,8	5,0
digər səbəblər	...	...	10,5	7,9	6,4	6,5
İnternetdən istifadə etməyən şəxslərin səbəblər üzrə bölgüsü, yekuna nisbətən faizlə						
internetin lazım olmaması	35,4	34,2	33,6	32,6	34,5	35,4
internetdən istifadə etmək bacarığının olmaması	26,8	27,5	26,3	27,5	27,0	26,8
internet barədə kifayət qədər anlayışın olmaması	11,4	9,8	9,1	10,9	10,2	11,4
istifadə haqqının yüksək olması	7,5	7,1	6,7	6,8	6,4	7,5
internetdə şəxsi məlumatların qorunmasına əmin olmamaq	0,9	0,7	0,8	0,4	0,6	0,9
ərazidə texniki imkanın olmaması	5,4	5,1	5,5	4,8	4,6	5,4
internet zərərli hesab edildiyi üçün	5,1	4,8	5,1	4,5	4,1	5,1
digər səbəblər	7,5	10,8	12,9	12,5	12,6	7,5

Kaynak: <https://www.stat.gov.az>

Azərbaycan'da interneti kullananların sayısı hər gəçən gün artmaktadır. İnternet kullancıları özəlliklə sosial medyanı kullanmaktadır. Azərbaycan da Tik Tok, Instagram, Whatsapp, Telegram uygulamaları popülerdir.

Ocak 2024'te Azərbaycan'da 9,19 milyon internet kullancıısı olduğı görülmektedir. 2024 yılı başı itibarıyla Azərbaycan'da internet kullanım düzeyi toplam nüfusun %88'i olarak

gözlemlenmiştir. Ocak 2023'ten Ocak 2024'e kadar Azerbaycan'da internet kullanıcı sayısı 46 bin (%0,5) artmıştır. Perspektif açısından bu kullanıcı rakamları, 2024 yılı başında Azerbaycan'da 1,25 milyon kişinin internet kullanmadığını göstermektedir ve bu da yılın başında nüfusun %12'sinin çevrimdışı olduğu anlamına gelmektedir.

İnternet hızı:

- ✓ Ookla tarafından yayınlanan veriler, Azerbaycan'daki internet kullanıcılarının 2024 yılı başında aşağıdaki internet bağlantı hızlarına sahip olduğunu göstermektedir
- ✓ Mobil ağlar üzerinden ortalama mobil internet bağlantı hızı: 45,45 Mbit/s.
- ✓ Ortalama sabit internet bağlantı hızı: 33,03 Mbps.

Ookla'nın verileri, Azerbaycan'daki ortalama mobil internet bağlantı hızının, 2024'ün başına kadar geçen on iki ayda 10,85 Mbit/s (%31,4) arttığını gösteriyor. Aynı zamanda "Ookla" verileri, Azerbaycan'da sabit internete bağlanma hızının aynı dönemde 6,03 Mbit/s (%22,3) arttığını göstermektedir.

2024 yılında Azerbaycan için sosyal medya istatistikleri:

Ocak 2024'te Azerbaycan'da 6,1 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. 2023 yılı başından 2024 yılı başına kadar Azerbaycan'da sosyal medya kullanıcı sayısı 2,8 milyon (%87,6) arttı. 2024 yılı başında Azerbaycan'da sosyal medya kullanıcı sayısı toplam nüfusun %58,4'üne denk gelmektedir.

Ocak 2024'te Azerbaycan'ın toplam internet kullanıcı tabanının %66,4'ü (yaşlarına bakılmaksızın) en az bir sosyal medya platformu kullandığı gözlemlenmiştir.

Meta'nın reklam kaynaklarında yayınlanan veriler, 2024 yılı başında Facebook'un Azerbaycan'da 1,60 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Meta'nın kendi araçlarında yayınlanan rakamlar, Facebook'un Azerbaycan'daki potansiyel reklam kapsamının Ocak 2023'ten Ocak 2024'e kadar 100 bin (%6,7) arttığını göstermektedir. Daha güncel bir bağlamda, aynı veriler Ekim 2023'ten Ocak 2024'e kadar Azerbaycan'da pazarlamacıların Facebook'taki reklamlarla ulaşabileceği kullanıcı sayısının 50 bin (%3) azaldığını göstermektedir.

Meta'nın reklam araçlarında yayınlanan rakamlar, 2024 yılı başında Instagram'ın Azerbaycan'da 4,05 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Azerbaycan'da Instagram'ın reklam kapsamı bu yılın başında toplam nüfusun %38,8'ine eşit olduğu gözlemlenmiştir. 2024 yılı başında Instagram'ın Azerbaycan'daki reklam kitesinin %47,4'ü kadın, %52,6'sı ise erkek olduğu gözlemlenmiştir.

Meta'nın planlama araçlarında yayınlanan veriler, Instagram'ın Azerbaycan'daki potansiyel reklam erişiminin Ocak 2023'ten Ocak 2024'e kadar 800.000 (%24,6) arttığını göstermektedir.

ByteDance'in reklam kaynaklarında yayınlanan rakamlar, 2024 yılı başında Tik Tok'un Azerbaycan'da 18 yaş ve üzeri 6,1 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. 2024 yılı başında Tik Tok reklamları Azerbaycan'da 18 yaş ve üzeri tüm yetişkinlerin %80,3'üne ulaşmıştır.

LinkedIn'in 2024 yılı başında Azerbaycan'da 830.000 "üyesi" bulunmaktadır. LinkedIn'in Azerbaycan'daki izleyici kitlesi toplam nüfusun %8'ine eşit olduğu gözlemlenmiştir.

LinkedIn, 18 yaşın altındaki kişilerin platformunu kullanmasını engellemektedir ve bu da 2024 yılında Azerbaycan'daki "uygun" hedef kitlenin %10,9'unun LinkedIn kullanacağını bilmekte fayda olduğu değerlendirilmektedir.

2024 yılı başında LinkedIn'in Azerbaycan'daki reklam kitlesinin %37,2'si kadın, %62,8'i ise erkek olduğu gözlemlenmiştir. LinkedIn'in planlama araçlarında yayınlanan veriler, 2023'ün başı ile 2024'ün başı arasında LinkedIn'in Azerbaycan'da ki potansiyel reklam erişiminin 160.000 (%23,9) arttığını göstermektedir.

X'in (Twitter) reklam kaynaklarında yayınlanan rakamlara göre X' in 2024 yılı başında Azerbaycan'da 255,9 bin kullanıcısı bulunmaktadır. Bu rakam, X' in Azerbaycan'daki reklam kapsamının o dönemde toplam nüfusun %2,5'ine eşit olduğu anlamına gelmektedir. 2024 yılı başında şirketin kendi verileri, Azerbaycan'daki X reklam kitlesinin %33,4'ünün kadın, %66,6'sının ise erkek olduğunu göstermektedir.

GSMA istihbaratının verileri, 2024 yılı başı itibarıyla Azerbaycan'da 11,81 milyon mobil cihazın kullanımda olduğunu göstermektedir. Ocak 2024'te Azerbaycan'da aktif mobil cihaz sayısı toplam nüfusun %113,2'sine eşit olduğu görülmektedir. 2023 yılı başı ile 2024 yılı başı arasında Azerbaycan'da mobil cihaz sayısı 395 bin (%3,5) artmıştır. (<https://tech.az/az/posts/azerbaycanda-sosial-media-ve-internet-statistikasi-arasdirma-3788>)

1990-2025 yılları arasında dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, internet kullanımı Türkiye ve Azerbaycan'da önemli bir artış göstermektedir. Özellikle mobil teknolojilerin yaygınlaşması, altyapı yatırımlarının artması ve internet erişiminin daha ekonomik hale gelmesi, gerçekleştirilebilir ve çevrim içi ortamlara daha fazla uyum sağlanması sağlanmıştır. Türkiye'de geniş bant internet ve fiber altyapısının gelişimi, e-ticaret, uzaktan eğitim ve dijital bankacılık gibi sektörlerde büyük bir ivme yaratmıştır. Benzer şekilde, Azerbaycan'da devlet

destekli dijitalleşme projeleri ve mobil internet penetrasyonunun artması, internetin daha etkin kullanılmasına olanak tanımaktadır. Yapılan analizler, her iki ülkedeki internet kullanıcılarının yıllık baz da birleştiği bir şekilde korunduğunu ve bu saklanmanın gelecekte de devam edeceğini göstermektedir. Özellikle gençlerin dijital platformlara olan ilgisi ve sosyal medyanın yaygınlaşması, bu artışın geniş dinamikleri arasında yer almaktadır.

Bununla birlikte internet kullanımında ki bu artış, bireysel ve kurumsal düzeyde çeşitli dönüşümleri de beraberinde getirmektedir. Türkiye ve Azerbaycan'da dijital hizmetlere yönelik talebin artması hem kamu hem de özel sektörün dijitalleşme sürecinin hızlandırılmasına neden olmuştur. E-devletin yaygınlaşması, çevrimiçi eğitim platformlarının gelişimi ve uzaktan çalışma kültürünün benimsenmesi, internetin artık günlük yaşamda bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Özellikle pandemi süreci, bu dijital büyümeyi hızlandıran önemli bir faktör olmuş, çevrim içi alışveriş, dijital bankacılık ve sanal iletişim araçlarını kullanma oranlarını ciddi miktarda arttırmıştır.

Gelecek projeksiyonlarına, her iki ülkede de internet kullanım oranlarının artmaya devam etmesi öngörülmektedir. 5G teknolojisinin yaygınlaşması, akıllı şehir projelerinin hayata yayılması ve sonuç interneti (IoT) gibi çözümlerin benimsenmesi, internetin yalnızca bireysel kullanım alanlarında değil, endüstriyel ve kamusal alanlarda da etkin bir şekilde kalıcılığını göstermektedir. Bu gelişmeler, ülkelerin dijital ekonomiye entegrasyonunu hızlandırırken aynı zamanda bilgi toplumuna geçiş sürecini de desteklemiştir.

Sonuç olarak, Türkiye ve Azerbaycan'daki internet kullanımındaki artış, toplumsal, ekonomik ve teknolojik dönüşümlerin bir göstergesi olup, bu gelişmelerin ilerleyen yıllarda daha da güçlenmesinin mümkün olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, dijital altyapının kaynağı, siber güvenliğin korunması ve dijital okuryazarlığın yaygınlaştırılması, sürdürülebilir bir dijital gelişim için kritik bilgiye sahiptir.

2.2. İş Tatmini

Hoppock (1935), iş doyumunu; çalışanın psikolojik, fizyolojik ve çevresel faktörlerin kombinasyonu düzeyindeki memnuniyet olarak değerlendirmiştir.

Vroom (1964) iş doyumunu; çalışanın işyerinde ki rolü olarak değerlendirmektedir. Kısaca kişinin bulunduğu iş rolünde ki psikolojik etkiye yönelik duygusal eğilimler olarak tanımlamaktadır.

Schmerhorn(1994), iş doyumunu çalışanların psikolojik olarak beklentilerinin karşılanma derecesidir (Aktaran Akyelli ve Çetin, 2020:5).

Weiss ise iş doyumunu, içsel bir durum olarak değerlendirmiş ve tecrübe edilen işin duygusal ve bilişsel yönüne dikkat çekmektedir (Akyelli, Çetin, 2020:5).

Çalışanın beklentileri ile sunulan olanaklar arasında denge sağlandığında, iş doyumunda artmakta ve bu durum motivasyon ve verimliliğe olumlu yönde etki etmektedir. Dolayısıyla iş doyumunu geliştirmek ve arttırmak hem bireysel refahı hem de kurumsal başarıyı desteklemek adına kritik bir durumdur.

2.2.1. İş Tatmini Kavramı

Cranny ve diğerlerine (1992) göre iş tatmini, beklenen ve hayal edilen girdilerle çıktılar arasında yapılan karşılaştırma sonucu bireyin işine karşı duygusal beklenti ve tepkileri olarak ön plana çıkmaktadır.

Miner (1992), iş tatminini “bireyin davranışlarını etkileyen bir eğilim” olarak ele almıştır.

Brief (1998), iş tatminini “bir bireyin işine karşı eğilimi” olarak tanımlamıştır.

Locke tarafından kullanılan en belirgin tanım ise, kişinin iş ve işle alakalı tecrübelerini değerlendirmesi neticesinde oluşan olumlu duygusal durum ya da kişinin işinin ve iş deneyimlerini değerlendirmesi neticesinde kendisini memnun edici duygusal durum olarak tanımlanmıştır (Aktaran Sökmen ve Erdoğan, 2019:247-248).

Bir iş görenin maddi kazanç adına belirli fiziksel ve sosyal çevrede gerçekleştirilen görevler bütünü olmasından dolayı, iş tatmini de işi oluşturan ögeler hakkında ki değerlendirmelerin bir bütünüdür (Locke, 1968: 27).

Literatür araştırmasında örgütsel bağlılığın iş tatminine neden olduğu ve iş tatmininin örgütsel bağlılığa neden olduğu ve iki kavram arasında ilişki olup olmadığı konusunda çeşitli görüşler olmasına rağmen, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu değerlendirilmektedir (Sökmen ve Erdoğan, 2019:247-248).

Bu doğrultuda, iş tatmini ve iletişim bağlantısı arasındaki iletişim, çalışma verimliliği, motivasyon ve işletme performansı açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Çalışanların işlerinde oluşan yaşam sıcaklığı, örgüte olan bağlılıklarını güçlendirmekte ve bu durum uzun süreli iş gücü devir oranlarının kurumsal sürdürülebilirliğini desteklemektedir.

2.2.2. İş Tatmini İçerik Kuramları

İş tatminine ilişkin öne sürülen kurumlardan Chappel tarafından içerik ve süreç kuramları diye iki grupta sınıflandırmıştır (Gülner, 2007:112).

İş tatmini olmayan bir çalışanın sosyal yaşantısında da önemli aksaklıklar görülebilmektedir. Bu kapsamda tatmin seviyesi çok yönlü düşünülerek sosyal yaşama da olumlu etki edebilecek ihtiyaçlar belirlenmelidir.

a) Abraham H. Maslow' un ihtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

Amerikalı psikolog Abraham Mashlow tarafından 1943 yılında Mashlow ihtiyaçlar hiyerarşisi geliştirilmiş insan psikolojisi teorisi olarak kabul görmüştür.

Mashlow teorisi, insanların belirli kategorilerde ki ihtiyaçlarını karşılamalarıyla, kendi içlerinde içsel bir hiyerarşi oluşturarak daha üst ihtiyaçlarını tatmin etme arayışına girdiklerini savunan ve bireyin kişilik gelişiminin o an baskın olan ihtiyaç kategorisi niteliği tarafından belirlendiğini savunan anlayış olarak ortaya çıkmıştır.



Şekil 2.4. Abraham H. Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

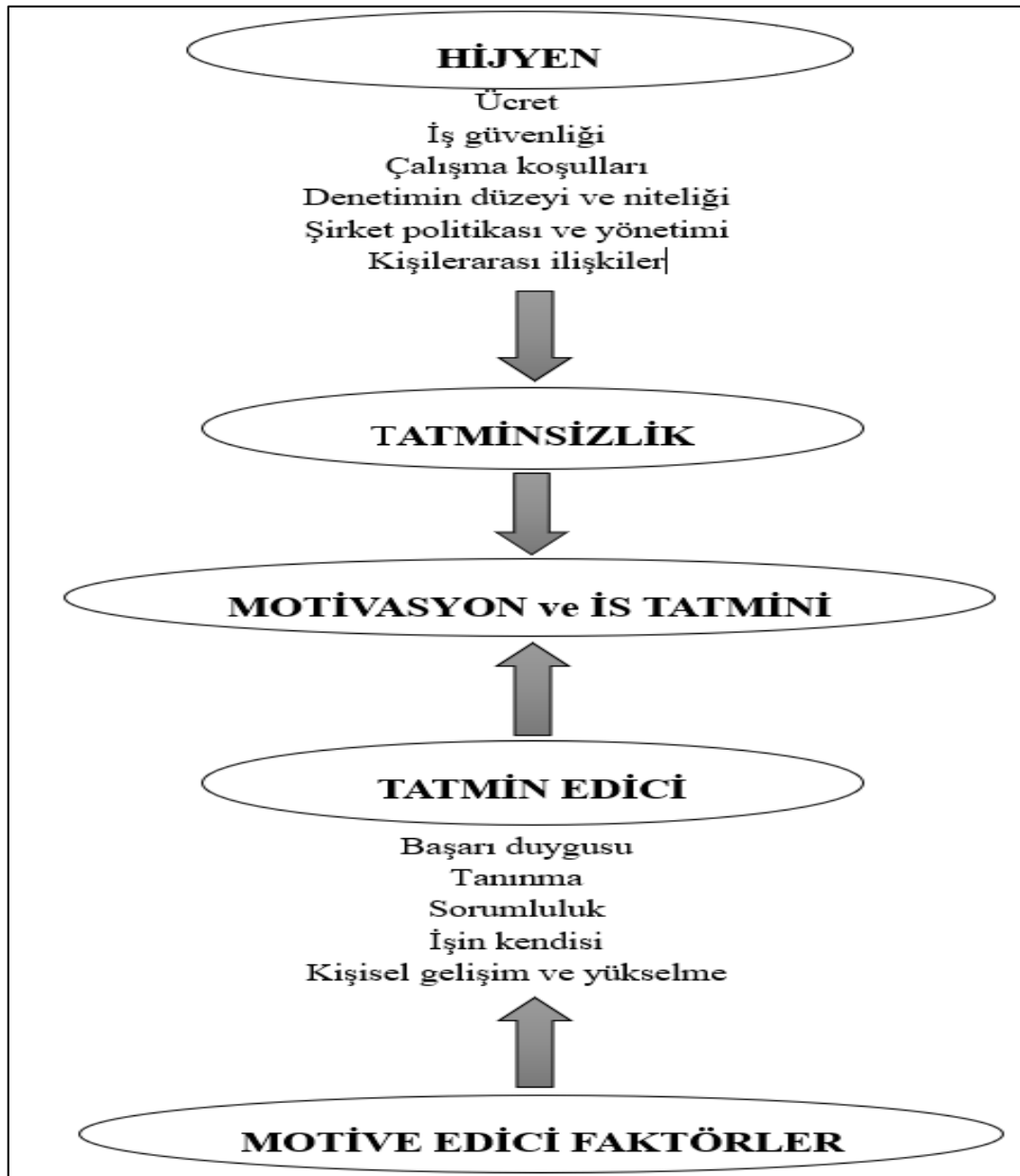
Kaynak: Çoban, 2021:113.

Çalışanlar çalışma hayatı boyunca, yaptığı işle, çalıştığı örgütle ve iş ortamıyla ilgili çok önemli tecrübeler kazanmaktadır. Bu deneyimlerde çalışanların gördükleri, yaşadıkları, kazandıkları, üzüntü ve mutlulukları ortaya çıkmaktadır.

Tüm bu deneyim ve duyguların ışığında çalışanların işyerine karşı tutumları ortaya çıkmaktadır. İş tatmini bu tutumların genel bir sonucu olarak çalışanların fiziksel ve psikolojik olarak iyi durumda olmasını ifade etmektedir (Çavuşoğlu, 2017:3).

Genel hatlarıyla iş tatmini kişiden kişiye göre değişen bir kavram olarak ele alınmalı ve Mashlow İhtiyaçlar Hiyerarşisine göre, kişinin tatmin düzeyinin karşılanmasına göre üst basamaklara geçilmelidir. Bu kapsamda Mashlow ihtiyaçlar hiyerarşisine göre, fiziksel ihtiyaçlar (fizyolojik ve güvenlik ihtiyacı), psikolojik ihtiyaçlar (sevgi/ait olma, saygı ve kendini gerçekleştirme) olarak oluşan basamaklar demografik unsurlara göre kişiden kişiye farklılıklar gösterebilir. Bu kapsamda fiziksel ihtiyaçlar genel olarak tüm demografik unsurlarda aynı tatmin düzeyini sağlayabilmelidir.

b) Frederick Herzberg'in Çift Faktör Kuramı



Şekil 2.5. Frederick Herzberg'in Çift Faktör Kuramı

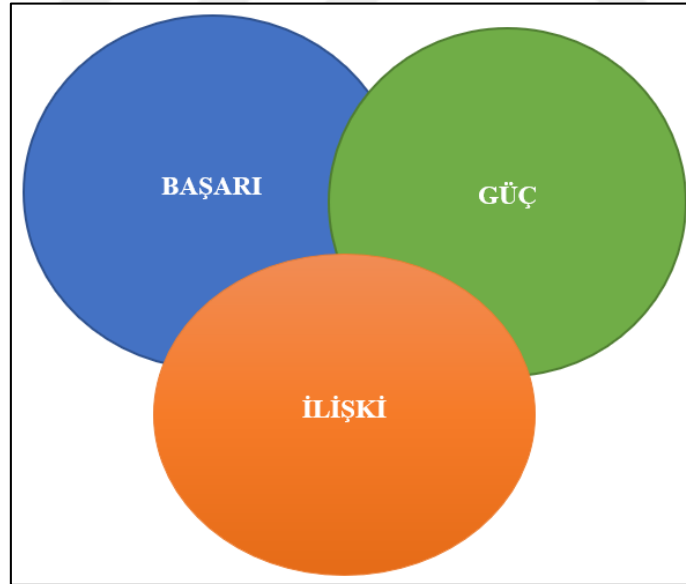
Kaynak: <https://slideplayer.biz.tr/slide/18033321>

Herzberg tarafından öne sürülen Çift Faktör Kuramı, literatürde Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi modelinden sonra en yaygın bilinen kuramlarından biri olarak öne çıkar. Aynı zamanda iş doyumu üzerine yapılan araştırmalar arasında en etkili teorilerden biri olarak kabul edilmektedir.

Herzberg'in Çift Faktör Teorisi, farklı değer sistemleri çerçevesinde çalışanların iş koşullarının öngörüldüğü, onları motive eden unsurlar ve hangi çalışma koşullarının tatminsizlik yaratarak işe karşı tatminsizlik oluşumunu belirlemeyi hedeflemiştir. Kuram, iş doyumu ve doyumsuzluğun birbirini dengeleyen kavramlar olduğunu ve birbirlerine karşıt olgular olmadığını açıklamaya çalışmıştır. Bu bağlamda, bazı görüşlere göre "doyum, doyumsuzluğun tam tersi değildir; bir çalışan, işinden doyum sağlamasa da aynı zamanda doyumsuzluk hissetmeden çalışmaya devam edebilir (Kaya, Yıldız, 2013:4).

Bu kapsamda Herzberg'in Çift Faktör Teorisi, iş tatmini ve tatminsizliğinin farklı unsurlardan kaynaklandığını vurgular. İş tatminini artırmak için motivasyon faktörlerine, tatminsizliği önlemek için hijyen faktörlerine önem verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla, her iki faktörün dengeli bir şekilde yönetilmesi, iş yerindeki verimliliği ve çalışan memnuniyetini artırmak için kritik öneme sahiptir.

c) David Mc. Clland'ın Başarma İhtiyacı Kuramı



Şekil 2.6. David Mc. Clland'ın Başarma İhtiyacı Kuramı

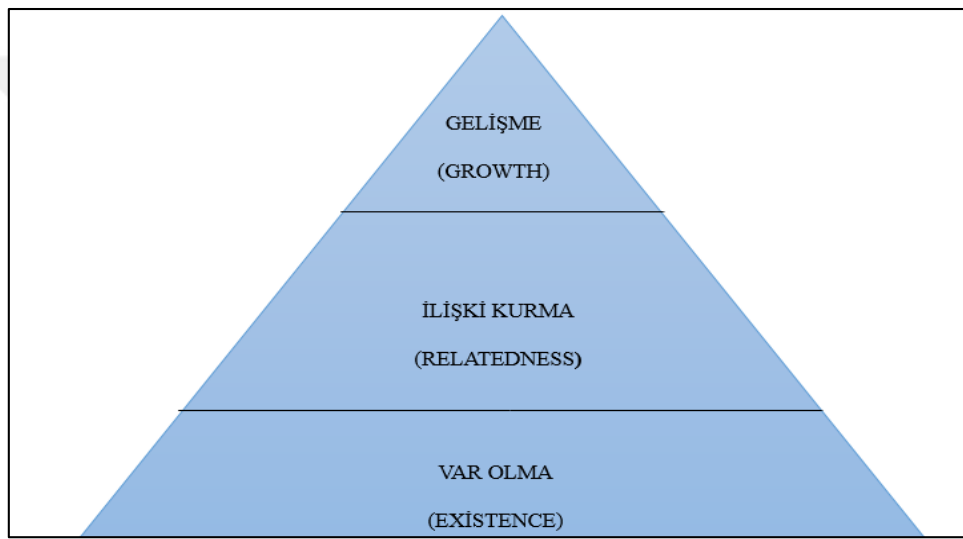
Kaynak: <https://slideplayer.biz.tr/slide/18033321>

Başarma İhtiyacı Teorisi, çalışanların motivasyonunun ayrıntılarını araştıran bir kuramdır. David McClelland, gereksinimlerin öğrenme yoluyla sonradan kazanıldığını savunarak insan güdülerini üç grup halinde sınıflandırmıştır.

