


İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinin incelenmesi: Zincir otel işletmeleri üzerine bir araştırma¹

The effect of quality work life and corporate social responsibility on work engagement examination: A research on chain hotel businesses

Sefa Öksüz² 

Eren Erkilic³ 

Öz

¹ Bu çalışma Sefa ÖKSÜZ'ün Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda hazırlanmış olduğu "İş Yaşam Kalitesi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Zincir Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma" isimli Yüksek Lisans Tezi'nden üretilmiştir.

² Bilim Uzmanı, Rize, Türkiye, sefaoksuz@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5493-742X

³ Doçent Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Rize, Türkiye, eren.erkilic@erdogan.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0449-7099

İnsan kaynağı konaklama işletmelerinde hizmet kalitesini belirleyen önemli bir faktör olmakla birlikte, işletmelerin başarısında kilit role sahip olarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlamaktadır. Araştırmacılar tarafından son yıllarda sıklıkla incelenen işe adanmışlık kavramı insan kaynağının üretkenliğini ve verimliliğini artırmada etkili olan bir konudur. İşe adanmış iş görenler işletmelere rekabet ve maliyet avantajı sağlarken hizmet kalitesinin de artmasına katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda zincir otel işletmeleri iş görenlerinin işe adanmışlıklarını artırmanın bir yolunun da iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu araştırma, iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini incelemek amacıyla, Trabzon'daki zincir otel işletmesi iş görenleri üzerine gerçekleştirilmiştir. Trabzon'daki zincir otel işletmesi iş görenlerinden 343 geçerli anket elde edilmiştir. Araştırma modeline uygun olarak iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve işe adanmışlık arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi ve kavramların neden-sonuç ilişkisini belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi bulgularına göre iş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu; kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işe adanmışlık arasında anlamlı, pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre iş yaşam kalitesinin ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak iş görenlerin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının düzeylerinin yükselmesi işe adanmışlıklarını artırdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Yaşam Kalitesi, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşe Adanmışlık, Zincir Otel İşletmeleri

JeI Kodları: D23, J24, M14

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Eren Erkilic,

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi,
Ardeşen Turizm Fakültesi, Rize, Türkiye,
eren.erkilic@erdogan.edu.tr

Başvuru/Submitted: 1/10/2022

Revizyon/ Revised: 17/12/2022

Kabul/Accepted: 23/12/2022

Yayın/Online Published: 25/12/2022

Atf/Citation: Öksüz, S., & Erkilic, E., İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinin incelenmesi: Zincir otel işletmeleri üzerine bir araştırma, bmij (2022) 10 (4): 1492-1511, doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v10i4.2132>

Abstract

In addition to the fact that human resource is an important factor that determines the service quality in hospitality businesses, it has a key role in the success of businesses. It enables them to gain a competitive advantage. Frequently examined by researchers in recent years, the concept of work engagement is an effective issue in increasing the productivity and efficiency of human resources. Engaged employees contribute to the increase in service quality while providing competitive and cost advantages to businesses. In this context, it is thought that one of the ways to increase the work engagement of the employees of the chain hotel businesses is related to the quality of work life and the perception of corporate social responsibility. This research was carried out on the employees of chain hotel businesses in Trabzon to examine the effect of the perception of work life and corporate social responsibility on work engagement. Three hundred forty-three valid questionnaires were obtained from the employees of the chain hotel business in Trabzon. The research model used a correlation analysis to determine the relationship between quality of work life, perception of corporate social responsibility and work engagement. Then regression analysis was used to determine the cause-effect relationship between the concepts. According to the results of the correlation analysis, it was found that there is a statistically significant, positive and moderate relationship between the quality of work life and work engagement. Moreover, it has been determined that there is a significant, positive and moderate relationship between the perception of corporate social responsibility and work engagement. According to the results of the regression analysis, it was concluded that the quality of work life and the perception of corporate social responsibility have a statistically significant effect on work engagement. As a result, it has been determined that increasing the perceptions of employees' quality of work life and corporate social responsibility increases their engagement.

Keywords: Quality of Work Life, Corporate Social Responsibility, Work Engagement, Chain Hotel Business

JeI Codes: D23, J24, M14

Extended Abstract

The effect of quality work life and corporate social responsibility on work engagement examination: A research on chain hotel businesses

Literature

As a result of the literature review, it is seen that there are separate studies done on the quality of work life, corporate social responsibility and work engagement (Kanten & Sadullah, 2012; Singhapakdi, 2014; Arndt, Singhapakdi & Tam, 2015; Zientara, Kujawski & Bohdanowicz-Godfrey, 2015; Türkay, 2015; Kim, Rhou, Uysal & Kwon, 2017; Wahlberg, Ramalho & Brochado, 2017; Gürlek & Tuna, 2019; Nazir & Islam, 2019; Kim, Kim, Marshall & Afzali, 2018; Adrian & Anggiani, 2020; Kim, Rhou, Topcuoglu & Kim, 2020). Therefore, in the research, empirical and theoretical studies about quality of work life, corporate social responsibility and work engagement were examined, and a literature review was carried out. However, no study has been found that examines the effect of quality of work life and perception of corporate social responsibility on work engagement. Therefore, this situation reveals the importance and originality of the research.

Employees who are devoted to their work, who do their work willingly, with enthusiasm and passion, increase efficiency in the organization and reduce costs. In terms of the employee, it contributes to the improvement of the general quality of life due to satisfaction, success, self-realization, career development, economic benefit, prestige, and the development of social life. It is thought that the benefits of the quality of work life and corporate social responsibility will trigger the social change perceptions of the employees and increase their commitment to work. In this context, the research aims to examine the effect of the quality of work life and corporate social responsibility perceptions of chain hotel employees on their work engagement.

Design and method

It is important to understand human resource behaviour, as people produce and consume the service in the tourism industry. Blau (1964) explains the social change as the exchange of material and non-material resources between at least two people in the process of social cohesion. The awards to be provided by the organizations to increase the perceptions of the employees' work-life quality through social change can be listed as follows: employment guarantee, positive working climate, career development opportunities, and fair working environment. Employees make meaningful contributions to the business with the help of corporate social responsibility. As a result, it meets their psychological needs by increasing job satisfaction, self-esteem and sense of belonging. Within the scope of social exchange theory, financial rewards, competitive wages, other material benefits, career training and development opportunities, fair treatment of employees, empowerment, and being included in the decision-making process positively affect work engagement. Therefore, work engagement is a positive outcome of economic and socio-emotional job resources created through social change. In this context, it is thought that the employees' work engagement will increase as a result of increasing the quality of work life and corporate social responsibility perceptions of the employees in chain hotel businesses.

The data were obtained from employees with the questionnaire technique. The questionnaire measures demographics in the first section. In the second section, employees' perceptions of the quality of work life were taken by the "Quality of Work Life Scale" developed by Timossi, Pedroso, Francisco and Pilatti (2008) to measure. In the third section, the "Corporate Social Responsibility Scale" prepared by Park and Levy (2014) was preferred to measure employees' perceptions of corporate social responsibility. Finally, the last "Work Engagement Scale" was employed, updated by Rich, Lepine and Crawford (2010).

The target population of the research is the employees of chain hotel businesses operating in Trabzon with the "Ministry of Culture and Tourism Tourism Operation Certificate". Due to the large number of units that make up the research universe, time and cost constraints, an outdated data, sampling was preferred. In this context, a simple random sampling method was preferred. In addition, quantitative research methods were preferred in the study. Following the research model, the correlation between the quality of work life, perception of corporate social responsibility and work engagement was determined.

Normal distribution analysis was performed to determine which parametric or nonparametric tests would be preferred. The data were analyzed, and normal distribution was observed. Skewness and kurtosis are excellent at ± 1 , but ± 2 is generally accepted in most cases (George & Mallery, 2010; Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2013). In this case, a normal distribution is provided according to the data. Normal distribution analysis results in Parametric tests were applied.

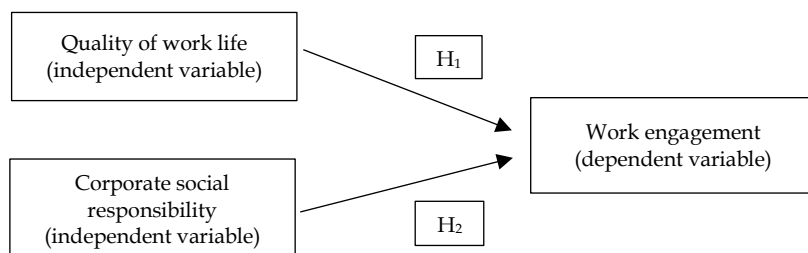


Figure 1: Research Model

They examined the effect of quality work life and corporate social responsibility on work engagement. The research model developed hypotheses.

H₁: Quality of work life has a significant effect on work engagement.

H₂: Corporate social responsibility has a significant effect on work engagement.

Findings and discussion

As a result of the correlation analysis that there was a moderate and positive relationship between quality of work life and work engagement (0,632; $p < 0,001$). It is seen that there is a moderate and positive relationship between corporate social responsibility and works engagement (0,550; $p < 0,001$). The model built on the influence of work engagement behaviour is significant ($p < 0,001$). It is seen that the quality of work life makes the most important contribution to the model ($\beta = 0,434$). According to the results of the regression analysis, it was concluded that the perception of work-life quality and corporate social responsibility had a

statistically significant effect on work engagement ($r=0,663$; $p<0,001$). It has been determined that the perception of work-life quality and corporate social responsibility explains 43,7% of work engagement behaviour.

According to the results that 43,4% of work engagement was explained by the quality of work life ($\beta=0,434$). Wahlberg et al. (2017) examined the mediating relationship between work-life quality and work engagement of accommodation business employees in Lisbon and concluded that work-life quality has a mediating effect on work engagement. Thanks to the high quality of work life, the improvement of the physical characteristics of the work environment, and the availability of necessary and sufficient equipment for the work, the use of technology may cause the employees to be less physically tired. A high-quality working environment will make the employee want to spend more time in the work environment and adapt to the workplace socially. Thus they will cause the employee to do his work lovingly and willingly. Therefore it may cause employees to feel emotionally positive. In addition, it can cause the employee to feel mentally positive and comfortable, as a higher quality of work life will provide positive benefits to the employee in and out of work, satisfy the employee with adequate wages, and meet his/her social security needs. Therefore, it can be said that the employee will exhibit high work engagement behaviour.

