



Turkish Studies

Economics, Finance and Politics

Volume 13/30, Fall 2018, p. 179-201

DOI: 10.7827/TurkishStudies.14677

ISSN: 1308-2140

Skopje/MACEDONIA-Ankara/TURKEY



INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY

EXCELLENCE FOR THE FUTURE
IBU.EDU.MK

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info/Makale Bilgisi

✍ *Received/Geliş: Aralık 2018*

✓ *Accepted/Kabul: Aralık 2018*

✍ *Referees/Hakemler: Prof. Dr. Metin AKSOY - Dr. Öğr. Üyesi Erkan AKGÖZ - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ULUTAŞ*

This article was checked by iThenticate.

SEYAHAT ACENTASI ÇALIŞANLARININ İŞ DEĞERLERİ ALGISI VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ İLİŞKİSİ

Cemal İNCE - Tolga GÖK***

ÖZET

Çalışanlar, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin performanslarına etki eden en önemli faktörlerden birisidir. Motive olmuş çalışanlar hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatinin sağlanmasına doğrudan etki etmektedir. Motivasyonun sağlanmasında çalışanların iş değerlerine ilişkin algıları öne çıkmaktadır. Çalışanların iş değerleri çerçevesinde işletmeden beklentilerini elde etmesi ve amaçlarına ulaşabilmesine bağlı motivasyonunda artış veya kayıp söz konusu olabilmektedir. Buna dayanarak, iş değerleri algısı düşük olan çalışanların, işten ayrılma eğiliminde artış görüleceği düşünülmektedir. Bu çalışma, seyahat acentasında çalışanlarının iş değerleri algısı ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, alanyazına dayalı geliştirilen anket ile veriler toplanmıştır. Anket, iş değerleri algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki durumunu belirlemek için 2017 yılı Nisan ve Mayıs aylarında Karadeniz bölgesinde (Samsun, Giresun, Ordu, Trabzon, Rize) faaliyet gösteren seyahat acentaları çalışanlarına uygulanmıştır. Anketlerin uygulanmasında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve 400 seyahat acentası çalışanı araştırmaya katılmıştır. Verilerin analizinde Spearman korelasyon, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre, iş değerlerinin “Yetenek ve Büyüme” boyutu ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer taraftan, iş değerlerinin “Statü ve Bağımsızlık” boyutuyla işten ayrılma niyeti arasında, negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda, kuramsal çıktılar tartışılmış, uygulamaya ve gelecek çalışmalara yönelik öneriler sunulmuştur.

*  Dr. Öğr. Üyesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi /Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, E-posta: cemal.ince@gop.edu.tr

**  Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi/Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, E-posta: tolga@selcuk.edu.tr

Anahtar Kelimeler: İş değerleri, işten ayrılma niyeti, seyahat acentaları

RELATIONSHIP BETWEEN WORK VALUES PERCEPTION AND TURNOVER INTENTION OF TRAVEL AGENCY EMPLOYEES

ABSTRACT

Employees are one of the most important factors that influence the performance of enterprises operating in the tourism sector. Motivated employees have a direct impact on service quality, customer satisfaction and customer loyalty. Employees' perceptions of their work values are prominent in the provision of motivation. Within the framework of their work values, there may be an increase or a loss in motivation depending on the employees' expectations from the enterprises and reaching their goals. Based on this, it is thought that employees with low perception of work values will have an increase in the tendency to leave work. This study aims to evaluate the relationship between employees' perception of their work values and their intention to leave. For this purpose, data were collected by the questionnaire which was developed based on literature. The questionnaire was applied to the employees of the travel agencies operating in the Black Sea region (Samsun, Giresun, Ordu, Trabzon, Rize) in April and May 2017 in order to determine the relationship between work values and turnover intention. The convenience sampling method was used in application of questionnaires and 400 travel agency employees participated in the research. Spearman correlation, Mann Whitney U and Kruskal Wallis analyzes were used in the analyses of data. According to the findings of the research, a positive and significant relationship was found between "Talent and Growth" dimension of work values and turnover intention. On the other hand, a negative and significant relationship was found between the "Status and Independence" dimension of work values and turnover intention. At the end of the research, theoretical outcomes were discussed and suggestions for travel agencies and future studies were presented.

STRUCTURED ABSTRACT

Introduction

The concept of value comes into people's lives starting with their families and is shaped and developed through their friends, neighborhood and education period. The value is a fundamental fact that allows an individual to distinguish between good and bad, right and wrong. The individual's personal values combine with organizational values in his / her business life and gains the meaning of work value here (Bozkurt and Doğan, 2013). The values of the individual interact with the organizational environment, colleagues, working conditions, attitudes and behaviors of the managers and turn into a work value in the process in proportion to the expectations of the employee from the enterprise (Güllü et al., 2016: 568). The work value of the employees is an important factor in the commitment of the

employees to the enterprise and the formation of the intention to continue the work (White, 2006; Gürsoy et al., 2008). In order to achieve business objectives and organizational objectives, tourism enterprises have to work to know the work values of their employees and to increase their work value. As the work value of the employee increases, the commitment to his / her job and business increases and he/she does not think about leaving the job easily. At the same time, employees can influence the organization depending on the work values they have, and organizations can positively influence the work value with the organizational values they have (Özkan, 2010). It is possible to mention that the individuals with high work values have decreased their turnover intentions. In this sense, a negative relationship can be mentioned. For example, some unfair practices may lead to increased turnover intention (Altaş, 2004). The main purpose of the study is to determine the relationship between the perception of work values of travel agencies employees and the turnover intention. The research was conducted on travel agencies operating in the Black Sea region in Turkey.

Literature Review

There are very few studies in the literature about work value, work value perception and turnover intention. According to the results of research conducted by Omar and Ramdani (2017) on the relationship between the work value of Generation Y and the turnover intention in Malaysia, The Generation Y expresses firstly that they want technological understanding, cultural understanding, flexible and multi-task, independence and teamwork, and that they can leave the job if they do not happen. Nor et al. (2017) state that there is a significant positive relationship between work value and turnover intention. Omar and Ramdani (2017: 32) found a positive relationship between the increase in social levels of generation Y and professional development. In the same study, it was determined that the turnover intention of the Y generation increased when monetary and non-monetary awards were not given. When the Y generation was given responsibility, there was a decrease in the turnover intention. Shukla et al. (2013: 118-119), in their study in India, determined that job satisfaction and work behaviors directly affect their turnover intention. In this study, it was determined that as the job satisfaction of the workers increased, the turnover intention their jobs decreased and the turnover intention the job increased when job dissatisfaction increased. Van Vianen et al. (2007: 194) identified a low-level positive relationship between individual and work value compliance in their study related to person-perceived work value compliance. In the same study, it was determined that the emotional work value of the person and the cognitive work value had a significant effect on the turnover intention. In the study, it was determined that employees with high work value had low turnover intention. Thus, a negative correlation between work value and turnover intention can be mentioned. In the study, a positive relationship was determined between instrumental work value and turnover intention. At the group level, a significant and very strong relationship was found between the perception of cognitive work value and the turnover intention the employees (Van Vianen, et al., 2007: 198).

Yu-Ping Wang et al. (2010) and Van Vianen et al. (2007) investigated the effect of the work values on the turnover intention. According to the findings, it was seen that the values of work had a significant effect on the turnover intention. In this context, it is thought that the perception of work values in travel agencies may affect the turnover intention. Therefore, the following basic hypothesis is established.

H1: There is a significant relationship between employees' perception of work values and turnover intention.

Methodology

The purpose of the study is to determine the effect of the perceptions of the employees in travel agencies regarding the work values on the turnover intention the job. The research was conducted on travel agency employees in Samsun, Giresun, Ordu, Trabzon and Rize provinces in the Black Sea region. In the literature, there are not many studies on the effect of work values on the turnover intention. Therefore, it is thought that the study will contribute to the literature. In addition, the study aimed to determine whether the perception of work values and the turnover intention differ according to gender, age and income levels of the employees and the answers to the following questions were sought. These;

1. Does the perception of employees' work values differ according to their gender?
2. Does employees' turnover intention the job differ according to their gender?
3. Does the perception of employees' work values differ according to their age?
4. Does employees' turnover intention the job differ according to their age?
5. Does the perception of employees ' work values differ according to the level of income?
6. Does the employee's turnover intention the job differ according to the level of income?

Data were collected with the help of a questionnaire developed based on the literature. The questionnaires were conducted in April and May 2017. In the data collection, convenience sampling method was used from non-random sampling methods. As a result of the questionnaire application, 400 participants were reached. The questionnaire questions consist of three sections. The first section includes demographic questions, the second section contains the work values scale, and the third section contains the turnover intention scale. The relevant literature was scanned to determine the scales in the questionnaire. 21-item scale developed by Manhardt (1972) and adapted to Turkish by Özcan (2008) was used for the scale of work values. 3-item scale (The Michigan Organizational Assessment Questionnaire) developed by Cammann et al. (1983) and adapted to Turkish by Gürbüz and Bekmezci (2012) was used for the scale of turnover intention. "1 Strongly Disagree; 5 = Strongly Agree" response categories were used to determine the levels of participation in

evaluating scales of the work values and turnover intention. Cronbach's Alpha coefficient was calculated as 0.939 for the whole 21-item work values scale. Cronbach's Alpha coefficient was determined as 0.905 for the 3-item turnover intention scale. These results show that the scales are highly reliable. The normality of the distribution was examined by K-S test. As a result of the analysis, the Kolmogorov-Smirnov (K-S) test significance level of both scales was less than 0.05. From this point of view, it is accepted that the collected data in the research does not conform to normal distribution and is suitable for nonparametric tests. The validity and reliability of the scales of work values and turnover intention have been proven in previous studies (Özcan, 2008), (Gürbüz ve Bekmezci, 2012). However, an explanatory factor analysis was performed to test the structural validity due to sectorial differences. In addition, Spearman correlation analysis, Mann-Whitney U and Kruskal Wallis tests were performed for the hypothesis and questions of the research.

