

Konaklama işletmelerinde müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık üzerindeki etkisi: Kapadokya örneği

Şule Aydın, Ecem Tezgel Çoban*

ÖZET

Bu çalışma, konaklama işletmelerinde çalışanlara karşı müşteriler tarafından uygulanan nezaketsiz davranışlar ile çalışanların bağlılıkları arasındaki ilişkinin ve nezaketsiz davranışların çalışan bağlılıkları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma evrenini, Çekirdek Kapadokya'da faaliyet gösteren konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmada veriler kolayda örnekleme yöntemi ile 159 çalışandan anket tekniğiyle toplanmış ve toplanan anketlerin tamamı analize tabi tutulmuştur. Çalışmada betimleyici, faktör, güvenilirlik, regresyon ve korelasyon analizlerine başvurulmuştur. Çalışma kapsamında 2 adet hipotez geliştirilmiştir. Geliştirilen hipotezler reddedilmiştir ve elde edilen sonuçlara göre müşteri nezaketsizliği ile işe bağlılık arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ve müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık üzerinde bir etkiye sahip olmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelime: Müşteri Nezaketsizliği, İşe Bağlılık, Konaklama İşletmeleri, Kapadokya.
Gönderilme Tarihi: 23.02.2020; Kabul Tarihi: 03.07.2020. Araştırma Makalesi

The effect of customer incivility on job involvement in accommodation businesses: The case of Cappadocia

ABSTRACT

This study was carried out in order to determine the relationship between the customer incivility behaviors towards the employees and the job involvement of the employees and the effect of the customer incivility behaviors on the employee's job involvement in the hotels. The research population is comprised of hotels employees operating in Core Cappadocia. In the study, the data were collected from 159 employees using the convenience sampling method with the survey technique and all of the collected surveys were analyzed. The descriptive, factor, reliability, regression and correlation analyzes were used in the study. Two hypotheses have been developed within the scope of the study. The developed hypotheses were rejected and according to the results obtained, it was concluded that there was no significant relationship between customer incivility and job involvement and that customer incivility had no effect on job involvement

Keywords: Customer Incivility, Job Involvement, Accommodation Establishments, Cappadocia.
Submitted: 23.03.2020; Accepted: 03.07.2020. Research Paper

Giriş

Günümüzde teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmelere bağlı olarak rekabet şartları giderek ağırlaşmaktadır. İşletmelerin bu rekabet koşullarına ayak uydurmaları için küreselleşen dünyadaki tüm gelişmeleri takip etmeleri ve müşteri talep ve ihtiyaçlarına cevap vermeleri kaçınılmaz bir hale gelmiştir (Polatçı ve Özçalık, 2013). Fakat iyileşen çalışma koşullarına rağmen sürekli devinim halinde olan çalışma ortamı, çalışanların, yöneticilerin ve müşterilerin arasındaki tahammül sınırının azalmasına neden olabilmektedir. Bu da kızgınlık, öfke, sinirlenme, kabalık gibi olumsuz davranışların sergilenme eğilimlerini arttırabilmektedir (Bal Taştan, 2014). Böylece işletmelerde sergilenen bu olumsuz davranışlar zamanla işyeri nezaketsizliğinin oluşmasına zemin hazırlayabilmektedir. Alanyazında işyeri nezaketsizliği; yönetici, çalışan ve müşteri nezaketsizliği olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır (Schilpzand, De Pater ve Erez 2016).

Şule Aydın	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	0000-0002-8760-643X	suleaydin@nevsehir.edu.tr	Türkiye
Ecem Tezgel Çoban*	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	0000-0003-1734-6481	etezgelcoban@nevsehir.edu.tr	Türkiye

Fakat çalışmalarda daha çok örgüt içindeki yönetici ve çalışanların nezaketsiz davranışlarının üzerinde durulduğu görülmektedir (Hur, Kim ve Park, 2015).