Bunlar; Başarı güdüsü, Erk güdüsü ve Bağlanma güdüsüdür. Bu güdüler herkeste bulunmakla birlikte güçlülük derecesi bireyin içinde bulunduğu hal ve duruma göre değişebilmektedir. (Yeşil, 2016:171).

McClelland'ın Başarma İhtiyacı Teorisi, motivasyonun yalnızca doğuştan gelen bir özellik değil, öğrenilen bir davranış olduğunu savunur. İnsanların başarı, güç ve bağlanma güdülerini, farklı durumlar ve çevresel faktörlere göre değişkenlik gösterebilir. Bu bağlamda, çalışanın işyerindeki ihtiyaçları ve motivasyonunu anlamak, verimlilik ve performans açısından önemli sonuçlar doğurabilir.

d) Clayton Alderfer ERG Kuramı



Şekil 2.7. Clayton Alderfer Erg Kuramı

Kaynak: <https://yalin-dunya.com/2018/11/19/yenilige-motivasyonunuz-var-mi/>

Literatüre ERG teorisi olarak giren bu teoriye göre insanların 3 ana ihtiyacı bulunmaktadır. Bunlar; varoluş, bağlılık ve gelişme ihtiyaçlarıdır.

Varoluş ihtiyaçları; yeme, içme, maaş ve çalışma şartları, güvenlik gibi fiziksel ihtiyaçlardan oluşmaktadır.

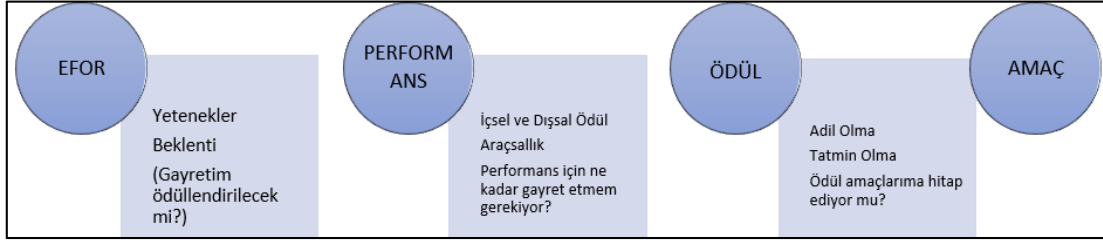
Bağlılık İhtiyaçları; Sosyalleşme (iş ve iş dışı), kabul görme ve takdir edilme ihtiyaçlarından oluşmaktadır.

Gelişme İhtiyaçları; Öz saygı ve bireysel tamamlanma ihtiyaçlarını içermektedir (Yeşil, 2016:172).

Bu teorinin amacı, insan güdülerinin hiyerarşik bir sıralamadan ziyade, esnek ve dinamik bir şekilde birbirine bağlı olarak ortaya çıktığını vurgulamaktır.

2.2.3. İş Tatmini Süreç Kuramları

a) Beklenti Teorisi (Victor Vroom, E. Lawler ve L. Porter)



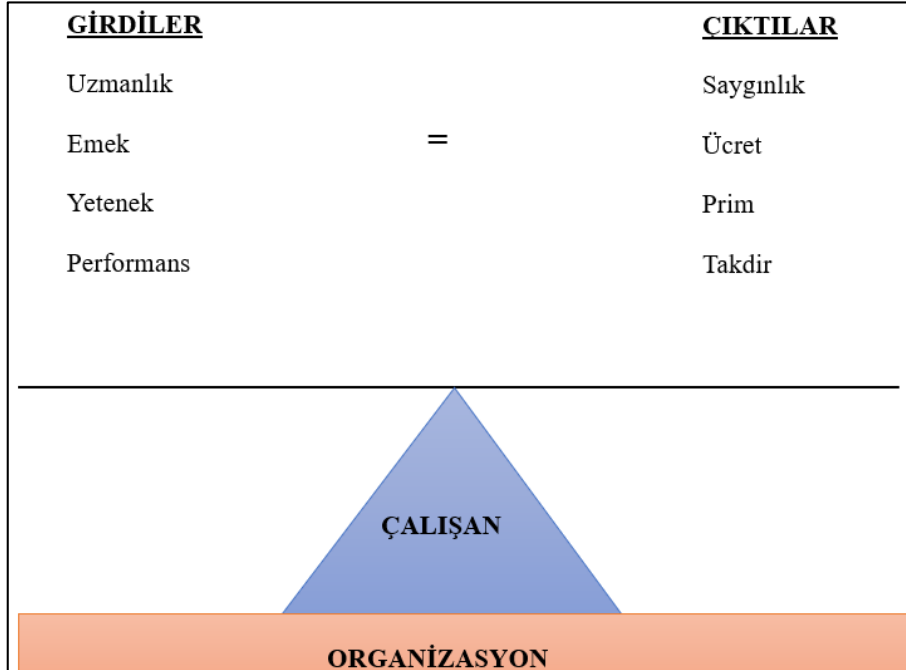
Şekil 2.8. Beklenti Teorisi (Victor Vroom, E. Lawler Ve L. Porter)

Kaynak: https://tr.linkedin.com/posts/mitatozder_beklenti-ile-de%C4%9Fer-vroom-teorisi-victor-activity-7140671861004156929-KdDa

Porter ve Lawler, Vroom'un Beklenti Kuramı'nın bazı kavramlarına eklemeler yaparak kuramı geliştirmişlerdir. Çalışanın alacağı ödül, gösterdiği çaba ve sonrasında yaptığı işten duyduğu tatmin arasında ki ilişki incelenmiştir (Kaçar, 2019:58).

Çalışan, çabasının ödüllerle doğru orantılı olarak tatmin yaratacağına inanırsa, motivasyonu artar. Bu bağlamda, ödüller sadece motivasyonel bir etken değil, aynı zamanda iş performansını ve genel iş tatminini şekillendiren kritik bir faktördür.

b) Eşitlik Teorisi (Adams)



Şekil 2.9. Eşitlik Teorisi (Adams)

Kaynak: Kaçar, 2019:42

J. Stacy Adams, General Electric şirketinde motivasyon üzerine çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bu çalışmaların ışığında eşitlik kuramını geliştirmiştir.

Çalışan kuruma aidiyet hissetmesi bakımından diğer çalışanlarla eşit olduğunu ve adil şekilde değerlendirildiğini bilmek ister. Bu bilişsel farkındalık eğer eşitliği gösteriyorsa çalışanın iş tatmin seviyesi yüksek düzeyde olacaktır (Kaçar, 2019:42).

Bu kapsamda hem örgüt hem de çalışan için bir etik değer yaratılarak güçlü bir bağ kurulabilmektedir. Ödül ve ceza sisteminin ve performans değerlendirmesinin ayırım gözetilmeden yapılması da çalışanı gelişime teşvik ederek örgütler içinde önemli bir avantaj sağlamaktadır.

c) Amaç Teorisi (Locke)

Bu kurama göre çalışanın şahsi amaçları ile çalıştığı kurumda ki başarı arasında ki ilişki incelenmiştir. Locke iş tatminini çalışanın iş sonrası hissettiği olumlu duygular olarak ele almıştır (Kaçar, 2019:42).

Bir çalışanın işinden duyduğu tatmin, onun iş sonrası hissettiği olumlu duygularla şekillenir ve bu duygular hem bireysel verimliliği hem de genel iş memnuniyetini doğrudan etkilemektedir.

2.2.4. İş Tatmini Üzerinde Etkiler

İş doyumu çalışanların işlerini tam ve eksiksiz yapmalarını sağlayan başlıca etkenler arasında görülmektedir. İş doyumuna ilişkin ilk çalışmalar, I. Dünya Savaşı döneminde Taylor (1911) tarafından yapılmıştır. Taylor; çalışanların daha az yorulmaları ve daha yüksek ücret almaları vb. durumların çalışanların verimliliğine katkısı olduğunu savunmaktadır. Fakat çalışanların verimlerinin artmasında sosyal yönlerinin göz ardı edilmesi üzerine, neo klasik görüş ile beraber değişim göstererek sosyal yönlere odaklı bir anlayış hakim olmuştur. Yani üretim temelli anlayış, insan odaklı bir davranışa doğru yön değiştirmiştir (Karabetyan, 2021:88).

İş doyumu, bir çalışanın fiziksel ve ruhsal sağlığının yanı sıra kişisel, bedensel ve ruhsal duygularının göstergesidir. İş ile beraber ne kadar maddi doyum sağlansa da beraber çalışmaktan mutluluk duyduğu iş arkadaşlarının olması ve bir ürünün satın alınmasının getirdiği mutlulukta iş doyumu sağlanmasına olanak sağlamaktadır.

İş doyumu kavramı moral, işin çekici bulunması, iş ile özdeşleşme ve motivasyon kavramları gibi konularla yakın ilişki içerisinde. İş memnuniyeti yüksek olan çalışanın

bireysel performansı üst düzeye çıkmaktadır. Bu bireysel performans artışı şirketin örgütsel performansına yansiyarak rekabet ettiği şirketler üzerinde üstünlük kurmasına neden olmaktadır (Karabetyan, 2021:89).

Yapılan araştırmalara göre; iş doyumunu yüksek olan çalışanların, morali, özgüveni ve performansı artmaktadır. Bu performans artışı, hastalıklar, stres, endişe, şikayetler ve işten ayrılma sayılarının da azalma eğilimi göstermektedir.

İş doyumunu belirleyen faktörlerin; bireysel ve örgütsel olarak iki sınıfta incelenmesi mümkündür.

Bireysel faktörler, kişilerin demografik özelliklerinden dolayı farklı düzeylerde doyum hissi yaşamasına neden olmaktadır. Bireysel faktörleri; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, kişilik, hizmet süresi, medeni durum şeklinde gruplandırmak mümkündür.

Örgütsel faktörler ise; işin yapısı ve özellikleri, maaş, yükselme imkânları, yönetim biçimi, çalışanların arasındaki iletişim, çalışma şartları ve iş güvenliği olarak sıralanmaktadır (Karabetyan, 2021:90).

Bu faktörlerin her biri, çalışanın genel iş tatmini ve performansını doğrudan etkileyerek, örgütsel başarıya katkı sağlamaktadır.

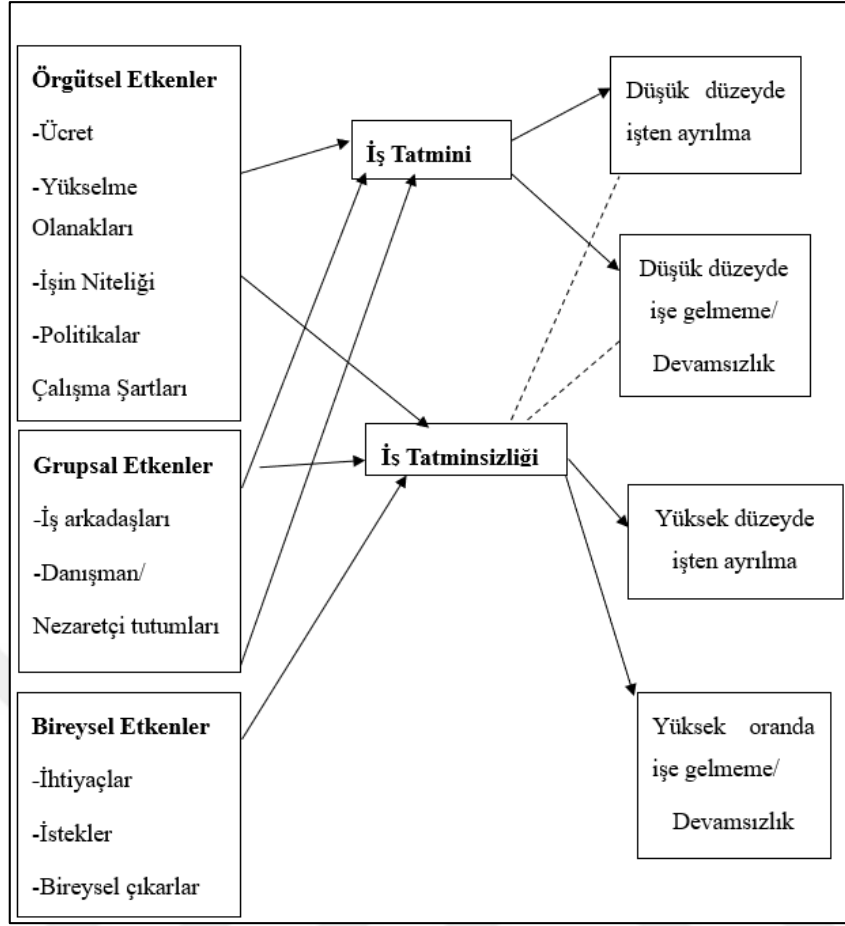
2.2.5. Çalışanlar Açısından İş Tatminin Önemi

Çalışan üzerinde pozitif ve negatif etkiye sahip iş tatmini kavramı çalışma yaşamında kendisini açıkça belli etmektedir.

Bu yüzden çalışanın motivasyonunu ve gelişimini olumsuz yönde etkileyen unsurların belirlenip çözüm yoluna gidilmesi bir zorunluluk halini almıştır.

İşverenler ve organizasyon sahipleri genellikle çalışanların iş tatmini hususunda ki huzursuzluklarını ve isteklerini dikkate almazlar ve personelin bu duruma alışması gerektiğini savunurlar. Ancak unutulmamalıdır ki personelin iş tatmini konusunda yapılacak ilk faaliyetler işveren tarafından yapılmalıdır. İşverenler personelin iş tatmini konusuna ciddi şekilde eğilim göstermelidir. İşverenlerin iş tatmin unsurlarını gözeterek bir ortam oluşturma çabasına girmesi hem çalışanın iş tatmini sağlayacak hem de bu tatmin sayesinde işyeri açısından çalışan bağlılığı sağlanarak şirketin geleceği açısından da önemli bir yol kat edilecektir (Nergiz ve Yılmaz, 2016:3).

İş hayatı insanın yaşamının büyük bir bölümünün geçtiği ve tüm hayatının etkileyen bir ortam olarak öne çıkmaktadır. İş tatmini ve tatminsizliği gibi hususlar çalışanlar üzerinde önemli etkilere sahip olmakla birlikte toplum psikolojisi olarak da ele alınmalı ve iş tatmini yüksek bir toplumun daha verimli ve üretken bir toplum olacağı göz ardı edilmemelidir. Bu verimlilik ve iş tatmini kişinin aile yaşantısı, kültürel vb. ihtiyaçlarına yansiyarak toplumsal psikolojiyi olumlu yönde etkileyecektir.



Şekil 2.10. İş Tatminine, Tatminsizliğine Neden Olan Etkenler ve Sonuçları

Kaynak: <https://slideplayer.biz.tr/slide/13463500/>

2.2.6. İşletmeler Açısından İş Tatmininin Önemi

Çalışanların iş tatmin düzeyleri yüksek ya da düşük olduğunda bu durum hem iş sosyal çevresi hem de günlük yaşam sosyal çevrelerine yansımaktadır. İşinden tatmin olmayan bireyler genelde işten ayrılma, işten kaytarma, stres ve kaygı gibi duygu durum bozuklukları davranış eğilimi göstermektedir.

Üst yöneticilerin en zor görevlerinden biri çalışan bağlılığı sağlamaktır. Bu bağlılığı sağlamanın en iyi yolu da iş tatmin unsurlarına ağırlık verebilmektir.

Yöneticiler personelinin iş tatminini aşağıda bulunan üç nedenden dolayı sağlamak isterler,

- ✓ Personelin iş tatmini düzeylerinin yüksek olması verimliliği arttırdığına,
- ✓ Personelin devamsızlık ya da işe bağlılıklarının sebebinin iş tatmin düzeyleri tarafından belirlendiğine,

- ✓ Yöneticilerin personelini motive etme ve iş tatmin düzeylerini yükseltme sorumlulukları alma gereğinin varlığına olan inançlarıdır.

İş tatminini etkileyen unsurlar ikiye ayrılmaktadır,

- 1) Bireysel Faktörler: Kişilik, tecrübe, yaş, cinsiyet, statü, medeni durum ve eğitim düzeyi
- 2) Örgütsel Faktörler: işin niteliği, terfi imkânı, takdir edilme, eğitim imkanları ve çalışma koşulları olarak ifade edilebilir (Gezer ve Barutçu, 2020: 40).

İş tatmini, çalışanların iş performansını, bağlılık düzeylerini ve genel yaşam memnuniyetlerini doğrudan etkiler. Yöneticiler, iş tatmini unsurlarına dikkat ederek çalışan bağlılığını güçlendirebilir, verimliliği artırabilir ve iş yerindeki olumsuz davranışları minimize edebilirler. İş tatmini hem bireysel hem de örgütsel faktörlerin etkisiyle şekillenir ve her iki faktör de çalışanların iş deneyimini büyük ölçüde belirlemektedir.

2.2.7. Sanal Aylaklık ve İş Tatmini Arasında ki İlişki

Barış (2018), yaptığı araştırmada çalışanların sanal aylaklık yapmalarının iş tatminini etkileyip etkilemediği üzerine çalışmalar yapmıştır. Bu değişkenlerden sanal aylaklık ve iş tatminini tek boyutuyla ele alırken motivasyonu beş alt boyutla incelemiştir. Araştırmanın evreni Eskişehir ilidir.

196 çalışan üzerinde anket uygulanmıştır. Araştırma neticesinde sanal aylaklık davranışının iş tatminine herhangi bir etkisinin olmadığı anlaşılmıştır.

Çavuşoğlu ve Palamutçuoğlu, Manisa Celal Bayar Üniversitesinde 2.675 akademik ve idari personele anket uygulamıştır. Ancak geçerli olarak 375 kişinin anketi incelenmiştir.

Sanal aylaklığı tek boyutla, iş tatminini 2 boyut altında incelemiştir. Araştırma neticesinde iş tatmininin sanal aylaklığı negatif yönlü olarak etkilediği anlaşılmıştır. İş tatminin iki boyutu da (içsel, dışsal) aylaklığı etkilediği görülmüştür.

Özdemir (2016), yaptığı yüksek lisans tezi için sanal aylaklığın iş tatminine etkisini araştırmıştır. Araştırma evreni Aksaray Üniversitesi'ndeki akademik kadro ile memurlardan oluşmuştur. Örneklem olarak 213 kişiye anket uygulanmıştır.

Sanal aylaklık 3 alt boyutla incelerken, iş tatminini tek boyutta incelemiştir. Dinlenme amaçlı sanal aylaklığın iş tatminine herhangi bir etkisi görülmemiştir. Suistimale açık sanal aylaklık ve belirsiz internet kullanımı boyutlarının iş tatminine negatif yönde etki ettiği tespit edilmiştir.

Mc Bride, Milligan ve Nichols, 2006 yılında yaptıkları bir araştırmada sınıf öğretmeni olup yüksek lisans yapmakta olanların verilen ödevleri elektronik olarak göndermeleri istenmiştir.

Öğretmenlerin ödevleri derste öğrencileriyle geçirmesi gereken zamanda gönderip göndermediğine bakılmıştır. Araştırma sonucunda çalışmaya katılan %51'lik kısmın öğrencilere ders vermesi gereken zamanda şahsi ödevlerini gönderdikleri tespit edilmiştir.

Bu da öğretmenlerin ders vermesi gereken zamanda okulun internetini şahsi ödevleri için kullandıkları ve ödev paylaşımını yaparak sanal aylaklık yaptıkları tespit edilmiştir (Kaçar, 2019:50).

Bu ilişkiyi kısaca ifade etmek gerekirse; İş tatmini yüksek olan çalışanlar, daha az sanal aylaklık yapar ve işlerine daha fazla odaklanırken; düşük iş tatmini, çalışanların sanal aylaklık yapma eğilimlerini artırarak verimliliği düşürmektedir.

2.3. İşten Ayrılma Niyeti

Seeman(1959) yabancılaşma kavramının, güçsüzlük, anlamsızlık, kuralsızlık, sosyal uzaklaşma ve kendine yabancılaşma olmak üzere beş unsurdan meydana geldiğini belirlemiştir.

İşe yabancılaşma olarak adlandırılan bu boyutlar özet olarak şöyle açıklanabilir,

1) Güçsüzlük: Marx'ında ifade ettiği üzere, çalışanın işyerinde yapmış olduğu işler üzerinde kontrol sahibi duygusu veya çalışanların iş üzerinde etkisinin sınırlandırılması olarak tanımlanmaktadır (Tummers ve Den Dulk, 2013: 851).

Çalışanların başka insanların veya teknolojik bir sistemin içinde olduğunu düşünmesi ve bu durumun değişmeyeceğine olan inançları sonucu bir duygu ortaya çıkmaktadır (Tekin, 2012: 36).

Özellikle çalışanların şirketin kararlarında söz sahibi olmaması ve karar alınırken dikkate alınmaması gibi unsurlar çalışanlara kendini oldukça güçsüz hissettirebilmektedir.

Bu anlamda çalışanların örgüt üzerinde aidiyet duygusu zayıflamakta ve kendilerini güçsüz hissederek dünyalarını yönetemez duruma geldikleri ileri sürülmektedir (Seeman, 1967: 274).

Şirketler çalışanlarına bazı durumlarda söz hakkı tanımalı, aidiyet duygusunu gerçekleştirmek ve iş tatmini sağlamak adına kararlara katılımı sağlanmalıdır.

Belli periyotlarda çalışanlarla toplantı yapılmalı ve şirketin karlılık düzeyine ciddi manada etki eden insan unsurunun istek ve ihtiyaçları göz ardı edilmemelidir.

2) Anlamsızlık: Bireylerin eylemlerinin kendileri için anlaşılabilir olmaması insanın kendisini adil olarak değerlendirme yeteneğinden yoksun olarak davranışlarının ardında ki iradenin başkasına ait olduğunu düşünerek uyumsuzluk hissetmesi durumudur. Başka bir düşünceye göre; Çalışanın örgütün amacına yönelik katkısının öneminin farkına varmaması ve yapılan işin şirket için önemsiz olduğunu hissetmesi durumudur.

Genel olarak tanımlar bize gösteriyor ki, çalışanlar örgüte yönelik anlamlı bir katkı yaptığını hissetmediği sürece anlamsızlık hissederek işe karşı yabancılaşma duygusunu yaşaması kaçınılmazdır (Babadağ, 2017: 50).

Çalışanlar örgütle bağ kurmalı ve işi sahiplenmelidir. Belli oranda yönetime katkı sunmaları ve kararlar alınırken görüşlerine başvurulmalıdır. Bu yollar birebir görüşme ve çalışan sayısı fazla olan şirketlerde anket vb. yöntemlerle sağlanmalı ve çalışanlara aidiyet duygusunu kazandırmalıdır.

3) Kuralsızlık: Durkhem'in anomi kavramından yararlanarak bireysel ve geliştirilmiş davranışları düzenleyen sosyal normların önemini kaybettiği veya bireylerin davranışlarını etki eden kuralların önemini kaybettiği bir durumu ifade etmektedir (Seeman, 1959:787).

Kuralsızlık yaşayan birey amaçlarına kurallara riayet etmeyerek ulaşacağına inanmaktadır.

Bu durum kurallara uyan ve uymayan olarak bir ikilem yaratmakta ve yönetim mekanizmasına ciddi bir görev yüklemektedir. Kurallar bazı değerler neticesinde ortaktır ve uyulması gereken kurallara uymamak örgüt içerisinde huzursuzluğa neden olabilmektedir. Bu husus işveren tarafından araştırılmalı ve çözüm yolu bulunmalıdır.