The results show that 28,2% of work engagement is explained by the perception of corporate social responsibility ($\beta=0,282$). It has been concluded in the study by Lee, Choi, Moon and Babin (2014) that the ethical responsibilities of the accommodation businesses operating in Korea positively and significantly affected the employee's work engagement. It is portrayed in the study by Zientara et al. (2015) that the corporate social responsibility perceptions of the employees of accommodation establishments in Poland have a positive and significant relationship with their perceptions of work engagement. Nazir and Islam (2019) found a significant and positive relationship between the employees' intrinsic motivation and their work engagement through the corporate social responsibility activities implemented by the accommodation businesses in India. Gürlek and Tuna (2019) concluded that the corporate social responsibility perception of the employees of the accommodation business in Antalya has a significant and positive effect on their work engagement. Thanks to corporate social responsibility activities, it can be said that the high perception of corporate social responsibility by employees increases their commitment to work. It can be said that with social responsibility activities towards society, the organization cares about society, strives to reduce the negativities in society, and therefore the employee creates meaningful values. In his work by having a sense of pride. Therefore, it can be thought that the employee has positive feelings physically, emotionally, and mentally. In addition, it can be said that the employee's feeling that they contribute to the reduction of the damage to the cultural heritage and natural environment through social responsibility activities towards the environment causes the employee to feel physical, emotionally, and mentally positive. It can be said that with social responsibility towards customers, employees see that customers are valued. When it is understood that customers behave more kindly and politely towards employees by having positive feelings towards the organization, they feel that they have successfully executed their job. Thus, it can be said that employees feel positive physically, emotionally, and mentally and engage in higher work engagement behaviour.

Hypotheses H₁ and H₂ are accepted.

Conclusion, recommendation and limitations

As a result of the research findings suggest that it is important for chain hotel business managers to develop the necessary strategies to increase their work-life quality and perceptions of corporate social responsibility to increase employees' work engagement. The quality of work life is an important factor in raising the general quality of life of the employee. In order to maximize the efficiency of human resources in the hospitality industry, it is important to improve the overall quality of life of the employee. Since corporate social responsibility is perceived positively by the employees in accommodation establishments, it is known that the strategies and practices to be adopted have positive effects on the employees. In this context, it is recommended to these managers because they give importance to the quality of work life and corporate social responsibility, playing a key role in the success of the business by adapting to the sustainable competitive environment.

Finally, the research was carried out in chain hotel businesses. Therefore, there are limitations as to whether the answers given by the respondents to the survey study are objective. In addition, future studies may include additional sector research. In order to reach a larger sample size for future studies, it can be applied in larger provinces. Instead of the work-life quality, corporate social responsibility and work engagement scales used in the study, it can be preferred to use different scales in the literature. Quantitative research methods were used in the study. Unlike quantitative research, it is recommended that interview and focus group methods are preferred among qualitative research methods.

Giriş

Organizasyonların zorlu rekabet ortamına ayak uydurabilmesi insan kaynağına verdiği önemle sağlanmaktadır. Nitekim insan kaynağının, sadakati, iş birikimi, yetenekleri, becerileri ve işe adanmışlığı gibi hususlarda verimliliğin artmasına katkı sağlamaktadır. Turizm endüstrisinde insan kaynağının konaklama sektöründe yoğunlaştığı görülmektedir. Konaklama işletmelerinin ana ürünü olan hizmet faktörü iş görenler tarafından emek-yoğun bir biçimde üretildiğinden dolayı insan kaynağı daha önemli bir hâl almaktadır. Bu kapsamda konaklama işletmelerinde insan kaynağı üretkenliğinin, verimliliğinin ve hizmet kalitesinin temel yapı taşı konuma gelmektedir. İnsan hayatının bir kısmını iş ortamı oluşturduğu için iş yaşamı, sosyal hayat, aile hayatı, finansal konular ve genel yaşam kalitesi üzerinde etkili olmaktadır (Örücü, Yumuşak ve Bozkır, 2006, s. 39; Altay ve Turunç, 2018, s. 84). İş görenlerin iş ortamına karşı olumlu duygular beslemesi ve adanmışlıklarını artırmak için iş yaşam kalitelerinin yükseltilmesi amaçlanmaktadır. Organizasyonlarda sosyal anlayışın paylaşılması iş görenlerin yaşam kaliteleri üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır (Nimalathasan, 2011, s. 2). Bu kapsamda kurumsal sosyal sorumluluk sosyal anlayışın paylaşılmasına katkı sağlarken iş görenlerin de genel tatmin düzeylerini etkilediği öne sürülebilir.

İşe adanmışlık iş görenin fiziksel, duygusal ve zihinsel kaynaklarını işine adanması durumunda ortaya çıkan olumlu bir sonuçtur. İş görenin fiziksel, duygusal ve zihinsel kaynaklarını işine adanması elde edilecek faydalar sonucunda olmaktadır. Yüksek sosyal değişim algısına sahip iş görenler iş ortamını daha adil algıladıkları için daha yüksek işe adanma davranışında bulunduğu görülmektedir (Witt, Kacmar ve Andrews, 2001, s. 506). İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluğun sağlayacağı faydaların iş görenlerin sosyal değişim algılarını tetikleyip işe adanmışlıklarını artıracakları düşünülmektedir. İşe kendini adayan, işini isteyerek, heyecan ve tutku ile yapan iş görenler organizasyonda verimliliği artırarak maliyetlerin düşmesini sağlamaktadır. İş gören açısından ise tatmin, başarı, kendini gerçekleştirme, kariyer gelişimi, ekonomik fayda, saygınlık, sosyal hayatın gelişmesi dolayısıyla genel yaşam kalitesinin iyileşmesine katkı sağlamaktadır. Bu araştırmanın amacı zincir otel işletmesi iş görenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisini incelemektir.

Literatür

İş yaşam kalitesi

İş gören rolü insan yaşamının büyük bir kısmını oluşturarak bireyin yaşamını etkilemektedir (Arndt, Singhapakdi ve Tam, 2013, s. 98; Sojka, 2014, s. 288). İnsan hayatının önemli bir parçası olan iş yaşamının ekonomik faydalarına ek olarak toplumla etkileşim, toplumdaki rol, saygınlık, tatmin ve gurur duygularının kazanıldığı bir ortamdır (Erdem ve Kaya, 2013, s. 136; Nelson-Horcher, 1991, s. 42-44; Türkay, 2015, s. 239-240). İş ve yaşam koşulları sürekli etkileşim içinde olduğu için iş yaşamı aile, boş zaman, iş hayatı, sosyal ihtiyaçlar, boş zaman, seyahat şekli, eğitim ve kariyer imkânlarını etkilemektedir (Deery ve Jago, 2009, s. 97; Kanten, 2014, s. 254-255). İş yaşam kalitesi iş görenlere kaliteli iş ortamı sunarak iş görenlerin tutum ve davranışlarını olumlu yönde değiştirmektedir (Huzzard, 2003, s. 21; Kanten, Esirgemez, Hasekioglu ve Keçeli, 2018, s. 560).

İş görenlerin iş yaşam kalitesini etkileyen unsurlar çalışma ortamının fiziksel özellikleri, bireyler arası iletişim, davranışlar, iş sözleşmesinden kaynaklı haklar, ödüllendirme, ücretler, eğitim faktörleri, işte teknoloji kullanımı, istihdam güvencesi, sosyal adalet ve güvenlik ihtiyaçları olarak sıralanmaktadır (Can, 1999; Türkay, 2015, s. 251). Tüm bunlar mükemmel iş ortamının oluşmasına katkı sağlarken üretkenliği ve verimliliği artırarak stratejik amaçlara da katkı sağlamaktadır (Kanten vd., 2018, s. 560). Bu ihtiyaçlar karşılanmadığında iş gören refahı olumsuz etkilenecek iş performansının düşmesine ve iş görenin stres yaşamasına neden olmaktadır (Emadzadeh, Khorasani ve Nematizadeh, 2012, s. 438). İş yaşam kalitesinin hissedilmediği veya düşük algılandığı durumlarda tükenmişlik, devamsızlık, işten ayrılma, tatminsizlik ve düşük örgütsel bağlılık gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Mosadeghrad, 2013, s. 43-44). Bu kapsamda geliştirilen iş yaşam kalitesi kavramı Walton (1975) tarafından "verimlilik ve ekonomik büyümenin teknolojik ilerlemesi lehine ihmal edilen insani ve çevresel değerleri kurtarmanın bir yoludur" şeklinde tanımlanmıştır. Timossi, Pedrose, Francisco ve Pilatti'ye (2008) göre iş yaşam kalitesi, iş görenler ile organizasyon arasındaki ilişkiyi güçlendirerek ürünlerin kalitesini artırarak verimliliğe katkı sağlamaktadır. Walton'a (1975) göre iş ortamının iyileştirilmesi için; iyi bir ödül sistemi, fiziksel ve psikolojik çalışma ortamının güvenli ve sağlıklı olması, iş görenlerin ve organizasyonun tüm ihtiyaçlarının karşılanması, kariyer gelişimine olanak sağlarken istihdam güvencesi oluşturması, olumlu bir sosyal ortam ile sosyal entegrasyonu kolaylaştırması, bireysel haklar, karar alma sürecine katılım, iş ve hayat arasındaki çizginin belirlenmesiyle iş hayatının sosyal hayata olumsuz müdahalesinin engellenmesi, sosyal hayatın iyileştirilmesi sonucunda iş görenin örgütün iç ve

dış ilişkilerinde sosyal sorumluluklarının farkında olarak dürüstçe hareket etmesine odaklanmıştır (Walton, 1975).

Turizmin ana konusu olan hizmet insan kaynağı tarafından emek-yoğun bir şekilde üretildiğinden dolayı insan kaynağı hizmetin kalitesini belirleyen önemli bir faktördür (Seçkin ve Çoban, 2018, s. 8). Turizm endüstrisinde insan kaynağının konaklama işletmelerinde yoğunlaştığı için insan kaynağı konaklama işletmelerini birbirinden ayıran önemli bir faktördür (Domínguez Albiter, Vargas Martínez, Zizumbo Villarreal ve Velázquez Castro, 2021, s. 2; Işkın, 2021: 1972). İnsan kaynağı faktörüne iş yaşam kalitesiyle verilen önem konaklama işletmelerine rekabet avantajı, sürdürülebilirlik, tehditlerle mücadele, pazar payını koruyabilme ve başarılı olabilmesine katkı sağlamaktadır (Perçin ve Yabancı, 2021, s. 35). Konaklama işletmelerinde düşük ücret uygulamaları, düşük iş güvenliği, uzun çalışma saatleri, vardiya sistemi, yetersiz çalışma koşulları, iş kazaları, yetersiz gelişme ve eğitim fırsatları gibi olumsuz yönleri iş görenlerin iş tatminlerini, örgütsel bağlılıklarını ve işte kalma niyetlerini olumsuz etkilemektedir (Çakır, Doğan ve Bayar, 2018, s. 346; Deery ve Jago, 2009, s. 97; Kusluvan ve Kusluvan, 2000, s. 252-253; Sü, 1999; Powell, 2009; Muskat ve Reitmaser, 2020, s. 265). Bu olumsuzlukların iyileştirilmesi noktasında iş yaşam kalitesi kavramı önemli bir konu haline gelmektedir (Erdem ve Kaya, 2013, s. 136; Fatma, Kadir, Sariman ve Yuliana, 2016, s. 807).

