



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

**SOSYAL SORUMLULUK ALGISI İLE ÖRGÜTSEL SİNİZM
ARASINDAKİ İLİŞKİ: POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYENİN
DÜZENLEYİCİ ROLÜ**

Yüksek Lisans Tezi

Mustafa KESAL

Danışman

Prof. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU

Nevşehir

Temmuz, 2021

TEŞEKKÜR

Tez konusu belirlemede ve tez yazım süresi boyunca beni yönlendiren, değerli danışmanım Prof. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU'ya, öğrencisi olduğum Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Öğretim üyelerine, eğitim hayatım boyunca benden desteğini esirgemeyen merhum dedem HASAN ORAL'a, çok kıymetli dedem Mustafa KESAL'a, her zaman beni yönlendiren, anlayan, dinleyen, motive eden sevgi dolu güzel annem Nilüfer KESAL'a, biricik kardeşim Selen KESAL'a ve bugünlere gelmemde her türlü imkânı sunan, kendimi geliştirmem adına bana yardımcı olan çok değerli canım babam Caner KESAL'a beni destekledikleri için teşekkürü bir borç bilir, en derin saygı ve şükranlarımı sunarım.

SOSYAL SORUMLULUK ALGISI İLE ÖRGÜTSEL SİNİZM ARASINDAKİ İLİŞKİ: POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYENİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Mustafa KESAL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Temmuz 2021

Danışman: Prof. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, konaklama işletmelerindeki sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide karşılıklı pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici (ılımlatıcı) etkilerini analiz etmektir. Araştırmanın örneklemini Nevşehir ilinde faaliyet göstermekte olan konaklama işletmelerinin yöneticileri ve çalışanları olarak belirlenmiştir (n=500). Sosyal sorumluluk algısı çerçevesinde örgütsel sinizmin pozitif psikolojik sermaye üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak için veriler düzenleyici değişkenli hiyerarşik regresyon analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre pozitif psikolojik sermayenin sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide düzenleyici rolünün olduğu görülmüştür. Son olarak araştırmanın bazı kısıtları olduğu vurgulanmış, hem konaklama işletmeleri yöneticilerine ve çalışanlarına örgütsel sinizmi engellemeye yönelik önerilerde bulunulmuş, hem de gelecekte benzer konularda yapılacak araştırmalara ilişkin birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk Algısı, Örgütsel Sinizm, Pozitif Psikolojik Sermaye

**THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PERCEPTION OF SOCIAL
RESPONSIBILITY AND ORGANIZATIONAL CYNICISM: THE
MODERATING ROLE OF POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL**

Mustafa KESAL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences

Department of Business Administration, M.B.A, July 2021

Supervisor: Prof. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the moderating effect of positive psychological capital on the relationship between social responsibility perception and organizational cynicism in hospitality businesses. The sample of the research was determined as the managers and employees of the hospitality businesses operating in Nevşehir province (n=500). In order to reveal the effects of organizational cynicism on positive psychological capital within the framework of social responsibility perception, the data were analyzed with the help of hierarchical regression analysis with moderator variables. According to the findings of the study, it was seen that positive psychological capital has a moderating role in the relationship between the perception of social responsibility and organizational cynicism. Finally, it was emphasized that there were some limitations of the research, suggestions were made to both the managers and employees of the accommodation businesses to prevent organizational cynicism, and some suggestions were made for future research on similar issues.

Keywords: Social Responsibility Perception, Organizational Cynicism, Positive Psychological Capital

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK.....	ii
TEZ YAZIM KLAUZUNA UYGUNLUK.....	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iv
TEŞEKKÜR	v
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
TABLO LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

1.1. SOSYAL SORUMLULUK ALGISI	6
1.1.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı	6
1.1.2. Sosyal Sorumluluğun Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi	10
1.1.3. Sosyal Sorumluluk ile İlgili Temel Kavramlar	12
1.1.3.1. Kurumsal İtibar	12
1.1.3.2. Kurumsal İletişim	13
1.1.3.3. İşletme Etiği	13
1.1.3.4. İş Ahlakı	14
1.1.3.5. Kurumsal Sürdürülebilirlik	15
1.1.3.6. Kurumsal Hayırseverlik	16
1.1.3.7. Kurumsal Vatandaşlık	16
1.1.3.8. Paydaş, Paydaş Teorisi ve Paydaş Yönetimi	17
1.1.4. İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Alanları	18
1.1.4.1. İşletme İçi Sosyal Sorumluluk	19
1.1.4.2. İşletme Dışı Sosyal Sorumluluk	21
1.1.5. Sosyal Sorumluluk Boyutları	25
1.1.5.1. Ekonomik Sorumluluklar	26
1.1.5.2. Yasal Sorumluluklar	28

1.1.5.3.	Etik Sorumluluklar	28
1.1.5.4.	Sağduyu Sorumluluklar	29
1.1.6.	<i>İşletmede Sosyal Sorumluluk Türleri</i>	30
1.1.6.1.	Doğrudan Sorumluluk	31
1.1.6.2.	Dolaylı Sorumluluk	31
1.1.6.3.	İşletme Hayırseverliği	32
1.1.7.	<i>Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Avantaj ve Dezavantajları</i>	32
1.1.7.1.	Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Avantajları	33
1.1.7.2.	Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Dezavantajları	34
1.2.	ÖRGÜTSEL SINIZM	34
1.2.1.	<i>Sinizm Kavramının Tanımı</i>	35
1.2.2.	<i>Örgütsel Sinizm Kavramı</i>	36
1.2.3.	<i>Örgütsel Sinizmin Türleri</i>	38
1.2.3.1.	Kişilik Sinizmi	39
1.2.3.2.	Toplumsal (Kurumsal) Sinizm	40
1.2.3.3.	Meslek (İş) Sinizmi	40
1.2.3.4.	Çalışan (İşgören) Sinizmi	41
1.2.3.5.	Örgütsel Değişim Sinizmi	42
1.2.4.	<i>Örgütsel Sinizmin Boyutları</i>	43
1.2.4.1.	Örgütsel Sinizmin Bilişsel Boyutu	43
1.2.4.3.	Örgütsel Sinizmin Davranışsal Boyutu	45
1.2.5.	<i>Örgütsel Sinizmi Oluşturan Kişisel Etkenler</i>	46
1.2.5.1.	Yaş;	46
1.2.5.2.	Cinsiyet;	47
1.2.5.3.	Medeni Durum;	47
1.2.5.4.	Eğitim Durumu;	47
1.2.5.5.	Gelir Düzeyi;	48
1.2.5.6.	Çalışma Süresi;	48
1.2.5.7.	Hiyerarşi;	48
1.2.6.	<i>Örgütsel Sinizmi Oluşturan Örgütsel Etkenler</i>	48
1.2.6.1.	Örgütsel Adalet;	49
1.2.6.2.	Psikolojik Sözleşme İhlalleri;	49
1.2.6.3.	Kişi-Rol Çatışması;	50
1.2.6.4.	İletişim;	50
1.2.7.	<i>Örgütsel Sinizmin Kuramsal Temelleri</i>	50

1.2.7.1.	Beklenti Kuramı	51
1.2.7.2.	Atfetme Kuramı.....	52
1.2.7.3.	Tutum Kuramı	53
1.2.7.4.	Sosyal Değişme Kuramı	55
1.2.7.5.	Duygusal Olaylar Kuramı.....	55
1.2.7.6.	Sosyal GÜdülenme Kuramı.....	56
1.2.8.	Örgütsel Sinizmin Sonuçları.....	57
1.2.8.1.	Örgütsel Sinizmin Bireysel Açından Sonuçları.....	57
1.2.8.2.	Örgütsel Sinizmin Örgüt Açısından Sonuçları	58
1.3.	POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE	59
1.3.1.	Pozitif Psikoloji Kavramı	59
1.3.2.	Pozitif Örgütsel Psikoloji Kavramı	61
1.3.2.1.	Pozitif Örgüt Okulu	62
1.3.2.2.	Pozitif Örgütsel Davranış	64
1.3.3.	Pozitif Psikolojik Sermaye Kavramı.....	66
1.3.4.	Pozitif Psikolojik Sermayenin Bileşenleri	68
1.3.4.1.	Öz Yeterlilik.....	68
1.3.4.2.	İyimserlik.....	70
1.3.4.3.	Umut.....	71
1.3.4.4.	Dayanıklılık	73
1.3.5.	Pozitif Psikolojik Sermayenin Önemi.....	74
1.3.6.	Pozitif Psikolojik Sermayenin Sonuçları	76
1.4.	SOSYAL SORUMLULUK ALGISI, ÖRGÜTSEL SİNİZM VE POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	77
1.4.1.	Sosyal Sorumluluk Algısı İle Örgütsel Sinizm İlişkisi.....	78
1.4.2.	Pozitif Psikolojik Sermaye İle Örgütsel Sinizm İlişkisi	81
1.4.3.	Sosyal Sorumluluk Algısı İle Pozitif Psikolojik Sermaye İlişkisi.....	84

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK ALGISI VE ÖRGÜTSEL SİNİZM ARASINDAKİ İLİŞKİDE POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYENİN DÜZENLEYİCİ ROLÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR SAHA ARAŞTIRMASI

2.1.	ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	86
2.2.	ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	87
2.2.1.	Araştırmanın Örneklemi.....	88
2.2.2.	Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları.....	88

2.2.2.1.	Sosyal Sorumluluk Algısı Ölçeği	88
2.2.2.2.	Örgütsel Sinizm Ölçeği	89
2.2.2.3.	Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeği.....	89
2.2.2.4.	Demografik Bilgiler.....	89
2.2.3.	<i>Araştırmanın Modeli ve Hipotezler</i>	90
2.3.	VERİLERİN ANALİZİ VE ARAŞTIRMANIN BULGULARI	91
2.3.1.	<i>Katılımcıların Demografik Özellikleri</i>	91
2.3.2.	<i>Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri</i>	93
2.3.2.1.	Sosyal Sorumluluk Algısı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi	94
2.3.2.2.	Örgütsel Sinizm Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi	95
2.3.2.3.	Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi	97
2.3.3.	<i>Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi</i>	101
2.3.3.1.	Korelasyon Analizi Bulguları	101
2.3.3.2.	Regresyon Analizi Bulguları	102
	SONUÇ	112
	KAYNAKÇA	119
	EKLER	144
1.5.	Ek 1. ANKET FORMU	144
	ÖZGEÇMİŞ	150

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. 1. Sosyal Sorumluluk Piramidi	26
Şekil 1. 2. Beklenti Kuramı İlişkisi.....	51
Şekil 2. 1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler.....	90



TABLO LİSTESİ

Tablo 2. 1. Araştırmaya Katılan Yönetici ve Çalışanların Demografik Özellikleri... 91	91
Tablo 2. 2. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmeleri ile İlgili Bulgular..... 93	93
Tablo 2. 3. Sosyal Sorumluluk Algısı Ölçeğinin Güvenilirlik İstatistikleri..... 94	94
Tablo 2. 4. Maddelere İlişkin İstatistikler (Sosyal Sorumluluk Algısı) 94	94
Tablo 2. 5. Her Bir Madde ve Toplam Arasındaki İstatistikler (Sosyal Sorumluluk Algısı)..... 95	95
Tablo 2. 6.Örgütsel Sinizm Ölçeğinin Güvenilirlik İstatistikleri..... 95	95
Tablo 2. 7. Maddelere İlişkin İstatistikler (Örgütsel Sinizm) 96	96
Tablo 2. 8. Her Bir Madde ve Toplam Arasındaki İstatistikler (Örgütsel Sinizm).... 97	97
Tablo 2. 9. Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Güvenilirlik İstatistikleri 98	98
Tablo 2. 10. Maddelere İlişkin İstatistikler (Pozitif Psikolojik Sermaye)..... 98	98
Tablo 2. 11. Her Bir Madde ve Toplam Arasındaki İlişkiler (Pozitif Psikolojik Sermaye) 99	99
Tablo 2. 12. Temel Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Tablosu..... 101	101
Tablo 2. 13. Sosyal Sorumluluk-Örgütsel Sinizm Basit Doğrusal Regresyon Modeli Özeti 103	103
Tablo 2. 14. Örgütsel Sinizm-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları 103	103
Tablo 2. 15. Örgütsel Sinizm-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modeline Ait Katsayılar 105	105
Tablo 2. 16. Sosyal Sorumluluk-Pozitif Psikolojik Sermaye Basit Doğrusal Regresyon Modeli Özeti 106	106
Tablo 2. 17. Pozitif Psikolojik Sermaye-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları 106	106

Tablo 2. 18. Pozitif Psikolojik Sermaye-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modeline Ait Katsayılar.....	106
Tablo 2. 19. Örgütsel Sinizm-Pozitif Psikolojik Sermaye Basit Doğrusal Regresyon Modeli Özeti	107
Tablo 2. 20. Örgütsel Sinizm- Pozitif Psikolojik Sermaye Basit Doğrusal Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları	108
Tablo 2. 21. Sosyal Sorumluluk- Pozitif Psikolojik Sermaye- Örgütsel Sinizm Hiyerarşik Regresyon Modeli Özeti.....	108
Tablo 2. 22. Sosyal Sorumluluk-Örgütsel Sinizm-Pozitif Psikolojik Sermaye Hiyerarşik Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları	109
Tablo 2. 23. Sosyal Sorumluluk-Örgütsel Sinizm-Pozitif Psikolojik Sermaye Hiyerarşik Regresyon Modeline Ait Katsayılar.....	110
Tablo 2. 24. Hipotez Sonuçları	111

GİRİŞ

Globalleşmenin etkisiyle bilgi, teknoloji, kültür, zaman, farkları gün geçtikçe kaybolurken, T. Peters'in ifadesiyle "dünya çok büyük bir alışveriş merkezi" konumundadır. Dolayısıyla en güçlü kuruluşlar işletmelerdir. İşletmelerin toplumda yaşamlarını devam ettirmeleri, bu süreçte toplumdaki gelişmelere ayak uydurarak aktif bir tutumda bulunmaları, işletmelerde farklılaşma mecburi olmuştur. Zaman içerisinde, başta sadece gelir amaçlı yaşamını devam ettiren işletmeler, bugünlerde toplumun taleplerinin değişiklik göstermesi ile toplumsal konulara öncelik tanımaya ve toplumsal sorunlara daha sağduyulu oldular ve neticesinde işletmelerin kurumsal anlamda bir sosyal sorumluluk bilincine sahip olmaları zorunluluk haline gelmiştir.

İşletmeler, artık her zamankinden daha fazla büyüklükleri, güçleri ve etkileriyle değerlendirildiğinden ve toplum üzerinde derin etkilere sahip olduğundan tüm eylemlerinden sorumlu tutulmaktadır. İletişim teknolojileri ve sosyal medyanın da etkisiyle şeffaflaşan dünyada işletmelerin davranışları paydaşları tarafından daha dikkatle izlenmekte, incelenmekte ve finansal büyümesine olduğu kadar sürdürülebilirliğine de ciddi oranda etki etmektedir. İşletmelerden, içinde yer aldığı toplum ve iletişimini sürdürdüğü bütün paydaşlarına yönelik yasal ve ahlaki açıdan uygun olarak paydaş ve toplum menfaatlerini dikkate alan sorumlu işletme anlayışı benimsemeleri beklenmektedir (Aktan ve Börü, 2007: 8; Ersöz, 2009: 131). Bu doğrultuda sosyal sorumluluk, işletmelerin işlevleri doğrultusunda fikirler verirken söz konusu kararların maddi sorumlulukları ile işletmenin fiziksel ve sosyal çevresiyle ilişkilendirilebilecek etkileri de göz önünde tutarak topluma dönük kötü etkilerinin engellenerek, toplumsal yaşamın refahının yükseltilmesine yönelik etkinliklerden oluşmaktadır. Kültürel, çevresel, sosyal, ekonomik çevrede oluşan sorunlara karşı faaliyet göstermeyen, bu çevrelerde çözüme odaklanmayan işletmeler, tüketicilerin bu tarz işletmelerin ürettiği veya sunduğu mal ve hizmetleri tercihte bulunmamaları ile cezalandırılmış olmaktadır.

İşletmelerin topluma karşı sorumluluklarına bilinçli olması ve var olan problemleri sona erdirmesi hem topluma hem de işletmenin özüne katkıda bulunmaktadır. Sorumluluğunun farkında olan işletme, tüketici açısından itibar, olumlu bir imaj, bilinirlik kazanmaktadır. Turizm işletmelerinin dinamik yapıları göz önüne alındığında bu işletmelerde müşterileri ağırlamak veya onlara hizmet sunmak kadar hem işletme bünyesindeki hem de dış çevredeki paydaşlarca olumlu bir şöhreti yürütmesi durumundadır.

“Sosyal sorumluluk, herhangi bir işletmenin toplu yaşamda işlevlerinden ötürü çevresinde oluşturduğu iyi veya kötü etkilerin farkında olarak kötü etkilere yönelik dikkatli davranması veya işletmelerin üretimden başlamak üzere tüketime kadar dâhil olan tüm adımlardaki işlevler sırasında topluma karşı zararlı faaliyetler bakımından işletmeyi limitlendiren, toplumun kalkınmasını engelleyen ve bunu destekleyen prosedürler, eylemler ve politikaları kanıksaması” şeklinde ifade edilebilir (Korkmaz, 2009: 20-21). Sosyal sorumluluk, toplumun hem beşeri hem de ekonomik değerlerine yönelik bir kamusal davranışta bulunarak, bu değerlerin kişi veya işletmenin çıkarlarından ziyade toplumsal çıkarlar oluşturmasıdır. Başka bir deyişle sosyal sorumluluğu benimseyen işletmeler, yasal ve ekonomik şartlara, iş ahlakına, hem işletme içerisindeki hem de işletme dışındaki sosyal kişilerin taleplerine yönelik davranışta bulunurlar (Güney, 2011: 69). İşletmeler, bireysel amaçlarını ve sosyal sorumluluklarını farklı değerlendirmemeli ve sosyal dengeyi alt üst edecek olumsuzluklardan sakınmalı ve toplumun refah düzeyini yükseltecek bir biçimde hareket etmelidirler (Çerik ve Özarlan, 2008: 590). Dolayısıyla işletmelerin sorumluluğu, kârı maksimize etmenin ve mal veya hizmet elde etmeye ek olarak yaşam kalitesini yükseltmeye yardımcı olmaları ve paydaşlarına yönelik yükümlülüklerini gerçekleştirmeleridir (Alakavuklar vd., 2009: 106). Bunlara ek olarak, işletmeler sürdürülebilir bir kalkınma planı dâhilinde işlevlerini sağlamalıdır. Çünkü dünyamızdaki enerji kaynakları hızlı bir şekilde kirlenmekte ve yok olmaktadır. Bundan dolayı, işletmelerin bütüncül bir bakış açısıyla toplumun ihtiyaçlarını gidermesi, sosyal sorumluluklarının getirdiği bir zorunluluktur.

Günümüz işletmelerinde küreselleşme ve gelişen teknolojinin etkisi ile işgörenlerin çalışanların yerini makineler alsada kurumların devamlılığını sağlayacak olan insan kaynağı unsuru örgütlerin hala en değerli kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan kaynaklarının gelişimi, devamlılığı işletmenin stratejileri ile adaptasyon içerisinde zafer odaklı ve kurumun zaferini kendi zaferi gibi düşünerek çalışma hevesinin oluşması kurumların başarısındaki en gerekli ve değerli yapısıdır. Bu doğrultuda insanların duygularından arınmış bir makine olarak görülmesi, duygu ve düşüncelerinin önemsenmemesi sonucu iş görenlerde sinizmin oluşması büyük bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sinizm antik dönemden bugünüme değin ulaşmıştır. Fakat günümüzde kullanılan sinizm kavramı, önceki kullanımından farklılık göstermektedir. Antik dönemde sinik bireyler görüşlerini sert bir şekilde bildiren ve mizah tarafları daha ağırken günümüzdeki siniklerde ise umutsuzluk ve güven sorunu bulunmaktadır. Günümüzde “sinizm” kavramı kolaylıkla hiçbir şeye inanmayan ve birçok ifadeyi kuşkuyla karşılayan kişileri tanımlamak için ifade edilmektedir (Torun, 2016: 9). Abraham, örgütsel sinizmi; bir örgütün doğruluktan uzak kaldığına dair inanç olarak tanımlamış ve örgüte karşı olumsuz hal ve davranışları işaret etmiştir (Abraham, 2000: 269). Sinik davranışlarda bulunan çalışanlar, farklılaşma karşısında örgütsel otoriteye yönelik yöneticilere karşı kötü eleştiriler yapma, örgütteki iletişimi ve talimatları kötüleme, güvensizlik gibi işletmenin farklılaşmaya uyum sağlaması durumunda bir probleme dönüşerek bir set veya engel olabilmektedirler. Dolayısıyla bu oluşum örgüt iyileştirme çalışmalarını da negatif etkileyebilmektedir (Tokgöz ve Yılmaz, 2008: 284).

Örgütlerde sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek, değişen çevre koşullarında daha serbest çalışma imkânlarının bulunması ve işgörenlerin mevcut çalışma kabiliyetlerini ortaya çıkararak ilerletmek, çalışanların performansını yükseltmek için olumlu bir yaklaşıma gereksinim duyulmaktadır. Psikoloji biliminden yola çıkarak pozitif psikoloji alanında bireylerin performansını yükseltmeye yönelik olarak yapılan çalışmalar ışığında örgütleri bu bağlamda ele alan pozitif psikolojik sermaye yaklaşımı ortaya çıkmıştır.

Temelinde pozitif örgütsel davranış bulunan pozitif psikolojik sermaye, Luthans vd. (2007)'ne göre bireyin pozitif psikolojik durumunu ifade etmekte ve bireyin başarılı olabilmesindeki en önemli unsurlardan biri olan “güven” duygusuna sahip olabilmesini ifade etmektedir. Gerek içinde bulunulan zaman dilimi gerekse gelecekte başarılı olmaya yönelik olumlu duygulara sahip olması, amaçlarına ulaşabilmek için gayret göstermesi, problem ya da negatif bir durum ile karşılaştığında, başarılı olmak için kendini motive edebilecek kapasiteye sahip olabileceğini belirtmişlerdir. Psikolojik sermaye kişisel anlamda gelişme ve potansiyeli yükselten psikolojik bir kaynak iken; örgütsel anlamda ise diğer sermaye çeşitlerine benzerlik gösteren, iş görenin çalışmaya tutkunluğunu yükselterek rekabet avantajına yardım eden kuvvetli bir yönetim şeklidir (Luthans, Avolio, Walumbwa vd., 2005). Bundan dolayı öteki sermaye çeşitlerine oranla yüksek önem taşıdığı düşünülmektedir.

Pozitif psikolojik sermayenin bir diğer önemli katkısı olumlu örgüt kültürünün geliştirilmesidir. Örgüt kültürünün istendik yönde geliştirilmesi ile beraber karşılıklı saygı ve sevgi duygularının geliştiği, çatışma meydana getirebilecek durumlarda dahi sakin ve anlaşılabilen bir ortamın bulunduğu, eleştirilerin saldırı ve alınganlık nedeni olarak görülmediği ve ortaya çıkan hatalara suçlu aranmadığı bir iş ortamı ortaya çıkar. Pozitif psikolojik sermayenin önemli görüldüğü bir örgütte çalışanlar ile yöneticiler arasındaki ilişkiler de olumlu yönde gelişir. Yönetici çalışanların yeteneklerini doğru bir biçimde fark eder ve mümkün olan en yüksek verimi alabilir. İşletme için doğru bir vizyon oluşturulur. Çalışanlar katılımcı ve girişken olmaya istekli hale gelir ve sorumluluk almaktan kaçınmaz. Ayrıca karar alma süreçlerine de katılım artar. Yine pozitif psikolojik sermaye zorlu görevler de baş edebilme gücünü ve adanmışlığın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Yorulmaz, 2018: 20). Bu noktalarda pozitif psikolojik sermayenin örgütte meydana gelebilecek sinik davranışların önüne geçebileceği düşünülmektedir.

İnsan ilişkilerinin yoğun olduğu sektörlerden biri olan konaklama işletmelerinde sosyal sorumluluk algısının artırılmasının ve örgütteki sinik davranışların azaltılmasının sektörü olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Bu nedenle araştırma konusu sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkinin analizi olmaktadır. Bunlara ek olarak bu değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesinde pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rolünün belirlenmesi de çalışmaya farklı bir öneme sahip olmasını sağlayacaktır. Bu alandaki Türkçe yazın eksikliğine katkıda bulunulacağı ve bu açıdan önem arz edeceği ifade edilebilir. Aynı zamanda araştırma bulgularının turizm alanında faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde insan kaynaklarının yönetiminin iyileştirilmesi açısından da yol gösterici bir nitelik taşıyacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın amacı, sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide karşılıklı pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici (ılımlaştırıcı) rol alıp almadığını tespit etmektir. Bu amaç yönünde ülke genelinde konaklama işletmeleri sektörünü irdelemek zaman ve bütçe kısıtı bakımından mümkün olmadığı için örneklem açısından sınırlamaya gidilmiştir. Dolayısıyla araştırmanın örnekleme, Nevşehir ilinde faaliyet göstermekte olan konaklama işletmelerinin yöneticileri ve çalışanları olarak belirlenmiştir. Araştırma verileri güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiş ölçeklerden oluşan soru formu yardımıyla elde edilmiştir.

Çalışmada araştırma sorunsalı, “işyerinde sosyal sorumluluk algısı örgütsel sinizmi nasıl ve ne yönde etkilemektedir?” ve “pozitif psikolojik sermaye ile birlikte işyerinde sosyal sorumluluğun örgütsel sinizm üzerine etkisinin yönünde bir değişiklik ortaya çıkmakta mıdır?” şeklinde belirlenmiştir. Bu sorulara yanıt bulmak adına tasarlanan tez çalışması iki bölümden oluşmaktadır. *Birinci bölümde*, sosyal sorumluluk algısı, örgütsel sinizm, pozitif psikolojik sermayenin kavramsal çerçeve ve her bir araştırma değişkeni ile ilgili yönetim yazınındaki bulgulara yer verilmiştir. *İkinci bölümde ise*, Nevşehir ilindeki konaklama işletmelerindeki sosyal sorumluluk algısı ve örgütsel sinizm arasındaki ilişki ve bu değişkenler arasındaki ilişkide pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rol oynayıp oynamadığını tespit etmek amacıyla yapılan araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

1.1. Sosyal Sorumluluk Algısı

Sosyal sorumluluk algısı başlığı altında sosyal sorumluluk kavramı, sosyal sorumluluk kavramının alan yazındaki gelişimi, sosyal sorumluluk ile ilgili temel kavramlar, işletmelerin sosyal sorumluluk alanları, sosyal sorumluluk boyutları, sosyal sorumluluk türleri ve sosyal sorumluluğun işletmeler açısından avantajları ve dezavantajları üzerinde durulmuştur.

1.1.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı

Modern yönetim anlayışını temel alan sosyal sorumluluk kavramı; genel olarak, işletmelerin çalışmalarını devam ettirirken iletişimde bulunduğu kurum, kişi veya kuruluşların değerlerine önem veren, elinde bulundurduğu sosyal alandaki negatif durumları ortadan kaldırmada, bütün bunları uygularken de gönüllülüğe dayalı olarak gerçekleştirilmesini belirtmektedir. Sosyal sorumluluk kavramına yönelik birden fazla tanımlama mevcuttur. Bu tanımlamalardan bazıları şu şekildedir;

Sosyal sorumluluk, özel sektör, kamu sektörü ve sivil toplum kuruluşlarını ortak bir noktada buluşturan ve belirli bir gaye için birlikte olmaya teşvik eden, devletin yeterli miktarda kaynak ayırmadığı alanlarda özel sektör kuruluşlarının topluma hizmet verme görevlerini yerine getirmesidir (Yaman, 2012: 160).

Sosyal sorumluluk, işletmenin çalışmada olduğu bölgede sosyal bir statü kabullenerek, işletme paydaşlarının haklarını koruma ve toplumun refah düzeyinin artmasına neden olacak sağlık, eğitim ve sanat faaliyetlerini destekleme, faaliyette bulunduğu doğayı koruma, müşterilere kaliteli mal ve hizmet verme, işgörenlerinin hak ve özgürlüklerine saygı duyma gibi konuları kapsamaktadır (Öztürk, 2010: 2-3).

Sosyal sorumluluk, toplumun hem insani değerlerine hem de maddi açıdan bir kamusal tavır göstererek, bu değerlerin birey veya işletmenin çıkarlarının ilerisinde toplumsal çıkarların oluşturulmasıdır. Kısaca sosyal sorumluluğu dikkate alan işletmeler, iş ahlakına, maddi ve kanuni şartlara, hem işletme içerisindeki hem de işletme dışındaki sosyal kişilerin taleplerine uygun tutum gösterirler (Güney, 2011: 69).

Sosyal sorumluluk kavramı toplum içerisinde toplumla ilişkili olma özelliğinden yerleşmesi bakımından kamu örgütleri ve kamu stratejileri açısından yani kamusal düzeyde ve işletmeleri içinde barındıran özel sektör açısından önemsenen sağduyulu davranışların bütünüdür (Negiz, 2015: 131).

Sosyal sorumluluk, günümüzdeki talepler ve şartlar ortaya konulduğunda işletmelerin başarılarının daha uzun vadede topluma, çevreye ve ekonomiye karşı etkilerini değerlendirmektedir. Bununla beraber işletmeler topluma ve çevreye yönelik bilinçli bir şekilde faaliyetlerini sürdürmeleri durumunda uzun zamanda karlı olmaları beklenen durumdur. Bu doğrultuda sosyal sorumluluk işletmeler için hayati bir önem taşımaktadır (Mirzayeva vd., 2016: 25).

Önceleri daha çok müşteri boyutuyla ele alınan, ancak daha sonraları işletmenin doğrudan müşterisi olsun ya da olmasın tüm toplumu içine alan sosyal sorumluluk anlayışı, çalışanlara ve çevreye yaklaşım boyutunun da eklenmesiyle daha geniş bir perspektiften irdelenmeye başlanmıştır (Bayraktaroğlu vd., 2009: 2).

Sosyal sorumluluk, işletmelerin bazı faaliyetler ve çalışmalarla, bu işlevlerini etkilenecek olan tüm paydaşlarına (toplum, müşteriler, hissedarlar, çalışanlar, devlet ve çevre) karşı sosyal, çevresel ve ekonomik açıdan meydana gelen olumsuzlukları minimum seviyeye düşürerek işletmenin gelişmesine yardım etmesinin yanı sıra toplumda ki çalışmaların planlanması, devam ettirmesi ve neticesini ilan etmesi şeklinde ifade edilebilir (Öztürk vd., 2013: 5). Sosyal sorumluluk işletmelerin toplum hedefleriyle benzer oranda uygulamalarda bulunması ve toplumda ahlaki birer araç olarak kabullenilmeleridir. Sosyal sorumluluk hem toplum hem de işletmelerin, faaliyet gösterdikleri alanın yaşam kalitesini daha yüksek bir konuma ulaştırmak için kendi paydaşlarıyla beraber sürdürülebilir bir dünya ahlakı, yasal, kültürel ve sosyal, ekonomik ve çevresel değişime katkıda bulunmaktır (Türk ve Gök, 2010: 200).

Bazı işletmeciler, topluma fayda sunan neredeyse her faaliyeti sosyal sorumluluk kavramına dâhil etme çabasındadırlar. Onlara göre etkin ve verimli bir şekilde hizmet ve mal üreten bütün işletmeler sosyal sorumluluk görevini tamamlıyor anlamına gelmektedir. Bu görüş klasik yaklaşımıcılara ait bir görüştür. Fakat günümüz çağdaş işletmelerinden bu uygulamalardan çok daha fazlası istenmektedir. (Massie, 1983: 30).

Bu sorumluluklardan bir kısmı, kamu menfaatlerini korumak amacıyla hükümetlerin baskıları ile meydana gelirken; diğer bir kısmı da hatta çoğunlukla uygulanan baskıların ilerisinde işletmelerin gönüllü bir şekilde yerine getirdikleri izlenimlenmektedir. Bu şekilde davranan işletmeler sosyal baskının öneminin bilincindedirler. İşletmenin değerinin yükselmesi, satışlar açısından verimli bir çevrenin oluşturulması, işgörenlerle olan iletişimlerin iyileştirilmesi, işletmeyi başarıya yönlentecek değerlerin izlenilmesi ve bu çerçevede müşteri ihtiyaç ve taleplerine göre belirli bir stratejinin ön görülür olması işletmecinin temel ilkeleri içerisinde bulunmalıdır.

Sosyal hayatın bir zorunluluğu olarak işletmeler bazı çalışmalar içerisindedirler. İşletmeler bu çalışmalarını uygularken bir yandan da faaliyette buldukları toplum

işletmelere bazı sorumluluklar atfetmiştir. İşletmeler çalışmalarını meydana getirdikçe toplum tarafından işletmeye verilen sorumlulukları da kanıksamış olurlar. Bundan dolayı toplumun işletmeye eklemiş olan görevlerini yerine getirirken optimal bir şekilde işletmelerin çalışmalarını da uygulaması gerekir (Başarır, 2003: 35). Dolayısıyla sosyal sorumluluk davranışı gösteren işletmeler hem faaliyetlerinin hem de toplumun refah seviyesinin gelişmesine olumlu katkıda bulunmuş olurlar.

Bugün toplumlar, sosyal sorumluluk görevlerini uygulama açısından yerine getirmesi işletmelere oldukça yüksek bir yükümlülük getirmektedir. Sosyal sorumluluğu ön planda tutan işletmelere olumlu bakılmaktadır. Ancak sosyal sorumluluğa önemsemeyen yani bir başka deyişle topluma hizmet görevini göz ardı ederek, sadece gelir amaçlı çalışan işletmelere toplum bakışı açısından negatif tutum sergilenmektedir. Bu nedenle işletmeler faaliyetlerini uygularken, toplumsal doğrultudaki kararlarını; politik, insani, sosyal, ahlaki ve yasal açıdan arka plana atamayacak bir duruma gelmişlerdir. İşletmelere bir takım imkânlar sunarken aynı zamanda sınırlamaları da beraberinde getiren çevresel etkileri de önemsemelidirler. Bundan dolayı, yaşamlarını devam ettirmek amacıyla olan işletmeler, toplumun talep ve gereksinimlerine uygun bir şekilde hareket edecek ve çevreyi koruma altına alma vazgeçilmez bir gereklilik haline gelecektir (Akgül, 2009: 103-104).

Tanımlamalardan da gördüğümüz üzere gibi sosyal sorumluluk; işletmelerin kullanıcılarının eğitim, sağlık, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan gelişimine katkıda bulunması, çevrelere verilen zararın minimuma indirilmesine yönelik işlevlerde bulunması, onlara karşı ahlaki ve etik değerler çerçevesinde faaliyette bulunması vb. gibi gereksinimlerin giderilmesi açısından sağduyulu davranmasını, bütün bunları uygularken de herhangi bir yasal baskı olmadan yani gönüllü bir şekilde yerine getirilmesi demektir. Bunlara ek olarak sosyal sorumluluk bilincinde olan işletmeler sosyal yardımseverliğin ötesinde ve kar beklentisinin dışında faaliyetler göstermektedir. Böylelikle işletmeler, yaşamlarının devamlılığını sağlamak ve toplum tarafından negatif olarak değerlendirilebilecek tutumlarla karşı karşıya gelmemek amacıyla sosyal sorumluluklarının ne olduğunu bilmelidirler; aksi taktirde

sosyal sorumluluklarını gerçekleştirme çabasından ve maddi boyutundan çok daha ağır bir bedelle karşı karşıya kalmak söz konusudur (Korkmaz, 2009: 22).

1.1.2. Sosyal Sorumluluğun Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

Sosyal sorumluluk anlayışının geçmişi oldukça eskilere uzanmaktadır. İşletme tarihinin ilk dönemlerine gidildiğinde, insanların her zaman işletme yönetiminden topluma, kültürlere, ekonomiye, teknolojiye ve çevreye karşı bir takım sorumluluklar üstlenmesini beklediğini görmek mümkündür.

Sosyal sorumluluk geçmişte ilk olarak, işletme öncesi dönem adı verilen MS 1100 yıllarına kadar olan dönemde toplum davranışlarında dini inanç, ahlaki ve kişisel yargı ve türlü yasaların uygulanması ve işveren sorumluluklarını, asgari ücret düzenlemesine, yol gösteren en eski yasalardan Hammurabi kanunlarının da bu dönemde uygulamaya girmesi, sosyal sorumluluğun mevcut olduğunu gözler önüne sermektedir (Korkmaz, 2009: 26). Böylelikle işletme öncesi dönemdeki sosyal sorumluluk anlayışının ahlaki, etik ve yasal boyutta olduğunu söylemek mümkündür.

MS 1100-1800 yılları arasındaki sanayi devrimi öncesi dönemde, dini inançların yol göstermesiyle ticari ve yönetim uygulamaları meydana gelmiş, dolayısıyla da sosyal sorumluluk bireyin dini inancına ve etik görüşüne dayanarak oluşmaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 22-23). MS 1800'lü yıllarda başlayıp II. Dünya savaşına kadar uzanan sanayi devrimi ve sonrası dönemde ise sanayi devriminin etkisiyle üretim artmış, farklı istihdam alanlarının yaratılmasıyla birlikte işletmelerde ilk zamanlarda 'her şey mubahtır' anlayışının uygulanır hale gelmesiyle iç ve dış çevrelerine verdikleri zararları görmezden gelmişlerdir. Daha sonralarda işletmelerin çevrelerindeki kişi ya da kuruluşların bu zararların farkında olmaları, bu beklentilerin karşılanamamasına neden olmuştur (Akıncı Vural ve Coşkun, 2011: 64-65). 20. Yüzyılın başlarında sanayileşmeyle birlikte meydana gelen serbest piyasa ekonomisi yaklaşımının bir gereği olarak işletmeler devlet müdahalesini asgari seviyeye düşürmüşlerdir. 20. yüzyılın ilk yarısında gerçekleşen ve tüm dünyayı etkisi altına alan savaşlar neticesinde işsiz kalan kişiler bir araya gelerek sendikaları oluşturmuş ve güçlü

pozisyonuna geçmişlerdir. Toplumsal felsefe kişisel felsefeden daha önemli hale gelmiş, iş yaşamında iş görenlere yönelik sorumluluklar ve onların öneminin bilincinde olunmuştur (Bardakçı, 2005: 23).

21. Yüzyılla birlikte çoğalan teknoloji ve konjonktürel gelişme, önceki dönemlerde rekabet koşulu olarak kabul edilen prensipler, artık yalnızca “rekabete giriş şartı” olarak ifade edilmektedir. Bundan dolayı başarılı bir işletme olarak kabul edilmek için alışlagelmiş somut niteliklerin (finansal performansı, ürünün piyasadaki payı, ürünün niteliği vb.) yanı sıra başka soyut niteliklerin de olması bir gereklilik olmuştur (Doğan ve Varinli, 2010: 2).

Günümüzde sosyal sorumlulukta paydaşların işletmelerden arzuları şeffaf bilgiler konumundadır. İşletmeler, devletin faydasını ön planda tutarak meydana getirdiği faaliyetler ile topluma sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan faydalı olmaktadır. Gerçekleşen bu fayda ise, işletmelere pozitif kurumsal imaj, yüksek kurum performansı, güçlü pazarlama politikaları ve örgütsel verimlilik olarak geri dönüş sağlamaktadır (Wang vd., 2015: 2232).

Sosyal sorumluluk kavramının Türkiye’de ki gelişimi ise; “Türkiye’de sosyal sorumluluk uygulamaları örf, adet ve dini etkiler sonucunda oluşan hayırseverlik etkinlikleri şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Daha sonra ise ülkede yaşanan ekonomik ve siyasi krizlerden ötürü, sosyal sorumluluğun gelişimi için optimum alanın sağlanamamasıdır. İlerleyen dönemlerde ise, rahatlayan ekonomi, çözüme kavuşan siyasi krizler ve bunların neticesinde; tüketici taleplerinde yaşanan değişimler, ticari ilişkilerin önem kazanması, pazar yapısındaki farklılaşma sosyal sorumluluğun hızlı bir şekilde gelişimine olanak sunmaktadır” (Işık, 2013: 105) şeklinde özetlemek mümkündür.