4) Sosyal uzaklaşma: Örgüt tarafından yüksek değer verilen misyon ve vizyon gibi amaçların çalışanlar için bir anlam ifade etmemesi durumudur (Tokmak, 2014: 138).

Çalışanların iş arkadaşları, örgüt amaçları ya da örgüt ile ortak bir kimlik taşımaması durumudur (Mottaz, 1981: 516).

Bu konu özelinde yine aidiyet duygusuna değinmektedir. Çalışan bağlılığını sağlamakta zorluk çeken örgütler rekabet yarışında geri kalmaya mahkumdur. Bu %n gerekli aidiyet duygusu maddi ve manevi boyutlarıyla ele alınmalı ve imkanlar dahilinde yüksek düzeyde çalışan bağlılığına yönelik çalışmalara ağırlık verilmelidir.

5) Kendine yabancılaşma: Çalışanın yaşamsal tatmin düzeyinde eksiklik hissetmesi ve sosyal yaşamında zorluk çekmesi durumu olarak ortaya çıkmaktadır (Şimşek vd., 2006: 575).

İş yaşamında birey yaptığı işte kendini gerçekleştiremediğinde ve içsel güdülenmenin olmadığını düşündüğünde kendine yabancılaşma eğilimine girmektedir (Babadağ, 2018:4-5).

Sonuç olarak, içsel güdülenmenin eksikliği ve işte kendini gerçekleştirememe, çalışanların işlerine yabancılaşmasına ve motivasyon kaybına yol açmaktadır.

2.3.1. Sanal Aylaklık ve Çalışan Bağlılığı

Örgütsel bağlılık, çalışanın örgüte ve işe karşı ilgi düzeyine bağlıdır. Örgütsel bağlılık ve iş doyumu arasında kaçınılmaz bir ilişki bulunmaktadır. Bağlılık iş tatmin düzeyine pozitif yönde etki etmektedir. Bu olumlu etki çalışma bağlılığı ve memnuniyeti olarak farklı şekilde ele alınmaktadır (Ovalı, Demir, Baştürk, Sağlık, 2020:2).

Yöneticiler ve danışmanlar, örgütlerin çalışan bağlılığı olmadan hedeflerine ulaşamayacağına inanmaktadır. Bu minvalde çalışan motivasyonu sağlanması kritik bir önem arz etmektedir.

Örgütsel bağlılığı etkileyen unsurlar kişisel, örgütsel ve örgüt dışı unsurlar olarak gruplandırılmaktadır.

1) Kişisel faktörler: İş beklentisi, psikolojik anlaşma ve şahsi kriterlerdir.

2) Örgütsel Faktörler: İşin niteliği, yönetim ve liderlik şekli, maaş düzeyi, denetim, takım çalışması, rol çatışmaları, örgütsel adalet ve kültür düzeyleridir.

3) Örgüt dışı faktörler: Yeni iş bulma fırsatları ve profesyonelliktir.

Örgütsel bağlılık örgütsel davranış araştırmalarında sıklıkla ele alınan konular arasında bulunmaktadır.

Yapılan çalışmalar sonucunda örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti arasında ki ilişkide iş tatminine kıyasla daha anlamlı bağlantıya sahip olduğu, çalışan sahtekarlığına örgütsel bağlılığın etkisi ile iç denetim ve örgütsel adalet etkinliğinin negatif etki gösterdiği (Manurung vd., 2015), erdemli liderlik, bireysel performans ve örgütsel bağlılık arasında ilişkiyi ortaya koyan çalışmada çalışan algılarına göre, liderlik sanatının üç unsuruna göre (değerlere dayalı liderlik, azim ve olgunluk), özellikle duygusal ve normatif boyutlarda örgütsel bağlılığa katkıda bulunduğu ve devamında pozitif yönde çalışan performansına katkıda bulunduğu tespit edilmiştir. (De Araújo ve Lopes, 2014).

Bunların yanı sıra örgütsel kimlik davranışı, birey yönetici uyumu, kurumsal ve kişiler arası güven konuları da örgütsel bağlılık ile yakından ilgili olduğu gözlemlenmiştir (Sökmen ve Şimşek, 2016:608-611).

Motivasyon artırma yöntemleri 3 ana başlık altında toplanabilir,

1) Ekonomik Motivasyon Araçları:

- ✓ Ücret artışları
- ✓ Primli Ücret Sistemi
- ✓ Kar ortaklığı
- ✓ Ekonomik Ödüller

2) Psiko-Sosyal Motivasyon Araçları:

- ✓ Bağımsızlık
- ✓ Sosyal Etkinlikler
- ✓ Örgütsel Destek
- ✓ Öneri Sistemi

3) Örgütsel ve Yönetimsel Motivasyon Araçları

- ✓ Amaç birliği
- ✓ Sağlıklı İletişim Kanalları
- ✓ Eğitim ve Terfi Olanakları
- ✓ Fiziksel Çalışma Koşulları

(<https://cronomhr.com> ,Erişim Tarihi:03.10.2024)

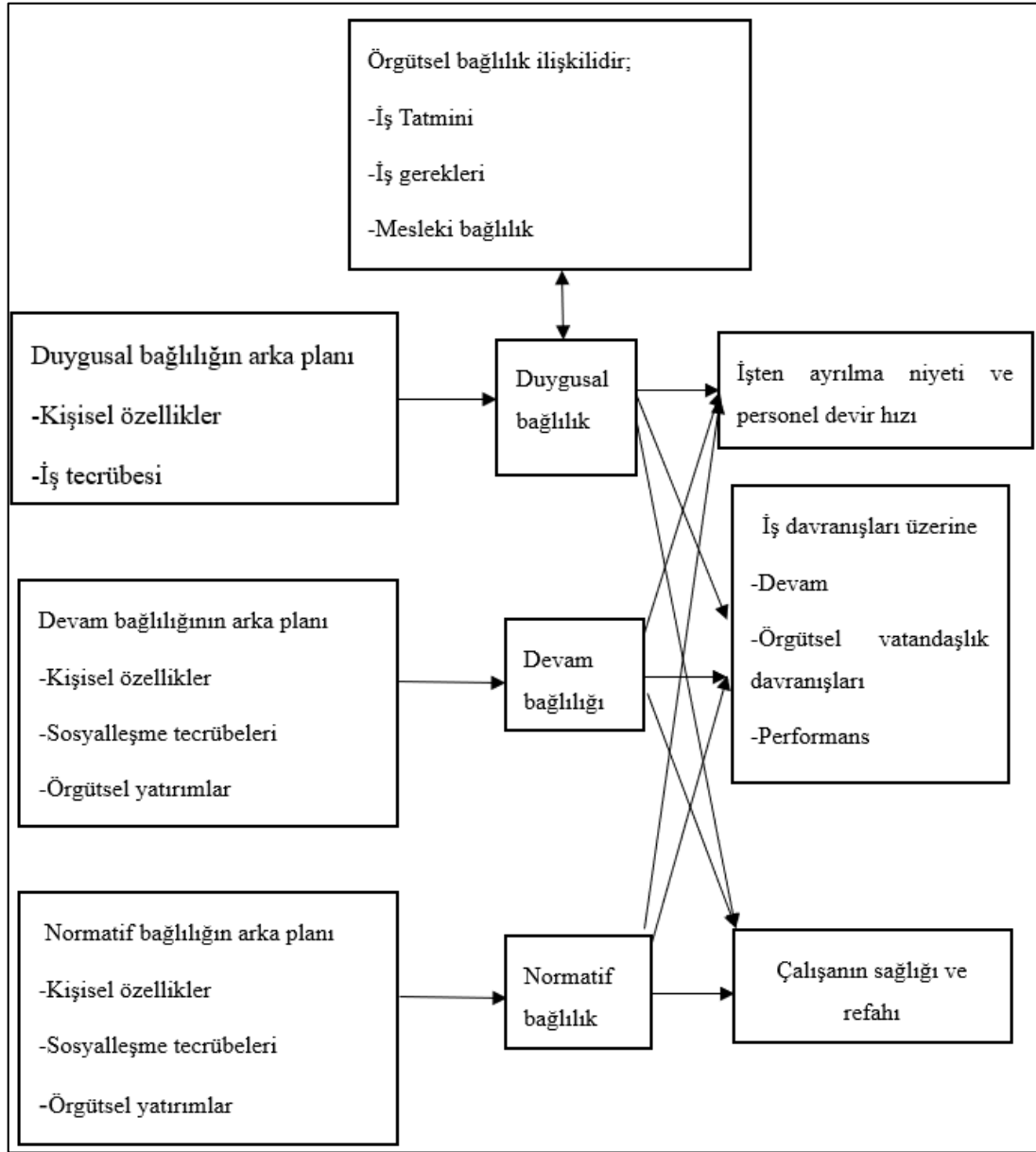
Meyer ve Allen (1997), örgütsel bağlılığın analitik bakış açısını; duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık olmak üzere üçe ayırmıştır.

1) Duygusal Bağlılık: Bir çalışanın örgütsel değerlere olan yüksek bağlılığıdır. Örgüte duygusal bağlılık konusunda en önemli unsur iş tecrübesi olarak dikkat çekmektedir.

2) Devam Bağlılığı: Bir çalışanın aynı iş yerinde çalışmaya devam etme isteğidir. Örgütsel devamlılık unsuru iki ana faktöre bağlanmıştır. Bunlar kişilerin yapmış oldukları yatırım miktarı ve algılanan alternatif yokluğudur. Çalışan alternatiflerin az olduğuna inanırsa işyerinde uzun yıllar çalışabilir.

3) Normatif Bağlılık: Bir çalışanın bulunduğu kuruma karşı sorumluluk hissetmesidir.

Bu sorumluluk duygusu kişisel özellikler, sosyal deneyim ve örgütsel yatırım olmak üzere sınıflandırılabilir (Aktaran Ovalı, Demir, Baştürk, Sağlık, 2020:2-3).



Şekil 2.11. Meyer ve Allen Örgütsel Bağlılığın Analitik Bakış Açısı

Kaynak: Meyer vd., 2002:22

2.3.2. İşten Ayrılma Üzerinde Etkiler

Porter'a göre; iş yaşamında çalışanların işten tatmin olup olmamasına etki eden kişilik özellikleri, iş özellikleri maddi, manevi ve duygusal nedenler gibi iç ve dış faktörler çalışanların örgütten soğumasına ve sonunda ayrılmasına neden olan etkenler arasında yer almaktadır (Aktaran Sökmen ve Erdoğan; 2019:247-248).

İşverenler açısından çalışanın işletmeye kazandırılması için maliyet ve performans odaklı iki temel odak bulunmaktadır. Çalışanların oryantasyonu esnasında yaşanan zorluklarla mücadele eden işveren birçok problemi kendi başına çözmek zorunda kalmaktadır. Çalışanların işten ayrılma niyetine sahip olmaları zamanla işten ayrılmalarına neden olacaktır (Tett and Meyer, 1993:259).

Çalışanların işten ayrılma niyetine sahip olmalarında en büyük etken iş ortamında bulunan sıkıntılardır. Bu sıkıntılar arasında maddi manevi birçok etmen bulunabilir (Rusbult vd., 1988: 599).

İş ortamındaki sıkıntılar, çalışanların işten ayrılma niyetlerini doğuran en önemli faktörlerdir. Maddi ve manevi etmenler bu sıkıntıların temelini oluşturur ve bu durum çalışanların işten memnuniyetsizliklerini artırarak ayrılma kararına yol açabilmektedir.

2.3.2.1. İşten ayrılma niyeti

İşten ayrılma, işinden memnun olmayan çalışanların işlerinden ve çalışan bağlılığı geliştirme konusundan uzak biçimde davranışlar gösterme eğilimleridir.

Bir başka tanıma göre, işten ayrılma niyeti bireyin bilinçli ve sistematik biçimde örgütü terk etmeyi amaçlamasıdır. Genellikle belirli bir süre aralığında (6 ay) ölçülür ve işi sonlandırma, alternatif iş arama gibi seçeneklere sahiptir.

Mowday vd. (1982) göre, örgütsel bağlılığın en belirgin sonucu işten ayrılma niyetinin ve dolayısıyla iş gücü devir oranının azalmasıdır. Bu duruma göre örgütsel bağlılığı düşük olan bireylerin işten ayrılma niyetinin daha fazla olduğu değerlendirilmektedir. Bu konuda yapılan araştırmalar işin çeşitli durumlarına ilişkin tatminsizlik derecesinin işten ayrılmalara ciddi etkisi olduğunu ve örgütsel bağlılık derecesinin artmasıyla birlikte işten ayrılma sorunun azalma eğilimi göstermesinin önemli etkisi olduğu saptanmıştır(Aktaran Sökmen ve Erdoğan, 2019:247-248).

İşten ayrılma niyeti taşıyan bir bireyin aslında ayrılma istediği örgütün kendisidir. Alternatif iş imkanları ise başka örgütleri tanımlamaktadır.

Tett ve Meyer de işten ayrılma niyetinin birçok araştırmada isteğe bağlı iş devri, örgütsel bağlılık, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti ile olan ilişkisi için kurulan hipotezleri desteklemektedir (Aktaran Sökmen ve Erdoğan, 2019:247-248).

Arnold ve Feldman (1982), Bluedorn (1982) iş tatmini ve örgütsel bağlılığın iş devri ve işten ayrılma niyeti ile negatif ilişkili olduğuna dair atıfta bulunmuştur (Sökmen ve Erdoğan, 2019:247-248).

Bununla birlikte, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki negatif ilişki, işten ayrılma niyetinin azalmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çalışanların bağlılık düzeylerinin arttığı bir ortamda, işten ayrılma oranları düşer ve bu durum örgütsel başarıya katkı sağlamaktadır.

2.3.2.2. İşten ayrılma niyeti kavramı

Günümüzde örgütlerin en büyük sorunu nitelikli çalışan bulma güçlüğüne ek olarak hızlı bir iş gücü devir kaybı oranıdır. İşten ayrılmanın birçok özellik taşıdığını bilmekte fayda vardır. Bu etmenler arasında, demografik unsurlar, maddi ve manevi problemler, işverenin baskıcı bir yönetim anlayışına sahip olması, fiziki şartlar ve imkanlar gibi unsurlar bulunmaktadır. Çalışanlar bu etkilerin neticesinde iş tatminsizliği ve performans düşüklüğü yaşayarak işten soğumakta ve işten ayrılmalarına neden olmaktadır (Lambert, 2006:59).

Çalışan ve örgütün aynı bakış açısına sahip olmaması gibi etmenlerde çalışanın işten ayrılmasına neden olmaktadır. Örgütlerin çalışanlar olmadan hayatta kalması imkansızdır.

Bu mihvalde örgütler çalışanların memnuniyetini artıracak önlemler alabilmeli ve rekabet yarışında rakiplerine karşı direnebilmelidir. Bu direnci kıran en önemli nokta çalışan memnuniyetsizliğidir (Arslan, 2022:22).

Bu bilgiler ışığında iki tarafta birbirini anlayabilmeli işverene düşen görevlere ek olarak çalışanlarda bu konular üzerinde işverene destek olabilmelidir. Çünkü işgücü kaybı yeni maliyetlere neden olarak şirketleri zarara uğratan ana değişkenlerden biri olarak göze çarpmaktadır.

Tett ve Meyer'e göre; işten ayrılma niyeti bilinçli ve önceden planlanmış şekilde örgütü terk etme davranışı olarak göze çarpmaktadır (Aktaran Sökmen ve Şimşek, 2016:608-611)

İşten ayrılma niyeti, düşünsel ve eylemsel davranış arasında ki bağlantıyı kurma ile sonuçlanan bir karar verme mekanizması olarak görülmektedir.

Hughes'a göre; bu olasılık bireyin davranışına davranış hedefine ve davranışın ne zaman oluşacağına bağlıdır (Aktaran Sökmen ve Şimşek, 2016:608-611).

Kaur'a göre; işten ayrılma niyeti: yaş, cinsiyet, tazminat, hizmet yılı, deneyim, ücret politikası ve iş piyasası olmak üzere çeşitli faktörlerden oluşmaktadır. Diğer yandan yönetim

tarzından memnuniyet duyma, ücret politikası, örgütsel bağlılık ve prosedürel adalet gibi faktörler işten ayrılma niyetini etkilemektedir (Aktaran Sökmen ve Şimşek, 2016:608-611)

İşten ayrılma niyetini Russ ve McNeilly (1995) iş tatmini, bağlılık, tecrübe, cinsiyet ve performans ile, Mulki vd., (2008) etik iklim, eylem ve stres teorisi ile, Wong ve Laschinger (2015) iş stresi, tükenmişlik ve örgütsel bağlılık ile, Khanin (2013) merkezci ve merkezkaç güçlerin yönetimi ile, Nohe ve Sonntag (2014) iş-aile dengesizliği ve sosyal destek ile, Gim vd., (2015) rekabetçi psikolojik iklim ve duygusal bağlılık ile ilişkilendirmişlerdir.

Örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti birbirine zıt olan kavramlardır. Örgütsel bağlılık iş görenlerin işe devam etme eğilimi iken, işten ayrılma niyeti ise işi bırakma eğilimi olarak görülmektedir.

Bu iki kavram birçok araştırmada birlikte değerlendirilmektedir. Literatür taraması genelde işten ayrılma niyeti ile örgütsel bağlılık arasında negatif bir bağ olduğunu ortaya koymaktadır (Tett ve Meyer, 1993; Jaros, 1997; Schwepker, 2001; Joo ve Park, 2010).

Bu araştırmalara göre;

H3: Örgütsel bağlılık ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır. Hipotezi ortaya atılmıştır (Sökmen ve Şimşek, 2016:608-611).

2.3.2.3. İşten ayrılma niyetine etki eden faktörler

Çalışanlarda işten ayrılma niyeti önce davranışsal daha sonra eyleme geçen bir süreç olarak işten ayrılma ile sonuçlanmaktadır. Bu davranışsal boyutun oluşması birçok bileşen etmenin neticesinde gerçekleşmektedir. İşten ayrılmalar, memnuniyetsizlik, ayrılma düşüncesi, ayrılma niyeti ve işten ayrılıp bulunan iş arasında kıyaslama yaparak faydacılık anlayışıyla bakmak gibi süreçlerle baş göstermektedir.

Şirketler çalışanlarına uzun vadeli olarak bakan bir stratejik anlayışa sahip olurlarsa resen çalışan memnuniyetini artacak ve örgütler arası rekabette ön plana çıkacaktır(Arslan, 2022:23).

Kuruluşundan beri Hacı Ömer Sabancı Holding'in Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yapmış olan Sakıp Sabancı, 7 Nisan 1933 tarihinde Kayseri'nin Akçakaya köyünde fakir bir çiftçi ailesinin çocuğu olarak dünyaya gelmiştir.

Sakıp Sabancı (1933-2004)'nın iş hayatında başarı için 15 öğüdü vardır:

- 1) Hedefinizi belirleyin.
- 2) Ayran gönüllü olmayın.

- 3) Zigzag yapmayın.
- 4) Güçlük ile başarısızlığı birbirinden ayırın.
- 5) Cepheyi daraltın, dar cepheden hücumla geçin.
- 6) Geçmişe bağlanmayın, ancak ders alın.
- 7) Ustanın yanında çırak olun, işi öğrenin.
- 8) Tek adam olma devrini kapatın.
- 9) Şov yapmayın.
- 10) Başarıya ulaşanları inceleyin.
- 11) Kendi çalışacağınız takımı kurun.
- 12) Çekirdek kadroyu kaçırmayın.
- 13) Başarıyı para ile mükafatlandırın.
- 14) Adam yetiştirin ve takımınızı koruyun.
- 15) Masada oturan yönetici olmayın.

Yukarıda bahsi geçen öneriler bir başarı sonucunda yaşanan deneyimlerin toplamıdır. Ders alınması gereken güçlü bir liderlik anlayışına sahip olan Sakıp SABANCI (1933-2004) halkın içinden gelen ve fakirlikte dahil birçok tecrübeyi tatmış ender insanlardan biridir.

Günümüzde şirketlerin özellikle uzun vadeli stratejik hedefler belirleme, çekirdek kadro kurma ve geçmişten ders çıkararak geleceğe yön verme konularında eksik kaldığı görülmektedir. Çalışanların bir ödül mekanizmasına bağlanarak tatmin düzeyini arttırmaya yönelik bazı anlayışlar mevcuttur. Fakat burada bahsi geçen ana unsur çalışanlara uzak patron anlayışı sisteminin uzun vadede başarılı olamayacağıdır. Merhum Sakıp Sabancı çalışanlara yakın olarak hem onların gönülleri kazanmış hem de iş tatmin oranını yükselterek işgücü kaybına büyük oranda engel olmuştur (<https://selinyetimoglu.com/2014/09/29/masada-oturan-yonetici-olmayin/>)

Günümüzde Sabancı Holding A.Ş. ,40 milyondan fazla müşteriye,14 ülkede yaklaşık 65 bin çalışan ile hizmet vermektedir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Sabanc%C4%B1_Holding)

Sabancı Holding A.Ş.'nin 40 milyondan fazla müşteriye ve 60 bin çalışana ulaşmasının temeli, stratejik yatırımlar, çeşitlendirilmiş iş alanları, uluslararası büyüme, inovasyon odaklı yaklaşım ve güçlü kurumsal yapıdır. Bu unsurlar, şirketin sürdürülebilir büyümesini ve küresel başarıyı elde etmesini sağlamaktadır.

2.3.2.4. Çevresel faktörler

Örgütler açık sistemler olduğu için örgütsel yapıyı belirlemede çevresel faktörler önemli yer tutmaktadır. Çevreden aldıkları girdileri ekonomik değer olarak değiştirip çıktı olarak geri iade etmektedir. Örgütlerin yapısını toplumun yapısı, arz ve talepleri belirlemektedir.

Örgütteki liderler ve rakipler, devletler yasalar örf ve adetler örgütü doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir (Mucuk, 2006:173).

Bir bireyin işten ayrılmasına ekonomik yapı, ikame işler, yasalar, sosyal unsurlar ve bu davranışa neden olan aile durumu etkisi görülmektedir.

Kişilik ve aile özelliklerine ek olarak psikolojik problemlerde işten ayrılmalara büyük oranda etki etmektedir. Bireysel ihtiyaçların değişmesi çevresel değişime neden olmaktadır. Bu ihtiyaçlar, evlilik, hastalık, iklim, eğitim gibi etmenlerden oluşmaktadır (Kaya, 2010:44).

2.3.2.5. Örgütsel faktörler

İşten ayrılma niyeti olan çalışanların en büyük nedenlerinden birisi örgütsel bağlılık konusunda zayıf bağlar kurmasından kaynaklıdır. Bu bağlamda negatif yönlü tutum ve genel olarak çalışanların işten ayrılmalarına, şirketlerin ücret politikası ciddi manada etki etmektedir.

Bu ücret politikası sonucunda alternatif iş arama ön plana çıkmaktadır. Alternatif iş arayanların genel olarak genç ve eğitimli çalışanlar olduğu gözlemlenmiştir. Yaşlı ve eğitim düzeyi düşük olan çalışanların işten ayrılma konusunda düşük profil izlediği gözlemlenmiştir.

İşten ayrılmalara en çok örgütün yapısı, örgütün iş yükü, örgütsel hiyerarşi ve örgüt iklimi büyük oranda etki etmektedir. Bu etkilerin pozitif yönde geliştirilmesi ve çalışan bağlılığı sağlanması büyük önem arz etmektedir (Arslan, 2022:23).

2.3.2.6. Bireysel faktörler

Cotton ve Tuttle'a göre; örgüt içinde bireylerin çalışma yılı, yaşı, ekonomik düzeyi, aile sorumlulukları, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durumu, çocuk sayısı gibi faktörler ön plana çıkmaktadır (Aktaran Örücü ve Hasırcı, 2020: 297).

Lewis'e göre; örgüt içinde uzun zamandır çalışan ve yaşı büyük olan çalışanların eğitim düzeyleri düşük ve genç çalışanlara kıyasla örgütsel bağlılığı daha yüksek olarak ön plana çıkmaktadır (Aktaran Örücü ve Hasırcı, 2020: 297).