Findings

Demographic characteristics of the participants were examined in terms of gender, age and monthly income. Accordingly, 51.7% of the participants were male and 48.3% of them were female. It has been observed that nearly two-thirds of the participants were 18-33 (68.5%), 71.3% of them had bachelor's degree and nearly two-thirds of them had monthly income of less than 2,000 TL (66.1%). In addition, it has been determined that participants mainly work in sales/marketing (39%) and operations (28%) departments; that the majority of them are employees (83.5%); that 43.3 % of them work in the current business; two-third (62.5%) of them work in this sector less than 5 years.

Principal Component Analysis and Varimax rotation methods were used to determine the factor structure and to obtain meaningful and interpretable factors. In this way, data with an eigenvalue greater than 1 and a factor load of more than 0.50 were taken into consideration. As a result of the factor analysis on the scale of work values, one-item with a low communalities value (less than 0.50) and eight-items due to overlapping (lower than 0,10) were excluded from the scale (Kalaycı, 2005:329). As a result of the factor analysis, the chi-square value for the Bartlett Test was found to be 2455,636 and the p significance value was 0,000. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sample value is 0,901. The values obtained from the test result indicate that the data are suitable for factor analysis. According to the results of factor analysis, work values are composed of three sub-factors. The three sub-factors explain 67.93% of the total variance. The first factor consists of five items. The first factor has an eigenvalue of 3,101. It explains 25,846% of the total variance. The Cronbach's Alpha coefficient of the first factor is 0,823. The second factor consists of four items and has an eigenvalue of 2,883. The second factor explains 24,025% of the total variance. The Cronbach's Alpha coefficient was 0.868. The third factor consists of three items. The eigenvalue value is 2,167. It explains 18,059% of the total variance. The Cronbach's alpha coefficient was determined to be 0.799.

Spearman correlation analysis was performed to determine whether there was a relationship between work values and the turnover intention in travel agencies and to test the hypothesis. According to the

results of the analysis, there was a meaningful and positive relationship between dimension of “Talent and Growth” and the turnover intention. It was determined that there was a meaningful and negative relationship between the “Status and Independence” dimension and the turnover intention the job. In this case, it can be said that developments in the work values of employees regarding “Talent and Growth” will also affect the turnover intention the job. On the other hand, it can be stated that the positive developments regarding the “Status and Independence” dimension of the work values may negatively affect the employees' turnover intention. Thus, H_1 hypothesis was accepted.

According to the Mann-Whitney U test, it is understood that there is a significant difference between men and women in the “Comfort and Security” dimension of work values. In this context, it is understood that men care more about their work values in terms of “Comfort and Security” dimension than women. On the other hand, it was determined that the other dimensions of the work values, the overall work values and the turnover intention were not different from the gender.

According to Kruskal Wallis test results, there were differences between the age groups in terms of work values, overall work values and the turnover intention. There is a significant difference between age groups in the dimension of “Talent and Growth” and it is understood that participants aged 26-33 years and 42-49 years have higher averages than participants aged 18-25 years. In terms of “Comfort and Security”, “Status and Independence” dimensions and “overall work values”, participants in 26-33 age range, 34-41 age range and 42-49 age range have higher perception than participants in 18-25 age range. The participants in the 42-49 age range have a higher perception than the participants in the 26-33 age range and 34-41 age range. It can be said that as the age increases, the perceptions of the participants about their work values become more important. In terms of the turnover intention, a significant difference was found between participants in 18-25 age range, and participants in 26-33 age range and 34-41 age range. In addition, significant difference was found between the participants in 42-49 age range and 26-33 age range. On the basis of this, it can be stated that young people's turnover intention is lower than the elderly.

According to Kruskal Wallis test, in terms of “Talent and Growth”, “Comfort and Security” dimensions and “Overall work values”, there were significant differences between those with income levels of 1001-2000 TL, 2001-3000 TL and 3001-4000 TL, and those with income of 1-1000 TL. In addition, there were significant differences between those who had income levels of 3001-4000 TL and those who had income levels of 1001-2000 TL and 2001-3000 TL in terms of the same dimensions. According to this, it can be stated that the ones with high income levels pay more attention to work values than the low ones. In terms of “Status and Independence”, it has been seen that there are significant differences between those with income levels of 1001-2000 TL, 2001-3000 TL and 3001-4000 TL and those with income levels of 1-1000 TL; between those with income level of 3001-4000 TL and those with income level of 2001-3000 TL. In terms of “Status and Independence”, it can be stated that employees with high income levels pay more attention to work values than those with low levels of income. In terms of the turnover intention, it is understood that those who have

the lowest income level of 1-1000 TL have higher perceptions about their turnover intention than those with income levels of 1001-2000 TL and 2001-3000 TL. In terms of the turnover intention, it is understood that those who have the lowest income level of TL 1-1000 have higher perceptions about their turnover intention than those with income levels of TL 1001-2000 and 2001-3000.

Conclusion and Recommendations

The research was carried out in order to reveal the relationship between the work values of the employees in travel agencies and the intentions to leave the job. In this context, the findings obtained in the research are evaluated in terms of theoretical and practical aspects. In addition, suggestions are presented for future research.

The perceptions of the employees on the work values in travel agencies have emerged in three dimensions. These are "Talent and Growth", "Comfort and Security", and "Status and Independence". This result confirmed the original structure of the scale. Scale have revealed similar dimensions like studies of Manhardt (1972), Parnell et al. (2008), Özcan (2008) and Elmas-Atay (2017) and supported the literature. Research findings suggest that there is a significant relationship between the work values of the employees in travel agencies and the turnover intention the job. "Talent and Growth" and "Status and Independence" are the dimensions of work values that are in a high relationship with the intention of leave. This result supports the research conducted by Eşitti (2018), Yu-Ping Wang et al. (2010) and Van Vianen et al. (2007).

In the results of the analysis of the research questions, it was understood that the work values of the employees and their turnover intention were different according to gender, age and income level. While it was observed that men pay more attention to women in terms of "Comfort and Security" dimension than men in terms of gender, the results of the study conducted by Şenay (2015) showed that women pay more attention to their work values than men. There has not been any difference in the gender in terms of the turnover intention the job. This result on the turnover intention has resembled to the findings of the study by Varol et al. (2017). But it has differed from the findings of the study by Tolukan et al. (2016). As the age of the participants increased, it was understood that the importance they gave to their work values increased. This partially coincides with similar studies. In the study performed by Şenay (2015), there is a difference in one dimension of work values. In addition, it was found that young people were more likely to quit. These results differ from similar studies. There were no differences in the studies conducted by Yıldırım and Yirik (2014) and Şenay (2015).

The research findings revealed that there was a relationship between the perception of work values of employees in travel agencies and the intentions to leave. In terms of the "Talent and Growth" dimension, the developments in the "continuity in the development of skills", "sense of success" etc.in the work are positively related to the turnover intention. It can be thought that this situation may lead to the development of turnover intention the employees due to reasons such as working with better places as the skills and professional knowledge of the employees increase. As employees ' abilities and experiences

develop, they can turn to businesses that offer more attractive opportunities. Therefore, enterprises can be advised to increase the opportunities offered to prevent personnel loss. On the other hand, in terms of the "Status and Independence" dimension, a relationship can be mentioned that there will be a decrease in turnover intention, as the developments in issues such as "higher income", "directing other workers", and "working on problems that are important for the organization" increased. In order to prevent dismissal, enterprises may be advised to offer career opportunities to their employees in an objective manner.

The variables that constitute the research topic can also be researched in different sectors. This study was carried out only in a specific region and for travel agencies. Future research may be applied in different regions and countries. In the future, it may be useful to consider job satisfaction as a mediator variable.

Keywords: Work values, turnover intention, travel agencies

1. Giriş

Bireyler, kişisel ve sosyal amaçlarını gerçekleştirmek için örgütlerde çalışmaktadırlar. Bu amaçlarını gerçekleştirmek için seçtiği adımlar ve bu adımlara verdiği değerler vardır. Bu değerlerin karşılama derecesine göre bireysel tatmin elde etmektedirler. İş görenler, yaptıkları iş, işletme ve örgütleri hakkında çeşitli inanç, tutum ve davranışlar geliştirirler. Bunların temelinde ise iş görenlerin iş, örgüt ve işletmeye yönelik oluşturdıkları değerler rol oynamaktadır. Çalışma ortamında ortaya çıkan iş değerleri, iş görenin performansını ve tatmin düzeyini etkileyen algılara temel oluşturmaktadır (Kubat ve Kuruüzüm, 2010:488). Bu nedenle iş değerleri bilim insanları tarafından iş gören davranışlarını araştırmada üzerinde önemle durulan araştırma konularından olmaktadır.

Değer konusu bilim insanları tarafından 1979 yılından itibaren genel değerler (Rokeach, 1979; Braithwaite ve Law, 1985; Levy, 1990; Bilsky ve Schwartz, 1994) ile özellikle iş değeri (Elizur, 1984; Elizur vd., 1991; Furnham, 1990) olmak üzere çok sayıda araştırmaya konu edilmiştir (Elizur, 1996: 25). Değer kavramı insanların yaşamına ailesinden itibaren girmekte ve arkadaşları, mahallesi ve eğitim dönemi ile şekillenmekte ve gelişmektedir. Değer, bireyin iyi ile kötü, doğru ile yanlış arasındaki ayrımı yapmasına olanak sağlayan sonuçları itibarıyla somut temel bir olgudur. Bireyin kişisel değerleri iş yaşamında örgütsel değerler ile birleşmekte ve iş değeri anlamını burada kazanmaktadır (Bozkurt ve Doğan, 2013). Bireyin değerleri, örgütsel ortam, iş arkadaşları, çalışma koşulları, yöneticilerin tutum ve davranışları ile etkileşime girmekte ve iş görenin işletmeden beklentileriyle orantılanarak süreç içerisinde iş değerine dönüşmektedir (Güllü vd., 2016:568).