1.1.3. Sosyal Sorumluluk ile İlgili Temel Kavramlar

1.1.3.1. Kurumsal İtibar

Kurumsal itibar; genel anlamda paydaşların ‘paydaşların beklentilerinin nasıl karşıladığı’, ‘kurumun sorumluluklarını nasıl yerine getirdiği’, ‘kurumun ne olduğu’ ve ‘kurumun sosyal-politik çevreye adaptasyonundaki tüm potansiyeline’ dair incelemelerinin uzun vadedeki çeşitliliğidir (Anca ve Roderick, 2007: 234).

Kurumsal itibar kavramı işletmenin dört temel uygulama alanı çevresindeki her şeyi içermektedir. Bu dört alanın *ilki*, firmanın ürettiği ürün ya da hizmet; *ikincisi*, üretimin gerçekleştiği çevre; *üçüncüsü*, bilgi faaliyetlerini halka nasıl tanımladığı ya da ilan ettiği; *dördüncüsü*, örgütün üyelerinin kendi aralarında ve örgüt dışından olanlara nasıl davranış gösterdiğidir. Kurumsal itibar, doğruluk, güvenilirlik, inanırlılık ve sorumluluk gibi birbirleri ile iç içe geçmiş temel değerlerden ve ilkelerden meydana gelir (Carmeli ve Tishler, 2005: 15). Bunlara ek olarak; kurumsal itibar ile ilgili son dönemlerde yapılan çalışmalar sonucunda özellikle sosyal sorumluluk ve etik ile daha çok ilişkilendirildiği görülmektedir.

Kurumsal itibara etki eden etmenleri Williams vd. (2005) şu şekilde sıralamıştır:

- Firma büyüklüğü; doğrudan etki eden etmendir. Büyük firmalar küçük firmalara oranla itibara daha fazla önem vermektedir.
- Firmanın risk profili ve daha önceki potansiyeli,
- Medyanın etkisi,
- Firmanın sosyal aktivitelerde yer alması,
- Firmanın düzenlemelere ve yasalara yönelik saygılı davranışı,
- Kurumlar tarafından mevcut halde bulunan hisse sayısı.

1.1.3.2. Kurumsal İletişim

Kurumsal iletişim; bir örgütte geçerli olarak kabul edilen sözlü veya sözsüz iletişim biçimidir. Bir işletmede muhattap olan kişiler işletmeyi değerlendirirken göz önünde bulundurdıkları en önemli konulardan bir tanesi de hiç şüphesiz işletme üyelerinin kendi içlerindeki veya başkalarına yönelik iletişim şekilleridir. Örneğin, bir restoran işletmesinde, garsonların müşteriye hitap biçimleri veya markette satış görevlisinin diğer satış görevlilerine, müşteriye, yöneticilere vs. iletişim biçimleri, ilgili işletmeler hakkında meydana gelecek kurumsal imajda etkisini gösterecektir (İbicioğlu ve Avcı, 2003: 31).

Kurumsal amaçlara varılmasında, işletmede temel zorunluluklardan bir tanesi de verimli bir iletişim ağının mevcut bulunmasıdır. İletişim sistemi işlevsel olmayan işletmeler, yinelenen çalışma biçimleri arasında yok olmakta ve bundan dolayı kurumsal amaçlara ulaşamamaktadırlar. İşletmelerin hayatlarını sürdürebilmeleri açısından hem iç hem de dış çevresi ile beraber verimli bir biçimde etkileşim oluşturmaları ve bu etkileşimi ilerletmeleri kaçınılmazdır. Verimli bir biçimde hem kurum içerisinde hem de kurum dışında etkileşim ağının oluşması ve uygulanabilirliğinin oluşması, işletmenin yaşam faaliyetleri açısından en temel araçtır.

1.1.3.3. İşletme Etiği

Günümüzde önemini koruyan tüketici odaklı ilişkisel pazarlama ve müşteri eğilimli pazarlama anlayışı ve ayrıca değişen sosyal ve ekonomik koşullar bağlamında tüketicinin ve toplumun menfaatlerini göz önünde bulunduran, toplumsal sorumluluğu ön plana alan sosyal pazarlama anlayışı işletmeler tarafından önemli hale gelmiştir. Mal üretiminde ve hizmet sunumunda tüketicinin yanıltma ve aldatılma ihtimalinin yok edilmesi, tüketici ve toplumun menfaatlerinin ön planda tutulması ve korunmasına yardımcı olan sosyal pazarlama anlayışı, tüketiciye karşı oluşan haksız rekabet şartlarının olmasının önüne geçilmesi, işletmelerde etik

kavramını ortaya atmış, işletme yöneticilerinin davranışlarının etiksel bağlamda değerlendirilmesini mecburi hale getirmiştir.

İşletme etiği, genel anlamda iş yaşamındaki doğru ve yanlış tutumlar olarak ifade edilmektedir (Arıkan, 1995: 173). İş yaşamında paydaşlarca işaret edilen davranışları incelemeye yardımcı olan temeller olarak aktarılan iş etiği kavramı Özgener' e (2002: 177) göre, ekonomi ve iş yaşamının sunduğu fırsatlar ışığında duyarlı tercihlerde bulunmamıza yol gösteren temel ilke ve değerleri irdeleyen bir disiplin dalı olarak ifade edilmektedir.

1.1.3.4. İş Ahlakı

Sosyal sorumluluk, işletmelerin olumsuz durumları minimize etmek amacıyla toplumsal açıdan pozitif bir etki oluşturmaya yönelik yapılan uygulamalardır. Bu sorumlulukta hukuki, iktisadi ve iyilik gibi olguların yanı sıra ahlaki boyutları da bulunmaktadır. Tüm kişi ve organizasyonların ait olduğu çevreye yönelik bir takım sorumlulukları mevcuttur. Bu sosyal sorumluluk, genel itibariyle iş ahlakı temeline dayanmaktadır (Murat, 2008: 4).

Ahlak toplumsal düzenin sürekliliği bakımından değişemeyeceği bir olgudur. Birçok kişi sorumluluk yetiştirme biçimi, ileri görüşlülüğü, sorumluluk farkındalığı ve sosyal yükümlülüklerden dolayı ahlak normlarına uyum sağlama zorundalığı oluşturmaktadır. Bu açıdan birkaç yaklaşıma göre ahlak, beşeri değerleri ön plana çıkaran bir yaşam tarzıdır. Kültürel zaman içerisinde süregelen, sosyal yaşamın temel kurallarını var eden doğru ve yanlış davranış tarzlarını içerir. Ahlak, bir bireyin yalnızca subjektif olarak inandığı normlar değil aynı zamanda o kültürece yaygın bir şekilde özümlenen ve paylaşılan değer yargılarıdır. Dolayısıyla ahlak yalnızca kişisel anlamda doğruluğu kabul edilen kurallar ve tutumlar bütünü değil aynı zamanda sosyal bir anlayışın çıktısıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde ilk başta bireysel görünmekle beraber ahlaki değerler toplumsal açıdan da önem kazanmaktadır (Özgener, 2014: 10).

Günümüzde işletmeler yalnızca karları, bilançoları gibi maliyete dayalı sermayeleri ile değil, bunlara ek olarak sağduyulu olmaları, itibarlı olmaları, dürüst olmaları, yardımsever davranmaları ile yani sosyal sorumlulukları ve etik sermayeleri ile incelenir olmuştur. Çünkü artık bu konularda herhangi bir problem, örneğin; yanıltıcı reklam, çevreye karşı duyarsızlık, işgörene haksızlık gibi davranışlar işletmeyi kamu nezdinde bir anda yerle bir edebilmektedir (Uğur, 2009: 55).

1.1.3.5. Kurumsal Sürdürülebilirlik

Kurumsal sürdürülebilirlik, bir taraftan işletme ve paydaşlarının günümüzdeki gereksinimlerinin giderilmesine, diğer taraftan da işletmenin gelecekte ihtiyaç duyacağı insani ve doğal kaynakların korunması ve geliştirilmesine fırsat sunan işletme politikaları ve uygulamalarının özümsemesi olarak ifade edilebilir (Roca ve Searcy, 2012: 104).

Kurumsal sürdürülebilirliğin teorik yapısını oluşturan unsurlardan biri de sosyal sorumluluk algısıdır. Sosyal sorumluluk, işletme çalışmalarının toplum üzerindeki olumsuz etkilerini minimuma indirgeyen, olumlu etkilerini ise maksimize eden yönetim faaliyetlerinin tümü olarak ifade edilebilir (Dahlsrud, 2006: 7-11). Sosyal sorumluluk kavramı işletmelerin topluma karşı hukuki, ahlaki, gönüllü ve ekonomik olmak üzere dört sorumluluk çeşidi temeline dayanır (Carroll ve Shabana, 2010: 84-87). Bu doğrultuda sosyal sorumluluk, işletme yöneticilerinin neden sürdürülebilir kalkınmaya dayalı uygulamalarda bulunması hususunda etik gerekçeler oluşturarak kurumsal sürdürülebilirliğe katkıda bulunur. Wilson'a göre eğer toplum genel olarak sürdürülebilir kalkınmanın uğraşmaya değer bir amaç olduğuna inanırsa, işletmelerin de bu inandığı amaçları gerçekleştirmede topluma destek olmak için etik bir gerekliliği oluşacaktır (Wilson, 2003: 2-3).

1.1.3.6. Kurumsal Hayırseverlik

Kurumsal hayırseverlik kavramı, gönüllü girişimler, eğitsel ve kültürel projeler, kamu hizmetleri gibi çeşitli hayırseverlik işlevleriyle uğraşmak şeklinde ifade edilebilir (Uzun, 2010: 30).

İşletme kaynaklı bakıldığında hayırseverlik; işletmenin tesis ettiği bir kurum ya da vakıfla ilgili bir çevredeki belirli veya belirsiz bazı kişilere ya da vakfa karşı yapılan gönüllülük esasına dayanan yardımlar olarak nitelendirilebilir. Stratejik hayırseverlik ise işgörenlerin temel yeteneklerinin ve ihtiyaçlarının anlaşılması; bilgi, araç, gereç ve finansal kaynaklar gibi örgütsel yetkinliklerle sosyal gereksinimleri tedarikçileri, çalışanları ve müşterileri bir bütün olarak düşünmektedir (Balıkcıoğlu ve Karacaoğlu, 2007: 123). Bundan dolayı kurumsal hayırseverlik aslında kurum itibarına karşı temel oluşturmakta, kurumun marka değerine katkıda bulunmakta ve kurumun uzun vadeli hedeflerine ulaşmasında destek sağlamaktadır.

1.1.3.7. Kurumsal Vatandaşlık

Organ'a göre, kurumsal vatandaşlık davranışı kurumdaki işgörenlerin performansını yükselterek kurumun sınırlı kaynaklarının kurumun işlevsel faaliyetleri adına kullanılma gereksinimini düşürür ve aynı zamanda çalışma grupları arasında işbirliği koordinasyonun oluşturulmasına katkıda bulunur. Kurum birimlerinin arasında işbirliğinin çoğalması, birimler arasında meydana gelen çatışmayı azaltır, birim çalışanın kurum toplantılarına gönüllü bir şekilde katılımının ve kurumsal verimliliğin yükseltilmesine olanak tanır (Organ, 1998: 4).

Kurumsal vatandaşlık, işletmenin paydaşları ile olan faaliyetlerle birlikte kurumlar ve çalışanlar arasındaki ilişkileride içermektedir. Kurumsal vatandaşlık, yalnızca işgörenler arasındaki ilişkileri değil bunun yanı sıra bütün paydaşlar arasındaki ilişkileri de ele ölçmektedir. Toplumdaki kişilerin vatandaşlık görevleri olduğu kadar işletmelerin de paydaşlarına yönelik sorumlulukları ve görevleri mevcuttur (Carroll, 1998: 2- 3).

Kurumsal vatandaşlık tutumları çeşitli tutumlardan meydana gelmektedir. Bu tutum şekilleri belirli bir iş tanımının içeriklerinden oluşan tutum şekillerinden oluşmamaktadır. Kurumsal vatandaşlık davranışları sergilendiğinde ödüllendirilen, sergilenmediği zaman ise cezalandırma veya kınama gibi yaptırımlardan oluşan davranış şekillerini kapsamamaktadır. Bu davranış şekillerinin temelinde gönüllülük esası yatmaktadır. Bundan dolayı, bütün kurumlar adına geçerli olarak nitelendirilebilecek standart davranışlardan bahsetmek güçtür. Podsakoff ve arkadaşları, kurumsal vatandaşlık davranış şekillerini esas alan çalışmalarında yaklaşık 30' a yakın çeşitli kurumsal vatandaşlık davranışı boyutlandırmasından söz edilebileceğini söylemektedirler. (Podsakoff vd., 2000: 516).

1.1.3.8. Paydaş, Paydaş Teorisi ve Paydaş Yönetimi

Kurum üzerinde grupların ya da kişilerin söz sahibi olduğunu kabul eden çağdaş toplumda işletmeler, faaliyetlerini yerine getirirken yaşamını devam ettirdiği çevreyi ve bu toplumu da göz önünde bulundurmalarıdır. Paydaş yaklaşımı, özellikle iş yaşamında sosyal alanda oluşan toplumsal ilerlemeler etrafında kabul görülen bir olgudur. Hem akademik alanda hem de iş yaşamında paydaş teorisindeki gelişmeler bu tanımın ne kadar önemli olduğunu altını çizmektedir. İşletmeler, pek çok paydaşın bulunduğu bir kapsamda etkileşimde bulunmaktadır. Dolayısıyla etkileşimde bulunulan her bir paydaş kurumla bir iletişim içerisinde. Bundan dolayı örgüt kazançlarını, risklerini ve işlevlerini belirli bir seviyeye kadar paylaşım yapmaktadır (Koçhan ve Rubinstein, 2000: 368).

İşletmelerin en temel görevi hissedarlarının karını maksimize etmeyi amaçlarken paydaşlarının taleplerini yerine getirmektir. Paydaş yönetiminde işletmelerin paydaşları hakkında bilgi sahibi olmaları, paydaşları yakinen tanımaları ve edindiği bilgiler ışığında paydaşlarının davranışlarını ve taleplerini göz önüne alarak faaliyette bulunmaları gerekli bir davranıştır. Paydaşları tanımlamak, sonrasında analiz etmek, ardından onları anlamak ve nihayetinde paydaşları yönetmek bu yönetimin temel

faaliyetleridir. Bu yönetimde paydaşlar hakkında önemli bilgiler bulmak amacıyla aşağıda sıralanan beş temel sorunun cevabı bulunmalıdır (Carroll ve Buchholtz, 2009: 93-94):

- Paydaşlarımız kimlerden oluşmaktadır? (genel ve özel sınıflandırmalar)
- Paydaşlarımızın çıkarları nelerden oluşmaktadır? (İvedilik, meşruluk, güç)
- Paydaşlarımızın kuruma karşı ne tür fırsatlar veya tehditler oluşturmaktadır?
- Kurumun paydaşlarına karşı sorumlulukları (yasal, etik, ekonomik ve hayırseverlik) nelerden oluşmaktadır?
- Kurumun paydaş zorluklarını ve fırsatlarını etkili bir şekilde inceleyebilmesi için hangi eylemler ya da ne tür stratejiler meydana getirilmelidir?

1.1.4. İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Alanları

Bugün işletmelerin yalnızca gelir elde etmeleri, onların sürdürülebilirliği için yetersiz kalabilir. Gelirin maksimum seviyede olması işletmenin başarısı olarak adlandırılmaması asıl önemli hususun bu karla toplumsal ihtiyaçları karşılayacak stratejiler meydana getirerek işletmenin faaliyetlerini biçimlendirmesidir. Bugün sosyal sorumluluğun değerinin daha da yükselmesi kurumların hedeflerinde ve etkinliklerinde sosyal sorumluluğun önemini oldukça çoğaltmaktadır (Bayraktaroğlu vd., 2009: 83).

İşletmelerin sosyal sorumluluk çevresi işletmenin hem iç ve dış alanlarına giren, bütün toplumun kalkınmasını artırmayı hedefleyen işletme etkinlikleri olarak tanımlanabilir (Nalbant, 2005: 196). Sosyal sorumluluk çevreleri, en kapsamlı tanımıyla, işletmelerin mali hedeflerinin ve yasal gerekliliklerinin ilerisinde daha geniş bir vadede sağlıklı ve iyi bir toplum açısından sorumlulukların yüklenilmesi olarak ifade edebiliriz (Berkman, 2007: 4). Hiç şüphesiz bütün kişi ve işletmelerin bulunduğu çevreye yönelik yerine getirmesi gereken yükümlülükleri bulunmaktadır. Bu doğrultuda, kurumların sorumlulukları aşağıdaki şekildedir;

- ***İşletme içi sosyal sorumluluk;***
 - ✓ İşletmenin sahiplerine yönelik sorumluluk,
 - ✓ İşletmenin çalışanlarına yönelik sorumluluk,

- ***İşletme dışı sosyal sorumluluk;***
 - ✓ İşletmenin devlete yönelik sorumluluğu,
 - ✓ İşletmenin topluma yönelik sorumluluğu,
 - ✓ İşletmenin çevreye yönelik sorumluluğu,
 - ✓ İşletmenin müşterilere yönelik sorumluluğu.

1.1.4.1. İşletme İçi Sosyal Sorumluluk

İşletmelerin sosyal sorumluluk çevrelerinden olan işletme içi sosyal sorumluluk alanı, işletmenin sahiplerine yönelik sorumluluğu ve işletmenin çalışanlarına yönelik sorumluluğu olmak üzere iki grupta incelenir.

1.1.4.1.1. Çalışanlara Karşı Sorumluluk

Bir işletmenin sosyal sorumluluklarından bir tanesi çalışanlarına yönelik yükümlülükleridir. Örgütler, en değerli paydaşlarından birisi olan işgörenler aracılığıyla belirlenen amaçlara daha varmaktadırlar. Çalışanların mutsuz hissettiği ve motivasyonlarının sağlanmadığı alanlarda işletmelerin başarıya ulaşmaları beklenemez. Çalışanların verimli ve etkin bir şekilde iş görmelerini olağan hale getirmek, işletmelerin çalışanlarına yönelik kritik bir yükümlülüğüdür.

İşletmelerin işgörenlerine yönelik sorumlulukları şu şekilde sıralanabilir (Pelit vd., 2009: 22);

- ✓ İnsan ilişkilerine önem verilen çalışma alanları oluşturmak,
- ✓ Çalışma şartlarını geliştirerek iş tatminini oluşturmak,
- ✓ Asgari ücret seviyesini yaşam standartları seviyesine çıkarmak,
- ✓ Çalışanlarına mesleki alanda eğitim sunmak ve kariyer gelişmelerine destek vermek,
- ✓ İyi olmayan çalışma şartlarından sakınmak,
- ✓ Özel hayata karşı saygın davranmak,
- ✓ İş güvencesi oluşturmak,

Bu sorumluluklar kurumların işgörenlerine yönelik uygulaması gerekli olan yükümlülüklerdir. İşletmelerde yapılan iş ile işgörenler arasında adaptasyonun gerçekleşmesi, işletmelerin hem özel hem de sosyal hedeflerinin gerçekleştirilmesine yardımcı olur. İşgörenin kendisini daha başarılı hissettiği bölümde görev alması, işgörenin performansını yükseltir. Bütün işten sorumlu olma, yerine getirilen işin öneminin kavranması, geri besleme, bağımsızlık gibi etkenlerin olduğu görevler, işgörenlerin anlamlı bir iş yerine getirdiği, sorumluluk hissi ve yaptığı işin neticesinden haberdar olması (ücret artışı ya da terfi) gibi hem çalışan hem de işletme bakımından pozitif sonuçlar verir. Çalışan bireyler sahip oldukları yetenek ve bilgilerini aktarabileceği, kendini ilerletebileceği, yükselme durumu oluşturabileceği, saygınlık ve takdir edileceği bir iş alanında bulunmayı arzu eder. Beceri ve bilgisini aktif olarak kullanamayacağı veya bilgi ve yeteneklerinin yeterli olmadığı bir iş ortamında faaliyet göstermek çalışmanı mutsuz hissettirecektir. Bundan dolayı bu işgören kendini yaptığı işe tam anlamıyla adapte edemez veya işten çıkmak ister, bu tarz olaylar işletmeler adına olumsuz bir sonuç doğurur (Karaismailoğlu, 2006: 47).

1.1.4.1.2. İşletme Sahiplerine Karşı Sorumluluk

İşletmenin varlığının devamı için sermaye sağlayan hissedarlar ve yatırımcılar işletme üzerinde belirli hak ve yetkilere sahiptir. Öncelikle kâr elde etmekle sorumlu

olan işletme, yapacağı her faaliyette bu kişilere bilgi verme, piyasa durumunu değerlendirme ve bunu yaparken doğru ve özenli davranmakla mükelleftir (Aydınalp, 2013: 17).

Kârı maksimize etme anlayışını temel alan klasik yaklaşımın toplumsal ve sosyal kalkınmayla da yakinen etkileşimi bulunmaktadır. Bu etkileşimi ilk olarak ele alan kişi Smith'dir. Smith, "ulusların zenginliği" adlı eserinde şu şekilde tanımlamıştır; bireyin teşebbüsü ve yerine getirdiği mevcut yatırımlarda belirleyici husus, kâr getirisidir, kişiler beklenen gelire yönelik, yatırımda bulunmak amacıyla belli başlı sektörleri diğer sektörlerle göre seçimde bulunurlar. Kişi bu yatırımda gelir kazandığı sürece içinde bulunduğu sektöre yatırımında süreklilik gösterir ve böylelikle bulunduğu sektörün ilerlemesine fayda sağlar. Çünkü burada kişinin elde ettiği ürün mali bir değer kazanır ve geliştirilen bu ürün ekonomik açıdan kar sağlamaktadır. Bundan dolayı herkes elde ettiği kazancını yükselterek toplum gelirinin artırmasına sebep olmuş olacaktır. Genel olarak işverenler toplumun kalkınmasından dolayı bir rahatsızlık duymaz ve sergilediği faaliyetlerle topluma ne kadar katkıda bulunduğu da farkına varamaz. Ancak işverenler yalnız kendi çıkarını izleyerek toplumun refahına katkıda bulunabilir. Gerçekte, işveren toplum refahına bilinçli olarak fayda sağlamak istediği zaman bile, kişisel karını izler ve sağladığı kazanç topluma sağlayabileceği faydayla eşit değerdedir. Kâr beklentisi, rekabet ortamında işletmenin sahip olduğu kaynağı en etkin şekilde kullanımına olanak sağlamaktadır. Bu durumda kâr maksimizasyonu hem işletme sahibinin kârını artırır hem de toplum refahını yükseltir (Başarrı, 2003: 68-69).

1.1.4.2. İşletme Dışı Sosyal Sorumluluk

İşletmelerin sahip olduğu iç sorumlulukları olduğu kadar dış sorumlulukları da mevcuttur. İşletme dış çevreye yönelik sorumluluklarını sağlayabildiği kadar gerçekleştirmelidir. Bu pozisyonda işletme hem dış çevresinin hem de kendi mali refahını yükseltir. İşletme dışı sosyal sorumluluk çevresi; devlete karşı sorumluluk, müşterilere karşı sorumluluk, , topluma karşı sorumluluk, çevreye karşı sorumluluk olmak üzere dörde ayrılır.

1.1.4.2.1. Müşterilere Karşı Sorumluluk

İşletmeler varlıklarını devam ettirebilmek için müşterilerinin beklentilerine göre hareket etmek zorundadır. Artan rekabet ortamı ve bilinçlenen tüketiciler, işletmeleri müşteri odaklı bakış açısına zorlamakta; varlığını devam ettirmenin yolu ise kaliteli mal ve hizmet üretiminin yanı sıra müşterilerini tanıma, beklentilerini karşılama ve onları memnun etmekten geçmektedir. İşletmelerin müşterilerine yönelik başlıca sorumlulukları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Coşkun, 2010: 65);

- ✓ Ürün ve hizmetlerin kaliteli olması,
- ✓ Üretimde yasal ve ahlaki gerekliliklere uyulması,
- ✓ Fiyatların piyasa şartlarına uygun belirlenmesi ve satış sonrası hizmetlerin sağlanması,
- ✓ Defolu ürünlerin geri alınması,
- ✓ Üretim ve paketlemede sağlığa zararlı maddeler kullanılmaması,
- ✓ Tanıtım ve reklamda yanıltıcı bilgi verilmemesi gibi müşteriye ve toplumsal değerlere saygı unsurlarını içermektedir.

1.1.4.2.2. Çevreye Karşı Sorumluluk

Sosyal sorumluluk işletmeler için kazancın ötesinde gönüllü olarak gerçekleştirilen, topluma ve çevreye yönelik katkıları ifade etmektedir (Carroll, 1999: 269). İşletme kurumsal bir vatandaş olarak, doğal kaynaklara zarar vermeden üretim yapmak, bunu yaparken çevreyi korumak ve gelecek nesiller için kaynak devamlılığını sağlamakla yükümlüdür. Bu nedenle, işletmelerin üretim sürecinde çevreye verdikleri zararı azaltmaya, var olan kaynakları en ekonomik şekilde kullanmaya, çevreyi ve doğal hayatı korumaya yönelik önlemler almaya ilişkin sorumlulukları bulunmaktadır (Coşkun, 2010: 68). İşletmelere bu sorumlulukların kimi yasal düzenlemelerle bir zorunluluk olarak dayatılırken kimi ise sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde gönüllü olarak ele alınmaktadır. İşletmeler, kendisinden kaynaklansın veya kaynaklanmasın çevre sorunlarına eğilerek sürdürülebilirliğe katkı sunmakta ve bu şekilde tüketici gözünde saygınlık kazanmaktadır (Akmeşe, 2017: 36).

Çevresel sorumluluk bilincinde olan işletmelerin alacağı en değerli kararlardan bir tanesi çevreyi korumak adına gerekli önlemlerin sağlanmasıdır. Günümüzde karşılaşılan kaynak sınırlılığının en ciddi nedeni kaynakların aşırı oranda tüketilmesidir. İşletmeler doğal kaynaklardan yararlanırken, etkili bir biçimde kullanılması ve aynı zamanda onların korunması hususunda gereken tedbirleri almalıdırlar. İşletmeler, yaşamlarını devam ettirirken doğaya karşı zararsız bir şekilde hareket etmeli ve çevre sorunlarına sebebiyet verecek sorunlara yönelik önceden ihtiyatlı davranmalıdırlar. Bu görüş işletmeyi ekonomik açıdan kuruluş hedefinden farklılaştırır. Aksine ekonomiye yönelik hizmette bulunan bir hareket tarzıdır. Çünkü işletmenin faaliyetlerinin devamı açısından içinde bulunduğu alanın koşulları iyi bir seviyede bulunmalıdır (Özgener, 2000: 182).

Bir işletmenin çevreci rekabet üstünlüğünü elde edebilmesi açısından aşağıda yer alan sorumlulukları sağlamalıdır (Güney, 2011: 73);

- ✓ Biyosfer korunma altına alınmalı,
- ✓ Doğal kaynaklardan sürdürülebilir bir biçimde yararlanılmalı,
- ✓ Sanayi atıkları minimum seviyeye indirilmeli,
- ✓ Enerji kullanımında sorumlu bir tüketim gerçekleştirilmeli,
- ✓ Çevresel zararlar minimum seviyeye indirilmeli,
- ✓ Çevresel zararlar tazmin edilmeli,
- ✓ Bünyelerinde çevre birimleri oluşturulmalı,
- ✓ Çevresel raporlar yaygınlaştırmalı ve bunlar bağımsız denetim tarafından yapılmalı.

Çevre konusunun medyada yoğun bir şekilde yer alması, toplumun çevre koşullarının yarattığı etkiyi belirgin bir şekilde yaşaması ve gelecekle ilgili kaygıların tüketici tutum ve davranışları üzerinde belirleyici olması, çevre konularının işletme yönetimi tarafından öncelikli olarak ele alınmasında etkili olmuştur (Bayraktaroğlu vd., 2009: 68).

1.1.4.2.3. Topluma Karşı Sorumluluk

İşletmelerin, toplumun içinde bulunduğu koşulların düzeltilmesine ve toplumsal refahın iyileştirilmesine yönelik olarak toplumsal bağlamda ele alınan açlık, kıtlık, işsizlik, eğitimsizlik, engellilik, şiddet, uyuşturucu bağımlılığı vb. sorunlarla ilgilenmesi, toplumun duyarlılıkları temsil eden uygulamalarda bulunması ve konu ile ilgili kampanyalara destek vermesi kurumsal vatandaşlığın bir gereği olarak görülmektedir (Coşkun, 2010: 67). Toplumun bir parçası olan işletmelerin, topluma karşı da sorumlu olduklarını belirten Bayraktaroğlu ve arkadaşlarına göre toplumun, gereksinimlerini karşılamak için işletmeye duyduğu ihtiyaç işletmenin gelişmesi için topluma duyduğu ihtiyaçla doğru orantılıdır. İşletmeler, kâr amaçlı yaptıkları faaliyetler kadar toplum çıkarına yönelik yapacakları çalışmalarla da topluma destek sağlayabilir ve toplumu bilinçlendirerek dezavantajları ortadan kaldırma konusunda sorumluluklarını yerine getirebilir. İşletmelerin toplumu bilinçlendirme ve belirli bir davranışa yönlendirmeyi amaçlayan kampanyalara destek vermeleri farklı paydaş gruplarına erişim açısından da önemli bir rol oynamaktadır (Bayraktaroğlu vd., 2009: 15).

Topluma yönelik sosyal sorumluluk kampanyaları kurumsal ve toplumsal bir fayda amaçlamaktadır. Aynı zamanda işletmeler bu tür çalışmalarda çalışanlarının da görev almasını sağlayarak kurumsal bağlılığı arttırmakta, toplumla bütünleşme olanakları yaratmakta, toplumun ekonomik ve sosyal yönden gelişmesine katkı sağlamaktadır (Coşkun, 2010: 67). Kendilerinin çevreye ve sosyal sorunlara karşı duyarlı olduklarını gösteren işletmelerin, toplum nezdinde bir fark yaratabildikleri, çabalarının takdir edildiği ve rakipleriyle diğer bütün alanlarda eşit olsalar bile müşterilerin kendilerini tercih etmeleri için bir neden ortaya koyduklarına inanılmaktadır (Kotler ve Caslione, 2009: 207). Bu durum, işletmelerin sosyal konularla daha fazla ilgilenmeleri ve bunu sürdürmeleri açısından önemli bir gereklilik oluşturmaktadır. Ayrıca, yürütülen sosyal sorumluluk çalışmaları, mevcut müşterilerin yanı sıra potansiyel hedef kitleye ulaşılması, olası krizlerin önlenmesi, kurumsal imaj ve itibarın korunması ve gündemin yönetilmesi açısından avantaj sağlamaktadır (Coşkun, 2010: 67).

1.1.4.2.4. Devlete Karşı Sorumluluk

İşletmelerin bir başka sorumluluğu devlete yönelik sorumluluklarıdır. İşletmeler kurallara uyum sağlamalı ve devlet stratejilerine destek sağlamalıdır. Devlet, topluma düzen getiren bir güç olduğundan dolayı işletmelerin işlevlerine de doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etki etmektedir. Bu sebeple devleti temsil eden kamu kurumlarına yönelik işletmelerin yerine getirmesi gereken sorumluluklar aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Ersöz, 2014: 80-81);

- ✓ Toplumun menfaatlerini koruyan yasalara uyum sağlamak,
- ✓ Vergileri geciktirmeden ödemek,
- ✓ Devletin belirlemiş olduğu yasalara göre faaliyetlerini devam ettirmek,
- ✓ Dürüst vergi beyanında bulunmak,
- ✓ Kriz dönemlerinde devlete destek vermek,
- ✓ İstihdama katkıda bulunmak.

İşletmelerin devlete yönelik sorumluluklarının farkında olması ve bu sorumlulukları düzenli biçimde gerçekleştirmesi huzurlu, sorunsuz ve rahat bir ortam var etmektedir.

1.1.5. Sosyal Sorumluluk Boyutları

Carroll (1991) ‘kurumsal sosyal sorumluluk piramidi: örgütsel paydaşların ahlaki yönetimine doğru (The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders)’ isimli eserde, sosyal sorumluluğun ekonomik, yasal, etik ve gönüllü olmak üzere dört boyutu olduğunu ifade etmiş ve piramitte de bu sorumlulukları alttan üstte doğru ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklar olarak yer vermiştir.

Şekil 1. 1. Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: (Smagulova, 2011: 14).

1.1.5.1. Ekonomik Sorumluluklar

İşletmeler ekonomik kuruluşlar olmalarından dolayı ekonomik yükümlülükleri vardır. En ciddi ekonomik yükümlülüğü de toplumun gereksinim duyduğu mal ya da hizmetleri talep edilen kalitede çıktılar sağlayarak satışları yükseltmek ve karşılığında elde ettiği karlılıkla hissedarların menfaatlerini maksimum seviyeye çıkarmaktır.

Carroll için ekonomik yükümlülük hususları aşağıdaki gibidir (Carroll, 1991: 40-41);

- ✓ Mümkün olduğunca gelir elde edebilmek,
- ✓ Hisse başına kazanç maksimizasyonu ile tutarlı faaliyetlerde bulunmak,
- ✓ Güçlü operasyonel faaliyette bulunmak, ,
- ✓ Yüksek rekabet pozisyonunu devam ettirmek
- ✓ Başarılı bir kurum olabilmek amacıyla devamlı kar elde etmek önemlidir.

Yalnızca ekonomik menfaatleri adına çaba gösteren işletmelerin sosyal sorumluluğa bakış açılarında hata olduğu anlamına gelmektedir. Bunlara ek olarak bu işletmeler, yasal çerçevede ekonomik zenginlik sağlayarak sosyal sorumluluklarını gerçekleştirmiş olarak sayılmaktadırlar. Bu işletmelerin, işgörenlerinin çalışma şartları ve ücreti açısından uyguladıkları stratejiler, müşterilere kaliteli mal ve hizmet

sergilemeleri de sosyal sorumluluk işlevi olarak görülmektedir (Öztürk vd., 2013: 35).

Ekonomik sorumluluklarını sağlayamayan işletmelerin başka sorumluluklarını da gerçekleştirmesi beklenilemez. Çünkü karlılığı olmayan bir işletme hayatiyetini uzun süre devam ettiremez. İşletmenin ekonomik sorumlulukları üzerinde etkili olan üç unsur vardır. Bu unsurlar; ekonomi, rekabet ve teknolojik kaygılardır (Özgener, 2004: 176-177).

- ✓ **Ekonomi:** Ekonomik faktörler müşterilerin ve işletmelerin kararlarını etkilemektedir. İşsizliğin ve enflasyon oranlarının düşük olduğu ekonomik refah dönemlerinde müşterilerin hayat standartları yüksektir ve satın alma güçleri fazladır. Ekonomik sorunların yaşandığı dönemlerde müşterinin satın alma gücü azalır, işletmelerin karlılığı düşer. Artan ekonomik sorunlar yasal ve ahlaki sorunların da doğmasına neden olabilir.
- ✓ **Rekabet:** Rekabetin olmadığı bir piyasada işletme tekelleşir. Bu durum işletmenin kaliteli ürün üretme, müşteri memnuniyeti gibi sorumluluklarından uzaklaşmasına neden olabilir. Rekabetin yoğun olduğu piyasada ise işletmeler, ekonomik sorumluluklarını yerine getirmek için şirket casusluğu ya da gizli anlaşmalar gibi yasal ve ahlaki olmayan yollara başvurabilir. Sosyal sorumluluklarının bilincinde olan işletmeler, rekabet nedeniyle daha kaliteli ve güvenilir ürünler üretecek, bu sayede toplum desteğini kazanacak, karlılığı ve bekası için avantaj elde edecektir.
- ✓ **Teknolojik Kaygılar:** Teknoloji, bir işletmenin kaliteli ürün üretme, rekabet etme, büyüme gibi devamlılığını sağlayacak ve geliştirecek kriterlere ulaşmasını sağlayan en önemli unsurdur. Teknolojik gelişimi takip edemeyen işletme, rekabet gücünü kaybedecek, toplumun kaynaklarını verimli ve etkin kullanamayacak, sosyal sorumlulukları bir yana ekonomik sorumluluklarını da yerine getiremeyerek yok olmaya mahkûm olacaktır.

1.1.5.2. Yasal Sorumluluklar

Yasal sorumluluklar, işletmelerin çalışmalarını yürütürken kanunlara ve hukuki düzenlemelere uyum sağlaması ile ilişkilidir. İşletmelerin yasal sorumlulukları mal ve hizmetlerin yasal standartlar ölçüsünde üretildiğinin garantilenmesi, adil ücret ödemelerinin gerçekleştirilmesi, potansiyellerinin doğru bir şekilde raporlanması ve çevre ile alakalı normlara uyulmasını içermektedir. Ayrıca bu sorumluluklar işletmelerin iç ve dış çevresi (müşteriler, çalışanlar, yatırımcılar vb.) bakımından önem arz etmektedir (Cingöz ve Akdoğan, 2012: 336).

Carroll'a göre yasal sorumluluk hususları aşağıdaki gibidir (Carroll, 1991: 40-41):

- ✓ Yasalara riayet eden kurumsal bir vatandaş olmak,
- ✓ Merkezi ve yerel çeşitli düzenlemelere uyum sağlamak,
- ✓ Devletin ve oluşturulan yasaların beklentilerine uygun faaliyetlerde bulunmak,
- ✓ Asgari yasal zorunlulukları karşılayan ürün ve hizmetleri sağlamak,
- ✓ Başarılı bir işletme olmak adına yasal zorunlulukları gerçekleştirmek önemlidir.

Yasalara ve gerekli düzenlemelere uygun davranmayan işletmeler, paydaşları tarafından saygınlığını kaybedebilir ve cezai yaptırımların etkisine girebilirler.

1.1.5.3. Etik Sorumluluklar

Sosyal sorumluluk piramidinin üçüncü basamağında işletmelerin ahlaki sorumlulukları vardır. Ahlaki sorumluluklar, toplumdaki bireylerin işletmelerden istediği faaliyetleri ve davranışları kapsamaktadır. Sosyal sorumluluğun bu aşamasında, toplumsal taleplere yanıt verecek şekilde faaliyetlerini gerçekleştirmek, işletmelerde işgörenlerden beklenen ahlaki davranışı ödüllendirmek, işletmenin hedefleri ışığında sosyal normlara saygılı davranmak ve de bu normların olumsuz bir

davranış oluşturmasını engellemek, onlarda iyi birer çalışan olduğu hislerini oluşturmak ve işletmenin bütünlüğünün ve ahlaki davranışın yasal düzenlemelerin ilerisinde olduğunu kabul etmek gibi hususları içermektedir.

İşletmelerde sosyal sorumluluğun ahlaki bileşenleri aşağıdaki gibidir (Carroll, 1991: 41-42);

- ✓ Toplumda kabul görmüş etik ve ahlaki normların bilincinde olmak ve bunlara saygılı bir şekilde hareket etmek,
- ✓ Kurumsal vatandaşlığın etik ve ahlaki bağlamda beklentilerini yerine getirmek,
- ✓ Örgütün amaçlarını yerine getirebilmesi için engel teşkil edebilecek etik normlardan sakınmak,
- ✓ Kanunlara ve düzenlemelere uyumlu davranmanın ilerisinde kurumsal dürüşlük ve etik davranışları kabul etmek
- ✓ Sosyal değerlerin ve etik normların beklentilerine uygun faaliyetler meydana getirmek oldukça önemli bir durumdur.

Etik sorumluluklar, işletmelerin belirlemiş oldukları hedeflerini yerine getirebilmek amacıyla meydana getirdikleri işlevlerde toplumun değerlerine herhangi bir zarar vermeden, makul ölçüde bu faaliyetleri yerine getirmeleri demektir. Etik sorumluluklar, toplumsal değerlerle etik normların birbirleriyle uyum gösterebilmesi amacıyla zaman içerisinde meydana gelen etik normlara saygı gösterilmesi, işletme vizyonunun meydana gelmesinde etik normlara zarar verecek yaklaşımların önüne geçilmesi bakımından son derecede önemlidir (Vural ve Coşkun, 2011: 73).