Örgüt içi iklim ve adalet ilkesi yüksek olan şirketlerde bağlılık düzeyi pozitif yönde etkilenmektedir. Çalışanların bağlılığını sağlama konusunda eğilim gösteren şirketlerin rekabet gücü artış göstermektedir.

2.3.3. Sanal Aylaklık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki

Anandrajan'a göre; günümüzde teknoloji kullanımının artmasıyla örgütlerde bilgi iletişim teknolojileri geniş olarak yer almıştır. Bu teknoloji sayesinde işlerin kısa süreli, etkin şekilde yapılmasına ve maliyetlerin azaltılmasına neden olmuştur. Bu durum ayrıca girdilerin ekonomik değerinin artmasına ve ürünlerin arz talep dengesine gelerek ürün yaşam süresinin uzamasına ve ürünlerin pazarlama kolaylığı sağlanmasına olanak tanımaktadır (Aktaran Örücü ve Hasırcı, 2020: 297).

Örgüt ortak bir hedefe ulaşmak için birden fazla kişiden meydana gelen bir topluluktur. Örgüt yöneticileri, çalışanların performansını negatif yönde etkileyen unsurlara karşı çeşitli çalışmalar yapsalar da çalışanlarla alakalı bazı sorunlar ön plana çıkmaktadır. Günümüzde iş gücü devrine neden olan en kritik etmenlerden biri sanal aylaklık olarak ön plana çıkmaktadır (Örücü ve Hasırcı, 2020: 297).

Sanal aylaklık hakkında yapılan araştırma sonuçlarına göre, iş saatlerinde bireysel internet kullanımının iki saatten az olarak iş ile alakalı olmayan internet kullanımı olduğu ortaya çıkmıştır.

Aku'ya göre; Örgütlerde çalışanların yarısından fazlası şahsi internetlerini kullanarak e mail hesabına, sosyal ağlara, cinsellik ve kumar içerikli sitelere eğlence amacıyla bağlanmaktadır. Bu tip bağlantıları genelde erkek çalışanlar gerçekleştirmektedir (Aktaran Ünal ve Tekdemir, 2015:95)

Jamaluddin'e göre; İş yerlerinde bazen çalışanlar kişisel internet yerine işyerinde bulunan wifi vasıtasıyla internete bağlanarak akıllı telefon ve bilgisayarla işlemlerini gerçekleştirmektedir (Aktaran Ünal ve Tekdemir, 2015:95)

Bu bağlamda yasaklı sitelere giren çalışanlar örgütün yasal müeyyide ve para cezası gibi hukuki işlemlerle uğraşmasına neden olmaktadır (Ünal ve Tekdemir, 2015:95).

Bireyin örgüte karşı olan memnuniyeti işten ayrılmasına neden olan en önemli etkindir (Arslan, 2022:24).

2.4. Sanal Aylaklık ve İş Performansı

Sanal aylaklık ve iş performansı arasındaki ilişki, kişilerin interneti iş fonksiyonlarıyla kullanım düzeyine göre bölünmüştür. Kontrollü ve kısa süreli sanal aylaklık, insanların zihinsel olarak yenilenmesine ve motivasyonlarının artırılmış katkı sağlamasına olanak sağlar. Ancak aşırı ve sürekli sanal aylaklık, iş görevlerine odaklanmayı zorlaştırarak verimliliği düşürebilir. Literatürde sanal aylaklığın, çalışanların zaman yönetimine, iş tatminine ve bağlılığına bağlı olarak iş performansı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerin doğurabileceği vurgulanmaktadır.

2.4.1. İş Performansı Üzerinde Etkileri

Çalışanların bilgisayar başında vakit geçirmelerinin örgüte sağlayacağı pozitif faydalarla birlikte negatif etkileri de göze çarpmaktadır. İnternet kullanımının çalışanların farklı bilgi kanallarına ulaşma ve işyerinin verimliliğine katkı sağlama, stres atma ve yüksek iş tatmini ve hayal gücü gibi konularda örgütün menfaatine olan katkılar sunmaktadır. Bu duruma ek olarak bilgisayar ve internet teknolojilerinin kişisel amaca yönelik kullanımı, insan kaynaklarının ve zamanın verimli kullanılmamasına ve işletmelerin hukuki anlamda zorluklar yaşamasına neden olan etkenler barındırmaktadır (Özdem, Demir,2015:2).

Bilgisayar ve internet teknolojilerinin kişisel amaçlı kullanımının artmasıyla birlikte ortaya çıkan bu sorunlar, bireylerin ve işletmelerin dikkatli olmasını gerektirmektedir. Zaman yönetimi, bilinçli kullanım, yasalara uygunluk ve sağlık gibi faktörlere özen göstererek, bu teknolojilerin faydalarından en üst düzeyde yararlanırken olumsuz etkilerinden korunmak mümkündür. Unutulmamalıdır ki, teknoloji bir araçtır ve amacına uygun kullanıldığında hayatımızı kolaylaştırır. Ancak, kontrolsüz ve bilinçsiz kullanımda ise ciddi sorunlara yol açabilmektedir.

2.4.2. İş Performansı Kavramı ve Sınıflandırması

Fındıklı'ya göre; Örgütlerin yaşamlarına uzun vadeli devam edebilmesi, globalleşen dünyaya ayak uydurabilmesi ve diğer rakiple karşı rekabet gücünü koruyarak ve artırarak devam edebilmesi için çalışan performansını verimli ve etkin bir şekilde yönetebilmelidir (Aktaran Özkan; 2017:63)

Bu noktada iş performansı oldukça önemli bir parametre olarak ön plana çıkmaktadır.

Campbell (1990)'a göre iş performansı, “Örgütlerin amaçlarına ulaşmasına katkıda bulunan ve bireylerin yetkinlik seviyelerine göre ölçülebilen bireysel davranışlar bütünü” olarak tanımlanmaktadır.

Rotundo'ya göre iş performansı, örgütsel ve bireysel performans olarak ikiye ayrılmaktadır.

Örgütün başarısına etki eden bireysel performansa ek olarak örgütün yapısı, çevresi, amaçları ve hedefleri de büyük rol oynamaktadır.

Bireysel performansın örgütlerin gösterdiği toplam performansın ana unsurunu oluşturduğu gözlemlenmiştir.

Bir örgütün performansının çalışanın gösterdiği performansa eş değer olduğu ve iyi performansın örgütsel başarının anahtarı olduğunu belirtilmiştir(Aktaran Özkan; 2017:63).

Çalışan performansı hakkında literatürde çeşitli sınıflandırmalar bulunmaktadır. Bunlar (Özkan, 2017:63);

- ✓ Campbell'in çok faktörlü modeli
- ✓ Borman ve Motowidlo sınıflandırması
- ✓ Örgütsel vatandaşlık davranışı
- ✓ Genel performans faktörü
- ✓ Uyumsal performans
- ✓ Tett ve Burnett'in kişilik özelliği temelli modeli

2.4.2.1. Campbell çok faktörlü sınıflandırması

Campbell'a göre, örgütün hedeflerine ulaşması yönünde davranışlar bulunduğu ve bu davranışlara etki eden birçok faktör ve sonuçlar bulunduğu dikkat çekmektedir.

Performansı belirleyen faktörleri üç boyutta ele almaktadır. Bunlar;

- 1) Bildirime Dayalı Bilgi: Hedefler, prensipler, kendini tanıma ve olgular
- 2) Yönetimsel Bilgi ve Beceri: Bilişsel, psikomotor, fiziksel ve beşerî ve özyönetim
- 3) Motivasyon: Çaba, çaba düzeyi, çabada ısrar

Bu üç faktörün de sekiz farklı bileşenden oluştuğu ele alınmaktadır. Bunlar;

- 1) İşe özgü görev yeterliliği: Sadece o işe özel olan yetkinlik derecesi
- 2) İşe özgü olmayan görev yeterliliği: Genel işler için gerekli özellikleri kapsama yetkinliği

- 3) Yazılı ve sözel iletişim bağlamında görev yeterliliği: Çalışanların sözel iletişim gücü ve kendini ifade edebilme yeteneği
- 4) Gösterilen çaba: Her koşulda çalışanın işine karşı olan motivasyonu
- 5) Bireysel disiplini koruma: Çalışanın kurallara karşı tutumu ve davranışları
- 6) Çalışma arkadaşlarının ve takımın performansını kolaylaştırma: İşletme içerisindeki oryantasyon yardımı ve destek
- 7) İdare ve Liderlik: Ödül ve ceza sistemi
- 8) Yönetim: Hedef denetim ve organizasyonlar

2.4.2.2. Borman ve Motowidlo rol içi ve dışı iş performansı sınıflandırması

Borman ve Motowidlo (1993) 'a göre performans ikiye ayrılmıştır. Bunlar;

1) Görev Performansı (Rol içi Performans – Task Performance): Çalışanların örgütün teknolojik sürecine katkısı ve doğrudan ihtiyaç duyulan hizmet ve malzeme ile sağladıkları katkı ve davranışlar bütünüdür.

Görev performansına örnek olarak bir satıcının sattığı ürün konusunda bilgi sahibi olması pazarlama yeteneği ve şirkete karlılık düzeyinde satışlarıyla katkı sağlamasıdır.

İkinci örnek olarak; itfaiye erinin havalandırma prosedürlerini bilmesi yangının türüne göre (katı sıvı, gaz, elektrik vb.) hangi madde ile müdahale edeceği gibi hususlarda bilgi sahibi olması ve gerekli psikolojik ve fiziksel yetkinlik gibi durumlar ön plana çıkmaktadır.

Görev performansı ikiye ayrılmaktadır;

- ✓ **Teknik ve Yönetimsel Görev Performansı:** Planlama ve organizasyon, iş kararı, teknik yetkinlik, idari ve evrak işleri vb. liderlik odağından uzak olan görevleri içermektedir.
- ✓ **Liderlik Görev Performansı:** Rehberlik etmek, yönlendirmek, astları motive etmek ve geribildirim sağlamak gibi liderlik odaklı görevleri içermektedir (Aktaran Kuznek, 2019:38).

Rehberlik etmek yönlendirmek güdülemek ve tecrübe aktarımı gibi liderlik odaklı görevleri içermektedir.

2) Bağlamsal Performans (Rol Dışı Performans – Contextual Performance): Görev tanımı içerisinde yer almayan ancak görev performansını destekleyen ve örgüte katkısı bulunan çalışanın kişilik ve niyetinin ön plana çıktığı bir kavramdır. Bağlamsal performans görev aktiviteleri ve süreçler açısından örgütler için adeta bir katalizör

görevi görmektedir. Bu bağlamda örgütleri örgütsel sosyal ve psikolojik olarak şekillendirerek etkin olmaya çalışmaktadır.

Bu faaliyetler resmi olarak bir işin parçası olmayan ancak örgütler için çok önemli olan etik davranışlar ve dayanışma ruhunu içermektedir.

Bağlamsal performans faaliyetleri beş ana unsurdan oluşmaktadır. Bunlar;

- ✓ Kendi görevlerini başarılı bir şekilde bitirmek, gayret ve tutkulu olmak
- ✓ Sorumluluğunda olmayan görevleri gerçekleştirme adına gönüllü olmak
- ✓ Diğer çalışanlar ile yardımlaşma ve dayanışma içinde olmak
- ✓ İşletme prosedür ve kurallarına riayet etmek
- ✓ İşletmenin misyon ve vizyonuna sahip çıkmak ve destek olmak

Bağlamsal performans ile görev performansı arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır.

Görev performansı daha çok bilişsel yetenekler içerirken, bağlamsal performans nedenleri ise kişilik özellikleri içermektedir. (Borman ve Motowidlo, 1997; Borman ve Motowidlo, 1993 akt. Goodman ve Svyantek, 1999).

2.4.2.3. Organ'ın örgütsel vatandaşlık davranışı sınıflandırması

Örgütsel vatandaşlık davranışı (Organizational Citizenship Behavior- OCB) kavramının ilk olarak Smith, Organ ve Near (1983) ile Bateman ve Organ tarafından ortaya çıkarıldığı görülmektedir. (Borman ve Motowidlo, 1997).

Organ (1988) örgütsel vatandaşlık davranışını; Resmi bir ödül sistemi tarafından tanınmayan ve işletmenin işlemesi adına destek veren bireysel davranışlar bütünüdür.

Diğer bir tanımla; işletmeye bağlılık derecesinde diğer çalışanları da etkileyerek ve yardımcı olarak işletmeyi desteklemek ve amaçlarına ulaşma konusunda gayretli olmak konusuna değinmiştir.

Örgütsel vatandaşlık kavramı ile Borman ve Motowidlo'nun performans sınıflandırmasında yer alan bağlamsal performans kavramı arasında ciddi benzerlikler görülmektedir.

Örgütsel vatandaşlık kavramı boyutları beş ana unsura toplanmaktadır. Bunlar;

- ✓ Fedakârlık,
- ✓ Nezaket,
- ✓ Centilmenlik,

- ✓ Toplumsal değerler
- ✓ Uyum göstermek

Örgütsel vatandaşlık kavramı ile bağlamsal performans arasında ciddi benzerlikler olmasına karşın, iki farklı noktaya dikkat çekilmektedir.

Bunlar; rgtsel vatandaşlık kavramında ek olarak çaba gösterilmesi gerekirken, bağlamsal performans kararlarının ek çaba gerektirmediği dikkat çekmektedir.

Ödüllendirme sistemini reddeden örgütsel vatandaşlık davranışı sistemine karşı bağlamsal performans davranışları ödüllendirme sistemini kabul etmektedir.

2.4.2.4. Viswesvaran, Schmidt, Ones genel performans faktörü sınıflandırması

Viswesvaran’a göre iş performansı değerlendirilmesinde, halo etkisinin ve diğer kaynak değerlendirmelerinin hatalarını etkisi olduğunu ve bu etkilerin kontrol edilmesi sonucunda dışında kalan kalan bölümü “genel performans faktörü” olarak nitelendirmektedir.

Bu kapsamda Viswesvaran vd. (2005) dokuz boyuttan oluşan bir sınıflandırma ortaya çıkar mıştır. (Viswesvaran vd., 2005: 114)

Bunlar;

- ✓ Kişilerarası Yeterlilik: Çalışanların iş arkadaşları, iş ortamı (müşteriler, tedarikçiler vb.) genel kabul görme derecesidir. Bu dereceler davranışsal boyutu daha çok ele almaktadır.
- ✓ Yönetimsel Yeterlilik: Çalışanın bulunduğu sorumluluk bölgesini yönetme ve farklı rollerde ki koordinasyonu sağlama becerisi olarak değerlendirilmektedir
- ✓ Kalite: Tamamlanan görevlerin kalitesi hataların minimal düzeyde veya hiç olmaması, özelliklerin doğruluğu ve fire miktarı ile ilgili konuları ele almaktadır.
- ✓ retkenlik: Yapılan işin miktar derecesidir. Çalışanın satış ve üretim miktarını ölçerek derecelendirmektedir.
- ✓ çaba: Gösterilen çaba miktarının iyi bir iş çıkarabilme adına ölçülerek değerlendirmeye alınmasıdır.
- ✓ İş Bilgisi: Çalışanın iş konusunda ki bilgisini ve bu bilgiyi işler halde tutarak güncel bulundurmasını ve gelişimini değerlendirmektedir.
- ✓ Liderlik: Çalışanın diğer çalışanlara performans ve güdüleme konusunda ilham vermesi ve öncülük etmesi olarak değerlendirilmektedir.

- ✓ Otorite Kabulü/Uyum: Çalışanın yasalar ve yönetmeliklere hakkında genel kabul durumunu değerlendirmektedir.
- ✓ İletişim Yeterliliği: Çalışanın sözlü ve yazılı olarak bilgi aktarım yeterliliğidir.

2.4.2.5. Pulakos, Arad, Donovan, Plamondon uyumsal performans sınıflandırması

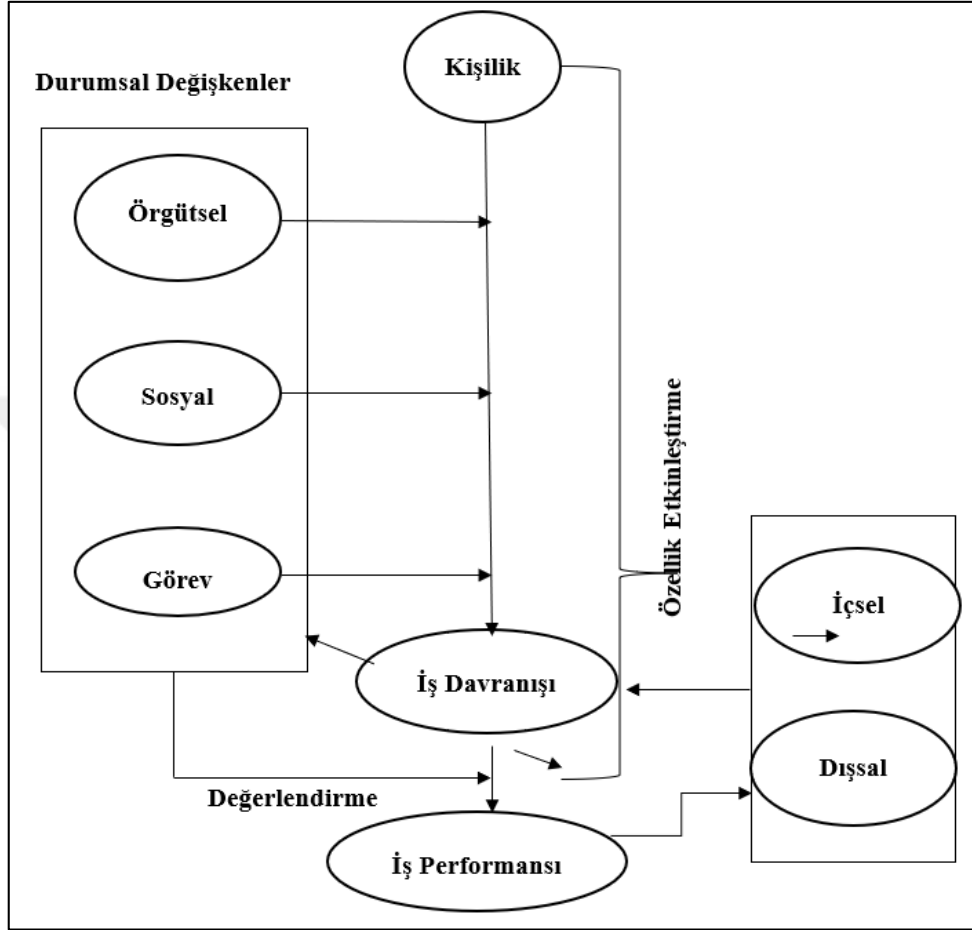
Uyumsal performans; Bireylerin gelişen durumlar karşısında uyum gösterebilme ve yaratıcılık kabiliyetlerinin değerlendirilmesidir.

Uyumsal performans sekiz ana başlık altında incelenmektedir (Pulakos vd., 2000: 617). Bunlar;

- ✓ **Acil veya kriz durumları ile başa çıkmak:** Acil ve tehlikeli durumlara karşı doğru reaksiyon gösterebilme ve sorumluluğu altında bulunan personel varsa yönlendirme yetkinlik derecesi göstermektedir
- ✓ **İş stresi ile başa çıkmak:** Zor şartlar veya yüksek iş yükü altında sakinliğini koruma derecesidir.
- ✓ **Problemleri yaratıcı bir şekilde çözmek:** Problem çözümlerinde yaratıcı fikir ve yaklaşımlarıyla öncü olmak ve doğru müdahalelerde bulunarak kalıcı çözümler üretebilme derecesidir.
- ✓ **Belli olmayan ve öngörülemeyen iş durumları ile ilgilenmek:** Değişen durumlar karşısında esneklik göstererek, plan amaç eylem ve öncelikleri etkin bir şekilde değiştirebilme derecesidir.
- ✓ **İş ile ilgili görevleri, teknolojileri ve prosedürleri öğrenmek:** İş ile ilgili kurallar yaklaşımlar misyon ve vizyonuna uygun öneriler ve fikirler geliştirme, teknolojiye uyum ve sürekli değişim ve gelişim motivasyonu ile çağın gerekliliğine uygun bir profil oluşturma derecesidir.
- ✓ **Kişilerarası uyum göstermek:** Diğer bireyler ve ilişkiler de açık görüşlü esnek ve uyumlu bir ilişki içerisinde olarak iş ortamı huzuruna katkı sağlama derecesidir.
- ✓ **Kültürel uyum göstermek:** Diğer grup işletme veya kültürlerinin değerlerini, ihtiyaçlarını anlama ve öğrenme konusunda hareket etme ve bilinç oluşturma derecesidir.
- ✓ **Fiziksel uyum göstermek:** Çalışma ortamında ki fiziksel şartlara uyum sağlama derecesidir.

2.4.2.6. Tett ve Burnett kişilik özelliği temelli sınıflandırması

Tett ve Burnett (2003) kişilik özellikleri ve iş performansı arasında ki ilişkiyi, durumsal değişkenlerin kişilik özelliklerine etkisi olarak açıklamaktadır.



Şekil 2.12. Tett Ve Burnett İş Performansı Kişilik Özelliği Temelli Modeli

Kaynak: Kuznek, 2019: 35

Durumsal değişkenler çalışma esnasında oluşan, görev, sosyal ve örgütsel unsurlardan oluşmaktadır. Bu unsurların altında ise iş talepleri, dikkat dağıtıcılar ve kısıtlamalar ve serbestlik gibi unsurlar bulunmaktadır.

Ödüller bölümü; zevk ve tatmin gibi içsel motivasyon ve övgü ve terfi gibi dışsal motivasyonlardan oluşmaktadır.

Durumsal değişkenler kişinin sahip olduğu kişilik özelliklerini etkileyerek harekete geçirmektedir. Bu duruma “özellik etkinleştirme” adı verilmektedir.

Çalışanda bulunan belirli kişilik özelliklerinin etkinleştirilmesi ile iş davranışı meydana gelmektedir.

2.4.3. Sanal Aylaklık ve Çalışan Performansı İlişkisi

Anandarajan, Blanchard ve Henle' ye göre; Sanal aylaklık davranışlarının çalışan performansına hem olumlu hem de olumsuz etkisi bulunmaktadır (Aktaran Kuznek, 2019:38).

Kontrollü ve yapıcı bir şekilde yapılan sanal aylaklık davranışının çalışan performansına olumlu olarak yansiyarak stresi azaltacağı ve yaratıcılık özelliğini arttırarak işletme performansına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir (Aktaran Kuznek, 2019:38).

Anandarajan'a göre; bu kapsamda bilinçli uygulamalar ile desteklendiğinde özellikle hizmet sektörü çalışanları için performansları üzerinde olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Aktaran Kuznek, 2019:38).

Ancak başka bir yönden değerlendirildiğinde, sanal aylaklık davranışı iyi yönetilemediği takdirde işletmenin performansına negatif etki etmesi beklenmektedir. Bu etkiler arasında işlerin gecikmesi ve diğer çalışanların iş yükünün artması gibi olumsuz durumlar oluşabilmektedir (Kuznek, 2019:38).

Bu durum neticesinde hem kendi performansı hem de diğer çalışanların performansını etkileyerek şirket verimliliği üzerinde negatif etkiye sebep olabilmektedir.

2.4.3.1. Sanal aylaklık ve verimlilik üzerine etkiler

Sanal aylaklık ile ilgili yapılan incelemeler, bu konudaki farklı bakış açılarını ortaya koyuyor. Konuya olumsuz yaklaşanlar olduğu gibi olumlu değerlendirenler de mevcuttur.

Olumsuz görüşe sahip araştırmacılar, sanal aylaklık sürecinin işleyişinin ve çevresel olumsuz sonuçların doğurabileceği, verimlilik kaybı, mali zararlarla karşılaşılmasına ve yasal yaptırımlara neden olabileceği savunulmaktadır (Ünal ve Tekdemir, 2015: 96).