İş yaşam kalitesine önem veren konaklama işletmelerinde iş görenlere kaliteli iş ortamı, iş koşullarının iyileştirilmesi, eğitim, bireysel hedeflere ulaşma, iş yükünün dengeli dağıtılması, boş zamana verilen önem, iş-aile yaşamı dengesi, genel yaşam kalitesinin iyileşmesi, sosyal statü, iş kazalarının önüne geçilmesi gibi faydalar sağlamaktadır (Back, Lee ve Abbott, 2011, s. 114-115; Benckendorff, Edwards, Jurowski, Liburd, Miller ve Moscardo, 2009, s. 181-182; Deery, 2008, s. 792-793; Domínguez Albiter, vd., 2021, s. 3; Ma, Ma, Yu ve Hao, 2011, s. 433). Tüm bunlar sonucunda işinden memnun olan iş görenler hizmet kalitesinin artmasına katkı sağlamaktadır (Bulgan, İşler ve Çınar, 2021, s. 115; Dienhart ve Cregoire, 1993, s. 41).

Kurumsal sosyal sorumluluk

Gelişen rekabet ortamında işletmeler ekonomik çıktılar üreten birimlerden kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle beraber sosyal çıktılar üreten birimlere doğru gelişmektedir (Hamarnah, 2013, s. 36-38; Sağır ve Türkeri, 2015, s. 284). İşletmeler ekonomik faydalarına ek olarak, insan hakları, sürdürülebilir ekonomi, sürdürülebilirlik, çevre kirliliği ve toplumun gelişmesi gibi konularda da sorumluluk üstlenerek tüm paydaşların çıkarlarını korumaktadır (Calveras, 2015, s. 399; Valentine ve Fleischman, 2008, s. 160-161). Dünya İş Konseyi'ne (1999) göre kurumsal sosyal sorumluluk kavramının "insan hakları, çalışan hakları, çevre koruma, toplumsal katılım, tedarikçi ilişkileri, paydaş hakları ve izleme" konularıyla ilgili olduğu görülmektedir (WBCSD, 1999, s. 5). Rupp, Ganapathi, Aguilera ve Williams (2006) tarafından kurumsal sosyal sorumluluk sürdürülebilirlik ve olumlu sosyal değişimleri tetiklemek için organizasyonların benimsedikleri strateji ve uygulamalar olarak açıklanmıştır (Rupp vd., 2006, s. 537). Kurumsal sosyal sorumluluğa ait genel kabul görmüş tanımı Carroll (1979) yapmıştır. Carroll (1979) kurumsal sosyal sorumluluk kavramını "belirli bir zamanda toplumun kuruluşlardan sahip olduğu ekonomik, yasal, etik ve gönüllü faaliyetler" şeklinde tanımlamıştır (Carroll, 1979, s. 500). Ekonomik sorumluluk, işletmenin temel sosyal sorumluluğu ihtiyaç duyulan mal ve hizmetleri üretmek olduğu için (Carroll, 1979, s. 500), diğer sorumlulukları buna bağlıdır (Carroll, 1991, s. 40-41). Yasal sorumluluk, işletme mal ve hizmetleri üretirken kanunlara ve yasal düzenlere uymalıdır (Carroll, 1989, s. 283-284). Etik sorumluluk, işletme mal ve hizmetleri üretirken toplum tarafından kabul edilen etik ve ahlaki normları kabul etmelidir (Carroll, 1991, s. 41). Gönüllülük, işletme faaliyetlerini gerçekleştirirken toplum tarafından beklenen isteklere karşılık veren faaliyet ve uygulamaları kapsamaktadır (Carroll, 1991, s. 42).

Kurumsal sosyal sorumluluk işletmenin tüm paydaşlarına yatırım yapmayı kapsamaktadır. Bu yatırımlar, paydaşlara karşı yatırımlar, çalışma koşulları, iş gören-yönetici ilişkileri ve çevreye karşı duyarlı teknolojilere yatırımlar olarak sıralanmaktadır (Ünlübulduk, 2019, s. 7). Bu kapsamda kurumsal sosyal sorumluluk örgütün tüm paydaşlarına gönüllülük esasına göre etik kurallar çerçevesinde misyon ve vizyonuna uygun olarak sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel konulara duyarlı faaliyetler olarak açıklanabilir.

Turizm endüstrisi içinde bulunduğu doğal ve sosyal çevre ile birlikte faaliyet göstermektedir (Sağır ve Türkeri, 2015, s. 284). Turizmden etkilenen paydaşlar yerel toplum, iş görenler, tüketiciler, kültürel ve doğal çevreden oluşmaktadır (Mao, He, Morrison ve Andres Coca-Stefaniak, 2021, s. 2718). Turizmden kaynaklanan çevresel ve biyolojik bozulma, yerel halkın dışlanması, enflasyon, suç, kültürel bozulma, yetersiz çalışma koşulları, düşük ücretler, turizmin mevsimsellik özelliği, yerleşiklerin yerinden edilmesi gibi olumsuzlukların önüne geçilmesinde kurumsal sosyal sorumluluk önemli bir rol oynamaktadır (Camilleri, 2014, s. 49; Cooper, Fletcher, Gilbert ve Wanhill, 2008, s. 119-120; Hall, 2007).

Konaklama işletmeleri için önemli bir yer olan kurumsal sosyal sorumluluk iş yaşam kalitesi, sosyal hayata saygı, aile hayatı, liyakat uygulamaları ve iş tatminini olumlu etkilemektedir (Çalışkan ve Ünüsan, 2011, s. 153-155). Ayrıca konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk iş görenlere sağladığı faydalar güven ve iletişimi artırır, takım çalışması ruhunu artırır, örgütsel bağlılığı artırır, sadakat duygusunu artırır, tecrübe, özgüven, yaratıcı düşünme yeteneğini artırır, çalışma ortamının düzenlenmesine ve iyileştirilmesine katkı sağlar, iş hakkında eğitimler verilmesine olanak sağlar, iş güvenliğini artırır, liyakat ilkesinin uygulanmasına katkı sağlar, iş görenlerin aile ve özel hayatına saygılı olunması sağlanır, motivasyonu artırır, sosyal refahı artırır ve işte kalma niyetini artırır (Ateş ve Senal, 2012, s. 74; Çalışkan, 2010, s. 20; Lee, Choi, Moon ve Babin, 2014; Tripahthy ve Rath, 2011, s. 120-122; Wong ve Ko, 2009, s. 195).

İşe adanmışlık

Organizasyonlar rekabet avantajı elde edebilmek için iş rollerine yatırım yapmaya istekli, yeteneklerini geliştirmek isteyen ve işine adanmış iş görenlere ihtiyaç duymaktadır (Bakker, Albrecht ve Leiter, 2011, s. 5). Çünkü işe olumlu duygular besleyen iş görenler yeteneklerini ve motivasyonlarını işine adayarak organizasyonun verimli olmasını sağlamaktadır (Banihani, Lewis ve Syed, 2013, s. 400-401; Burke, Koyuncu, Jing ve Fiksenbaum, 2009, s. 4). İnsan kaynağının sadakati, bağlılığı, iş birikimi, yetenekleri ve becerileri verimliliği artırarak organizasyonları diğer organizasyonlardan ayırmaktadır (Şahin ve Çankır, 2019, s. 196-197). Tüm bunlar göz önüne alındığında ortaya çıkan işe adanmışlık kavramı iş görenin organizasyon içindeki rollerini fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak farklı derecelerde algılaması olarak açıklanmaktadır (Khan, 1990, s. 692-694). Khan'ın (1990) oluşturduğu üç boyutlu model fiziksel, duygusal ve zihinsel adanma boyutlarından oluşmaktadır. Bu boyutlar;

- Fiziksel adanmışlık, iş görenin tüm fiziksel varlığını işine adanması ve buna rağmen tükenmiş hissetmemesini (Çiftci ve Erkanlı, 2020, s. 337; Salanova, Agut ve Peiró, 2005, s. 1217-1220),
- Duygusal adanmışlık, iş görenin tüm kalbini işine adanması işinden gurur ve şevk duymasını,
- Zihinsel adanmışlık, iş gören iş esnasında her şeyi unutup işine yoğunlaşmasını ifade etmektedir. (Babcock-Roberson ve Stricklan, 2010, s. 315-316).

İşe adanmış iş görenler rekabet avantajı sağlamakta, örgütsel bağlılığı yükseltmekte, yüksek iş performansı sağlamakta, müşteri sadakati oluşturmakta ve işte kalma niyetini yükselterek iş görenleri örgütün vizyon, misyon, amaç ve stratejileri doğrultusunda fazladan çaba göstermesini sağlamaktadır (Bakker ve Demerouti, 2008, s. 209; Çiftci ve Erkanlı, 2020, s. 337; Gruman ve Saks, 2011, s. 123-124; Karatepe, 2013a, s. 82; Özyılmaz ve Süner, 2015; Salanova vd., 2005, s. 1217; Schaufeli, Bakker ve Salanova, 2006, s. 293; Rich, Lepine ve Crawford, 2010, s. 617-620). İşe adanmışlığın organizasyona sağlayacağı diğer faydalar; iş görenlerin organizasyona karşı tutum ve davranışları gelişir, iş görenler ruhsal doyuma ulaşır, iş görenler iş doyumuna ulaşır, iş görenlerin örgütsel bağlılığı artar, iş görenlerin yaratıcılığı artar, iş görenler düşük devamsızlık gösterir, kalifiyeli iş görenler elde tutulur, ürün ve hizmetlerin kalitesi artar, ürün ve hizmetlerde hata oranı düşer, satış oranları artar, karlılık yükseler, verimlilik artar, maliyetler düşer, organizasyonun büyümesi, müşteri memnuniyeti ve sadakati artması olarak sıralanmaktadır (Bakker ve Demerouti, 2008, s. 210-212; Stairs ve Galpin, 2010, s. 155-160).

