

Yaşam Değerleri İle İş Değerleri Arasındaki Etkileşim: Otel Çalışanları Örneği

Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
turkay@sakarya.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Erkan AKGÖZ

Selçuk Üniversitesi
Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
eakgoz@selcuk.edu.tr

Özet: Bu araştırma, iş değerleri yaşam değerlerinin işyerindeki yansımaları mıdır? sorusuna cevap bulmak için yapılmıştır. Yaşam değerlerinden hangilerinin, hangi iş değerlerini, ne oranda etkilediğini sınyan bu çalışmada anket tekniği kullanılarak 307 otel çalışandan veri elde edilmiş ve değişkenler arası etkileşim, kurulan regresyon modelleri ile sınyanmıştır. Bulgular; sağlık, aile güvenliği, özgürlük, onur ve dünya barışı gaye değerleri ile sorumluluk sahibi olmak, özdenetim sahibi olmak, nazik olmak, dürüst olmak ve temiz olmak araç değerlerinin otel çalışanları için en yüksek yönelimleri ortaya koyduğunu göstermektedir. Başarı, çalışma sonuçları ile ilgili olarak geribildirim, yetenek ve bilgisini işinde kullanabilme imkânı en fazla kabul gören bilişsel değerlerdir. İnsanlarla tanışma ve etkileşim fırsatı, nazik ve geçimli iş arkadaşları, adil ve düşünceli bir yönetici/patron ve işini iyi yaptığında takdir görmek en fazla oranda benimsenen sosyal iş değerleri olarak öne çıkmaktadır. Ek kazançlar, tatiller, hastalık izni, sosyal yardımlar, sigorta vb. ile ilgili beklentiler, iş şartları, rahatlık ve temizlik ve iş güvenliği en ön planda tutulan araç değerlerdir. Regresyon analizi sonucunda bilişsel iş değerlerinin; eşitlik, yaratıcı olmak, Allah rızası, olgun bir sevgi, dürüst olmak, entelektüellik ve hırslılık tarafından belirlendiği; sosyal iş değerlerinin, sağlık, gerçek dostluk, rahat bir yaşam, Allah rızası ve temizlik değerlerince etkilendiği ve araçsal iş değerlerinin de aile güvenliği, dürüst olma, Allah rızası ve güzelliklerle dolu bir dünya isteğince şekillendiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaşam değerleri, iş değerleri, otel çalışanları, turizm.

The Interaction between Life Values and Work Values: Case of Hotel Employees

Abstract: *The view that work values are reflections of life values in the workplace has necessitated this research. Work values which were affected by a specific combination of life values were tried to detect by testing quantitative data obtained from 307 hotel employees and the interaction between variables was tested with established regression models. Results show that the terminal values of health, family safety, freedom, dignity and world peace and instrument values of self-regulation, courteousness, and honesty and to be clean were demonstrate the highest orientations for hotel employees. In the context of work values; success, feedback regarding operating results, the ability to use skills and knowledge are most accepted cognitive work values. The opportunity to meet people and interact, gentle and easygoing colleagues, fair and thoughtful manager / boss and recognition that someone make his/her job well were most adapted social work values. The expectations on additional earnings, holidays, sick leave, benefits, insurance and so on; expectations regarding business conditions, comfort and cleanliness and job safety are instrumental work values finds most supporters. As the results of regression analysis, cognitive work values were determined by the life values of equality, imagination, salvation, mature love, honesty, social work values were affected by health, true friendship, a comfortable life, salvation, and cleanliness and instrumental work values were affected by family security, honesty, salvation and a world of beauty.*