Teknolojik gelişmelerin işyerlerinde ki verimliliğini önemli ölçüde artırması beklentisi olmasına rağmen, çoğu işletme, bu yatırımların pazar paylarını artırmadığını ve çalışanların bilgi ve verimliliklerini katkısı olmadığını fark etmiştir. Bu durum, literatürde "Üretkenlik Paradoksu" olarak adlandırılmaktadır. Üretkenlik, bir iş gücünün girdisine karşılık elde edilen çıktı olarak ortaya çıkmıştır. İş gücü, yapılan iş, çalışanlar veya çalışılan saatlerle kayıt altına alınabilmektedir. Verimlilik, çalışma ortamındaki katılım, bölüm kalitesi, kapasite ve bireysel parametrelere dayalı olarak performans tasarımı kişisel performansın derecesiyle açıklanabilir.

İşletmelerde verimliliğin arttırılması, verimliliğin dūřüren faktörlerin en aza indirilmesiyle mümkündür. Sanal aylaklık, genel olarak verimlilik faktörlerinin azaltan unsurlardan biri olarak kabul edilse de bazı görüşler verimliliği arttırabileceğini savunmaktadır (Akbaba, 2019:167-168).



3. SANAL AYLAKLIĞIN İŞ PERFORMANSI, İŞ TATMİNİ VE İŞTEN AYRILMA NİYETİNE ETKİSİ: AZERBAYCAN ÜNİVERSİTELERİNDE BİR UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, Azerbaycan üniversitelerinde görev yapan akademik ve idari personelin iş yaşamında karşılaştığı güncel bir dijital davranış biçimi olan sanal aylaklık olgusunu incelemek ve bu davranışın iş performansı, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Sanal aylaklık, çalışanların mesai saatleri içerisinde iş amaçlı olmayan internet kullanım davranışlarını ifade etmektedir ve bu durum modern çalışma ortamlarında üretkenlik, bağlılık ve memnuniyet gibi kritik örgütsel çıktılar üzerinde çok yönlü etkiler yaratabilmektedir. Bu kapsamda araştırma, sanal aylaklık davranışlarını bireysel işler, haber takibi ve sosyalleşme olmak üzere üç alt boyutta ele almakta; bu davranışların çalışanların iş yaşamındaki genel tutum ve eğilimlerini ne ölçüde etkilediğini ampirik veriler ışığında analiz etmeyi hedeflemektedir. Araştırma ayrıca, demografik özelliklerin (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, internet kullanım becerisi vb.) sanal aylaklık ve iş yaşamı değişkenleriyle olan ilişkilerini de değerlendirmektedir. Bu yönüyle çalışma, sadece sanal aylaklık davranışlarının betimleyici analizini sunmakla kalmayıp, aynı zamanda bu davranışın örgütsel bağlılık ve süreklilik üzerindeki olası yıpratıcı etkilerini ve iş performansını dengeleyici ya da destekleyici olasılıklarını da kapsamlı biçimde değerlendirmektedir.

3.2. Araştırmanın Önemi

İnternetin ve dijital teknolojilerin iş yaşamına derinlemesine entegre olması, çalışanların zaman yönetimi ve dikkat yönetimi üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Özellikle bilgi yoğunluğu yüksek olan akademik kurumlarda, dijital mecraların sınırsız erişilebilirliği çalışanları mesai saatleri içerisinde iş dışı faaliyetlere yönlendirebilmektedir. Bu bağlamda sanal aylaklık, günümüzde örgütler açısından hem bir verimlilik sorunu hem de psikolojik rahatlama stratejisi olarak çift yönlü bir nitelik taşımaktadır. Bu çalışmanın önemi, Azerbaycan'daki üniversitelerde bu davranışın örgütsel çıktılarla olan ilişkisini ilk kez sistematik ve çok boyutlu olarak ele almasıdır. Çalışma, özellikle sanal aylaklığın iş tatmini ve performans üzerindeki etkilerinin pozitif ya da nötr olabileceğini, buna karşılık işten ayrılma niyetini artırıcı rol oynayabileceğini ortaya koyarak, bu olguyu yalnızca bir “verimsizlik” meselesi olarak değil, aynı zamanda bir örgütsel bağlılık sinyali olarak değerlendirme ihtiyacına işaret etmektedir. Bununla birlikte araştırma, yöneticilere ve insan kaynakları profesyonellerine yönelik uygulamalı politika önerileri geliştirilebilmesi açısından da değer taşımaktadır. Çalışmanın bulguları, çalışan davranışlarının dijital bağlamda yeniden değerlendirilmesi gerektiğine, özellikle de genç ve teknolojiye hâkim çalışan profili için klasik denetim anlayışlarının yetersiz kalabileceğine dikkat çekmektedir. Son olarak, bu tez

çalışması, yalnızca Azerbaycan özelinde değil, benzer dijital dönüşüm süreçlerinden geçen tüm gelişmekte olan ülkelerdeki yükseköğretim kurumları açısından da genellenebilir bir çerçeve sunarak, literatüre hem kuramsal hem de metodolojik katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada Azerbaycan'ın sosyolojik ve kültürel açıdan değişik dönemleri yaşamış olması ve Türkiye'ye yakın coğrafi ve kültürel yapısından dolayı Türkiye ile karşılaştırılması da anlamlı sonuçlar üretebilir.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Azerbaycan da faaliyet gösteren kamu ve özel üniversitede çalışan öğretim üyeleri oluşturmaktadır. Araştırmanın düzeyi ve sınırlılıkları göz önünde bulundurulduğunda örneklem çapının anlamlılık düzeyinin (%5), gücünün (%99) ve etki büyüklüğünün (orta düzey: %15) alınmasına karar verilmiştir. Araştırmada bir bağımsız üç bağımlı olmak üzere toplam dört değişken bilgisi de kullanılarak örneklem çapı 161 olarak hesaplanmıştır. Hesaplamalar GPower 3.1.9.7 yazılımı kullanılarak yapılmıştır (Faul vd., 2007).

Tablo 3.1. Azerbaycan'da Çalışan Toplam Profesör ve Öğretim Görevlisi Sayısı, 2019-2024

	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024
Profesör ve öğretim üyesi sayısı (çekirdek kadro) - toplam	15235	14939	15101	15807
Bunlar arasında akademik dereceye sahip olanlar:				
Bilim Doktoru	1239	1360	1146	1262
Doktora	6075	5688	5775	5891
bilimsel isimleri olanlar:				
profesör	1132	1035	1031	1043
Doçent	4156	3916	3908	3889
Yükseköğretim kurumlarında öğretim kadrosunda kadın sayısı	8356	8067	8667	9272

Kaynak: <https://www.stat.gov.az/source/education/>

Tablo 3.2. Azerbaycan'da Bulunan Toplam Üniversite Sayıları, 2019-2024

	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024
Yükseköğretim kurumlarının sayısı	52	51	51	51
Bu kurumlardaki öğrenci sayısı - toplam, kişi	198707	212173	222809	231437
eğitim biçimleri de dahil olmak üzere:				
görsel	183567	195434	203367	208110
devamsızlık	15140	16739	19442	23327
10.000 kişiye düşen öğrenci sayısı	198	211	220	227
Yükseköğretim kurumlarına kabul edilen öğrenci sayısı:				
Lisans derecesi - toplam, kişi	45003	45986	50522	52880
eğitim biçimleri de dahil olmak üzere:				
görsel	42198	43176	47204	48899
devamsızlık	2805	2810	3318	3981
yargı makamına - toplam, insanlar	9105	10877	11792	14183
eğitim biçimleri de dahil olmak üzere:				
görsel	9105	10877	11717	14108
devamsızlık	-	-	75	75

Kaynak: <https://www.stat.gov.az/source/education/>

3.4. Araştırma Değişkenleri

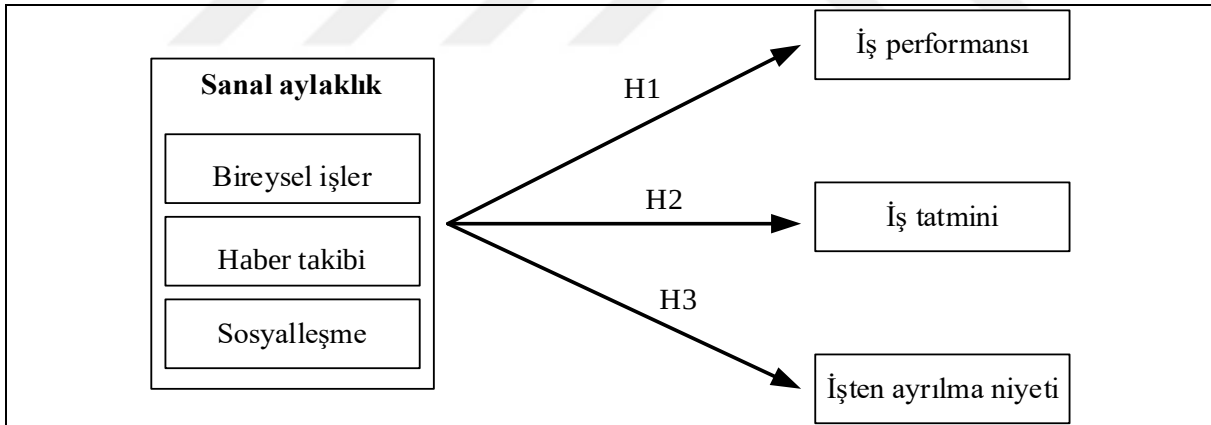
İş Performansı Ölçeği: Çalışanların iş performansının ölçülmesinde Kirkman ve Rosen (1999) tarafından geliştirilen ve Sigler ve Pearson (2000) tarafından güncellenen, Çöl (2008) tarafından Türkçeye uyarlanarak akademisyenler üzerinde uygulanan 4 maddeden oluşan tek faktörlü ve beşli likert tipli iş performansı ölçeği kullanılmıştır.

İş Tatmin Ölçeği: Çalışanların İş tatmin düzeyini belirlemek amacıyla Agho, Price ve Müller (1992) tarafından geliştirilen ve Sökmen ve Bıyık (2016) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan, 6 maddeden oluşan tek faktörlü ve beşli likert tipli iş tatmini ölçeği kullanılmıştır.

İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği: Çalışanların işten ayrılma niyetini ölçmek için ise Bluedorn (1982) tarafından geliştirilen, Yavan vd. (2018) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan 3 maddeden oluşan tek faktörlü ve beşli likert tipli işten ayrılma niyeti ölçeği kullanılmıştır.

Blanchard ve Henle (2008) tarafından geliştirilen ve Kalaycı (2010) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan 13 maddeden ve Bireysel İşler, Haber Takibi ve Sosyalleşme olmak üzere üç faktörden oluşan beşli likert tipli Siber Aylaklık ölçeği kullanılmıştır.

3.5. Araştırma Modeli ve Hipotezleri



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

3.6. Araştırma Hipotezleri

H1: Sanal aylaklık iş performansını pozitif yönde etkiler

H1a: Sanal aylaklık bireysel işler boyutu iş performansını pozitif yönde etkiler

H1b: Sanal aylaklık haber takibi boyutu iş performansını pozitif yönde etkiler

H1c: Sanal aylaklık sosyalleşme boyutu iş performansını pozitif yönde etkiler

H2: Sanal aylaklık iş tatminini pozitif yönde etkiler

H2a: Sanal aylaklık bireysel işler boyutu iş tatminini pozitif yönde etkiler

H2b: Sanal aylaklık haber takibi boyutu iş tatminini pozitif yönde etkiler

H2c: Sanal aylaklık sosyalleşme boyutu iş tatminini pozitif yönde etkiler

H3: Sanal aylaklık işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkiler

H3a: Sanal aylaklık bireysel işler boyutu işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkiler

H3b: Sanal aylaklık haber takibi boyutu işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkiler

H3c: Sanal aylaklık sosyalleşme boyutu işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkiler

3.7. Analiz ve Bulgular

3.7.1. Araştırma Değişkenleri İçin Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi Bulguları

Tablo 3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler İçin Cronbach's Alpha Katsayısı Bulguları

	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
İşten Ayrılma Niyeti Ölç.	3	0,665
İş Performansı Ölç.	4	0,858
İş Tatmini Ölç.	6	0,802
Sanal Aylaklık Ölç.	13	0,744
SA Bireysel İşler	6	0,613
SA Haber Takibi	2	0,605
SA Sosyalleşme	5	0,633

Araştırmada kullanılan ölçekler için Cronbach's Alpha katsayısı bulguları Tablo 3.3'te verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği, Sanal Aylaklık Ölçeği ile Sanal Aylaklık Ölçeğinin alt boyutları olan SA Bireysel İşler, SA Haber Takibi, SA Sosyalleşmenin güvenirliliği “oldukça güvenilir” olarak tespit edilirken İş Performansı Ölçeği ve İş Tatmini Ölçeğinin güvenirliliği “yüksek güvenirlilikli” olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.4. Ölçüm Modelinin (DFA) Geçerliliği İçin Uyum İstatistiği Değerleri

	CMIN/DF	GFI	CFI	RMSEA
Düzey 1	1,729	0,926	0,907	0,062
Kabul Edilebilir Uyum	≤3	≥0,90	≥0,90	≤0,080

Ölçüm modeline ilişkin uyum istatistikleri Tablo 3.4'te sunulmuştur. Bulgular incelendiğinde, yapısal modele ait uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer aldığı anlaşılmaktadır.

3.7.2. Demografik Değişkenler İçin Frekans Dağılımı Bulguları

Tablo 3.5. Ankete Katılan Bireylerin Yaş Gruplarına Göre Frekans Dağılımı

Yaş Grubu	Sayı	Yüzde
18-22 Yaş	13	6,9
23-32 Yaş	50	26,5
33-39 Yaş	57	30,2
40-45 Yaş	30	15,9
46 Yaş ve üzeri	39	20,6
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin yaş gruplarına göre frekans dağılımları Tablo 3.5’te verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %6,9’unun 18-22 Yaş, %26,5’inin 23-32 Yaş, %30,2’sinin 33-39 Yaş, %15,9’unun 40-45 Yaş ve %20,6’sının 46 Yaş ve üzeri yaş grubunda oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 3.6. Ankete Katılan Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Frekans Dağılımı

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Kadın	119	63,0
Erkek	70	37,0
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin cinsiyetlerine göre frekans dağılımları Tablo 3.6’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre kadın katılımcıların oranı %63,0 ve erkek katılımcıların oranı %37,0 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.7. Ankete Katılan Bireylerin Medeni Durumlarına Göre Frekans Dağılımı

Medeni Durum	Sayı	Yüzde
Evli	106	56,1
Bekar	70	37,0
Boşanmış	13	6,9
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin medeni durumlarına göre frekans dağılımları Tablo 3.7’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre evli katılımcıların oranı %56,1, bekar katılımcıların oranı %37,0 ve boşanmış katılımcıların oranı %6,9 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.8. Ankete Katılan Bireylerin Eğitim Düzeylerine Göre Frekans Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Sayı	Yüzde
Lisans	33	17,5
Yüksek Lisans	74	39,2
Doktora	82	43,4
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin eğitim düzeylerine göre frekans dağılımları Tablo 3.8’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %17,5’inin Lisans, %39,2’sinin Yüksek Lisans ve %43,4’ünün Doktora eğitime sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 3.9. Ankete Katılan Bireylerin Görevlerine Göre Frekans Dağılımı

Görev	Sayı	Yüzde
Öğretim Üyesi	108	57,1
İdari Personel	60	31,7
Öğrenci	13	6,9
Diğer	8	4,2
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin görevlerine göre frekans dağılımları Tablo 3.9’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %57,1’inin Öğretim Üyesi, %31,7’sinin İdari personel, %6,9’unun Öğrenci ve %4,2’sinin diğer görevleri yürüttükleri tespit edilmiştir.

Tablo 3.10. Ankete Katılan Bireylerin “Genellikle Hangi Sosyal Medya Platformunu Kullanıyorsunuz?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı

Genellikle hangi sosyal medya platformunu kullanıyorsunuz?	Sayı	Yüzde
WhatsApp	160	84,7
Instagram	156	82,5
Youtube	102	54,0
Facebook	89	47,1
Telegram	44	23,3
Snapchat	13	6,9
Twitter (X)	4	2,1
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin “Genellikle hangi sosyal medya platformunu kullanıyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplara göre frekans dağılımları Tablo 3.10’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %84,7’sinin WhatsApp, %82,5’inin Instagram, %54,0’ının Youtube, %47,1’inin Facebook, %23,3’ünün Telegram, %6,9’unun Snapchat ve %2,1’inin Twitter (X) adlı sosyal medya platformlarını kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3.11. Ankete Katılan Bireylerin “İnterneti Genellikle Hangi Amaçlar İçin Kullanıyorsunuz?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı

İnterneti genellikle hangi amaçlar için kullanıyorsunuz?	Sayı	Yüzde
Eğitim (Online Kurslar, Ders Materyalleri)	137	72,5
İş	136	72,0
Haber	120	63,5
E posta kontrolü ve gönderimi	109	57,7
Sosyal medya	32	16,9
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin “İnterneti genellikle hangi amaçlar için kullanıyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplara göre frekans dağılımları Tablo 3.11’de verilmiştir. Elde edilen

bulgulara göre katılımcıların %72,5'inin Eğitim (Online Kurslar, Ders Materyalleri), %72,0'nın İş, %63,5'inin Haber, %57,7'sinin E posta kontrolü ve gönderimi ve %16,9'unun Sosyal medya kullanmak amacıyla internet kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3.12. Ankete Katılan Bireylerin “Mesai Saatleri İçerisinde Günde Kaç Saat İnternet Kullanıyorsunuz?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı

Mesai saatleri içerisinde günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?	Sayı	Yüzde
0-1 saat	39	20,6
2-3 saat	55	29,1
4-5 saat	61	32,3
6 saat ve üzeri	34	18,0
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin “Mesai saatleri içerisinde günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplara göre frekans dağılımları Tablo 3.12’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %20,6’sının 0-1 saat, %29,1’inin 2-3 saat, %32,3’ünün 4-5 saat ve %18,0’inin 6 saat ve üzeri mesai saatleri içerisinde internet kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3.13. Ankete Katılan Bireylerin “İnternete Erişim Yönteminiz Nedir?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı

İnternete erişim yönteminiz nedir?	Sayı	Yüzde
Kendi Evimde	167	88,4
Mobil	116	61,4
İş yerinde	103	54,5
Kütüphane	17	9,0
Kafeler	12	6,3
Arkadaşımın evi	4	2,1
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin “İnternete erişim yönteminiz nedir?” sorusuna verdikleri cevaplara göre frekans dağılımları Tablo 3.13’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %88,4’ünün, kendi evinden, %61,4’ünün cep telefonundan, %54,5’inin iş yerinden, %9,0’nın kütüphaneden, %6,3’ünün kafelerden, %2,1’inin arkadaşının evinden internet erişimi sağladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3.14. Ankete Katılan Bireylerin İnternet Kullanım Becerilerine Göre Frekans Dağılımı

İnternet kullanma beceriniz nedir?	Sayı	Yüzde
Acemi Düzey	2	1,1
Orta Düzey	66	34,9
İleri Düzey	100	52,9
Uzman Düzey	21	11,1
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin internet kullanım becerilerine göre frekans dağılımları Tablo 3.14'te verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %1,1'inin acemi düzey, %34,9'unun orta düzey, %52,9'unun ileri düzey ve %11,1'inin uzman düzeyi seviyesinde internet kullanım becerisine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 3.15. Ankete Katılan Bireylerin İnternet Kaç Yıldan Beridir İnternet Kullandıklarına Göre Frekans Dağılımı

Kaç yıldır internet kullanıyorsunuz?	Sayı	Yüzde
1-4 Yıl	8	4,2
5-9 Yıl	32	16,9
10-14 Yıl	56	29,6
15 Yıl ve üzeri	93	49,2
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin internet kaç yıldan beridir internet kullandıklarına göre frekans dağılımları Tablo 3.15'te verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %4,2'sinin 1-4 yıldır, %16,9'unun 5-9 yıldır, %29,6'sının 10-14 yıldır ve %49,2'sinin 15 yıl ve üzeri zamandan beri internet kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3.16. Ankete Katılan Bireylerin “İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanmak Kabul Edilebilir Bir Durum Mudur?” Sorusuna Verdikleri Cevaplara Göre Frekans Dağılımı

İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanmak kabul edilebilir bir durum mudur?	Sayı	Yüzde
Hayır	72	38,1
Evet	80	42,3
Fikrim yok	37	19,6
Toplam	189	100,0

Ankete katılan bireylerin “İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanmak kabul edilebilir bir durum mudur?” sorusuna verdikleri cevaplara göre frekans dağılımları Tablo 3.16'da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %38,1'inin hayır, %42,3'ünün evet ve %19,6'sının fikrim yok cevaplarını verdikleri tespit edilmiştir.

3.7.3. Ölçek İstatistikleri

Tablo 3.17. İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Kararsızım		Kesinlikle Katılıyorum		Ort. S.	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
isan_1	15	7,9	46	24,3	67	35,4	36	19,0
isan_2	44	23,3	55	29,1	52	27,5	29	15,3
isan_3	31	16,4	38	20,1	54	28,6	52	27,5
isan_Olc_ORT							2,81	0,896

İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 3.17’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 3,05 ile “isan_1” maddesinde, en küçük ortalamanın da 2,49 ile “isan_2” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 3.18. İş Performansı Ölçeği Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ort.	Std. S.
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
isp_1	4	2,1	10	5,3	9	4,8	82	43,4	4,23	0,920
isp_2	2	1,1	8	4,2	16	8,5	94	49,7	4,16	0,831
isp_3	7	3,7	12	6,3	14	7,4	92	48,7	4,03	1,002
isp_4	5	2,6	4	2,1	19	10,1	97	51,3	4,12	0,867
isp_Olc_ORT									4,13	0,760

İş Performansı Ölçeği maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 3.18’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4,23 ile “isp_1” maddesinde, en küçük ortalamanın da 4,03 ile “isp_3” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 3.19. İş Tatmini Ölçeği Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ort.	Std. S.
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
ist_1	6	3,2	8	4,2	29	15,3	81	42,9	4,01	0,978
ist_2	7	3,7	9	4,8	36	19,0	86	45,5	3,87	0,986
ist_3	10	5,3	32	16,9	28	14,8	93	49,2	3,49	1,090
ist_4	12	6,3	38	20,1	51	27,0	63	33,3	3,27	1,119
ist_5	5	2,6	17	9,0	23	12,2	93	49,2	3,89	0,991
ist_6	4	2,1	18	9,5	36	19,0	89	47,1	3,78	0,969
ist_Olc_ORT									3,72	0,726

İş Tatmini Ölçeği maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 3.19’da verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4,01 ile “ist_1” maddesinde, en küçük ortalamanın da 3,27 ile “ist_4” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 3.20. Sanal Aylaklık Ölçeği, “Bireysel İşler” Alt Boyutu Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri

	Hiçbir zaman		Nadiren		Arasıra		Sıklıkla		Her zaman		Ort.	Std. S.
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
int_7	28	14,8	61	32,3	71	37,6	23	12,2	6	3,2	2,57	0,990
int_8	15	7,9	42	22,2	76	40,2	37	19,6	19	10,1	3,02	1,069
int_9	33	17,5	50	26,5	68	36,0	25	13,2	13	6,9	2,66	1,122
int_10	43	22,8	42	22,2	54	28,6	39	20,6	11	5,8	2,65	1,206
int_11	34	18,0	49	25,9	76	40,2	19	10,1	11	5,8	2,60	1,075
int_12	41	21,7	51	27,0	61	32,3	24	12,7	12	6,3	2,55	1,150

Sanal Aylaklık Ölçeği, “Bireysel İşler” alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 3.20’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 3.02 ile “int_8” maddesinde, en küçük ortalamanın da 2,55 ile “int_12” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 3.21. Sanal Aylaklık Ölçeği, “Haber Takibi” Alt Boyutu Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri

	Hiçbir zaman		Nadiren		Arasıra		Sıklıkla		Her zaman		Ort.	Std. S.
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
int_13	8	4,2	14	7,4	53	28,0	74	39,2	40	21,2	3,66	1,028
int_14	43	22,8	61	32,3	47	24,9	24	12,7	14	7,4	2,50	1,188

Sanal Aylaklık Ölçeği, “Haber Takibi” alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 3.21’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 3.66 ile “int_13” maddesinde, en küçük ortalamanın da 2,50 ile “int_14” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 3.22. Sanal Aylaklık Ölçeği, “Sosyalleşme” Alt Boyutu Maddeleri İçin Frekans Dağılımı ve Açıklayıcı İstatistikleri

	Hiçbir zaman		Nadiren		Arasıra		Sıklıkla		Her zaman		Ort.	Std. S.
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
int_15	4	2,1	14	7,4	34	18,0	57	30,2	80	42,3	4,03	1,046
int_16	67	35,4	56	29,6	49	25,9	10	5,3	7	3,7	2,12	1,072
int_17	50	26,5	54	28,6	57	30,2	21	11,1	7	3,7	2,37	1,101
int_18	12	6,3	30	15,9	58	30,7	51	27,0	38	20,1	3,39	1,160
int_19	28	14,8	58	30,7	67	35,4	25	13,2	11	5,8	2,65	1,070

Sanal Aylaklık Ölçeği, “Sosyalleşme” alt boyutu maddeleri için frekans dağılımı ve açıklayıcı istatistikleri Tablo 3.22’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4.03 ile “int_15” maddesinde, en küçük ortalamanın da 2,12 ile “int_16” maddesinde olduğunu görüyoruz.