Hizmet sektörünün yapısı gereği çalışanlar ile müşteriler yoğun bir etkileşim ve iletişim halindedirler (Sliter, Sliter ve Jex, 2012). Hizmet sektörünün önemli bileşenlerinden biri olan turizm sektörü yapısı gereği emek-yoğun bir özelliğe sahiptir ve üretim ve tüketim çoğu zaman eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2018). Dolayısıyla turizm sektöründe hizmetlerin önemli bir kısmı müşterilerin bulunduğu ortamlarda sunulmaktadır. Bundan dolayı turizm sektörü çalışanları ve müşterileri diğer sektörlerle kıyasla daha yoğun doğrudan iletişim içerisindedirler. Bu iletişim esnasında müşteriler çalışanlara yönelik kaba ve nazik olmayan davranışlar sergileyebilmektedirler (Sliter, Jex, Wolford ve McInnerney, 2010; Sakurai ve Jex, 2012). Sergilenen bu davranışlar “müşteri nezaketsizliği (customer incivility)” olarak adlandırılmaktadır. Çalışanların bu nezaketsiz davranışlara karşın müşterilere her zaman nazik bir şekilde karşılık vermek zorunda olması; çalışanlar üzerinde baskı ve stresi arttırmakta ve çalışanların olumsuz tutum ve davranışlara yönelmelerine neden olabilmektedir (Chu, Baker ve Murmann, 2012). Çalışanların bu olumsuz tutum ve davranışları sergilemeleri işletmeler açısından da birçok olumsuzluğu beraberinde getirebilmektedir (Bal Taştan, 2014). Çalışanlarda motivasyon ve performans düşüklüğü görülebilir, çalışanlar örgüte ve işe olan bağlılık ve sadakatlerini yitirebilir, çalışanların devamsızlıkları artabilir ve hatta çalışanlar işten ayrılma niyetine girebilirler. Çünkü işe bağlılık çalışan ile işi arasında gerçekleşen en önemli motivasyon kaynaklarından biri olarak gösterilmektedir (Güner, 2007). Ayrıca işine sıkı sıkıya bağlı olan kişiler kendilerinin iş alanında maksimum düzeyde verimli olduklarını düşünebilmektedirler. Böylece bu çalışanlar yaptıkları işlerden zevk alan ve sorumluluklarını yerine getirmek için ellerinden geleni yapan kişilerdir (Uygur, 2009). Müşteriler tarafından gerçekleşen bu olumsuz davranışlar, çalışanların işlerine karşı sıkı bağlar kurdukları bu olumlu tutumu zamanla olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Bu çalışmada turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde çalışanlar ile müşteriler arasındaki ilişkinin çok yoğun bir şekilde gerçekleşmesi nedeniyle müşteri nezaketsizliğinin çalışanların işe bağlılıkları üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma nicel olarak tasarlanmış ve veriler anket tekniği ile Çekirdek Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri çalışanlarından toplanmıştır. Çalışmada müşteri nezaketsizliği bağımsız değişken, işe bağlılık ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

Müşteri Nezaketsizliği ve İşe Bağlılık Kavramları

İşletmelerde sıkça karşılaşılan fakat kimi zaman önemsenmeyen ya da anlaşılmayan nezaketsiz davranışlar zamanla işletmeleri olumsuz yönde etkileyen sorunlardan biri haline gelebilmektedir. Bu davranışların sıkça uygulandığı işletmelerde ise işyeri nezaketsizliği ortaya çıkabilmektedir. İşyeri nezaketsizliği örgütlerde karşılıklı saygı kurallarının yok sayılmasıyla kendini gösteren, niyeti tam olarak belli olmayan fakat ulaşılmak istenen hedeflere zarar veren yıkıcı, kaba, sapkın davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Anderson ve Pearson, 1999). İşyeri nezaketsizliği günlük karşılaşılan sıkıntılar ve işyerindeki karşılaşılan kötü muamele sonucu ortaya çıkabilmektedir (Andersson ve Pearson, 1999; Cortina, Magley, Williams ve Langhout, 2001). İşyeri nezaketsizliği kapsamındaki davranışların, mobbing, zorbalık, duygusal suistimal, kurban etme vb. olumsuz iş davranışlarına göre daha ılımlı olduğu söylenebilir. Fakat

sürekli olarak nezaketsiz davranışların sergilendiği işletmelerde bu davranışlar, daha olumsuz iş davranışlarına dönüşebilmektedir (Kanten, 2014).

İşyeri nezaketsizliği boyutlarından biri olan müşteri nezaketsizliği, müşterilerin çalışanlara karşı medeni davranışlar yerine kaba, saygısız ve kötü davranışlar sergilemesi olarak tanımlanmaktadır (Van Jaarsveld, Walker ve Skarlicki, 2010). Yönetici, çalışan ve müşteri ilişkilerinde ortaya çıkan nezaketsiz davranışlar benzerlik göstermektedir. Fakat müşteri nezaketsizliğindeki ilişkilerin müşteriler ve çalışanlar arasında olması nedeniyle nezaketsiz davranışlar örgüt dışından gelmektedir (Sliter, Sliter ve Jex, 2012). Ayrıca çalışan ve müşteriler arasında yaşanan nezaketsiz davranışlar, çalışanlar arasında yaşanan nezaketsiz davranışlardan daha fazla stresli bir iş ortamının oluşmasına neden olabilmektedir (Sliter, Pui, Sliter ve Jex, 2011). Müşterilerin çalışanlara karşı sergilediği nezaketsiz davranışlar bazen önemsenmeyen, niyeti belli olmayan ve günlük gerçekleşen davranışlardır. Yani ilk başlarda amacı zarar vermek olmayan bu davranışlar zamanla çalışanlara hem de işletmelere ciddi olumsuz sonuçlar olarak dönebilmektedir (Sliter ve Jones, 2016).