İş görenlerin çalıştıkları sektöre, işine veya işletmesine olan bağlılığı ve çalışmaya devam niyeti işletmede yaptığı işe yönelik algısına, beklentilerinin karşılanmasına ve bunlar sonucu oluşturduğu tutuma göre gerçekleşir (Richardson, 2009). İş görenlerin işe, işletmeye olan bağlılığında ve işe devam niyetinin oluşmasında iş görenlerin sahip olduğu iş değeri önemli bir faktördür (White, 2006; Gürsoy vd., 2008).

Turizm işletmelerinde ekonomik, sosyal ve psikolojik açıdan önemli olan insan kaynağı, ürün ve hizmet kalitesi açısından büyük değere sahiptir. Bu nedenle turizm işletmeleri iş gören devamlılığı sağlamak için çalışanların işletmeden, çalışma ortamından, takım arkadaşlarından beklentilerini bilmek ve bu beklentilere uygun cevaplar vermek zorundadırlar. İşletme amaçları ile örgütsel amaçları gerçekleştirebilmek için turizm işletmeleri, iş görenlerin iş değerlerini bilmek ve onların iş değerini artırmak için çalışmak durumundadırlar. İş değeri yüksek olan iş görenin işine ve işletmesine olan

bağlılığı artacak ve işten ayrılmayı kolay kolay düşünmeyecektir. Aynı zamanda iş görenler sahip oldukları iş değerlerine bağlı olarak örgütü, örgütler ise sahip oldukları örgütsel değerler ile iş değerini olumlu yönde etkileyebilirler (Özkan, 2010). İş değerleri yüksek olan bireylerin işten ayrılma niyetlerinin azaldığından söz etmek mümkündür. Bu anlamda negatif bir ilişkiden söz edilebilir. Tam tersi bir şekilde örneğin, adaletsiz bir takım uygulamalar işten ayrılma niyetini artmasına sebep olabilmektedir (Altaş, 2004). Araştırmanın temel amacı, seyahat acentaları çalışanlarının iş değerleri algısı ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişki durumunu belirlemektir. Araştırma Türkiye’de Karadeniz bölgesinde faaliyet gösteren seyahat acentaları üzerine yapılmıştır.

2. İş Değeri

İş değerini araştıran bilim insanları özellikle üç nokta üzerinde önemle durmuşlardır. Bunlar, iş değeri alanı bileşenlerinin tanımlanması ve iş değeri alanının yapısının incelenmesi (Bolton, 1980; Hendrix ve Super, 1968; Neumann ve Neumann, 1983), iş değerleriyle kişisel, sosyal ve örgütsel değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi (Judge ve Bretz, 1992; Ladkin, 1999; Lee vd., 2000; Meglino vd., 1989) ve kültürün iş değeri algısı üzerindeki etkisidir (Chu, 2008; Elizur vd., 1991; Mok vd., 1998; Pizam, 1993; White, 2006).

Bilim insanları tarafından iş ahlakı, güç isteği, çalışma yönelimi beklenen iş nitelikleri gibi kavramlar iş değeri yerine kullanılmıştır. İş görenlerin bekledikleri çalışma sistemlerini, istenilen iş özelliklerini veya elde edilmek istenen iş hedeflerini tanımlamak için kullanılan bu kavramların tümü iş değeri olarak kabul edilebilir (O’Brien ve Humphrys, 1982:91). İstenen iş özelliklerinin, çalışanların işlerini değerlendirmelerini Protestan çalışma ahlakına uyma gibi genel değerlerden daha fazla etkileyecek değerler olduğu varsayılmıştır (O’Brien ve Dowling, 1980).

İş değeri çeşitli faktörlerin etkisinde kalan ve çeşitli amaçlar için işletmelerde çalışan iş görenlerde kademeli olarak ortaya çıkan ve sonuçta davranışa dönüşen bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle Rokeach (1973) değer üç bileşenden oluştuğunu belirtmektedir. Birincisi, iş görenin bilinçli bir şekilde bir süreci veya sonucu istemesine neden olan bilişsel süreçtir. İkincisi, iş görenin daha önceki deneyimlerine bağlı olarak iş görenin süreci veya sonucu duygusal olarak istediği süreçtir. Üçüncü bileşen ise değer davranışsal tepki olarak ortaya çıkmasıdır (Özcan, 2008:25).

İş değeri, iş görenin işinden ve işletmesinden elde etmeyi umduğu nitelik ve beklentilerin karşılanma düzeyi ile iş ve işletmeden elde ettiği memnuniyet düzeyidir. Super’e (1970) göre iş değerleri, iş ile ilgili arzu edilen nitelik, karşılık ve memnuniyettir. Başka bir ifadeye göre, iş değerleri çalışanlar açısından ulaşılmak istenen genel ve göreceli amaçlardır (Vos vd., 2005). Elizur (1984) ise, iş değerini iş esnasında çalışanların elde ettikleri sonuçların önem düzeyi olarak ifade etmektedir. Penings (1970: 397) iş değerini bir sistem olarak görmekte ve bir iş görenin iç ve dış şartların etkisiyle işini ve çalışma ortamını değerlendirmesine neden olan birbiriyle ilişkili tutumlar olarak tanımlamaktadır.

Her iş görenin bireysel nedenlerden kaynaklanan farklı iş değeri algıları bulunmaktadır. Friedlander (1965), her birey için iş değerinin aynı olmayacağını öne sürmekte ve iş değerini sosyal parametrelere göre değişiklik gösterdiğini belirtmektedir. İş değerinin özellikle eğitim ve meslek ile ilgili olduğunu belirtmektedir. İş görenler iş ve işletmelerinden maddi ve maddi olmayan özelliklerle ilgili beklentilere sahiptirler. Bu beklentilerin karşılanma düzeyi iş görenlerin iş değeri algılarını pozitif veya negatif yönde etkilemektedir. İş görenler de iş değeri, kişilerin işleri ile ilgili olarak önem verdikleri konular ile işten beklentilerinden ortaya çıkan maddi ve maddi olmayan sonuçlardır. İş değeri iş görenin “bu iş yerinde çalışma amacım nedir?”, “yaptığım işten beklentilerim nelerdir?” Sorularına verdiği cevaplar, kişinin iş değeri algısını ortaya koymaktadır (Avcı, 2011:8).

İş değerleri, genel değerlere göre daha spesifik ve iş yaşamı içerisinde iş görenin tutum ve davranışlarını yansıtır. İş değerlerinin iş görenin yaşam değerleri ile de sıkı bir bağının olduğu ve bu yaşam değerlerinin iş değerleri üzerinde yansımalarının meydana geldiği görülmektedir (Türkey ve

Akgöz, 2016:152). İş değeri, iş görenin belirli bir işe yönelik değerlerinden genel olarak işe yönelik ortaya koyduğu değerler kümesini ifade etmektedir (Bozkurt ve Doğan, 2013:73). Bunun sonucunda iş değerleri, iş görenlerin misyonlarını yerine getirmede rehberlik eden algılar olarak ta ifade edilmektedir (White, 2006:700).

Bilim insanları araştırmalarında iş değeri algısını içsel ve dışsal değerler olmak üzere ikili ayrıma tabi tutmaktadırlar. İçsel değerler, işte serbestlik, başarı, bilgi ve yetenekleri kullanabilme olanakları (Türkay ve Akgöz, 2016:153), işletmeye ve takım arkadaşlarına yönelik ilgi gibi maddi olmayan beklentilerdir. Dışsal değerler ise çalışanların yeterli bir ücret, iş garantisi, iyi bir mesleğe ve kariyere sahip olmak gibi maddi ya da araçsal beklentilere yöneliktir (Hegney vd., 2006:2). İçsel değerler yapılan işin özü ve yapmaya değer bir işten alınan tatmin ile ilgili iken, dışsal değerler işin özünden daha çok işten elde edilen ücret, kariyer, statü ve itibar gibi iş görenin çevresine yansıyan maddi unsurları kapsamaktadır. İş görenin iş değeri algısının ortaya çıkmasında kişinin kişilik özellikleri, çalışma amaçları, iş ve işletmeden beklentileri ile çevresel beklentiler de önem kazanmaktadır. Yapılan işin sonucunda maddi imkânlar ve çevresel beklentiler içerisinde olan iş gören dışsal değerleri öncelerken, bir işi yapmaktan manevi tatmin duyan bir iş gören ise içsel değerleri öncelemektedir (Kasnak, 1998: 9-10).

Bilim insanları iş değerleri ile ilgili çeşitli çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışmalarda iş değerlerini ölçmeye, karakteristiklerini ortaya çıkarmaya ve iş değerlerinin tutum, duygu ve düşünceler ile ilişkisi üzerine odaklanmıştır (Elizur, 1996; Shafer vd., 2001:257). İş değerleri Senatore (2003:20-21) tarafından içsel ve dışsal değerler ile bireysel ve örgütsel değerler, O'Brien ve Humphrys (1982:91-101) tarafından kavramsal, aracı ve duygusal, Sagie vd. (1996:510) tarafından iş değeri modelleme ve sistem performansı boyutlarında incelenmiştir. Kim vd. (2007:146) tarafından turizm alanında iş değeri araştırmasında arkadaşlık, mevki/teşvik, çekicilik, başarı, ilgi, kariyer fırsatları, uygulama ve çalışma şartları boyutları belirlenmiştir. Ross ve Boles (1994:155-171) konaklama sektörüne yönelik çalışmalarında yönetici desteği, iş ilişkisi, örgütsel uyum, rol çatışmaları, içsel ve dışsal motivasyon, iş tatmini ve performans boyutlarını ortaya koymuşlardır. White (2006) ise çalışmasında bağımsız konfor, uyarım, bağlılık ve başarı boyutlarına ulaşmıştır. Chu'nun (2008) çalışmasında maddi ödüllendirme, kendini gerçekleştirme ve liberal ruh olmak üzere üç boyut elde edilmiştir. Chen vd.'nin (2000) çalışmalarında ise başarı arayanlar, gelir yönetenler ve liberal çalışanlar olmak üzere üç boyut olarak belirlenmiştir. Özkan (2010) tarafından yapılan çalışmada ise iş değerleri bilişsel, maddesel ve duygusal boyutlar olarak yer alınmıştır.