Turizmde insan kaynağı, hizmetin kalitesini belirleyen önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. İnsan kaynağının fazlalığı, kalifiyeli iş gören azlığı ve yüksek eğitim maliyetleri insan kaynakları sorunlarının başında gelmektedir (Li, Kim ve Zhao, 2017, s. 193-194). Özellikle konaklama işletmelerinde uzun mesai saatleri, iş yükü, eğitimsiz iş görenler, yetersiz örgütsel politikalar, duygusal uyumsuzluk, sürekli kapalı ortamda çalışma, iş-aile arasında çatışma, yüksek personel devir hızı, düşük ücretler, iş güvensizliği, yetersiz finansal ve finansal olmayan ödülleri ve ölçüm kriterlerinin yetersiz olması iş gücü sorunlarının başında gelmektedir (Cleveland, O'Neill, Himelright, Harrison, Crouter ve Drago, 2007, s. 275-277; Putra, Cho ve Liu, 2017, s. 228-230; Bhutto, Farooq, Talwar, Awan ve Dhir, 2021, s. 1717). Tüm bu sorunların çözümünde konaklama işletmeleri yüksek motivasyonlu işe adanmış iş görenlere ihtiyaç duymaktadır (Li, Sanders ve Frenkel 2012, s. 1059).

Araştırma yöntemi

Bu araştırmanın yaklaşımı nicel araştırma yöntemidir. Nicel araştırma, "nesneleri insanları, olayları ya da her neyi ise, belirli kurallar manzumesine göre, sayılarla ifade etmeyi" içermektedir (Punch, 2005: 85). Araştırmada öncelikle iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık hakkında ampirik ve teorik çalışmalar incelenerek literatür taraması yapılmıştır. Sonraki aşamada araştırmanın amacı doğrultusunda Trabzon'daki zincir otel işletmeleri iş görenlerinin iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemek için anket

tekniki uygulanmıştır. Değişken arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Kavramların neden-sonuç ilişkisini belirlemek için de regresyon analizi uygulanmıştır.

Araştırmanın amacı ve önemi

Organizasyonların rekabet ortamında başarılı olabilmesi insan kaynağına verdiği önemle sağlanabilmektedir. İnsan kaynağı üretimin, verimliliğin ve kârın temelini oluşturmaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilir rekabet için iş görenlerin gelişimini sağlamak, elde tutmak, yaşam kalitelerini yükseltmek, işinden gurur duymasını sağlamak, sosyal hayata entegrasyonunu kolaylaştırmak ve işe adanmışlıklarını sağlamak hedeflenmektedir. İş görenlerin iş ortamından soğumasını engellemek, bağlılıklarını artırmak, iş tatminlerini ve genel yaşam kalitelerini yükseltmek için iş yaşam kalitelerini geliştirmek hedeflenmektedir. Ayrıca organizasyonlar tüm paydaşlarının çıkarlarını kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ve politikaları ile önem göstermesi tüm paydaşların dolayısıyla iş görenlerin algılarını olumlu etkilemektedir. Tüm bunlar iş görenlerin işe adanmalarını tetikleyerek; istekli, heyecanlı ve tutkulu bir şekilde işlerini yapmalarına neden olacağı düşünülmektedir. Bu durum verimliliği ve performansı artırarak hem maliyetleri düşürmektedir hem de organizasyon ile paydaşlar arasındaki ilişkinin gelişmesine olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda zincir otel işletmelerinde iş görenlerin iş yaşam kalitelerini ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarını artırmanın bir sonucu olarak iş görenlerin işe adanmışlıklarının yükseleceği düşünülmektedir.

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

Evren ve örneklem

Araştırmanın hedef kitlesi Trabzon'da faaliyet gösteren "Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm İşletme Belgeli" zincir otel işletmeleri iş görenleridir. Turizm Bakanlığı'nın "Otelcilik ve Turizm Sektöründe İşgücü Araştırması" (1989) verilerine göre, Türkiye'de yıldızlı ve diğer konaklama tesislerini kapsayan oda başına ve yatak başına düşen personel sayısı genel ortalama üzerinden oda başına düşen personel sayısı 0,70 ve yatak başına düşen personel sayısı 0,35 olarak hesaplanmıştır (Turizm Bakanlığı, 1989).

Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021) verilerine göre Trabzon'daki zincir otel işletmelerinin toplamda 1165 oda ve 2608 yatak olduğu görülmektedir. Trabzon'daki zincir otel işletmelerinin oda sayısına göre gerekli personel sayısı (1165 x 0,70) 815,5 personel; yatak sayısına göre (2608 x 0,35) 912,5 personel olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre araştırma evreni yatak sayısına göre 912,5 personel olarak kabul edilmiştir. Araştırma evrenini oluşturan birimlerin sayısının fazla olması, zaman, maliyet kısıtlılığı ve verilerin güncelliğini kaybetmesinden dolayı örneklem alma yoluna gidilmiştir (Gazeloğlu ve Erkalıç, 2020, s. 16-17). Bilimsel araştırmalar yapılırken araştırmacılar evrenin tamamına ulaşabileceği gibi araştırma kapsamında belirli yöntemlerle seçilen örneklem ile evren temsil edilebilmektedir (Ural ve Kılıç, 2018, s. 29). Özdamar (2001) ve Ural ve Kılıç (2018) çalışmalarından yola çıkarak sınırlı evrene (n<10000) göre formül hesaplandığında 207,55 örneklem sayısına ulaşılmıştır. Bu kapsamda örneklem hataları için ulaşılması gereken örneklem büyüklüğü desteklenmektedir (Gazeloğlu ve Erkalıç, 2020). Bu kapsamda basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile Trabzon'daki zincir otel işletmelerinde 430 anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Eksik, hatalı ve geri dönmeyen 87 anket değerlendirilmeden çıkarılarak 343 anket analize alınmıştır.

Veri toplama araçları

Anket formunun ilk bölümünde demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık gelir düzeyi, eğitim durumu, eğitim durumu, turizm eğitimi durumu, işletme içindeki görev, işletmedeki çalışma süresi) belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır.

İkinci bölümde iş görenlerin iş yaşam kalitesi algılarını ölçmek için Walton (1973)'in oluşturduğu Timossi vd.'nin (2008) geliştirdiği "İş Yaşam Kalitesi Ölçeği" tercih edilmiştir. Walton (1975)'in geliştirdiği iş yaşam kalitesi modeli çok fazla kullanılmasına rağmen eğitim düzeyi düşük toplumlarda tam olarak anlaşılmadığı için Timossi vd. (2008) tarafından uyarlanarak geliştirilmiştir. Bu model; yeterli ve adil ücretlendirme, çalışma koşulları, kapasitenin işte kullanımı, işte sahip olunan fırsatlar, iş hayatının sosyal entegrasyonu, örgünün yasalara saygısı, işin hayatta kapladığı yer, yapılan işin önemi ve sosyal ilişkiler olmak üzere 8 boyuttan oluşmaktadır (Timossi vd., 2008).

Üçüncü bölümde kurumsal sosyal sorumluluk algısını ölçmek için Park ve Levy (2014) tarafından hazırlanan güncel "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği" tercih edilmiştir. Bu model Park ve Levy (2014) önceki araştırmalardan yola çıkarak özellikle Carroll'ın (1979) modelini geliştirerek kurumsal

sosyal sorumluluğu dört boyutta ele almıştır. Bunlar; topluma karşı, çevreye karşı, iş görenlere karşı, müşterilere karşı sosyal sorumluluk olarak sıralanmıştır (Park ve Levy, 2014).

Dördüncü bölümde iş görenlerin işe adanmışlıklarını ölçmek için Kahn'ın (1990) hazırladığı ve Rich vd. (2010) tarafından güncellenen "İşe Adanmışlık Ölçeği" tercih edilmiştir. Bu model Khan (1990)'ın geliştirdiği ölçek daha sonra Rich vd., (2010) tarafından uyarlanarak güncellendiğinden dolayı tercih edilmiştir. Bu ölçek fiziksel adanmışlık, duygusal adanmışlık ve zihinsel adanmışlık olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır (Rich vd. 2010).

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

Araştırma kapsamında ilk olarak ölçeklerin güvenilirliği test edilmiştir. Cronbach's Alpha, KMO (Kaiser-Mayer Olkin Measure of Sampling Adequacy) ve Bartlett's değerleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: İş Yaşam Kalitesi, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşe Adanmışlığa İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Cronbach's Alpha	KMO	Bartlett's
İş yaşam kalitesi	0,957	0,939	$\chi^2=6733,101$ df=436(p<0,000)
Kurumsal sosyal sorumluluk	0,945	0,948	$\chi^2=4896,76$ df=153(p<0,000)
İşe adanmışlık	0,928	0,928	$\chi^2=6733,101$ df=105(p<0,000)

Güvenilirlik analizi sonuçlarına göre ölçeklerin yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğu ve ölçeklerin açımlayıcı faktör analizi (AFA) için yeterli büyüklükte olduğu görülmektedir.

İş yaşam kalitesi ölçeğine ilişkin AFA sonucunda 35 maddeden oluşan iş yaşam kalitesi ölçeği 8 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıda olduğu ve bu 8 faktörün toplam varyansın %73,15 açıkladığı ve bu sonucun geçerli olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda ölçek orijinal ölçeğin teorik özelliklerine uygun dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

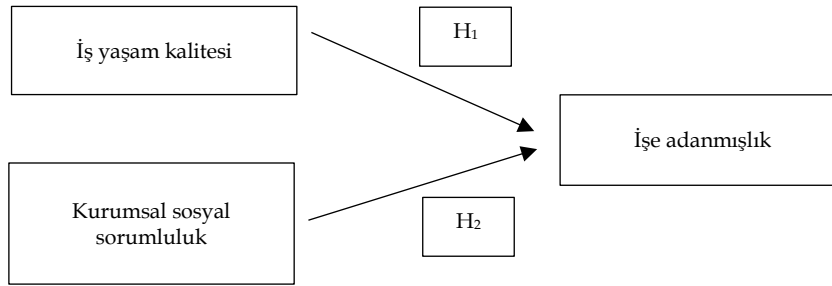
Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ölçeğine ilişkin AFA sonucunda 18 maddeden oluşan kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinin 4 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıdan olduğu ve bu 4 faktörün toplam varyansın %76,17 açıkladığı ve bu sonucun geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İşe adanmışlık ölçeğine ilişkin yapılan AFA sonucunda 16 maddeden oluşan işe adanmışlık ölçeğinin 3 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıdan oluştuğu görülmüştür. Bu kapsamda 15 maddeden oluşan 3 alt boyutlu ölçeğin toplam varyansın %73,26'sını açıkladığı ve bu sonucun geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin orijinal teorik özelliklerine uygun dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Araştırma modeli