1.1.5.4. Sağduyu Sorumluluklar

Gönüllü sorumluluklar, işletmelerin gönüllülük esasına dayalı olarak toplumun kalkınma seviyesini ve hayat standartlarını maksimize etmek amacıyla gerçekleştirdiği işlevlerdir. Gönüllü sorumluluklar, işletme sosyal sorumluluk düzeyi

piramidinin en son aşamasında bulunmaktadır. İşletmeler diğer üç faaliyetlerdeki sorumluluğu gerçekleştirdiği takdirde toplumda saygın olmayı arzu ederler. Bundan dolayı birçok işletme gönüllü bir şekilde yardımlarda bulunarak bunu gerçekleştirmeye özen gösterirler (Erol vd., 2009: 60). Gönüllü sorumluluklar; toplumsal hareketlerin başlamasında liderlik yapma, yardım kuruluşlarını kurma, kütüphane, okul, yurt, hastane açma, çevre düzenlemelerini gerçekleştirme gibi faaliyetlerden oluşur. Bu sorumlulukların, günümüzde gittikçe işletmeler nezdinde önemi yükselmektedir. Bu tür sorumluluklarda yer alan işletmelerin duyarlılık seviyeleri artmıştır. İşletme için bir mecburilik oluşturmaz, yani ne yasal ne de etik bakımdan mecburilikle örtüşmez, tamamen samimi, içten davranışları kapsamaktadır. İyi niyetle meydana geldiğinden dolayı sosyal sorumluluk düzeyindeki piramidin en üst aşamasında yer alır ve fazla bir ağırlığı da yoktur (Akyar, 2008: 26).

Gönüllü sorumluluğun unsurları aşağıdaki gibidir (Carroll, 1991: 41-42);

- ✓ Toplumun hayırsever beklentileriyle uyumlu işlevleri yerine getirmek,
- ✓ Toplumun yaşam kalitesini yükselten gönüllü projeleri destek vermek,
- ✓ Çalışanların ve yöneticilerin kendi toplumlarında yardımsever, gönüllü ve hoşnutluk sağlayıcı faaliyetleri gerçekleştirmesi
- ✓ Güzel sanatlara destek sağlamak,
- ✓ Kamu ve özel eğitim kuruluşlarına destek vermek önemlidir.

1.1.6. İşletmede Sosyal Sorumluluk Türleri

İşletmelerde var olan sosyal sorumluluk; doğrudan sorumluluk, dolaylı sorumluluk ve işletme hayırseverliği olarak 3 grupta incelenebilir.

1.1.6.1. Doğrudan Sorumluluk

Doğrudan sorumluluk, işletmelerin varlığından ya da gerçekleştirdiği işlevlerinden doğan sorumluluklar olarak ifade edilebilir. Doğrudan sorumluluk, bir işletmenin hedefi, kültürü, çalışanlarının refahı, misyonu, işletme sahiplerinin ekonomik kârı gibi türlü boyutlardan meydana gelmektedir. Doğrudan sorumluluk örnek oluşturabilecek davranışlar şu şekilde sıralanabilir (Doğan, 2009: 10);

- ✓ İşletme içinde bireysel otonomiye imkân vermek,
- ✓ İşletme hissedarlarının hedeflerini yerine getirmek,
- ✓ Çalışanlarına adil çalışma faaliyetleri oluşturmak
- ✓ Çalışanlarına güvenli, sağlıklı bir ortam sunmak,
- ✓ İşletmenin iflas etmesi veya kapanması halinde çalışanlarını sıkıntıda bırakmamak.

İşletmelerin faaliyet gösterdiği yerel topluma yönelik bir takım yükümlülükleri mevcuttur. Yerel toplumlarda, hissedarlar, tedarikçiler, tüketiciler, çalışanlar gibi farklı çıkar gruplarından meydana gelen üyeler bulunmaktadır. İşletmelerin yerel topluma yönelik doğrudan sorumluluklarına aşağıda yer alan birkaç örnek verilebilir (Doğan, 2009: 11);

- ✓ Güvenli işlemler yapmak,
- ✓ İşletmenin faaliyet gösterdiği alandaki çevresel zararı gidermek,
- ✓ Çevre üzerinde test etkilerini araştırmaktır.

1.1.6.2. Dolaylı Sorumluluk

Dolaylı sorumluluk, işletmenin işlevlerinin veya denetiminin dışında oluşan sorumluluklardan bahsetmektedir. Topluma yönelik dolaylı sorumluluklar, işletmelerin toplumdan hem bireysel hem de kolektif bir yapı olarak sahip oldukları ve onlara kamu kurumları üzerinde güç veren ve düşüncelerinin medya aracılığıyla daha iyi tanıtılmasına fırsat veren güç merkezinden meydana gelmektedir. Bu alanda

oluşturulan işlevler işletmenin kendisinden değil de içinde bulunduğu sanayi dalından oluşan kirliliği engellemeye dayalı etkinlikleri içerebilir. Buradaki hedef sorunu doğrudan engellemek değil, teknikleri, kaynakları ve hali hazırda bulunan bilgileri paylaşarak sorumlu işletme ile işbirliği yaparak çevresel problemlerin ortadan kalkmasına yardımcı olmaktır. Dolaylı sorumluluklar işletmenin sosyal sorumluluk açısından ilerlemesinde farklı bir adımı temsil ettiğinden dolayı dolaylı sorumlulukları tepsi etmek oldukça zordur. Dolaylı sorumluluğun çerçevesi geniş olduğundan dolayı etkisini net bir şekilde tespit etmek mümkün değildir. Bundan dolayı işletmelerin bu tarzdaki yükümlülüklere yanıt oluşturması da güçleşmektedir (Doğan, 2009: 11).

1.1.6.3. İşletme Hayırseverliği

İşletmenin hayırseverliği ve işletmenin sosyal sorumluluğu aynı anlamı yansıtmamaktadır. İşletmenin sosyal sorumluluğu daha çok mecburi sorumluluk meydana getiren bir davranış olarak isimlendirilirken işletme hayırseverliği, iyilikte bulunma ve istek uyandıran bir davranış olarak isimlendirilmektedir. İşletme hayırseverliği daha çok bağışlardan meydana gelmektedir. İyilik veya iyi niyetin değerinin sürdürülebilir olması için işletmelerin yaptıkları bağıştan bir beklentileri olmaması gerekmektedir. Toplum bu çeşit durumlardan hoşnut olduğundan dolayı işletmeler yapmış oldukları bu davranışı sürekli olarak kamuoyuna duyururlar. Bunlara ek olarak, bu faaliyetlerden gelir kazananları kendi menfaatleri doğrultusunda kullanma ve reklam için bağış eyleminin ve alıcısının istismar edilmesi, birtakım sorunlar doğurmaktadır. Bu nedenle işletme hayırseverliği ismi ile birlikte meydana getirdikleri eylemler ilk izlenimde gösterdiğinden aslında daha büyük sorunlardır (Doğan, 2009: 11).

1.1.7. Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Avantaj ve Dezavantajları

Sosyal sorumluluk işletmeler açısından bazı avantajlar sağlarken aynı zamanda bir takım dezavantajlarda sağlamaktadır. Bu konular aşağıdaki başlıklar altında incelenmiştir.

1.1.7.1. Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Avantajları

İşletmelerin, sosyal sorumluluk eylemleri bir taraftan toplumun kalkınmasına yardımcı olurken diğer taraftan kendi yaşamlarına da katkıda bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk aynı zamanda kurumsal bir kazanım olarak isimlendirilmektedir. Sosyal sorumluluk işletmelerin iyi niyet pusulasının neticesi olarak kurumsal itibarın gelişmesini, iş yerinde nitelikli personelin bulunmasını ve bilgi tüketicilerinin sadakatini oluşturmaktadır

Sosyal sorumluluğun kurumlara oluşturduğu diğer avantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Nalbant, 2005: 197):

- ✓ Çevresel sosyal sorumluluğu önemseyen diğer işletmelerle etkileşim kurulabilir,
- ✓ Nitelikli personelin işletmelerde bulunmasına ve sadakatin oluşturulması sağlanabilir.
- ✓ Çeşitli finansman kaynaklarına erişim kolaylaşabilir.
- ✓ Sosyal sorumluluk eylemlerini gerçekleştiren işletmelerin elde ettikleri bilgi, beceri ve tecrübelerden kaynaklanan özgüven ve donanım oluşur.
- ✓ Çalışanlar ve müşteriler işletmeye yönelik güven hissetmeye, bu güven doğrultusunda da işletmeye önem atfederler ve bağlılık oranları yükselir. Müşterilerin satın alma sıklığından kaynaklanan satışların karlılığı da artış gösterir.
- ✓ İyi bir sosyal çevre oluşturulduktan sonra işletmelerin kamuoyu tarafından kolayca özümsemesine fırsat tanır.
- ✓ Yeni piyasalar meydana getirme ve müşterilerin sadakatini oluşturma gibi önemli avantajlar sağlanabilir.
- ✓ İşletmelerin yereldeki ve merkezdeki devlet güçleri ile olan ilişkileri farklılaşır.

- ✓ Bazı düzenlemeler için katlanılan maliyetler uzun vadede kar şeklinde elde edilebilir.
- ✓ Toplumsal sorunlara gösterilen sağduyulukla toplumda önemli bir yer kazanılabilir.

1.1.7.2. Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Dezavantajları

İşletmelerin sosyal sorumluluk eylemleri sadece fayda sağlamakla kalmaz aynı zamanda işletmeye zarar verebilecek riskleri de kapsamaktadır. P. Kotler ve N. Lee, oluşan bu riskleri aşağıda sıralanan şekilde açıklamışlardır (Kotler ve Lee, 2008: 241):

- ✓ Çalışanların katılım sağlaması ve zamanı önemli seviyede gerçekleştirilir.
- ✓ Teşvik edici faaliyetler için katlanılan harcamalar yüksek miktarda olabilir.
- ✓ Tüketiciler işletmenin sorumluluğu ve hedefleri hakkında şüpheli yaklaşabilir.
- ✓ Kaynak masraflarının değerlendirilmesi ve takip edilmesi maliyetli ve güç olabilir. Eylemler kurum dışı uzmanlığı zorunlu kılabilir.
- ✓ İşletme eylemlerinin görünümü yok olabilir.
- ✓ Sosyal ortakları ile etkileşimi zaman kaybına sebebiyet verebilir.

Bütün bunlara rağmen sosyal sorumluluk eylemleri neticesinde meydana gelen faydaların, olası zararlardan daha fazla olduğu önemli bir gerçektir.

1.2. Örgütsel Sinizm

Bu kısımda sinizm kavramının ve örgütsel sinizmin tanımı, örgütsel sinizmin türleri, örgütsel sinizmin boyutları, örgütsel sinizmin nedenleri, örgütsel sinizmi oluşturan örgütsel etkenler, örgütsel sinizmin kuramsal temelleri ve örgütsel sinizmin sonuçları üzerinde durulmaktadır.

1.2.1. Sinizm Kavramının Tanımı

Sinizm, kelime anlamı olarak “Zynismus”, “Kynismus” kavramlarından oluşmuştur (Çiftçi, 2013: 4). Antisthones’in ise ilk sinik kişi olduğu bilinir. Sinikler, doğanın kanunları ile toplumsal kurallar arasında değişiklikler olduğunu ifade etmişler ve doğayı seçmişlerdir. Bundan dolayı siniklerin giyim tarzlarında gelişigüzel olma, salmıslık dikkatlerden kaçmamaktadır (Güler, 2014: 32).

Andersson sinizm kavramını; işgörenlere, örgütlere, kişilere, bir toplumda var olan sosyal kurumlara veya örgütlere, belirli düşüncelere karşı oluşan beklenti içerisinde bulunma, güven hissetmeme, şüphecilik ve bunlara yönelik bir küçümsemede bulunma ve hayal kırıklığını içeren kişisel veya genel davranışlar şeklinde tanımlamıştır (Andersson, 1996: 154). Mirvis ve Kanter (1989)’e göre ise sinizm; hayata ve işe sağlıklı bir cevap bulunan şüphecilikten farklıdır. Şüpheciler farklılığı kabul etse de sinik bireylerde bu davranış yer almamaktadır.

Sinikler, kıyafetleriyle, toplumsal normların varlığını reddederek ve materyaller olmadan yaşamlarını devam ettirebileceklerini ifade etmişlerdir. Örneğin Büyük İskender’in Diyojen’in iyilikte bulunma arzusuna yönelik “gölge etme yeter” yanıtı ile siniklerin materyalizm adı altında birtakım şeyi reddettikleri ve abartısız bir hayatı özümstedikleri söylenebilir. Sinikler din, devlet gibi kurumlara eleştirel yaklaşmakta ve siniklere göre bu kurumların varlığı anlamsızdır. Çağdaş olarak sinizm; “memnun olamayan, güven duymayan, şüpheli yaklaşan, beğenmede güçlük yaşayan, devamlı eleştiren, olumsuzluklarla dolu varlıklar” olarak nitelenen bir düşünce tarzıdır (Torun, 2016: 7-10).

Umutsuzluğu benimseme, bıkmama, engellenme, tükenme ve hayal kırıklığı ile tanımlanan bir tutum olan sinizm kavramı, iğrenme, aşağılama ve güvensizlik hissetme ile ilişkilendirilmektedir. Bu doğrultuda, hemen her örgütte karşımıza çıkması muhtemel ve sonuçları ile örgütsel ve bireysel olarak yıkıcı bir etkisi

bulunan örgütsel problemler ile çok yakın ilişkiler içinde yer almaktadır (Alan ve Fidanboy, 2013: 167).

Brandes ve arkadaşları sinikler ile ilgili karşımıza çıkan en göze çarpan özellikleri aşağıdaki gibi ifade etmişlerdir (Güler, 2014: 34):

- ✓ Sahtekârlığın ve yalancılığın insanların en temel özellikleri olduğunu dile getirirler.
- ✓ Sinik bireyler kafalarındaki psikolojik nesne ile ilgili olayları kendi yorumuyla aktarırlar ve bunu yaparken alaycı bir üslup sergilerler.
- ✓ Sinikler; toplum, kişi, grup, örgüt gibi psikolojik nesnelere düşündükleri zaman sıkıntı ve bıkkınlık duygularını yaşarlar.
- ✓ Karşılarındaki insanların bencil ve kötü olduklarını düşünürler bundan dolayı insanlara karşı güvensizlik hissederler ve temkinli yaklaşırlar.
- ✓ Bireylerin sergiledikleri davranışların arkasında hain, bencil, istekler olduğunu zannederler.

1.2.2. Örgütsel Sinizm Kavramı

İnsanların talep ve gereksinimlerini giderme konusunda örgütlerin sağladığı destekten bağımsız bir şekilde kendi kendine yetebildikleri zamanların öncede kaldığı net bir şekilde hissedilebilmektedir. Yaşadığımız çağda insanlar, toplum ile birlikte olmadan kendi kendilerine barınma, giyinme, yeme, içme ve sağlık gibi en temel gereksinimlerini bile karşılayamamaktadır. Bundan dolayı örgüt halinde ve toplum olarak yaşamaya devam etmek gerekliliği doğmuştur. Toplumsal düzenin, yaşam kalitesinin ve sürdürülebilirliğinin seviyesinin en üst düzeyde kalabilmesi için örgütün uyum içinde ve iş birliğinin gerçekleştirilmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Örgütlerin sürdürülebilirliği açısından sosyal bilimler alanında pek çok çalışma mevcuttur. Bunlardan bir tanesi olan sinizmin örgütsel davranış alanındaki tarihi 2500 yıl öncelerine gitmekler beraber günümüzde çalışma odağı olan konular arasında bulunmaktadır. Andersson (1996)'a göre sinizm genel anlamıyla olumsuz

bir kavram olarak görülmekte ve bundan dolayı örgütler ve yöneticiler açısından hassas bir konu olma özelliğini taşımaktadır. Bu hassasiyet ve duyarlılık sebebiyle olumsuz davranışların yanında onları teşvik eden örgütsel faaliyetler yönetim çalışmalarında çok yakın zamanlara değin nispeten ihmal edilen bir konudur (Chiaburu, 2013: 181).

Örgütsel sinizm, pek çok nesneyle ilişki kurulabilen ve bir amaçtan diğerine genellemede bulunulabilen bir yaklaşım ve deneyim neticesinde gelişen öğrenilmiş bir algıyı ifade etmektedir. Örgütsel sinizm kavramı, ülkemizde de ilgi gören bir olgu olsa da özellikle Amerika'da birçok kesim tarafından üzerinde araştırmalar yapılmıştır (Görmen, 2017: 364- 366).

Abraham örgütsel sinizmi şöyle tanımlamaktadır; “Örgütsel sinizm, bir örgütün dürüstlükten yoksun olduğuna dair inançtır, bu da çok güçlü bir olumsuz duygusal tepkiyle yakınlaştığı zaman, eleştirel, aşağılayıcı ve güvensizlik gibi tutumların oluşmasına neden olur” (Abraham, 2000: 269).

Dean ve arkadaşlarına göre çağdaş olarak örgütsel sinizm; “bireyin içinde bulunduğu örgüte yönelik olumsuz tutumudur” şeklinde ifade edilmektedir. Bu tanımdan yola çıkarak sinizmin üç boyutunun önemi gözler önüne serilmektedir. Bunlar (Dean vd., 1999: 345);

- ✓ Örgütün dürüstlükten yoksun olduğuna dair inanç,
- ✓ İçinde bulunduğu örgüte yönelik negatif bir duygu ve
- ✓ Bu inançların ve duyguların neticesinde örgüte yönelik eleştirel ve aşağılayıcı hareketlere ilişkin yönelimlerdir.

Örgüt içerisinde sinik çalışanların en belirgin özelliği; sürekli şikâyetle bulunmaları, diğer örgüt üyelerini küçümser tavırda bulunmaları, kötümser davranmaları, sürekli hayal kırıklığın yaşamaları, aldatılma ve kandırılma düşüncesine kapılması olarak

belirtilmektedir (Abraham, 2000: 122). Başka bir tanımda örgütsel sinizm kavramı; “örgüt çalışanın, örgüte ve örgüt çalışanlarına karşı negatif tutumları olarak görülmekte, duyguları doğrultusunda içinde bulunduğu örgüte yönelik geliştirdiği negatif tutumlar” şeklinde ifade edilmekte ve örgütün dürüstlükten yoksun olduğuna inanması olarak belirtilmektedir (Tokgöz ve Yılmaz, 2008: 295).

Tanımlamalardan da anlaşıldığı gibi örgütlerde sinizm, işgörenlerin örgüte karşı güvensizlik yaşamalarına, örgütle aralarında kopuk bir ilişkiye sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla böyle durumlarda işverenin ve işgörenin beklentileri, öncelikleri ve ihtiyaçlarında zıtlıklar doğabilmektedir. İşverenin örgüt adına yapmış olduğu örgütsel uygulamalar, işgörenin aleyhine olsa dahi gerçekleştirilebilir. Bundan dolayı sinik bireylerin örgüte yönelik düşüncelerini olumsuz yönde etkileyen şey örgütün bencil olduğuna dair düşüncedir. Örgütsel sinizmin meydana gelmesinde en temel etken; kişilerin örgüte duyduğu güvensizliktir. Örgütteki olumsuz işleyişin etkisiyle kişilerde sinizm meydana gelmektedir. Yani kişiler sinik olmayı istememekte, bir süreç sonunda sinizm doğmaktadır (Kalağan, 2009: 39).

Karacaoğlu ve İnce, insanın yaşadığı olumsuz deneyimlerle birlikte sahip olduğu negatif duyguların sonucunda bireyde gelişen eleştirel ve küçümseyici tavırlar olarak örgütsel sinizmi tanımlamışlardır (Karacaoğlu ve İnce, 2013: 186). Dahası, sinizmin bu bakış açısı belirli bir objeye yönlendirilebilir veya birden çok objeye genelleştirilebileceği söylenebilir. Bu nedenle sinizm, bir bireyin, grubun, ideolojinin, toplumsal birlikteliğin veya örgütün olumsuz duyguları ve güvensizliği ile ifade edilen hem genel hem de spesifik bir davranış olarak ifade edilebilir (Andersson ve Bateman, 1997: 450).

1.2.3. Örgütsel Sinizmin Türleri

Örgütsel sinizm; kişilik sinizmi, örgütsel değişim sinizmi, çalışan sinizmi, kurumsal sinizm, ve meslek sinizmi şeklinde çeşitlendirilebilir. Örgütsel sinizmi meydana getiren nedenler çeşitlilik gösterse de örgütsel sinizm temelinde kişilerin içinde

bulunduğu kuruma yönelik kötü olarak nitelendirilen davranışları ve duyguları kapsamaktadır (Torun, 2016: 52).

1.2.3.1. Kişilik Sinizmi

Kişilik sinizmi genel sinizm olarak da adlandırılabilir. Kişilik sinizmi, kişilerin doğasında var olmakta ve insan davranışlarının genel olarak kötü ifade edilmesine zemin oluşturmaktadır. Kişilik sinizminde zayıf ilişkilerden bahsedilebilir. Çünkü kişiler çevrelerine karşı olumsuz düşünceler içerisindedirler. Kişilik sinizminde kişiler içinde buldukları çevreye güven sağlamakta zorluk çekerler ve şüpheli yaklaşımlarda bulunurlar. Bu sinizm türü bir kişilik özelliği olmasından dolayı diğer sinizm türlerine de yol açmaktadır (Torun, 2016: 54).

Örgütsel sinizmin oluşmasında kişilik sinizmi çok etkin bir başlangıç olarak incelenir. Sinik karakteristik özelliği barındıran bir bireyde iş gören sinizmi, toplumsal sinizm, mesleki sinizm, örgütsel değişim sinizm oluşması daha kolay olmaktadır. Bu durumun oluşmasında; geçmişte kişi tarafından tecrübelenmiş olumsuzlukların kişilik sinizmi bulunan kişilerde peşin hüküm oluşturması ve aynı hayal kırıklıklarının hem toplumda hem de örgütte yeniden yaşayacağını hissetmesi etkili olmaktadır. Örneğin (Abraham, 2000: 284);

- ✓ Yeteneklerini tam anlamıyla kullanabileceği imkânlardan mahrum edildiğini hissetmesiyle iş sinizmine,
- ✓ Toplum tarafından garanti edilenden daha fazla reddedilme durumunu deneyimleyerek toplumsal sinizme,
- ✓ Bütün iyi niyetli farklılaşma uğraşlarının bile yönetim tarafından yanlış bir şekilde yönlendirdiğini algılayarak da örgütsel değişim sinizmine.
- ✓ Hak etmediğini düşündükleri şekilde bir değerlendirme durumunda dahi kendilerini haksızlığa uğramış biri olarak görerek ve kendilerini eşitsizliğin kurbanı olarak çalışan sinizmine temel oluşturmaktadır.

1.2.3.2. Toplumsal (Kurumsal) Sinizm

Toplumsal sinizm, birey ile toplum arasındaki sosyal anlaşma ihlalinin bir sonucu olarak ifade edilebilir (Abraham, 2000: 276). Kurumsal ya da toplumsal sinizm, bir ülkenin halkının kurumlarına, devletlerine ve işleyiş tarzına güvenmedikleri örgütsel sinizmin bir türüdür (Delken, 2004: 18).

Kurumsal sinizm yaşayan bireylerin, iş yaşamlarında durumlarına ilişkin beklentileri son derece gerçekçilik taşımaktadır. Ancak, kurumsal sinizmin bireye olan etkisi net ve açık olmayabilir. Söz gelimi; sosyal hayatta karşılaştığı hayal kırıklıkları kişiyi genelleme yapmaya yönlendirmekte, bunun sonucunda kişi de işinde hayal kırıklığı yaşayacağını düşünmektedir. Örgüt bünyesinde gerçekleşebilecek en ufak olumlu bir olay dahi çalışanın motive olmasını sağlayabilir. Bu nedenle örgütüne pozitif ve olumlu bir davranış geliştirebilmektedir (Abraham, 2000: 287).

Toplumsal siniklerin niteliği, kaderleri adına suçladıkları iktisadi ve toplumsal ve kurumlara uzak durmaktır. Gelecek için hissettikleri umutsuzluk, kısa dönemli menfaatlere ve her iş görevi ve fırsat için “Bunun benim için ne faydası olabilir?” biçiminde bir yaklaşım oluşturmaktadır. Bu nedenle işe olan arzularının azalmasına ve hüzünlenmeye neden oluşturmaktadır. Bireyler iş arkadaşlarına ya da rakiplerinin başarılarıyla dalga geçerler, kıskançlık hissederler ve başarılarını paralarından ya da bağlantılarından kaynaklı olduğu ileri sürülmektedir (Abraham, 2000: 271-272).

1.2.3.3. Meslek (İş) Sinizmi

Mesleki sinizm, işgörenlerin müşterilerden kendilerini soyutlamalarına ve bireysel etkileşimlerini bitirmelerine neden olan kısıtlayıcı etkilerle baş etme metodu haline gelmiştir. İnsanlara karşı empati kuramamayı, müşterilerin hislerinden, duygu ve tutumlarından kendini soyutlamayı, insanlardan uzaklaşma sürecinde insanlığı ve müşterilerin varlığını reddetmeyi içermektedir. İşgören, sorunların sebebini müşterilere yükleyerek negatif, bunaltıcı duygulara yönelik bir savunma ve acı hissettiren bir durum haline gelmiş olmaktadır (Abraham, 2000: 279).

Kişilerin sahip olduğu değerleri ile içinde yer aldığı kurum arasında meydana gelen kişi-rol çatışması meslek sinizminin en önemli nedenidir. Yöneticiler işgörenlerden samimi duygularını gizleyerek örgütün talep ettiği davranışlarda bulunmalarını istemektedirler. Hizmet sektöründe rol belirsizliği yaşayanlar ise meslek sinizminin ikinci sebebinin oluşturmaktadır. Hizmet sektöründe işgörenlerin fiziksel tükenmişlik yaşayarak işten ayrılmalarının yanı sıra psikolojik anlamda zorlamanın yer alması önemli bir sorundur (Kalağan, 2009: 63).

Mesleki sinizm işgörenin yaptığı işe yönelik sinik tutum takınması olup çoğunlukla bu tutumlarını önce müşterilere yansıtılır ve daha sonra genel hale gelir. Mesleki sinizm konsepti ile ilgili yapılan çalışmalar sağlık ve sosyal hizmetler ve polis teşkilatlarında devam ettirilmektedir (Naus vd., 2007: 690).

1.2.3.4. Çalışan (İşgören) Sinizmi

İşgören sinizmi, Anderson (1996) tarafından aktarılan bir sinizm çeşididir. İşgören sinizmi, güvensizlik, hayal kırıklığı ve engellenmiş olma durumuyla işyeri dâhilindeki yöneticilere, iş arkadaşlarına, örgütlere ve öteki unsurlara yönelik olumsuz bir tavır şeklinde ifade edilmektedir (Cartwright ve Holmes, 2006: 201).

İşgören sinizmi, çoğunlukla çalışma yaşamındaki büyük çaplı işletmeleri, politikalar ve uygulamaları, üst seviye yöneticileri, benzeri özgün örgütsel etmenleri ve öteki kuruluşları amaçlamaktadır (Naus vd., 2007: 688). Andersson (1996)'a göre sinizm, yapılan iş ve örgüt dâhilindeki unsurlara işgörenin tavırsal tepkisi şeklinde ifade etmiş ve bu unsurları tespit ederek ve analiz ederek sinizmin olumsuz etkilerini yöneticilerin tespit edip etkisini azaltabileceğini öne sürmüştür. Haksızlığa uğradığı hissi sinik tavırlar gösteren işgörenleri diğer işgörenlerden ayırmaktadır. Bu tür sinizmde denetim daha sağlıklı çalışma şartları ve çalışma saatleri, daha iyi kazanç ve yönetim ile birlikte açık etkileşimin sağlanmasıyla yapılabilir (Abraham, 2000: 275).

İşgören sinizmi, çalışma saatlerinin uzaması, iş yoğunlaşmasının, yöneticiliğin verimli olmaması ve işletmedeki yeni organizasyonların devam ettirilebilir olması benzeri işgörelere tesir etmektedir. İşgörelenler işletmelerinde meydana gelen hayal kırıklıklarını sinizm ile sona erdirmektedirler. İşgörelenler mevcut hallerinin farklılaşmayacağını düşünmelerine rağmen hayallerini yerine getirmek adına her çeşit davranışta olabilir. 1990'lı yıllardaki çalışmalarda işyerlerinde sinizm varlığı öne sürülmüştür. Gelişen zaman içinde spesifik olarak güvensizlik, fırsatçı davranışlarla ve skandallar ile dolu kurumsal alanlarda işgörelenler gittikçe alaycı tavırlar sergilemektedirler. İşgörelen sinizmi azalan iş doyumunu, performans düzeyleri, işten ayrılma niyeti ve örgütsel bağlılık düzeyleri de dâhil olmak üzere kimi negatif neticeler meydana getirebilmektedir (Chiaburu, 2013: 181).

1.2.3.5. Örgütsel Değişim Sinizmi

Kurumda başarısızlıkla ya da kötü sonuçlanan farklılaşmalar örgütsel değişim sinizmi sayesinde meydana gelmektedir. Genel anlamda değişim sinizmi, kişilerin gelecekte olması muhtemel farklılaşmalar ve gelişimler adına olumsuz duygu, düşünce ve tutum içerisinde bulunmaları olarak ifade edilebilir. Örgütsel değişim sinizmi, farklılaşmayı meydana getirecek olan yöneticilere güvensizlik ile ilk olarak oluşmaktadır. Ardından gerçekleşen değişimin başarısızlıkla bitmesi ile kişiler kendilerini kandırılmış olarak hissetmektedirler (Kalağan ve Güzeller, 2010: 87).

Örgütsel değişim sinizmi, gelecekteki gayretlerin başarısı hakkında umutsuzluğa kapılma, değişim etkenlerinin yetersiz ve tembel oldukları, başarısız değişim çabasına verilen tepkilerine dair inançtan meydana gelmektedir (Abraham, 2000: 272).

İşgörende örgütsel değişim sinizminin sebepleri; açık bir şekilde bilgilendirilmediğini düşünmesini, üstünden saygı ve iletişimde yetersizlik hissetmesi, sendika temsilcisinden iletişim ve saygı eksikliği tecrübe etmesi, negatif davranışlarda bulunma, kararların alınmasında katılım olanağının olmamasıdır.

Örgütsel değişim sinizminin işgörendeki tesirleriye; adaptasyon düşüklüğü, örgütsel bağlılığın zayıflaması, iş tatmininin gittikçe düşmesi, örgütsel değişim çabalarına daha az destek sağlama, örgüt liderlerine az derecede güven hissetme, ödeme sisteminin adaptasyondaki verimliliği düşürmesidir (Reichers vd., 1997: 51).

Örgütsel değişim sinizmi sonucunda oluşan davranışlar (Çiftçi, 2013: 22):

- ✓ İşgörenlerin çalışmak için motivasyonları düşmektedir,
- ✓ Örgüte hissedilen bağlılıkta düşme yaşanmaktadır,
- ✓ Yöneticiye karşı güven hissedilmemekte ve şüpheli yaklaşmaktadır
- ✓ Bireyler kendilerini bilgisiz ve yetersiz olarak görmektedirler.

1.2.4. Örgütsel Sinizmin Boyutları

Sinizm; bilişsel, duyuşsal ve davranışsal olmak üzere üç boyuttan meydana gelmektedir. 1996 yılına değin sinizme dair yapılan çalışmalarda bilişsel boyut üzerinde durulmuştur. 1998 yılında Dean ve arkadaşlarının üç boyutu da ele alan araştırmalarının ardından alan yazında üç boyut ön plana çıkmıştır. Bu boyutlar şu şekildedir (Mumcu, 2018: 92):

- ✓ Örgütün adaletten ve dürüstlükten yoksun olduğu inancı,
- ✓ Örgüt hakkında olumsuz duygular besleme,
- ✓ Bu inanç ve duygularla örgüte karşı küçümseyici davranışlar sergileme ve örgütü eleştirmedir.

1.2.4.1. Örgütsel Sinizmin Bilişsel Boyutu

Sinizmi meydana getiren üç alt boyuttan ilki bilişsel (inanç-cognitive) boyuttur. Bilişsel boyut işgörenlerin içinde yer aldıkları örgütün dürüst ve adillikten eksik olması şeklinde algılanması olarak ifade edilebilir. Örgütsel sinizmin ilk boyutu olan bilişsel boyut, örgütlerin bütünlükten uzak olduğuna dair inançtır. Bu inancın sonucunda sinik işgörenlerde; üyesi oldukları işletmenin samimiyet, dürüst olma, adil olma ve benzeri duyguları kendi menfaatleri ışığında yok sayabileceği doğrultusunda

bir inanç oluşmaktadır. Bu inançların neticesinde ise bilişsel boyut ile sinik işgörenler hor görme, kınama hali, öfke treyti, samimiyetsizlik gibi örgüte ve bireye sıkıntı oluşturabilecek olumsuz duyguları besleyebilirler. Örgütsel sinikler, örgütte mevcut uygulamaların dürüstlük, eşitlik, samimiyet ve adalet gibi ilkelerin yoksunluğunu ortaya çıkardığını düşünürler (Dean ve diğ., 1998: 345-346).

Örgütlerinde sinik yaklaşımlara sahip olan, kurumlarının dürüstlük sergilemediğine inanan ve bu doğrultuda tutumlarda bulunan çalışanlar, aşağıdaki tutumları sergilerler. Bunlar (Kalağan, 2009: 46);

- ✓ Kurumlarca hazırlanan resmi ihbarnameleri ciddi bir yaklaşımla değerlendirmezler.
- ✓ Tutumlar genel olarak tutarsız ve güvenilmez özelliktedir.
- ✓ Yalancılık, dolandırıcılık ve aldatmacayı ifade edebilecek tutumlar, davranışlar gösterebilirler.
- ✓ Örgüt içerisinde oluşan ilişkiler kişisel çıkarlara odaklıdır. Sinik işgörenler, menfaatleri adına, dürüstlük, samimiyet gibi ilkeleri kolayca feda edebilmektedirler.

Örgütsel sinikler, örgütleri hakkında pekte iyi olmayan bir haber aldıkları gizli bir biçimde keyif hissedebilirler. Örgütün üstünlüklerinde ise nefret, utanç ve üzüntü hissedebilirler Örgütsel sinizmin oluşması adına gerekli olan ilk aşama bilişsel boyuttur. Örgütsel sinizme tutulma eğilimi azalabilmesi için bireyin örgüte yönelik güvenini, inancını kaybetmemesi gerekmektedir. Örgütsel sinizm bilişsel boyutta şekil almaya başlar ve bir sonraki boyut olan duyuşsal boyuta doğru yol alır (Yücel ve Çetinkaya, 2015: 249).

1.2.4.2. Örgütsel Sinizmin Duyuşsal Boyutu

Bilişsel boyut ile ortaya çıkan sinizm devamında örgütsel sinizmin ikinci boyutunda yer alan duyuşsal (duygusal-affect) boyutunu meydana getirebilir. Sinizmin duygusal bileşeni, sıkıntı, hor görme, utanç duyma, öfkelenme gibi güçlü olumsuz duyguları tetikleyerek baş gösterir (Abraham, 2000: 269).

Bilişsel boyuta oranla daha somut bir hal alan duyuşsal boyutta bireyler fikirlerini artık açığa vurarak ve çevrelerindeki bireyleri etki altına alırlar. Örgütsel sinikler içinde yer aldıkları kurumu düşündükçe nefret edebilirler, sıkıntı duyabilirler, öfkelenebilirler, hayal kırıklığı yaşayabilirler, güvensizlikle karşı karşıya kalabilirler. Sinikler çalıştıkları kurumu kendi zihin dünyalarına göre ele almakta ve türlü eksiklikler bulmaktan, olumsuz durumlar yaratmaktan keyif sürmektedirler. Yani örgütsel sinizm sadece işgörenlerin örgüte yönelik olumsuz inançlarını değil aynı zamanda örgüt hakkında pek çok farklı duygudan meydana gelmektedir (Mumcu, 2018: 92).

1.2.4.3. Örgütsel Sinizmin Davranışsal Boyutu

Örgütsel sinizmin son boyutu olan davranışsal boyutta kuruma yönelik kötü davranışlarda bulunma hali oluşmaktadır. Söz konusu bu davranışlar hareketlerde ya da sözlü iletişimde saklanmaktadır. Bu boyutta sinikler, aşağılama, küçümseme, şikâyetle bulunma, eleştirel konuşma gibi davranışlar sergileyebilirler. Sinikler olumsuz fikirlerini sözlü olarak iletemedikleri zamanlarda da eleştirel bir ifade ile gülümsemeleri, birbirlerine anlamlı bakışmalar yaparak tepkilerini gösterebilirler (Pelit ve Pelit, 2014: 91).

Davranışsal seviyede sinik olan işgörenler, sıklıkla küçümseyici ve olumsuz davranışlarda bulunmaktadırlar. Üyesi oldukları örgütü kötü bir şekilde eleştirme, örgüt ile dalga geçme, şikâyetle bulunma gibi tutumları göstermektedirler. Sinik işgörenler, kendini karşı tarafa aktarıırken yalnızca davranışlarla değil davranışlara ek olarak sözsüz tutumlarla da kendilerini belli etmektedirler. Sözsüz tutumlar, küçümser bir yaklaşımla gülümseme, anlamlı bakışmalar içinde olma gibi davranışları kapsamaktadır. Çalışanlar, sinik tutumlarını sergilerken aynı zamanda alaycı bir mizah yaklaşımında da bulunmaktadırlar (Dean ve diğerleri, 1998: 346).

Örgütsel sinizm davranışsal boyutta tam anlamıyla meydana gelmektedir. Bu boyutta bireyler sinik davranışlarda bulunmaktan ve çevrelerini etki altına almaktan

sakınmazlar. Davranışsal boyuttaki sinik işgörenlerde aşağıdaki durumlar karşımıza çıkabilir (Üreten, 2016: 22):

- ✓ Diğer işgörenlerin örgütü geliştirmek adına çaba içinde olmadıklarını düşünebilirler,
- ✓ Örgütün gelişmesi, büyümesi, değişmesi için ortaya atacağı düşüncelerin küçümseneceğini yanılgısına kapılabilirler,
- ✓ Örgütün girişimlerini ve yenilik düşüncelerini öteki işgörenlerin önemsemediği düşüncesinde bulunabilirler,
- ✓ Örgütün büyümesi, gelişmesi adına fikirlerini gizleyebilirler,
- ✓ Örgütün geleceğine yönelik umutsuzluğa kapılabilirler.

1.2.5. Örgütsel Sinizmi Oluşturan Kişisel Etkenler

Literatürde mevcut çalışmaların bir kısmında kişilik özelliklerinin sinizmi yakından etkilediğini ifade edilirken çalışmaların diğer kısmında ise ters bir şekilde kişilik özelliklerinin örgüt sinizminin üzerinde çok fazla etkisinin olmadığını altı çizilmiştir. Dean ve arkadaşları kişilerin sinizm seviyelerinin farklılık gösterebileceğini ve bu durumun bireysel düzeyde tanımlanabileceğini ifade etmişlerdir (Torun, 2016: 67).

1.2.5.1. Yaş;

Bireylerin yaşı, yaşamdan taleplerini ve dolayısıyla çalıştıkları örgütten talepleri üzerinde etkili olabilir. Çeşitli yaş gruplarındaki bireylerin örgütsel sinizm seviyelerinin farklılık arz edebileceğini ifade edebiliriz. Bu bağlamda yapılan çalışmalarda çeşitli bulgularla karşılaşılacaktır. Mirvis ve Kanter'in (1991) çalışmasında genç bireylerde sinizmin daha yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir. Yazarlar bunu gençlerin yaşamdan taleplerinin çok daha fazla olmasıyla yorumlamıştır (Yücel ve Çetinkaya, 2015: 260). Kalağan ve Güzeller (2010) ise öğretmenler üzerinde yaptıkları çalışmada, öğretmenlerin demografik özellikleri ile sinizm seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığını tespit etmişlerdir (Kalağan, 2009: 67).

1.2.5.2. Cinsiyet;

Farklı cinsiyetteki kişilerin çalışma değerlerinde, sosyal değerlerinde, kültürel değerlerinde farklılıklar oluşabilir. Farklı cinsiyetteki bireylerin beklentileri, duygu yoğunlukları çeşitlilik göstermektedir. Dolayısıyla bireylerin üyesi oldukları örgüte yönelik tutumları da farklılık arz edebilir (Pelit ve Pelit, 2014: 90).