Tablo 3.23. Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutları İçin Açıklayıcı İstatistikler

Boyut/Ölçek	Ortalama	Std. Sapma
SA Bireysel İşler	2,67	0,644
SA Haber Takibi	3,08	0,905
SA Sosyalleşme	2,91	0,694
Siber Aylaklık Ölçeği	2,83	0,545

Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutları için açıklayıcı istatistikler Tablo 3.23’de verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın 3,08 ile “SA Haber Takibi” alt boyutunda, en küçük ortalamanın da 2,67 ile “SA Bireysel İşler” alt boyutunda olduğunu görüyoruz.

3.7.4. Ölçeklerin Demografik Değişkenler Bakımından Analizi

Tablo 3.24. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isan_Olc_ORT	Kadın	119	2,86	0,939	0,881	0,379
	Erkek	70	2,74	0,818		

Araştırmada kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde cinsiyet değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde cinsiyet değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.25. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Medeni Durum	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isan_Olc_ORT	Evli	106	2,71	0,924	-2,345	0,020
	Bekar	70	3,02	0,759		

Araştırmada kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Medeni Durum değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Medeni Durum değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı Bekar katılımcılarda işten ayrılma niyeti algısının evli katılımcılara göre daha yüksek olmasıdır.

Tablo 3.26. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Görev	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isan_Olc_ORT	Öğretim Üyesi	108	2,75	0,912	-0,753	0,453
	İdari Personel	60	2,86	0,867		

Araştırmada kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Görev değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Görev değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.27. Araştırmada Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanma beceri durumu	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isan_Olc_ORT	Acemi ve Orta Düzey	68	2,75	0,917	-0,724	0,470
	İleri ve Uzman Düzey	121	2,85	0,886		

Araştırmada kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.28. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Yaş Grubu	N	Mean	Std. Deviation	F	P	Farklılığın Kaynağı
isan_Olc_ORT	18-32 Yaş	63	3,01	0,876	8,876	0,000	18-32 Yaş ile 46 Yaş ve üzeri; 33-39 Yaş ile 46 Yaş ve üzeri; 40-45 Yaş ile 46 Yaş ve üzeri
	33-39 Yaş	57	3,01	0,835			
	40-45 Yaş	30	2,82	0,704			
	46 Yaş ve üzeri	39	2,21	0,904			
	Total	189	2,81	0,896			

Ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Yaş Grubu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.28’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Yaş Grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı olan gruplar TUKEY testiyle belirlenerek ilgili ölçeğin karşısına yazılmıştır.

Tablo 3.29. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Eğitim Düzeyi	N	Mean	Std. Deviation	F	P
isan_Olc_ORT	Lisans	33	2,88	1,076	1,571	0,211
	Yüksek Lisans	74	2,93	0,739		
	Doktora	82	2,68	0,940		
	Total	189	2,81	0,896		

Ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.29’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.30. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi	N	Mean	Std. Deviation	F	P
isan_Olc_ORT	0-1 saat	39	2,88	0,735	0,397	0,755
	2-3 saat	55	2,70	0,942		
	4-5 saat	61	2,85	0,926		
	6 saat ve üzeri	34	2,85	0,954		
	Total	189	2,81	0,896		

Ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.30’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.31. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanım yılı	N	Mean	Std. Deviation	F	P
isan_Olc_ORT	1-9 Yıl	40	2,86	0,905		
	10-14 Yıl	56	2,83	0,901		
	15 Yıl ve üzeri	93	2,78	0,898		
	Total	189	2,81	0,896		

Ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.31’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.32. Ankette Kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinin İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu	N	Mean	Std. Deviation	F	P
isan_Olc_ORT	Hayır	72	2,64	0,890	2,202	0,113
	Evet	80	2,94	0,890		
	Fikrim Yok	37	2,86	0,890		
	Total	189	2,81	0,896		

Ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.32’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğinde İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.33. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isp_Olc_ORT	Kadın	119	4,19	0,701	1,411	0,160
	Erkek	70	4,03	0,847		

Araştırmada kullanılan İş Performansı Ölçeğinde cinsiyet değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde cinsiyet değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.34. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Medeni Durum	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isp_Olc_ORT	Evli	106	4,17	0,785	0,677	0,499
	Bekar	70	4,09	0,660		

Araştırmada kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Medeni Durum değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Medeni Durum değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.35. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Görev	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isp_Olc_ORT	Öğretim Üyesi	108	4,15	0,719	1,184	0,238
	İdari Personel	60	4,00	0,879		

Araştırmada kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Görev değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Görev değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.36. Araştırmada Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanma beceri durumu	N	Mean	Std. Deviation	t	p
isp_Olc_ORT	Acemi ve Orta Düzey	68	4,04	0,746	-1,265	0,208
	İleri ve Uzman Düzey	121	4,19	0,766		

Araştırmada kullanılan İş Performansı Ölçeğinde İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.37. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Yaş Grubu	N	Mean	Std.	F	P
				Deviation		
isp_Olc_ORT	18-32 Yaş	63	4,08	0,661	1,362	0,256
	33-39 Yaş	57	4,05	0,891		
	40-45 Yaş	30	4,13	0,787		
	46 Yaş ve üzeri	39	4,35	0,665		
	Total	189	4,13	0,760		

Ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Yaş Grubu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.37’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Yaş Grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.38. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Eğitim Düzeyi	N	Mean	Std.	F	P
				Deviation		
isp_Olc_ORT	Lisans	33	4,05	0,934	0,436	0,647
	Yüksek Lisans	74	4,11	0,724		
	Doktora	82	4,19	0,720		
	Total	189	4,13	0,760		

Ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.38’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.39. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi	N	Mean	Std.	F	P
				Deviation		
isp_Olc_ORT	0-1 saat	39	4,16	0,572	0,723	0,539
	2-3 saat	55	4,25	0,813		
	4-5 saat	61	4,06	0,775		
	6 saat ve üzeri	34	4,06	0,840		
	Total	189	4,13	0,760		

Ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.39’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.40. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanım yılı	N	Mean	Std. Deviation	F	P
isp_Olc_ORT	1-9 Yıl	40	4,06	0,727	0,323	0,724
	10-14 Yıl	56	4,12	0,793		
	15 Yıl ve üzeri	93	4,17	0,760		
	Total	189	4,13	0,760		

Ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.40’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.41. Ankette Kullanılan İş Performansı Ölçeğinin İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu	N	Mean	Std. Deviation	F	P
isp_Olc_ORT	Hayır	72	4,23	0,711	1,755	0,176
	Evet	80	4,14	0,788		
	Fikrim yok	37	3,94	0,776		
	Total	189	4,13	0,760		

Ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.41’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Performansı Ölçeğinde İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.42. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	t	p
ist_Olc_ORT	Kadın	119	3,75	0,724	0,824	0,411
	Erkek	70	3,66	0,731		

Araştırmada kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde cinsiyet değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde cinsiyet değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.43. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Medeni Durum	N	Mean	Std. Deviation	t	p
ist_Olc_ORT	Evli	106	3,74	0,717	0,669	0,504
	Bekar	70	3,66	0,718		

Araştırmada kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Medeni Durum değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Medeni Durum değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.44. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Görev	N	Mean	Std. Deviation	t	p
ist_Olc_ORT	Öğretim Üyesi	108	3,75	0,742	0,990	0,324
	İdari Personel	60	3,63	0,735		

Araştırmada kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Görev değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Görev değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.45. Araştırmada Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanma beceri durumu	N	Mean	Std. Deviation	t	p
ist_Olc_ORT	Acemi ve Orta Düzey	68	3,63	0,732	-1,263	0,208
	İleri ve Uzman Düzey	121	3,77	0,721		

Araştırmada kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.46. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Yaş Grubu	N	Mean	Std. Deviation	F	P
ist_Olc_ORT	18-32 Yaş	63	3,61	0,770	2,421	0,067
	33-39 Yaş	57	3,65	0,734		
	40-45 Yaş	30	3,75	0,715		
	46 Yaş ve üzeri	39	3,98	0,599		
	Total	189	3,72	0,726		

Ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Yaş Grubu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.46’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Yaş Grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.47. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Eğitim Düzeyi	N	Mean	Std. Deviation	F	P
ist_Olc_ORT	Lisans	33	3,55	0,902	1,737	0,179
	Yüksek Lisans	74	3,69	0,698		
	Doktora	82	3,82	0,664		
	Total	189	3,72	0,726		

Ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.47’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.48. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi	N	Mean	Std. Deviation	F	P
ist_Olc_ORT	0-1 saat	39	3,80	0,635	0,805	0,493
	2-3 saat	55	3,80	0,691		
	4-5 saat	61	3,66	0,734		
	6 saat ve üzeri	34	3,61	0,860		
	Total	189	3,72	0,726		

Ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.48’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.49. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanım yılı	N	Mean	Std. Deviation	F	P
ist_Olc_ORT	1-9 Yıl	40	3,56	0,770	1,384	0,253
	10-14 Yıl	56	3,81	0,751		
	15 Yıl ve üzeri	93	3,73	0,687		
	Total	189	3,72	0,726		

Ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.49’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.50. Ankette Kullanılan İş Tatmini Ölçeğinin İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu	N	Mean	Std. Deviation	F	P	Farklılığın Kaynağı
ist_Olc_ORT	Hayır	72	3,88	0,615	3,081	0,048	Hayır ile Evet
	Evet	80	3,59	0,758			
	Fikrim yok	37	3,69	0,809			
	Total	189	3,72	0,726			

Ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.50’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan İş Tatmini Ölçeğinde İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı olan gruplar TUKEY testiyle belirlenerek ilgili ölçeğin karşısına yazılmıştır.

Tablo 3.51. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	t	p
SA/ Bireysel işler	Kadın	119	2,71	0,624	1,179	0,240
	Erkek	70	2,60	0,676		
SA/ Haber takibi	Kadın	119	2,97	0,835	-2,207	0,029
	Erkek	70	3,26	0,992		
SA/ Sosyalleşme	Kadın	119	2,95	0,662	1,037	0,301
	Erkek	70	2,84	0,746		
Sanal Aylaklık	Kadın	119	2,84	0,500	0,591	0,555
	Erkek	70	2,80	0,617		

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarının Cinsiyet değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği Haber takibi alt boyutunda cinsiyet değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı, Haber takibi algısının erkek katılımcılarda kadın katılımcılara göre daha yüksek olmasıdır.

Tablo 3.52. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Medeni Durum	N	Mean	Std. Deviation	t	p
SA/ Bireysel işler	Evli	106	2,61	0,656	-2,143	0,033
	Bekar	70	2,82	0,615		
SA/ Haber takibi	Evli	106	3,00	0,859	-1,581	0,116
	Bekar	70	3,22	0,980		
SA/ Sosyalleşme	Evli	106	2,82	0,689	-1,947	0,053
	Bekar	70	3,03	0,692		
Sanal Aylaklık	Evli	106	2,75	0,541	-2,533	0,012
	Bekar	70	2,96	0,541		

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarının Medeni Durum değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Bireysel İşler alt boyutunda Medeni Durum değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı, Sanal Aylaklık ve Bireysel İşler algılarının bekar katılımcılarda evli katılımcılara göre daha yüksek olmasıdır.

Tablo 3.53. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Görev Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Görev	N	Mean	Std. Deviation	t	p
SA/ Bireysel işler	Öğretim Üyesi	108	2,59	0,660	-1,180	0,240
	İdari Personel	60	2,71	0,582		
SA/ Haber takibi	Öğretim Üyesi	108	3,16	0,898	1,127	0,262
	İdari Personel	60	2,99	0,941		
SA/ Sosyalleşme	Öğretim Üyesi	108	2,87	0,682	-0,070	0,944
	İdari Personel	60	2,88	0,705		
Sanal Aylaklık	Öğretim Üyesi	108	2,78	0,555	-0,374	0,709
	İdari Personel	60	2,82	0,538		

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarının Görev değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında Görev değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.54. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının İnternet Kullanma Beceri Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanma beceri durumu	N	Mean	Std. Deviation	t	p
SA/ Bireysel işler	Acemi ve Orta Düzey	68	2,50	0,633	-2,717	0,007
	İleri ve Uzman Düzey	121	2,77	0,634		
SA/ Haber takibi	Acemi ve Orta Düzey	68	2,83	0,875	-2,851	0,005
	İleri ve Uzman Düzey	121	3,21	0,896		
SA/ Sosyalleşme	Acemi ve Orta Düzey	68	2,69	0,753	-3,401	0,001
	İleri ve Uzman Düzey	121	3,04	0,628		
Sanal Aylaklık	Acemi ve Orta Düzey	68	2,63	0,554	-3,939	0,000
	İleri ve Uzman Düzey	121	2,94	0,508		

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarının İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında İnternet kullanma beceri durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı, Sanal Aylaklık, Bireysel İşler, Haber takibi ve Sosyalleşme algılarının İleri ve Uzman Düzey katılımcılarda Acemi ve Orta Düzey katılımcılara göre daha yüksek olmasıdır.

Tablo 3.55. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Yaş Grubu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Yaş Grubu	N	Std.		F	P	Farklılığın Kaynağı
			Mean	Deviation			
SA/ Bireysel işler	18-32 Yaş	63	2,84	0,608	4,373	0,005	18-32 Yaş ile 46 Yaş ve üzeri
	33-39 Yaş	57	2,75	0,688			
	40-45 Yaş	30	2,51	0,554			
	46 Yaş ve üzeri	39	2,43	0,619			
	Total	189	2,67	0,644			
SA/ Haber takibi	18-32 Yaş	63	3,04	1,009	0,659	0,578	
	33-39 Yaş	57	3,16	0,825			
	40-45 Yaş	30	2,90	0,803			
	46 Yaş ve üzeri	39	3,15	0,926			
	Total	189	3,08	0,905			
SA/ Sosyalleşme	18-32 Yaş	63	2,92	0,722	0,638	0,591	
	33-39 Yaş	57	3,00	0,681			
	40-45 Yaş	30	2,84	0,579			
	46 Yaş ve üzeri	39	2,82	0,754			
	Total	189	2,91	0,694			
Sanal Aylaklık	18-32 Yaş	63	2,90	0,557	2,233	0,086	
	33-39 Yaş	57	2,91	0,542			
	40-45 Yaş	30	2,69	0,462			
	46 Yaş ve üzeri	39	2,69	0,562			
	Total	189	2,83	0,545			

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında Yaş Grubu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.55'te verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında Yaş Grubu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı olan gruplar TUKEY testiyle belirlenerek ilgili ölçeğin karşısına yazılmıştır.

Tablo 3.56. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Eğitim Düzeyi	N	Std.		F	P	Farklılığın Kaynağı
			Mean	Deviation			
SA/ Bireysel işler	Lisans	33	2,55	0,746	6,313	0,002	Lisans ile Yüksek Lisans; Yüksek Lisans ile Doktora
	Yüksek Lisans	74	2,87	0,634			
	Doktora	82	2,54	0,566			
	Total	189	2,67	0,644			
SA/ Haber takibi	Lisans	33	2,89	0,808	0,952	0,388	
	Yüksek Lisans	74	3,16	0,943			
	Doktora	82	3,08	0,908			
	Total	189	3,08	0,905			
SA/ Sosyalleşme	Lisans	33	2,56	0,802	6,214	0,002	Lisans ile Yüksek Lisans; Lisans ile Doktora
	Yüksek Lisans	74	3,06	0,663			
	Doktora	82	2,91	0,631			
	Total	189	2,91	0,694			
Sanal Aylaklık	Lisans	33	2,61	0,596	6,861	0,001	Lisans ile Yüksek Lisans; Yüksek Lisans ile Doktora
	Yüksek Lisans	74	2,99	0,534			
	Doktora	82	2,77	0,494			
	Total	189	2,83	0,545			

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.56’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında Eğitim Düzeyi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı olan gruplar TUKEY testiyle belirlenerek ilgili ölçeğin karşısına yazılmıştır.

Tablo 3.57. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Mesai Saatleri İçerisinde Günlük İnternet Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi	N	Mean	Std. Deviation	F	P	Farklılığın Kaynağı
SA/ Bireysel işler	0-1 saat	39	2,49	0,623	4,051	0,008	0-1 saat ile 6 saat ve üzeri; 4-5 saat ile 6 saat ve üzeri
	2-3 saat	55	2,68	0,703			
	4-5 saat	61	2,61	0,528			
	6 saat ve üzeri	34	2,98	0,676			
	Total	189	2,67	0,644			
SA/ Haber takibi	0-1 saat	39	2,95	0,801	0,949	0,418	
	2-3 saat	55	3,04	0,854			
	4-5 saat	61	3,07	0,982			
	6 saat ve üzeri	34	3,29	0,954			
	Total	189	3,08	0,905			
SA/ Sosyalleşme	0-1 saat	39	2,87	0,599	1,169	0,323	
	2-3 saat	55	2,97	0,725			
	4-5 saat	61	2,80	0,743			
	6 saat ve üzeri	34	3,06	0,647			
	Total	189	2,91	0,694			
Sanal Aylaklık	0-1 saat	39	2,71	0,535	3,172	0,026	0-1 saat ile 6 saat ve üzeri; 4-5 saat ile 6 saat ve üzeri
	2-3 saat	55	2,85	0,547			
	4-5 saat	61	2,76	0,529			
	6 saat ve üzeri	34	3,06	0,529			
	Total	189	2,83	0,545			

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.57’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında Mesai saatleri içerisinde günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Farklılığın kaynağı olan gruplar TUKEY testiyle belirlenerek ilgili ölçeğin karşısına yazılmıştır.

Tablo 3.58. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği Ve Alt Boyutlarının İnternet Kullanım Yılı Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İnternet kullanım yılı	N	Mean	Std. Deviation	F	P
SA/ Bireysel işler	1-9 Yıl	40	2,70	0,672	0,049	0,952
	10-14 Yıl	56	2,66	0,611		
	15 Yıl ve üzeri	93	2,67	0,658		
	Total	189	2,67	0,644		
SA/ Haber takibi	1-9 Yıl	40	3,03	0,933	1,045	0,354
	10-14 Yıl	56	3,22	0,929		
	15 Yıl ve üzeri	93	3,01	0,878		
	Total	189	3,08	0,905		
SA/ Sosyalleşme	1-9 Yıl	40	2,89	0,740	0,077	0,926
	10-14 Yıl	56	2,94	0,746		
	15 Yıl ve üzeri	93	2,91	0,647		
	Total	189	2,91	0,694		
Sanal Aylaklık	1-9 Yıl	40	2,82	0,529	0,110	0,896
	10-14 Yıl	56	2,85	0,570		
	15 Yıl ve üzeri	93	2,81	0,542		
	Total	189	2,83	0,545		

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.58’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında İnternet kullanım yılı değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 3.59. Ankette Kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve Alt Boyutlarının İş Saatlerinde İnterneti İş Dışı Amaçlarla Kullanımını Kabul Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu	N	Mean	Std. Deviation	F	P
SA/ Bireysel işler	Hayır	72	2,54	0,598	2,521	0,083
	Evet	80	2,75	0,672		
	Fikrim Yok	37	2,77	0,644		
	Total	189	2,67	0,644		
SA/ Haber takibi	Hayır	72	3,03	0,806	0,201	0,818
	Evet	80	3,13	0,895		
	Fikrim Yok	37	3,05	1,110		
	Total	189	3,08	0,905		
SA/ Sosyalleşme	Hayır	72	2,95	0,696	0,242	0,785
	Evet	80	2,90	0,728		
	Fikrim Yok	37	2,85	0,627		
	Total	189	2,91	0,694		
Sanal Aylaklık	Hayır	72	2,77	0,538	0,556	0,575
	Evet	80	2,86	0,569		
	Fikrim Yok	37	2,85	0,510		
	Total	189	2,83	0,545		

Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından farklılık olup olmadığı ANOVA

testi ile incelenerek elde edilen bulgular Tablo 3.59’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankette kullanılan Ankette kullanılan Sanal Aylaklık Ölçeği ve alt boyutlarında İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanımını kabul durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

3.7.5. Model Analizi

Tablo 3.60. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Kendi Aralarındaki İlişkiler İçin Poearson Korelasyon Katsayısı Bulguları

	(X1)	(X2)	(X3)	(X4)	(X5)	(X6)	(X7)
İşten ayrılma niyeti (X1)	1	-0,114	-,324**	,232**	,247**	0,091	,151*
İş performansı (X2)	-0,114	1	,621**	,179*	0,104	0,067	,214**
İş Tatmini (X3)	-,324**	,621**	1	,168*	0,083	0,072	,213**
Sanal Aylaklık (X4)	,232**	,179*	,168*	1	,816**	,557**	,841**
SA/ Bireysel işler (X5)	,247**	0,104	0,083	,816**	1	,189**	,453**
SA/ Haber takibi (X6)	0,091	0,067	0,072	,557**	,189**	1	,404**
SA/ Sosyalleşme (X7)	,151*	,214**	,213**	,841**	,453**	,404**	1

** : $p < 0,01$, * : $p < 0,05$

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi sonuçları Tablo 3.60’da sunulmuştur. Elde edilen bulgular doğrultusunda, işten ayrılma niyeti ile iş tatmini arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r = -,324$; $p < .01$). Bu durum, çalışanların iş tatmini arttıkça işten ayrılma eğilimlerinin azaldığını göstermektedir. Benzer şekilde, işten ayrılma niyeti ile sanal aylaklık davranışları arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Özellikle bireysel işler ($r = ,247$; $p < .01$), haber takibi ($r = ,091$) ve sosyalleşme amaçlı ($r = ,151$; $p < .05$) sanal aylaklık alt boyutları ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif korelasyonlar gözlemlenmiştir. İş performansı ile iş tatmini arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r = ,621$; $p < .01$), bu da daha yüksek iş tatmini düzeylerinin daha iyi performansla ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, iş performansı ile sosyalleşme amaçlı sanal aylaklık davranışı arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($r = ,214$; $p < .01$). Sanal aylaklık genel olarak, tüm alt boyutlarıyla birlikte, iş tatminiyle düşük düzeyde ama anlamlı ilişkiler sergilemiştir. Özellikle sanal aylaklık ile sosyalleşme alt boyutu arasında çok yüksek düzeyde pozitif korelasyon dikkat çekmektedir ($r = ,841$; $p < .01$). Aynı şekilde, sanal aylaklık ile bireysel işler ($r = ,816$; $p < .01$) ve haber takibi ($r = ,557$; $p < .01$) alt boyutları arasında da yüksek düzeyde pozitif ilişkiler mevcuttur. Bu bulgular, sanal aylaklık davranışlarının kendi içinde tutarlı ve birbiriyle ilişkili boyutlardan oluştuğunu göstermektedir.