Turizm endüstrisinde hizmeti hem üreten hem de tüketen insan olduğu için bu kaynağın davranışını anlayabilmek önem kazanmaktadır. Blau (1964) sosyal değişimi toplumsal birliktelik sürecinde en az iki kişi arasında maddi ve maddi olmayan kaynakların alışverişi olarak açıklamaktadır. Sosyal değişim yoluyla iş görenlerin iş yaşam kalitesi algılarını yükseltmek için organizasyonların sağlayacağı ödüller; istihdam garantisi, olumlu çalışma iklimi, kariyer gelişim olanakları, adil çalışma ortamı olarak sıralanabilir (Mirvis ve Lawler, 1984: 200; McDonald ve Makin, 2000, s. 84; Witt vd., 2001, s. 505; Seçkin ve Çoban, 2018, s. 9-10; Dalgıç, 2020, s. 1922; Kim, Milliman ve Lucas, 2020, s. 1164-1167). Kurumsal sosyal sorumluluk organizasyon ve iş görenler arasında yüksek kaliteli sosyal değişim ilişkisi oluşturmaktadır (Aguilera, Rupp, Williams ve Ganapathi, 2007). Sosyal değişim teorisi iş görenlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılımına yardımcı olarak organizasyon ile iş gören arasındaki ilişkide kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sağlayacağı ekonomik faydadan daha çok sosyal etkilerine odaklanmaktadır (Slack, Corlett ve Morris, 2015, s. 537). İş görenler kurumsal sosyal sorumluluk yardımıyla işe anlamlı katkılarda bulunması sonucunda iş tatmininin, benlik saygısının ve aidiyet duygusunun artmasına sebep olarak psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadır (De

Roeck, Marique, Stinglhamber ve Swaen, 2014). Kurumsal sosyal sorumluluk iş görenlerin refahını etkileyerek oluşturduğu karşılıklı fayda durumu motivasyonu artırarak iş görenleri organizasyon ve toplum için ekstra rol davranışı yapmaya sevk etmektedir (Caldwell, Floyd, Atkins ve Holzgreffe, 2012; De Roeck ve Maon, 2018, s. 615). İş görenlerin organizasyonlarına adanmış olmaları için sosyal değişimi tetikleyecek olan iş gereksinimleri ve iş kaynakları faktörleridir (Bakker, Demerouti, De Boer ve Schaufeli, 2003). Bu kapsamda işe adanmışlık, sosyal değişim yoluyla oluşturulan ekonomik ve sosyoduygusal iş kaynaklarının olumlu bir sonucudur (Saks, 2006; Ancarani, Di Mauro, Giammanco ve Giammanco, 2018, s. 1-2). Sosyal değişim teorisi kapsamında organizasyonların iş görenlere sağladığı maddi ödüller, rekabetçi ücretler, diğer maddi faydalar, kariyer eğitimi ve gelişimi fırsatları, iş görenlere adil davranılması, yetkilendirme, karar alma sürecine dahil edilme işe adanmışlık üzerinde olumlu etkilere neden olmaktadır (Jr, Stumpf ve Doh, 2010; Yin, 2018, s. 874-875; Guan, Yeh, Chiang ve Huan, 2020, s. 261). Literatürde işe adanmışlık kavramı iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk ile ayrı ayrı ilişkilendirildiği görülmektedir (Kanten ve Sadullah, 2012; Singhapakdi, 2014; Arndt vd., 2015; Zientara, Kujawski ve Bohdanowicz-Godfrey, 2015; Türkay, 2015; Kim, Rhou, Uysal ve Kwon, 2017; Wahlberg, Ramalho ve Brochado, 2017; Gürlek ve Tuna, 2019; Nazir ve Islam, 2019; Kim, Kim, Marshall ve Afzali, 2018; Adrian ve Anggiani, 2020; Kim, Rhou, Topcuoglu ve Kim, 2020). İşe adanmışlık kavramı sosyal değişim teorisi kapsamında bu iki paradigma ile ilişkili olduğu ve karşılıklı fayda takası sağlayacağı beklenilmektedir. Bu kapsamda iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk iş görenlerin sosyal değişim algılarını tetikleyip işe adanmışlıkları üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma modeli geliştirilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

İş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık

İş yaşam kalitesi, iş gören motivasyonunu etkileyen ve organizasyon performansına etki eden bir faktördür (Gupta ve Sharma, 2011, s. 80). İşe adanmışlık tükenmişlik kavramının olumlu bir yönü olarak anılsa da ortaya çıkabilecek olumsuz yönler iş yaşam kalitesi ile iyileştirilebilmektedir (Taipale, Selander, Anttila ve Nätti, 2011, s. 489). Yüksek iş yaşam kalitesi algısı iş görenlerin işe adanmışlıklarını olumlu etkilemektedir (Kanten ve Sadullah, 2012, s. 360; Wahlberg vd., 2007, s. 16-17). İş yaşam kalitesinin boyutlarından yeterli ve adil ücretlendirme, güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları, bireyin kapasitesinin kullanılmasını ve geliştirmesini sağlayan uygun çalışma ortamı bireyin sosyal entegrasyonuna katkı sağlamaktadır (Gupta ve Sharma, 2011; Kanten ve Sadullah, 2012, s. 361). İş görenler aile, iş ve genel yaşamı arasındaki dengeyi sağlayabilmek ve yaşamlarını yönetmek istemektedirler (Coetzee ve De-Villiers, 2010; Kanten ve Sadullah, 2012; Karatepe ve Demir, 2014, s. 307). Bu kapsamda işe adanmışlık motivasyonel ve davranışsal bir kavram olduğu için iş yaşam kalitesi iş görenleri motive ederek iş görenlerin işe adanmışlıkları üzerinde olumlu sonuçlar doğurmaktadır (Herzberg, Mausner ve Snyderman, 1959; Karatepe, 2013a). İş yaşam kalitesi bireyin iş ve genel yaşam kalitesini etkileyerek iş performansı üzerinde olumlu etkisi olduğu için iş görenin iş yaşam kalitesinin yükseltilmesinin işe adanmışlığını artıracığı düşünülmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

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

Kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık

İş görenler kurumsal sosyal sorumluluğu algıladıklarında organizasyona karşı olan tutum ve davranışları gelişmektedir (Gond, El-Akreml, Igaes ve Swaen, 2010). Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları iş gören ve organizasyon arasında sosyal bağ oluşturarak iş görenlerin aidiyet ihtiyaçlarını gidererek içsel motivasyonlarını artırmaktadır (Nazir ve Islam, 2020, s. 3058). Kurumsal sosyal sorumluluk iş görenleri karar alma sürecine dahil eder, organizasyondaki statülerini korur, güven duygusu geliştirir ve yaşamlarını kontrol etme isteklerini gerçekleştirir (May, Gilson ve Harter, 2004). Organizasyonlar insan haklarına olan saygısını kanıtlamak, etik ve ahlaki sorumluluklarını yerine getirmek için benimsediği kurumsal sosyal sorumluluk iş görenlerin gurur duygusunu artırarak

işe adanmışlıklarını olumlu etkilemektedir (Chaudhary ve Akhouri, 2018, s. 820-821). Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları sosyal olarak organizasyona sağladığı faydalar sayesinde iş görenlere kariyer olanakları sağlar ve iş görenler ekonomik fayda elde edebileceklerini hissettikleri için işe adanmışlıkları olumlu etkilenmektedir (Vlachos, Panagopoulos ve Rapp, 2013). Kurumsal sosyal sorumluluk ile organizasyon tüm paydaşların çıkarlarını gözetirken en önemli paydaş olan iş görenin işe adanmışlığı üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

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

Araştırmada kullanılan istatistiksel analiz yöntemleri

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

Tablo 2: İş Yaşam Kalitesi, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşe Adanmışlık Ölçeklerinin Normal Dağılım Analizi

	Skewness		Kurtosis	
	Değer	s.s	Değer	s.s
İş yaşam kalitesi	-0,126	0,132	0,522	0,263
Kurumsal sosyal sorumluluk	-0,817	0,132	1,958	0,263
İşe adanmışlık	-0,187	0,132	0,022	0,263

Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını belirlemek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmaktadır (George ve Mallery, 2010). Skewness ve kurtosis ± 1 durumunda mükemmel kabul edilir, ancak çoğu durumda ± 2 genel kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2010; Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham, 2013). Tablo 2'ye göre verilerin normal dağılım sağlandığı görülmektedir.

Bulgular

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

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

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	Gruplar	f	%	Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	188	54,8	Eğitim Durumu	İlköğretim ve altı	44	12,8
	Kadın	155	45,2		Ortaöğretim	128	37,3
Yaş	20 ve altı	32	9,3		Yükseköğretim	171	49,9
	22-30 yaş	123	35,9	Turizm Eğitimi Düzeyi	Almadı	151	44,3
	31-40 yaş	113	32,9		Turizm ve otel Meslek Lisesi	69	20,1
	41-50 yaş	38	11,1		Turizm Ön lisans	48	14,0
	51 ve üzeri	37	10,8		Turizm Lisans	43	12,5
Aylık Gelir Düzeyi	4252 TL ve Altı	31	9,0	Turizm Lisansüstü	31	9,0	
	4253-5252 TL	182	53,1	İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl ve daha az	90	26,2
	5253-6252 TL	67	19,5		2-4 yıl	123	35,9
	6253-7252 TL	30	8,7		5-7 yıl	67	19,5
	7253 ve üzeri	33	9,6		8-10 yıl	31	9,0
İşletmedeki Görevi	Üst Kademe	36	10,5		11 yıl ve üzeri	32	9,3
	Orta Kademe	40	11,7	Medeni Durum	Evli	182	53,1
	Alt Kademe	69	20,1		Bekar	161	46,9
	Personel	198	57,7				

Korelasyon analizine ilişkin bulgular

Araştırmanın kapsamında bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Veriler normal dağılım sağladığı için Pearson katsayısı kullanılmıştır. Korelasyon kat sayısı 0-0,29 arasında olması zayıf veya düşük, 0,30-0,64 arasında olması orta, 0,65-0,84 arasında olması yüksek ve 0,85-1 arasında olması çok yüksek şeklinde yorumlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2018, s. 232).

Tablo 4: Korelasyon Analizi

		İş Yaşam Kalitesi	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	İşe Adanmışlık
İş Yaşam Kalitesi	Pearson Correlation	1	0,772**	0,632**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	343	343	343
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Pearson Correlation	0,772**	1	0,550**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	343	343	343
İşe Adanmışlık	Pearson Correlation	0,632**	0,550**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	343	343	343

**p<0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4 incelendiğinde iş yaşam kalitesi ve işe adanmışlık arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (0,632; p<0,001). Kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir (0,550; p<0,001).