Cinsiyet farklılıklarının sinizm üzerindeki etkisi incelendiğinde Kanter ve Mirvis'in (1991) araştırmasında, erkek çalışanların kadın çalışanlara oranla sinizm seviyesinin daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Kadınların erkeklerden daha iyimser davranması ise bu duruma sebep olarak işaret edilmiştir (Torun, 2016: 70).

1.2.5.3. Medeni Durum;

Bazı araştırmacılar, evli bireylerin sorumluluklarının daha fazla olmasından kaynaklı kendilerini bir işyerine ait hissetmek istemelerinden dolayı işgörenlerin evli veya bekâr olmalarının örgütsel sinizm üzerinde etkili olduğunu vurgulamışlardır (Pelit ve Pelit, 2014: 92).

1.2.5.4. Eğitim Durumu;

Kişilerin iş yaşamına bakış açısı üzerinde etkili olan bir başka değişkende "eğitim durumudur". Bireylerin eğitim seviyeleri yükseldikçe, iş yaşamından beklentileri de farklılık göstermektedir (Çakır, 2001: 112).

Tokgöz ve Yılmaz'ın yapmış oldukları araştırmada eğitim seviyesi ile sinizm arasında anlamlı farklılığın olduğunu tespit etmişlerdir (Mumcu, 2018: 71). Mirvis ve Kanter'in çalışmasında ise eğitim seviyesi artan bireylerin, eğitim seviyesi düşük işgörene oranla daha az sinik davranışlar sergilediğini belirlemişlerdir. Bu durumu eğitim seviyesi düşük bireylerin gerçekleri kabul etmesinin daha kolay olduğundan dolayı örgütsel sinizm seviyelerinin az olduğu şeklinde ifade etmişlerdir (Mirvis ve Kanter, 1991: 60).

1.2.5.5. Gelir Düzeyi;

İşgörenlerin gelir seviyeleri sinizm düzeyi üzerinde etkili olmaktadır. Bu konuda alan yazın değerlendirildiğinde farklı sonuçların mevcut olduğu gözlemlenmektedir. Delken (2004) yaptığı araştırma neticesinde gelir düzeyi fazla olan bireylerin örgütsel sinizm seviyelerinin de yüksek olduğunu tespit etmiştir (Delken, 2004: 34). Mirvis ve Kanter (1991) ise yaptığı çalışmada gelir düzeyinin düşmesi ile örgütsel sinizm düzeyinin artacağını ifade ederek bunun tam tersi sonucu ortaya atmışlardır. (Torun, 2016: 72).

1.2.5.6. Çalışma Süresi;

Bireylerin yer aldıkları işletmede veya sektördeki çalışma saatleri sinizm düzeyleri üzerinde etkili olmaktadır. Delken (2004) çağrı merkezi çalışanlarıyla yapılan araştırmanın bulgularında anlamlı farklılıklara denk gelmiştir. Bu araştırmanın bulguları ışığında, çalışma yaşamının ilk yıllarında bireylerde iyimserlik duygusu hakim iken, sonraki yıllarda örgütsel sinizm seviyesi artış göstermektedir.

1.2.5.7. Hiyerarşi;

Çalışma hayatındaki hiyerarşi bireylerin örgütsel sinizm seviyeleri üzerinde etkili olmaktadır. Mirvis ve Kanter (1989) yaptıkları çalışmada, örgütte üst düzeyde yer alan işgörenlerin, alt düzeydeki işgörenlere göre daha az sinik tutumda bulduklarını ifade etmişlerdir. Bu durumu “sorumluluk düzeyi arttıkça örgütsel sinizm azalmaktadır” olmak üzere belirtmişlerdir (Kalağan, 2009: 70).

1.2.6. Örgütsel Sinizmi Oluşturan Örgütsel Etkenler

Bireyleri örgüte yönelik kuşkucu, inançsız ve güvensiz hissetmelerine neden olan örgütsel sinizm kavramı, çoğunlukla örgütsel etkenlerden oluşmaktadır. Örgütsel sinizmin temelinde dengesiz dağılan güç, adaletsizlik, yeniliklerin yönetilememesi,

işten çıkarmalar, iletişimsizlik, aşırı mesai, örgütün küçülmesi, kişi- rol çatışması, mobbing, örgüt ile işgören arasında oluşan sözleşme ihlalleri gibi faktörler bulunmaktadır (Tayfun ve Çatır, 2014: 350). Bu faktörlerden bir kısmı aşağıda incelenmiştir.

1.2.6.1. Örgütsel Adalet;

İşgörenler içinde buldukları örgütler içerisinde hem kendilerinin aldığı hem de yönetim tarafından verilen kararların neticelerinden etkilenmektedirler. Bu kararlar ekonomik çevreden sosyal çevreye kadar çeşitlilik gösterebilmektedir. Çalışan alınan bu kararlara ve onların sonuçlarına baktığında; “adil mi?” diye düşünmekten kendini alamamaktadır (Colquitt, 2001: 386). Örgütsel adalet olgusu bu soruya verilen yanıtla göre farklılaşmaktadır. Yanıt olumlu ise örgütün adil olduğu düşüncesi oluşabilir ve dolayısıyla adil olan işletmelerde işgörenlerin motivasyonları daha yüksek olmakta ve işletmelere daha fazla güven hissedilmektedir. Eğer yanıt olumsuz ise örgütte bir adaletsizliğin varlığından ve bu durumun da örgütsel sinizme sebebiyet verdiği ifade edilebilir (Kutunis ve Çetinel, 2010: 186).

1.2.6.2. Psikolojik Sözleşme İhlalleri;

Psikolojik sözleşme kavramı “örgüt ile çalışan arasındaki normlara dayalı olarak bireyin algılamaları ve inançları” olarak tanımlanır. Psikolojik sözleşme ihlali ise, işgörenin sözleşmedeki sorumluluklarını ve görevlerini yapmadığına dair olgudur. Örgütün vaatleri karşısında beklenti içinde bulunan işgören eğer bu beklentiler karşılanmazsa sözleşme ihlale uğramaktadır. Dolayısıyla çalışanların hayal kırıklığına uğramasından kaynaklı örgütsel sinizm meydana gelir (Arslan ve Boylu, 2014: 39).

Çalışanlarda yaşanan hayal kırıklığı, olumsuz davranışlarla elde edilen işlerin kalitesinin azalmasına ve örgüte yönelik güvensizlik hissetmesine zemin hazırlamaktadır. Dahası, iş verimi yüksek olan işgörenlerin sözleşme ihlali yaşadıklarını düşünen çalışanları görmesiyle iş yaşamlarında geleceğe dair

güvensizlik ve karamsarlıkla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu durumda sözleşme ihlali etkisi ile oluşan örgütsel sinizm kısa vadede tüm örgütü etkisi altına alacak ve verimin düşmesine sebebiyet verecektir (Torun, 2016: 39).

1.2.6.3. Kişi-Rol Çatışması;

Rol; kurumda çalışan kişinin karşısına gelen durumlarda sergilemesi istenilen tutum biçimidir. Kişi-rol çatışmasında ise; rolün kişinin değerlerine, inançlarına, ters düştüğünün meydana gelmesidir (Abaslı, 2018: 65).

Aynı statüde faaliyet gösteren bireyler arasında yapılan haksız terfilerin yaşanması kişi-rol çatışmasına sebep olan en büyük etkenlerden birisidir. Dolayısıyla işgörenler umutsuzluk içerisinde ve işine yönelik çabalarının anlamsız olduğunu hissetmektedir. Örgütte rol tanımı, iş tanımı açık bir şekilde beyan edilmemişse ve işe uygun personel çalıştırılmıyorsa, örgüt içerisinde sinizm seviyesi gün geçtikçe yükselecektir (Torun, 2016: 40).

1.2.6.4. İletişim;

Etkili bir iletişim sistemi ile işgörenlerin yönetimin taleplerini bilmeleri, yöneticilerinde işgörenlerle empati kurabilmeleri mümkün olmaktadır. İletişim sisteminin etkili olmadığı bir örgütte, yöneticiler ve çalışanlar arasında çatışmalar yaşanmaktadır. Dolayısıyla işgörenler, iş arkadaşlarına ve yöneticilerine, örgütün planlarına karşı güvensizlik yaşayan, örgütünü anlamayan ve sinik tutumlar sergileyen birer birey haline dönüşebilirler (Torun, 2016: 40).

1.2.7. Örgütsel Sinizmin Kuramsal Temelleri

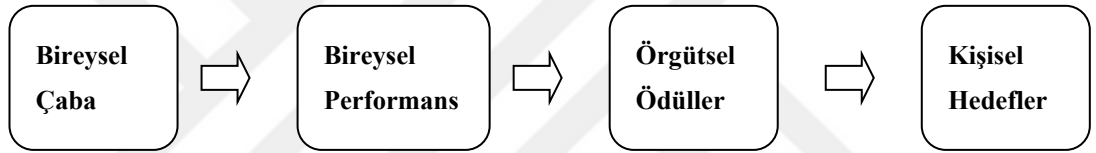
Örgütsel sinizm kavramı farklı zamanlarda farklı araştırmacılarca çeşitli yöntemlerle, incelenmiştir. Bu araştırmacıların temel kabul ettikleri ve örgütsel sinizm kavramını kaynaklandıkları bazı teoriler mevcuttur. Bu teoriler; beklenti kuramı, afetme

kuramı, tutum kuramı, sosyal değişme kuramı, duygusal olaylar kuramı ve sosyal güdülenme kuramı olarak sıralanabilir.

1.2.7.1. Beklenti Kuramı

Beklenti Teorisi, 1964 yılında Vroom tarafından ilk olarak ortaya atılan ve 1968 yılında Porter ve Lawler'ın destekleriyle geliştirilen (Expectancy Theory) ihtiyaçlar yerine sonuçlara odaklanmaktadır (Torun, 2016: 37). Bu teori motivasyon teorilerinden bir tanesi olmasının yanı sıra genellikle "her bir çalışanın ortaya koyması gereken gayret ve bu çaba karşılığında istenilen sonuçlara ulaşma ihtimali şeklinde" ifade edilmektedir (Robbins, 1990: 53).

Şekil 1. 2. Beklenti Kuramı İlişkisi



Kaynak: (Robbins, Judge, 2013: 224).

Beklenti kuramına göre işgörene verilen ödül, talepleri, gereksinimleri ne kadar karşılırsa ödülün arzulanması da aynı oranda artış gösterecektir. Beklenti kuramının temelinde üç temel ilişki yatmaktadır (Robbins ve Judge, 2013: 224- 225):

- 1) **Çaba-Performans İlişkisi:** İşgörenin, sergilediği gayret çaba doğrultusunda performans elde edeceği olasılığına yönelik talepleridir.
- 2) **Performans-Ödül İlişkisi:** İşgörenin ortaya çıkardığı performans sonucunda ödüllendirileceği düşüncesidir.
- 3) **Ödül-Bireysel Amaç İlişkisi:** Paylaşılan ödül, işgören tarafından arzulanıyorsa ödülü isteme seviyesi de artış gösterecektir.

Beklenti kuramı dört temel adımdan meydana gelmektedir. Bu kuramda işgörenler yaptıkları iş neticesinde ödül beklentisine girerler. Yaptığı işin sonucunda ödül alacağına dair düşünce çalışanın performansı üzerinde iyi bir etki oluşturmaktadır. *Birinci aşamada*, birey elde ettiği güzel iş sonucunda, iyi bir iş ilişkisi, ekstra ücret ve güven kazanmasına neden olabilir. Olumsuz sonuçlar ise güvensizlik, hevesizlik, endişe gibi duygulara ortaya çıkabilir. Yani beklenti kuramı, işgörenlerin beklentilerini kapsamaktadır. Bireyin örgüte yönelik beklentilerinin giderilmemesi kişilerde sinik duyguların oluşmasına yardım etmektedir. Beklenti kuramı ile sinizm ilişkisi tam da bu seviyede ilerlemektedir. *İkinci aşamada ise*; işgörenlerin uğraştıkları işin neticesini ilgi çekici bulup bulmamalarıyla alakalıdır. Çalışanlar işin sonuçlarını olumlu, olumsuz ve anlamsız olarak incelemektedirler. Çalışan kişi işin sonuçlarını ilgi çekici bulunduğu zaman ulaşmayı amaçlamakta, olumsuz olduğunu düşündüğünde ise ulaşmamayı tercih etmektedir. *Üçüncü aşama*, ikinci aşamadaki işgörenlerin sonuçlara ulaşabilmesi için ne tür davranışlar sergilemeleri gerektiği ile ilişkilidir. *Dördüncü aşama ise*, işgörenin kendisinin ne kadar başarılı olabileceğini ön görebilmesidir (Kalağan, 2009: 49-50).

Beklenti kuramı ve örgütsel sinizm ve arasındaki ilişki ise; örgütsel hedeflere varmak için sarfedilen çabanın ileride sonuçsuz kalacağı inancının var olmasıdır. Örgütsel değişim sinizmi çalışmalarında, sinik tutumların örgütteki işgörenlerin örgütün gelecekteki durumuna dair olumsuz beklentilerinin bir neticesi olduğu ifade edilmiştir (Reichers, Wanous ve Austin, 1997: 50; Wanous, Reichers ve Austin, 1994: 271).

1.2.7.2. Atfetme Kuramı

Atfetme kuramı, kişilerin sergilediği davranışların gerisinde bulunan nedenlerin araştırılmasıdır. Atfetme kuramı kişilerin bir başka kişilerin davranışlarının sebeplerini hangi açıdan baktığı ile ilişkilidir (Torun, 2016: 58).

Heider tarafından ilk olarak 1958 yılında geliştirilen atfetme kuramına alan yazında anlam yükleme teorisi ve katkı teorisi adı da verilmektedir. İnsanlar hayattayken karşı karşıya kaldığı durum ve olayları kendi değerlerine, duygu ve düşüncelerine, algılayış biçimlerine göre atıflar, yüklemelerde bulunarak ele almaktadırlar. Durumlar ya da karşı kişi ile ilgili sahip olduğumuz davranışlarımızın, algılarımızın doğru ya da yanlış olduğunu yüklemelerin bize geri dönüşleri neticesinde öğrenmiş oluruz. Kişinin algılama ve anlama gereksinimi onu hayatta yükleme aşamasının gerçekleşmesine sebebiyet oluşturmaktadır (Abaslı, 2018: 68).

Atfetme teorisi üç değerden meydana gelmektedir. Bu değerler; belirginlik, tutarlılık ve fikir birliği olarak ifade edilir. *Belirginlik*, bir sebebin diğerinden ayırt edici, daha değişik özelliğinin bulunmasıdır. *Tutarlılık değerinde*, davranışa neden ile gerçekleşen davranış arasındaki ilişkinin uzun bir vadede sürdürülebilir olmasına dayanır. *Fikir birliği değerinde ise*, diğer insanlarla benzer oranda neden-sonuç ağının oluşması lazım (Erdoğan ve Beyaz, 2002: 73).

Örgütsel sinizmin durumsal taraflarına odaklanan atfetme kuramında Weiner'a göre insanlar, yaşadıkları kötü durumları algılamak adına nedensel yüklemeler gerçekleştirmektedirler. Atıflar, sempati, öfke, umut gibi duygulara neden olan beklentiler ile nihayete varmaktadırlar. Bu duygulardan hareketle kişiler asosyal davranışlar sergilemekte ya da toplum yanlısı olmaktadır. Weiner'ın modelinde örgüte kötü durumlardan sebeple suç yüklenmektedir. Kişiler, örgütü suçladıkları, kötüledikleri zaman daha yüksek seviyede sinik tutumda bulunacaklardır (Pelit ve Pelit, 2014: 87-88).

1.2.7.3. Tutum Kuramı

Tutum kuramı, örgütsel sinizm kavramını tanımlamaya çabalayan araştırmacıların sıklıkla başvurdukları önemli bir teori olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu teori daha çok davranışlar aracılığıyla örgütsel sinizm özelliklerini açıklamaya çalışmıştır (Çetinkaya, 2014: 52). Pek çok araştırmacı açısından değerlendirme, tutumun en

önemli aşaması olarak nitelendirilebilir. Tutumlar kişilerin zihninde meydana gelmekte ve tutumların bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutları farklılık göstermektedir (Görmen, 2012: 98).

Tutum teorisi hakkında alan yazım değerlendirildiğinde bireyin organizasyona yönelik inancı, etki ve davranışsal yönelimlerini kapsayan bir tutum olarak ifade edildiği gözlenmektedir. Bu kavram hakkında araştırmalar gerçekleştirmiş farklı disiplinlerden literatür taramakta ve örgütsel sinizmin bir örgüte yönelik inanç, etki ve davranışsal yönelimlerden meydana gelen bir tutum olduğunu ifade edilmektedir (Dean ve diğ., 1998: 341).

Tutum teorisi, davranışların nasıl oluştuğunu açıklamayı amaçlamaktadır. Tutumların meydana gelmesine yönelik yaklaşımlar şu şekilde sıralanabilir (Pelit ve Pelit, 2014: 88):

- ✓ ***İşlevselcilik Kuramı:*** Tutumlar kişiler hakkında yarar sağlaması ya da fonksiyonu bakımından ele alınmalıdır.
- ✓ ***Erekler Kuramı:*** Bireyler menfaatlerini en yüksek dereceye ulaştıran tutumu özümsemektedirler.
- ✓ ***Bilişsel Tutarlılık:*** Bu teoriye göre kişiler düşündükleri ile davranışları arasında uyumlu ilişkiler ağı kurma yönelimindedirler.
- ✓ ***Koşullanma ve Pekiştirme:*** Bu kurama göre tutumlar ilkeler, kurallar, tutumların yön verilmesinde baskın olmaktadır ve aynı zamanda alışkanlık olarak görülmektedirler.

Örgütsel sinizmi meydana getiren bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutlar aynı zamanda tutumun bileşenleridir. Örgütsel sinizm, bireylerin örgüte yönelik inançsızlık, güvensizlik, (bilişsel boyut) hissetmeleri, endişe, sıkıntı yaşamaları (duygusal boyut) ve alay etme eleştirme, şikâyetle bulunma (davranışsal boyut) tutumlarından meydana gelmektedir (Kalağan, 2009: 51).

1.2.7.4. Sosyal Değişme Kuramı

Sosyal değişim teorisi, bireylerarası ilişkileri bir ekonomik değişime çok benzer bir maliyet-yarar açısından ele alır fakat bir sosyal değişim, manevi sosyal maliyetlerin ve yararların (önemsenme, dostluk, saygı ve onur gibi) değişimiyle ilişkilidir ve açık kurallara yada sözleşmeleri kapsamamaktadır (Gefen ve Ridings, 2002: 50).

Sosyal değişme teorisine göre bireylerin faaliyetlerini dürüst bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için diğer bireylere güven hissetmelidirler. Kurumda işgörenler kendilerine iyi davranışlarda bulunulduğunu hissederse, kendilerini sorumluluklarını gerçekleştirme ve örgüte karşı iyi davranışlarda bulunma ile sorumlu hissederler. Böyle durumlarda örgütlerde örgütsel sinizm yer almayacaktır (Abashı, 2018: 70).

Herhangi bir çalışan içinde bulunduğu örgütte, kendisinin beklentilerinin giderildiğini düşündüğünde ve kendisine iyi davranışlar gösterilmesine ilişkin bir algı oluşturduğunda kendisini örgüte yönelik iyi davranışlarda bulunma ve örgütü zedeleyecek hareketler ve tutumlardan kaçınmakla yükümlü olduğunu düşünmektedir (Gouldner, 1960: 164). Bundan dolayı örgütsel sinizm kavramının teorik temeli, sosyal değişim teorisi ile ilişki içinde incelenebilir (Johnson ve O'Leary-Kelly 2003: 627).

1.2.7.5. Duygusal Olaylar Kuramı

Duygusal olaylar kuramı (Emotional Event Theory), Weiss ve Crapanzano (1996) tarafından ortaya atılmış, önceden yaşanmış durumların bireyin bugünkü sergilediği davranışlarında şekillendirici bir rol aldığını ve bireyin olaylar karşısında vereceği tepkilerin ne yönde oluşacağını duyguların yön verdiğini ifade etmektedir (Özdevecioğlu, 2003: 184).

Bu kuram çalışanların iş yaşamlarında karşılaştıkları olayların yine iş ile ilgili tutumlar hakkında bazı etkileri olduğunu belirtmektedir. Yaşanan çeşitli negatif durumlar özellikle duygusal durumlarda, hayal kırıklığı, hüsrana, gibi neticeler doğurabilmektedir. Çalışanların kurumlarında iş tatminsizliği sebebiyle sinik davranışlar göstermelerinde ve kurumlarını adil ya da adaletsiz olarak algılamaları o an ya da geçmişte başlarına gelen olaylarla ilişkili olduğu vurgulanmaktadır (Özdevecioğlu, 2003: 184; Çetinkaya, 2014: 34).

Kurumda işgörenlerin duyguları; potansiyellerine, aidiyetlik hissetmelerine, iş memnuniyeti ve örgüt içi davranışlarını doğrudan etkilemektedir. Kurama göre kişinin davranışlarını şekil veren etmenler biriken duygulardır. İşgörenin kuruma yönelik negatif duygular içinde olması, eleştirel davranışlar sergilemesi, aidiyet hissedememesi ise örgütsel sinizmi etkileyen faktörlerdir (Kesen ve Akyüz, 2015: 51).

1.2.7.6. Sosyal Güdülenme Kuramı

1985 yılında Weiner tarafından ortaya atılan sosyal güdüleme kuramı, örgütsel sinizmi meydana getiren olguları değerlendirmekten ziyade, durumların işgörenler açısından nasıl algılandığı, analiz edildiğini ve bunların örgütsel sinizme hangi seviyede etki ettiğini incelemektedir (Kesen ve Akyüz, 2015: 55).

Sosyal güdülenme kuramı üç boyuttan oluşmaktadır. Bunlar konum, kontrol ve istikrardır (Eaton, 2000: 14):

- ✓ **Konum:** Meydana gelen vakaların sebeplerinin içsel ya da dışsal unsurlar olup olmadığına dair çalışanın sahip olduğu algı şeklinde ifade edilmektedir. Örneğin; bir çalışan elde ettiği ücret artışının gerçekleşmemesini içsel açıdan ele aldığına kurumun kendi içerisinde var olan dinamiklerden ötürü (örgütün ekonomik yapısının iyi olmaması gibi), dışsal açıdan ele aldığına ise örgüt ile ilgisiz durumlardan (ülke ekonomisindeki durgunluk gibi) kaynaklandığını varsayacaktır.

- ✓ **Kontrol:** Kişinin, oluşan durumu, kontrol altında tutup tutamadığını algılamasıdır. Örneğin; ücret artışının gerçekleşmemesini dışsal-kontrol edilemez şeklinde düşünürse kurumu bundan ötürü yükümlü tutmayacaktır. Fakat içsel-kontrol edilebilir şekilde düşünürse örgüt yükümlü olacaktır.
- ✓ **İstikrar:** Meydana gelen durumun yinelenme durumu olarak değerlendirilmektedir. Çalışan ücret artışının kurumun yaşadığı ekonomik buhrandan değil, genel ekonomik sıkıntılardan kaynaklı olduğunu algılayarsa, çalışan bu durumu düzenli bir şekilde benimseyecek ve yaşanan her finansal kriz döneminde yineleneyeceğini anlayacaktır.

1.2.8. Örgütsel Sinizmin Sonuçları

Örgütsel sinizm için alınan önlemlerin yetersiz olması durumunda ya da hiç önlem alınmaması durumunda hem örgüt hem de işgören bakımından istenilmeyen neticeler karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuçlar bireysel ve örgütsel düzeyde görülmektedir.

1.2.8.1. Örgütsel Sinizmin Bireysel Açıdan Sonuçları

Bir kurum kapsamında örgütsel sinizmle karşılaşılmasının ardından, örgüt içerisinde ciddi olarak yayılım göstermektedir. Kurumda örgütsel sinizmin yayılması çalışanın verimsiz, ümitsiz ve mutsuz bir birey haline gelmesidir. Varlık olarak insan sürekli iletişim içerisinde. İnsana ilişkin her nevi olumsuz durum söz konusu ortamdaki diğer bireyleri de etkilemektedir. Örgütsel sinizmi hisseden işgören, kuruma ve iş arkadaşlarına karşı güven problemi hissetmeye başlamaktadır. Ümidini yitirmişlik ve olumsuz düşüncelerle dolu olduğundan bir süre sonra kendisini diğer insanlara karşı kapatmaya başlamaktadır. Çalışanın bu uzaklaşmasının ilk yansımaları motivasyon kaybı ve keyifsizliktir (Görmen, 2017: 368).

Sinizm kişinin psikolojisi üzerinde etki yaratmanın yanı sıra fiziksel problemleri de beraberinde doğurmaktadır. Örgütsel sinizm, bireylerde kalp ve damar rahatsızlığı riskini yükselterek, yaşam sürelerini tehdit altına alabilmektedir. Örgütsel sinizmin davranışsal sonuçları hakkında elde edilen araştırma bulgularında sinizm seviyesi yüksek kişilerin sigara ve alkol gibi negatif davranışlara eğilimli oldukları sonucuna

ulaşmıştır. Örgütsel sinizmin davranışsal sonuçlarından bir başkası ise işgörenlerin, kuruma yönelik eleştiride bulunması ve sabotaj eylemleri yapmasıdır (Köse, 2018: 116).

1.2.8.2. Örgütsel Sinizmin Örgüt Açısından Sonuçları

Örgütsel sinizmin kurum bünyesinde yaratabileceği sonuçları şu şekilde ifade edebilir (Erdoğan, 2015: 84-85):

- ✓ Örgütsel bağlılık düzeyi sinik çalışanlar dolayısıyla düşmektedir.
- ✓ Örgütsel sinizm ile beraber kurumların faaliyet ve verim düzeyleri düşmektedir. Maddi ve manevi bakımdan kayıplar yaşanmaktadır. Başka bir deyişle, örgütsel sinizmde sinik çalışanlar tüm kurumu etkisi altına alabilmekte ve örgütsel hedeflerin yaşama geçirilmesinde problemlere yol açmaktadır.
- ✓ Örgütsel sinizmde, çalışan yönetimin ve iş arkadaşlarının kendisine pozitif tutumlarında dahi, arkasında yatan bir neden aramaktadır. Kendisiyle iletişim kuran yönetici veya iş arkadaşının bir çıkarının olduğunu düşünmektedir. Bireyin menfaatsiz pozitif bir yaklaşımda bulunmayacağını düşünmektedir. Ona göre çıkar odaklı bu şekilde bir yaklaşım ortaya koydukları anlayışı hâkimdir. Farklı bir ifadeyle örgütsel sinizmde, işgören, yöneticilere ve iş arkadaşlarına hiçbir şekilde güvenmemektedir. Bununla beraber sinikler kurumun da güven ya da bağlılığa hakkı olmadıklarını ifade etmektedirler. Sinik çalışanlar, örgütsel sinizmde muhtemel değişimlerin gelecekte başarılı olamayacağını düşünür, iyimser olmayan bir yaklaşım sergilemektedirler. Genel olarak idarenin yetenek ve motivasyon açısından eksik olmasını başarısızlık olarak nitelendirme eğilimine sahiptirler.
- ✓ Kurum bünyesinde örgütsel sinizm hırsızlık, sabotaj vb. tutumların gelişimine de sebep olabilecektir.

Bunlara ek olarak, şirket sahipleri, alacaklılar ve paydaşlar, sessizliğe boğulmuş örgütlerin dâhilinde problemleri, örgüt adına olumsuz bir durum şeklinde görüp;

örgütün zarar görme sebebini örgütün iyi yönetilmemesine bağlayabilmektedirler. Bu durum üst düzey yöneticilerinin, işlerini iyi yapmadıkları kanaatini meydana getireceklerinden, bu yöneticilerin işlerini kaybetmelerine de sebep olabilmektedir (Morrison ve Milliken, 2000: 713).

Örgütlerde sinizm hususunda bir başka rahatsız edici durum ise örgütte meydana gelecek problemlerde, gösterdikleri bu sinizmlerinden kaynaklı, işgörenlerin problemlerinin sebebi veya bir parçası şeklinde görülme imkânıdır. İşgörenler yaptıkları bu bilinçli sinizm davranışından kaynaklı örgüte zarar verdikleri şeklinde bir suçlamayla karşı karşıya kalabilirler. Yöneticilerin örgüt dâhilinde bir güven oluşturma yükümlülüğü meydana geldiği unutulmamalıdır, bu manada bu yaklaşım gerçeği pek aksetmediği söylenebilmektedir (Morrison ve Milliken, 2000: 721-722).

1.3. Pozitif Psikolojik Sermaye

Bu kısımda ilk önce pozitif psikoloji kavramı ve ardından pozitif örgütsel psikoloji kavramı incelenecektir. Ardından pozitif psikolojik sermaye kavramı, bileşenleri, önemi ve sonuçları üzerinde durulmaktadır.

1.3.1. Pozitif Psikoloji Kavramı

Pozitif psikoloji insanların hayatlarını çok farklı alanlarda geliştirmelerine olanak sunan bir araştırma konusudur. Pozitif psikoloji kavramının insan hayatında etkili olduğu alanlar yaşamın biyolojik, kişisel, ilişkisel, kurumsal, kültürel ve küresel boyutlarıdır. Bu açıdan bakıldığında pozitif psikoloji kavramının insan hayatı üzerinde geniş bir etkiye sahip olduğu görülebilmektedir. Pozitif psikolojinin temel amacı insanların yaşam kalitelerinin yükseltilmesidir. Hayatın farklı boyutlarında olumlu katkıların sunulması durumunda yaşam kalitesinin artması doğal bir sonuç olarak ortaya çıkacaktır. “Hayatın nasıl daha iyi olacağı” konusuna bilimsel bir açıdan cevap verilmesi hedeflenmektedir. Diğer bir ifadeyle pozitif psikoloji hayatı “yaşamaya değer” hale getirmeyi amaçlar (Canbolat, 2014: 16-17). Pozitif psikoloji,

psikolojiyi yalnızca sorunlar ile ilişki içerisinde olan bir bilim olmaktan ziyade pozitif özelliklere de dikkat çeken bir olgudur (Tösten, 2015: 15).

Luthans, pozitif psikolojiyi bireylerin ruhsal durumlarının nasıl olduğunu ve bireylerde hangi durumların iyi olduğu ve daha iyi nasıl olabileceğini inceleyen bir psikoloji alanı olarak tanımlamıştır (Luthans vd., 2007: 541).

Türkmenoğlu, pozitif psikolojiyi, psikoloji çerçevesi içinde yer alan aynı bilimsel yöntemleri uygulayan, fakat "işlemeyenler" aksine , "işleyenler"e; bireylerdeki "sorunlar"dan ziyade bireyleri "güçlendiren özelliklere odaklanmak şeklinde tanımlamıştır (Türkmenoğlu, 2012: 75).

Pozitif psikoloji insanların “en iyi düzeyde” yaşamlarını devam ettirmelerine odaklanan bir bilim dalı olarak tanımlanabilir. Pozitif psikolojinin bu işlevi hayatın olumsuzlukları yerine olumlu yönlerine odaklanmayı sağlar. Sahip olunmayanlar yerine sahip olunan değerlere ve olumsuz deneyimler yerine olumlu deneyimlere odaklanmak bir taraftan psikolojik olarak bireyin daha sağlıklı hale gelmesine yardımcı olurken diğer taraftan hayattan zevk almasını ve hayata daha olumlu bakmasını sağlayabilecektir. Aslında burada psikolojik sorunların etkilerinin olumlu yaşantılarla ortadan kaldırılması ve istendik deneyimlerle beraber bireyin daha mutlu olmasının önü açılabilir. Hayata ve olaylara daha olumlu bir biçimde yaklaşabilmek bireyin motivasyonunu ve olumlu deneyimler elde etmesini kolaylaştıracaktır (Linley, Joseph, Harrington, Wood, 2006: 8).

Psikolojinin uzun yıllar olumsuzluklar üzerinde durmasının nedenlerinden birisi toplumların çağlar boyu askeri tehditlerle, açlıkla, doğal felaketlerle, siyasi sorunlarla ve benzeri kötü deneyimlerle mücadele etmesidir. Buna rağmen pozitif psikoloji aslında 1998 yılında ilk kez kavram olarak kullanılmasına rağmen kökenleri çok eskilere dayanmaktadır. Örnek vermek gerekirse, M.Ö. 5. Yüzyılda Atina`da etkin olan anlayış insan faziletlerine dair iyi karaktere sahip olma, iyi davranışlarda bulunma ve hayatı değerli olarak anlamlandıran olgular üzerine eğilmiştir. İyi

yaşamın ne olduğuna dair sorulan sorulara aranan cevaplar pozitif psikolojiye götüren yolları ortaya çıkarmış ve bilim adamları mutluluk arayışlarında çeşitli yaklaşımlarda bulunmuşlardır. Sokrates, Aristoteles ve Plato, erdemli bir amaca ulaşma çabasının, insanları gerçek mutluluğa ulaştırabileceğini öne sürerken, Epicurus ve onun takipçileri mutluluğu pozitif hislerin ve hazların çokluğuyla özdeşleştirmişlerdir (Urgan, 2018: 40).

Konu hakkında gerçekleştirilen araştırmalar ve geliştirilen tanımlar incelendiğinde pozitif psikoloji kavramının psikoloji içerisinde yeni bir yaklaşım olduğu ve geleneksel bakış açısının tersine, olumsuzluklar yerine olumlu durumlar üzerine odaklandığı anlaşılmaktadır. Çalışmanın amacına uygun bir biçimde bu aşamada pozitif psikolojik sermaye kavramı üzerinde durulmaktadır.

1.3.2. Pozitif Örgütsel Psikoloji Kavramı

Pozitif örgütsel psikolojinin pozitif psikoloji terimine odaklandığı literatür çalışmalarından anlaşılmıştır. Bu sebeple psikolojide pozitif olan şeyleri anlamak önemlidir. Pozitif örgütsel psikoloji, pozitif örgüt okulu ve pozitif örgütsel davranış gibi kavramları iş hayatlarında ve örgütlere olumlu bir yaklaşım bağlamında çalışmalarını devam ettirmekte ve psikolojik sermayenin verimliliği terimine etkileri üzerinde durmaktadır. Bütün bu yaklaşımlar pozitif psikoloji de bilginin çoğaltılması ve desteklenmesinde, bu bilimsel sürecin önemi ve pozitif psikolojinin paydaş ilkelerinin paylaşılması üzerinde durulmaktadır (Durmaz, 2019: 43).

Pozitif örgütsel davranış ve pozitif örgüt okulu, örgüt ve işi ilgilendiren kavramların başarılı olmasına öncelik verirken, çalışmadaki pozitif yaklaşımlarla birlikte çalışma 3 organizasyonlarıyla da ilgilenir. Pozitif örgütsel davranış, bireyin performansını ve bireyin psikolojik anlamda özelliklerinin iyileştirilmesi üzerinde çalışır. Pozitif örgüt okulu da, örgütsel kapsamın olumlu olan yönlerine vurgu yapmıştır. Analiz seviyeleri ve araştırma yöntemleri farklılık göstermektedir. Pozitif örgütsel davranış, bölgesel ve mikro seviyelerinde araştırmalarını gerçekleştirir. Pozitif örgüt okulu ise genelde nicel ve nitel araştırma yöntemlerini kullanarak, örgütsel seviyede çalışır.

Özetlemek gerekirse, pozitif örgütsel davranış ve pozitif örgüt okulu psikolojinin paydaş temellerini paylaşır, bilginin ilerlemesinde geçen bilimsel süreç üzerinde durur (Donaldson ve Ko, 2010: 179).

1.3.2.1. Pozitif Örgüt Okulu

Michigan Üniversitesi araştırmacıları tarafından ortaya atılan pozitif örgütsel düşünce okulu olup örgütün kriz anında etkinliğini sürdürmesini pozitif örgütsel etkinliklere bağlamıştır (Kaya ve Zerenler, 2014: 11). Pozitif örgüt okulunun gayesi, grupların, kurumların ve kişilerin ve olumlu halleriyle ve bu pozitif hallerin bağlamlarını, aşamalarını ve aralarındaki bağı artırmaktır (Cameron, Dutton ve Quin, 2003: 6).

Çalışanların mental dayanıklılığını artırarak onları kuvvetlendiren, bireysel ve örgütsel etkinliği artıran pozitif düşünce okulunun amacı örgütlerdeki olumlu davranış şekillerini ortaya çıkarmak, örgütleri başarıya doğru motive etmek ve başarı seviyelerini bir üst basamağa çıkarmaktır. Cameron ve Speitzer bu yaklaşımda pozitif kelimesinin pozitif örgüt süreçlerini ve kişilerarası örgüt dinamiklerini pozitif anlamda karşıladığı; okul kelimesinin ise bilimsel veya/ve teorik olarak devam eden pozitif örgüt durumlarındaki çalışmalarını ifade ettiğini belirtmişlerdir. Bu akım olumsuz koşullarda örgütün hayatını devam ettirebilmesi olumlu özelliklerin altını çizmektedir (Cameron ve Speitzer, 2011: 8).

Bu açıklamalardan öğrenilen pozitif örgüt okulunun temel üç kıstası bulunmaktadır (Luthans ve Avolio, 2009: 301):

- ✓ Örgütlerde olumlu süreçlere ve çıktılara katkıda bulunmak,
- ✓ Yapısal dinamikler ve kişiler arası, olumlu olguların meydana geleceği bağlamlar,
- ✓ Örgüt ortamlarında olumlu olanın bilimsel ve teoriye dayalı olarak araştırılmasıdır.

Pozitif Örgüt Okulunun kendine özel temel değerleri bulunmaktadır. Bu değerler:

- I. Erdemlilik:** Erdemlilik, örgütsel bağlamda kişilerin ahlak yapısının güçlenmesini, oto kontrollü ve esnek olmasını sağlamakta, “iyi” ve “kötü”ye ilişkin kurallar geliştirip, kurumun daha yaşanılır ve iyi bir konuma ulaşmasına fayda sağlamaktadır. Erdemlilik, bireysel hırs ve arzuları sosyal değerlere dönüştüren, diğer bireylere menfaat ve karşılık beklentisi olmaksızın yarar sağlamak adına gayret göstermeye teşvik eder (Cameron ve Dutton, 2003).
- II. Artarak Yükselen Olumluluk:** Olumlu duygular bilişsel süreçler ile birleşerek kişinin durumları anlamasına ilişkin bakış açısında genişlemeye ve zamanla bireylerin pozitif duyguları tekrarlayarak deneyimlemesine ve hayata bakış açılarının genişlemesine sebep olur. Pozitif düşünme alışkanlık haline gelir. Böylece bireylerin psikolojik dayanıklılık ve esneklik cephaneliğini artırır. Sahip oldukları psikolojik dayanıklılık, onların zor durumda kullanacakları psikolojik dayanıklılık sermayesi haline alır (Fredrickson, 2001; Tugade vd., 2004).
- III. Yeni Bilginin Üretimi:** Pozitif duygular ile yeni bilgi üretiminin arasında birbirini besleyen ve zaman içerisinde artan bir döngü vardır: Pozitif duygular, bireylerin ya da örgütlerin iletişimde yeni bir bilginin katılması hususuna açık olduğundan, yeni fikir üretimini destekler ve böylece pozitif duygu üretimini kolaylaştırır (Frederickson, 2001).
- IV. Çalışanı Güçlendirme:** Çalışanı güçlendirme, çalışanları yapabilecekleri işlerle ilgili olarak kendilerine ait maksimum düzeydeki potansiyeline varmalarını sağlamada engelleri ortadan kaldırma, destekleme, yardım etme ve onlara verilen görevi yerine getireceklerine dair inanç duymadır (Gardner, 2010).
- V. Olumlu Sorgulama:** Olumlu sorgulama yaklaşımı, pozitif yönetim yaklaşımlarından biri olmakla birlikte, çalışanların değişen beklentilerine ve kurumsal değişimlere imkân sağlar. Olumlu sorgulama, ilk kez Cooperrider ve Srivastva tarafından alanyazında yer bulan bir kavram

olup; bireylerin vizyon geliştirmelerine, gerek bireysel gerekse örgütsel boyuttaki isteklerini geliştirmeye yardım eden bilinçli bir toplu eylem teorisi (Cooperrider ve Srivastva, 1987).