Müşteri nezaketsizliğinin teorik dayanağını “kaynakların korunması teorisi (conservation of resources theory)” (Hobfoll, 1989) oluşturmaktadır. Teoriye göre, çalışanlar kendilerine yardımcı olan kaynakları edinme, koruma ve sürdürme eğilimindedirler. Çalışanların bu amaçla kullandığı kaynaklar arasında çalışanlar tarafından değer verilen; nesnelere, sosyal destekler, çalışanın kişilik özellikleri ve enerji kaynakları yer almaktadır (Sliter, Sliter ve Jex, 2012; Wilson ve Halmwall, 2013; Alola, Olugbade, Avcı ve Öztüren, 2019). Kaynakların korunması teorisi, çalışanların kaynakları elde edemediği ya da kaybetme riskleri olduğu durumlarda stresli olduklarını vurgulamaktadır (Alola vd., 2019). Diğer bir ifadeyle hizmet sürecinde müşteri ile yakın temas içinde olan turizm sektörü çalışanları müşteriden nezaketsiz bir davranış gördüklerinde, sahip oldukları kaynakları kaybetme riskini algıladıkları için olumsuz bir tutum sergileme eğiliminde olabilmektedirler.

İşe bağlılık, çalışanların kendilerini, sahip oldukları iş ile özdeşleştirmeleri olarak tanımlanmaktadır (Lodhal ve Kejner 1965). Yani çalışanların, işini veya işlerine dair her şeyi hayatlarının odağına koymasını gerektiren bir durumdur (Dubin, 1956). Çalışanlar kendilerini işlerine adarken, işleri ile arasında psikolojik yönden ne derecede ilişki kurdukları da önemli bir noktadır (Kanungo, 1982; Blau, 1985). Psikolojik olarak işi ile bütünleşen çalışanların zihinlerinde işlerine karşı olumlu bir algı oluşabilmekte ve yaptıkları işlerden zevk duyabilmektedirler. Böylelikle çalışanların motivasyonu ve verimliliği artarak işe olan bağları da kuvvetlenmektedir (Yan ve Su, 2012). İşe bağlılık çalışanların motive olmasındaki en önemli hususlardan birisi olarak gösterilmektedir (Uygur, 2009).

İşe bağlılık kavramı örgütsel bağlılık kavramından farklılık arz etmektedir. Örgütsel bağlılık, çalışanların örgütün hedef ve amaçlarını benimseyerek örgüte inanması, uyum sağlaması, örgütün çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün tutması olarak tanımlanmaktadır. İşe bağlılık çalışanların meşgul oldukları iş ile kişisel olarak bir ilişki kurup psikolojik olarak da bütünleştiği için işe bağlılığını yitiren bir kişinin o sektörde kalma olasılığı çok düşüktür (Diker, 2010). Kişi işten soğuyabilmekte ya da bir daha o işi yapamayabilmektedir. Fakat örgüte olan inancını yitiren bir çalışan başka bir işletmede aynı pozisyonda görev alabilmektedir.

Alanyazın Taraması

Alanyazında müşteri nezaketsizliği ile aralarındaki ilişkinin ve etkinin incelendiği örgütsel davranış konuları arasında; sinizm ve işten ayrılma niyeti (Nazir ve Ungku, 2016), işten ayrılma niyeti ve duygusal tükenme (Han, Bonn ve Cho, 2016; Li ve Zhou, 2013; Kim ve Lee, 2014), örgütsel sessizlik ve örgütsel dışlanma (Kumral, 2017), intikam alma niyeti ve bilgi paylaşma niyeti (Keçeci, 2017), işyerinde karşılaşılan kötü muamele, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti (Wilson ve Holmvall, 2013), işten geri çekilme davranışı (Sliter, Sliter ve Jex, 2012), işyerinde karşılaşılan kötü muamele ve stres (Adam ve Webster 2013), işyerinde karşılaşılan kötü muamele (Mullen ve Kevin Kelloway 2013), iyi oluş (Arnold ve Walsh, 2015; Torkelson, Holm ve Bäckström, 2016), duygusal tükenme (Van Jaarsveld, Walker ve Skarlicki 2010; Sliter, Jex, Wolford, McInnerney J 2010; Hur, Moon ve Han 2015; Cho, Bonn, Han ve Lee, 2016; Kim ve Qu, 2018), stres ve duygusal tükenme (Kern, Grandey, 2009) sapkın davranışlar, tükenme ve stres (Jung, Park ve Yoon, 2017) yer almaktadır. Çalışma sonuçları genel olarak incelendiğinde, müşteri nezaketsizliğinin çalışanların negatif örgütsel davranışları (işten ayrılma niyeti iş tatminsizliği, işten geri çekilme davranışı, işyerinde karşılaşılan kötü muamele, örgütsel sessizlik, örgütsel dışlanma, intikam alma niyeti, tükenmişlik/duygusal tükenme, sapkın davranışlar, stres) üzerinde olumlu; pozitif örgütsel davranışları (iş tatmini, iyi oluş, bilgi paylaşma niyeti vb.) üzerinde ise olumsuz etkisi olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla araştırma kapsamında müşteri nezaketsizliği ile olumlu örgütsel davranış konularından biri olan işe bağlılık arasında ilişki ve etkininin olabileceği düşünüldüğünden aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Müşteri nezaketsizliği ile işe bağlılık arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Müşteri nezaketsizliği çalışanların işe olan bağlılıklarını olumsuz yönde etkilemektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Veri Toplama Aracı ve Tekniği