Key Words: *Life values, work values, hotel employee, tourism.*

Giriş

İnsan davranışının çeşitliliğine paralel olarak davranışları etkileyen unsurlarda da çeşitlilik söz konusudur. Bu çeşitlilik içerisinde belki de değerler, davranışı açıklamada toplumsal ve kültürel birçok etkenin bağlantısını ortaya koyan, geniş kapsamlı değerlendirmeye imkân veren bir etken olarak dikkat çekmektedir. Değerler, toplumsal yapının çizdiği çerçevede oluştuğu için (Kuvan, 2007: 72) bireyin toplumla etkileşimini ve bu etkileşimin davranışa yansımalarını ortaya koymak adına elverişli yapılardır. Değerler, toplumsal bir bağlamda oluşmaktadır. Bireyin değişik uyaranlara verdiği cevap ya da değişik durumlar altında tercihlerine kılavuzluk eden “istikrarlı yargısal inançlar”dır (Bozkurt ve Doğan, 2013: 72). Değerler, bireyin yaşamına yön veren ve onun farklı konularla ilgili “neyin doğru, neyin yanlış olduğu konusunda geliştirdiği inançları, arzu edilen ve edilmeyen yargılarını” ifade etmektedir (Dilmaç vd., 2009: 10).

Bireylerin erken yaşlarında oluşan (Bozkurt ve Doğan, 2013: 72), hayatlarına yön verip kılavuzluk eden değerler (Schwartz, 1992: 4), bireyin varoluşuna yüklediği anlam ve mevcudiyetinin temel amacı hakkında bilgi ortaya koymaktadır (Rokeach, 1973: 5). Değer kavramı bir yandan yaşam biçimleri ve yaşama dair tercihleri yansıtmakta, bir yandan da bireyin yaşama katılımı ve mevcudiyeti ile ilgili temel yaklaşımını açık etmektedir. Bu çok yönlü anlamlandırma içerisinde kavram herhangi bir ihtiyacı, tutum ya da arzuyu spesifik olarak ifade etme aracı olabilmekte, aynı zamanda ve buna bağlı olarak da “kültürel değer”, “sosyal değer”, “bilişsel değer” gibi kapsam farklılıklarına tabi tutularak bir anlam derinleşmesine uğramaktadır (Özgüven, 1994). Değerler, kültürleri meydana getiren yapı taşlarıdır ve işletmecilik alanını da etkilemektedir. Her toplumda farklı işletmecilik anlayışları, farklı davranış kalıpları ve iş yapma biçimleri hâkimdir. Bunun yanında her toplumda, o toplumun kendi değerlerinin işle ilgili bütün çerçeveyi belirlediği, yönetim uygulamalarını şekillendirdiği ve bireylerin işyerindeki davranışlarına etki ettiği düşünülebilir (Yücel ve Karataş, 2009: 74).

İnsan bebeklikten itibaren sürekli olarak çevre ile etkileşim içerisinde bulunmaktadır (Göz, 2014: 86). Bu etkileşim genetik olarak taşıdığı özelliklerin evrilmesine yol açmakta, hem genetiğin hem de çevre ve kültüre dair özelliklerin bir araya gelerek kişiliği oluşturmaya şahit olunmaktadır. İşte bu gelişim süreci her bir bireyin farklı değerler seti geliştirmesine, farklı öncelikler edinmesine ve farklı değerlendirmeleri yaşama geçirmeye çalışmasına yol açmaktadır (Tınaz, 1996). Yapılan çalışmalar değerlerin bireyin bilişsel süreçlerini, sosyal algılarını ve yaşama dair konulardaki tutumlarını belirlediğini, aynı zamanda bu etkiyi kültürel bir bağlam içerisinde ortaya çıkardığını vurgulamaktadır. Zira kültür değerlerin anlaşılması açısından çok önemli ve etkili bir olgudur (Başol, vd., 2012: 60). Buna bağlı olarak, mevcut çalışmaların daha fazla oranda, bireysel değer tipolojileri, belli bir kültür grubundan bireylerin değerlerinin ölçülmesi, değerler ile tutumlar ve özellikle de davranışlar arasındaki ilişkinin ortaya konulmasına odaklandığı görülmektedir (Kuvan, 2007: 73). Bu çerçevede sınırlı sayıda araştırmanın da yaşam değerleri ve iş değerleri arasındaki ilişkiye odaklandığı anlaşılmaktadır (Ros vd., 1999).

Bu çalışmada; hangi yaşam değerlerinin hangi iş değerlerini etkilediği sorusuna cevap bulmak amacıyla, otel çalışanlarının sahip oldukları yaşam değerleri ile iş değerleri birlikte ele alınmaktadır. Bu sayede, otel çalışanlarının yaşamsal değer yönelimleri ve iş değerleri ayrı ayrı analiz edilmekte; bunun yanında bu değer yapıları arasındaki etkileşim ele alınarak hangi yaşam değerlerinin hangi iş değerlerini etkilediği anlaşılmaya çalışılmaktadır.