1.3.2.2. Pozitif Örgütsel Davranış

Nebraska Üniversitesi Gallup Liderlik enstitüsü tarafından yapılan araştırmalarla gündeme gelen pozitif örgütsel davranış, örgütlerde potansiyelin artırılması için geliştirilebilir, yönetilebilir ve ölçülebilir olan pozitif niteliklerin ve pozitif psikolojik seviyelerinin incelenip uygulanmasıdır (Luthans ve Jensen, 2002: 305). Buna göre psikolojik güç veya kapasite ölçülebilir, geliştirilebilir ve araştırmaya açık olmalıdır.

Genel olarak, örgütsel davranışa karşı gözlemlerde, kişinin olumlu yanlarından daha çok olumsuz yanlarının araştırmalara konu olduğu dikkat çekmektedir. D. Cooperrider tarafından ve 1980’li yıllarda pozitif yönetimi ele alan çalışmalarda geliştirilen değişen yönetim olgusuyla beraber kişisel problemlere ve bu problemlerin meydana gelmesine sebep olan eskide kalan problem çözme tekniklerinin yerini, günümüzde “pozitif sorgulama” başka bir ifadeyle çalışanların olumlu yanlarının ve performanslarının gözlemlenmesi ve meydana getirilmesi tekniği yerini almıştır (Akçay, 2011: 36).

Luthans ise (2002) pozitif örgütsel davranış kavramını “modern iş yerinde potansiyelin artırılması ve iyileştirilmesi adına kullanılan metrik, yeniliklere açık ve verimli bir biçimde yönetilebilen pozitif odaklı insan kaynaklarının güçleri ve kişilerin psikolojik sınırlılıklarının değerlendirilmesi” şeklinde tanımlamıştır. Pozitif düşünceye ek olarak psikolojik kaynak kapasitesi iki temel özelliğe dayandırılmıştır. *Birincisi*; kapasite teorik alanda, ölçülebilir nitelikte ve araştırma yapılmaya açık olmalıdır. *İkincisi*; kapasite aynı zamanda geliştirme ve yönü olan, değişimi seven ve ispatlanmış bir potansiyeli barındırmalıdır. Kısaca pozitif örgütsel davranış, psikolojik kaynak kapasitelerinin gelişimin ve değişiminin açık bir yapı olması üzerine incelemeler yapmaktadır (Youssef ve Luthans, 2007: 775).

Pozitif örgütsel davranışın güçlü bir yanı olan pozitif psikoloji hareketi kişilerin olumlu niteliklerini dikkate alarak, hayatı daha yaşanabilir hale getirmeyi hedeflemiştir. Bunlara ek olarak çalışanların zayıf taraflarını incelemekten alıkoyan yöneticilerin işgörenlerin güçlü taraflarına dikkat çekmektedir (Gardner ve Schermerhorn, 2004: 271). Günümüzde pozitif örgütsel davranış, insan kaynaklarının güçlü taraflarının altını çizen, çalışanların psikolojik kapasitelerine ve iş görenin performansının yükseltilmesini hedefleyerek verimli bir biçimde yönlendirebilen, sayısal veri elde edilebilen(ölçebilen) ve geliştirilmesini sağlayan bir yapı durumundadır. İş görenlerde izlenen pozitif örgütsel davranış durumları psikolojik sermaye kavramının bir simgesidir (Yıldız, 2015: 20).

Kişinin durumunu ve hangi şartlar altında olduğunu esas alan ve bunlara ek olarak gelişmeye, değişime ve yeniliğe açık çalışanın psikolojik kapasitesine odaklanan pozitif örgütsel davranış bu yönleriyle diğer örgütsel davranış yaklaşımlarından ayrılmaktadır. Böylelikle pozitif örgütsel davranış, kişilerin bireysel niteliklerinin ayırımına varılarak örgütsel boyuta eğilmesi ve performansının yükseltilmesi için eğitimle değişen ve gelişen bir yapısı vardır (Keser ve Kocabaş, 2014: 5). Pozitif örgütsel davranış oluşumu itibariyle bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlar (Luthans vd., 2007: 542):

- ✓ Gelişime ve değişime açık olma,
- ✓ Uygun ölçüm tekniğini kullanma,
- ✓ Örgütsel davranış çerçevesindeki araştırmalarda eşsiz bir konumda bulunma,
- ✓ Teorik çerçeve ve araştırmaya sahip olma,
- ✓ İş görenin kişisel performansı ve memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olma şeklinde sıralanabilir.

Pozitif örgütsel davranış, pozitif psikolojik koşullarının iyileştirilmesi, geliştirilmesi ve örgütün refahının artırılması için çalışmaktadır.

1.3.3. Pozitif Psikolojik Sermaye Kavramı

Yönetim alanında faaliyetlerini gerçekleştiren bazı araştırmacıların geliştirdiği psikolojik sermaye kavramı örgütsel alanda yapılan araştırmalarla gerçek kimliğini bulmaya başlayan pozitif psikoloji kuramlarından oluşmuştur. Psikolojik sermaye kavramsal olarak 1990'larda dikkatleri üzerine çeken pozitif psikoloji kavramının temeline ulaşmaktadır. Pozitif psikoloji, bireyin pozitif taraflarına odaklanan bir yapıdır. Pozitif psikolojik sermaye ise, bir kurumun tümünde gözlemlenen davranışların daha da iyileştirilmesi ve ılımlı hale getirilmesi amacıyla gerçekleştirilen araştırmalar neticesinde gündeme gelen bir olgudur (Temiz, 2016: 38).

Luthans, Youseff ve Avolio ise pozitif psikolojik sermayeyi; “çalışanın tamamlanması güç görevleri yerine getirdiğinde duyduğu güven, içinde bulunduğu durumlarda ve gelecekte başarıya ulaşmak adına içinde bulunan inanç, başarılı olmak için gereksinim duyacağı istikrar ve karşısına çıkan güç durumlarla başa çıkabilmesi noktasında göstereceği dayanıklılık gibi niteliklerle özdeşleştirilen psikolojik bir durumdur” şeklinde tanımlamışlardır (Luthans, Youseff ve Avolio, 2007: 3). Bu bağlamda pozitif psikolojik sermaye kurumlarda meydana gelen bazı sorunların yenilebileceğine dair umut oluşturur. Uygun ölçme yöntemlerine sahiptir, durum temelli olması sebebiyle gelişime her zaman değer verir ve temeli araştırmaya dayanmaktadır (Luthans, 2002: 695).

Pozitif psikolojinin babası olan Luthans ve arkadaşları (2007) psikolojik sermaye kavramını çalışma ve kurum dünyası temelinin araştırmalarına yönelik olarak düzenlemiştir ve bu kavramı ölçmek bir araç oluşturmuşlardır. (Gohel, 2012: 35). Luthans, pozitif psikolojik sermayeyi umut, öz-yeterlilik, dayanıklılık ve iyimserlik olarak dört ana boyutta ele almıştır. *Umut*; kişinin sorunları yok edebileceği inancı, amaç belirleme becerisi ve hedefleri gerçekleştirme gibi iradeleri kapsayan adaptasyonel bir boyuttur. *İyimserlik*; kişilerin sosyal ve maddi geleceğinin uygun şartlarda ele alınmasıdır. *Öz-yeterlilik*; 1982-1986 yılları arasında Bandura'nın sosyal öğrenme teorisinde elde edilen bilgiler ışığında kişinin kendine olan güveni (inancı)

ve aynı zamanda verilen bir görevi başarılı bir biçimde tamamlamak adına özel açıdan bulundurduğu becerilerdir. *Dayanıklılık ise*, kişinin pek çok problemin (sıkıntı, belirsizlik dâhil) üstesinden gelme ve problemlere karşı başarılı bir tutum sergileme ölçüsüdür. Umut, iyimserlik, dayanıklılık ve öz-yeterlilik tek başlarına eşsiz yapılara sahip olan, psikolojik sermaye olarak adlandırılan yüksek dereceli motivasyonel yönelimin temelini oluşturmaktadır (Gooty vd., 2009: 354).

Lee ve arkadaşları (2013) psikolojik iyi oluş kuramıyla beraber, “iç huzur” şeklinde isimlendirilen farklı ve yapı bir yapı meydana getirerek psikolojik sermaye kavramını baştan ele almışlardır. Onlara göre pozitif psikolojik sermaye, bir iç olay şeklinde değerlendirilerek, huzur ve adaptasyonun kolektifidir. Bu yapı, duyguların iyi oluşu adı altında kişilerin üzüntüleri ve sevinçleri arasındaki ilişkide denge oluşturmayı hedeflemektedir. Böylelikle kişiler yaşamlarına haz ve mutluluk hissettiren durumlara yaklaşırken, acı ve üzüntü hissettiren durumları ise engelleyerek hayatlarında bir denge kurmaktadır. Elde edilen birçok bilimsel araştırma sonuçlarında da kişisel ilişkiler; işe dair tutum, davranışların pozitifliğin değerini ve iyi oluş durumunu ispatlamaktadır (Anjum vd., 2014: 503).

Psikolojik sermaye; beşerî sermaye, sosyal sermaye ve ekonomik sermaye olmak üzere üç grupta incelenmektedir. Geleneksel sermaye, ekonomik (mali ve varlık) anlamda elimizde var olan kıymetlerdir; beşerî sermaye eğitim, yetenek, tecrübe, fikir, beceri, bilgi gibi değerleridir; ve sosyal sermaye bireylerarası ağların ve etkileşimlerin incelenmesidir (Kaur ve Amin, 2017: 495). Psikolojik sermaye şu ana kadar kişinin elinde var olan değerleri dikkate alan “geleneksel ekonomik sermaye” den ve diğer sermaye türlerinden bireyin bilgi seviyesini ele alan “birey sermayesini” den, hangi bireylerle ilişki içinde olduğu ve kimleri tanıdığına odaklanan “sosyal sermaye”den daha farklı bir yapıdadır. Psikolojik sermaye, iş hayatında önemli bir kavram olarak dikkat çeken “bireyin aslında kim olduğunu” ele alan bir yapıdır (Korucu, 2016: 35).

İnsan hayatı yalnızca olumsuzluklardan oluşmamaktadır, iş hayatında bir işi yerine getirmek amacıyla plan oluşturmak, oluşturulan bu planın gereklerini sağlamak, eğer

plan bazı riskler barındırıyorsa buna yönelik sağlam adımlar atmak, planımızın neticelerinin olumlu olacağına dair umut beslemek, bunların tümü bir bütün olarak ele alınmalı ve olumlu sonuçlar getireceğine dair beklenti içinde olunmalıdır. Pozitif psikolojik sermaye, kişilerin sorunlarından ziyade üretken özellikleri, değişim oluşturma arzuları, sadakat duygusu, yükümlülükleri üstlenme arzuları, yaptıkları işe hissettikleri pozitif duygu ve ait hissetme gibi iyi tarafların meydana gelmesini incelemektedir. Bu doğrultuda bireylerin pozitif niteliklerinin tanımlanması ve bunların yerine getirilerek geliştirilmesi, pozitif psikolojik sermaye bakımından önemlidir ve örgütsel açıdan değer oluşturur (Sarıcı, 2015: 18).

1.3.4. Pozitif Psikolojik Sermayenin Bileşenleri

Luthans'ın araştırmalarıyla pozitif psikolojik sermayenin dört boyutu tespit edilmiştir bilimsel açıdan incelenmiştir. Özellikle bu dört boyutun tespit edilmesinin en temel sebebi bireysel özelliklerden çok durumlara özgü olarak değerlendirilmesi böylelikle ölçümlenebilmesinin kolay bir şekilde yapılması ve değiştirilmesinin mümkün olmasıdır. Pozitif psikolojik sermaye hakkında gerçekleşen pek çok çalışma da bileşenlerinin gelişmeye açık, çevresel koşullardan etkilenilir ve müdahalede bulunulabilir edilebilir olduğunu ifade etmektedir. Pozitif psikolojik sermayeyi meydana getiren bu dört boyut; öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılık durum kaynaklı bileşenler şeklinde değerlendirilmektedir ve kişilerin bu bileşenler bakımından kendilerini geliştirebilecekleri ifade edilmiştir (Avey, Patera, West 2006: 45).

1.3.4.1. Öz Yeterlilik

Luthans'a göre öz yeterliliğin; gelişime açık olması, başkalarının etkisi altında kalması, belirli bir işe özgü olması, uygulamaya dayanması ve çevresel etmenlere göre değişkenlik göstermesi olarak beş temel özelliği mevcuttur (Luthans, Youssef, Avolio 2007: 36-38).

Kişilerin zorlu bir görevle karşı karşıya kaldıklarında bunu başarılı bir şekilde sağlayıp sağlamayacakları hususunda kendisiyle ilişkili kanaati öz yeterlilik değerlendirmesi olmaktadır. Bireylerin kendilerine karşı güveniyle alakalı olan öz yeterlilik seviyesi spesifik bir konudur. Kişilerin önceden yaşadığı tecrübe ve deneyimlerden yola çıkar, her daim geliştirilebilir, öteki bireylerin pozitif tutum ve davranışlarından etkilenmesinin yanı sıra durum ve koşullar doğrultusunda öz yeterlilik algısı değişiklik gösterebilmektedir (Korkmaz, 2014: 37).

Öz yeterliliği yüksek seviyede olan çalışanda yaptığı işi başaracağına yönelik oluşan inanç, kurum tarafından desteklendiği zaman işgörenin psikolojik tepkileri de iyiye doğru yol almaktadır. Alan yazında pozitif psikolojik sermaye konusuna yoğunlaşılmasına rağmen, kurumsal sınıflandırmaya dâhil olan işletmeler yakın geçmişte bu kavram üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. İyimserliği ve dayanıklılık seviyesini yükselten bu olgu yenilikçi tutumları birlikte getirmektedir. Literatür incelendiğinde pozitif psikolojik sermaye seviyesinin yükselmesiyle bireyde yenilikçi davranışlar, bilgi paylaşımı, güç görevleri üstlenme gibi durumların artması izlenmektedir. Dolayısıyla bu durum örgütün yaşamını devam ettirebilmesi adına hayati önem konumundadır. Düşük seviyede öz yeterlilik algısı olan işgörenler, potansiyelleri ve becerileri olmasına rağmen başarılı sayılabilecekleri bir işi sorumluluk almaktan sakınırlar veya yenilgiyi kabul ederler. Buna rağmen öz yeterlilik algısı arttığında, aslında kapasiteleri ve yetenekleri yetersiz olsa dahi öz güvenleri ile birlikte amaca varmak için problemlerle karşılaşsalar bile pes etmezler, çok daha fazla çalışırlar, bir sonuca ulaşana kadar devam ederler, böylece başarı seviyeleri de artacaktır (Çimen, 2015: 26).

Öteki pozitif psikoloji boyutlarından önemli seviyede değişiklik arz eden öz-yeterlilik, belirli bir görevi başarıyla yerine getirmek için kişinin elinde olan inanç iken, iyimserlik pozitif sonuçlara karşı genel bir beklenti olmaktadır. Ayrıca öz-yeterlilik kişilerin bireysel becerilerinin verimliliği ile işlevlerinin neticeleri hakkında bir algı şeklinde irdelenmektedir. İyimserlik ise, bireysel beceriye daha az bağlı olan

neticeler için pozitif beklenti durumlarıdır. Bandura öz-yeterliliğin dört etkinlik temelini şu şekilde açıklamıştır (Luthans vd., 2010: 46-47);

- ✓ Kişilerin gerçekleştirdiklerinden daha kararlı hissetmeleri adına üstleri ya da iş arkadaşları tarafından geri bildirim yapılarak ikna edilmesi böylelikle iş faaliyetlerinin arttırılması hedeflenmektedir.
- ✓ Kişiler, iş arkadaşlarında izlediklerini kendilerine örnek alarak dolaylı öğrenme metoduyla bireysel verimliliklerini yükseltmektedirler.
- ✓ Kişilerin zorlu bir görevi başarılı bir şekilde yerine getirdiklerinde, yeniden bu görevi tamamlayabilecek beceriye sahip olduklarından emin olmalıdırlar. Böylelikle belirli bir görev hakkında bireysel verimliliği yerine getiren görev ustalığı ve elde edilen tecrübeyi de beraberinde taşımaktadır.
- ✓ Son olarak; fizyolojik, psikolojik, duygusal veya salık durumunda uyarılma (destek sağlama) kişilerin bireysel etkinlik derecelerine etki etmektedir.

1.3.4.2. İyimserlik

İyimserlik, insan hayatında karşılaşılan güçlüklerin ve olumsuzlukları pozitif yorumlama biçimi olarak tanımlamak mümkündür. Kişinin geçmiş yaşantılarındakiler, gelecek yaşantılar hakkında mutlaka bir yorum getirecektir. Kişinin geçmiş yaşantılarındaki olumsuzluklar geleceğe bakışını değiştirmesi için olumlu düşünmesi ve iyimser olmasını gerektirir. Kısacası, iyimser bireyler geçmişte yaşadığı olumsuzlukları bir kenara bırakıp, bardağın dolu tarafından bakıp geleceğe dair planlarını geçmişteki olumsuzlukları düşünmeden olumlu bir şekilde geleceğe yönelik iyi düşünceler ve davranışlar içerisinde bakar (Kesen ve Kaya, 2016: 189).

İyimser birey, yaşadığı pozitif olayları ve durumları içsel, kalıcı ve genellenebilen sebepler ile açıklamakta ve kendini bu yönde motive ederek daha çok çaba gösterebilmektedir. Yaşadığı olumsuz olay ve durumları ise dışsal, geçici ve duruma ya da olaya bağlı sebeplere bağlayarak durumun geçici olduğunu, bireysel sebeplerden kaynaklanmadığını ve yaşamını olumsuz etkilemeyeceğini düşünmektedir. İyimser bireyin aksine karamsar birey ise pozitif olay ve durumları

dışsal, geçici ve duruma ya da olaya bağlı; negatif olay ve durumları ise içsel, kalıcı ve genellenebilen sebepler ile açıklamaktadır (Seligman, 1998: 43-47). Karamsar bireyin yaşadığı olumsuz olaylarda kendini sorumlu tutma eğilimi çok fazladır. Bu durumun kalıcı olduğunu, dilediği kadar çaba gösterse dahi sonucun değişmeyeceğini düşünmektedir.

Pozitif psikoloji hareketinde iyimserlik pozitif durumları yaygın, içsel ve kalıcı sebeplere; negatif olaylar ise duruma özgü, dışsal ve geçici durumlarla ilişkilendiren pozitif bir açıklayıcı tarzı kapsar. Bu husus bireylerin hayatlarındaki pozitif durumlar için itibar sahibi olmalarını, morallerini ve özgüven düzeylerini artırmalarına neden olur. Bunlara ek olarak kendilerini negatif hayat koşullarından uzak tutmaya, suçluluk, kendini suçlama, depresyon hali ve çaresizlikten korunmasına imkân oluşturur. Umut boyutunun tersine, iyimserlik sadece klinik uygulamalarda değil bunlara ek olarak örgütsel alanlarda da çalışılmıştır (Luthans ve Youssef, 2004: 153).

Örgütler iyimserliği üç yolla kullanabilmektedir. *Öncelikle* örgütler işyerindeki baskılara rağmen üretkenliği yüksek olan çalışanları seçerek iyimserlikten yararlanabilirler. *Diğer bir yol ise* çalışanların yeteneklerine uygun işlerde çalıştırılmasıdır. Özellikle kaybetme riskinin ve stres düzeyinin arttığı işlere iyimser nitelikteki işgörenlerin yerleştirilmesinin doğru olduğu düşünülmektedir. Kullanılabilecek *üçüncü yol ise* örgüt üyelerine iyimserliğin aşılmasıdır. Bazı kimseler doğuştan iyimserlik eğiliminde olabilmektedir. Bu yönelimde bulunmayan bireylere ise gerekli eğitimlerle iyimserliğin öğretilmesi sağlanabilir. Dolayısıyla iyimserliği öğrenen çalışanların motivasyonları yüksek olmakta ve engelleri ortadan kaldırma eğiliminde olacaktır. (Erkuş ve Fındıklı, 2013: 315).

1.3.4.3. Umut

Pozitif psikoloji üzerine araştırmalar yapan Snyder'ın katkılarıyla psikolojik sermaye kapsamına dâhil edilen umut kavramı, pozitif psikolojide bireylerin düşünme aşamalarını iyileştiren bir olgu şeklinde ele alınmaktadır. Snyder umudu, işgörenlere

motive sağlayıcı psikolojik bir olay olarak ifade etmiştir. Bu psikolojik olay, bireye belirlenmiş olan bir amaç işaret edilmesiyle başlar, birey bu hedefe varmak adına uğraştığı faaliyetlerde yüksek derecede kararlılık ve irade gücü sergiler, bazı olumsuz durumlarla karşı karşıya gelse bile yüksek bir adaptasyonla çalıştığından dolayı amaçları gerçekleştirmede alternatif yollar ve teknikler uygulanabilir (Luthans, Youssef, 2004: 153).

Umut kavramının bilişsel ve duygusal boyutlarının olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, bireyin duygusal anlamda hedefi elde etmeyi istemesi ve hedefi elde edebilecek gücü kendisinde hissetmesi, diğer boyut olan bilişsel anlamda hedefi elde edebilmek için farklı yolları bulabilme yeteneği olarak tanımlanmıştır. Umudun meydana gelebilmesi için duygusal ve bilişsel açıdan birliktelik gerekmektedir (Akman ve Korkut, 1993: 193-194).

Umut seviyeleri yüksek olan bireylerin amaca odaklanmasıyla beraber, yüksek düzeyde belirlediği amaçlarına ulaşma isteği ve motivasyona sahiptirler. Belirlediği amaçlara ulaşırken karşılaşıcağı sorunları öngörerek olumsuz gördüğü olayları olumluya çevirebilir. Kişi böylece belirlemiş olduğu amaçları için, farklı alternatif yolları ele alır ve proaktif olarak belirleyebilir. Bireyler amaçladıkları hedefe ulaşabilmek için, doğru yolu bulabileceklerine inanmaları gerekir. Yapılan araştırmalara göre, yüksek umut sahibi kişiler amacına yönelik çıktığı ilk yolda başarısız olduğunda alternatif yollar bulmada yeterlilik algısına sahiptirler (Kutunis ve Yıldız, 2014: 141).

Luthans, umudun çalışanların da katılabileceği ve katkılarını sunabileceği ortak bir hedefin belirlenebilmesi ve hedefe bağlı kalınması, belirlenen hedeflerin net ve özgül bir şekilde ifade edilmesi, hedefe ilişkin uzun dönemli stratejilerin belirlenmesi, hedeflere özgü alternatif olabilecek eylem planlarının geliştirilmesi, amaca ulaşmayı engelleyen durumlarda yeniden amaç oluşturabilmesi becerisinin geliştirilmesi ve amacı gerçekleştirmeye yönelik eylemlere ilişkin zihinsel provalar yapılması gibi yollar ile geliştirilebileceğini ifade etmektedir (Luthans, 2002: 63-64).

1.3.4.4. Dayanıklılık

Dayanıklılığın psikolojik anlamda araştırılması ilk olarak sorunlu ergenler, bozuk aile düzeni ve risk altındaki çocuklar üzerinde pozitif psikoloji hareketi öncesinde yapılmıştır. Bu araştırmalar kapsamında sorunlarla baş edebilen bireylere ‘hayatta kalabilenler’ denilmiş ve ‘istisna bireyler’ olarak adlandırılmışlardır. Daha sonra ‘kim psikolojik olarak dayanıklıdır?’ sorusunun cevabı aranmış ve psikolojik anlamda dayanıklı bireylerin özellikleri araştırılmaya başlanmıştır. Dayanıklılığın örgütsel davranış literatüründeki karşılığı ise; sıkıntı, çatışma, belirsizlik, başarısızlık gibi faktörlere karşı bireyin kendisini toparlayabilmesidir. Psikolojik dayanıklılığın iş yerlerinde çokça önemsenmesinin sebebi de liderler, çalışanlar ve örgütün tümünde var olan bu yeteneğin ortaya çıkarılmak istenmesidir (Luthans, Youssef, Avolio, 2007: 111-112).

Pozitif psikolojik sermaye bileşeni olarak dayanıklılığın tanımı Luthans (2002) tarafından şu şekilde yapılmıştır; dikkate değer bir problem, farklılaşma ve risk halinde bireylerin bu üçüyle üstesinden gelebilme yeteneğidir. Ayrıca Luthans bu yeteneğin zaman içerisinde geliştirilebileceğini de belirtmiştir (Luthans, 2002: 702).

Pozitif psikoloji çevresinde meydana gelen gelişmelerle beraber; psikolojik dayanıklılık kavramı, bireyin karşı karşıya kaldığı travmatik ve güç durumların ardından kendisini dengede tutma becerisi ve ayakta kalma gücü şeklinde ifade etmiştir. Psikolojik açıdan dayanıklılık, kişinin karşılaştığı zor durumlarda pozitif motivasyonuna destek sağlayan kişisel nitelikler ve stres durumlarıdır. Wagnild ve Young (1993) psikolojik açıdan dayanıklılığın meydana gelmesinde etkili olan etmenleri; karşılaşılan durumlar ile tecrübelerinin (yaşanmışlıkların) dengelenmesi (ölçülülük); bireyin kendine ve becerilerine dair inancı (kişisel güven); yaşamı yeniden oluşturma ve devam ettirme isteği (kararlılık); sürdürdüğü yaşamını idame ettirdiği yaşam biçiminin kendine ait olduğu (varoluşsal yalnızlık); yaşamdaki her şeyin bir hedef doğrultusunda olduğuna inanma (anlamlandırma) olarak tanımlamıştır (Çetin vd., 2015: 82).

Dayanıklılık bulunan kişilerde izlenen yaygın olaylar aşağıdaki gibidir (Avey vd., 2006: 46):

- ✓ Farklılaşma anlamlı bir biçimde uyum sağlama şeklinde ele alınmaktadır.
- ✓ Yaşamın anlamlı olduğuna yönelik sarsılmaz bir inanç ve güçlü olarak nitelendirilen değerler,
- ✓ Gerçeklik algısı ve sıkı bir kabullenme,
- ✓ Herhangi bir yenilik durumunda yeteneklerin ani kullanımı.

Dayanıklılık, kişinin çevresel olaylarla adaptasyon içinde olması, belirsizlik halinde ve farklılaşma durumu içinde hareket etme yeteneğinin oldukça yüksek bulunması, değişen olaylar karşısında hızlı bir hareket etme yeteneği ile çözüm sunabilmesi olarak ele alınmaktadır. Yani dayanıklılık belirsizlik, karmaşa, zorluk, başarısızlık ve stres yaratan durumlar gibi negatif duygular karşısında; iyileştirme ve kendini toplama kapasitesi ve bireyin olumlu olmasını sağlayacak olarak niteliklerdir (Akçay, 2011: 61).

1.3.5. Pozitif Psikolojik Sermayenin Önemi

Bugün yaşanan hızlı değişim ve gelişim olgusuyla beraber enerjik çevre şartları da farklılaşmıştır. Kurumlar, işletmeler ve örgütlerin bu alanlarda yaşamlarını devam ettirebilmeleri açısından şartlara uyum sağlamaları söz konusu olmaktadır. Bu bakımdan pozitif psikolojik sermaye, gerekli potansiyellerin mevcut olmasını sağlama, geliştirilebilir, ölçülebilir, yönlendirilebilir ve işletmelerde istenilen etkinliğin sağlanması gibi nitelikleri içinde bulundurması nedeniyle eşsiz bir olgu olarak isimlendirilmektedir (Uygungil, 2017: 32).

Hobfoll (2002) kişilerin psikolojik kaynaklara erişmeleri neticesinde, sıkıntılı durumlarda kolaylıkla vazgeçmeyen, amaçlara varma ve bir işle alakadar olma ihtimallerinin artacağını ifade etmiştir (Gooty vd., 2009: 357). Kişinin, bireysel performansının yükseltilmesine ve gelişimine olanak sağlayan psikolojik sermaye kavramı sosyal ve insan kaynağının rekabet üstünlüğünü, verimliliğini ve gücünü

pozitif açıdan hem kamu hem de özel sektörde yönlendirilmesi gerekli bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Pozitif psikolojik sermaye, yapısal açıdan; yönetilebilir, ölçülebilir, orijinal, ve gelişime açık bir yapıdır. Örgüt alanında çalışanın psikolojik sağlık durumu, iş sahası, çalışma performansı psikolojik sermayenin aracılığıyla pozitif ve olumlu bir şekilde etkilenmektedir. Pozitif psikolojik sermaye, kurumların gelişimine katkı sağlamak ve bu gelişimi destekleyerek performansın yükseltilmesine odaklanmaktadır (Temiz, 2016: 39).

İşgörenlerin niteliklerine ek olarak, örgütsel şartların pozitif örgütsel davranışlar gösterme hususunda etkisi yadsınmaz. Pozitif örgütsel davranışın gösterilmesine olanak sağlayan hususlar (Kanten, 2016: 59);

- ✓ İş yaşamının daha kaliteli bir duruma ulaşması,
- ✓ Yönetim alanında katılımcılığın özümsemesi,
- ✓ Çalışanda örgütsel adalet, örgütsel destek ve örgütsel güvenin oluşturulması,
- ✓ Örgüt kültürünün var edilmesi,
- ✓ İnsan kaynakları yönetiminin etkin ve verimli bir şekilde ilerlemesi,
- ✓ Örgüt ikliminin pozitif bir olguda bulunması,
- ✓ İş yaşamında personel güçlendirmenin desteklenmesi şeklinde incelenmektedir.

Dayanıklılık, umut, öz-yeterlilik, iyimserlik gibi birbirinden bağımsız olan pozitif psikolojik sermaye bileşenlerini ortak bir paydada buluşturmaktadır. Bunun sonucunda da gerek iş yaşamında, çalışma performansı ile gerekli motivasyon, güvenme duygusu ve daha fazla sinerji ile dayanışma sağlamaktadır. Örgüt çalışanlarının her biri daha verimli bireyler olmasını sağlar, böylelikle çalışanların mutluluğu işe olan bağlılıkları artarak işletmenin başarı elde etmesi için çabalarlar (Avey vd., 2010: 20).

Son zamanlarda yapılan çalışmalar ışığında olumlu duygulara sahip bireylerin, psikolojik durumlarındaki olumlu değişiklik ve mutluluk düzeylerindeki artış olduğu gözlenmektedir. Pozitif psikolojinin temel amacı bireylerin olumlu ve pozitif yöndeki duygularının ortaya çıkarılması geleceğe dair iyimser yaklaşması, zorluklar ile karşılaştığı durumlarda dayanıklı olması bu zorluğu aşabileceğini hatta fırsata çevirebildiği huzurlu ve olumlu bir bakış açısı geliştirilmesini sağlamaktadır (Avey vd., 2010: 20).

1.3.6. Pozitif Psikolojik Sermayenin Sonuçları

Pozitif psikolojik sermaye terimi özellikle günümüzde örgütlerde bireylerin iş gücünün artırılması sebebiyle daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. Bu zamana kadar yapılmış olan çalışmalarda, psikolojik sermaye ve iş alanı, stres, pozitif ve negatif işgörenlerin davranışları, otantik ve dönüşümcü yöneticilik, örgütsel kimlik gibi ilişkilerin arasında geçen süreçler ve gelişime yönelik yenilikçi davranışlar arasındaki ilişkiler üzerine çalışmalar yapılmıştır (Durmaz, 2019: 55).

Pozitif psikolojik sermaye, bireylerin yaratıcılığını arttıracak “benlik, kişisel özellikleri” şeklinde tanımlanır. Judge ve ekibi kişisel özelliklerin benlik saygısı, öz etkinlik, yönetme odağı ve hissel denge şeklinde dört farklı etkenin bireylerin verimliliklerine katkı sağlamaya yönelik kişisel özellikler olduğunu söylemişlerdir. Yapılmış olan çalışmalarda ortaya çıkan, düşük sermaye seviyesine sahip kişilerin, yüksek sermaye seviyesine sahip olan kişilere göre daha az performans sergiledikleri, yüksek sermayeye sahip olan kişilerinse performanslarının daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca pozitif psikolojik sermaye, işe olan bağlılığı arttırmakla birlikte iş olan devamsızlığı azaltacak şekilde bir etkiye sahiptir (Gohel, 2012: 35).

Pozitif psikolojik sermayenin incelenmesiyle birlikte insanın olumlu ve olumsuz noktalarına ulaşılabilmekte, bu şekilde de birey tüm yönleriyle tanınabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında çalışan bir birey sermaye olarak nitelendirilecekse aslında onu en önemli kılan faktör, iç dünyasının nasıl şekillendiğidir. Bu noktada pozitif psikolojik

sermaye, bireyi bir sermaye aracı olarak görmekle birlikte onun psikolojik yapısının olumlu bir düzlemde seyretmesinin ne denli önemli olduğu üzerine odaklanmaktadır. Bu sayede de yönetici ve yönlendirici konumunda bulunan çevre, bireye en olumlu yaklaşımı sunabilme şansını elde etmektedir (Kesen ve Kaya, 2016).

Pozitif psikolojik sermayenin en yararlı özelliği, stresli ve gerginlik içerisinde geçen bir çalışma ortamında ya da normal hayat akışı içerisinde, mümkün olduğunca olumlu düşünme noktasında bireyleri tekil ve toplu olarak teşvik etmesidir. Bir başka deyişle bu durum, sadece bireyin kendisi ile ilintili olarak ortaya çıkmamakta, aynı zamanda yöneticiler açısından da önem arz eden ve görev olarak addedilebilecek bir durumdur (Akdoğan ve Polatçı, 2013). Pozitif yaklaşımlar, özellikle bir iş ortamında, çalışanlar açısından son derece istekli olarak algılanan unsurlardır. Buna istinaden pozitif sermayenin çalışanlar ve örgüt için sağladığı sonuç ve yaklaşımlarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Erkmen ve Esen, 2013):

- ✓ Bireysel performanstan örgütsel performansa geçilmesine yardımcı olmaktadır,
- ✓ Örgütsel bağlılık duygularını harekete geçirmektedir,
- ✓ İş tatmini duygusunu oluşturmakta ve pekiştirmektedir,
- ✓ Örgütsel vatandaşlık duygusunun oluşmasına ve kabullenilmesine yardımcı olmaktadır,
- ✓ İş-yaşam kalitesi dengesinin kurulmasına yardımcı olmaktadır,
- ✓ İşten ayrılma niyetini ortadan kaldırmaktadır,
- ✓ Çalışanların devamsızlığını ortadan kaldırmaktadır,
- ✓ Yaratıcı hareket edilmesini tetiklemektedir.

1.4. Sosyal Sorumluluk Algısı, Örgütsel Sinizm ve Pozitif Psikolojik Sermaye Arasındaki İlişkiler

Çalışmanın bu kısmında değişkenler arasındaki ilişkilere dair araştırma bulgularına yer verilmiştir.

1.4.1. Sosyal Sorumluluk Algısı İle Örgütsel Sinizm İlişkisi

Değişimin hızla yaşandığı çalışma dünyasında sosyal sorumluluk algısı ve örgütsel sinizm hem örgütler hem de çalışanlar için son derece önemli konular arasında bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk algısı özellikle örgütsel davranış alanında ele alınmakta ve incelenmektedir. Sinizm de örgütsel davranış kapsamındadır. Dolayısıyla bu iki önemli kavram birbiriyle iç içedir. Literatürde sosyal sorumluluk algısı ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara bakıldığında sınırlı sayıda araştırmanın yapıldığı görülmüştür.

En geniş tanımı ile sosyal sorumluluk algısı, "bir kurumun iş ahlakına, kurum içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine, ekonomik ve yasal koşullara uygun bir çalışma stratejisi ve politikası peşinde olmasıdır" (Eren, 2000: 99).

İnsanların sadece kendi çıkarlarını koruduğunu düşünen ve herkesi çıkarıcı kabul eden kimselere 'sinik', bunu ifade etmeye çalışan anlayışa da 'sinizm' denmektedir. Sinizm ile ilgili temel düşünce; dürüstlük, adalet ve içtenlik ilkelerinin kişisel çıkarlar uğruna yok edildiği şeklindedir (James, 2005). Yani çalışanlar gruplara, ideolojilere, kişilere, sosyal topluluklara, kurumlara veya kurumun gerçekleştirdiği/gerçekleştireceği eylemlere yönelik güvensizlik ve bunlara karşı bir küçümseme, umutsuzluk ve hayal kırıklığı beslemektedirler. Dolayısıyla sinizm, örgütlerde çalışanların inançlarına, duygularına, davranışlarına ve performanslarına olumsuz bir şekilde etki etmektedir.

Günümüzde tüketiciler; işletmelerin, gerçekleştirdikleri faaliyetlerdeki toplumsal normlara uyum sağlamalarına, faaliyetlerinin ekolojik ortamda yarattığı etkilere ve sosyal sorumluluklara karşı duyarlılıklarını göz önünde bulundurmaktadırlar. Bunun başlıca nedeni, gelişmiş ekonomilerde tüketicilerin işletmelerden ve işletmelerdeki çalışanlardan beklentilerinin değişmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütlerin bu beklentileri karşılayabilme veya bu beklentilere hizmet edebilme yeteneği ve kapasitesi işgörenlerin tutumlarını da etkilemektedir. Sosyal sorumluluk uygulamaları sağlık, refah ve emniyetin yanı sıra çalışanların psikolojik ve duygusal

ihtiyaçlarına da gönderme yapmaktadır (Kotler ve Lee, 2008: 201). Kişisel ve örgütsel beklentilerin karşılanmaması, yanlış yönetilen değişim çabaları, yetersiz sosyal destek, rekabet düzeyine kıyasla yetersiz düzeyde terfi, karar alımında etkili olma seviyesinin düşüklüğü, amaç çatışması, iletişimsizlik, artan örgütsel karmaşıklık, aşırı stres ve rol yükü, psikolojik sözleşme ihlalleri örgütsel sinizmin meydana gelme sebeplerindendir (Andersson, 1996; Reichers vd, 1997; Wanous vd.,1994).

Örgütsel sinizm bir kurumda meydana geldiğinde, bireyin duygusal olarak tepki vermesinin ardından, bireyin durumdan sorumlu olan kişiye veya kuruma karşı ya toplum yanlısı davranışlar ya da anti sosyal davranışlar sergilemesiyle sonuçlanmaktadır. Örgütsel sinizm düzeyi yüksek olan bireylerin kurum uygulamalarına negatif bir tutumla yaklaşmasıyla yapılan her şeyi olumsuz algılaması sonucunda kurumun sosyal sorumluluk projelerinde performans düşüklüğüne sebep olabilir.

Literatür taramasında görülmüştür ki, sosyal sorumluluk algısı; daha çok kurumsal imaj, etik, ahlak gibi konuların yanı sıra örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık, iş tatmini gibi konular ile ilişkilendirilirken örgütsel sinizm; örgütsel adalet, işten ayrılma niyeti, örgütsel sessizlik, örgüt kültürü, mobbing ve işe yabancılaşma birçok konu ile ilişkilendirilmiştir. Çalışmalar sonucunda özetle, algılanan sosyal sorumluluğun pozitif olmasının kişilerin tutumlarında pozitif etki oluşturmaya rağmen örgütsel sinizmin çalışanlar üzerinde oldukça negatif bir etkiye sahip olarak tutumlarına direkt etki ettiği görülmektedir.

İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işgörenin iş tatminini arttırmada etkisi bilinmektedir. İş tatmini artan işgören sinik davranışlarda bulunmayacaktır. Dolayısıyla işletmelerin uyguladıkları sosyal sorumluluk faaliyetleri çalışanlar açısından oldukça önemli bir konudur. İşgörenlerin işletmenin sorumluluk faaliyetlerine yönelik algısı ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmada, işgörenlerin sosyal sorumluluk algısı ile iş tatminleri arasında pozitif yönlü, orta dereceli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak işletmenin çalışanlarına

yönelik uyguladığı sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların iş tatminlerine etkisi olduğu görülmüştür (Baran ve Çelik, 2017: 71).

Bir akaryakıt işletmesinde yapılan araştırmada, çalışanın iş tatmininin ve örgütsel bağlılığının oluşmasında, işletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmesinin önemli bir kriter olduğu belirtilmiştir (Özdemir, 2007).