Araştırma nicel olarak tasarlanmış olup veriler anket tekniğiyle toplanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Formun birinci bölümünde katılımcıların demografik bilgilerini belirlemeye yönelik açık ve kapalı uçlu, ikinci bölümünde ise müşteri nezaketsizliği ve işe bağlılık ölçekleri kullanılmıştır. Müşteri nezaketsizliğini ölçmek için Burnfield, Clark, Devendorf ve Jex (2004) tarafından geliştirilen 15 ifadenin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. Ancak 2 ifadenin uygulanacak alana kültürel açıdan uygun olmadığı düşünüldüğünden ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Dolayısıyla müşteri nezaketsizliği ölçeği 13 ifade üzerinden kurgulanmıştır. İşe bağlılığı ölçmek amacıyla ise Kanungo (1982) tarafından geliştirilen 10 ifadenin yer aldığı ölçekten yararlanılmıştır. Anket formu 5 Ocak-10 Şubat 2019 tarihleri arasında Çekirdek Kapadokya'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde uygulanmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini Çekirdek Kapadokya'da faaliyet gösteren konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmada veriler kolayda örnekleme yöntemi ile 159 çalışandan toplanmıştır. Bu bölgenin Türkiye'de kültür turizminin en iyi örgütlendiği bölgelerden biri olması nedeniyle araştırma alanı olarak seçildiği söylenebilir. Ayrıca kültür turizmine yönelik faaliyet gösteren destinasyonlarda misafir kalış sürelerinin diğer turizm türlerine yönelik faaliyet gösteren destinasyonlara kıyasla kısa olması, farklı kültürlerden çeşitli demografik özelliklere sahip misafirlerin (milliyet, etnik köken, din vb.) bölgede

ağırlanması hususlarının çalışanlar üzerinde ekstra baskı yarattığı düşünüldüğünde (Diker, 2010) çalışanların işe bağlılıklarının olumsuz yönde tetikleyen faktörlerin diğer bölgelere göre daha fazla olduğu beklenebilir.

Kullanılan Veri Analiz Teknikleri

Anket formu aracılığıyla elde edilen veriler istatistik paket programına aktarılmıştır. İstatistik paket programına girilen verilerde, kodlama ile ilgili bir hata yapıp yapılmadığı kontrol edilmiş ve hatalı kodlamalar düzeltilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde betimleyici, faktör, güvenilirlik, regresyon ve korelasyon analizlerine başvurulmuştur. Verilerin çözümlenmesinde bu analizlerin uygulanabilmesi için normallik testi uygulanmıştır. Her iki ölçeğin skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerlerinin -1 ile +1 arasında değer aldığı ve standart sapmanın 1'e yakın olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla verilerin normal dağıldığı varsayılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Yapılarına İlişkin Bulgular

Cinsiyet (N: 159)	Frekans	Oran	Yaş (N: 156)	Frekans	Oran
Kadın	50	31,4	18-24	40	25,6
Erkek	109	68,6	25-31	57	36,5
Eğitim Durumu (N: 157)	Frekans	Oran	32-38	33	21,2
İlkokul	10	6,4	39 ve üzeri	26	16,7
Ortaokul	12	7,6	Medeni Durumu (N: 158)	Frekans	Oran
Lise	52	33,1	Evli	69	43,7
Ön Lisans	28	17,8	Bekar	89	56,3
Lisans	45	28,7	Bölüm (N: 159)	Frekans	Oran
Lisansüstü	10	6,4	Yiyecek ve İçecek	48	30,2
Pozisyon (N: 159)	Frekans	Oran	Kat Hizmetleri	22	13,8
Rezervasyon görevlisi	1	0,6	Misafir İlişkileri	2	1,3
Aşçı	3	1,9	Muhasebe	6	3,8
Barmen	2	1,3	Önbüro	54	34,0
Bellboy	7	4,4	Pazarlama	10	6,3
Garson	32	20,1	Teknik Servis	3	1,9
İşçi	1	0,6	Yönetim	3	1,9
Kaptan	2	1,3	Gelir (N: 138)	Frekans	Oran
Kat görevlisi	17	10,7	2000-2020	51	37,0
Meydancı	2	1,3	2050-2800	40	29,0
Misafir İlişkileri Sorumlusu	3	1,9	3000 ve üzeri	47	34,1
Muhasebe Per.	5	3,1	Sektör Çalışma Süresi (N: 147)	Frekans	Oran
Müdür	18	11,3	1-3	33	22,4
Müdür Yardımcısı	1	0,6	4-6	35	23,8
Pazarlama Elemanı	4	2,5	7-9	21	14,3
Rehber	3	1,9	10-12	20	13,6
Resepsiyon Görevlisi	33	20,8	13-15	19	12,9
Satış Elemanı	5	3,1	16 ve üzeri	19	12,9
Someliye	1	0,6	İşyeri Çalışma Süresi (N: 124)	Frekans	Oran
Şef	14	8,8	1-5	101	81,5
Şoför	2	1,3	6-10	18	14,5
			11-15	3	2,4
			15 ve üzeri	2	1,6