1.Kavramsal Çerçeve

1.1 Yaşam Değerleri

Yaşam değerlerinin birçok araştırmaya konu olmasına rağmen, ilgili yazın tarandığında sosyal bilimciler arasında konuyla ilgili görüş birliğinin olmadığı görülmektedir. Göz (2014: 87) değerlerin, olgular ve nesnelere hakkındaki ihtiyaç ve idealleri ifade eden yargılar olarak ele alınması gerektiğini; aynı zamanda neyin iyi, neyin kötü olduğunu belirlemeye imkân verdiklerini vurgulamaktadır. Araştırmacıya göre değer olgusu psikolojide “bir inanç” olarak ele alınmaktadır. Aydın (2011: 40) değerlerin, bireylerin eylemlerini rasyonelleştirip içselleştirme imkânı veren olgular olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışkur, (2005: 110) değerlerin, belirli genellemeler ve kavramsal örgütlemeler içerdiğini, bu içeriğin arzu edilen veya edilmeyeni belirlemek suretiyle oluştuğunu ve bireyin doğayla, diğer bireylerle ve toplumun geneliyle ilişkilerini düzenleme fonksiyonu icra ettiğini belirtir. Araştırmacıya göre değer kavramı, psikolojik, sosyal, ahlaki veya estetik açıdan yüksek ya da yararlı nitelik taşıyan davranışları ifade etmektedir. Kavram, yaşamsal amaçlar ve hedefler, ilgi ve çıkarlar, tutkular, idealler ve bu amaç ve idealler setine ulaştıracak arzu edilen yolları kapsamına almaktadır. Buna bağlı olarak da Göz’ün (2014: 88) tespitiyle, ün ve şan hırsı, övme ve yerme, saygı ve saygısızlık, inanma ve inanmama, sözünde durma veya durmama, dürüst olma ya da olmama, sevgi ve nefret gibi maddi-manevi, olumlu-olumsuz her türlü benimsenen ve insan hayatında etkin olan şeyler değerlerin çerçevesini çizmektedir. Schwartz (1992) değer kavramını; belli bir şartlar kümesiyle baş etmeye ve alternatifler arasında bir davranışsal seçim yapmaya yardımcı olan arzu edilen durum, hedef ve davranışlar olarak ele almaktadır. Elizur ve Sagie (1999) ise kavramı bireysel iyi oluşla ilişkilendirmektedir. Bu tanımların kesiştiği nokta, değerlerin yaşamdaki temel amaçlar ve bunlara ulaştıracak yollar konusunda bir iyi-kötü veya istenen-istenmeyen hiyerarşisi ürettiğidir. Bireyler bu kabulleri ve/veya inançlarına bağlı olarak seçimler yapmaktadırlar. Yaşamın çok farklı yönleri, farklı etki kapasiteleri ve bireysel olarak farklı yönelimleri yanında sürekli değişen bir çerçeve sunduğu dikkate alındığında bireyin bu değişkenliğe karşı daha istikrarlı mekanizmalar üretmesi doğaldır. Değerler, bu değişim karşısında üretilen ve bireyin yaşamına istikrar getiren mekanizmalar olarak ele alınabilir.

Yaşam değerleri, bireylerin davranışlarının esin kaynağı (Karalar ve Kiracı, 2010: 81), bu davranışlarına yol gösteren ve davranış idealleri/ölçütleri oluşturan standartlardır (Kuvan, 2007: 74). Değerlerin sağladığı davranış ölçütleri, insanların değişik durumlarda net yargılar geliştirmesine ve tercihler yapabilmesine imkân vermekte, istenen veya istenmeyen davranışları belirlemede bireye rehberlik etmektedir (Çalışkur, 2005: 112). Bu bakımdan değerler, olması arzulanan/istenilen davranışlara odaklanır ve bunu da arzu edilen hedeflere ulaşmak adına ortaya çıkarır.