Regresyon analizine ilişkin bulgular

İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini belirlemek için araştırma modeli kapsamında regresyon analizi yapılmıştır. Hataların bağımsızlığı için kabul gören Durbin-watson değeri 1-3 arasında kabul görmektedir (Field, 2009, s. 221). VIF (Variance Inflation Factor) değeri 10'un altında ve T (Tolerance) değeri 0,1'den küçük olmadığı için çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığını göstermektedir (Field, 2009).

Tablo 5: Regresyon Analizi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	1,510	0,154		9,803	0,000*		
İş yaşam kalitesi	0,461	0,060	0,434	7,621	0,000*	0,508	1,970
Kurumsal sosyal sorumluluk algısı	0,208	0,042	0,282	4,955	0,000*	0,508	1,970
r=0,663	r ² =0,440	Δr ² =0,437	Durbin-Watson=1,669				
F=133,608	p<0,001						

Bağımlı değişken: İşe adanmışlık

İşe adanmışlık davranışının etkilenmesi üzerine kurulan model bütün olarak anlamlıdır ($p<0,001$). İş yaşam kalitesi modele en önemli katkıyı sağladığı görülmektedir ($\beta=0,434$). Regresyon analizi sonucuna göre iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($r=0,663$; $p<0,001$). İşe adanmışlık davranışının %43,7'si iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda H₁: "iş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır" ve H₂: "kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezleri kabul edilmiştir

Tablo 6: Hipotez sonuçları

Hipotezler		Sonuç
H ₁	İş yaşam kalitesinin işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır	Kabul
H ₂	Kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır	Kabul

Sonuç

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

Bu araştırma iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Öngörüldüğü gibi iş görenlerin sosyal değişimi algılayarak iş yaşam kalitesini ve kurumsal sosyal sorumluluğu olumlu algıladıklarını ve bu sayede işe adanmışlıklarının olumlu yönde etkilendiği bulgularla desteklenmiştir. Daha geniş bir ifade ile işe adanmışlık davranışının %43,7'si iş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklandığı tespit edilmiştir.

İşe adanmışlığın %43,4'ü iş yaşam kalitesi tarafından açıklandığı tespit edilmiştir ($\beta=0,434$). Wahlberg vd.'nin (2017) çalışmalarında Lizbon'daki konaklama işletmesi iş görenlerinin iş yaşam kalitesinin işe adanmışlık arasındaki aracılık ilişkisi incelediklerinde iş yaşam kalitesinin işe adanmışlığa aracılık etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yüksek iş yaşam kalitesi sayesinde iş ortamının fiziksel özelliklerinin iyileştirilmesi, iş için gerekli ve yeterli ekipmanların varlığı, teknolojinin kullanımı iş görenlerin fiziksel olarak daha az yorulmasına; yüksek kaliteli çalışma ortamının iş görenin iş ortamında vakit geçirmek istemesine, sosyal olarak uyum sağlamasına, işini severek ve isteyerek yapmasına neden olarak duygusal açıdan olumlu hissetmesine; daha yüksek iş yaşam kalitesinin iş içi ve dışı zamanda iş görene olumlu faydaları olacağı, yeterli ücretlerle tatmin edeceği, sosyal güvenlik ihtiyaçlarını karşılayacağı için zihinsel olarak olumlu ve rahat hissetmesine neden olarak iş görenin yüksek işe adanmışlık davranışında bulunacağı söylenebilir.

İşe adanmışlığın %28,2'sinin kurumsal sosyal sorumluluk algısı tarafından açıklandığı görülmektedir ($\beta=0,282$). Lee vd., (2014) çalışmalarında Kore'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin etik sorumluluklarının iş görenler üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluğun işe adanmışlık üzerinde pozitif yönde anlamlı ilişkisi olduğu görülmektedir. Özellikle hayırseverlik boyutunun diğer boyutlara göre daha yüksek etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Zientara vd., (2015) çalışmalarında Polonya'daki konaklama işletmeleri iş görenlerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılarının iş tatmini, örgütsel bağlılık, iş tutumu ve işe adanmışlık üzerinde etkisini incelemişlerdir. Çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk ile işe adanmışlık arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Nazir ve Islam (2019) Hindistan'daki konaklama işletmelerinin uyguladığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde iş görenlerin içsel motivasyonları ile işe adanmışlıkları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Gürlek ve Tuna (2019) Antalya'daki konaklama işletmesi iş görenlerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılarını işe adanmışlıklarının nasıl etkilediğini araştırmayı amaçlayan çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluğun işe adanmışlığı anlamlı ve olumlu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde iş görenler tarafından algılanan yüksek kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş görenlerin işe adanmışlıkları artırdığı söylenebilir. Topluma karşı sosyal sorumluluk faaliyetleri ile organizasyon toplumdaki olumsuzlukları azaltmak ve toplumun refah seviyesini yükseltmek için çaba harcadığını gösterebilir. Bu kapsamda topluma fayda sağladığını hisseden iş görenin elde ettiği gurur duygusu iş göreni fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak işine adanmasını sağlayabilir. Çevreye karşı sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kültürel mirasa ve doğal çevreye verilen hasarın azaltılmasında iş görenin de katkısı olduğunu hissetmesi iş görenin fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak işine adanmasına neden olabilir. İş görene karşı sosyal sorumluluk faaliyetleri ile organizasyonun iş görene değer verdiği, haklarını koruduğu, çalışma ortamını iyileştirdiği, kariyer gelişimine ve eğitimine katkı sağladığı için iş görenin fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak işine adanmasını sağlanabilir. Müşterilere karşı sosyal sorumluluk ile müşterilere verilen değer, müşterilerin organizasyona olumlu duygular beslemesine ve iş görenlere karşı daha nazik ve kibar davranmasına neden olabilir. Bu kapsamda iş görenler işlerini başarıyla yapmış olmanın gururuyla fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak işine adandığı söylenebilir.

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

Araştırmanın bulguları sonucunda zincir otel işletmesi yöneticilerinin iş görenlerin işe adanmışlıklarının artırmanın bir yolu olarak iş yaşam kalitelerini ve kurumsal sosyal sorumluluk algılarını yükseltmek için gerekli stratejileri geliştirmelerinin önemli olduğu düşünülmektedir. İş yaşam kalitesi iş görenin genel yaşam kalitesinin yükseltmekte önemli bir etkidir. Konaklama sektöründe insan kaynağının verimliliğini maksimize etmek için iş görenin genel yaşam kalitesini yükseltmek önemlidir. Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk iş görenler tarafından olumlu algılandığı için benimsenecek stratejilerin ve uygulamaların iş görenler üzerinde olumlu etkileri olmaktadır. İş görenlerin işe adanmışlığını artırmanın konaklama işletmelerine çeşitli olumlu sonuçları olmaktadır. Bunlar; yüksek örgütsel bağlılık, yüksek iş performansı, düşük işten ayrılma niyeti gibi olumlu faydaları sonucunda maliyetlerin azaltılması, işgücü verimliliği ve müşteri sadakati ile sonuçlanmaktadır (Salanova vd., 2005; Schaufeli vd., 2006; Bakker ve Demerouti, 2008; Gruman ve Saks, 2011; Karatepe, 2013b, s. 82; Özyılmaz ve Süner, 2015). Konaklama işletmesi yöneticilerine elde edilen bulgular neticesinde;

- Kadın iş görenlere daha fazla teşvikler verilerek, kariyer gelişimlerine katkı sağlanması bu sayede konaklama işletmelerinde kadın işgücünün tercih edilmesi için daha cazip hale getirilmesine,
- Turizm, yapısından dolayı genç ve dinamik işgücüne ihtiyaç duymaktadır. Ancak kalifiyeli iş görenler fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak yorulduğu için sektörden erken yaşta ayrılmaktadır. Genç işgücünün eğitilmesinde kalifiyeli iş görenlerin tercih edilerek sektörde kalmalarının sağlanmasına,
- Eğitim düzeyi düşük, sektöre yeni başlayan ve kalifiyeli iş görene dahil asgari ücret verilmesi, iş görenleri zihinsel ve duygusal olarak olumsuz etkileyerek fiziksel performansını düşürmektedir. İş görenlere yeterli ve adil ücretlendirmeye fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak daha fazla işe adanmalarına,
- İş görenin sahip olduğu nitelikleri sayesinde potansiyelini ortaya çıkaracak kararlara katılımına destek verilmesi, iş görenin fiziksel olarak daha fazla çaba harcamasına neden olarak duygusal ve zihinsel açıdan olumlu hissetmesine,
- İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk ile organizasyonun sosyal hayata değer verdiğini, yaptıkları işin anlamlı olduğunu ve örgütün yasalara saygısı olduğunu hissetmesine,
- Kurumsal sosyal sorumluluk politikaları ve stratejilerinin benimsenmesi organizasyonun imajını yükselterek iş görenin işinden gurur duymasının sağlanmasına,

- Kurumsal sosyal sorumluluk politika ve stratejileri sayesinde iş görenlerin topluma anlamlı katkılar sağlaması, çevresine saygılı davrandığını hissetmesi, müşterilere gerektiği değerinin verildiğini ve müşterilerinde bunun karşılığını verdiğini hissetmesi, iş görenlerin ise haklarına sahip çıktığını, kariyer gelişimine önem verildiğini, sosyal hayatına saygı duyulduğunu hissetmesi iş görenlerin işe adanmışlıklarını olumlu etkilemesine,
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerin benimsenip uygulanması, iş görenin iş içinde ve dışında işinden gurur duymasını sağlayarak benlik ve aidiyet hissetmesine bu sayede işe olumlu duygular beslemesine,
- İş ortamının iyileştirilmesi iş görenlerin çalışma ortamında ve dışında fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak olumlu hissetmesine neden olacağı söylenebilir.

Bu kapsamda iş yaşam kalitesine ve kurumsal sosyal sorumluluğa önem vermelerinin işletmenin sürdürülebilir rekabet ortamına uyum sağlayarak başarılı olmasında kilit bir rol oynamasından dolayı yöneticilere önerilmektedir.