Tablo 3.61. Sanal Aylaklığın İş Performansı Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	3,399		11,603	0,000
Sanal aylaklık	0,253	0,179	2,482	0,014
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
,179 ^a	0,032	0,027	6,159	,014 ^b

Çalışmada sanal aylaklık davranışlarının iş performansı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.61’de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre sanal aylaklık, iş performansı üzerinde anlamlı bir yordayıcı olarak ortaya çıkmıştır ($\beta = 0,179$; $t = 2,482$; $p < .05$). Bu bulgu, sanal aylaklık düzeyindeki artışın iş performansında da anlamlı bir artışla ilişkili olduğunu göstermektedir. Modelin açıklayıcılığı düşük düzeyde olmakla birlikte anlamlı bulunmuştur ($R = ,179$; $R^2 = 0,032$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,027$; $F(1, 148) = 6,159$; $p = ,014$). Bu durum, sanal aylaklık davranışlarının iş performansındaki varyansın yaklaşık %3’ünü açıkladığını göstermektedir. Sonuçlar, sanal aylaklık davranışlarının belirli koşullarda çalışan performansını olumlu yönde etkileyebileceğine işaret etmektedir.

Tablo 3.62. Sanal Aylaklık Boyutlarının İş Performansı Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	3,437		11,669	0,000
Bireysel işler	0,011	0,009	0,116	0,908
Haber takibi	-0,020	-0,024	-0,302	0,763
Sosyalleşme	0,243	0,219	2,532	0,012
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
,215 ^a	0,046	0,031	2,986	,032 ^b

Çalışmada sanal aylaklık davranışlarının alt boyutlarının iş performansı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 3.62’de sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre, sanal aylaklık alt boyutlarından yalnızca sosyalleşme değişkeni iş performansını anlamlı düzeyde yordayan bir değişken olarak bulunmuştur ($\beta = 0,219$; $t = 2,532$; $p = ,012$). Bu sonuç, çalışanların sosyal amaçlı internet kullanımlarının iş performansında artışla ilişkili olabileceğini göstermektedir. Diğer yandan, bireysel işler ($\beta = 0,009$; $p = ,908$) ve haber takibi ($\beta = -0,024$; $p = ,763$) alt boyutlarının iş performansı üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilmemiştir. Model genel olarak anlamlı bulunmuş ($F(3, 146) = 2,986$; $p = ,032$) ve iş performansındaki toplam varyansın %4,6’sını açıkladığı görülmüştür ($R^2 = 0,046$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,031$). Bu bulgular, sanal aylaklık

davranışlarının türüne bağlı olarak iş performansı üzerinde farklı etkiler yaratabileceğini ortaya koymaktadır.

Tablo 3.63. Sanal Aylaklığın İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	1,735		5,153	0,000
Sanal aylaklık	0,382	0,232	3,262	0,001
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
,232	0,054	0,049	10,638	,001

Sanal aylaklık davranışlarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları Tablo 3.62’de sunulmuştur. Analiz bulgularına göre, sanal aylaklık değişkeni işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir yordayıcı olarak belirlenmiştir ($\beta = 0,232$; $t = 3,262$; $p = ,001$). Bu sonuç, sanal aylaklık düzeyinin artmasının, çalışanların işten ayrılma niyetinde de artışa yol açtığını göstermektedir. Modelin genel olarak anlamlı olduğu ($F(1, 148) = 10,638$; $p = ,001$) ve sanal aylaklık davranışlarının işten ayrılma niyetine ilişkin varyansın %5,4’ünü açıkladığı görülmektedir ($R^2 = 0,054$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,049$). Bu bulgu, sanal aylaklık davranışlarının çalışanların örgütsel bağlılığını zayıflatabileceği ve işten ayrılma niyetini tetikleyebileceğine işaret etmektedir.

Tablo 3.64. Sanal Aylaklık Boyutlarının İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	1,742		5,135	0,000
Bireysel işler	0,312	0,224	2,811	0,005
Haber takibi	0,034	0,034	0,439	0,661
Sosyalleşme	0,046	0,035	0,414	0,679
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
,253	0,064	0,049	4,206	,007

Çalışmada sanal aylaklık davranışlarının alt boyutlarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 3.64’de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre model genel olarak anlamlı bulunmuştur ($F(3, 146) = 4,206$; $p = ,007$) ve açıklanan toplam varyans oranı %6,4’tür ($R^2 = 0,064$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,049$). Değişkenler düzeyinde incelendiğinde, sanal aylaklık boyutlarından yalnızca bireysel işler değişkeninin işten ayrılma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = 0,224$; $t = 2,811$; $p = ,005$). Bu sonuç, çalışanların bireysel amaçlarla internet kullanımının işten ayrılma eğilimlerini artırabileceğine işaret etmektedir. Buna karşın, haber takibi ($\beta = 0,034$; $p = ,661$) ve sosyalleşme ($\beta = 0,035$; $p = ,679$) alt boyutlarının işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Elde edilen bulgular, sanal aylaklık

davranışlarının türüne göre çalışanların örgütsel bağlılığı ve işten ayrılma eğilimleri üzerinde farklılaşan etkiler yaratabileceğini ortaya koymaktadır.

Tablo 3.65. Sanal Aylaklığın İş Tatmini Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	3,061		11,108	0,000
Sanal aylaklık	0,223	0,168	2,333	0,021
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
,168 ^a	0,028	0,023	5,444	,021 ^b

Çalışmada sanal aylaklık davranışlarının iş tatmini üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.65'te sunulmuştur. Analiz bulgularına göre sanal aylaklık, iş tatmini üzerinde anlamlı bir yordayıcı olarak ortaya çıkmıştır ($\beta = 0,168$; $t = 2,333$; $p = ,021$). Bu sonuç, çalışanların sanal aylaklık davranışlarındaki artışın iş tatmini düzeyleriyle pozitif yönde ilişkili olabileceğini göstermektedir. Model genel olarak anlamlı bulunmuş ($F(1, 148) = 5,444$; $p = ,021$) olup, sanal aylaklık değişkeni iş tatminine ilişkin varyansın yaklaşık %2,8'ini açıklamaktadır ($R^2 = 0,028$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,023$). Bu durum, sanal aylaklık davranışlarının sınırlı düzeyde de olsa iş tatmini üzerinde etkili olabileceğini ve çalışanların dijital ortamları kişisel rahatlama ya da motivasyon aracı olarak kullanmalarının tatmin düzeylerine katkı sağlayabileceğini göstermektedir.

Tablo 3.66. Sanal Aylaklık Boyutlarının İş Tatmini Üzerindeki Etkisi İçin Regresyon Analizi Bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	3,094		11,186	0,000
Bireysel işler	-0,020	-0,018	-0,218	0,828
Haber takibi	-0,014	-0,017	-0,216	0,829
Sosyalleşme	0,238	0,228	2,640	0,009
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
,215 ^a	0,046	0,031	2,978	,033 ^b

Sanal aylaklık davranışlarının alt boyutlarının iş tatmini üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.66'da sunulmuştur. Analiz bulgularına göre model genel olarak anlamlı bulunmuştur ($F(3, 146) = 2,978$; $p = ,033$) ve bağımsız değişkenler iş tatminine ilişkin toplam varyansın %4,6'sını açıklamaktadır ($R^2 = 0,046$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,031$). Değişkenler düzeyinde incelendiğinde, yalnızca sosyalleşme alt boyutunun iş tatmini üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = 0,228$; $t = 2,640$; $p = ,009$). Bu bulgu, çalışanların sosyal amaçlı internet kullanımının iş tatmini düzeylerini artırabileceğine işaret etmektedir. Buna karşılık,

bireysel işler ($\beta = -0,018$; $p = ,828$) ve haber takibi ($\beta = -0,017$; $p = ,829$) alt boyutlarının iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, sanal aylaklık davranışları arasında yer alan sosyalleşme eğiliminin çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkilediği; buna karşın bireysel ya da haber takibi amaçlı sanal faaliyetlerin bu anlamda belirleyici olmadığı söylenebilir.

Tablo 3.67. Hipotezler İle İlgili İstatistiksel Kararlar

Hipotez	Karar
H1: Sanal aylaklık iş performansını etkiler	Kabul
H1a: Sanal aylaklık bireysel işler boyutu iş performansını etkiler	Ret
H1b: Sanal aylaklık haber takibi boyutu iş performansını etkiler	Ret
H1c: Sanal aylaklık sosyalleşme boyutu iş performansını etkiler	Kabul
H2: Sanal aylaklık iş tatminini etkiler	Kabul
H2a: Sanal aylaklık bireysel işler boyutu iş tatminini etkiler	Ret
H2b: Sanal aylaklık haber takibi boyutu iş tatminini etkiler	Ret
H2c: Sanal aylaklık sosyalleşme boyutu iş tatminini etkiler	Kabul
H3: Sanal aylaklık işten ayrılma niyetini etkiler	Kabul
H3a: Sanal aylaklık bireysel işler boyutu işten ayrılma niyetini etkiler	Kabul
H3b: Sanal aylaklık haber takibi boyutu işten ayrılma niyetini etkiler	Ret
H3c: Sanal aylaklık sosyalleşme boyutu işten ayrılma niyetini etkiler	Ret

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuc

Bu araştırma, dijitalleşmenin iş yaşamına etkileri bağlamında son yıllarda giderek daha fazla önem kazanan sanal aylaklık olgusunun, iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti gibi temel iş yaşamı çıktıları üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Çalışma, Azerbaycan üniversitelerinde görev yapan öğretim üyeleri ve idari personelden elde edilen anket verileriyle yürütülmüş ve çeşitli istatistiksel analizler ile desteklenmiştir. Araştırmanın bulguları, dijital ortamların iş süreçlerine etkisinin hem bireysel hem de örgütsel düzeyde karmaşık etkileşimler içerdiğini göstermektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenirlik analizlerine ilişkin bulgular, ölçüm araçlarının istatistiksel açıdan güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. Cronbach's Alpha katsayısı, İş Performansı Ölçeği (.858) ve İş Tatmini Ölçeği (.802) için yüksek güvenirlik düzeyinde, Sanal Aylaklık (.744) ve İşten Ayrılma Niyeti (.665) için ise yeterli düzeyde bulunmuştur. Özellikle sanal aylaklık alt boyutları olan bireysel işler (.613), haber takibi (.605) ve sosyalleşme (.633) gibi ölçütler de kabul edilebilir güvenirlik düzeyine sahiptir. Yapısal modelin geçerliliği için yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) sonuçları da kabul edilebilir uyum indeksleri (CMIN/DF = 1,729; GFI = 0,926; CFI = 0,907; RMSEA = 0,062) ile modelin yapı geçerliliğini doğrulamaktadır.

Katılımcıların demografik profiline ilişkin frekans dağılımları, örneklemin çeşitliliğini göstermektedir. Araştırmaya katılan 189 kişinin %63'ü kadın, %37'si erkek; %56,1'i evli, %37'si bekar ve %6,9'u boşanmıştır. Katılımcıların yaş dağılımında 33-39 yaş grubu %30,2 ile en yüksek paya sahiptir. Eğitim düzeyi açısından %43,4'ü doktora, %39,2'si yüksek lisans, %17,5'i ise lisans mezunudur. Görev dağılımında ise %57,1 öğretim üyesi, %31,7 idari personel, %6,9 öğrenci ve %4,2 diğer görevlerde yer almaktadır. Bu yapı, üniversite çalışanlarının farklı görev, yaş, cinsiyet ve eğitim düzeylerine göre çeşitliliğini yansıtarak araştırmanın genellenebilirliğine katkı sağlamaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler, çalışanların çeşitli yönelimleri ve algıları hakkında fikir vermektedir. İş performansı ölçeği ortalaması yüksek düzeydedir (ort. = 4,13), bu da katılımcıların işlerine yönelik motivasyonlarının yüksek olduğunu göstermektedir. İş tatmini ölçeği ortalaması 3,72 iken, işten ayrılma niyeti ortalaması 2,81 düzeyindedir; bu durum genel olarak çalışanların işlerinden memnun olduklarını ve ayrılma eğilimlerinin düşük olduğunu göstermektedir. Sanal aylaklık genel ortalaması 2,83 olup

alt boyutlarda en yüksek değer haber takibi (3,08), en düşük değer ise bireysel işler (2,67) olarak tespit edilmiştir. Sosyalleşme boyutu ise 2,91 ortalama ile orta düzeydedir.

Araştırmada, ölçeklerin demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği t, ANOVA ve Tukey testleriyle analiz edilmiştir. İşten ayrılma niyeti, medeni durum ve yaş grubu değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermiştir. Özellikle bekar bireylerin işten ayrılma eğilimi evlilere göre daha yüksektir ve bu eğilim 18-32 yaş grubunda belirginleşmektedir. İş tatmini ölçeği ise “iş saatlerinde interneti iş dışı kullanımı” konusundaki görüşlere göre anlamlı farklılık göstermekte, bu davranışı kabul etmeyenlerin iş tatmininin daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Sanal aylaklık ölçeğinde ise cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaş grubu, internet kullanma becerisi gibi değişkenlere bağlı olarak anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Örneğin, ileri ve uzman düzeyde internet kullanan bireylerin sanal aylaklık düzeyi, acemi ve orta düzey kullanıcılarla karşılaştırıldığında anlamlı biçimde yüksektir.

Araştırmanın en önemli bulguları, model analizine dayalı olarak sanal aylaklığın iş yaşamı çıktıları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Korelasyon analizine göre, sanal aylaklık ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve pozitif ilişki bulunmuştur ($r = 0,232$; $p < 0.01$). Bu ilişki özellikle sanal aylaklığın bireysel işler ($r = 0,247$), haber takibi ($r = 0,091$) ve sosyalleşme ($r = 0,151$; $p < 0.05$) alt boyutlarında anlamlı hale gelmektedir. Bu bulgu, çalışanların mesai saatleri içinde iş dışı dijital etkinliklere yönelmelerinin, kurumsal bağlılıklarını zayıflattığını göstermektedir.

Öte yandan, sanal aylaklık ile iş performansı ($r = 0,179$; $p < 0,05$) ve iş tatmini ($r = 0,168$; $p < 0,05$) arasında da pozitif ama zayıf düzeyde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bu durum, düşük düzeyli sanal aylaklık faaliyetlerinin çalışanlar için bir tür dijital mola veya zihinsel rahatlama işlevi görebileceğini düşündürmektedir. Bu tür faaliyetlerin sınırlı ve kontrollü biçimde gerçekleştirildiğinde motivasyon artırıcı etkiler gösterebileceği, ancak sınırı aştığında iş verimliliğini ve bağlılığını olumsuz etkileyebileceği anlaşılmaktadır.

İş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve negatif ilişki saptanmıştır ($r = -0,324$; $p < 0,01$). Bu bulgu, çalışanların işlerinden memnuniyet düzeyleri arttıkça örgüte bağlılıklarının da arttığını ve işten ayrılma eğilimlerinin azaldığını göstermektedir. Ayrıca, iş tatmini ile iş performansı arasındaki yüksek düzeyde pozitif ilişki ($r = 0,621$; $p < 0,01$), örgütsel motivasyonun ve verimliliğin tatminle doğrudan ilişkili olduğunu bir kez daha kanıtlamaktadır.

Bu araştırmanın bulguları, mevcut literatürle büyük ölçüde örtüşmekle birlikte bazı farklılıklar da içermektedir. Karabetyan (2021), iş doyumunun sanal kaytarma davranışını

anlamli biçimde azalttığını belirtirken, bu çalışmada sanal aylaklık ile iş tatmini arasında zayıf düzeyde pozitif bir ilişki saptanmıştır. Bu durum, dijital faaliyetlerin her zaman iş tatminini düşürmediğini, sınırlı düzeyde faydalı olabileceğini göstermektedir.

Benzer şekilde, Kuznek (2019) çalışmasında sanal kaytarmanın iş performansını olumsuz etkilemediği ve hatta rahatlatıcı işlev gördüğü vurgulanırken, bu araştırmada da sanal aylaklık ile iş performansı arasında pozitif ama zayıf bir ilişki bulunmuştur.

Arslan (2022) ise özellikle bilgi edinme amaçlı sanal kaytarma ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ilişki bulmuş; bu araştırmada ise sanal aylaklığın bireysel işler, haber takibi ve sosyalleşme boyutları ile işten ayrılma niyeti arasında daha geniş kapsamlı bir bağlantı tespit edilmiştir. Tüm bu karşılaştırmalar, sanal aylaklığın etkilerinin bağlama, sektöre ve çalışan profiline göre değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, bu araştırma sanal aylaklık davranışlarının iş yaşamında çok boyutlu etkiler yarattığını göstermektedir. Özellikle işten ayrılma niyetine olan doğrudan etkisi, sanal aylaklığın yalnızca bireysel bir tercih değil, aynı zamanda kurumsal bağlılık ve iş sürekliliği açısından kritik bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. İş tatmini ve performans üzerinde ise daha karmaşık, çift yönlü etkiler söz konusudur. Çalışanların dijital dünyayla kurdukları ilişki, onların iş yaşamına dair tutumları ve davranışları üzerinde hem destekleyici hem de zayıflatıcı bir etki yaratabilmektedir.

Öneriler

Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, sanal aylaklık davranışlarının iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti gibi kritik örgütsel çıktılar üzerindeki etkileri açıkça ortaya konmuştur. Bu kapsamda aşağıda belirtilen öneriler hem örgütsel uygulamalar hem de gelecekteki araştırmalar açısından rehber niteliği taşımaktadır:

- 1. Kurumsal Farkındalık Programları Oluşturulmalıdır:** Sanal aylaklık olgusuna ilişkin çalışanlarda farkındalık oluşturmak amacıyla kurum içi eğitimler ve seminerler düzenlenmelidir. Bu eğitimlerde dijital dikkat dağınıklığı, işyeri internet etiği ve zaman yönetimi konularına yer verilmelidir. Bu eğitim ve seminerler;

Kurum içinde periyodik olarak internet kullanım istatistikleri yayınlanarak bilimsel çalışma amaçlı internet kullanımına dikkat çekilebilir.

Sanal aylaklığın devamı olarak sanal bağımlılık veya sosyal medya bağımlılığı problemleri zararlı sonuçlarla birlikte akademisyen ve idari personele anlatılabilir.

2. **Dijital Mola Politikaları Geliştirilmelidir:** Araştırma bulguları, düşük düzeyde sanal aylaklık davranışlarının iş tatmini ve performans üzerinde olumlu etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Bu nedenle, çalışanların kısa süreli dijital molalarla rahatlamasına olanak sağlayacak esnek ve denetimli mola politikaları geliştirilebilir.
3. **İş Tatminini Artırıcı Önlemler Alınmalıdır:** İş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Bu bağlamda, örgütlerde çalışanların memnuniyet düzeyini artıracak unsurlar (kariyer gelişimi, takdir sistemi, iş-yükü dengesi vb.) gözden geçirilmeli ve geliştirilmelidir.
4. **Yüksek Riskli Gruplar Belirlenmeli ve Desteklenmelidir:** Bulgulara göre, genç, bekar ve ileri düzey internet kullanıcısı bireyler sanal aylaklık davranışlarına daha yatkındır. Bu gruplar için özelleştirilmiş dijital davranış yönetimi stratejileri oluşturulmalı, bu çalışanlara bireysel danışmanlık ya da mentorluk sağlanmalıdır.
5. **Dijital Denetim Araçları Şeffaf ve Etik Biçimde Kullanılmalıdır:** İş dışı internet kullanımının kurumsal etkilerini dengelemek amacıyla internet kullanımını izleyen yazılımlar devreye alınabilir. Ancak bu tür uygulamaların etik ilkelere ve çalışan mahremiyetine uygun biçimde tasarlanması büyük önem taşır.
6. **İnternet Kullanım Amaçları Gözden Geçirilmelidir:** Özellikle haber takibi ve sosyalleşme gibi alt boyutların yüksek çıkması, çalışanların güncel kalma ve sosyal bağ kurma ihtiyaçlarına iş yerinde yeterince alan açılmadığını gösterebilir. Bu nedenle, kurum içinde güncel bilgi paylaşımı ve sosyal iletişimi artıracak sosyal etkinlikler, panolar veya platformlar teşvik edilmelidir.
7. **Yöneticiler İçin Eğitim ve Duyarlılık Geliştirme Faaliyetleri Planlanmalıdır:** Araştırma, yönetsel düzeyde sanal aylaklık davranışlarına yönelik cezalandırıcı değil, yapıcı yaklaşımların daha etkili olduğunu ima etmektedir. Bu nedenle yöneticilere, dijital davranışlar konusunda farkındalık kazandıracak, destekleyici liderlik becerilerini geliştirecek eğitimler verilebilir.
8. **Gelecekteki Araştırmalar İçin Yeni Değişkenler Dâhil Edilmelidir:** Sanal aylaklığın etkileri, örgütsel vatandaşlık davranışı, iş stresi, tükenmişlik sendromu, motivasyon kaynakları gibi farklı örgütsel psikoloji değişkenleriyle birlikte incelenmelidir. Ayrıca nitel araştırmalarla bireylerin sanal aylaklığa yönelme nedenleri derinlemesine anlaşılabilir.

EXTENDED ABSTRACT

Investigating the Effects Of Virtual Loafing on Job Performance, Job Satisfaction And Turnover in Azerbaijani Universities

Purpose and Scope of the Study: The primary aim of this study is to examine the phenomenon of cyberloafing experienced by academic and administrative staff working at universities in Azerbaijan and to investigate the effects of this behavior on job performance, job satisfaction, and turnover intention. In academic institutions, the unlimited accessibility of digital media can direct employees toward non-work-related activities during working hours. In this context, cyberloafing possesses a dual nature, functioning both as a productivity issue and as a psychological relaxation strategy.

Population and Sample: The study population consists of faculty members employed at public and private universities operating in Azerbaijan. Considering the significance level (5%), statistical power (99%), effect size (medium level: 15%), and the inclusion of one independent and three dependent variables (a total of four variables), the sample size was calculated as 161 using GPower 3.1 software. During the application phase, data were collected from 189 participants through the convenience sampling method. Data analyses were performed using SPSS 26 and AMOS 24 software.

Reliability of the Scales: The reliability of the scales used in the study was examined using Cronbach's Alpha coefficient. The Job Performance Scale (.858) and Job Satisfaction Scale (.802) demonstrated high reliability, while Cyberloafing (.744) and Turnover Intention (.665) showed acceptable reliability levels. The sub-dimensions of cyberloafing—personal business (.613), news following (.605), and socialization (.633)—also exhibited acceptable reliability.

Demographic Profile of Participants: The frequency distributions of the participants' demographic profiles indicate the diversity of the sample. Among the 189 participants, 63% were female and 37% were male; 56.1% were married, 37% single, and 6.9% divorced. The age distribution shows that the 33–39 age group had the highest representation (30.2%). Regarding education levels, 43.4% held a doctorate, 39.2% a master's degree, and 17.5% a bachelor's degree. In terms of job positions, 57.1% were faculty members, 31.7% administrative staff, 6.9% students, and 4.2% in other positions. This diversity in job role, age, gender, and education enhances the generalizability of the study's findings.

Descriptive Statistics: Descriptive statistics related to the scales provide insights into employees' various orientations and perceptions. The mean score of the Job Performance Scale was high (mean = 4.13), indicating high motivation toward work among participants. The mean score for job satisfaction was 3.72, while the turnover intention score was 2.81, suggesting that participants were generally satisfied with their jobs and had low intentions to leave. The overall mean of cyberloafing was 2.83, with the highest sub-dimension being news following (3.08) and the lowest being personal business (2.67). The socialization dimension had a moderate level (mean = 2.91).

Findings on Demographic Differences: Independent samples t-tests and ANOVA (with Tukey tests to identify the source of differences) were conducted to examine whether the scales showed significant differences according to demographic variables. Turnover intention differed significantly by marital status and age group, with single individuals showing higher turnover intentions than married individuals. Job satisfaction differed significantly according to opinions on “using the internet for non-work purposes during working hours,” with those disapproving of such behavior having higher job satisfaction. Cyberloafing scores varied significantly

according to gender, marital status, education level, age group, and internet usage skills. For instance, advanced and expert-level internet users had significantly higher levels of cyberloafing than novice and intermediate users.

Correlational and Regression Analyses: One of the key findings, based on model analysis, is the significant impact of cyberloafing on work-related outcomes. Correlation analysis revealed a significant positive relationship between cyberloafing and turnover intention ($r = 0.232$; $p < 0.01$). This relationship was particularly evident in the sub-dimensions of personal business ($r = 0.247$), news following ($r = 0.091$), and socialization ($r = 0.151$; $p < 0.05$). This finding indicates that engaging in non-work-related digital activities during working hours can weaken organizational commitment.