Tablo 1 incelendiğinde cinsiyet açısından erkeklerin kadınlara göre daha fazla olduğu ve katılımcıların farklı yaş gruplarına sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumları açısından ise birbirine yakın olduğu saptanmıştır. Katılımcıların en fazla % 33,1 ile lise ve sırasıyla % 28,7 ile lisans,

%17,8 ile ön lisans, % 7,6 ile ortaokul ve % 6,4 ile de ilkökul mezunu olduğu görülmüştür. Katılımcıların önemli bir kısmının Önbüro (% 34,0) ve Yiyecek ve İçecek (% 30,2) bölümünde çalıştığı belirlenmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun resepsiyonist (% 20,8) ve garson (% 20,1) olarak çalıştığı görülmekte ve % 37'sinin 2000-2020 TL, % 29'unun 2500-2800 TL ve % 34,1 'inin de 3000 TL ve üzeri ücret aldığı belirlenmiştir. İşyeri çalışma süresi açısından katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 81,5) ile 1-5 yıl arasında aynı işyerinde çalıştıkları görülmüştür. Katılımcıların demografik yapılarına ilişkin bulgular Tablo 1' de yer almaktadır.

Çalışma kapsamında müşteri nezaketsizliği ölçeğine, çok değişkenli istatistik analiz tekniklerinden biri olan faktör analizi uygulanmıştır. Ölçekte 13 ifade 2 boyut altında toplanmıştır. Ölçek toplam varyansın % 53,65' ini açıklamaktadır. Ölçeğin güvenirlik katsayısının ise 0,884 olduğu belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği % 87 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe ilişkin faktör ve güvenirlik analizi sonuçlarına Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2: Faktör Analizine İlişkin Bulgular

	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü	Özdeğer	Varyans Yüzdesi	Art. Ort.	Güvenirlik
1.Hayal Kırıklığı			5,502	30,777	4,001	,852
Müşteriler, çalışanlara rahatsız olduklarını veya sabırsız olduklarını hissettirirler	,668	,794				
Müşteriler, çalışanlar tarafından verilen bilgilere güvenmez ve daha yetkili biriyle konuşmak isterler	,584	,760				
Müşteriler, çalışanların yetkinliğini sorgulayan yorumlar yaparlar	,604	,751				
Müşteriler, çalışanların kapasitesini aşan/zorlayan taleplerde bulunurlar	,500	,692				
Müşteriler, çalışanları küçümserler	,406	,592				
Müşteriler çalışanların verdiği hizmet hakkında olumsuz yorum yaparlar	,408	,592				
Müşteriler, çalışanlara yönelik hayal kırıklığına uğradıklarını belli ederler	,397	,575				
Müşteriler, çalışanlara kötü davranırlar	,438	,538				
2.Hakaret			1,473	22,875	2,974	,813
Müşteriler çalışanların fiziksel görünümü hakkında kaba yorum yaparlar	,688	,816				
Müşteriler diğer müşterilere hakaret ederler	,633	,794				
Müşteriler, çalışanlara hakaret ederler	,578	,680				
Müşteriler, çalışanlara karşı kişisel sözlü saldırılarda bulunurlar	,549	,680				
Müşteriler, çalışanlara öfkelenirler	,523	,567				
Ölçeğin tamamı için Cronbach's Aplha	,884					
Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği: %87,8; Bartlett küresellik testi: X^2 : 769,002; s.d.: ,619; $p < 0.001$; Genel ortalama: 2,066; Ölçeğin tamamı için Alpha: ,884; Açıklanan Toplam Varyans: % 53,65 Ölçek: 1:Hiçbir Zaman, 2:Nadiren, 3:Bazen, 4:Sık Sık, 5:Her zaman						

Çalışmada kullanılan işe bağlılık ölçeği orijinalinde ve daha önce kullanılan çalışmalarda tek boyutlu olarak ele alındığı için faktör analizi yapılmamıştır. Ölçeğe ait betimleyici istatistiklere Tablo 3'te, güvenirlik analizi sonuçlarına ise Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 3: İşe Bağlılık Ölçeğine Verilen Puanların Betimleyici İstatistikleri