Ko, Moon ve Hur'un (2017) otel çalışanları üzerinde yapmış oldukları araştırmada, sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Erdirençelebi ve Yazgan (2017: 267-284) tarafından yapılan çalışmada mobbing, örgütsel bağlılık, örgütsel sinizmin çalışan üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlanmıştır. Çalışmaya 417 kişi gönüllü olarak katılmıştır. Araştırmanın sonucunda örgütsel sinizmi ve mobbingi engellemek için mutlaka iletişimin sağlıklı bir halde olması gerektiği, çalışanlara gereken değerin verilmesi ve bunu onlara hissettirilmesi, çalışan personele etik dışı davranılmaması, iş tatmini için çalışan personele gerekli iş eğitimi ve seminerlerin verilmesi gerektiği sonuçları ortaya çıkmıştır.

Abraham (2000), örgütsel sinizmi farklı bir açıdan gözlemleyerek beş farklı sinizm türünü araştırmaya çalışmıştır. Örgütsel sinizmin kendi türleri arasında ilişki olabileceğini savunmuştur. Araştırma sonucunda örgütsel sinizmin en güçlü yanının kişisel sinizm olduğunu, toplum sinizminin örgüt kalitesini ve verimini artırdığını belirtmiştir. Çalışmada dikkat çeken ve farklı bir bakış açısı ile önemine vurgu yaptığı konu ise, toplumsal sinizme sahip örgüt çalışanların daha gerçekçi ve daha emin adımlar ile çalışmalarını sağlayacağından dolayı iş veriminde önemli katkılar sunacağını ve de iş bilincine daha hâkim olacağını belirtmektedir.

Brandes, Dharwadkar ve Dean (1999), örgüt çalışanını işinden çıkarmak, örgütün dış ve iç çevrede güven sarsılmasına ve itibarsızlaşma neden olduğundan dolayı işten çıkarılmalara başlanmadan önce yönetim kademelerinde çalışanlara farklı bir

uygulama gerçekleştirmiştir. Uygulamanın sonucunda örgütsel sinizme sahip örgüt çalışanlarında diğer üyelere nazaran işten çıkarılacaklarını çok fazla önemsediklerini ve işlerindeki verimi daha çok arttığı görülmüştür. Dolayısıyla örgütte sinik davranışların olup olmadığını belirlemek sinizmin sosyal sorumluluk algısı üzerindeki rolünü incelemek için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.

Yukarıda yapılan araştırmalarda da görüldüğü üzere sinizm davranışı, örgütlerde özellikle işgörenleri olumsuz yönde etkilemektedir. Örgütün amaçlarına ulaşmasını sağlayan işgörenlerin sinik inançları, duyguları, davranışları sonucunda örgütün sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilgileri azalmakta, soğumakta ve performans düşüklüğü yaşayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkinin incelenmesi tercih edilmiştir.

1.4.2. Pozitif Psikolojik Sermaye İle Örgütsel Sinizm İlişkisi

Örgütsel sinizm, örgütün dürüstlükten yoksun olduğuna dair inanç, örgüte yönelik olumsuz duygular besleme ve bu inanç ve duygularla istikrarlı bir şekilde örgüte yönelik aşağılayıcı ve eleştirel davranış eğilimlerinden oluşan olumsuz tutumdur (Dean vd.,1999: 345). Sinik tutum gösteren bir işgören, özellikle rekabetin giderek arttığı hizmet sektöründe, müşteri memnuniyetine olumsuz olarak etki etmekte ve işletmeye önemli boyutlarda zarar verebilmektedir.

Pozitif psikolojik sermaye kavramı “günümüz iş yaşamının gelişimi için, insan kaynaklarının geliştirilebilen, ölçülebilen ve etkin bir biçimde yönetilebilen güçlü yanları ve psikolojik kapasiteleri üzerinde yapılan pozitif yaklaşımli çalışma ve uygulamalar” olarak ifade edilmektedir (Luthans, 2002: 698).

Sosyal sorumluluk ise, işletmelerin sosyal hayatın bir parçası olarak faaliyet göstermesi sebebiyle içinde buldukları topluma yönelik sorumluluklarıdır. Kuruldukları andan itibaren bu sorumluluklarını, toplum içerisinde yaşamını devam ettirmek ve faaliyette bulunmak amacıyla kabul etmiş olurlar (Dawar ve Klein, 2004: 205). İşletmelerin bu sorumluluklarını yerine getirebilmesi için örgütteki işgörenlerin

örgütlerine bağlı, motivasyonu yüksek, kurumun imajını önemseyen, örgüte güvenen kısacası sinik davranışlarda bulunmayan bireyler olması gerekmektedir. Çalışanların örgüt içindeki olumlu tutumlarını geliştirmeyi hedefleyen pozitif psikolojik sermayenin örgütsel sinizmi önleyebileceği düşünülmektedir.

Günümüzde örgütlerin devamlılığı, dinamik çevre koşullarına duyarlı olmayı, dolayısıyla sürekli bir değişimi gerektirmektedir. Yaşanan örgütsel değişimin örgütü oluşturan bireylerden bağımsız olarak ele alınması ise yanlış çıkarımlara neden olacaktır. Yapılan çalışmalar, pozitif psikolojik sermaye ile sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu deneysel olarak da ortaya koymaktadır (Avey vd., 2008a; Avey vd. 2008b; Çalışkan ve Erim, 2010; İnce, 2012). Ayrıca, pozitif psikolojik sermayesi yüksek çalışanların örgütsel değişimi daha fazla destekleyecekleri, daha çabuk uyum sağlayacakları da ifade edilmektedir (Avey vd., 2008a; Avey vd. 2008b).

Karacaoğlu ve İnce (2013: 181) tarafından Kayseri'deki imalat sektöründen 300 personel ile gerçekleştirilen araştırmada, dayanıklılık, özyeterlik, umut ve iyimserliğin (pozitif psikolojik sermayenin bileşenleri) örgütsel sinizm ile negatif yönlü bir ilişki içerisinde bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerinde negatif yönlü bir etkisinin bulunduğu ifade edilmiştir. Benzer bir biçimde öz-yeterlik ve iyimserliğin örgütsel sinizm üzerinde negatif bir etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Bunlara ek olarak, pozitif psikolojik sermayenin öteki sektörlerde ve işe adanmışlık, örgütsel tükenmişlik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki bakımından da değerlendirilmesinin faydalı olabileceği sunulmuştur.

Çelik, Turunç ve Bilgin ise (2014) Akdeniz bölgesinde turizm sektöründe çalışan 683 personel ile gerçekleştirdikleri araştırmada, işgörenlerin örgütsel adalet algısı ile psikolojik sermayesi arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Elde edilen bulgulara göre, işgörenlerin olumlu adalet algıları içerisinde olmalarının psikolojik sermaye seviyelerini olumlu yönde etkilediğini saptamışlardır. Yani, işgörenlerin örgütteki adalet algılarının olumlu olması çalışanların örgütlerine güvendiği, herhangi bir

adaletsizlik olduğunu düşünmemeleri anlamına gelmektedir. Dolayısıyla işgörenler sinik davranışlarda bulunmazlar. Bu bulgu araştırmamızı destekler niteliktedir.

Özgener, Demirtaş ve Ulu (2013: 404) tarafından Kayseri’de imalat sektöründeki büyük bir işletmenin 307 personeli ile yürütülen çalışmada, kişi-çevre uyumunun pozitif psikolojik sermayeyi pozitif ve anlamlı, pozitif psikolojik sermayenin ise sosyal tembelligi negatif etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca kişi-çevre uyumu ile sosyal tembellik arasındaki ilişkide pozitif psikolojik sermayenin aracılık rolüne sahip olduğu saptanmıştır.

Uyungil ve İşcan (2018) tarafından Adana’da kamu hastaneleri ve özel hastanelerde görev yapmakta olan 493 sağlık çalışanı ile yürütülen araştırmada pozitif psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı pozitif ve örgütsel sinizm üzerinde anlamlı negatif yönlü etkisi belirlenmiştir. Ayrıca, örgütsel sinizmin pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide kısmi aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Hui, Cao, Lou ve He (2014) tarafından Çin’de 1574 kişi ile gerçekleşen çalışmada işgörenler açısından algılanan örgütsel destek ile psikolojik sermayenin arasındaki ilişki ele alınmıştır. Araştırmacılar, çalışmanın neticesinde elde ettiği bulgularda algılanan örgütsel desteğin psikolojik sermayenin 4 bileşeni üzerinde de pozitif bir etkide olduğunu incelemişlerdir.

Nemati (2015) tarafından İran’da 197 müdür ve çalışanla yürütülen çalışmada örgütsel sosyalleşme ile psikolojik sermayenin arasında bulunan ilişki ele alınmıştır. Araştırma bulgularına göre örgütsel sosyalleşme ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkinin anlamlı ve pozitif olduğu saptanmıştır.

Pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel sinizme ait kavramlara (adalet algısı, kişi-çevre uyumu, algılanan örgütsel destek, örgütsel sosyalleşme) ilişkin çalışmalar bulunmasına rağmen, pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu iki değişken arasındaki ilişkileri

inceleyen çalışmaların sınırlı sayıda olması bu çalışmanın gerekliliğini ve önemini daha da artırmaktadır.

1.4.3. Sosyal Sorumluluk Algısı İle Pozitif Psikolojik Sermaye İlişkisi

Günümüzde örgütlerin varlıklarını sürdürmeye çalıştıkları çalkantılı koşullarda, insan kaynaklarının rekabet avantajının kritik bir faktörü olmasından hareketle pozitif psikolojik sermayenin çalışan tutumları üzerindeki etkileri oldukça önemlidir. Akçay'a göre, performans, örgütsel bağlılık, işten ayrılma niyeti, iş tatmini, örgütsel sinizm ve verimlilik gibi değişkenler; çalışanların sahip oldukları deneyim, eğitim yetenek ve bilgiden oluşan insan sermayesi, sosyal ilişki ve bağlantılarından oluşan sosyal sermayenin yanı sıra, işgörenlerin yaptıkları işin nicelik ve niteliğini etkileyen, kişiliklerinin bir tarafını oluşturan ve zihniyetleriyle ilgili olan pozitif psikolojilerine de bağlıdır (Akçay, 2011: 143).

Pozitif psikolojik sermayenin çalışanların işlerindeki performanslarını pozitif olarak etkilemesi literatürdeki benzer çalışmaların da desteklediği gibi gayet doğal ve beklenen bir durumdur. Kendisine olan inancı ve güveni yüksek, geleceğe dair umudu olan, olayların pozitif taraflarını görebilen ve güçlükler karşısında mücadele ederek güçlü durabilen, alternatif çözümler sunabilen, gösterdiği azim ve çabayla hedefleri gerçekleştirme noktasındaki başarıma hissi yüksek bir işgören, işinde daha başarılı ve verimli olacak, dolayısıyla performansı da olumlu bir şekilde etkilenecek ve artış gösterecektir.

Royle vd., farklı meslek gruplarında çalışan 210 katılımcı üzerinde yaptıkları çalışmada sorumluluk ve özyeterliliğin, örgütsel vatandaşlık davranışı ve politik davranış üzerindeki interaktif etkisini incelemiştir. Araştırma bulgularına göre özyeterlilik seviyesi yüksek olan işgörenlerde sorumluluk arttığında politik davranış azalmaktadır. Öte yandan düşük özyeterliliği olan çalışanların sorumlulukları arttığında ise politik davranış artmaktadır. Çalışanlar, özyeterlilikleri düşük olduğunda politik davranışlara başvurarak yöneticilerinin gözünde bu durumu gizlemeye yöneleceklerdir. Bu anlamda işgörenler, yöneticilerin onlar hakkındaki düşük performans algılarını değiştirmek için politik davranışı bir araç olarak

kullanılabilir. Yüksek özyeterliliğe sahip bireyler başkaları tarafından yapılacak olumsuz değerlendirmelerden korkmadıkları için politik davranış gösterme ihtimalleri daha düşük olabilir. Bu yüzden performansları hakkında gerçeği yansıtan değerlendirmeler almak isteyebilirler (Royle vd., 2005: 53).

Larson ve Luthans (2006: 75) üretim bölümünde çalışanlar üzerinde yaptıkları araştırmada psikolojik sermaye ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulmuşlardır. Ayrıca çalışanların psikolojik sermayelerinin insan ve sosyal sermayeye göre bu değişkenler üzerinde daha fazla bir katkısının olduğunu belirtmektedirler (Larson ve Luthans, 2006: 87). Benzer şekilde Luthans ve diğerleri (2008: 219) tarafından yapılan diğer bir araştırmada psikolojik sermaye ile performans, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında pozitif anlamlı ilişkiler olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca araştırmada destekleyici örgütsel iklim ile belirtilen bu örgütsel çıktılar arasında pozitif psikolojik sermayenin aracılık rolüne sahip olduğu belirtilmektedir. Bunu destekler nitelikte Erkuş ve Fındıklı (2013: 302) farklı sektörlerde çalışan 572 kişi üzerinde yaptıkları araştırmada psikolojik sermaye ile iş tatmini ve iş performansı arasında pozitif, işten ayrılma niyeti arasında ise negatif ve anlamlı ilişkiler tespit edilmişlerdir.

Sosyal sorumluluk algısı ile pozitif psikolojik sermaye arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara rastlanmasa da pozitif psikolojik sermayenin sosyal sorumluluk algısına etki eden faktörlere dair çalışmalar bulunmuştur. Bu iki değişken arasındaki ilişkileri ele alan çalışmaların sınırlı olması sebebiyle bu araştırma bu konudaki bulgu ve bilgi eksikliğini gidermeyi amaçlamaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK ALGISI VE ÖRGÜTSEL SINİZM ARASINDAKİ İLİŞKİDE POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYENİN DÜZENLEYİCİ ROLÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Çalışmanın bu bölümünde, daha önceki bölümde teorik olarak açıklanan “ sosyal sorumluluk algısı ve örgütsel sinizm arasındaki ilişki ve bu ilişkide pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rolünü” tespit etmek amacıyla uygulamalı olarak yapılan çalışmaya yer verilmiştir. Birinci bölümde, sosyal sorumluluk algısı ile ilgili bilgilerden, örgütsel sinizm ile ilgili bilgilerden, pozitif psikolojik sermaye ile ilgili bilgilerden ve değişkenler arasındaki ilişkilerden bahsedilmiştir. Bu bölümde ise Nevşehir ilindeki konaklama işletmelerindeki yöneticiler ve çalışanlara yönelik yapılan çalışmanın; amacına, önemine, araştırmada kullanılan veri toplama araçlarına, araştırmanın modeline ve hipotezlerine, yöntemine, örnekleme, toplanan verilerin istatistiki olarak analizlerine ve bu analizlere bağlı olarak elde edilen bulguların yorumlanmasıyla birlikte sonuca yer verilmiş, kısıtlılıklardan bahsedilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Araştırmanın amacı, Nevşehir ilindeki konaklama işletmelerinde sosyal sorumluluk algılarının örgütsel sinizm üzerindeki etkilerini ve bu etkide pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rolünü belirlemektir.

Günümüzde yaşanan hızlı gelişim ve değişim olgusuyla beraber dinamik çevre şartları da değişiklik göstermektedir. İşletmeler, örgütler ve kurumların bu ortamda varlıklarını devam ettirebilmeleri, şartlara uyum sağlayabilmeleri için birtakım etkileyici stratejiler benimsemektedirler. İşletmeler bu stratejileri geliştirirken iç ve

dış çevreye karşı sorumluluklarını da göz ardı etmemelidirler. Burada örgütte çalışanlara gereken değerin verilmesi de önemlidir. Çünkü duygu ve düşüncelerinin önemsenmediği örgütlerde çalışanlar örgüte karşı sinik davranışlarda bulunacaklardır. İşletmelerde sosyal sorumluluk eylemlerinin çalışanların performansı üzerine olan etkilerini incelendiğinde; çalışanlara yönelik sosyal sorumluluğu meydana getiren değişkenlerden, disiplini oluşturma, iş ve ücret yapısı, işyerinde güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları oluşturmanın güçlü etkiye sahip değişkenler olduğu sonucuna varılmıştır ve sinik davranışları azaltabileceği düşünülmektedir. Ayrıca pozitif psikolojik sermaye, örgütlerde istenilen verimliliğe ulaşmada, gerekli performans sonuçları elde etmede, ölçülebilir, geliştirilebilir ve yönlendirilebilir özellikleri içinde barındırması nedeniyle vazgeçilmez bir olgu niteliğindedir. Sosyal sorumluluk algısı, örgütsel sinizm ve pozitif psikolojik sermaye kavramları ile ilgili ayrı ayrı çalışmalar bulunmaktadır. Ancak kavramların aralarındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bunun yanı sıra literatürde “*sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rolünü*” inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu araştırmayla literatürde yer alan önemli bir boşluğun doldurulacağı ve gelecekteki yeni çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada, birincil veri toplama aracı olarak soruların önceden hazırlandığı anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler hem katılımcılara bizzat gidilerek yüz yüze uygulanmış hem de internet sitesinden erişilebilen anket formu şeklinde katılımcıların e-posta adreslerine gönderilmiştir. Uygulamanın bu şekilde yapılmasının nedeni zaman ve maliyet kısıtlılığıdır. Katılımcıların, sosyal sorumluluk algılarını, örgütsel sinizm düzeylerini ve pozitif psikolojik sermaye düzeylerini belirlemeye yönelik olarak, literatürde yapılmış farklı çalışmalar incelenmiş ve kullanılan ölçekler değerlendirilmiştir. Araştırma için uygun olduğu öngörülen ölçekler yabancı dil konusunda uzman kişilerin görüşleri alınarak dilimize çevrilmiş ve anket formuna dönüştürülmüştür. Bilimsel açıdan kullanılabilir durumda olan anketler birtakım istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 21 istatistik programından yararlanılmıştır.

2.2.1. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örneklemini Nevşehir ilinde bulunan konaklama işletmeleri yöneticileri ve çalışanları meydana getirmektedir. Bu çerçevede 3 yıldızlı, 4 yıldızlı, 5 yıldızlı, özel belgeli ve diğer (butik otel, pansiyon vb.) de görev yapan tüm yöneticiler ve çalışanlar ana kütleyi oluşturmaktadır.

Ana kütle içerisinde, geri dönüş oranları da hesaba katılarak basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 650 kişiye anketler hem elektronik posta aracılığıyla gönderilmiş hem de bizzat elden dağıtılmıştır. Basılı anket formlarından 422/500, internet üzerinden ise 78/150 olmak üzere toplam 500 anket geri dönmüştür. Araştırma kapsamında 500 adet anket değerlendirilmeye alınmıştır. Bu kapsamda anketlerin geri dönüş oranı %76,92 olarak gerçekleşmiştir.

2.2.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Çalışmada veri toplama amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu dört bölümden oluşmuştur. Anketin girişinde araştırmanın konusu ve ne amaçla yapıldığını belirten ifadeler yer almaktadır. Birinci bölümde Maignan ve Ferrell tarafından (2000) geliştirilen, Türker (2006) ve Özdemir tarafından (2007) Türkçe'ye uyarlanan, 6 maddeden oluşan *sosyal sorumluluk algısı ölçeği*, ikinci bölümde Luthans ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilen 24 maddeden oluşan *pozitif psikolojik sermaye ölçeği*, üçüncü bölümde Dean ve diğerleri (1998) tarafından geliştirilmiş 13 maddeden oluşan *örgütsel sinizm ölçeği*, dördüncü ve son bölümde ise 10 maddeden oluşan demografik sorular bulunmaktadır. Araştırmada 5'li Likert Ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

2.2.2.1. Sosyal Sorumluluk Algısı Ölçeği

Katılımcıların sosyal sorumluluk algısı düzeylerini ölçmek için Maignan ve Ferrell tarafından (2000) geliştirilen, Türker (2006) ve Özdemir tarafından (2007) Türkçe'ye uyarlanan ve 6 maddeden oluşan "*sosyal sorumluluk algısı ölçeği*" kullanılmıştır. Ankette yer alan örnek maddeler, "Çalıştığım işletme çeşitli toplumsal sorunları

çözmeye yönelik projeler geliştirir”, “çalıştığım işletme toplumun bilgilendirilmesinde şeffaf bir tavır sergilemektedir” biçimindedir. Sosyal sorumluluk algısı ölçeğinin güvenilirliği (Cronbach’s Alpha) 0.76 olarak bulunmuştur.

2.2.2.2. Örgütsel Sinizm Ölçeği

Otel çalışanlarının örgütsel sinizm davranışlarını ölçmek için Dean ve diğerleri (1998) tarafından geliştirilmiş ve 13 maddeden oluşan “*örgütsel sinizm ölçeği*” kullanılmıştır. Ankette bu bölümde yer alan örnek maddeler, “Çalıştığım işletmede, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum”, “çalıştığım işletmede, çalışanların yapmaları istenen ile ödüllendirilen arasında fark vardır” ve “çalıştığım işletmeden ve çalışanlarından bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım kişilerle anlamlı bir şekilde bakışırız” şeklindedir. Örgütsel sinizm ölçeğinin güvenilirliği (Cronbach’s Alpha) 0,74 olarak bulunmuştur. Ölçek, güvenilir bir ölçektir.

2.2.2.3. Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeği

Katılımcıların pozitif psikolojik sermaye düzeylerini ölçmek amacıyla Luthans ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilmiş ve 24 maddeden oluşan “*pozitif psikolojik sermaye ölçeği*” kullanılmıştır. Anketin bu bölümünde yer alan örnek maddeler, “İşimle ilgili gelecekte başıma neler gelebileceği konusunda iyimserim”, “çalıştığım kurumda işlerin yapılışı konusundaki tartışmalara katkıda bulunmada kendime güvenirim” ve “genellikle işimdeki stresli şeyleri sakın bir şekilde hallederim” biçimindedir. Ölçekte ters kodlanmış maddeler vardır. Ekteki ölçekte sorulan ters kodlu maddeler “®” harfi ile belirtilmiştir. Pozitif psikolojik sermaye ölçeğinin güvenilirliği (Cronbach’s Alpha) 0,75 olarak bulunmuştur.

2.2.2.4. Demografik Bilgiler

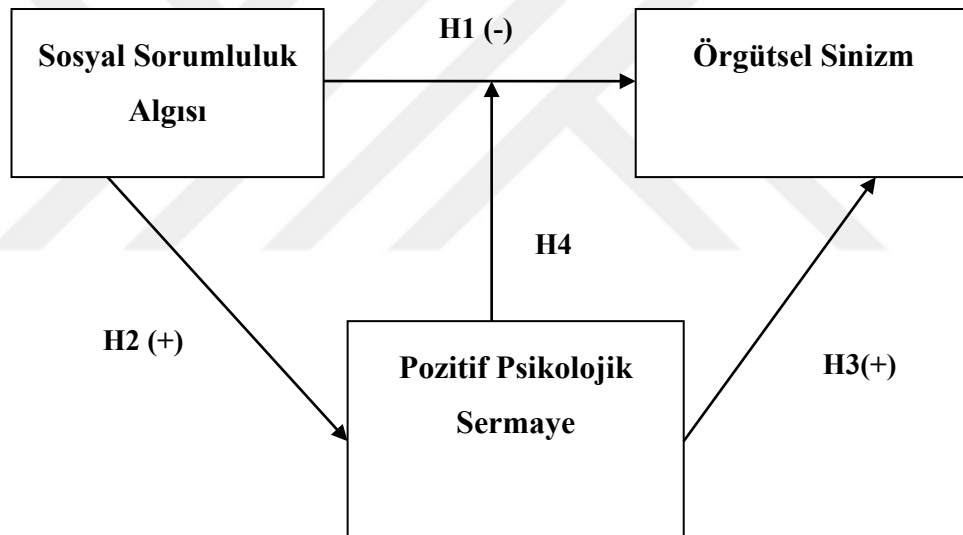
Demografik değişkenleri ölçmek amacıyla anket formunun son bölümünde katılımcılardan cinsiyet, medeni hal, eğitim durumu, yaş, iş deneyimi, oteldeki pozisyon, otelin aile işletmesi olup olmadığı, otelde çalışan kişi sayısı, kurucusunun

profesyonel yönetici olup olmadığı ve buldukları otelin yıldız sayısının ne olduğunu cevaplamaları istenmiştir.

2.2.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın amacı, sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm düzeyleri arasındaki ilişkide pozitif psikolojik sermaye boyutu etkisinin ne düzeyde olduğunu sınamasıdır. Bu bağlamda araştırmaya katılan katılımcıların (Nevşehir ili geneli otel işletmelerindeki yönetici ve çalışanlar) sosyal sorumluluk algılarının ve örgütsel sinizm düzeyleri arasında bir ilişki olduğu, katılımcıların pozitif psikolojik sermaye düzeylerinin de bu ilişkide düzenleyici etkisinin olduğu varsayılmaktadır. Konuya ait literatür taramasıyla teorik kısımda da verilen çalışmalar göz önüne alınarak tasarlanan model aşağıdaki gibidir:

Şekil 2. 1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler



Oluşturulan modelde, sosyal sorumluluk algısı boyutu ile örgütsel sinizm boyutu arasında karşılıklı bir ilişkinin varlığı sorgulanmakta olup, sosyal sorumluluk algısı boyutu bağımsız değişken, örgütsel sinizm bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir. Pozitif psikolojik sermaye boyutunun söz konusu ilişki üzerinde düzenleyici etkisinin olduğu varsayıldığı için pozitif psikolojik sermaye düzenleyici değişken olarak değerlendirilmiştir.

Araştırma Hipotezleri

Hipotez 1: Sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 2: Sosyal sorumluluk algısı ile pozitif psikolojik sermaye arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 3: Pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 4: Pozitif psikolojik sermaye, sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide düzenleyici etkiye sahiptir.

2.3. VERİLERİN ANALİZİ VE ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde örneklemin genel dağılımını görebilmek için anket formunda yer verilen demografik ifadelerle ilişkin veriler, temel araştırma bulguları ve hipotezlerin test edilmesi konuları ele alınmaktadır. Normallik testi için Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerine bakılmıştır. Skewness ve Kurtosis değerleri -1 ile +1 olduğu zaman normal dağılım olduğu kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 214). Normal dağılım özelliği gösteren verilerde parametrik testler kullanılmıştır. Normal dağılım özelliği göstermeyen verilerde ise parametrik testlerin parametrik olmayan alternatifleri kullanılmıştır.

2.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan yönetici ve çalışanların cinsiyet, eğitim durumu, medeni hali, deneyim, yaş ve pozisyon gibi demografik özellikleri tablo 2.1’de verilmiştir.

Tablo 2.1. Araştırmaya Katılan Yönetici ve Çalışanların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Sayı	%	Demografik Özellikler	Sayı	%
Cinsiyet			Yaş Durumu		
Erkek	288	57,6	25 yaş ve aşağısı	89	17,8
Kadın	212	42,4	26-35 yaş arası	227	45,4
Medeni Durum			36-45 yaş arası	128	25,6
Evli	295	59,0	46-55 yaş arası	46	9,2
Bekâr	205	41,0	56 yaş ve üzeri	10	2,0
Eğitim Durumu			İş Deneyimi		
İlköğretim	38	9,7	1 yıldan az	48	9,6
Lise	172	28,6	1-5 yıl arası	127	25,5

Meslek Yüksekokulu	181	39,6	6-10 yıl arası	147	29,5
Fakülte	97	19,9	11-15 yıl arası	99	19,8
Yüksek Lisans/Doktora	12	2,2	16 yıl ve üzeri	79	15,6
Araştırmaya Katılan Personelin Oteldeki Pozisyonu					
Mutfak Personeli	56	11,2	Teknik Servis	39	7,8
Resepsiyonist	72	14,4	Satın Alma	22	4,4
Kat ve Oda Temizlik	70	14,0	Müdür	10	2,0
Güvenlik	59	11,8	Garson	54	10,8
İnsan Kaynakları	24	4,8	Şoför	26	5,2
Bahçıvan	26	5,2	Muhasebe	42	8,4

Bu araştırmada veriler Nevşehir ilindeki konaklama işletmeleri yönetici ve çalışanlarından elde edilmiştir. Araştırmaya toplamda 500 yönetici ve çalışan katılmıştır. Katılımcıların % 57,6'sı erkek (n=288), % 42,4'ü kadındır (n=212). Ayrıca katılımcıların % 59'u evli (n=295), % 41'i bekârdır (n=205).

Araştırma kapsamında katılımcıların % 17,8'i 25 yaş ve aşağısında (n=89), % 45,4'ü 26-35 yaş arasında (n=227), % 25,6'sı 36-45 yaş arasında (n=128), % 9,2'si 46-55 yaş arasında (n=46), % 2'si 56 yaş ve üzeri (n=10) olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların pozisyonları incelendiğinde; katılımcıların % 11,2'sini mutfak personeli (n=56), % 14,4'ünü resepsiyonistler (n=72), % 14'ünü kat ve oda temizlik görevlileri (n=70), % 11,8'ini güvenlik görevlileri (n=59), % 4,8'ini insan kaynakları (n=24), %5,2'sini bahçıvanlar (n=26), %7,8'ini teknik servis görevlileri (n=39), %4,4'ünü satın alma görevlileri (n=22), %2'sini müdürler (n=10), %10,8'ini garsonlar (n=54), %5,2'sini şoförler (n=26), %8,4'ünü ise muhasebe görevlileri (n=42) oluşturmaktadır.

Yönetici ve çalışanların görev yapmış oldukları otellerde çalışma sürelerine gelince; katılımcıların çalışma sürelerinin % 9,6'sının 1 yıldan az (n=48), % 25,5'inin 1-5 yıl arasında (n=127), % 29,5'inin 6-10 yıl arasında (n=147), % 19,8'inin 11-15 yıl arasında (n=99), % 15,6'sını ise 16 yıl ve üzeri (n=79) oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan Nevşehir ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleriyle ilgili bazı bulgular tablo 2.2'de verilmiştir.

Tablo 2. 2. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmeleri ile İlgili Bulgular

Özellikler	Sayı	%	Özellikler	Sayı	%
İşletmenin Aile İşletmesi Olma Durumu			İşletmenin Kurucusunun Profesyonel Yönetici Olma Durumu		
Evet	99	19,8	Evet	388	77,6
Hayır	401	80,2	Hayır	112	22,4
Oteldeki çalışan kişi sayısı			Otelin Yıldız Sayısı		
10 ve daha az	128	26,7	Özel belgeli	109	13,8
11-25 arası	124	26,8	3 yıldızlı	57	14,9
26-50 arası	107	23,7	4 yıldızlı	106	23,5
51 ve daha fazla	141	22,8	5 yıldızlı	146	29,4
			Diğer	82	18,4

Bu verilere göre araştırmaya katılanların çalıştıkları konaklama işletmelerinin %19,8'inin aile işletmesi olduğu (n=99), %80,2'sini ise aile işletmesi olmadığı (n=401) görülmektedir. Bununla birlikte bu işletmelerin %77,6'sının kurucusunun profesyonel yönetici olduğu (n=388), %22,4'ünün ise profesyonel yönetici olmadığı (n=112) anlaşılmaktadır. Buna ek olarak araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin %26,7'sinin 10 ve daha az (n=128), %26,8'inin 11-25 arası (n=124), %23,7'sinin 26-50 arası (n=107) ve %22,8'inin 51 ve daha fazla (n=141) çalışana sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların %13,8'inin özel belgeli (n=109), %14,9'unun 3 yıldızlı (n=57), %23,5'inin 4 yıldızlı (n=106), %29,4'ünün 5 yıldızlı (n=146) ve %18,4'ünün diğer konaklama işletmelerinden (n=82) oluştuğu saptanmıştır.

2.3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Faktör analizinden önce araştırma ölçeklerinin güvenilirlik analizinin yapılması gerekmektedir. Güvenilirlik analizinin yapılabilmesi için anket formunda bulunan demografik sorular hariç kalan soru sayısının 30'un üzerinde olması ve anketlerin en az 50 kişiye uygulanması gerekmektedir (Paköz, 2011: 122). Bu koşullar dikkate alındığında soru sayısı 30'dan fazla ve anket çalışmasına katılan katılımcı sayısı da 50'den fazla olarak bu iki koşulun sağlandığı görülmektedir. Nunnally'e (1978: 245) göre bilimsel bir araştırmanın güvenilir sayılabilmesi için ölçeğin güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,70'in üzerinde olmalıdır.

Cronbach's Alpha (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kayış, 2016: 405):

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise oldukça güvenilir,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

2.3.2.1. Sosyal Sorumluluk Algısı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi

Sosyal sorumluluk algısı ölçeğinin güvenilirlik istatistikleri tablo 2.3'te yer almaktadır.

Tablo 2. 3. Sosyal Sorumluluk Algısı Ölçeğinin Güvenilirlik İstatistikleri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,76	6

İlk 6 maddenin güvenilirlik analizi Cronbach's Alpha ile yapılmıştır. Elde edilen değer 0,76'dır. Bu da bu maddelerin güvenilirliğinin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.4'te ölçekte yer alan maddelere ait ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tablo 2. 4. Maddelere İlişkin İstatistikler (Sosyal Sorumluluk Algısı)

Item Statistics		
	Ort.	S. S.
Çalıştığım işletme toplumun refahını destekleyen proje ve kampanyalara katkıda bulunur.	3,77	0,97
Çalıştığım işletme çeşitli toplumsal sorunları çözmeye yönelik projeler geliştirir.	3,77	0,88
Çalıştığım işletme kamu yararına yönelik projelere destek vermektedir.	3,73	0,86
Çalıştığım işletme yoksulluğun azaltılmasına yardımcı olmaktadır.	4,18	0,76
Çalıştığım işletme çevre ile dost üretim uygulamaları yapmaktadır.	3,82	0,85
Çalıştığım işletme toplumun bilgilendirilmesinde şeffaf bir tavır sergilemektedir.	4,09	0,88

Yukarıdaki tabloda ilk 6 maddenin ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir. 5'li Likert tipi ölçek düşünüldüğünde her maddenin ortalama

değerinin kararsızım cevabına yakın olduğu şeklinde değerlendirilmiştir. Yani katılımcıların bu 6 madde için genel değerlendirmesi kararsız oldukları yönündedir.

Tablo 2.5'te ise her bir madde ve toplam arasındaki istatistikler yer almaktadır.

Tablo 2. 5. Her Bir Madde ve Toplam Arasındaki İstatistikler (Sosyal Sorumluluk Algısı)

Item-Total Statistics				
	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Ortalaması	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı
Çalıştığım işletme toplumun refahını destekleyen proje ve kampanyalara katkıda bulunur.	19,60	8,12	,61	,70
Çalıştığım işletme çeşitli toplumsal sorunları çözmeye yönelik projeler geliştirir.	19,60	8,34	,64	,69
Çalıştığım işletme kamu yararına yönelik projelere destek vermektedir.	19,63	8,89	,55	,72
Çalıştığım işletme yoksulluğun azaltılmasına yardımcı olmaktadır.	19,18	9,61	,47	,74
Çalıştığım işletme çevre ile dost üretim uygulamaları yapmaktadır.	19,55	9,38	,44	,74
Çalıştığım işletme toplumun bilgilendirilmesinde şeffaf bir tavır sergilemektedir.	19,58	9,85	,32	,77

Tablo 2.5'te herhangi bir ölçek maddesi çıkarıldığında elde edilecek olan ölçek ortalamaları, varyansları, düzeltilmiş madde-toplam arasındaki korelasyon değerleri ve güvenilirlik katsayıları görülmektedir.

2.3.2.2. Örgütsel Sinizm Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi

Örgütsel sinizm ölçeğinin güvenilirlik istatistikleri tablo 2.6'de yer almaktadır.

Tablo 2. 6.Örgütsel Sinizm Ölçeğinin Güvenilirlik İstatistikleri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,74	13

Örgütsel sinizm ile ilgili ölçekte 13 madde bulunmaktadır. Bu maddelerin güvenilirlik analizi Cronbach's Alpha ile yapılmıştır. Elde edilen değer 0,74'tür. Bu da bu maddelerin güvenilirliğinin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.7'de ölçekte yer alan maddelere ait ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tablo 2. 7. Maddelere İlişkin İstatistikler (Örgütsel Sinizm)

Item Statistics		
	Ort.	S. S.
Çalıştığım işletmede, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum.	2,18	0,81
Çalıştığım işletmenin politika, amaç ve uygulamaları arasında çok az ortak yön vardır.	2,20	0,78
Çalıştığım işletmede, bir uygulamanın yapılacağı söyleniyorsa, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda kuşku duyarım.	2,00	0,74
Çalıştığım işletmede, çalışanların yapmaları istenen ile ödüllendirilen arasında fark vardır.	2,23	0,91
Çalıştığım işletmede, yapılacağı söylenen şeyler ile gerçekleşenler arasında çok az benzerlik görüyorum.	1,99	0,72
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe sinirlenirim.	1,34	0,55
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe hiddetlenirim.	1,27	0,52
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe gerilim yaşarım.	1,21	0,47
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe içimi bir endişe kaplar.	1,30	0,56
Çalıştığım işletme dışındaki arkadaşlarıma, işte olup bitenler konusunda yakınıyorum.	1,53	0,81
Çalıştığım işletmeden ve çalışanlarından bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım kişilerle anlamlı bir şekilde konuşuruz.	1,31	0,65
Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum.	2,80	1,25
Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki uygulamaları ve politikaları eleştiririm.	1,90	0,97

Yukarıdaki tabloda örgütsel sinizm ölçeğine ait maddenin ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir. 5'li Likert tipi ölçek düşünüldüğünde her maddenin ortalama değerinin kesinlikle katılmıyorum ile katılmıyorum cevapları arasında olduğu şeklinde değerlendirilmiştir. En yüksek ortalama 2,80 ile "başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum" maddesinde görülmektedir. Bu madde için genel kanaatin katılıyorum şeklinde olduğu değerlendirilmiştir. En düşük ortalama ise 1,21 ile "çalıştığım işletmeyi düşündükçe gerilim yaşarım" maddesinde görülmektedir. Bu madde için genel kanaatin katılmıyorum-kararsızım şeklinde olduğu değerlendirilmiştir.

Tablo 2.8'de ise her bir madde ve toplam arasındaki istatistikler yer almaktadır.

Tablo 2. 8. Her Bir Madde ve Toplam Arasındaki İstatistikler (Örgütsel Sinizm)

Item-Total Statistics				
	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Ortalaması	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı
Çalıştığım işletmede, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum.	20,91	21,55	,36	,73
Çalıştığım işletmenin politika, amaç ve uygulamaları arasında çok az ortak yön vardır.	20,89	21,15	,44	,72
Çalıştığım işletmede, bir uygulamanın yapılacağı söyleniyorsa, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda kuşku duyarım.	21,09	21,17	,48	,71
Çalıştığım işletmede, çalışanların yapmaları istenen ile ödüllendirilen arasında fark vardır.	20,86	21,48	,31	,73
Çalıştığım işletmede, yapılacağı söylenen şeyler ile gerçekleştirenler arasında çok az benzerlik görüyorum.	21,11	21,99	,36	,73
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe sinirlenirim.	21,75	22,20	,47	,72
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe hiddetlenirim.	21,82	22,53	,44	,72
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe gerilim yaşarım.	21,88	22,60	,48	,72
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe içimi bir endişe kaplar.	21,79	22,15	,47	,72
Çalıştığım işletme dışındaki arkadaşlarıma, işte olup bitenler konusunda yakınıyorum.	21,56	21,15	,42	,72
Çalıştığım işletmeden ve çalışanlarından bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım kişilerle anlamlı bir şekilde bakışırız.	21,78	21,59	,49	,71
Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum.	20,49	21,70	,15	,77
Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki uygulamaları ve politikaları eleştiririm.	21,20	21,19	,31	,73

Tablo 2.8’de herhangi bir ölçek maddesi çıkarıldığında elde edilecek olan ölçek ortalamaları, varyansları, düzeltilmiş madde-toplam arasındaki korelasyon değerleri ve güvenilirlik katsayıları görülmektedir.

2.3.2.3. Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi

Pozitif Psikolojik Sermaye ölçeğinin güvenilirlik istatistikleri tablo 2.9’da yer almaktadır.