Linear regression analysis was conducted to examine the effects of cyberloafing behavior on job performance, turnover intention, and job satisfaction. The effects were calculated as 0.179 for job performance, 0.232 for turnover intention, and 0.168 for job satisfaction.

Conclusions and Recommendations: The findings of this study clearly demonstrate that cyberloafing behaviors influence critical organizational outcomes such as job satisfaction, job performance, and turnover intention. Based on the results, the following recommendations can serve as a guide for organizational practices and future research:

1. **Establish Organizational Awareness Programs:** Internal training and seminars should be organized to raise awareness among employees about cyberloafing. Topics such as digital distraction, workplace internet ethics, and time management should be included.
 - Periodic internet usage statistics can be published within the organization to emphasize the importance of using the internet for academic purposes.
 - The risks of excessive digital behavior, such as internet or social media addiction, should be communicated to academic and administrative staff.
2. **Develop Digital Break Policies:** Findings suggest that low levels of cyberloafing can have positive effects on job satisfaction and performance. Therefore, flexible and controlled break policies allowing short digital breaks could be developed.
3. **Implement Measures to Enhance Job Satisfaction:** Given the negative relationship between job satisfaction and turnover intention, organizations should review and improve factors that increase employee satisfaction (e.g., career development, recognition systems, workload balance).
4. **Identify and Support High-Risk Groups:** Younger, single, and advanced internet users are more prone to cyberloafing. Customized digital behavior management strategies should be developed for these groups, including individual counseling or mentoring.
5. **Use Digital Monitoring Tools Transparently and Ethically:** Internet monitoring software may be implemented to balance the effects of non-work-related internet use. However, such tools must be designed in accordance with ethical principles and respect for employee privacy.
6. **Review Internet Usage Purposes:** Higher scores in the news following and socialization dimensions may indicate that employees' needs for staying updated and maintaining social ties are not fully met in the workplace. Thus, social events, bulletin boards, or internal platforms can be introduced to enhance information sharing and social communication.

7. **Plan Training for Managers:** The study suggests that constructive approaches toward cyberloafing behaviors are more effective than punitive ones. Therefore, training programs that develop supportive leadership skills and raise awareness about digital behavior should be provided to managers.
8. **Include New Variables in Future Research:** The effects of cyberloafing should be examined alongside other organizational psychology variables such as organizational citizenship behavior, job stress, burnout syndrome, and motivation sources. Furthermore, qualitative research exploring employees' reasons for engaging in cyberloafing can offer deeper insights. **Given its multidimensional nature, the topic requires a holistic and interdisciplinary approach.**





KAYNAKÇA

- Adams, J. S. & Freedman, S. (1976). "Equity Theory Revisited: Comments and Annotated Bibliography", *Advances In Experimental Social Psychology*, (9), 43-90.
- Agho, A. O., Price, J. L., & Mueller, C. W. (1992). "Discriminant Validity of Measures of Job Satisfaction, Positive Affectivity and Negative Affectivity", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 65(3), 185-195.
- Akbaba, A. N. B. (2019). "Sanal Kaytarmanın Verimliliğe ve Maliyete Etkisi: Bir Uygulama", *Verimlilik Dergisi*, (3), 161-179.
- Aku, A. (2017). *İşyerinde Çalışanların Siber Aylaklığını Azaltmada Orta Düzey Yöneticilerin Rolü*, Doktora Tezi, Walden Üniversitesi, Minnesota.
- Alakbarov, S. ve Mucuk, İ. (2006). "Malların Tamamlayıcı Unsuru Olarak Satış Sonrası Hizmetler ve Dayanıklı Tüketim Mallarında Satış Sonrası Hizmetler", *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Alderfer, C. P. (1969). "An Empirical Test of A New Theory of Human Needs" *Organizational Behavior And Human Performance*, 4(2), 142-175.
- Anandarajan, M., Simmers, C., & Igbaria, M. (2000). "An Exploratory Investigation Of The Antecedents and Impact of Internet Usage: An Individual Perspective" *Behaviour & Information Technology*, 19(1), 69-85.
- Arnold, H. J., Feldman, D. C., (1982). "A Multivariate Analysis of The Determinants of Job Turnover" *Journal of Applied Psychology*, Vol:67, No:3,350-360.
- Arslan, S. (2022). *Örgütsel Sinizmin Sanal Kaytarma ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi, Aksaray.
- Babadağ, M. (2017). *Liderlik Tarzları ile İşe Yabancılaşma Arasında ki İlişkide Algılanan Etik İkliminin ve Çalışanın Kişilik Özelliklerinin Rolü*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Babadağ, M. (2018). "İşe Yabancılaşmanın Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisi", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(39), 207-239.
- Baştürk, Y. A., Demir, Y., Ovalı, A. Ç. & Sağlık, E. (2020). "Sanal Kaytarma ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", *Samsun Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(1), 12-18.
- Bıyık, Y. ve Sökmen, A. (2016). "Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Özdeşleşme, Kişi-Örgüt Uyumu ve İş Tatmini İlişkisi: Bilişim Uzmanlarına Yönelik Bir Araştırma" *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 9(2), 221-227.
- Blanchard, A. L. & Henle, C. A. (2008). "Correlates of Different Forms of Cyberloafing: The Role of Norms and External Locus of Control" *Computers In Human Behavior*, 24(3), 1067-1084.
- Blau, G., Yang, Y. & Ward-Cook, K. (2006). "Testing a Measure of Cyberloafing" *Journal of Allied Health*, 35(1), 9-17.
- Bluedorn, A.C., (1982). "A Unified Model of Turnover From Organizations" *Human Relations*, (35), 135-153.

- Chappell, S. K. (1995). *The Relationship Between Organizational Climate and Job Satisfaction as Reported by Community College Chief Instructional Officers*, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Florida, UMI Dissertation Service.
- Cotton, J. L. & Tuttle, J. M. (1986). "Çalışan Devir Hızı: Araştırma İçin Çıkarımları Olan Bir Meta-Analiz ve İnceleme", *Yönetim Akademisi İncelemesi*, 11 (1), 55-70.
- Cranny, C. L., Smith, P. & Stone, F. F., (1992). "Job Satisfaction: How People Feel About Their Job and How It Affects Their Performance", *Lexington Books*, New York.
- Çavuşoğlu, S. & Palamutçuoğlu, B. T. (2017). "İş Tatmininin Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisi", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 430-444.
- Çetin, C. & Akyelli, N. (2020). "Sanal Kaytarma ve İş Doyumu İlişkisi", *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 41-59.
- Çoban, G. S. (2021). "Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kendini Gerçekleştirme Basamağında Gizli Yetenekler", *Avrupa Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 111-118.
- Çöl, G. (2008). "Algılanan Güçlendirmenin İş Gören Performansı Üzerine Etkileri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- De Araújo, M. S. G., & Lopes, P. M. P. R. (2014). Virtuous leadership, organizational commitment and individual performance. *Tékhné*, 12, 3-10.
- Erdoğan, F. B., & Sökmen, A. (2019). "Örgütsel Bağlılık ile İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisinde Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracılık Rolü", *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(1), 244-264.
- Faul F, Erdfelder E, Lang AG, Buchner A. G*Power(2007). "A Flexible Statistical Power Analysis Program for The Social, Behavioral, and Biomedical Sciences", *Behav Res Methods*. 39(2):175-91.
- Fındıklı, M. A. (2016). "Sanal Kaytarma ve İş Performansı İlişkisi: Sağlık ve Tekstil Sektörü Çalışanlarının Karşılaştırılması", *International Journal of Social Inquiry*, 9(1), 33-62.
- G. Tummers, L., & Den Dulk, L. (2013). "The Effects Of Work Alienation On Organisational Commitment, Work Effort And Work-To-Family Enrichment", *Journal Of Nursing Management*, 21(6), 850-859.
- Gezer, H., & Barutçu, E. (2020). "Sanal Kaytarma ile İş Tatmini Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma", *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 11(1), 35-48.
- Gim, G. C., Desa, N. M., & Ramayah, T. (2015). "Competitive Psychological Climate And Turnover İntention With The Mediating Role of Affective Commitment", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (172), 658-665.
- Goodman, S. A. & Svyantek, D. J. (1999). "Person-Organization Fit and Contextual Performance: Do Shared Values Matter", *Journal of Vocational Behavior*, 55(2), 254-275.
- Gülınar, B. (2007). *Araştırma Görevlilerinin İş Tatminini Sağlama Aracı Olarak Örgütsel İletişim ve İletişim Doyumu: Kamu ve Özel Üniversite Karşılaştırması*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya
- Hasırcı, İ. ve Örucü, E. (2020). "Örgütsel Sinizmin Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisinde Çalışanların Eğitim Düzeylerinin Düzenleyici Rolü", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18 (4), 285-303.
- Hoppock, R. (1935). *Job Satisfaction*. New York: Harper & Row.

- Hughes, L. W., Avey, J. B., & Nixon, D. R. (2010). "Relationships Between Leadership and Followers' Quitting Intentions and Job Search Behaviors", *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(4), 351-362.
- İnternet: <https://cronomhr.com/calisan-bagliligi-nedir-calisan-bagliligi-nasil-artirilir/> Erişim Tarihi:03.10.2024
- İnternet: TÜİK (2024). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2024-53492) Erişim Tarihi:04.10.2024
- İnternet: <https://selinyetimoglu.com/2014/09/29/masada-oturan-yonetici-olmayin/> Erişim Tarihi:07.10.2024
- İnternet: <https://tech.az/az/posts/azerbaycanda-sosial-media-ve-internet-statistikasi-arastirma-3788> Erişim Tarihi: 14.10.2024
- İnternet: https://tr.wikipedia.org/wiki/Sabanc%C4%B1_Holding Erişim Tarihi:07.10.2024
- İnternet: <https://www.genel-is.org.tr/isyeri-tehlike-siniflar> Erişim Tarihi:16.09.2024
- İnternet: 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, (2012 Haziran). *Resmi Gazete*, Sayı: 28339 <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120630-1.htm> Erişim Tarihi:19.09.2024
- İnternet: <https://www.stat.gov.az/source/digitaldevelopment/> ,Erişim Tarihi:04.10.2024
- Jamaluddin, H., Ahmad, Z., Alias, M. & Simun, M. (2015). "Kişisel İnternet Kullanımı: İşyerinde Kişisel Mobil Cihazların Kullanımı", *Procedia-Sosyal ve Davranış Bilimleri*, 172, 495-502.
- Jaros, S. J. (1997). "An Assessment Of Meyer and Allen's (1991) Three-Component Model of Organizational Commitment and Turnover Intentions", *Journal of Vocational Behavior*, 51(3), 319-337.
- Joo, B. K., & Park, S. (2010). "Career Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intention: The Effects of Goal Orientation, Organizational Learning Culture and Developmental Feedback", *Leadership & Organization Development Journal*, 31(6), 482-500.
- Kaçar, M. (2019). *Çalışanların Kişilik Özelliklerinin Sanal Kaytarma ve İş Tatmini Üzerine Etkisi: Kamu Kuruluşu Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi, Samsun.
- Kalaycı, E. (2010). *Üniversite Öğrencilerinin Siber Aylaklık Davranışları ile Öz Düzenleme Stratejileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karabetyan, L. (2021). Akademisyenlerde İş Doyumunun Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Araştırma Üniversiteleri Örneği. *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 6(1), 87-99.
- Kaur, B., Mohindru & Pankaj (2013). "Antecedents of Turnover Intentions: A Literature Review", *Global Journal of Management and Business Studies*. 3(10), 1219-1230.
- Kaya, F. Ş., Yıldız, B., & Yıldız, H. (2013). "Herzberg'in Çift Faktör Kuramı Açısından İlköğretim I. Kademe Öğretmenlerinin Motivasyon Düzeylerinin Değerlendirilmesi", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (39), 1-18.

- Kaya, N., Koç, E. ve Topçu, D. (2010). “Türk Bankalarında İnsan Kaynakları Yönetimi Faaliyetlerinin ve Örgütsel İklimin İş Tatmini Üzerindeki Etkisinin Keşfedici Bir Analizi”, *Uluslararası İnsan Kaynakları Yönetimi Dergisi*, 21 (11), 2031-2051.
- Khanin, D. (2013). “How To Reduce Turnover Intentions in The Family Business: Managing Centripetal And Centrifugal Forces”, *Business Horizons*(56), 63- 73.
- Kirkman, B. L., Rosen, B. (1999). “Beyond Self-Management: Antecedents and Consequences of Team Empowerment”, *Academy of Management Journal*, 58-74.
- Kuznek, E.(2019). *Sanal Kaytarma ve İş Performansı: Kuşaklar Teorisi Yaklaşımı*, Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Lambert, E. G. (2006). “I Want to Leave: A Test of A Model of Turnover Intent Among Correctional Staff”, *Applied Psychology in Criminal Justice*, 2(1), 57–83
- Lim, V. K. G. (2002). The It Way of Loafing on The Job: Cyberloafing, Neutralizing and Organizational Justice, *Journal of Organizational Behavior*, 23, 675–694.
- Lim, V. K., & Teo, T. S. (2005).“Prevalence, Perceived Seriousness, Justification and Regulation of Cyberloafing in Singapore: An Exploratory Study”, *Information & Management*, 42(8), 1081-1093.
- Locke, E. A., (1968). “Hat Is Job Satisfaction?”, *American Psychological Association*, Washington, DC, <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED023138.pdf>
- Locke, E. A., (1976). “The Nature and Causes of Job Satisfaction”, *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 1, 1297-1343
- Manurung, D., Suhartadi, A. R., & Saefudin, N. (2015). The influence of organizational commitment on employee fraud with effectiveness of internal control and organizational justice as a moderating variable. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 1064-1072.
- Mastrangelo, P. M., Everton, W., & Jolton, J. A. (2006). “Personal Use Of Work Computers: Distraction Versus Destruction”, *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 730-741.
- Miner, J. B., (1992). “Industrial-Organizational Psychology”, *Mcgraw-Hill Inc.* , Singapore.
- Mottaz, C. J. (1981). “Some Determinants of Work Alienation”, *Sociological Quarterly*, 22(4), 515-529.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., Steers, R. M., (1982). “Employee-Organization Linkage, The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover, *Academic Press*.
- Nergiz, E., & Yılmaz, F. (2016). “Çalışanların İş Tatmininin Performanslarına Etkisi: Atatürk Havalimanı Gümrüksüz Satış İşletmesi Örneği”, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(4), 50-79.
- Nohe, C., & Sonntag, K. (2014). “Work-Family Conflict, Social Support, and Turnover Intentions, A Longitudinal Study”, *Journal of Vocational Behavior*, (85), 1-12.
- Ones, D. S., Viswesvaran C., & Dilchert S. (2005). “Personality at Work: Raising Awareness and Correcting Misconceptions”, *Human Performance*, 18(4), 389-404.
- Özdem, G., & Demir, A. (2015). “Okul Yöneticilerinde Sanal Kaytarma Davranışı”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(3),1029-1042.

- Özkan, C. (2017). *İşin Anlamlılığının İş Performansı ve Sapma Davranışına Etkisi: Mersin İlinde Yapılan Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Pulakos, E. D., Arad, S., Donovan, M. A. & Plamondon, K. E. (2000). "Adaptability in the workplace: Development of A Taxonomy of Adaptive Performance", *Journal of applied psychology*, 85(4), 612-624.
- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). "A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study", *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572.
- Rotundo, M. (2002). *Defining and Measuring Individual Level Job Performance: A Review and Integration*, Doctoral Dissertation, Joseph L. Rotman School of Management University of Toronto, Canada.
- Rusbult, C. A., Farrell, D., Rogers, G., & Mainous, A. G. (1988). "Impact of Exchange Variables on Exit, Voice, Loyalty, and Neglect: An Integrative Model of Responses to Declining Job Satisfaction", *The Academy of Management Journal*, 31(3), 599-627.
- Russ, F. A., & McNeilly, K. M. (1995). "Links Among Satisfaction, Commitment, And Turnover Intentions: The Moderating Effect of Experience, Gender, And Performance", *Journal of Business Research*, (34), 57-65.
- Schweper, C. H. (2001). "Ethical Climate's Relationship To Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover İntention in The Salesforce", *Journal of Business Research*, (54), 39-52.
- Seeman, M. (1959). "On The Meaning of Alienation", *American Sociological Review*, 783-791.
- Seeman, M. (1967). "On The Personal Consequences of Alienation in Work", *American Sociological Review*, 273-285.
- Sigler, T. H., Pearson, C. M. (2000). "Creating An Empowering Culture: Examining The Relationship Between Organizational Culture and Perceptions of Empowerment", *Journal of Quality Management*, 27-52.
- Sökmen, A., & Şimşek, T. (2016). "Örgütsel Bağlılık, Örgütle Özdeşleşme, Stres ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Bir Kamu Kurumunda Araştırma", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3), 606-620.
- Suárez-Mendoza, M. J., & Zoghbi-Manrique-De-Lara, P. (2008). "The Impact of Work Alienation on Organizational Citizenship Behavior in The Canary Islands", *International Journal of Organizational Analysis*, 15(1), 56-76.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., Akgemci, T., & Fettahlioğlu, T. (2006). "Örgütlerde Yabancılaşmanın Yönetimi Araştırması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 569-587.
- Tekin, Ö. A. (2012). *Yabancılaşma ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Antalya Kemer'deki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). "Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover İntention, And Turnover: Path Analyses Based on Meta-Analytic Findings", *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293.
- Tokmak, İ. (2014). "Duygusal Emek ile İşe Yabancılaşma İlişkisinde Psikolojik Sermayenin Düzenleyici Etkisi", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 134-156.

- Ünal, F., & Tekdemir, S. (2015). “Sanal Kaytarma: Bir Kamu Kurumunda Ampirik Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 95-118.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York:John Willey & Sons.
- Wong, C. A., & Laschinger, H. K. (2015). “The Influence Of Frontline Manager Job Strain On Burnout, Commitment And Turnover İntention: A Crosssectional Study”, *International Journal of Nursing Studies*, (52), 1824- 1833.
- Yavan, A. A., Sökmen, A. ve Bıyık, Y. (2021). “Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Özdeşleşmenin İş tatmini ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 898–913. <https://isarder.org/index.php/isarder/article/view/552>
- Yeşil, A. (2016). Liderlik ve Motivasyon Teorilerine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(3), 158-180.





EKLER

EK-1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Araştırmaya katılma kararı verdikten sonra araştırmanın herhangi bir aşamasında çalışmadan çıkma hakkına sahipsiniz. Bu araştırmaya katılımınız için sizden herhangi bir ücret istenmeyecek ve size de herhangi bir ödeme yapılmayacaktır. Araştırmadan elde edilecek bilgiler yukarıda “araştırma amacı” kısmında belirtilen amaç dışında kullanılmayacak ve kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır. Katılımınızla araştırmaya yaptığınız destek için teşekkür ederim.

1-Yaş

☐ 18-22 ☐ 23-32 ☐ 33-39 ☐ 40-45 ☐ 45-45+

2-Cinsiyet

☐ Erkek ☐ Kadın

3-Medeni Durum

☐ Bekar ☐ Evli ☐ Boşanmış

4-Eğitim Durumu

☐ Lisans ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Diğer.....(Belirtiniz)

5-Pozisyon

☐ İdari Personel ☐ Öğretim Üyesi ☐ Öğrenci ☐ Diğer.....(Belirtiniz)

6-Genellikle hangi sosyal medya platformunu kullanıyorsunuz?(Bu soru için birden fazla işaretleme yapabilirsiniz)

☐ Instagram ☐ Whatsapp ☐ Twitter(X) ☐ Snapchat
☐ Facebook ☐ Youtube ☐ Telegram ☐ Diğer.....Belirtiniz)

7-İnterneti genellikle hangi amaçlar için kullanıyorsunuz?(Bu soru için birden fazla işaretleme yapabilirsiniz)

☐ İş ☐ Eğitim(Online Kurslar, Ders Materyalleri)
☐ E posta kontrolü ve gönderimi ☐ Diğer.....(Belirtiniz)
☐ Haber

8-Mesai saatleri içerisinde günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?

☐ 0-1 saat ☐ 1-3 saat ☐ 3-5 saat ☐ 5 saatten fazla

9-İnternete erişim yönteminiz nedir? (Bu soru için birden fazla işaretleme yapabilirsiniz)

☐ Kendi Evimde ☐ Arkadaşımın Evi ☐ Kütüphane
☐ İş yerinde ☐ Kafeler ☐ Mobil

10-İnternet kullanım beceriniz nedir?

☐ Acemi ☐ Orta ☐ İleri ☐ Uzman

11-Kaç yıldır internet kullanıyorsunuz?

☐ 1-4 yıl ☐ 9 yıl ☐ 10-14 yıl ☐ 15-15+ yıl

12-İş saatlerinde interneti iş dışı amaçlarla kullanmak kabul edilebilir bir durum mudur?

☐ Evet ☐ Hayır ☐ Fikrim yok

EK-2. Algılanan Siber Aylaklık Ölçeği

Aşağıda belirtilen siber aylaklık davranışlarına göre, örneğin etkinliği her zaman yapıyorsanız 5 (Her Zaman) sayısını, ifadenin belirttiği etkinliği hiç yapmıyorsanız 1 (Hiçbir Zaman) sayısını işaretlemelisiniz.

Madde	Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Sıklıkla	Her zaman
Faktör 1:Şahsi İşler					
Bankacılık ya da finansla ilgili web sitelerini ziyaret ederim					
Çevrimiçi alışveriş yaparım.					
Açık arttırma sitelerini ziyaret ederim (ör:gittigidiyor.com,Trendyol.com , Amazon.com)					
Sohbet odalarına girerim. (Instagram, Facebook, Twitter(X), Whatsapp ve Telegram grupları)					
Seyahat/Tatil için yer ayırtırım.					
İş bulma ya da kariyer sitelerini ziyaret ederim					
Faktör 2: Güncel Bilgi Edinme					
Haber sitelerini ziyaret ederim					
Spor içerikli web sitelerini ziyaret ederim.					
Faktör 3: Kişisel İlişkiler ve İletişim					
E-postaları kontrol ederim.					
Tartışma gruplarını ziyaret ederim.					
Sanal toplulukları ziyaret ederim(örn.ogretmenlersitesi.com)					
Dosya indirim(müzik, yazılım, video gibi...).					
Blog sayfalarını okurum					

EK-3. İşten Ayrılma, İş Performansı, İş Tatmini Ölçekleri

Aşağıda belirtilen işten ayrılma, iş performansı ve iş tatmini davranışlarına göre, örneğin etkinliğe en yüksek düzeyde katılıyorsanız 5 (Kesinlikle Katılıyorum) sayısını, ifadenin belirttiği etkinliğe hiç katılmıyorsanız 1(Kesinlikle Katılmıyorum) sayısını işaretlemelisiniz.

Madde	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Faktör 4:İşten Ayrılma Niyeti					
Kurumdan ancak emekli olarak ayrılmak istiyorum.					
En kısa zamanda başka bir iş bularak kurumumdan ayrılmak istiyorum.					
Bir süre daha burada çalışıp, sonra başka bir kuruma geçmek istiyorum.					
Faktör5:İş Performansı					
Görevlerimi zamanında tamamlarım					
İş hedeflerime ulaşırm.					
Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara ulaştığma eminim.					
Bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim.					
Faktör 6: İş Tatmini					
İşimden gerçekten zevk alırım.					
İşimi ortalama bir çalışandan daha fazla severim.					
İşimden nadiren sıkılırım.					
Başka bir iş yapmayı arzu etmem.					
Çoğu günler işim konusunda istekliyimdir/hevesliyimdir.					
İşimden oldukça tatmin olduğumu hissederim.					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyad, Ad

: TAKOĞLU, Ergün

ORCID

: 0009-0008-0995-3744

Eğitim

Derece

Yüksek Lisans

Lisans

Lise

Eğitim Birimi

Adana Çukurova Üniversitesi

Eskişehir Anadolu Üniversitesi

Adana Erkek Lisesi

Mezuniyet

2016

2011

2005

İş deneyimi

Yıl

2018

2013

2012

2006

Yer

Milli Savunma Bakanlığı

Mc Donalds

Çelik Muhasebe

Öz-Has

Görev

Memur

Müdür

Muhasebe

Muhasebe

Yabancı Dil

İngilizce