No	İfade	N	Art. Ort.	S. Sapma
1	Bu işte çalışıyor olmak başıma gelen en güzel şeylerden biridir	157	3,40	1,181
2	Benim için işim benliğimin küçük bir parçasıdır	154	4,01	,695
3	İşimin bütün ayrıntılarıyla yakından ilgilenirim	157	4,32	,961
4	İşimle yaşıyorum, işim benim için yemek yemek, nefes almak kadar önemlidir	157	3,23	1,240
5	İlgi alanlarımın çoğu işim üzerinde yoğunlaşır	158	3,15	1,087
6	İşime çok bağlıyım	157	3,80	1,055
7	Genellikle kendimi işimden kopmuş hissediyorum	156	4,28	,767
8	Kişisel yaşam hedeflerimin çoğu işime odaklanmıştır	156	2,94	1,128
9	İşimin yaşamımın merkezinde yer aldığını düşünüyorum	156	3,10	1,192
10	Zamanımın büyük kısmında işimle meşgul olmaktan hoşlanırım	158	3,12	1,217

Ölçek: 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3'te yer alan betimleyici istatistikler incelendiğinde, katılım düzeyi en yüksek olan ifadelerin "İşimin bütün ayrıntılarıyla yakından ilgilenirim" (4,32), "Genellikle kendimi işimden kopmuş hissediyorum" (4,28), "Benim için işim benliğimin küçük bir parçasıdır" (4,01) olduğu belirlenmiştir. Katılım düzeyi göreceli olarak daha düşük olan ifadeler ise "İşimin yaşamımın merkezinde yer aldığını düşünüyorum" (3,10) "Kişisel yaşam hedeflerimin çoğu işime odaklanmıştır" (2,94) şeklinde yer almaktadır.

Tablo 4: İşe Bağlılık Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

No	İfade	Madde Bütün Korelasyon	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
1	Bu işte çalışıyor olmak başıma gelen en güzel şeylerden biridir	,565	,785
2	Benim için işim benliğimin küçük bir parçasıdır	,131	,822
3	İşimin bütün ayrıntılarıyla yakından ilgilenirim	,430	,800
4	İşimle yaşıyorum, işim benim için yemek yemek, nefes almak kadar önemlidir	,615	,778
5	İlgi alanlarımın çoğu işim üzerinde yoğunlaşır	,644	,776
6	İşime çok bağlıyım	,648	,777
7	Genellikle kendimi işimden kopmuş hissediyorum	-,058	,837
8	Kişisel yaşam hedeflerimin çoğu işime odaklanmıştır	,520	,791
9	İşimin yaşamımın merkezinde yer aldığını düşünüyorum	,668	,772
10	Zamanımın büyük kısmında işimle meşgul olmaktan hoşlanırım	,578	,783
Ölçeğin tamamı için Cronbach's Alpha		,811	

İşe bağlılık ölçeğine ilişkin güvenilirlik analiz sonuçlarına göre, Cronbach's Alpha değeri 0,811'dir. Ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir (Gürbüz ve Şahin, 2017). Ölçeğin toplanabilirlik özelliğinin bozulmaması için ifade ile bütün arasındaki korelasyon katsayılarının negatif olmaması ve 0,25'ten büyük olması istenmektedir (Karagöz, 2017). İşe bağlılık ölçeğinde 2. İfadenin korelasyon katsayısının 0,25'in altında olması, 7. ifadenin ise negatif korelasyon katsayısına sahip olması nedeniyle bu ifadeler ölçekten çıkarılmış ve sonraki analizlere 8 ifade üzerinden devam edilmiştir.

Çalışmada kapsamında geliştirilen "Müşteri nezaketsizliği ile işe bağlılık arasında anlamlı bir ilişki vardır" şeklindeki araştırma hipotezini test etmek için korelasyon analizine başvurulmuştur. Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, p değerinin 0,05'ten büyük (0,192>0,05) olması nedeniyle müşteri nezaketsizliği ile işe bağlılık arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını saptanmıştır. Bu nedenle H1 hipotezi reddedilmiştir. Tablo 5'te korelasyon analizine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 5: Korelasyon Analizi Sonuçları

		Müşteri Nezaketsizliği	İşe Bağlılık
Müşteri Nezaketsizliği	Pearson Correlation		-,104
	Sig.		,192
İşe Bağlılık	Pearson Correlation	-,104	
	Sig.	,192	

Çalışma kapsamında geliştirilen diğer hipotez olan “Müşteri nezaketsizliği çalışanların işe olan bağlılıklarını olumsuz yönde etkilemektedir” hipotezini test etmek amacıyla basit regresyon analizi kullanılmıştır. Analizde işe bağlılık bağımlı, müşteri nezaketsizliği ise bağımsız değişken olarak ele alınmıştır.

Tablo 6: Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	β	Std. Hata	Beta	t	p
Sabit*	3,752	,178		21,098	,000
Müşteri Nezaketsizliği	-,108	,083	-,104	-1,309	,192

*İşe bağlılık

Elde edilen sonuçlara göre, p değerinin 0,05'ten büyük ($0,192 > 0,05$) regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Böylece araştırmanın ikinci hipotezi olan H₂ hipotezi de reddedilmiştir.