Yaşamda, rehberliğine ihtiyaç duyulan değişik değerlerden söz edilebilir. Bu değerlerin bütünselliği ve aralarındaki ilişkilere dikkat çeken değerler sistemi kavramı, değerlerin yaşamsal amaçlarla etkileşimi içerisinde, değer-davranış

düzleminin sürekliliğini ortaya koyan bir kavramdır. Bu sistematik, belirli durumları diğerlerine tercih etme yönündeki eğilimi ifade etmektedir (Özkul, 2007: 3). Her insanın bir değer sistemine sahip olduğunu belirten Rokeach (1973), değerler sisteminin de hiyerarşik bir yapıya sahip olduğunu, bu yapının çok çabuk ve sürekli değişmeyeceğini; değerlerde değişimin ancak bireysel ve toplumsal değişmelerle ama oldukça yavaş veya uzun süreçlerde hayata geçebileceğini vurgulamaktadır (Aktaran; Başol vd., 2012: 60). Bir durumun diğerine karşı nispi önemine göre sıralanan değerler örgüsü, bireyin önceliklerinin oluşmasına yardımcı olur. Değerlerin bireylerin tanımlanmasına imkân vermesi ve onları karakterize etmesi onları normlardan ve tutumlardan farklı kılmaktadır (Schwartz, 1999: 40).

Yaşam değerlerini tanımlayan çalışmalar farklı değer setlerine dikkat çekmiştir. Bir bakışa göre değerler 6 gruba ayrılabilir. Bunlar; kuramsal, ekonomik, estetik, sosyal, politik, ve dinsel değerlerdir (Puente vd., 1986: 880). Bir başka anlayışa göre ise değerleri, gaye ve araç değerler olarak ikiye ayırmak mümkündür. Gaye değerler insan yaşamına yön veren temel değerler iken araç değerler temel değerlere ulaşmayı sağlayan, ulaşma yollarını ve bu yollar hakkındaki iyi-kötü yargısını ortaya koyan ikincil değerlerdir (Çalışkur, 2005: 111). Varoluş amacını yansıtan gaye değerler; rahat bir yaşam, başarı duygusu, gerçek dostluk, güzellikler içinde bir dünya, özgürlük, sosyal kabul görmürlük ve akıl gibi kavramları ve yaşam ideallerini içermektedir. Amaca ulaşmak için araç olarak kullanılan davranış biçimlerini yansıtan araç değerler arasında ise; bağımsız, sevecen, yaratıcı, itaatkâr, tertipli, hırslı ve cesur olmak gibi davranışlar vardır (Başol vd. 2012: 60). Kısaca gaye değerler edinilmek istenen olgular iken, araç değerler arzulanan olgulara ulaştıran yolu ifade etmektedir.

1.2. İş Değerleri

İş değerleri, iş-işyeri ve çalışan etkileşimini yansıtan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin çalıştıkları işleri ile ilgili olarak işyerlerinde önem verdikleri konuları, işle ilgili beklentilerini ortaya koymaktadır. Çalışanın kendine yönelteceği, “ne için çalışıyorum?”, “mesleğimden ve hayattan ne bekliyorum?” sorularına verdiği cevaplar, kişinin iş değerlerini oluşturmaktadır (Avcı, 2011: 8). İş değerleri ve yaşam değerleri birbirinden farklı yapılar olarak ele alınmaktadır (Elizur ve Sagie, 1999). Zira yaşam değerleri, genel olarak amaç, hedef ve yönelimler ile bunların istenen-istenmeyen düzleminde karşılık bulmasıyla ilgili olarak yaşamın her bir alanında bu istenen-istenmeyen değerlendirilmesine tabi tutulabilecek rehber ilkelere ihtiyaç duyulabilir. İş yaşamı da bu alanlardan -belki de en önemlilerinden- birisidir. Bu bakımdan iş yaşamında istenen-istenmeyen erekler ve bunlara götüreceği davranışlar yaşamın diğer alanlarından farklı bir şekilde tespit edilebilir. İş değerleri kavramı; “değerlerin bir altkütmesi, bireylerin işlerinde aradıkları özellikler, tatmin