Tablo 2. 9. Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Güvenilirlik İstatistikleri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,75	24

Pozitif Psikolojik Sermaye ile ilgili ölçekte 24 madde bulunmaktadır. Bu maddelerin güvenilirlik analizi Cronbach's Alpha ile yapılmıştır. Elde edilen değer 0,75'tir. Bu da bu maddelerin güvenilirliğinin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.10'da ölçekte yer alan maddelere ait ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tablo 2. 10. Maddelere İlişkin İstatistikler (Pozitif Psikolojik Sermaye)

Item Statistics		
	Ort.	S. S.
Çalıştığım kurumda işler asla benim istediğim gibi yürümez.	3,93	0,75
İşimde benim için belirsizlikler olduğunda her zaman için en iyisini isterim.	4,30	0,76
İşimde bir şeyler ters gittiğinde çözüm o iş öyle çözülemeden son bulur.	3,73	0,84
İşimle ilgili şeylerin daima iyi tarafını görürüm.	4,13	0,78
İşimle ilgili gelecekte başıma neler gelebileceği konusunda iyimserim.	4,05	0,81
İşime her şeyde bir hayır vardır şeklinde yaklaşıyorum.	4,22	0,81
Çalışma alanımda amaçları belirlemede kendime güvenirim.	4,29	0,73
İş arkadaşlarıma işimle ilgili bilgi verirken kendime güvenirim.	4,40	0,65
Yöneticilerime işimle ilgili konuları açıklarken kendime güvenirim.	4,34	0,72
Uzun dönemli problemlere çözüm bulmaya çalışırken kendime güvenirim.	4,44	0,72
Şu anda işimde kendimi çok başarılı olarak görüyorum.	4,41	0,70
Çalıştığım kurumda işlerin yapılışı konusundaki tartışmalara katkıda bulunmada kendime güvenirim.	4,35	2,35
Kurum dışındaki 3. taraflarla (müşteriler, tedarikçiler vs.) problemleri tartışmak için temas kurduğumda kendime güvenirim.	4,31	0,70
Daha önce zorluklar yaşadığım için işimdeki zor zamanların üstesinden gelebilirim.	3,89	0,83
Genellikle işimdeki stresli şeyleri sakin bir şekilde hallederim.	3,96	0,84
İşimde bir terslikle karşılaştığım zaman onu anlatma konusunda sıkıntı yaşıyorum.	4,07	0,80

Mecbur kaldığımda tek başıma da işimde yeterli olurum.	4,16	0,77
İşimde birçok şeyi halledebileceğimi hissediyorum.	4,22	0,70
İşimdeki zorlukları genellikle bir şekilde hallederim.	4,24	0,76
Bu aralar kendim için belirlediğim iş amaçlarımı yerine getirebiliyorum.	4,23	0,70
Eğer çalışırken kendimi bir tıkanıklık içinde bulursam, bundan kurtulmak için birçok yol düşünebilirim.	4,24	0,76
Şu anda iş amaçlarımı sıkı bir şekilde takip ediyorum.	4,38	0,66
Mevcut iş amaçlarıma ulaşmak için birçok yol düşünebilirim.	4,30	0,69
Herhangi bir sorunun çözümü için birçok yol vardır.	4,25	0,81

Yukarıdaki tabloda pozitif psikolojik sermaye ölçeğine ait 24 maddenin ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir. Tabloya bakıldığında ortalama değerlerin birbirlerine yakın oldukları görülmektedir. 5'li Likert tipi ölçek düşünüldüğünde her maddenin ortalama değerinin kararsızım ile katılıyorum cevapları arasında olduğu şeklinde değerlendirilmiştir. En yüksek ortalama 4,44 ile “uzun dönemli problemlere çözüm bulmaya çalışırken kendime güvenirim” maddesinde görülmektedir. Bu madde için genel kanaatin katılıyorum şeklinde olduğu değerlendirilmiştir. En düşük ortalama ise 3,73 ile “işimde bir şeyler ters gittiğinde çözüm o iş öyle çözümeden son bulur” maddesinde görülmektedir. Bu madde için genel kanaatin katılmıyorum-kararsızım şeklinde olduğu değerlendirilmiştir.

Tablo 2.11’de ise her bir madde ve toplam arasındaki istatistikler yer almaktadır.

Tablo 2. 11. Her Bir Madde ve Toplam Arasındaki İlişkiler (Pozitif Psikolojik Sermaye)

Item-Total Statistics				
	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Ortalaması	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	İlgili Madde Silindiğinde Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı
Çalıştığım kurumda işler asla benim istediğim gibi yürümez.	94,79	75,30	-,06	,76
İşimde benim için belirsizlikler olduğunda her zaman için en iyisini isterim.	94,42	70,53	,31	,74

İşimde bir şeyler ters gittiğinde çözüm o iş öyle çözülemeden son bulur.	95,00	74,51	-,01	,76
İşimle ilgili şeylerin daima iyi tarafını görürüm.	94,59	69,04	,42	,74
İşimle ilgili gelecekte başıma neler gelebileceği konusunda iyimserim.	94,67	69,62	,36	,74
İşime her şeyde bir hayır vardır şeklinde yaklaşıyorum.	94,51	69,03	,34	,74
Çalışma alanımda amaçları belirlemede kendime güvenirim.	94,44	69,62	,40	,74
İş arkadaşlarıma işimle ilgili bilgi verirken kendime güvenirim.	94,33	69,83	,40	,74
Yöneticilerime işimle ilgili konuları açıklarken kendime güvenirim.	94,38	69,70	,49	,73
Uzun dönemli problemlere çözüm bulmaya çalışırken kendime güvenirim.	94,31	70,26	,44	,74
Şu anda işimde kendimi çok başarılı olarak görüyorum.	94,32	68,73	,37	,74
Çalıştığım kurumda işlerin yapılışı konusundaki tartışmalara katkıda bulunmada kendime güvenirim.	94,37	69,26	,21	,78
Kurum dışındaki 3. taraflarla (müşteriler, tedarikçiler vs.) problemleri tartışmak için temas kurduğumda kendime güvenirim.	94,41	70,23	,41	,74
Daha önce zorluklar yaşadığım için işimdeki zor zamanların üstesinden gelebilirim.	94,83	61,94	,27	,74
Genellikle işimdeki stresli şeyleri sakin bir şekilde hallederim.	94,77	69,90	,38	,74
İşimde bir terslikle karşılaştığım zaman onu anlatma konusunda sıkıntı yaşıyorum.	94,22	70,64	,05	,75
Mecbur kaldığımda tek başıma da işimde yeterli olurum.	94,88	69,09	,29	,75
İşimde birçok şeyi halledebileceğimi hissediyorum.	94,65	73,72	,46	,73
İşimdeki zorlukları genellikle bir şekilde hallederim.	94,56	64,74	,44	,73
Bu aralar kendim için belirlediğim iş amaçlarımı yerine getirebiliyorum.	94,50	68,36	,47	,73
Eğer çalışırken kendimi bir tikanıklık içinde bulursam, bundan kurtulmak için birçok yol düşünebilirim.	94,48	68,94	,38	,74
Şu anda iş amaçlarımı sıkı bir şekilde takip ediyorum.	94,34	69,12	,37	,74
Mevcut iş amaçlarıma ulaşmak için birçok yol düşünebilirim.	94,43	69,73	,36	,74
Herhangi bir sorunun çözümü için birçok yol vardır.	94,47	69,74	,35	,74

Tablo 2.11’de herhangi bir ölçek maddesi çıkarıldığında elde edilecek olan ölçek ortalamaları, varyansları, düzeltilmiş madde-toplam arasındaki korelasyon değerleri ve güvenilirlik katsayıları görülmektedir.

2.3.3. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

2.3.3.1. Korelasyon Analizi Bulguları

Korelasyon, iki veri dizisi arasındaki ilişkinin miktarını ve yönünü gösteren istatistiksel bir işlemdir. Bu işlemin sonunda, korelasyon katsayısı olarak adlandırılan ve -1 ile +1 arasında değer alan bir sonuç ortaya çıkar. Bu sonuç da r ile gösterilir ($-1 \leq r \leq +1$). Korelasyon katsayısının işareti de ilişkinin yönünü gösterir (Can, 2016: 369). Araştırmada yer alan değişkenlere ait Pearson Korelasyon katsayıları tablo 2.12’de yer almaktadır.

Tablo 2. 12. Temel Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Tablosu

	Ortalama	Standart Sapma	yaş	cinsiyet	deneyim	SS	OS
Yaş	2,32	.94					
Cinsiyet	1,42	.49	-.11*				
Deneyim	3,07	1.23	.83**	-.12**			
SS	3,89	.59	-.01	.07	-.03		
OS	1,78	.38	.02	.09*	-.06	.16**	
PS	3,97	.37	.05	-.02	.06	.37**	-.03

n=500, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

(OS: Örgütsel Sinizm, PPS: Pozitif Psikolojik Sermaye, SSA: Sosyal Sorumluluk Algısı)

Korelasyon analizi sonuçlarına göre, tablo 2.12’de yer alan bilgiler incelendiğinde sosyal sorumluluk ile örgütsel sinizm arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu ($r=,16$; $p < 0,01$) belirlenmiştir. Yani sosyal sorumluluk arttıkça örgütsel sinizm de artmaktadır. Sosyal sorumluluk ile pozitif psikolojik sermaye arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu ($r= ,37$; $p < 0,01$) saptanmıştır. Yani sosyal sorumluluk arttıkça psikolojik sermaye artmaktadır. Pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel sinizm arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ($r= -,03$; $p > 0,01$) belirlenmiştir.

Örgütsel sinizm ile cinsiyet arasında pozitif yönlü bir ilişki ($r=,09$; $p < 0,05$) görülmüştür. Ayrıca deneyim ile cinsiyet ($r= -,12$; $p < 0,05$) arasında anlamlı düzeyde ilişki görülmüştür. Ek olarak yaş ile deneyim arasında pozitif yönlü anlamlı düzeyde ilişki görülmüştür ($r=,83$; $p < 0,01$).

2.3.3.2. Regresyon Analizi Bulguları

Regresyon analizi, birçok alanda veri analizi yapmak için başvurulan önemli bir istatistiksel teknik olup değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklamak için kullanılmaktadır. Regresyon analizi, bağımlı bir değişken ile bağımlı değişken üzerinde etkisi olduğu varsayılan bağımsız değişken(ler) arasındaki ilişkinin matematiksel bir model ile açıklanması sürecini anlatır (Ural ve Kılıç, 2013: 249). Korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirledikten sonra, belirlenen hipotezleri test etmek için regresyon analizi yapılmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizi ile ilgili önemli bir husus artık (residual) değerler arasında otokorelasyon (hataların bağımsızlığı) olmaması zorunluluğudur. Bu noktada en çok kullanılan Durbin Watson (DW) istatistiğidir. DW istatistiği, otokorelasyonu saptamak için kullanılmaktadır. DW katsayısı, 0 ile 4 arasında bir değer alabilmektedir. İki terimin birbirinden tamamen bağımsız olduğu durumlarda bu değer 2'ye yaklaşır. Bu durumda, artık değerler arasında otokorelasyon (hataların bağımsızlığı) olmadığı ifade edilir (Eroğlu, 2016: 227). Çoklu bağıntı sorunu olup olmadığını incelemek için VIF ve tolerans değerlerine bakılır. Modeldeki VIF değerleri 10'un altında olmalıdır. Tolerans değeri 0,20'den büyük olmalıdır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 269). Bu değerlere göre çoklu bağıntı sorunu olmadığı söylenebilir.

Regresyon analizi çeşitleri basit regresyon analizi, çoklu regresyon analizi ve hiyerarşik regresyon analizi biçimindedir. Hiyerarşik regresyon analizi, daha çok birtakım bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini kontrol etmek amacıyla kullanılmaktadır. Hiyerarşik regresyon analizinde bağımsız değişkenler gruplar halinde regresyon modeline sokulmaktadır. Dolayısıyla ikinci grupta modele girilen bağımsız değişkenlerin, birinci grupta modele girilen bağımsız değişkenlere kıyasla bağımlı değişken üzerinde ne kadar fazla etkisinin olduğu görülebilmektedir. Başka bir ifadeyle ilk grupta modele girilen bağımsız değişkenlerin etkisi kontrol altına alınmış olmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 268-276).

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle bu çalışmada **H1**, **H2** ve **H3** hipotezlerini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Yapılan regresyon analizleri aşağıdaki tablolarda ayrı ayrı verilmiş ve yorumlanmıştır.

➤ **Sosyal Sorumluluk Algısı – Örgütsel Sinizm Değişkenli Basit Regresyon Analizi**

Sosyal sorumluluk bağımsız değişkeninin örgütsel sinizm bağımlı değişkenini anlamlı şekilde yordayıp yordamadığı basit doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda tek modellenli bir yapı ortaya çıkmıştır. Analiz sonuçları tablo 2.13, 2.14 ve 2.15’te verilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 2. 13. Sosyal Sorumluluk-Örgütsel Sinizm Basit Doğrusal Regresyon Modeli Özeti

Model Summary ^b					
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası	Durbin-Watson
1	,162 ^a	,03	,02	4,93	1,56

a. Yordayıcılar: (Sabit), sosyal sorumluluk
b. Bağımlı Değişken: örgütsel sinizm

Tabloya göre DW katsayısı 1,56’dır. Bu değer 2’nin altında olduğu için otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Tabloda değişkenler arası ilişkiyi gösteren R değerlerinin 0,03 olduğu görülmektedir. Basit doğrusal regresyon modelinin doğası nedeniyle, iki değişken arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson Korelasyon katsayısı ile aynıdır. Sonuçta iki değişken arasında pozitif bir ilişki vardır. Tablodaki R² değeri (R Square) ise bağımlı değişkendeki değişimlerin ne kadarının bağımsız değişken tarafından açıklandığını gösterir. Buna göre örgütsel sinizm değişkenindeki % 0,3’lük bir değişimin sosyal sorumluluk değişkenine bağlı olduğu söylenebilir. Düzeltilmiş R² değeri (R Square) ise bağımlı değişkendeki (örgütsel sinizm) varyansın ne kadarının bağımsız değişken (sosyal sorumluluk) tarafından açıklandığını gösterir. Modelin tahmin gücü % 0,2’dir. Yani örgütsel sinizm değişkenindeki % 0,2’lik varyansın sosyal sorumluluğa bağlı olduğu söylenebilir.

Tablo 2. 14. Örgütsel Sinizm-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları

ANOVA ^a						
Model		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
1	Regresyon	328,90	1,00	328,89	12,51	,00 ^b

	Residual (Artık)	12126,49	498,00	24,35		
	Toplam	12455,39	499,00			
a. Bağımlı Değişken: örgütsel sinizm						
b. Yordayıcılar: (Sabit), sosyal sorumluluk						

Yukarıdaki tabloda ise basit doğrusal regresyon modelinin anlamlılık sonucunu gösteren ANOVA sonuçları yer almaktadır. İlk bakılması gereken tablodur. Çünkü bu tablo gözlemlenen değerlerin regresyon modeline ne kadar uyum sağladığı konusunda bilgi verir. Modelin anlamlılığı bağımlı değişkendeki (Örgütsel Sinizm) varyansın model tarafından ne kadar iyi açıklandığını gösterir. Tablodaki anlamlılık değeri (p) 0,05 değerinden ne kadar küçükse, regresyon modelinin bağımlı değişkendeki varyansı o kadar iyi açıkladığı anlaşılır. Buna göre, basit doğrusal regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır [F (1,498) = 12,51; p<0,01].

Tablo 2. 15. Örgütsel Sinizm-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modeline Ait Katsayılar

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayısı	t	p	Tolerans Değeri	VIF Değeri
		β	Std. Hata					
1	(Sabit)	17,71	1,483		11,95	,00		
	Sosyal sorumluluk	,23	,03	,162	3,,68	,00	1,00	1,00

a. Bağımlı Değişken: örgütsel sinizm

Tablo 2.15'te ise basit doğrusal regresyon modelinin katsayıları görülmektedir. Tabloya göre bulgular incelendiğinde modelde VIF değerleri en üst sınır olarak kabul edilen 10'un altındadır. En düşük tolerans değeri en alt sınır değer olan 0,20'den yüksektir. Bu nedenle modelde çoklu bağıntı sorunu bulunmamaktadır. Tablodaki standardize edilmemiş katsayılar (Unstandardized Coefficients) regresyon modeline ait denklemlerde kullanılacak katsayılardır (Gürbüz ve Şahin, 2017). Başka bir ifadeyle, bağımlı (örgütsel sinizm) değişkenin gerçek değerini bilmiyorsak, bu katsayıları kullanarak (bağımsız değişkene (sosyal sorumluluk algısı) ait katsayı ile sabit katsayı) bağımlı değişkenin alacağı değeri tahmin edebiliriz. Regresyon analizi sonuçlarına göre, örgütsel sinizm puanını açıklayan regresyon denklemi şu şekildedir:

$$\text{Örgütsel Sinizm} = 17,71 + (0,23 \text{ Sosyal Sorumluluk}).$$

Yukarıdaki tabloya göre, bağımsız değişkendeki bir standart sapmalık değişme, bağımlı değişkendeki 0,23'lik standart sapma oranında değişmeye neden olmaktadır. Tablodaki 0,23 katsayısı, sosyal sorumlulukta ki bir birimlik standart sapma oranında artış olduğunda, Örgütsel sinizm'in standart sapmasında % 23'lük artış olacağını göstermektedir. Tablodaki son iki sütun ise katsayıların anlamlılıkları (p) hakkında bilgi vermektedir. Analiz sonucunda, beklenenin aksine sosyal sorumluluğun örgütsel sinizmi pozitif olarak etkilediği görülmüştür ($\beta = 0,23$; $p < 0,01$). Bu yüzden araştırmanın *birinci* hipotezi ret edilmiştir.

➤ Sosyal Sorumluluk Algısı – Pozitif Psikolojik Sermaye Değişkenli Basit Regresyon Analizi

Sosyal sorumluluk algısı değişkeninin pozitif psikolojik sermaye değişkenini anlamlı şekilde yordayıp yordamadığı basit doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir.

Analiz sonucunda tek modellenli bir yapı ortaya çıkmıştır. Analiz sonuçları tablo 2.16, 2.17 ve 2.18’de verilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 2. 16. Sosyal Sorumluluk-Pozitif Psikolojik Sermaye Basit Doğrusal Regresyon Modeli Özeti

Model Summary ^b					
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası	Durbin-Watson
1	,387 ^a	,15	,15	8,00	1,63

a. Yordayıcılar: (Sabit), sosyal sorumluluk
b. Bağımlı Değişken: pozitif psikolojik sermaye

Tabloya göre DW katsayısı 1,63’dır. Bu değer 2’nin altında olduğu için otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Yukarıdaki tabloda değişkenler arası ilişkiyi gösteren R değerlerinin 0,39 olduğu görülmektedir. Tablodaki Düzeltilmiş R2 değeri bağımlı değişkendeki (pozitif psikolojik sermaye) varyansın ne kadarının bağımsız değişken (sosyal sorumluluk algısı) tarafından açıklandığını gösterir. Modelin tahmin gücü % 15’dir. Yani pozitif psikolojik sermaye değişkenindeki % 15’lik varyansın sosyal sorumluluğa bağlı olduğu söylenebilir.

Tablo 2. 17. Pozitif Psikolojik Sermaye-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları

ANOVA ^a						
Model		Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	p
1	Regresyon	5628,11	1,00	56,28	87,96	,00 ^b
	Residual (Artık)	31863,35	498,00	63,98		
	Toplam	37491,46	499,00			

a. Bağımlı Değişken: pozitif psikolojik sermaye
b. Yordayıcılar: (Sabit), sosyal sorumluluk

Modelin anlamlılığı bağımlı değişkendeki varyansın model tarafından ne kadar iyi açıklandığını gösterir. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır [F (1,498) = 87,96; p<0,01].

Tablo 2. 18. Pozitif Psikolojik Sermaye-Sosyal Sorumluluk Basit Doğrusal Regresyon Modeline Ait Katsayılar

Coefficients ^a								
Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayısı	t	p	Tolerans Değeri	VIF Değeri
		β	Std. Hata					
1	(Sabit)	76,45	2,402		31,83	,00		

Sosyal sorumluluk	,94	,10	,387	9,79	,00	1,00	1,00
a. Bağımlı Değişken: pozitif psikolojik sermaye							

Tabloya göre bulgular incelendiğinde modelde VIF değerleri en üst sınır olarak kabul edilen 10'un altındadır. En düşük tolerans değeri en alt sınır değer olan 0,20'den yüksektir. Bu nedenle modelde çoklu bağıntı sorunu bulunmamaktadır. Regresyon analizi sonuçlarına göre, pozitif psikolojik sermaye puanını açıklayan regresyon denklemi şu şekildedir:

$$\text{Pozitif psikolojik sermaye} = 76,45 + (0,94 \text{ Sosyal Sorumluluk}).$$

Yukarıdaki tabloya göre, bağımsız değişkendeki bir standart sapmalık değişme, bağımlı değişkendeki 0,94'lik standart sapma oranında değişmeye neden olmaktadır. Tablodaki 0,94 katsayısı, sosyal sorumlulukta ki bir birimlik standart sapma oranında artış olduğunda, pozitif psikolojik sermayenin standart sapmasında %94'lük artış olacağını göstermektedir. Tablodaki son iki sütun ise katsayıların anlamlılıkları (p) hakkında bilgi vermektedir. Analiz sonucunda, sosyal sorumluluğun pozitif psikolojik sermayeyi pozitif olarak etkilediği görülmüştür ($\beta = 0,23$; $p < 0,01$). Bu yüzden araştırmanın *ikinci* hipotezi kabul edilmiştir.

➤ Pozitif Psikolojik Sermaye – Örgütsel Sinizm Değişkenli Basit Regresyon Analizi

Pozitif psikolojik sermaye bağımsız değişkeninin örgütsel sinizm bağımlı değişkenini anlamlı şekilde yordayıp yordamadığı basit doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda tek modellenmiş bir yapı ortaya çıkmıştır. Analiz sonuçları tablo 2.19 ve 2.20'de verilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 2. 19. Örgütsel Sinizm-Pozitif Psikolojik Sermaye Basit Doğrusal Regresyon Modeli Özeti

Model Summary ^b					
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası	Durbin-Watson
1	,044 ^a	,00	,00	5,00	1,50
a. Yordayıcılar: (Sabit), pozitif psikolojik sermaye					
b. Bağımlı Değişken: örgütsel sinizm					

Tabloya göre DW katsayısı 1,50'dir. Bu değer 2'nin altında olduğu için otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Tablo 2.19'da değişkenler arası ilişkiyi

gösteren R değerlerinin 0,04 olduğu görülmektedir. Tablodaki Düzeltilmiş R2 değeri bağımlı değişkendeki varyansın ne kadarının bağımsız değişken tarafından açıklandığını gösterir. Modelin tahmin gücü % 0'dır. Yani örgütsel sinizm değişkenindeki %0'lık bir varyansın olması nedeniyle bu değişkenin pozitif psikolojik sermayeye bağlı olmadığı söylenebilir.

Tablo 2. 20. Örgütsel Sinizm- Pozitif Psikolojik Sermaye Basit Doğrusal Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları

ANOVA ^a						
Model		Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	p
1	Regresyon	23,12	1,00	24,11	0,96	,33 ^b
	Residual (Artık)	12431,28	498,00	24,96		
	Toplam	12455,39	499,00			
a. Bağımlı Değişken: pozitif psikolojik sermaye						
b. Yordayıcılar: (Sabit), sosyal sorumluluk						

Modelin anlamlılığı bağımlı değişkendeki varyansın model tarafından ne kadar iyi açıklandığını gösterir. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlı değildir. [F (1,498) = 0,96; p=,33]. Bu nedenle araştırmanın **üçüncü** hipotezi reddedilmiştir.

➤ **Çalışmanın son hipotezini (H4) test etmek amacıyla düzenleyici değişkenli hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır.**

Çalışmanın son hipotezi “pozitif psikolojik sermaye, sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide düzenleyici etkiye sahiptir” şeklindedir. Düzenleyici modelin testi için yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçları aşağıda tablo 2.21, 2.22 ve 2.23’de verilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 2. 21. Sosyal Sorumluluk- Pozitif Psikolojik Sermaye- Örgütsel Sinizm Hiyerarşik Regresyon Modeli Özeti

Model Summary ^c										
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası	Değişim İstatistikleri					
					R ² deki Değişim	F deki Değişim	df1	df2	Sig. F deki Değişim	Durbin-Watson
1	,16 ^a	,03	,02	4,93	,03	13,51	1,00	498,00	,00	
2	,20 ^b	,04	,04	4,91	,01	6,97	1,00	497,00	,01	1,62
a. Yordayıcılar: (Sabit), Zscore(SS)										
b. Yordayıcılar: (Sabit), Zscore(PPS), Zscore(SS)										
c. Bağımlı Değişken: OS										

Tabloya göre DW katsayısı 1,62'dür. Bu değer 2'nin altında olduğu için otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Birinci model birinci grupta regresyona girilen değişkenleri (bağımsız değişken olan sosyal sorumluluk ile düzenleyici değişken pozitif psikolojik sermaye), ikinci model ise birinci gruptakilerle birlikte ikinci grupta regresyona girilen etkileşimsel terimi (sosyal sorumluluk ile pozitif psikolojik sermaye çarpımı) kapsamaktadır. Modellere R² değerlerine baktığımızda; birinci modelde girilen değişkenlerin (pozitif psikolojik sermaye ile sosyal sorumluluk) bağımlı değişkendeki (örgütsel sinizm) değişimin %0,3'ünü açıklamaktadır. İkinci model, girilen etkileşimsel terimle (sosyal sorumluluk ile pozitif psikolojik sermaye çarpımı) bağımlı değişkendeki (örgütsel sinizm) değişimin %0,4'ünü açıklamaktadır. R² değişimi, ikinci modelde girilen etkileşimsel terimin birinci modelde girilen değişkenlere ilave olarak bağımlı değişkendeki varyansın ne kadarını açıkladığını göstermektedir. Bu her iki model içinde aynıdır.

Tablo 2. 22. Sosyal Sorumluluk-Örgütsel Sinizm-Pozitif Psikolojik Sermaye Hiyerarşik Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları

ANOVA ^a						
Model		Kareler Toplamı	Df	Karelerin Ortalaması	F	P
1	Regresyon	328,90	1,00	328,90	13,51	,00 ^b
	Residual (Artık)	12126,49	498,00	24,35		
	Toplam	12455,39	499,00			
2	Regresyon	496,57	2,00	248,28	10,32	,00 ^c
	Residual (Artık)	11958,82	497,00	24,062		
	Toplam	12455,39	499,00			
a. Bağımlı Değişken: OS						
b. Yordayıcılar: (Sabit), Zscore(SS)						
c. Yordayıcılar: (Sabit), Zscore(PPS), Zscore(SS)						

Tablo 2.22'de yer alan modellerin anlamlılık sonuçlarını gösteren ANOVA sonuçları yer almaktadır. Modelin anlamlılığı bağımlı değişkendeki (örgütsel sinizm) varyansın model tarafından ne kadar açıklandığını gösterir. Tablodaki anlamlılık değeri (Sig.) 0,05 değerinden ne kadar küçükse, regresyon modelinin bağımlı değişkendeki varyansı o kadar iyi açıkladığı anlaşılır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 295). Buna göre her iki modelinde anlamlı sonuç verdiği görülmüştür (p<0,01).

Tablo 2. 23. Sosyal Sorumluluk-Örgütsel Sinizm-Pozitif Psikolojik Sermaye Hiyerarşik Regresyon Modeline Ait Katsayılar

Model		Coefficients ^a						
		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	P	Tolerans Değeri	VIF Değeri
		B	Std. Hata	Beta				
1	(Sabit)	17,7	1,48		11,95	,00		
	Zscore(ss)	,23	,06	,16	3,68	,00	1,00	1,00
2	(Sabit)	23,26	2,56		9,06	,00		
	Zscore(ss)	,30	,07	,21	4,43	,00	,85	1,18
	Zscore(pps)	-,07	,03	-,13	-2,64	,01	,85	1,18

a. Bağımlı Değişken: OS

Tabloya göre bulgular incelendiğinde modelde VIF değerleri en üst sınır olarak kabul edilen 10'un altındadır. En düşük tolerans değeri en alt sınır değer olan 0,20'den yüksektir. Bu nedenle modelde çoklu bağıntı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 2.23'de ise hiyerarşik regresyon analizine göre modeller bazında katsayılar görülmektedir. Düzenleyici model testi kapsamında yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarında katsayılar tablosunda "standardize edilmemiş katsayılar" sütunundaki değerler yorumlanmalıdır. Bu değerler, regresyon modelinde bağımlı değişkeni açıklamada anlamlı katkıları olan değişkenleri göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 295). Tablodaki son iki sütun ise katsayıların anlamlılıkları (p) hakkında bilgi vermektedir. Birinci grupta modele girilen değişkenlerden sosyal sorumluluğun ($\beta=0,23$; $p<0,01$) örgütsel sinizm üzerinde anlamlı etkisi vardır. İkinci grupta modele girilen etkileşimsel terimle birlikte sonuçlara baktığımızda; birinci gruptaki değişkenlerden sosyal sorumluluğun ($\beta=0,30$; $p<0,01$) ve pozitif psikolojik sermayenin ($\beta= -0,07$; $p<0,01$) örgütsel sinizm üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmektedir. Görüldüğü üzere pozitif psikolojik sermaye değişkeninin girdiğinde β katsayısında değişim olmuştur. Bu durum sosyal sorumluluk ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkide pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici etkisi olduğunu göstermektedir. Bu yüzden **H4** hipotezi kabul edilmiştir.

Sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm ilişkisinde pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rolünü belirlemek için kurulan 4 hipotezle ilgili analiz sonuçları tablo 2.24'te verilmiştir.

Tablo 2. 24. Hipotez Sonuçları

HİPOTEZLER	SONUÇ
Hipotez 1: Sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	RET
Hipotez 2: Sosyal sorumluluk algısı ile pozitif psikolojik sermaye arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
Hipotez 3: Pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	RET
Hipotez 4: Pozitif psikolojik sermaye, sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide düzenleyici etkiye sahiptir.	KABUL

SONUÇ

Türkiye’de konaklama işletmeleri turizm sektöründe yaratılan katma değerın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu işletmelerin performansı genelde beklentilerin altında kalmaktadır. Performansın düşük olmasının nedenlerinden biri insan faktörünün geçmişe nazaran daha çok önem arz etmesidir. Çevresel faktörlerin ve iş yapma sistemlerinin değiştiği işletmelerde taklit edilemeyecek olan tek kaynak olarak insan kaynağı olabilir. İnsan faktörü, sadece birer emir komuta zinciri içindeki sembol değil aynı zamanda duygusal bir varlık ve her daim dikkate alınması gereken bir unsurdur.

Günümüz işletmelerinin birçoğunun çok kültürlü bir yapıya sahip olmaları, işletmelerin birden çok yerde iş yapmaları, çalışanların ülkenin hemen her yerinden gelebilmeleri gibi sebeplerle hem işgörenlerin farklılaşmasına hem de işlerde farklılaşmalara neden olmaktadır. Bu durum işletmelerdeki işgörenlerin algılarının farklı olabileceğini ve bu farklılıkların da işletmenin genel durumuna çeşitli şekillerde yansımalarının olabileceği düşündürmüştür. Çalışanların içinde yer aldıkları örgüte karşı olumsuz tutum ve davranışları olarak nitelendirilebilecek olan örgütsel sinizm özellikle son dönemde başarısız değişim yönetimleri ve krizler kaynaklı toplu işten çıkarmalar ağırlıklı kök nedeni olmak üzere çalışanlarda geçmişe oranla daha yüksek seviyede ortaya çıkmaya başlamıştır ve pozitif örgütsel davranış olarak sosyal sorumluluk algısını düşürdüğü düşünülmektedir.

Sosyal sorumluluk ise işletmelerin gönüllü olarak çeşitli çevresel, sosyal ve toplumsal konulara destek olmaları, sorunların çözümüne katkıda bulunmaları, ihtiyaç sahibi grupları gözetmeleri, sürdürülebilirlik ve kalkınma açısından gerekli yatırımları yapmaları ve tüm bunları kurumsal vatandaşlığın gereği olarak

sorumluluk bilinciyle ve toplum menfaatleri doğrultusunda yerine getirmek amacıyla yaptıkları çalışmalarıdır. Sosyal sorumluluk algısının oluşması ve yerine getirilebilmesi için işgörenlerin örgütlerine yönelik sinik davranışlarda bulunmaması gerektiği aynı zamanda işgörenlere pozitif psikolojik sermaye gücü sağlanmalıdır.

Bu çalışmada öngörölmüş olan araştırma hipotezlerini test etmek üzere istatistiksel analizler yapılmış ve elde edilen bulgulara göre, sosyal sorumluluk ile örgütsel sinizm arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir ($r=,16$; $p<0,01$). Yani sosyal sorumluluk arttıkça örgütsel sinizm de artmaktadır. Dolayısıyla “sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki vardır” hipotezi (H1) ret olmuştur. Bu çarpıcı sonucun elde edilmesinde içinde bulunduğumuz pandemi döneminin bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Yani çalışanlar işletme sahiplerinin ilk önce ekonomik sorumluluklarını yerine getirmelerini bekliyor olabilirler. Çünkü sosyal sorumluluk piramidinde de göröldüğü gibi birinci basamakta ekonomik sorumluluklar, en son basamağında ise sağduyu sorumluluklar yer alır. Bu zorlu dönemde işletmeler ancak yaşamlarını devam ettirme çabasında olup, çevreye karşı duyarlılıklarını ya da çalışanlarına karşı hassasiyetlerini kısmi ölçüde kaybetmiş olabilirler.

Elde edilen diğere bulgu ise, sosyal sorumluluk ile pozitif psikolojik sermaye arasında pozitif anlamlı yönlü bir ilişkinin olduğu saptanmıştır ($r= ,39$; $p<0,01$). Yani sosyal sorumluluk arttıkça psikolojik sermaye artmaktadır. Dolayısıyla “sosyal sorumluluk algısı ile pozitif psikolojik sermaye arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır” hipotezi (H2) kabul olmuştur. Genel olarak, sosyal sorumluluk algısı ve pozitif psikolojik sermaye arasındaki ilişkiyi inceleme konusunda literatürde eksiklikler bulunmasına rağmen, bu ilişkiyi destekleyici çalışmalar bulunmaktadır. Örneğın, kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş doyumunu, örgütsel bağlılık, işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık davranışları gibi, pozitif çalışan davranışlarını arttırdığı bulgusuna ulaşılmıştır (Farooq vd., 2014; Rupp vd., 2018). Aynı zamanda, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile çalışanların yaratıcılığı arasında olumlu yönde bir ilişki olduğu

sonucuna varılmıştır (Brammer vd., 2015; Hur vd., 2018). Bu bulgular çalışmamızın bulgularını destekler niteliktedir.

Ulaşılan bir başka sonuç ise, pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel sinizm arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığıdır ($r = -.03$; $p > 0,01$). Dolayısıyla “pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki vardır” hipotezi (H3) ret olmuştur. Çalışmamızın sonuçları Karacaoğlu ve İnce (2013)’nin çalışmalarıyla tamamen zıt sonuçlar içermekte olup, pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerinde negatif yönlü bir etkisinin bulunduğu ifade edilmiştir. Pozitif örgütsel davranış değişkenlerinin bir bütün olarak ele alınmasıyla ifade edilen psikolojik sermayenin, örgütsel sinizm üzerindeki etkisinin incelendiği araştırmalarda elde ettiğimiz bulguları desteklememektedir (İnce, 2012; Avey, Wernsing ve Luthans, 2008; Çalışkan, 2014; Şen ve Mert, 2019; Uygungil ve İşcan, 2018).

İşgörenlerin pozitif psikolojik sermaye düzeylerinin bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkide düzenleyici etkisini belirlemek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmanın ana amacına yönelik yapılan analizler sonucunda ise sinizmin sosyal sorumluluk algısını olumsuz etkilediği, çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeyleri yükseldikçe sosyal sorumluluk davranışlarının arttığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, “pozitif psikolojik sermaye, sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkide düzenleyici etkiye sahiptir” hipotezi (H4) kabul edilmiştir. Yani sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkinin kurulmasında pozitif psikolojik sermaye rol oynamıştır. Pozitif psikolojik sermayenin çalışan memnuniyeti sağlaması, stres ve iş yoğunluğu gibi zor durumlarda çalışanların daha dayanıklı olmasını sağlanması gibi özellikleri bu düzenleyici etkiyi sağlamış olabilir. Bu sonuç, psikolojik sermayenin düzenleyici etkisi bakımından Tokmak (2014)’ın, Aslan ve Mert (2019)’un yapmış olduğu çalışma ile uyumludur.

Konaklama işletmeleri yöneticileri ve çalışanlarına araştırma sonuçlarından hareketle sosyal sorumluluk algısı oluşturmada örgütsel sinizm ve pozitif psikolojik sermaye konusunda şu önerilerde bulunulabilir:

- Günümüzde çalışanların ve tüketicilerin işletmelerden beklenti içinde oldukları şeylerden birisi sosyal sorumluluk faaliyetleridir. İşletmelerin içinde bulunduğumuz bu zor dönemde yaşamını devam ettirebilmesi için daha fazla sosyal sorumluluk uygulamalarının benimsemesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. İşletmelerin sosyal sorumluluk algılarına dair tutum ve davranışları üzerine görgül araştırmalar yapılması önerilmektedir.

- Yöneticiler uzun vadeli stratejik planlamalarında sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer vererek, yalnızca müşterileri ile ilişkileri bakımından değil, aynı zamanda işgörenlerinin iş tatmini arttırması bakımından da dikkate almalıdır. Böylelikle iş tatmini artan işgören pozitif psikolojik sermayeye sahip olacak ve örgüte yönelik sinik davranışlarda bulunmayacaktır.

- İşgörenlerin pozitif psikolojik sermayelerini yükseltmek veya geliştirmek adına işletmeler sürekli gayret göstermelidirler. İşgörenler, pozitif psikolojik sermayelerini artırma uğraşları sonucunda güçlü ve zayıf taraflarını da fark edeceklerdir. Özellikle zayıf taraflarını fark eden ve bu eksiklikler ya da zayıflıklar doğrultusunda, örgütünün de desteği ile kendisini güçlendirmeye, geliştirmeye ve değiştirmeye çalışan işgören, işinde daha mutlu ve pozitif olacak, mutlu çalışan da daha verimli duruma gelecektir. Diğer taraftan güçlü yönlerini fark eden işgören, bu yeteneklerini daha da geliştirmek isterken, örgütüne hangi zor durumlarda daha fazla faydalı olabileceğinin de farkına varacaktır. Bunlara ek olarak işgörenlerin performans değerlemeleri yapılırken, onların pozitif psikolojik sermayeleri göz önünde bulundurularak gerçek kapasitelerinin ve güçlü-zayıf taraflarının bilinmesi, her işgörenden istenilen şeyin objektif bir biçimde meydana getirilmesini sağlayacaktır.

- İşgörenlerin pozitif psikolojik sermayelerinin geliştirilmesi için (Luthans ve Youssef, 2004):

*Özyeterliliklerinin artması için, ustalık deneyimleri, dolaylı öğrenme (modelleme), sosyal ikna ve olumlu geri bildirim sağlanabilir.

*Umut düzeylerinin geliştirilmesi için, hedef belirleme, acil durum planlaması, güven ortamının oluşturulması, zihinsel provalar yapılabilir.

*İyimserliklerini geliştirmek için, geçmişe karşı hoşgörünün sağlanması, şimdiki zaman için takdir, gelecek için fırsat oluşturma, gerçekçi ve esnek bakış açıları sağlanabilir.

*Dayanıklılıklarının geliştirilmesi için ise, varlık odaklı stratejiler, risk odaklı stratejiler, süreç odaklı stratejiler uygulanabilir.

- İnsan kaynağını önemsemeyen, gelişmesine olanak sağlamayan örgütlerin yaptığı faaliyetleri verimli bir şekilde yürütmesi olanaksızdır. Bu noktadan hareketle araştırmada katılımcıların örgütsel sinizm ifadelerine yönelik şu önerilerde bulunulabilir:

- ✓ İşgörenlerin bireysel gelişimleri adına fırsatlar sunarak onlara özgüven sağlamak,
- ✓ Otoriter yönetim tarzından sakınarak esnek çalışma teknikleri geliştirmek
- ✓ Alınacak kararlara işgörenlerin fikirlerini dâhil etmek,
- ✓ İşgörenlerin motivasyonlarını artırmak için sosyal etkinliklere vakit ve imkân sağlamak.