Son olarak araştırma zincir otel işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, anket çalışmasına yanıt verenlerin verdikleri cevapların objektif olup olmadığı konusunda sınırlamalar bulunmaktadır. Ayrıca ileride yapılacak çalışmalar için farklı sektör araştırmaları uygulanabilir. Gelecekteki çalışmalar için daha büyük bir örneklem büyüklüğüne ulaşmak için daha büyük iller de uygulama yapılabilir. Çalışmada kullanılan iş yaşam kalitesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve işe adanmışlık ölçekleri yerine literatürde yer alan farklı ölçekler ile uygulama tercih edilebilir. Çalışmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nicel araştırmadan farklı olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme ve odak grup yöntemlerinin tercih edilmesi önerilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The authors declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 14/09/2021 tarihli 2021/205 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from Recep Tayyip Erdogan University, Social and Human Sciences Ethics Committee on 14/09/2021 and 2021/205 document number.

Yazar Katkıları / Author Contributions:

Fikir/Kavram/Tasarım - *Idea/Concept/ Design*: S.Ö., Veri Toplama ve/veya İşleme - *Data Collection and/or Processing*: S.Ö., Analiz ve/veya Yorum - *Analysis and/or Interpretation*: S.Ö., E.E., Kaynak Taraması - *Literature Review*: S.Ö., Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: S.Ö., Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: E.E., Onay - *Approval*: S.Ö., E.E.

Kaynakça / References

- Adrian, M. P. ve Anggiani, S. (2020). Affection of CSR to Job Satisfaction Mediated by Quality of Work Life (Case Study of Four Star Hotel in Indonesia). *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 6(1), 760-774.
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A. ve Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863.
- Ancarani, A., Di Mauro, C., Giammanco, M. D. ve Giammanco, G. (2018). Work engagement in public hospitals: a social exchange approach. *International Review of Public Administration*, 23(1), 1-19.
- Altay, M. ve Turunç, Ö. (2018). İş yükü, yaşam kalitesi ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: lider-üye etkileşiminin ve örgütsel bağlılığın aracılık rolü. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(17), 191-229.
- Arndt, A. D., Singhapakdi, A. ve Tam, V. (2015). Consumers as employees: The impact of social responsibility on quality of work life among Australian engineers. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 98-108.
- Ateş, B. ve Senal, S. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında muhasebenin sosyal sorumluluğu: Süleyman Demirel Üniversitesi'nde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(1), 71-85.
- Babcock-Roberson, M. E. ve Strickland, O. J. (2010). The relationship between charismatic leadership, work engagement, and organizational citizenship behaviours. *The Journal of Psychology*, 144(3), 313-326.
- Back, K., Lee, C. K. ve Abbott, J. (2011). Internal relationship marketing: Korean casino employees' job satisfaction and organizational commitment. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(1), 111-124.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., De Boer, E. ve Schaufeli, W. B. (2003). Job demands and job resources as predictors of absence duration and frequency. *Journal of Vocational Behaviour*, 62(2), 341-356.
- Bakker, A. B., Albrecht, S. L. ve Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European journal of work and organizational psychology*, 20(1), 4-28.
- Bakker, A. B. ve Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209-223.
- Banihani, M., Lewis, P. ve Syed, J. (2013). Is work engagement gendered?. *Gender in Management*, 28(7), 400-423.
- Benckendorff, P., Edwards, D., Jurowski, C., Liburd, J. J., Miller, G. ve Moscardo, G. (2009). Exploring the future of tourism and quality of life. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 171-183.
- Bhutto, T. A., Farooq, R., Talwar, S., Awan, U., ve Dhir, A. (2021). Green inclusive leadership and green creativity in the tourism and hospitality sector: serial mediation of green psychological climate and work engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(10), 1716-1737.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: John Wiley.
- Brislin, R. W. (1976). Comparative research methodology: Cross-cultural studies. *International Journal of Psychology*, 11(3), 215-229.
- Bulgan, G., İşler D. B., ve Çınar, S. Ç., (2021). Otel işletmelerinde çalışma yaşamı kalitesinin işten ayrılma eğilimine etkisi ısparta örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 114-129.
- Burke, R. J., Koyuncu, M., Jing, W. ve Fiksenbaum, L. (2009). Work engagement among hotel managers in Beijing, China: potential antecedents and consequences. *Toursim Review*, 64(4), 4-18.
- Calveras, A. (2015). Corporate social responsibility strategy in the hotel industry: Evidence from the Balearic Islands. *International Journal of Tourism Research*, 17(4), 399-408.
- Caldwell, C., Floyd, L. A., Atkins, R. ve Holzgrefe, R. (2012). Ethical duties of organizational citizens: Obligations owed by highly committed employees. *Journal of Business Ethics*, 110(3), 285-299.
- Camilleri, M. (2014). Advancing the sustainable tourism agenda through strategic CSR perspectives. *Tourism Planning & Development*, 11(1), 42-56.
- Can, A. (1999). Çalışma hayatının kalitesinin geliştirilmesi. I. Verimlilik Kongresi. 454: 89-101. Ankara: MPM Yayınları.

- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1989). 1993, *Business and society, ethics and stakeholder management*. Cincinnati, Oh: South-Western.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Chaudhary, R., ve Akhouri, A. (2018). Linking corporate social responsibility attributions and creativity: Modeling work engagement as a mediator. *Journal of Cleaner Production*, 190, 809-821.
- Cleveland, J. N., O'Neill, J. W., Himelright, J. L., Harrison, M. M., Crouter, A. C. ve Drago, R. (2007). Work and family issues in the hospitality industry: perspectives of entrants, managers, and spouses. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(3), 275-98.
- Coetzee, M., ve De Villiers, M. (2010). Sources of job stress, work engagement and career orientations of employees in a South African financial institution. *Southern African Business Review*, 14(1), 27-58.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. ve Wanhill, R. S. (2008). *Tourism principles and practice* (4. baskı). New York: Longman Publishing.
- Çakır, O., Doğan, E. ve Bayar, E. (2018). Otel çalışanlarının örgütsel bağlılıklarını güçlendirmede iş yaşam kalitesinin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 345-359.
- Çalışkan, O. (2010). Kurumsal sosyal sorumluluk algılama boyutunun personelinin iş tatminine ve işte kalma niyetine etkisi: Antalya bölgesinde yer alan beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışanlar üzerinde bir araştırma. (Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çalışkan, O., ve Ünüsan, Ç. (2011). Otel çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş tatmini ve işte kalma niyetine etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 154-166.
- Çiftçi, D. Ö. ve Erkanlı, H. (2020). Dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının işe adanmışlık düzeylerinin demografik değişkenlere göre incelenmesi: orta ve doğu karadeniz bölgesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(2), 336-347.
- Dalgıç, A. (2020). İş güvencesizliği algısının iş yaşam kalitesine etkisinde iyimserlik ve kötümserlik özelliklerinin aracılık rolü: Seyahat acentası çalışanları örneği. *The Mediation Role of. Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1922-1942.
- De Roeck, K., Marique, G., Stinglhamber, F. ve Swaen, V. (2014). Understanding employees' responses to corporate social responsibility: Mediating roles of overall justice and organisational identification. *International Journal of Human Resource Management*, 25(1), 91-112
- De Roeck, K., & Maon, F. (2018). Building the theoretical puzzle of employees' reactions to corporate social responsibility: An integrative conceptual framework and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 149(3), 609-625.
- Deery, M. (2008). Talent management, work-life balance and retention strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(7), 792- 806.
- Deery, M. ve Jago, L. (2009). A framework for work-life balance practices: Addressing the needs of the tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 97-108.
- Dienhart, J. R., ve Gregoire, M. B. (1993). Job satisfaction, job involvement, job security, and customer focus of quick-service restaurant employees. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 16(2), 29-43.
- Domínguez Albiter, K. I., Vargas Martínez, E. E., Zizumbo Villarreal, L. ve Velázquez Castro, J. A. (2021). Tourism jobs and quality of work-life. A perception from the hotel industry workers. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 37(69). Erişim adresi: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012046452021000100005&script=sci_arttext&tlng=en
- Emadzadeh, M. K., Khorasani, M., ve Nematizadeh, F., (2012). Assessing the equality of work life of primary school teachers in Isfahan city. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 3(9), 438-448.
- Erdem, B. ve Kaya, İ. (2013). Çalışma yaşamı kalitesini etkileyen faktörlerin iş görenler tarafından algılanması: Otel çalışanları üzerinde bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (35), 135-150.

- Fatma, I. K. A., Kadir, S. A., Sariman, T. ve Yuliana, S., (2016). Quality of worklife and labor productivity in the hotel industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(9), 807-814.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: SAGE.
- Gazeloğlu, C. ve Erkalıç, E. (2020). *Bilimsel araştırmalarda temel örnekleme yöntemleri* (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *Spss for windows step by step: A simple guide and reference*, 17.0 update (10. baskı.) Boston: Pearson.
- Gond, J. P., El-Akreml, A., Igalens, J., ve Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. *International Center for Corporate Social Responsibility*, 54, 1-47.
- Gruman, J. A. ve Saks, A. M. (2011). Performance management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 21(2), 123-136.
- Guan, X., Yeh, S. S., Chiang, T. Y. ve Huan, T. C. T. (2020). Does organizational inducement foster work engagement in hospitality industry? Perspectives from a moderated mediation model. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 259-268.
- Gupta, M., ve Sharma, P., (2011). Factor credentials boosting quality of work life of BSNL employees in jammu region. *Sri Krishna International Research & Educational Consortium*, 2(1), 79-89.
- Gürlek, M. ve Tuna, M. (2019). Corporate social responsibility and work engagement: Evidence from the hotel industry. *Tourism Management Perspectives*, 31, 195-208.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2013). *Multivariate data analysis*. England: Pearson Education Limited.
- Hall, C., M. (2007). *Pro-poor tourism: who benefits?: Perspectives on tourism and poverty reduction*. (3. Baskı). New Zeland: Channel View Publications.
- Hamarnah, I. (2013). Corporate social responsibility as a competitive advantage in tourism sector. *Journal of Tourism & Services*, 4(7), 36-51.
- Herzberg, F., Mausner, B. ve Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. New York: Wiley.
- Huzzard, T. (2003). The convergence of the quality of working life and competitiveness: a current Swedish literature review. *Arbetsliv i omvandling*, 9, 1-119.
- Işkın, M. (2021). Turizm işletmeleri alışanlarının alışma yaşamı kalitesi, iř tatmini düzeyleri ve performansları: eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin aracı ve örgütsel sinizm. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 1972-1991.
- Jr, W. G. T., Stumpf, S. A. ve Doh, J. P. 2010. Exploring talent management in india: The neglected role of intrinsic rewards. *Journal of World Business*, 45(2), 109-121.
- Kahn, W. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *The Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Kanten, S. ve Sadullah, O. (2012). An emprirical research on relationship quality of work life and work engagement. *Procedia - Social and Behavioural Sciences*, 62, 360-366.
- Kanten, P. (2014). Effect of quality of work life (QWL) on proactive and prosocial organizational behaviours: a research on health sector employees. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 19(1), 251-274.
- Kanten, S., Esirgemez, M., Hasekioglu, Y. ve Keeli, M. (2018). İř yaşamının kalitesinin sosyal kaytarma ve içi erteleme davranışı üzerindeki etkisinde etik iklim algısının rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 559-576.
- Karatepe, O., M. (2013a). High-performance work practices and hotel employee performance: The mediation of work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 132-140.
- Karatepe, O., M. (2013b). Perceptions of organizational politics and hotel employee outcomes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), 82-104.
- Karatepe, O. M., ve Demir. E. (2014). Linking core self-evaluations and work engagement to work-family facilitation: A study in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(2), 307-323.