ve ödüller”, “işyerinde arzulanan davranış tarzı”, “bireyin işyerinden sağlamak istediği özel bir sonuca verdiği önem derecesi”, “kişinin özel bir göreve karşı hissettikleri dışında genel olarak işe karşı gösterdiği tutum” şeklinde tanımlanmaktadır (Kubat ve Kuruüzüm, 2010: 488). İş değerleri, “iş ya da kariyerle ilgili olarak ne istendiği ile ilgili kişisel beklentileri” ortaya koymaktadır (Avcı, 2011: 8). Bireyin belirli bir işe olan hislerinden ziyade genel olarak işe karşı var olan tutumlarını ifade eder (Bozkurt ve Doğan, 2013: 73). İş değerleri, çalışanların görevlerini yapmalarına rehberlik eden inançlar olarak da tanımlanmaktadır (White, 2006: 700).

İş değerleri, yaşam değerlerine göre daha spesifiktir ve yaşamın işle ve işyeriyle ilgili kısmına karşılık gelir. Yaşam değerlerinin geniş kapsamlı olmasına karşılık iş değerleri çalışma yaşamı içindeki bireyin tutum ve davranışları ile ilgilidir. İki değer sistemi arasındaki farklılığa rağmen, iş değerlerinin yaşam değerleriyle çok sıkı bağlantılı olduğu ve yaşam değerlerinin işle ilgili yansımaları olarak ele alındığı görülmektedir. Bireyin yaşam değerleri, iş değerlerinin oluşmasında temel unsurlardandır ve iş değerleri, yaşam değerlerinin iş ile ilgili alanlara yansımadır (Ros vd., 1999). Bu bakımdan, yaşam değerleri ile bireylerin çalışma esnasında ortaya koyduğu iş değerleri arasında sıkı bir ilişkiden bahsetmek mümkündür.

İş değerleri, bireylerin işlerinde nelere önem verdiğini, işteki faaliyetin sonucundaki beklentilerini göstermektedir (Avcı, 2011). İşle ilgili önceliklerin bireysel yanı olduğu kadar örgütsel yanı da önemlidir. Bireylerin iş değerlerine karşılık olarak örgütlerin de değerlerinden söz edilebilir. İşletmenin başarısı ve bireylerden en yüksek düzeyde istifade edebilmesi için bireysel değerlerle örgütsel değerlerin uyuşması gerekir. Böyle bir uyuşma olmazsa bireyin örgütü, örgütsel rutinleri ve hedefleri benimsemesi mümkün olmayacaktır. Örgütün değerlerinin çalışanların iş-yaşam dengesini sağlamaları bakımından önemli olduğu ortaya koyulmaktadır (Burke, 2010).

Yine, büyük ölçekli işletmelerde tepe yöneticilerin değerlerinin işletme performansı ile ilişkisi tespit edilmiştir (Agle vd., 1999). Bu bakımdan, örgütün kültürü ve değerler seti ile yönetim sistemleri de bireylerin iş değerleri açısından bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında milli kültür de iş değerleri üzerinde etkilidir. Her toplumun çalışmaya yüklediği anlam farklıdır ve buna bağlı olarak da iş değerleri, kültüre göre değişen bir çerçeve sunmaktadır (Özkul, 2007: 41). Kubat ve Kuruüzüm (2010) iş değerlerinin oluşumunda sosyolojik, ekonomik ve tarihi faktörlerin önemine işaret etmekte, iş değerlerinin etnik köken, alt kültürler, cinsiyete ait roller, sosyo-ekonomik statü ve ekonomik koşullar altında kişiliğe ait değişkenlerden biri olarak geliştiğini belirtmektedir.