3. İşten Ayrılma Niyeti

İşten ayrılma niyeti, bir tutumdur. İşten ayrılma niyeti bu nedenden dolayı her zaman işten ayrılma davranışına dönüşmeyebilir. İşten ayrılma niyeti, "iş görenin örgütten/ işten ayrılma konusundaki bilinçli fakat temkinli bir kararı veya niyeti" anlatmaktadır (Bartlett, 1999:70). Buradaki temkinlilik işten ayrılma niyetinin her zaman ayrılma davranışına dönüşmesine engel olmaktadır. Rusbelt vd. (1988:602-603), işten ayrılma niyetini çeşitli faktörlerin etkisiyle iş görenin işi bırakmasına neden olan yıkıcı davranışlar olarak görmektedirler.

İş görenin işten ayrılma tutumunun işten ayrılma davranışına dönüşmesi işsizlik oranı, alternatif iş olanakları gibi dışsal unsurlar ile yöneticilerin etkisi, ücret ve ödüllendirme gibi örgütsel ve kişilik, yaş, aile vb. kişisel unsurların etkisiyle gerçekleşmektedir (Cotton ve Tuttle, 1986:63-64). Örgüt kültürü ve değerleri, iş arkadaşları ve ilişkiler, işe ilişkin beklentiler, kariyer olanakları, ödüllendirme sistemleri, çalışma konusu olan iş ve ücret işten ayrılma niyeti üzerinde etkili olabilen faktörlerdir (Çarıkçı ve Çelikkol, 2009:160; Örucü ve Özafşaroğlu, 2013:339). İş gören, iç ve dış çevresel faktörlerin etkisiyle değerlendirmelerini yaparak işinden ve işletmesinden memnuniyet düzeyini belirler. İşinden ve işletmesinden memnun değil ise, işinden ayrılmanın imkânlarını araştırmaya başlar. Araştırmalarının neticesine göre iş gören mevcut işi ile potansiyel işler arasında kıyaslama yaparak işten ayrılıp ayrılmayacağına karar verir (Mobley, 1977:238).

İş görenlerin işten ayrılma tutumunun işten ayrılma davranışına dönüşmesi çeşitli faktörlerin etkisinde gerçekleşebilecek bir süreçtir. İş görenlerin işten ayrılma sürecine etki edebilecek faktörleri anlamak ve analiz edebilmek örgütün verimliliği ve etkinliği açısından büyük önem taşımaktadır. İş görenlerin işten ayrılma davranışlarına neden olabilecek faktörlerin önceden belirlenmesi ile yönetimin önleyici tedbirler alma olanaklarına sahip olacaklardır (Gül vd., 2008:3). İş görenlerin işten ayrılma niyetinin davranışa dönüşmesi işletmenin mevcut yeteneklerini kaybetmesine, yeni iş gören temini için harcanan zaman ve para kaybına ve yönetim maliyetlerinde artış gibi sorunlara yol açabilmektedir (Gül vd., 2008:4). Örgütsel bağlılık işten ayrılma niyetine etki eden faktörlerden birisidir. Örgütsel bağlılık, iş görenin örgütsel amaçlarını benimsemesi, inovasyona açık olması, takım çalışmalarına katılma ve örgütün bir üyesi olarak kalma konularında önemli rol oynamaktadır. Yeterli olmayan ve iş göreni tatmin etmeyen ücrette iş görenin örgütten ayrılma isteğinde önemli rol oynamaktadır. Tatmin edici olmayan ücret politikalarının iş görenlerde performans düşüklüğüne, devamsızlıklara neden olduğu ve işten ayrılmaya etki ettiği görülmektedir (Gerhart ve Milkovich, 1990:670-672). İş görenin alanında alternatif ve daha iyi şartlarda iş bulma olanaklarının olması işten ayrılma niyetini etkileyen bir diğer faktördür. Bu durumda iş gören işten ayrılma niyetini işten ayrılma davranışına dönüştürecektir (Lee vd., 2004:713). Araştırmalarda yaşlı çalışanlar ile eğitim düzeyi düşük olan iş görenlerin işten ayrılma olasılıklarının daha düşük olduğu belirlenmiştir (Seyrek ve İnal, 2017: 65). İş görenlerin işten ayrılma niyetine etki eden bir diğer husus ta iş görenlerin yaptıkları işte inisiyatif kullanabilme durumlarıdır. İş görenlerin işlerinde yeterince özgür olamamaları onların işten ayrılma niyetine pozitif etki yapmaktadır (Dude, 2012:7-9). İş güvencesi, iş görenlerin işletmeden ayrılma niyetlerine etki eden faktörlerdendir. Ashford vd. (1989:807-808) iş güvencesizliğinin iş görenlerin yeni bir iş aramalarına neden olduğunu belirtmektedir. Sverke vd. de (2002:246) yapmış oldukları araştırmada iş güvensizliğinin sonuçlarından birinin de uzun vadede işten ayrılma şeklinde gerçekleşebileceğini ortaya koymuşlardır. Bu açıklamalar ışığında işten ayrılma niyetini (a) genel ekonomik nedenler, (b) işletme içi nedenler (kuruluş yeri, ulaşım, işin türü, örgütsel koşullar, ücretlendirme vb.) ile (c) Kişisel faktörler (yaşamsal değişiklikler, eğitim şartları, işle ilgili beklentiler vb.) olmak üç boyut altında incelemek mümkün olacaktır (Kaya, 2010:42-44; Tekingündüz vd., 2015:5).

4. İş Değeri ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi

Alan yazında iş değeri, iş değeri algısı ve işten ayrılma niyetine yönelik çok az çalışma mevcuttur. Omar ve Ramdani (2017) tarafından Malezya da Y kuşağı üzerine yapılan iş değeri ve işten ayrılma arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarına göre, Y kuşağının öncelikle teknolojik anlayış, kültürel kabul, esnek ve çoklu görev, bağımsızlık ve ekip çalışmasını istedikleri ve bunların gerçekleşmemesi halinde işten ayrılacakları tespit edilmiştir. Nor vd. (2017), iş değeri ile işten ayrılma niyeti arasında önemli pozitif ilişki olduğunu belirtmektedirler. Omar ve Ramdani (2017:32) çalışmalarında Y kuşağının sosyal seviyelerindeki artış ile mesleki gelişme arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Aynı çalışmada, parasal ve parasal olmayan ödüller verilmediğinde Y kuşağının işten ayrılma niyetinde artış olduğu belirlenmiştir. Y kuşağına sorumluluk verildiğinde ise işten ayrılma niyetinde azalış ortaya çıkmıştır.

Shukla vd. (2013:118-119), Hindistan'da yaptıkları çalışmada iş tatmini ve iş davranışlarının çalışanların işten ayrılma niyetlerini doğrudan etkilediğini belirlemişlerdir. Bu çalışmada, iş görenlerin iş memnuniyetleri arttıkça işten ayrılma niyetlerinin azaldığı, iş memnuniyetsizliklerinin arttığı durumlarda işten ayrılma niyetlerinin arttığı belirlenmiştir.

Araçsal iş değeri, sonuçta beklentilerin elde edilmesi, işin faydalarının ortaya çıkması, iş güvenliği ve işte başarı ile ilgilidir. Bilişsel iş değeri uygun davranışlara ait inanç sistemidir ve bireyin ufkunu genişletmeye, topluma katkıda bulunmaya ve anlamlı bir iş yapmaya ait değerlerdir. Duygusal iş değerleri ise, duygu ve duygularla yüklü olup, mutluluğu, iyi insan ilişkilerini ve işteki arkadaşlıkları ifade etmektedir (Van Vianen vd., 2007:190). Van Vianen vd. (2007:194) kişi-algılanan iş değeri uyumuna yönelik çalışmalarında kişi-iş değeri uyumu arasında düşük düzeyli pozitif bir ilişki

belirlemişlerdir. Aynı çalışmada kişinin duygusal iş değerinin ve bilişsel iş değerinin işten ayrılma niyeti üzerinde önemli düzeyde etkisi olduğunu belirlenmiştir. Çalışmada, iş değeri yüksek olan iş görenlerde işten ayrılma niyetinin düşük değerlerde olduğu belirlenmiştir. Burada iş değeri ile işten ayrılma niyeti arasında negatif bir korelasyon belirlenmiştir. Çalışmada araçsal iş değeri ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif bir ilişki belirlenmiştir. Grup düzeyinde bilişsel iş değeri algısı ile işgörenlerin işten ayrılma niyeti arasında önemli ve çok güçlü bir ilişki ortaya çıkmıştır (Van Vianen, vd., 2007:198).

Yu-Ping Wang vd. (2010) ve Van Vianen vd. (2007) tarafından yapılan araştırmalarda iş değerlerinin işten ayrılma niyetine etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, iş değerlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı düzeyde etkisi olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, seyahat acentalarında iş değerlerine ilişkin algının işten ayrılma niyetine etki edebileceği sonucuna varılabilmekte ve aşağıdaki temel hipotez kurulmaktadır.

H₁: Çalışanların iş değerleri algısı ile işten ayrılma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Alan yazın taraması sonuçlarına göre, çalışmaların çoğunluğunun turizm sektörü dışında uygulandığı ve çok az olduğu söylenebilir. Aynı zamanda, bu çalışmadaki değişkenlerin farklı değişkenlerle ilişkine yönelik çalışmalara çok fazla rastlanmaktadır. Bu bağlamda, seyahat acentalarında iş değerleri ve işten ayrılma niyeti ilişkisinin incelenmesine yönelik araştırmaların sınırlı düzeyde olduğundan söz etmek mümkündür.