- Kim, H., K., Rhou, Y., Uysal, M. ve Kwon, N., (2017). An examination of the links between corporate social responsibility (CSR) and its internal consequences. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 26-34.
- Kim, C., Kim, J., Marshall, R. ve Afzali, H. (2018). Stakeholder influence, institutional duality, and CSR involvement of MNC subsidiaries. *Journal of Business Research*, 91, 40-47.
- Kim, J. S., Milliman, J. ve Lucas, A. (2020). Effects of CSR on employee retention via identification and quality-of-work-life. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1163-1179.
- Kim, H., Rhou, Y., Topcuoglu, E. ve Kim, Y., G. (2020). Why hotel employees care about Corporate Social Responsibility (CSR): Using need satisfaction theory. *International Journal of Hospitality Management*, 85(102505), 1-8.
- Kusluvan, S., ve Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism management*, 21(3), 251-253.
- Lee, Y. K., Choi, J., Moon, B. Y. ve Babin, B. J. (2014). Codes of ethics, corporate philanthropy, and employee responses. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 97-106.
- Li, J. J., Kim, W. G. ve Zhao, X. R. (2017). Multilevel model of management support and casino employee turnover intention. *Tourism Management*, 59, 193-204.
- Li, X., Sanders, K. ve Frenkel, S. (2012). How leader-member exchange, work engagement and HRM consistency explain Chinese luxury hotel employees' job performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1059-1066.
- Ma, Y., Ma, Q. H., Yu, H. ve Hao, J. J. (2011). Quality of work life and employee outcomes: A survey of employees in hotel business. *Advanced Materials Research*, 171, 433-436.
- Mao, Y., He, J., Morrison, A. M. ve Andres Coca-Stefaniak, J. (2021). Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2716-2734.
- May, D. R., Gilson, R. L., ve Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 11-37.
- Mirvis, P. H. ve Lawler III, E. E. (1984). Accounting for the quality of work life. *Journal of Occupational Behaviour*, 5, 197-212.
- McDonald, D. J. ve Makin, P. J. (2000). The psychological contract, organizational commitment and job satisfaction of temporary staff. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(2), 84-91.
- Mosadeghrad, A. M. (2013). Quality of working life: an antecedent to employee turnover intention. *International Journal of Health Policy and Management*, 1(1), 43-50.
- Muskat, B., ve Reitsamer, B. F. (2020). Quality of work life and Generation Y: How gender and organizational type moderate job satisfaction. *Personnel Review*, 49(1), 265-283.
- Nazir, O. ve Islam, J. U. (2020). Influence of CSR-specific activities on work engagement and employees' innovative work behaviour: An empirical investigation. *Current Issues in Tourism*, 23(24), 3054-3072.
- Nelson-Horcher, J. (1991). The myths of the shiftless US worker. *Industry Week*, 240(3), 42-44.
- Nimalathasan, B. (2011). Variation of quality of work life of academic professional in Bangladesh: a discriminant analysis. In Conference Paper. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/NimalathasanBalasundaram/publication216521473_Variation_of_quality_of_work_life_of_academic_professional_in_Bangladesh_A_Discriminant_Analysis/links/0bdd03c2a4d12c9f0234e7b5Variation-of-quality-of-work-life-of-academic-professional-in-Bangladesh-A-Discriminant-Analysis.pdf
- Örücü, E., Yumuşak, S. ve Bozkır, Y. (2006). Kalite yönetimi çerçevesinde bankalarda çalışan personelin iş tatmini ve iş tatminini etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13(1), 39-51.
- Özdamar, K. (2001). Paket programlar ve istatistiksel veri analizi (çok değişkenli analizler). Eskişehir: Kaan Yayınları.

- Özyılmaz, A. ve Süner, Z. (2015). İşe adanmışlığın işyeri tutumlarına etkisi: Hatay'daki 9 işletmede yapılan ampirik araştırmanın sonuçları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(3), 143-164.
- Park, S. Y. ve Levy, S. E. (2014). Corporate social responsibility: perspectives of hotel frontline employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), 332-348.
- Perçin, N. Ş. ve Yabacı, N. (2020). Otel işletmelerinde iş görenlerin çalışma yaşam kalitesinin demografik özellikler açısından incelenmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(1), 34-48.
- Powell, V. (2009). What effect do formalised human resource procedures such as contracts and appraisals have on employee motivation in the hospitality industry. Erişim adresi: <https://chesterrep.openrepository.com/bitstream/handle/10034/100055/Victoria%20Powell.pdf?sequence=8&isAllowed=y>.
- Punch, K. F. (2005). Sosyal araştırmalara giriş: nicel ve nitel yaklaşımlar, (D. Bayrak H. B., Arslan, Z. Akyüz, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Putra, E. D., Cho, S. ve Liu, J. (2017). Extrinsic and intrinsic motivation on work engagement in the hospitality industry: Test of motivation crowding theory. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 228-241.
- Rich, B. L., Lepine, J. A. ve Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V. ve Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behaviour: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behaviour*, 27(4), 537-543.
- Saks, A. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology* 21(7), 600-619.
- Sağır, M. ve Türkeri, İ. (2015). Turizm işletmelerinde stratejik boyutları ile kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları: örnek incelemeler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 283-314.
- Salanova, M., Agut, S. ve Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1217-1227.
- Saruhan, Ş., C. ve Özdemirci, A. (2018). *Bilim, felsefe ve metodoloji* (5. baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Schaufeli, W., Bakker, A. ve Salanova M. (2006). The measurement of work engagement with short questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- Seçkin, Ş. N. ve Çoban, R. (2018). A research on work life quality, psychological contract and psychological ownership relationship in the context of social exchange theory. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 6(1), 7-17.
- Singhapakdi, A., Lee, D., Singy, M., J. ve Senasu, K. (2014). The impact of incongruity between an organization's CSR orientation and its employees' CSR orientation on employees' quality of work life. *Journal of Business Research*, 68(1), 60-66.
- Slack, R., E., Corlett, S. ve Morris, R. (2015). Exploring employee engagement with (corporate) social responsibility: A social exchange perspective on organisational participation. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 537-548.
- Sojka, L. (2014). Specification of the quality of work life characteristics in the Slovak economic environment. *Sociológia-Slovak Sociological Review*, 46(3), 283-299.
- Stairs, M. ve Galpin, M. (2010). Positive engagement: From employee engagement to workplace happiness. İçinde P. A. Linley, S. Harrington, ve N. Garcea (Ed.), *Oxford handbook of positive psychology and work* (ss. 155-172). Oxford University Press.
- Sü, S. (1999). Konaklama sektöründe çalışan personelin sorunları ve çözüm önerileri. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şahin, S. ve Çankır, B. (2019). Sürdürülebilir kalite algısı ve iş performansı: çalışmaya tutkunluğun aracı rolü. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 196-211.
- Taipale, S., Selander, K., Anttila, T., & Nätti, J. (2011). Work engagement in eight European countries: The role of job demands, autonomy, and social support. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 31(7/8), 486-504.
- Timossi, de Silva, L., Pedroso, B., de Francisco, A. C. ve Pilatti, L., A. (2008). Evaluation of quality of work life: an adaptation from the Walton's QWL model. In XIV International Conference on Industrial Engineering and Operations Management. Erişim adresi: <http://pg.utfrp.edu.br/dirppg/ppgep/ebook/2008/CONGRESSOS/Internacionais>.
- Tripathy, S. K. ve Rath, N. (2011). Practice of corporate social responsibility in NALCO and the perceptions of employees and the public: A case study. *South Asian Journal of Management*, 18(4), 44-61.
- Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2021). Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri. Erişim adresi: <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-164500/bakanligimizdan-turizm-isletme-belgeli-konaklama-tesisli.html>
- Turizm Bakanlığı (1989). Otelcilik ve turizm endüstrisinde işgücü araştırması. Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Türkay, O. (2015). Çalışma yaşamı kalitesinin iş memnuniyeti ve bağlılık üzerine etkileri: Seyahat acentaları üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 239-256.
- Valentine, S. ve Fleischman, G. (2008). Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 159-172.
- Vlachos, P. A., Panagopoulos, N. G., ve Rapp, A. A. (2013). Feeling good by doing good: Employee CSR-induced attributions, job satisfaction, and the role of charismatic leadership. *Journal of Business Ethics*, 118(3), 577-588.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2018). Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlübulduk, S., M. (2019). Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin analizi: Borsa İstanbul konaklama işletmeleri ve marka değeri en yüksek uluslararası konaklama işletmeleri karşılaştırması. (Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Wahlberg, T. A., Ramalho, N. ve Brochado, A. (2007). Quality of working life and engagement in hostels. *Tourism Reviews*, 72(4), 411-428.
- Walton, R. E. (1973). Quality of Working Life: What Is It?. *Sloan Management Review* 15(1), 11-21.
- Walton, R. E. (1975). Criteria for quality of working life. İçinde Davis, L. E., Cherns, A. B. (Ed.), *The Quality of Working Life*. (ss. 91-104). New York: The Free Press, and Associates.
- WBCSD, World Business Council for Sustainable Development (1999). Corporate social responsibility. Erişim adresi: <https://growthoriented sustainable entrepreneurship.files.wordpress.com/2016/07/csr-wbcsd-csr-primer.pdf>
- Witt, L. A., Kacmar, K. M. ve Andrews, M. C. (2001). The interactive effects of procedural justice and exchange ideology on supervisor-rated commitment. *Journal of Organizational Behaviour: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behaviour*, 22(5), 505-515.
- Wong, S. C. K. ve Ko, A. (2009). Exploratory study of understanding hotel employees' perception on worklife balance issues. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 195-203.
- Yin, N. (2018). The influencing outcomes of job engagement: an interpretation from the social exchange theory. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(5), 873-889.
- Zientara, P., Kujawski, L. ve Bohdanowicz-Godfrey, P. (2015). Corporate social responsibility and employee attitudes: evidence from a study of Polish hotel employees. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), 859-880.