İş değerleri çalışmaları genelde üç ana konu etrafında toplanmaktadır. Bunlardan ilki; iş değerinin unsurlarını tanımlamak ve yapısını test etmek iken

ikincisi, iş değerleri ile diğer kişisel, sosyal ve örgütsel değişkenlerin ilişkisini ölçmektir. Üçüncü olarak da, kültürün iş değeri üzerindeki etkisini ölçmek amaçlanmaktadır (Avcı, 2011). İş değerleri ile ilgili değişik sınıflandırmalar dikkat çekmektedir. Bir bakışa göre iş değerleri; içsel, dışsal, sosyal ve prestij olmak üzere dört boyutta incelenmektedir. İçsel değerler; işyerinde özerklik, başarı, yeteneklerini kullanma ve işe, işletmeye ve işyerindeki diğer bireylere yönelik ilgiyi ifade etmektedir. Sosyal değerler; insanlarla çalışma ve topluma katkıda bulunma ile ilgilidir. Dışsal değerler; para kazanmak, iş güvencesine sahip olmak ve mesleğe sahip olmak konularını kapsamaktadır. Prestij ise saygın bir mesleğe sahip olmakla ilgili boyuttur (Yücel ve Karataş, 2009: 80). Super ve arkadaşları (1957) ise, tanımlamış oldukları iş değerlerinin boyutlarını; özgecilik (fedakarlık), estetik, yaratıcılık, entelektüel teşvik, bağımsızlık, başarı, prestij, yönetim, ekonomik durum, güvence, çevre, yöneticilerle ilişkiler, çalışma arkadaşları, görevlerin çeşitliliği ve yaşam tarzı şeklinde ifade etmişlerdir (Aktaran; Bozkurt ve Doğan, 2013: 73). İçsel değerler işin doğasıyla ilgili etkinliklerdir (Avcı, 2011: 8). Bir tanıma göre içsel iş değerleri, işin içeriğine bağlı olan sonuçlardır. Dışsal iş değerleri ise işin içeriğinden bağımsızdır (Kubat ve Kuruüzüm, 2010: 489). İçsel değerler; başarı, fedakârlık, yaratıcılık, bağımsızlık, entelektüel teşvik, yönetim ve estetikten oluşmaktadır. Dışsal değerler ise; yaşam tarzı, prestij, güvence, ekonomik getiriler, çevre, çalışma arkadaşları, yöneticilerle ilişkiler ve görevlerin çeşitliliği ile ilgilidir (Bozkurt ve Doğan, 2013: 73).

İş değerleri ile ilgili bireysel farklılıkların incelendiği çeşitli çalışmalarda, demografik özellikler ayırt edici faktörler olarak kullanılmıştır. Örneğin yaş, eğitim ve deneyimin iş değerlerinin çoğuyla ilişkili olduğunu belirlenmiştir. Cinsiyet, belki bu konuda en popüler demografik değişkendir. Erkeklerin iş değerlerine kadınlardan daha çok önem verdiği belirlenmiştir (Kubat ve Kuruüzüm, 2010: 489). Çalışmalar; kadınların dışsal değerlere, erkeklerin içsel değerlere daha fazla oranda yönelim gösterdiğini ortaya koymaktadır. Erkeklerin maaş ve terfi imkânlarına değer verdiği; kadınların çalışma saatlerinin iyi geçmesine ve çalışma arkadaşlarıyla iletişim kurmaya değer verdikleri saptanmıştır (Kubat ve Kuruüzüm, 2010: 490). Yine eğitime ve yaşa göre iş değerlerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Bozkurt ve Doğan, 2013: 75).

Birçok çalışma iş değerinin çeşitli tutum ve davranışlar üzerinde önemli etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. İş değerlerinin güdüleme, iş doyumu, örgütsel bağlılık, meslek seçimi, etik düşünme ve kültürler arası yönetimle ilişkili olduğu ortaya koyulmaktadır. İş değerlerinin çalışanların özellikle iş doyumunu ve işletmelerine bağlılıklarını etkilediği vurgulanmaktadır (Avcı, 2011: 8). Çalışanların yaşamsal değer yönelimlerinin onların iş-aile çatışmasına etkileri olduğu da tespit edilmiştir (Carlson ve Kacmar, 2000). Çalışma yaşamından tatmin olma, motivasyon kaynağı olarak iş performansını artırma; karar verme, strateji, tutum ve davranış, işe bağlılık ve iş etkililiği, başarı ve yaratıcılık,

sadakat, kendisini ve başkalarını değerlendirme, tanımlama ve örgütsel yapı vb. konularını belirleyen bir iş değerleri sistemine dikkat çekilmektedir (Yücel ve Karataş, 2009: 74).