5. Yöntem

Çalışanların iş değerleri ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla hazırlanan araştırmanın bu bölümünde çalışmanın amacı, önemi ve yöntemine değinilecektir.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin performanslarına etki eden unsurların başında çalışanlar gelmektedir. Çalışanların motivasyonu ise işletmelerin performansına doğrudan etki etmektedir. Motivasyonun sağlanmasında çalışanların iş değerlerine ilişkin algıları öne çıkmaktadır. Çalışanların iş değerleri çerçevesinde işletmeden beklentilerini elde etmesi ve amaçlarına ulaşabilmesine bağlı motivasyonunda artış veya kayıp söz konusu olabilmektedir. İş değerleri algısı düşük olan çalışanların işten ayrılmaya yönelik çeşitli davranışların görülmesi muhtemeldir. Bu nedenle, yapılan araştırmanın amacı seyahat acentalarında çalışanların iş değerlerine ilişkin algılarının işten ayrılma niyetine etkisinin belirlenmesidir. Araştırma Karadeniz Bölgesinde Samsun, Giresun, Ordu, Trabzon ve Rize illerinde faaliyet gösteren seyahat acentası çalışanları üzerine yapılmıştır. Böylece araştırma sonunda bu alanda faaliyet gösteren işletmelere ve kamu otoritelerine fayda sağlanması hedeflenmektedir. Literatürde iş değerlerinin işten ayrılma niyetine etkisine dair çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ayrıca çalışmada, çalışanların iş değerleri algısı ve işten ayrılma niyetlerinin cinsiyet, yaş ve gelir düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmış ve aşağıdaki sorulara cevaplar aranmıştır;

1. Çalışanların iş değerleri algısı cinsiyetlerine göre farklılık gösterir mi?
2. Çalışanların işten ayrılma niyetleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir mi?
3. Çalışanların iş değerleri algısı yaşlarına göre farklılık gösterir mi?
4. Çalışanların işten ayrılma niyetleri yaşlarına göre farklılık gösterir mi?
5. Çalışanların iş değerleri algısı gelir düzeyine göre farklılık gösterir mi?
6. Çalışanların işten ayrılma niyetleri gelir düzeyine göre farklılık gösterir mi?

Araştırmanın evrenini, Türkiye'nin Karadeniz Bölgesi'nde Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon ve Rize illerinde faaliyet gösteren seyahat acentalarının çalışanları oluşturmaktadır. Literatüre dayalı olarak geliştirilen anket yardımıyla veriler toplanmıştır. Anketler, 2017 yılı Nisan ve Mayıs aylarında

uygulanmıştır. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile veriler toplanmıştır. Anket uygulaması sonucu 400 katılımcıya ulaşılmıştır.

Anket soruları üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik sorulara, ikinci bölümde iş değerleri ölçeğine üçüncü bölümde ise işten ayrılma niyeti ölçeğine yer verilmiştir. Ankette yer alan ölçeklerin oluşturulmasında ilgili alan yazın taranmıştır. İş değerleri ölçeği için Manhardt (1972) tarafından geliştirilen ve Özcan (2008) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 21 maddelik ölçek kullanılmıştır. İşten ayrılma niyeti ölçeği için Cammann vd. (1983) tarafından geliştirilen (Michigan Örgütsel Değerlendirme Anketi) Gürbüz ve Bekmezci (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek maddelerinden yararlanılmış olup 3 maddeden oluşmaktadır. İş değerleri ve işten ayrılma niyeti ölçeklerinin değerlendirilmesinde; (1)“Kesinlikle Katılmıyorum”; (2)“Katılmıyorum”; (3)“Kısmen Katılıyorum”; (4) “Katılıyorum” ve (5) “Kesinlikle Katılıyorum”; ifadelerinden yararlanılmıştır.

Toplam 21 maddeden oluşan iş değerleri ölçeğinin tamamı için Cronbach's Alpha katsayısı 0,939 olarak hesaplanmıştır. Toplam 3 maddeden oluşan işten ayrılma niyeti ölçeği için Cronbach's Alpha katsayısı 0,905 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Araştırmada dağılımın normalliği K-S (Kolmogorov-Smirnov) testi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda, her iki ölçeğin K-S testi anlamlılık düzeyi 0,05'den küçük çıkmıştır. Buradan hareketle araştırmada toplanan verinin normal dağılıma uymadığı ve parametrik olmayan testlerin yapılmasına uygun olduğu kabul edilmiştir. Çalışmada kullanılan iş değerleri ve işten ayrılma niyeti ölçekleri daha önceki çalışmalarla (Özcan, 2008; Gürbüz ve Bekmezci, 2012) geçerliğini ve güvenilirliğini kanıtlamıştır. Ancak, sektörel farklılıklar sebebiyle yapısal geçerliği test etmek için veriye açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bununla birlikte, araştırma hipotezinin test edilmesi için Spearman Korelasyon analizi ve diğer araştırma sorularına yönelik ilgili verilere Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri yapılmıştır.

6. Bulgular

Yapılan analizler neticesinde öncelikli olarak katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Sonrasında ise hipotez ve araştırma sorularına ilişkin araştırma bulguları sunulmuştur.

6.1. Demografik Bulgular

Araştırma verilerine ilişkin demografik bulgular Tablo 1'de yer almaktadır. Demografik bulgular kapsamında katılımcıların cinsiyeti, yaşı, öğrenim durumu, aylık geliri, çalıştığı departman, pozisyonu, işletmede çalıştığı süre ve sektörde çalıştığı toplam süre hakkında bilgiler elde edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılım (n=400)

Değişkenler		f	%	Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Erkek	207	51,7	Çalışılan Departman	Halkla İlişkiler	67	16,8
	Kadın	193	48,3		Satış Pazarlama	156	39,0
Yaş	18-25 arası	182	45,5		İnsan Kaynakları	65	16,3
	26-33 arası	92	23,0	Pozisyon	Operasyon	112	28,0
	34-41 arası	67	16,8		Çalışan	334	83,5
	42-49 arası	59	14,8		Şef	24	6,0
	İlköğretim	40	10,0		Müdür	42	10,5
Öğrenim Durumu	Lise	75	18,8	İşletmede Çalışma Süresi	2 Yıldan az	173	43,3
	Ön Lisans	104	26,0		2-4 Yıl arası	120	30,0
	Lisans	171	42,8		5-7 Yıl arası	82	20,5
	Lisansüstü	10	2,5		8 Yıl ve üzeri	25	6,3
Aylık Gelir (TL)	1000 ve aşağısı	107	26,8	Sektörde Çalışma Süresi	2 Yıldan Az	126	31,5
	1001-2000 arası	157	39,3		2-5 Yıl arası	124	31,0
	2001-3000 arası	89	22,3		6-10 Yıl arası	90	22,5
	3001-4000 arası	47	11,8		11 Yıl ve yukarısı	60	15,0

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, % 51,7'si erkek ve % 48,3'ü kadındır. Katılımcıların yaklaşık üçte ikisinin 18-33 yaş arasında (% 68,5) olduğu; % 71,3'ünün üniversite öğrenimine sahip olduğu; yaklaşık üçte ikisinin 2000 TL altında (% 66,1) aylık gelir düzeyine sahip olduğu; ağırlıklı olarak satış/pazarlama (% 39) ve operasyon (% 28) departmanlarında çalıştıkları; büyük çoğunluğunun çalışan (% 83,5) pozisyonunda olduğu; şu anki işletmede katılımcıların % 43,3'ünün 2 yıldan az süredir, %30'unun 2-4 yıl arası ve % 20,5'inin 5-7 yıl arası çalıştıkları; sektörde ise % 31,5'inin 2 yıldan az süre, % 31'inin 2-5 yıl arası, % 22,5'inin 6-10 yıl arası ve % 15'inin 11 yıldan daha fazla süredir çalıştıkları tespit edilmiştir.

6.2. Faktör Analizi Sonuçları

Ölçeğin yapı geçerliliğini incelemek için ise faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi, veriler arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasına olanak sağlayan çok değişkenli bir istatistiksel analiz türüdür. Faktör analizinde temel olarak, değişkenler arasındaki ilişkiler esas alınarak onları anlamlı bir şekilde gruplandırmak amaçlanır. İki farklı faktör analizi vardır. Bunlar keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizidir (Kurtuluş, 2010:189). Faktör yapısını belirlemek ve anlamlı yorumlanabilir faktörler elde etmek amacı ile temel bileşenler analizi ve varimax rotasyonu teknikleri kullanılmış, öz değeri 1'den büyük olan ve faktör yükü 0,50'nin üzerinde olan veriler dikkate alınmıştır.

Tablo 2: İş Değerleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

	Eşkökenlilik	Yük	Özdeğer	Varyans %	Ortalama	Alfa
Yetenek ve Büyüme			3,101	25,846	3,984	0,823
10. İş yerimde sosyal etkinliklerin olması benim için önemlidir.	,640	,756				
17. İşim, başkalarının işini yönetme ve denetleme fırsatını vermedir.	,582	,697				
6. Çalışma arkadaşlarımla konuşma fırsatı bulabilmeliyim.	,551	,691				
8. İşimde yaratıcılık ve kendime has yetenekleri kullanabilmeliyim.	,632	,686				
12. İşimi yaparken inisiyatif kullanabilmeliyim.	,606	,681				
Rahatlık ve Güvenlik			2,883	24,025	4,176	0,868
2. Çalıştığım işletmede; bana iş güvencesi sağlanması önemlidir.	,836	,861				
1. Çalıştığım işletmede; düzenli iş programlarının olması önemlidir.	,803	,848				
3. Anlaşılır ve açık prosedürlerin olması işimi rahatlatmaktadır.	,726	,687				
5. Çalışma şartlarımla rahat olması önemlidir.	,621	,683				
Statü ve Bağımsızlık			2,167	18,059	4,134	0,799
20. İşim benim bağımsız çalışmama olanak vermedir.	,695	,810				
19. İşim çalıştığım işletme açısından yeterince önemli olmalıdır.	,750	,770				
18. Yaptığım işten dolayı insanlar bana saygı duymalıdır.	,709	,658				
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %90,1; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 2455,636; sd:66; p<0.000; Açıklanan toplam varyans: %67,93; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: ,904 Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum5: Kesinlikle Katılıyorum						

İş değerleri ölçeğine yönelik yapılan faktör analizi sonucunda, düşük eşkökenlilik (Communalities) değerine sahip (değerleri 0,50'den düşük olan) ve binişiklik nedeniyle faktör yükleri birbirine yakın olan ifadelerden 0,10'nun altında kalan toplam 9 ifadenin ölçekten çıkarılması (Kalaycı, 2005:329) gerekmiştir. Değerlendirme dışı bırakılan ifadelerin çıkarıldığı faktör analizi sonucunda Bartlett Testi için ki-kare 2455,636 ve p anlamlılık değeri 0,000 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0,901'dir. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Faktör analizi sonuçlarına göre iş değerleri üç alt faktörden oluşmaktadır. Üç alt faktör toplam varyansın %67,93'ünü açıklamaktadır. İş değerleri ilişkin açıklayıcı faktör analizi Tablo 2'de ayrıntılı olarak yer almıştır.