- İşgörenlerin hem yöneticilere hem de kurumlarına güven hissedebilecekleri politika ve uygulamaları hayata geçirmeleri, kurumsal başarı açısından da önem taşımaktadır. Bu süreç içerisinde çalışanların kuruma olan bağlılıklarının artırılabilmesi yönünde kurumsal etkinliklerin, kişisel eğitimlerin düzenlenmesi işgörende aidiyet hissini artırabilir. Kurum içerisindeki güven duygusu yükseltilmelidir.

- Pozitif psikolojik sermayenin odağında bireyin başarısının devamı için karşılaştığı problemlerin üstesinden gelebilmesi, büyük amaçlara varabilmesi, günümüzde ve ilerleyen dönemlerde başarılı olabileceğine yönelik inancının bulunması ve başarılı olma beklentisine sahip olması için psikolojisinin “olumlu” yönde şekil alması amacı vardır. Dolayısıyla işgörenlerin pozitif psikolojik sermaye biçiminde başarılı olması için örgütteki çalışanlar yönetim tarafından olumlu, destekleyici, cesaretlendirici, ekip desteği veya katılım esnekliği sağlanabilir. Böylelikle kişinin bireysel özelliklerinde (psikolojik sermaye) bir artış, iş ve performans verimliliğinde potansiyel yükseltilebilir.

- İşgörenlerin çalışma hayatında performansını artırıcı ve sosyal sorumluluk algıları üzerinde etkili olan öz yeterlilik ve psikolojik dayanıklılık özelliklerinin, bir diğer ifadeyle pozitif psikolojik sermayelerinin ya da kapasitelerinin ölçülmesi ve yetersizlikler görülmesi durumunda verilecek eğitimlerle bunların giderilmesi ve geliştirilmesinin sağlanması, günümüz rekabet koşullarında örgütler adına son derece önem verilmesi gereken bir husus olmalıdır.

Bu çalışmanın kapsadığı değişkenler ve analiz yöntemleri bakımından pek çok güçlü yanı olmasına rağmen yönetim ve örgütsel davranış yazınındaki her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları mevcuttur. Birincisi bu çalışma Covid-19 pandemi döneminde gerçekleştiğinden dolayı konaklama işletmelerinin bir kısmı kapalı olduğundan örneklem, nispeten kabul edilebilir niteliktedir. Konaklama işletmelerindeki çalışanların büyük bir kısmı izinli olduğundan anket uygulanacak, personel bulmakta güçlük çekilmiştir. İkincisi, katılımcılara kişisel bilgilerinin paylaşılmayacağı söylenmesine rağmen bazı çalışanlar anketi yapmayı istememiş, bazı çalışanlar ise kuruma karşı negatif duygu ve düşüncelerini paylaşmakta çekimser kalmışlardır. Bu çalışma teorik olarak literatüre katkı sağlasa da teoriye katkı yapacak daha kapsamlı araştırmalara gereksinim duyulmaktadır.

Bu çalışmada pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici etkisiyle sosyal sorumluluk algısının örgütsel sinizm üzerindeki etkisi ele alınmaktadır. Gelecekteki araştırmacılara yönelik şu önerilerde bulunulabilir:

-Pozitif psikolojik sermaye ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasına yönelik kapsamlı çalışma yapılabilir.

-Sosyal sorumluluk algısının bireysel çıktılar üzerindeki etkilerin örgütsel kademeler açısından karşılaştırılmasına dair bir deneysel araştırma yapılabilir.

-Bu değişkenlere “kişilik” değişkeni de eklenerek kişiliğin alt boyutlarından içe dönük ve dışa dönük bireylerin hangisinde sosyal sorumluluk algısının daha fazla olduğu ya da hangisinde örgütsel sinizmin daha fazla meydana geldiği incelenebilir.

-Ayrıca bu değişkenlere “örgüt kültürü” de eklenebilir. Yenilikçi örgüt kültürünün sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem verdiği düşünülürse literatüre farklı bir boyut kazandırabilir.

KAYNAKÇA

Abaslı K (2018) Örgütsel dışlanma, işe yabancılaşma ve örgütsel sinizm ilişkisine yönelik öğretmen görüşleri. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Abraham R (2000) Organizational cynicism, bases consequences genetic. *Social and General Psychology Monographs* 126(3): 269-292.

Akçay VH (2011) Pozitif psikolojik sermayenin kişisel değerler bakımından iş tatminine etkisi ve bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.

Akdoğan AA, Polatçı S (2013) Psikolojik sermayenin performans üzerindeki etkisinde iş aile yayılımı ve psikolojik iyi oluşun etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 17(1): 273-294.

Akgül U (2009) Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına sosyal antropolojik bir yaklaşım. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 95-114.

Akıncı Vural ZB ve Coşkun G (2011) Kurumsal sosyal sorumluluk ve etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* (1): 64-65.

Akman Y, Korkut F (1993) Umut ölçeği üzerinde bir çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (9): 193-202.

Akmeşe H (2017) *Muhasebede Sosyal Yaklaşımlar* (Eğitim Yayınevi, Konya).

Aktan CC ve Börü D (2007) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* (İGİAD Yayınları, İstanbul).

Akyar H (2008) İşletmelerde sosyal sorumluluk üzerine bir alan çalışması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Kahramanmaraş.

Alakavuklar ON, Kılıçaslan S, Öztürk EB (2009) Türkiye'de hayırseverlikten kurumsal sosyal sorumluluğa geçiş: Bir kurumsal değişim öyküsü. *Yönetim Araştırmaları Dergisi* 9(2): 103-143.

Alan H, Fidanboy CÖ (2013) Sinizm, tükenmişlik ve kişilik arasındaki ilişkiler: bilişim sektörü çalışanları kapsamında bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (1): 165-176.

Anca CE, Roderick B (2007) The influence of brand image and company reputation where manufacturers market to small firms: a customer value perspective. *Industrial Marketing Management Journal* (36): 135-137.

Andersson LM (1996) Employee cynicism: An examination using a contract violation framework. *Human Relations* 49(11): 1395-1418.

Andersson LM, Bateman TS (1997) Cynicism in the workplace: Some Causes and effects. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior* 18(5): 449-469.

Anjum MA, Ahmed SJ, Karim J (2014) Do psychological capabilities really matter? The combined effects of psychological capital and peace of mind on work centrality and in-role performance. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* 8(2): 502- 520.

Arıkan S (1995) İşletmelerde sosyal sorumluluk ve iş ahlakı. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (13): 171-180.

Arslan FK, Boylu Y (2014) Örgütsel sinizm ve psikolojik sözleşme ihlali arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Journal of Recreation And Tourism Research* 1(2): 33-45.

Aslan H ve Mert İS (2019) Duygusal emek ile işe yabancılaşma ilişkisinde psikolojik sermayenin düzenleyici rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* 11(18): 1736-1772.

Avey JB, Patera JL, West BJ (2006) The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of Leadership and Organizational Studies* 13(2): 42-60.

Avey JB, Wernsing TS, Luthans F (2008a) Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science* (44): 48- 70.

Avey JB, Luthans F, Youssef CM (2008b) The additive value of positive states in predicting work attitudes and behaviors. Handbook. Lincoln. University of Nebraska, Leadership Institute Faculty Publications. 1- 45.

Avey JB, Luthans F, Smith RM, Palmer NF (2010) Impact of positive psychological capital on employee well-being over time. *Journal of Occupational Health Psychology* 15(1): 17–28.

Aydınlp GI (2013) *Halkla İlişkiler Ekseninde Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (Nobel Akademik Yayıncılık, İstanbul).

Balıkçioğlu B ve Karacaoğlu K (2007) Sosyal bir ürün olarak topluma pazarlanan hayırseverlik: stratejik hayırseverlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 9(2): 121-141.

Baran M ve Çelik Y (2017) The relationship between employee perceptions of corporate social responsibility and job satisfaction. *İş'te Davranış Dergisi* 2(1): 63-79.

Bardakçı Z (2005) İşletmelerde sosyal sorumluluk bilinci ve çalışanlara karşı olan sosyal sorumluluklar üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İzmir.

Başarı M (2003) İşletmelerin sosyal sorumluluğu ve halkla ilişkiler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Konya.

Bayraktaroğlu G, İlter B ve Tanyeri M (2009) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru* (Literatür Yayıncılık, İstanbul).

Berkman AÜ (2007) İşletmelerin toplumsal sorumluluğuna ilişkin Türkiye'deki akademik çalışmalardan bazı örnekler. *Bilkent Üniversitesi Yönetim Dergisi* 18(56): 3-9.

Brammer S, He H, Mellahi K (2015) Corporate social responsibility, employee organizational identification, and creative effort: The moderating impact of corporate ability. *Group & Organization Management* 40(3): 323-352.

Brandes P, Dharwadkar R, Dean JW (1999) Does organizational cynicism matter? Employee and supervisor perspectives on work outcomes. *Eastern Academy of Management Proceedings* (36): 1-33.

Cameron KS, Dutton JE ve Quinn RE (2003) *Positive Organizational Scholarship: Foundations of a New Discipline* (Berrett-Köhler Publishers Inc., San Francisco, CA).

Cameron KS, Dutton JE, ve Quinn RE (2003) An introduction to positive organizational scholarship. *Positive Organizational Scholarship* (3): 13.

Cameron KS, Spreitzer GM (2011) The Oxford handbook of positive organizational scholarship. *Oxford University Press*.

Can A (2016) *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi* (Pegem Akademi, Ankara).

Canbolat F (2014) Haset ve psikopatoloji ilişkisinin film örnekleriyle ele alınması. *AYNA Klinik Psikoloji Dergisi* 1(2): 16-17.

Carmeli A, Tishler A (2005) Perceived organizational reputation and organizational performance: an empirical investigation of industrial enterprises. *Corporate Reputation Review* 8(1): 13-20.

Carroll AB (1991) The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*.

Carroll AB (1998) The four faces of corporate citizenship. *Journal of Business and Society Review* 1(4): 1-7.

Carroll AB (1999) Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society* 38(3): 268-295.

Carroll AB, Buchholtz AK (2009) *Business and Society, Ethics and Stakeholder Management* (South-Western Pub, Mason).

Carroll BA, Shabana MK (2010) The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*: 85-105.

Cartwright S, Holmes N (2006) The meaning of work: the challenge of regaining employee engagement and reducing cynicism. *Human Resource Management Review* (16): 199–208.

Chiaburu DS (2013) Antecedents and consequences of employee organizational cynicism: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior* 2(83): 181-197.

Cingöz A ve Akdoğan AA (2012) İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: Kayseri İli'nde Bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16(3): 331-349.

Colquitt JA (2001) On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology* 86(3): 386-400.

Cooperrider DL, Srivastva S (1987) Appreciative inquiry in organizational life. *Research in Organizational Change and Development, Greenwich, CT: JAI Pres* (1): 129-169.

Coşkun G (2010) *Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk* (Nobel Yayın Dağıtım, Ankara).

Çakır Ö (2001) *İşe Bağlılık Olgusu ve Etkileyen Faktörler* (Seçkin Yayınevi, Ankara).

Çalışkan SC, Erim A (2010) Pozitif Örgütsel Davranış Değişkenleri (POD) ile Yeni Araştırma Modelleri Kurma Arayışları: POD'nin İşe Adanmışlık, Tükenmişlik ve Sinizm Üzerindeki Etkileri". 18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı içinde. (ss.658-670). Adana:18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi.

Çalışkan SC (2014) Pozitif örgütsel davranış değişkenleri ile yeni araştırma modelleri geliştirme arayışları: pozitif örgütsel davranış değişkenlerinin işe adanmışlık, tükenmişlik ve sinizm üzerine etkileri ve bu etkileşimde örgütsel adalet algısının aracılık rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16(3): 363-382.

Çelik M, Turunç Ö, Bilgin N (2014) Çalışanların örgütsel adalet algılarının psikolojik sermaye üzerine etkisi: Çalışanların iyilik halinin düzenleyici rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16(4): 559-585.

Çerik Ş, Özarslan E (2008) Çalışanların sosyal sorumluluk boyutlarına ilişkin algılamaları: İlaç sektöründe karşılaştırmalı bir uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi* 8(2): 587-604.

Çetin F, Yelolu HO, Basım HN (2015) Psikolojik dayanıklılığın açıklanmasında beş faktör kişilik özelliklerinin rolü: Bir kanonik ilişki analizi. *Türk Psikoloji Dergisi* 30(75): 81-92.

Çetinkaya FF (2014) Hizmet işletmelerinde psikolojik sözleşme ihlalleri ve örgütsel sinizm ilişkisi: Kapadokya bölgesi 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

Çiftçi E (2013) Genel sinizmin ve örgütsel sinizmin işe bağlılık düzeyine etkisi: Konya ilindeki otel çalışanları üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Çimen İ (2015) Öğretmenlerin psikolojik sermaye algısına ilişkin faktörlerin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Gaziantep.

Dahlsrud A (2006) How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* (15): 1-13.

Dawar N, Klein J (2004) Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product–harm crisis. *Research Marketing* 203-217.

Dean JJW, Brandes P, Dharwadkar R (1999) Organizational cynicism. *Academy of Management Review* 23(2): 341-352.

Delken M (2004) Organizational cynicism: A study among call centers. Unpublished Master Thesis, University of Maastricht.

Doğan SY (2009) İşletmelerde sosyal sorumluluk anlayışı ve kurumsal imaj ilişkisi: Balıkesir'deki banka müşterilerine yönelik yapılan bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Kayseri.

Doğan S ve Varinli İ (2010) İşletmelerde sosyal sorumluluk anlayışı ve kurumsal imaj ilişkisi: banka müşterilerine yönelik bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 6(2): 1-26.

Donaldson SI, Ko I (2010) Positive organizational psychology, behavior, and scholarship: A review of the emerging literature and evidence base. *The Journal of Positive Psychology* 5(3): 177-191.

Durmaz MG (2019) Örgüt iklimi ve pozitif psikolojik sermayenin etik davranışlar üzerindeki etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İşletmecilik Anabilim Dalı, Çanakkale.

Eaton JA (2000) Social motivation approach to organizational cynicism. Dissertation of Master of Arts, York University, Faculty of Graduate Studies, Toronto.

Erdirençelebi M, Yazgan E (2017) Mobbing, rgtsel sinizm, örgütsel bağlılık ve bunların algılanan çalışan performansı üzerine etkiler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 22(2): 267-284.

Erdoğan M (2015) Psikolojik sözleşme ihlali algısının örgütsel sinizm ve örgütsel bağlılık üzerine etkisi: konaklama işletmelerinde bir uygulama. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Erdoğmuş N ve Beyaz M (2002) Başarı değerlemede atfetme hatası ve bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 3(1): 65- 83.

Eren E (2000) *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası* (Beta Basım Yayım, İstanbul).

Erkmen T, Esen E (2013) Psikolojik sermaye leğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *neri Dergisi* 10(39): 23-30.

Erkuş A ve Fındıklı MA (2013) Psikolojik sermayenin iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi* 42(2): 302-318.

Erol M, Elagöz İ, şahbaz A (2009) Sosyal sorumluluk anlayışının işletmelerde algılanma düzeylerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. anakkale *Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İİBF Dergisi* 58-65.

Eroğlu A (2016) ok Değişkenli İstatistik Tekniklerin Varsayımları (Edi. şeref Kalaycı) *Spss Uygulamalı ok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde* (Asil Yayın Dağıtım Ltd. şti., Ankara) 206-234.

Ersöz HY (2009) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmelerde İş Etiği* (İstanbul Ticaret Odası, İstanbul).

Ersöz HÖ (2014) Kurumsal toplumsal sorumluluk: aydın organize sanayi bölgesinde üretim işletmeleri örneği. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Aydın.

Farooq O, Payaud M, Merunka D, Valette-Florence P (2014) The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: exploring multiple mediation mechanisms. *Journal of Business Ethics* (125): 563–580.

Fredrickson BL (2001) The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist* (56): 218–226.

Gardner WI, Schermerhorn JR (2004) Performance gains through positive organizational behavior and authentic leadership. *Organizational Dynamics* 33(3): 270-281.

Gardner CR (2010) *Motivation and Second Language Acquisition* (Peter Lang Inc., Newyork).

Gefen D, Ridings CM (2002) Implementation team responsiveness and user evaluation of customer relationship management: A quasi-experimental design study of social exchange theory. *Journal of Management Information Systems* 19(1): 47-69.

Gohel K (2012) Psychological capital as a determinant of employee satisfaction. *International Referred Research Journal* 3(36): 34-37.

Gooty J, Gavin M, Johnson PD, Frazier ML, Snow DB (2009) Transformational leadership, positive psychological capital, and performance. *Journal of Leadership & Organizational Studies* 15(4): 353-367.

Gouldner AW (1960) The norm of reciprocity a preliminary statement. *American Sociological Review* 25(2): 161-178.

Görmen M (2012) Örgüt kültürünün örgütsel sinizm tutumları üzerine etkisi ve bir uygulama. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Görmen M (2017) Örgüt kültürünün örgütsel sinizm tutumları üzerine etkisi. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* 8(15): 1-10.

Güler S (2014) Örgütlerde güven algılamasının örgütsel sinizm üzerine etkisi ve bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Denizli.

Güney C (2011) Kurumsal sosyal sorumluluk alanları açısından çevre muhasebesi. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi* 7(25): 67-79.

Gürbüz S, Şahin F (2017) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Felsefe-Yöntem-Analiz)* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).

Hui Q, Cao X, Lou L, He H (2014) Empirical research on the influence of organizational support on psychological capital. *American Journal of Industrial and Business Management* (4): 182-189.

Hur WM, Moon TW, Ko SH (2018) How employees' perceptions of CSR increase employee creativity: Mediating mechanisms of compassion at work and intrinsic motivation. *Journal of Business Ethics* 153(3): 629-644.

Işık V (2013) Kurumsal sosyal sorumluluğun değiştirdiği çalışma kavramı ve yeni bir çalışma alanı olarak sosyal girişimler. *Sosyal Güvenlik Dergisi* 3(1): 101-131.

İbicioğlu H ve Avcı U (2003) Turizm işletmelerinde kurumsal imajı oluşturan faktörlere ve kurumsal iletişim rolüne yönelik inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 8(2): 23-41.

İnce F (2012) Pozitif rgtsel davranışın örgütsel sinizm üzerindeki etkileri: Kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinde bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Nevşehir.

James MSL (2005) Antecedents and consequences of cynicism in organizations: an examination of the potential positive and negative effects on school . Unpublished Doctoral Dissertation. The Florida State University.

Johnson JJ, O'Leary-Kelly AM (2003) The effects of psychological contract breach and organizational cynicism: not all social exchange violations are created equal. *Journal of Organizational Behavior* (24): 627-647.

Kalağan G (2009) Araştırma görevlilerinin örgütsel destek algıları ile örgütsel sinizm tutumları arasındaki ilişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Kalağan G ve Güzeller CO (2010) Öğretmenlerin örgütsel sinizm düzeylerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (27): 83- 97.

Kanten P (2016) *Pozitif Örgütsel Davranışın Doğuşu ve Gelişimi* (Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara).

Karacaoğlu K, İnce F (2013) Pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerindeki etkileri: Kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 18(1): 181-202.

Karaismailoğlu İ (2006) İşletmelerin sosyal sorumlulukları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.

Kaya ŞD, Zerenler M (2014) *Çalışma Hayatında Psikolojik Sermaye, Mesleki Bağlılık ve Kariyer Planlamasına Genel Bakış* (Nobel Yayınları, Ankara).

Kaur J, Amin S (2017) Psychological capital and stress among school students. *Indian Journal of Positive Psychology* 8(4): 495-499.

Kesen M ve Akyüz B (2015) Akademik özyeterlik algısı, örgütsel güven ve örgütsel sinizm ilişkisinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 19(3): 47- 68.

Kesen M, Kaya N (2016) Çalışan performansının örgütsel imaj ve psikolojik sermaye bağlamında incelenmesi: vakıf üniversiteleri örneği. *International Journal of Social Science* (46): 187-198.

Keser S, Kocabaş İ (2014) İlköğretim okulu yöneticilerinin otantik liderlik ve psikolojik sermaye özelliklerinin karşılaştırılması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* 20(1): 1-22.

Ko SH, Moon TW ve Hur WM (2017) Bridging service employees perceptions of CSR and organizational citizenship behavior: The moderated mediation effects of personal traits. *Current Psychology* February, 1-16.

Kochan T, Rubinstein S (2000) Toward a stakeholder theory of the firm: the saturn partnership. *Organizational Science* 11(4): 367-386.

Korkmaz S (2009) *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları* (Umuttepe Yayınları, Kocaeli).

Korkmaz O (2014) Öğretmenlerin psikolojik sermaye algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki. Yüksek Lisans Tezi, Zirve Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sınıf Öğretmenliği Anabilim Dalı, Gaziantep.

Korucu G (2016) Pozitif psikolojik sermaye bağlamında hizmet sektörlerinde kadın işgücünün iş tatminini etkileyen faktörler: Çanakkale ili örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Kotler P ve Caslione JA (2009) *Kaos Yönetimi: Çalkantılar Çağında Yönetim ve Pazarlama*, çev. Kıvanç Dünder. (Optimist Yayınları, İstanbul).

Kotler P ve Lee N (2008) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, çev. Sibel Kaçamak. (Mediacat Kitapları, İstanbul).

Köse S (2018) Örgütsel adaletsizlik ve sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizm aracılık rolü. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Sakarya.

Kutunis RÖ, Çetinel E (2010) Adaletsizlik algısı sinizmi tetikler mi? Bir örnek olay. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 26(1): 186-195.

Kutunis RÖ, Yıldız E (2014) Pozitif psikoloji ile pozitif örgütsel davranış ilişkisi ve pozitif örgütsel davranış boyutları üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Vizyoner Dergisi* 11(5): 135-154.

Larson M ve Luthans F (2006) Potential added value of psychological capital in predicting work attitudes. *Journal Of Leadership & Organizational Studies* 13(1): 75-87.

Linley A, Joseph S, Harrington S, Wood A (2006) Positive psychology: Past, present, and (possible) future. *The Journal of Positive Psychology* 3-16.

Luthans F (2002) The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior* 23(6): 695-706.

Luthans F ve Jensen SM (2002) Hope: A new positive strength for human resource development. *Human Resource Development Review* (1): 304-322.

Luthans F ve Youssef CM (2004) Human, social and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics* 33(2): 143-160.

Luthans F, Avolio BJ, Walumbwa FO, Li W (2005) The psychological capital of chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review* 1(2): 249-271.

Luthans F, Avolio BJ, Avey JB, Norman SM (2007) Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology* 60(3): 541-572.

Luthans F, Youssef CM, Avolio BJ (2007) Psychological capital: Developing the human competitive edge. (Oxford University Press, Oxford).

Luthans F, Norman SM, Avolio BJ ve Avey JB (2008) The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate: Employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior* 29(2): 219- 238.

Luthans F, Avolio BJ (2009) The “point” of positive organizational behavior”. *Journal of Organizational Behavior* (30): 291-307.

Luthans F, Avey JB, Avolio BJ, Peterson SJ (2010) The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human Resource Development Quarterly* 21(1): 41-67.

Maignan I, Ferrell OC (2000) Measuring corporate citizenship in two countries: The case of the United States and France. *Journal of Business Ethics* 23(3): 283-297.

Massie JL (1983) *İşletme Yönetimi*, çev. Şan Özalp. (Bayteş Yayınları, Eskişehir).

Mirvis PH, Kanter DL (1991) Beyond demography: A psychographic profile of the workforce. *Human Resource Management* 30(1): 45-68.

Mirvis PH, Kanter DL (1989) Combatting cynicism in the workplace. *Global Business and Organizational Excellence* 8(4): 377- 394.

Mirzayeva G, Gök DK, Oruç MC, Batman O (2016) Turizm işletmelerinde sosyal sorumluluk yaklaşımları: 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *TÜBAV Bilim* 9(4): 23-30.

Morrison EW, Milliken FJ (2000) Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management Review* 25(4): 706-725.

Mumcu A (2018) Örgüt ikliminin örgütsel sinizm üzerindeki etkisinde izlenim yönetimi taktikleri ve lider-üye etkileşiminin aracılık rolü. Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Tokat.

Murat S (2008) *İş Ahlakı ve İş Uygulamaları* (İgiad Yayınları, İstanbul).

Nalbant E (2005) İşletmelerde sosyal sorumluluk ve iş ahlakı. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi* 12(1): 193-201.

Naus F, Van Iterson A, Roe R (2007) Organizational cynicism: Extending the exit, voice, loyalty, and neglect model of employees responses to adverse conditions in the workplace. *Human Relations* 60(5): 683-718.

Negiz N (2015) Türk Kamu Yönetimi Anlayışında Sosyal Sorumluluk (Pelikan Yayıncılık, Ankara).

Nemati M (2015) Study the of organizational socialization, psychological capital, knowledge sharing and trust on employees' tendency to organizational innovation. Applied mathematics in Engineering, Management and Technology.

Nunnally JC (1978) *Psychometric Theory. Second Edition* (McGraw Hill Inc., New York).

Organ D (1998) *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrom* (Lexington Books, Lexington).

Özdemir HÖ (2007) Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarının örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi: Opet çalışanlarına yönelik uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özdevecioğlu M (2003) Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 18(2): 113-130.

Özgener Ş (2000) İş ahlakı ve sosyal sorumluluk: imalat sanayiinde bir uygulama. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Konya.

Özgener Ş (2002) İmalat sanayi işletmelerindeki kamu ve özel sektör yöneticilerinin iş ahlakına ilişkin tutumları. *Amme İdaresi Dergisi* 35(1): 167-180.

Özgener Ş (2004) *İş Ahlakının Temelleri* (Nobel Yayınevi, İstanbul).

Özgener Ş (2014) *İş Ahlakının Temelleri, Yönetmel Bir Yaklaşım* (Nobel Yayınları, Ankara).

Özgener Ş, Demirtaş Ö ve Ulu S (2013) Kişi-Çevre Uyumu İle Sosyal Tembellik İlişkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü, 1. Örgütsel Davranış Kongresi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, (15-16 Kasım): 404-412.

Öztürk A (2010) İşletmelerde sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların performansına etkileri üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı, İzmir.

Öztürk C, Torlak Ö, Tokgöz N, Ayman M, Özgen E (2013) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir).

Paköz G (2011) Öğretmenlerin Malcolm Baldrige Mükemmellik Modeli algılarının ölçülmesi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı, İzmir.

Pelit E, Keleş Y, Çakır M (2009) Otel işletmelerinde sosyal sorumluluk uygulamalarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi* 16(2): 19-30.

Pelit N ve Pelit E (2014) *Örgütlerde Kansere Yapıcı İki Başat Faktör: Mobbing ve Örgütsel Sinizm* (Detay Yayıncılık, Ankara).

Podsakoff PM, Mackenzie SB, Paine JB, Bachrach DG (2000) Organizational citizenship behaviors: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*: 513-563.

Reichers AE, Wanous JP, Austin JT (1997) Understanding and managing cynicism about organizational change. *The Academy of Management Executive* 11(1): 48-59.

Robbins SP (1990) *Organization Theory: Structures, Designs, and Applications* (Prentice Hall, New Jersey).

Robbins SP, Judge TA (2013) *Örgütsel Davranış* çev. İnci Erdem. (Nobel Yayınevi, Ankara).

Roca LC, Searcy C (2012) An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports. *Journal of Cleaner Production* (20): 103-118.

Royle MT, Hall AT, Hochwarter WA, Perrewé PL ve Ferris GR (2005) The interactive effects of accountability and job self-efficacy on organizational citizenship behavior and political behavior. *Organizational Analysis* 13(1): 53-71.

Rupp DE, Shao R, Skarlicki DP, Paddock EL, Kim, TY, Nadisic T (2018) Corporate social responsibility and employee engagement: The moderating role of CSR-specific relative autonomy and individualism. *Journal of Organizational Behavior* 39(5): 559- 579.

Sarıcı D (2015) Öğretmenlerin iş doyumunu ile pozitif psikolojik sermaye düzeylerine yönelik Görüşleri (İzmir- Foça ilçesi örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.

Seligman M (1998) *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life* (Pocket Books, New York).

Smagulova A (2011) İşletmelerin sosyal sorumluluk kampanyalarına karşı olan tüketici tutumlarının incelenmesi: Türkiye - Kazakistan örneği. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Şen C, Mert İ (2019) Psikolojik sermayenin iş tatmini, örgütsel bağlılık ve sinizm üzerindeki etkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7(4): 9-21.

Tayfun A, Çatır O (2014) Hemşirelerin örgütsel sinizm düzeylerinin incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 6(1): 347-365.

Temiz Ü (2016) Destekleyici Örgüt iklimi ve psikolojik sermayenin yenilikçilik eğilimine etkisi: görgül bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Tokgöz N, Yılmaz H (2008) Örgütsel sinizm: Eskişehir ve Alanya'daki otel işletmelerinde bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 8(2): 283-305.

Tokmak İ (2014) Duygusal emek ile işe yabancılaşma ilişkisinde psikolojik sermayenin düzenleyici etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 6(3): 134-156.

Torun Y (2016) Personel güçlendirme ve işten ayrılma niyeti ilişkisinde örgütsel sinizmin aracılık rolü: Örgütsel sinizm ölçeği geliştirmeye yönelik bir araştırma. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, İstanbul.

Tösten R (2015) Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermayelerine ilişkin algılarının incelenmesi. Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.

Tugade MM, Fredrickson BL (2004) Resilient individuals use positive emotions to bounce back from negative emotional experiences. *Journal of Personality and Social Psychology* (86): 320–333.

Türk M, Gök A (2010) Yeşil pazarlama anlayışı açısından üretici işletmelerin sosyal sorumluluğu. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 9(32): 199-220.

Türkmenoğlu İ (2012) *Pozitif Yönetim* (Elma Yayınevi, İstanbul).

Uğur G (2009) İşletmelerde iş ahlakı ve sosyal sorumluluk olgusu: kuram ve bankacılık sektöründe uygulama: Konya örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Konya.

Ural A, Kılıç İ (2013) *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi* (Detay Yayıncılık, Ankara).

Urgan S (2018) Sosyal sermaye ve pozitif psikolojik sermayenin kültürel zekâyla ilişkisine yönelik sağlık sektöründe uluslararası bir çalışma. Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Uyungil S (2017) Pozitif psikolojik sermaye ile çalışan tutumları arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Adana ilinde bir uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Uygunil S ve İşcan ÖF (2018) Pozitif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2(31): 435-453.

Uzun B (2010) Kurumsal sosyal sorumluluk projesi olarak “gönül köprüsü” projesinin değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Üreten Z (2016) Sağlık meslek gruplarının örgütsel sinizm düzeylerini ölçmeye yönelik bir araştırma: Kamu hastanesi ile özel hastane karşılaştırması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Vural ZBA ve Coşkun G (2011) Kurumsal sosyal sorumluluk ve etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* (1): 61-87.

Wanous JP, Reichers A, Austin J (1994) Organizational cynicism: an initial study. *Academy of Management Best Papers Proceedings* 269-273.

Wang DHM, Chen PH, Yu THK, Hsiao CY (2015) The effects of corporate social responsibility on brand equity and firm performance. *Journal of Business Research* 68(11): 2232–2236.

Williams Robert J, Schnake ME, Fredenberger W (2005) The impact of corporate strategy on a firms reputation. *Corporate Reputation Review* 187-200.

Wilson M (2003) Corporate sustainability: what is it and where does it come from?. *Ivey Business Journal*: 1-5.

Yaman A (2012) Halkla ilişkilerde etik değerler ve sosyal sorumluluk değer yargılarının uygulanabilirliği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 22(1): 160-165.

Yıldız H (2015) Pozitif psikolojik sermaye, örgütsel güven ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi: Bir alan araştırması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Yorulmaz F (2018) Pozitif psikolojik sermayenin işveren markası oluşumu üzerindeki etkisi: Antalya'daki 5 yıldızlı oteller üzerine bir uygulama. Doktora Tezi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.

Youssef CM, Luthans F (2007) Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of Management* 33(5): 774-800.

Yücel İ ve Çetinkaya B (2015) Örgütsel sinizm ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki ve çalışanların yaşının bu ilişki üzerindeki etkisi: Bazen hoşlanmasak da kalmak zorunda olabiliriz. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 19(3): 247-271.

EKLER

1.5. Ek 1. Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket, “**Sosyal Sorumluluk Algısı ile Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki: Pozitif Psikolojik Sermayenin Düzenleyici Rolü**” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasına veri toplamayı amaçlamaktadır. Bilimsel nitelikteki araştırmanın amacına ulaşması özenle vereceğiniz cevaplarla sağlanacaktır. Araştırmaya yapacağınız katkılardan dolayı şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Prof. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU

Tez Danışmanı

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

E-posta: erkutlu@nevsehir.edu.tr

Mustafa KESAL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

E-posta: mustafakesal50@gmail.com

A. Konaklama işletmeleri yöneticileri ve çalışanlarının sosyal sorumluluk algıları ile ilgili aşağıda bazı ifadelere yer verilmiştir. Lütfen bu ifadeleri size uygun düşecek tarzda karşısına “X” işareti koyarak cevaplandırınız.

SOSYAL SORUMLULUK İFADELERİ (Kaynak: Maignan I (2001) Consumer’s perceptions of corporate social responsibilities: A crosscultural comparison. <i>Journal of Business Ethics</i> (30): 57 - 72.)	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Bir Fikrim Yok	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Çalıştığım işletme toplumun refahını destekleyen proje ve kampanyalara katkıda bulunur.	1	2	3	4	5
2. Çalıştığım işletme çeşitli toplumsal sorunları çözmeye yönelik projeler geliştirir.	1	2	3	4	5

3. Çalıştığım işletme kamu yararına yönelik projelere destek vermektedir.	1	2	3	4	5
4.Çalıştığım işletme yoksulluğun azaltılmasına yardımcı olmaktadır.	1	2	3	4	5
5. Çalıştığım işletme çevre ile dost üretim uygulamaları yapmaktadır.	1	2	3	4	5
6. Çalıştığım işletme toplumun bilgilendirilmesinde şeffaf bir tavır sergilemektedir.	1	2	3	4	5

B. Konaklama işletmeleri yöneticilerinin ve çalışanlarının pozitif psikolojik sermaye ile ilgili aşağıda bazı ifadelere yer verilmiştir. Lütfen bu ifadeleri size uygun düşecek tarzda karşısına “X” işareti koyarak cevaplandırınız.

POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE İFADELERİ (Kaynak: Luthans F, Avolio BJ, Avey JB, Norman SM (2007) Positive psychological capital: measurement and relationship with performance and satisfaction. <i>Personnel Psychology</i> (60): 541-572.)	Kesinlikle Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
İYİMSERLİK					
1. Çalıştığım kurumda işler asla benim istediğim gibi yürümez. ®	1	2	3	4	5
2. İşimde benim için belirsizlikler olduğunda her zaman için en iyisini isterim.	1	2	3	4	5

3. İşimde bir şeyler ters gittiğinde çözüm o iş öyle çözülemeden son bulur. ®	1	2	3	4	5
4. İşimle ilgili şeylerin daima iyi tarafını görürüm.	1	2	3	4	5
5. İşimle ilgili gelecekte başıma neler gelebileceği konusunda iyimserim.	1	2	3	4	5
6. İşime her şeyde bir hayır vardır şeklinde yaklaşıyorum.	1	2	3	4	5
ÖZ YETERLİLİK					
7.Çalışma alanımda amaçları belirlemede kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
8. İş arkadaşlarıma işimle ilgili bilgi verirken kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
9. Yöneticilerime işimle ilgili konuları açıklarken kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
10. Uzun dönemli problemlere çözüm bulmaya çalışırken kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
11. Şu anda işimde kendimi çok başarılı olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
12. Çalıştığım kurumda işlerin yapılışı konusundaki tartışmalara katkıda bulunmada kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
13. Kurum dışındaki 3. taraflarla (müşteriler, tedarikçiler vs.) problemleri tartışmak için temas kurduğumda kendime güvenirim.	1	2	3	4	5

PSİKOLOJİK DAYANIKLILIK					
14. Daha önce zorluklar yaşadığım için işimdeki zor zamanların üstesinden gelebilirim.	1	2	3	4	5
15. Genellikle işimdeki stresli şeyleri sakın bir şekilde hallederim.	1	2	3	4	5
16. İşimde bir terslikle karşılaştığım zaman onu anlatma konusunda sıkıntı yaşıyorum.	1	2	3	4	5
17. Mecbur kaldığımda tek başıma da işimde yeterli olurum.	1	2	3	4	5
18. İşimde birçok şeyi halledebileceğimi hissediyorum.	1	2	3	4	5
19. İşimdeki zorlukları genellikle bir şekilde hallederim.	1	2	3	4	5
UMUT					
20. Bu aralar kendim için belirlediğim iş amaçlarımı yerine getirebiliyorum.	1	2	3	4	5
21. Eğer çalışırken kendimi bir tıkanıklık içinde bulursam, bundan kurtulmak için birçok yol düşünebilirim.	1	2	3	4	5
22. Şu anda iş amaçlarımı sıkı bir şekilde takip ediyorum.	1	2	3	4	5
23. Mevcut iş amaçlarıma ulaşmak için birçok yol düşünebilirim.	1	2	3	4	5

24. Herhangi bir sorunun çözümü için birçok yol vardır.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

C. Konaklama işletmeleri sektöründe karşılaşılan örgütsel sinizmle ilgili bazı ifadelere yer verilmiştir. Lütfen bu ifadeleri size uygun düşecek tarzda karşısına “X” işareti koyarak cevaplandırınız.

ÖRGÜTSEL SİNİZM İFADELERİ (Kaynak: Brandes P, Dharwadkar R and Dean JW (1999) Does organizational cynicism matter? employee and supervisor perspectives on work outcomes. <i>Eastern Academy of Management Proceedings</i> 150-153.)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Çalıştığım işletmede, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5
2. Çalıştığım işletmenin politika, amaç ve uygulamaları arasında çok az ortak yön vardır.	1	2	3	4	5
3. Çalıştığım işletmede, bir uygulamanın yapılacağı söyleniyorsa, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda kuşku duyarım.	1	2	3	4	5
4. Çalıştığım işletmede, çalışanların yapmaları istenen ile ödüllendirilen arasında fark vardır.	1	2	3	4	5
5. Çalıştığım işletmede, yapılacağı söylenen şeyler ile gerçekleşenler arasında çok az benzerlik görüyorum.	1	2	3	4	5
6. Çalıştığım işletmeyi düşündükçe sinirlenirim.	1	2	3	4	5
7. Çalıştığım işletmeyi düşündükçe hiddetlenirim.	1	2	3	4	5
8. Çalıştığım işletmeyi düşündükçe gerilim yaşarım.	1	2	3	4	5
9. Çalıştığım işletmeyi düşündükçe içimi bir endişe	1	2	3	4	5

kaplar.					
10. Çalıştığım işletme dışındaki arkadaşlarıma, işte olup bitenler konusunda yakınırım.	1	2	3	4	5
11. Çalıştığım işletmeden ve çalışanlarından bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım kişilerle anlamlı bir şekilde bakışırız.	1	2	3	4	5
12. Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum.	1	2	3	4	5
13. Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki uygulamaları ve politikaları eleştiririm.	1	2	3	4	5

D. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN SORULAR

1. Cinsiyetiniz : (...) Erkek (...) Kadın
2. Medeni Durumunuz : (...) Evli (...) Bekâr
3. Eğitim Durumunuz : (...)İlköğretim (...)Lise (...)Meslek Yüksekokulu
(...)Fakülte
(...)Yüksek Lisans/Doktora
4. Yaşınız :
5. İş Deneyimi (Yıl Olarak) :
- 6.Oteldeki pozisyonunuz :
- 7.Firmanız Aile İşletmesi midir? (...) Evet (...) Hayır
- 8.Oteldeki çalışan kişi sayısı: (...) 10 ve daha az (...) 11-25 arası (...) 26-50 arası
(...) 51 ve daha fazla
- 9.İşletmenizin Kurucusu Profesyonel Yönetici mi? (...) Evet (...) Hayır
10. Otelin Yıldız Sayısı : Özel belgeli 3 yıldızlı 4 yıldızlı 5 yıldızlı
Diğer:...

Katkılarınızdan Dolayı Teşekkür Ederiz.