Sonuç

Bu çalışma ile müşteriler tarafından gerçekleştirilen nezaketsiz davranışların, çalışanların işe bağlılıkları arasındaki ilişki ve etki edip etmediği araştırılmıştır. Alanyazın incelendiğinde müşteri nezaketsizliğinin olumlu örgütsel davranışlar olan iş tatmini, iyi oluş, bilgi paylaşma niyeti gibi konular üzerinde ise olumsuz bir etkisinin olduğu belirlenmiştir (Wilson ve Holmvall 2013; Arnold ve Walsh, 2015; Torkelson, Holm ve Bäckström, 2016; Keçeci, 2017). İşe bağlılığın olumlu bir örgütsel davranış olduğu düşünüldüğünde; müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık ile arasında olumsuz bir ilişki ve etki olması beklenmektedir. Bu nedenle çalışmada alanyazın incelenmesi sonucunda, müşteri nezaketsizliğinin olumlu örgütsel davranış konularından biri olan işe bağlılık üzerindeki ilişkiyi ve etkiyi test etmek amacıyla 2 adet hipotez geliştirilmiştir. Fakat elde edilen sonuçlara göre müşteri nezaketsizliği ile işe bağlılık arasında anlamlı bir ilişkinin ve etkinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak geliştirilen hipotezler reddedilmiştir. Alanyazın incelemesi sonucu, çalışmada beklenen sonuçlarla elde edilen sonuçlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıkların nedeni olarak, incelenen çalışmalarda uygulama alanı olarak turizm sektörü dışındaki farklı alanların seçilmesi gösterilebilmektedir. Alanyazın incelendiğinde çalışmaların ağırlıklı olarak nicel olarak gerçekleştiği görülmektedir. İleride yapılacak olan çalışmaların nitel olarak tasarlanması düşünülebilir. Ayrıca araştırmacılar katılımlı gözlem tekniği kullanarak veri toplayabilir ve olarak araştırma sürecine dâhil olabilir. Böylece konuyla ilgili birincil elden daha sağlıklı veriler toplamak ve sonuçlara erişmek mümkün olabilecektir. Son olarak ise ileride yapılacak olan çalışmalarda işyeri nezaketsizliği kapsamında ele alınan yönetici ve çalışan nezaketsizliği ile işe bağlılık arasındaki etki ve ilişki araştırılabilir.

Kaynakça

Adam, G. A. ve Webster, J. R. (2013). Emotional regulation as a mediator between interpersonal mistreatment and distress. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(6), 697-710.