İş değerlerine ilişkin faktör analizi sonucu oluşan ilk faktör beş maddeyi kapsamaktadır. Birinci faktörün öz değeri 3,101'dir ve toplam varyansın %25,846'sını açıklamaktadır. Birinci faktörün güvenilirliği 0,823'tür. İkinci faktör dört maddeden oluşmakta olup öz değeri 2,883'tür. İkinci faktör toplam varyansın %24,025'ini açıklamaktadır ve güvenilirliği 0,868 olarak tespit edilmiştir. Üçüncü faktör üç maddeden oluşmaktadır ve öz değeri 2,167'dir. Toplam varyansın %18,059'unu açıklamakta olup, güvenilirliği 0,799 olarak tespit edilmiştir.

6.3. İş Değerleri İle İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi

Seyahat acentalarında iş değerleri ile işten ayrılma niyeti arasında ilişki olup olmadığını belirlemek ve hipotezin testi için Spearman Korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 3'te, bu analiz sonucu gösterilmektedir. Yapılan analiz sonucuna göre, iş değerlerine ilişkin boyutlardan "Yetenek ve Büyüme" ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür. İş değerlerinin "Statü ve Bağımsızlık" boyutu ile işten ayrılma niyeti arasında ise, anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu durumda, çalışanların "Yetenek ve Büyüme" ye ilişkin iş değerlerinde gelişmelerin işten ayrılma niyetlerini de artış yönünde etkileyeceği söylenebilir. Diğer taraftan iş değerlerinin "Statü ve Bağımsızlık" boyutuna ilişkin olumlu yönde gelişmelerin çalışanların işten ayrılma niyetlerini negatif yönde azaltabileceği ifade edilebilir. Böylece H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3: İş Değerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisine İlişkin Korelasyon

Ölçek ve Boyutları	N	Art. Ort.	Std. Sapma	Rahatlık ve Güvenlik	Yetenek ve Büyüme	Statü ve Bağımsızlık	İşten Ayrılma Niyeti
Yetenek ve Büyüme	400	3,984	,809	1	,469**	,529**	,109*
Rahatlık ve Güvenlik	400	4,176	,871		1	,450**	-,017
Statü ve Bağımsızlık	400	4,134	,806			1	-,107*
İşten Ayrılma Niyeti	400	2,813	1,162				1

*p<0,05; **p<0,01

6.4. Araştırma Sorularına İlişkin Analiz Sonuçları

Araştırmada iş değerleri ve boyutları ile işten ayrılma niyetinin, katılımcıların demografik özelliklerinden cinsiyet, yaş ve gelir düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri yapılmıştır.

Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre İş Değerleri ve İşten Ayrılma Niyeti Ölçeklerine İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Ölçek ve Boyutlar	Cinsiyet	N	Sıra Ort.	Sıra Toplam	Z	U	P
Yetenek ve Büyüme	Erkek	207	199,81	41360,00	-,125	19832,000	,901
	Kadın	193	201,24	38840,00			
Rahatlık ve Güvenlik	Erkek	207	215,61	44632,00	-2,737	16847,000	,006*
	Kadın	193	184,29	35568,00			
Statü ve Bağımsızlık	Erkek	207	208,30	43119,00	-1,417	18360,000	,156
	Kadın	193	192,13	37081,00			
Genel İş Değerleri Ölçeği	Erkek	207	206,80	42808,00	-1,131	18671,000	,258
	Kadın	193	193,74	37392,00			
İşten Ayrılma Niyeti	Erkek	207	199,59	41315,50	-,164	19787,500	,870
	Kadın	193	201,47	38884,50			

*p<0,01

Yapılan Mann-Whitney U testi sonucuna göre (Tablo 4), iş değerleri boyutlarından “Rahatlık ve Güvenlik” boyutunda, kadınlar ve erkekler arasında anlamlı farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, erkeklerin kadınlara göre iş değerlerin “Rahatlık ve Güvenlik” boyut açısından daha fazla önemsedikleri anlaşılmaktadır. İş değerlerinin diğer boyutları, genel iş değerleri ve işten ayrılma niyetinin cinsiyete göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarının yer aldığı Tablo 5’e göre, iş değerleri boyutları, genel iş değerleri ve işten ayrılma niyeti açısından yaş grupları arasında farklılıklar tespit edilmiştir. İş değerleri boyutlarından “Yetenek ve Büyüme” boyutunda, yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta olup, 26-33 yaş arası ve 42-49 yaş arası katılımcıların, 18-25 yaş arası katılımcılara göre ortalamalarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. “Rahatlık ve Güvenlik”, “Statü ve Bağımsızlık” boyutlarında ve “Genel İş Değerleri” açısından, 26-33 yaş arası, 34-41 yaş arası ve 42-49 yaş arası katılımcıların, 18-25 yaş arası katılımcılara göre; 42-49 yaş arası katılımcıların 26-33 yaş arası ve 34-41 yaş arası katılımcılara göre iş değerleri algısının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan yaş arttıkça katılımcıların iş değerlerine ilişkin algılarının daha fazla önemli hale geldiği söylenebilir. “İşten Ayrılma Niyeti” açısından, 18-25 yaş arası katılımcıların, 26-33 yaş arası ve 34-41 yaş arası katılımcılara göre; 42-49 yaş arası katılımcıların 26-33 yaş arası katılımcılara göre aralarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre, genel olarak gençlerin “İşten Ayrılma Niyetleri”nin yaşlılara göre daha düşük olduğu ifade edilebilir.

Tablo 5: Katılımcıların Yaşlarına Göre İş Değerleri ve İşten Ayrılma Niyeti Ölçeklerine İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Ölçek ve Boyutlar		Yaş	n	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Farklılık
Yetenek ve Büyüme	A	18-25 Yaş arası	182	183,08	3	10,738	,013	B>A D>A
	B	26-33 Yaş arası	92	213,90				
	C	34-41 Yaş arası	67	199,04				
	D	42-49 Yaş arası	59	234,99				
Rahatlık ve Güvenlik	A	18-25 Yaş arası	182	167,30	3	44,782	,000	B>A C>A D>A, B, C
	B	26-33 Yaş arası	92	198,18				
	C	34-41 Yaş arası	67	227,37				
	D	42-49 Yaş arası	59	276,01				
Statü ve Bağımsızlık	A	18-25 Yaş arası	182	178,77	3	16,308	,001	B>A C>A D>A, B, C
	B	26-33 Yaş arası	92	207,88				
	C	34-41 Yaş arası	67	210,63				
	D	42-49 Yaş arası	59	244,53				
Genel İş Değerleri Ölçeği	A	18-25 Yaş arası	182	174,49	3	25,399	,000	B>A C>A D> A, B, C
	B	26-33 Yaş arası	92	208,03				
	C	34-41 Yaş arası	67	208,83				
	D	42-49 Yaş arası	59	259,53				
İşten Ayrılma Niyeti	A	18-25 Yaş arası	182	227,26	3	27,652	,000	A>B A>C D>B
	B	26-33 Yaş arası	92	160,33				
	C	34-41 Yaş arası	67	168,57				
	D	42-49 Yaş arası	59	216,86				

- Yanıt kategorileri: “1=Hiç Katılmıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum”

Yapılan Kruskal Wallis testi sonucuna göre (Tablo 6), iş değerleri boyutlarından “Yetenek ve Büyüme”, “Rahatlık ve Güvenlik” boyutları ve “Genel İş Değerleri” açısından, 1001-2000 TL, 2001-3000 TL ve 3001-4000 TL arası gelir düzeyine sahip olanlar ile 1-1000 TL arası gelire sahip olanlar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Ayrıca, aynı boyutlarda 3001-4000 TL arası gelir düzeyine sahip olanlar ile 1001-2000 TL ve 2001-3000 TL arası gelir düzeyine sahip olanlar arasında da anlamlı farklılıklar görülmüştür. İlgili hususlar açısından, çalışanlardan gelir düzeyi yüksek olanların düşük olanlara göre daha fazla önemsedikleri ortaya çıkmıştır. “Statü ve Bağımsızlık” boyutunda ise, 1001-2000 TL, 2001-3000 TL ve 3001-4000 TL arası gelir düzeyine sahip olanlar ile 1-1000 TL arası gelire sahip olanlar arasında; 3001-4000 TL arası gelir düzeyine sahip olanlar ile 2001-3000 TL arası gelir düzeyine sahip olanlar arasında da anlamlı farklılıklar görülmüştür. “Statü ve Bağımsızlık” boyutunda da, gelir düzeyi yüksek çalışanların düşük olanlara göre iş değerlerini daha fazla önemsedikleri ifade edilebilir. “İşten Ayrılma Niyeti” açısından, 1-1000 TL arası en düşük gelir düzeyine sahip olanların 1001-2000 TL ve 2001-3000 TL arası gelir düzeyine sahip olanlara göre işten ayrılma niyetleri algısının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, araştırmada gelir düzeyi en yüksek olan çalışanların 2001-3000 TL çalışanlara göre işten ayrılma niyeti algısının daha düşük olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 6: Katılımcıların Gelir Düzeyine Göre İş Değerleri ve İşten Ayrılma Niyeti Ölçeklerine İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Ölçek ve Boyutlar		Gelir	n	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Farklılık
Yetenek ve Büyüme	A	1-1000 TL	107	159,18	3	40,958	,000	B, C, D > A D > B, C
	B	1001-2000 TL	157	198,91				
	C	2001-3000 TL	89	207,09				
	D	3001-4000 TL	47	287,39				
Rahatlık ve Güvenlik	A	1-1000 TL	107	152,88	3	43,732	,000	B, C, D > A D > B, C
	B	1001-2000 TL	157	202,32				
	C	2001-3000 TL	89	211,03				
	D	3001-4000 TL	47	282,89				
Statü ve Bağımsızlık	A	1-1000 TL	107	157,93	3	23,892	,000	B, C, D > A D > C
	B	1001-2000 TL	157	216,14				
	C	2001-3000 TL	89	202,56				
	D	3001-4000 TL	47	241,27				
Genel İş Değerleri Ölçeği	A	1-1000 TL	107	148,69	3	54,003	,000	B, C, D > A D > B, C
	B	1001-2000 TL	157	203,47				
	C	2001-3000 TL	89	207,19				
	D	3001-4000 TL	47	295,85				
İşten Ayrılma Niyeti	A	1-1000 TL	107	250,43	3	34,627	,000	A > B, C D > C
	B	1001-2000 TL	157	176,41				
	C	2001-3000 TL	89	171,54				
	D	3001-4000 TL	47	222,13				

- Yanıt kategorileri: “1=Hiç Katılmıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum”

7. Sonuç ve Öneriler

Araştırma; seyahat acentalarında çalışanların iş değerleri ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılmıştır. Bu çerçevede; araştırmada elde edilen bulgular kuramsal ve uygulama açısından değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra geleceğe yönelik araştırmalar içinde öneriler belirtilmektedir.

Seyahat acentalarında çalışanların iş değerlerine ilişkin algıları üç boyutta ortaya çıkmıştır. Bunlar; “Yetenek ve Büyüme”, “Rahatlık ve Güvenlik” ve “Statü ve Bağımsızlık” boyutlarıdır. Bu sonuç, ölçeğin orijinal yapısını teyit etmiştir. Ölçek; Manhardt (1972), Parnell vd. (2008), Özcan’ın (2008) ve Elmas-Atay (2017) çalışmaları ile benzer boyutlar ortaya koyduğu ve desteklediği söylenebilir.

Araştırma bulguları, seyahat acentalarında çalışanların iş değerleri ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu yönündedir. Çalışanların iş değerleri ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşten ayrılma niyeti ile yüksek düzeyde ilişki içinde olan iş değerleri boyutları “Yetenek ve Büyüme” ve “Statü ve Bağımsızlık” boyutlarıdır. Bu sonuç, Eşitti (2018), Yu-Ping Wang vd. (2010) ve Van Vianen vd. (2007) tarafından yapılan araştırmaları destekler niteliktedir.

Belirlenen araştırma sorularına ilişkin yapılan analiz sonuçlarında, çalışanların iş değerleri ve işten ayrılma niyetlerinin cinsiyet, yaş ve gelir düzeyine göre farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Cinsiyete göre, iş değerleri boyutlarından “Rahatlık ve Güvenlik” boyutunda erkeklerin kadınlara göre daha fazla önem verdiği gözlemlenirken Şenay (2015) tarafından yapılan çalışmada kadınların erkeklere göre iş değerlerine daha fazla önem verdiği sonucu ortaya çıkmıştır. İşten ayrılma niyeti açısından cinsiyete göre bir farklılık ortaya çıkmamıştır. İşten ayrılma niyetine ilişkin bu sonuç, Varol vd. (2017) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Fakat Tolukan vd. (2016) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile farklılaşmaktadır.

Katılımcıların yaşı yükseldikçe iş değerlerine verdikleri önemin arttığı anlaşılmıştır. Bu durum, benzer çalışmalarla kısmen örtüşmektedir. Şenay'ın (2015) yaptığı çalışmada iş değerlerinin tek bir boyutunda farklılığa rastlanmıştır. Ayrıca, genellikle genç yaştaki insanların işten ayrılma niyetlerinin daha fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, benzer çalışmalardan farklılık arz etmektedir. Yıldırım ve Yirik (2014) ve Şenay (2015) tarafından yapılan çalışmalarda farklılıklar gözlenmemiştir.

Araştırma bulguları, seyahat acentalarında çalışanların iş değerleri algısı ile işten ayrılma niyetleri arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. “Yetenek ve Büyüme” boyutu açısından “yeteneklerin gelişiminde süreklilik”, “başarı hissi” vb. işe ilişkin özelliklerdeki gelişmelerin işten ayrılma niyeti ile pozitif yönde ilişkisi vardır. Bu durumun, çalışanların yetenek ve mesleki bilgilerinin arttıkça daha iyi yerlerde çalışma gibi nedenlerle işten ayrılma niyetlerinin gelişmesine sebep olabileceği düşünülebilir. İşletmelere, çalışanlarının yetenekleri ve deneyimleri geliştikçe daha cazip olanaklar sunan işletmelere çalışmak için yönelebileceklerini düşünerek sunduğu olanakları artırmaları tavsiye edilebilir. Diğer taraftan, “Statü ve Bağımsızlık” boyutu açısından, “yüksek gelir”, “diğer işçileri yönlendirme”, “organizasyon için önemli olan problemler üzerinde çalışma” gibi hususlardaki gelişmeler arttıkça işten ayrılma niyetlerinin azalacağı yönünde bir ilişkiden söz edilebilir. İşletmelere yönelik olarak, çalışanlarının işten ayrılmalarının önüne geçmeleri için onları objektif bir şekilde çeşitli pozisyonlara yönelik kariyer fırsatları sunmaları önerilebilir.

Araştırma konusunu oluşturan değişkenler farklı sektörlerde de araştırma konusu yapılabilir. Bu çalışma sadece belirli bir bölgede ve seyahat acentalarına yönelik uygulanmıştır. Bundan sonraki araştırmalar, farklı bölge ve ülkelerde uygulanabilir. Gelecekte iş tatmini, aracı değişken olarak ele alınması faydalı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Altaş, S. S. (2004). İş değerleri, örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisinin bireysel iş performansı ve işten ayrılma eğilimi üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. Doktora Tezi. Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- Ashford, S. J., Lee.S. and Bobko, P., (1989). Content, Causes, and Consequences of Job Insecurity: A Theory-Based Measure and Substantive Test. *Academy of Management Journal*, Vol:32(4), 803-829.
- Avcı, N. (2011). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin İş Değerleri: Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Vol. 22, No. 1, s. 7-18.
- Bartlett, K. R. (1999). The Relationship Between Training and Organizational Commitment In The Health Care Field. (The Degree of Doctor of Philosophy), *Urbana: The University of Illinois*.
- Bilsky, W. Ve Schwartz S. H. (1994). Values and Personality, *European Journal of Personality*, Volume: 8, 1994, 163-181.
- Bolton, B., (1980). Second-order dimensions of the work values inventory. *Journal of Vocational Behavior* 17, 33-40.
- Bozkurt, S. ve Doğan, A. (2013). İş Değerleri ile İş Etiği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, *Business and Economic Research Journal*, Volume 4, Number 4.
- Braithwaite, V.A. and Law, H.G.. (1985). Structure of Human Values: Testing the Adequacy of the Rokeach Value Survey. *Journal of Personality and Social Psychology* 49:250-63.

- Cammann, C., M. Fichman, G.D. Jenkins ve J.R. Klesh, (1983), Assessing the Attitudes and Perceptions of Organizational Members (S.E. Seashore, E.E. III Lawler, P.H. Mirvis and C.Cammann, Eds.), In Assessing Organizational Change: A Guide to Methods, Measures, And Practices, Wiley, New York.
- Chen, J. S., Chu, K. H-L. ve Wu, W-C. (2000). Tourism Student's Perceptions of Work Values: A Case of Ehawane Universities, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6): 360-365.
- Chu, K. H. L. (2008). A Factorial Validation of Work Value Structure: Second-order Confirmatory Factor Analysis and its Implications. *Tourism Management*, 29(2), 320-330.
- Cotton, J. L., & Tuttle, J. M. (1986). Employee Turnover: A Meta-Analysis and Review with Implications for Research. *Academy of management Review*, 11(1), 55-70.
- Çarıkçı, İ. ve Çelikkol, Ö. (2009). İş - Aile Çatışmasının Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 153 - 170.
- Dude, D. J. (2012). Organizational commitment of principals: The effects of job autonomy, empowerment, and distributive justice. University of Iowa. Retrieved from <http://ir.uiowa.edu/etd/2863>
- Elizur, D. (1984). "Facets of Work Values: a Structural Analysis of Work Outcomes" *Journal of Applied Psychology*, Vol.: 69, 379-389.
- Elizur, D. (1996). Work Values and Commitment, *International Journal of Manpower*, Vol. 17 Iss 3, 25-30.
- Elizur, D., Borg, İ., Hunt, R. ve Beck İ. M. (1991). The Structure of Work Values: A Cross Cultural Comparison, *Journal of Organizational Behavior*, Vol 12,21-38.
- Elmas-Atay, S. (2017). Work Values Fit and Subjective Career Success: The Moderating Role of Work Engagement. *International Review of Management and Marketing*, 7 (3), 113-120.
- Eşitti, B. (2018). Konaklama İşletmelerinde İş Değerlerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkileri: İş-Aile-İş Çatışmasının Aracı Rolü. *Verimlilik Dergisi*, (3), 235-257.
- Friedlander, F.(1965). Comparative Work Value Systems, *Personnel Psychology*, 18, 1-20.
- Furnham, A. (1990). A Content Correlational and Factor-Analytic Study of Seven Questionnaire Measures of the Protestant Work ethic, *Human Relations*,43:383-399.
- Gerhart, B., and Milkovich, G. T. (1990). Organizational Differences in Managerial Compensation and Financial Performance, *Academy of Management Journal*, 33(4), 663-691.
- Gül, H. , Ercan , O., ve Gökçe, H. (2008). İş Tatmini, Stres, Örgütsel Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti ve Performans Arasındaki İlişkiler: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E - Dergisi*, Kırğızistan, 15, s.1 - 11.
- Güllü, M., Kendir, H., & Ince, C. (2016). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin İş Değeri Algıları ve Mesleğe Devam Niyetleri: Stajyer Öğrencilere Yönelik Bir Araştırma. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 8(32), 567-578.
- Gürbüz, S. ve Bekmezci, M. (2012), İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Bilgi işçilerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Duygusal Bağlılığın Aracılık ve Düzenleyicilik Rolü, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 41(2), s.189-213.