- Alola, U. V., Olugbade, O. A., Avcı, T. ve Öztüren, A. (2019). Customer incivility and employees' outcomes in the hotel: Testing the mediating role of emotional exhaustion. *Tourism Management Perspectives*, 29, 9-17.
- Anderson, L. M. ve Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of Management Review* 24(3), 452-471.
- Arnold, K. A. ve Walsh, M. M. (2015). Customer incivility and employee well-being: Testing the moderating effects of meaning, perspective taking and transformational leadership. *Work & Stress*, 29(4), 362-378.
- Bal Taştan, S. (2014). İşyeri nezaketsizliğini öngören örgütsel ve durumsal önceller ile çalışanların davranışsal sonuçları arasındaki ilişkinin ve sosyo-psikolojik kaynakların rolünün incelenmesi: Sağlık kurumlarında yapılan bir araştırma. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(3), 60-75.
- Blau, G. J. (1985). A multiple study investigation of the dimensionality of job involvement. *Journal of Vocational Behavior*, 27(1), 19-36.
- Burnfield, J. L., Clark, O. L., Devendorf, S. A. ve Jex, S. M. (2004). Understanding workplace incivility: Scale development and validation. In 19th Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Chicago.
- Cho, M., Bonn, M. A., Han, S. J. ve Lee, K. H. (2016). Workplace Incivility and its Effect upon Restaurant Frontline Service Employee Emotions and Service Performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2888-2912.
- Chu, K. H. ve Baker, M. A. ve Murmann, S. K. (2012). When we are onstage, we smile: The effects of emotional labor on employee work outcomes. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 906-915.
- Cortina, L. M., Magley, V. J., Williams, J. H. ve Langhout, R. D. (2001). Incivility in the workplace: Incidence and impact. *Journal of Occupational Health Psychology*, 6(1), 64-80.
- Diker, O. (2010). *İş-aile çatışması ve işe bağlılık ilişkisinin turizm sektöründe incelenmesi: Nevşehir bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel çalışanları üzerinde bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Dubin, R. (1956). Industrial workers' worlds: A study of the "central life interests" of industrial workers. *Social problems*, 3(3), 131-142.
- Güner, A. R. (2007). *Sağlık hizmetlerinde örgütsel bağlılık, işe bağlılık ve iş tatmini arasındaki ilişkilerin modellenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Han, S. J., Bonn, M. A. ve Cho, M. (2016). The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 97-106.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524.
- Hur, W. M., Kim, B. S. Park, S. J. (2015). The relationship between coworker incivility, emotional exhaustion, and organizational outcomes: the mediating role of emotional exhaustion. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 25, 701-712.
- Hur, W. M., Moon, T. W. ve Han, S. J. (2015). The effect of customer incivility on service employees' customer orientation through double-mediation of surface acting and emotional exhaustion. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(4), 394-413.
- Jung, H. S., Park, Y. M. ve Yoon, H. H. (2017). Spillover effects in customer incivility: Impacts on frontline employees' negative behaviors. *Culinary Science & Hospitality Research*, 23(6), 110-117.
- Kanten, P. (2014). İşyeri nezaketsizliğinin sosyal kaytarma davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde duygusal tükenmenin aracılık rolü. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 11-26.
- Kanungo R N (1982). Measurement of job and work involvement. *Journal of Applied Psychology* 67(3): 341-349.
- Karagöz, Y. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Keçeci, M. (2017). *The role of supervisor and coworker incivility on intention to share knowledge and satisfaction: the moderating effect of conscientiousness and the mediating effect of desire for revenge* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kern, J. H. ve Grandey, A. A. (2009). Customer incivility as a social stressor: the role of race and racial identity for service employees. *Journal of Occupational Health Psychology*, 14(1), 46-57.
- Kim, G. ve Lee S (2014). Women sales personnel's emotion management: Do employee affectivity, job autonomy, and customer incivility affect emotional labor? *Asian Women*, 30(4).
- Kim, H. ve Qu, H. (2018). The effects of experienced customer incivility on employees' behavior toward customers and coworkers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 20(10), 1-20.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2018). *Genel turizm ilkeler ve kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kumral, T. (2017). *İşyeri nezaketsizliği ve örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel dışlanmanın aracı rolü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Li, X. ve Zhou, E. (2013). Influence of customer verbal aggression on employee turnover intention. *Management Decision*, 51(4), 890-912.
- Lodahl, T. M. ve Kejner, M. (1965). The Definition and Measurement of Job Involvement. *Journal of Applied Psychology*, 49(11), 31-43.
- Mullen, J. E. ve Kevin Kelloway, E. (2013). The effects of interpersonal customer mistreatment on employee retaliation. *International Journal of Workplace Health Management*, 6(2), 118-128.
- Nazir, T. ve Ungku, U. N. B. (2016). Interrelationship of incivility, cynicism and turnover intention. *International Review of Management and Marketing*, 6(1), 146-154.
- Polatçı, S. ve Özçalık F. (2013). Yapısal ve psikolojik güçlendirmenin işyeri nezaketsizliği ve tükenmişliğe etkisi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1(1), 17-34.
- Sakurai, K. ve Jex, S. M. (2012). Coworker incivility and incivility targets' work effort and counterproductive work behaviors: The moderating role of supervisor social support. *Journal of Occupational Health Psychology*, 17(2), 150-161.
- Schilpzand, P., De Pater, I. E. ve Erez, A. (2016). Workplace incivility: A review of the literature and agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 37, 57-88.
- Sliter, M. T., Pui, S. Y., Sliter, K. A. ve Jex, S. M. (2011). The differential effects of interpersonal conflict from customers and coworkers: trait anger as a moderator. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(4), 424-440.
- Sliter, M. ve Jones, M. (2016). A qualitative and quantitative examination of the antecedents of customer incivility. *Journal of Occupational Health Psychology*, 21(2), 208-219.
- Sliter, M., Jex, S., Wolford, K. ve McInnerney, J. (2010). How rude! Emotional labor as a mediator between customer incivility and employee outcomes. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15(4), 468-481.
- Sliter, M., Sliter, K. ve Jex, S. (2012). The employee as a punching bag: the effect of multiple sources of incivility on employee withdrawal behavior and sales performance. *Journal of Organizational Behavior*, 33(1), 121-139.
- Torkelson, E., Holm, K. ve Bäckström, M. (2016). Workplace incivility in a Swedish context. *Nordic Journal of Working Life Studies*, 6(2), 3-22.
- Uygur, A. (2009). *Örgütsel bağlılık ve işe bağlılık*. Ankara: Barış Platin Kitabevi.
- Van Jaarsveld, D. D., Walker, D. D. ve Skarlicki, D. P. (2010). The role of job demands and emotional exhaustion in the relationship between customer and employee incivility. *Journal of Management*, 36(6), 1486-1504.
- Wilson, N. L. ve Holmvall, C. M. (2013). The development and validation of the incivility from customers scale. *Journal of Occupational Health Psychology*, 18(3), 310-326.
- Yan, X. ve Su, J. (2012). Core self-evaluations mediators of the influence of social support on job involvement in hospital nurses. *Social Indicators Research*, 113(1), 299-306.