- Gürsoy, D., Maier, T. A. ve Chi, C. G. (2008). Generational Differences: An Examination of Work Values and Generational Gaps in The Hospitality Workforce, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 448–458.
- Hegney, D., A. Plank ve V. Parker (2006). "Extrinsic ve Intrinsic Work Values: Their Impact on Job Satisfaction in Nursing", *Journal of Nursing Management*, c. 14, ss. 271-281.
- Hendrix, V. ve Super, D.E., (1968). Factor Dimensions and Reliability of the Work Values Inventory, *Vocational Guidance Quarterly* 17, 269–274.
- Judge, T. A. ve Bretz, R. D. (1992). Effects of Work Values on Job Choice Decisions, *Journal of Applied Psychology*, 77, 261–271.
- Kasnak, E. (1998). Çalışanların İş Değerleri ve Bir Özel Sektör Şirketinde Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kaya, E., (2010). İş stresi ve tükenmişlik duygusunun işten ayrılma niyeti üzerine etkileri: Sağlık personeli üzerinde bir uygulama, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze.
- Kim, S. S. Guob, Y. Wangc, K-C. ve Agrusa, J. (2007). The Study Motivations and Study Preferences of Student Groups From Asian Nations Majoring in Hospitality and Tourism Management Programs, *Tourism Management*, 28: 140–151.
- Kubat, U. ve Kuruüzüm, A. (2010). İş Değerleri ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Yapısal Denklem Modelleme Yaklaşımı, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.15, S.3 s.487-505.
- Kurtuluş, K. (2010). Araştırma Yöntemleri. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Ladkin, A., (1999). Life and work history analysis: the value of this research method for hospitality and tourism. *Tourism Management*, 20, 37–45.
- Lee, F.K., Dougherty, T.W., Turban, D.B., (2000). The role of personality and work values in mentoring programs. *Review of Business*, 21, 33–40.
- Lee, T. W., Mitchell, T. R., Sablinski, C. J., Burton, J. P., and Holtom, B. C. (2004). The effects of job embeddedness on organizational citizenship, job performance, volitional absences, and voluntary turnover. *Academy of Management Journal*, 47(5), 711–722.
- Levy, S. (1990). Values and Deeds, *Applied Psychology: An International Review*, 39, 379-400.
- Manhardt, P. J. (1972). Job orientation of male and female college graduates in business, *Personnel Journal*, Vol. 25, pp.361–368.
- Meglino, B., Ravlin, E. ve Adkins, C. (1989). A work values approach to corporate culture: a field test of the value congruence process and its relationship to individual outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 74, 424–432.
- Mobley, W. H. (1977). Intermediate Linkages in the Relationship Between Job Satisfaction and Employee Turnover, *Journal of applied psychology*, 62(2), 237.
- Mok, C., Pine, R. ve Pizam, A., (1998). Work values of Chinese hotel managers. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 21 (3), 1–16.
- Neumann, L. ve Neumann, U., (1983). A discriminant analysis of students' work values: differences between engineering and liberal arts. *Journal of Experimental Education* 52, 41–66.
- Nor, M. N., Noor, A. N., Ahmad, Z., Khalid, S. A., & Ibrahim, I. I. (2017). Factors Affecting Turnover Intention among Gen Y in Hotel Industry. *Jurnal Intelek*, 12(1).

- O'Brien, G. E. and Humphrys, P. (1982). The Effects of Congruency between Work Values and Perceived Job Attributes upon the Job Satisfaction of Pharmacists, *Australian Journal of Psychology*, Vol. 34 (1), 91-101.
- O'Brien, G. E., and Dowling, P.(1980). The Effects of Congruency Between Perceived and Desired Job Attributes Upon Job Satisfaction. *Journal of Occupational Psychology*, 53,121-130.
- Omar, M. K. ve Ramdani, N. F. S. M. (2017). Perceived Work Environment, Perceived Work Values, and Turnover Intention among Generation-Y of a Private Trustee Organization in Malaysia, *International Journal of Business and Management*, 1 (2), 23-34.
- Örücü, E. ve Özafşaroğlu S. (2013). Örgütsel Adaletin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde Bir Uygulama, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, s. 339.
- Özcan, E. B. (2008). Örgütsel Bağlılık ve İş Değerleri Arasındaki İlişki: Adana İlinde Bir İnceleme. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Özkan, Ç. (2010). Ege Bölgesindeki 4-5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Örgüt Kültürünün İş Değerlerinin Dönüşümüne Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Parnell, J.A., Tian, Q., Nai-Chi Chen, A. and Yu, T. (2008) 'Comparative work values among future managers in China and the USA', *Int. J. Chinese Culture and Management*, Vol. 1 (2), 144–156.
- Penings, J. M. (1970). Work-Value Systems of White-Collar Workers, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 15, No. 4 (December), 397-405.
- Pizam, A., (1993). Managing cross-cultural hospitality enterprises. Jones, P., Pizam, A. (Eds.), In: The International Hospitality Industry: Organizational and Operational Issues. Wiley, New York, 51-73.
- Richardson, S. (2009). Undergraduates' Perceptions of Tourism and Hospitality as a Career Choice, *International Journal of Hospitality Management*, 28, 382–388.
- Ross, L. E., & Boles, J. S. (1994). Exploring the Influence of Workplace Relationships on Work-related Attitudes and Behaviors in the Hospitality Work Environment, *International Journal of Hospitality Management*, 13(2), 155-171.
- Rusbelt, C. A., Farrell, D., Rogers and Mainous (1988). Impact of Exchange Variables On Exit, Voice, Loyalty and Neglect: An Integrative Model of Responses to Decline Job Satisfaction, *Academy of Management Journal*, Vol: 31, No: 3, 599- 627.
- Sagie, A., Elizur, D. ve Koslowsky, M. (1996). "Work Values: A Theoretical Overview and a Model of Their Effects", *Journal of Organizational Behavior*, 17, s.503-514.
- Senatore, P. (2003). Moderating Effects of Work Values on Stressor-Strain Relationships, Master of Science Thesis, San Hose State University.
- Seyrek, İ. H., ve İnal, O. (2017). İşten Ayrılma Niyeti ile İlişkili Faktörler: Bilgi Teknolojisi Çalışanları Üzerine bir Araştırma, *Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi*, 1/1, ss: 63-74
- Shafer W. E., Morris, R. E. ve Ketchand, A. A. (2001). Effects of Personal Values on Auditors' Ethical Decisions, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 14 (3), 254 – 277.

- Shukla, A., Srinivasan, R. and Chaurasia, S. (2013). Impact of Work Related Attitudes on Turnover Intention, *Indian Journal of Industrial Relations*, Vol. 49, No. 1, 111-122.
- Super, D. E. (1970). Work values inventory manual. Boston: Houghton Mifflin.
- Sverke, M., Hellgren, J., Naswall, K. (2002). "No security: A meta-analysis and review of jobinsecurity and its consequences", *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol.7, No.3, 242-264
- Şenay, T. (2015). The Relationship between Work Values, Job Satisfaction and Intention to Leave. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tekingündüz, S., Top, M., & Seçkin, M. (2015). İş Tatmini, Performans, İş Stresi ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Hastane Örneği, *Verimlilik Dergisi*, (4), 39-64.
- Tolukan, E. Şahin, M. Y. ve Koç, M. (2016). Cimnastik Antrenörlerinin Örgütsel Özdeşleşme Düzeyleri Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 11/8 Spring 2016, p. 377-398. ISSN: 1308-2140, www.turkishstudies.net, DOI Number: http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9558. ANKARA-TURKEY.
- Türkay, O., Akgöz, E. (2016). Yaşam Değerleri İle İş Değerleri Arasındaki Etkileşim Otel Çalışanları Örneği. *Bartın Üniversitesi IIBF Dergisi*, 1(14), 147-164
- Van Vianen, A. E. M., De Pater, I. E., & Van Dijk, F. (2007). Work value fit and turnover intention: Same-source or different-source fit. *Journal of Managerial Psychology*, 22(2), 188-202.
- Varol, F. Karaer, M. ve Ortakarpuz, M. (2017). İlaç Mümessillerinin Örgütsel Bağlılığının, İş Tatmininin Ve İşten Ayrılma Niyetinin Demografik Faktörler Bağlamında İncelenmesi. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 12/31, p. 279-302. ISSN: 1308-2140, www.turkishstudies.net, DOI Number: http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.12551. ANKARA-TURKEY.
- Vos, A., D. Buyens ve R. Schalk (2005), "Making sense of a new employment relationship: Psychological contract-related information seeking and the role of work values and locus control", *International Journal of Selection and Assessment*, c. 13, S. 1, 41-52.
- White, C. (2006). Towards an Understanding of the Relationship Between Work Values and Cultural Orientations, *Hospitality Management*, 25: 699-715.
- Yıldırım, B. I. ve Yirik, Ş. (2014). İşgörenlerin İş Güvencesi Algıları ve İşten Ayrılma Niyetleri İlişkisi: Belek Bölgesi Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı / No. 6, Ekim / October, 123-140.
- Yu-Ping Wang, Christina, Chen, Mei-Huei, Hyde, Bill & Hsieh, Lillian. (2010). Chinese Employees' Work Values and Turnover Intentions in Multinational Companies: The Mediating Effect of Pay Satisfaction. *Social Behavior and Personality: an international journal*. 38. 871-894.