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı otel çalışanlarının yaşam değerleri ve iş değerleri arasındaki etkileşimi tespit etmektir. Bu sayede iş değerlerinin bağlı olduğu yaşam değerleri seti (gaye ve araç değerler) tespit edilmeye çalışılmaktadır. Araştırma bulgularının özellikle otel işletmeleri çalışanları ve genelde de tüm çalışanların örgütsel davranış kalıplarını anlamada önemli bir belirleyici olan yaşam ve iş değerleri arasındaki bağlantıyı aydınlatmaya yönelik katkısı olacağı düşünülmektedir.

2.2. Veri Toplama Aracı

Çalışanların yaşam değerleri Rokeach tarafından 1973 yılında geliştirilen 18 gaye ve 18 araç olmak üzere 36 farklı değer boyutunu ölçen yaşam değerleri ölçeği ile ölçülmüştür. Ölçek, Rokeach (1979), Feather (2002), Yiğittir ve Öcal (2010) ve RVS (2016) kaynaklarından elde edilmiştir. İş değerleri ise Selmer ve Waldström (2007)'den alınan ve bilişsel, sosyal ve araçsal boyutlarda iş değerlerini ölçen toplam 24 maddelik ölçeğin uyarlamasıdır. Bu ölçek uyarlanırken iki ifadenin benzer anlam oluşturması nedeniyle birleştirilerek tek ifadeye indirgenmesi sonucunda 23 ifade katılımcılara yöneltilmiştir. Ölçeklerin Türkçe'ye çevirisi yapılmış, çeviriler aynı ölçekleri kullanan daha önceki çalışmalarla karşılaştırılmış, farklı alanlarda eğitim gören öğrencilere uygulanarak anlaşılmayan ifadelerin tespiti ve düzeltilmesi yoluna gidilmiştir. Ölçeklendirme yaşam değerleri ölçeği için (1) Benim için hiç önemli değil – (5) Son derece önemli şeklinde, iş değerleri ölçeği için ise (1) Kesinlikle katılmıyorum – (5) Kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Anket formunda katılımcıların özelliklerini belirlemeye yönelik 7 kategorik sorudan oluşan bir bölüme de yer verilmiştir.

Tüm ifadelerle verilen yanıtların güvenilirliğini sınamak amacıyla yapılan güvenilirlik testi sonucu (Cronbach Alfa değeri) 0,97 olarak bulunmuştur. Sadece yaşam değerleri için bu rakam 0,97; sadece iş değerleri için ise 0,95 olarak bulunmuştur.

2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni otel çalışanlarını kapsamakta, örnekleme ise sahillerde yerleşik otellerde çalışanlardan oluşmaktadır. Farklı bölgelerden ve farklı büyüklüklerden otellere ulaşılmış, bağlantı kişiler yardımıyla anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Örneklemin özellikleri Tablo 1'de verilmektedir. Çalışmaya

katılan toplam 307 çalışanın %54,7'si erkektir. %31,6'sı 25 ve altı yaş grubunda, buna yakın bir oranda çalışan da 26-30 yaş grubundadır. Katılımcıların çoğu genel turizm çalışanı profilini yansıtacak şekilde gençtir. Eğitim durumu itibariyle en yoğun grup önlisans mezunlarıdır (%37,1). Çalıştıkları bölüm itibariyle çoğunluk önbüro personelidir (%28,7). Otel kategorileri içerisinde en yoğun katılım 5 yıldızlı otellerden olmuştur (%36,8). Diğer otel kategorilerinden de dengeli bir orana ulaşıldığı söylenebilir. Sektörde çalışma yılı açısından bakıldığında en yoğun katılımın 1-4 yıl arası deneyime sahip olanlarca ortaya koyulduğu (%30,6), bunu 5-8 yıl (%25,7) ve sonrasında da 9-12 yılı deneyimlilerin (%15,3) izlediği görülmektedir. Mevcut pozisyonu itibariyle katılımcıların çok büyük kısmı (%71,7) çalışandır. Geriye kalan kısım ise işletme sahibi, yönetici ve orta kademe yöneticilerden oluşmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Yaş	F	%	Cinsiyet	F	%
25 ve altı	97	31,6	Kadın	133	43,3
26-30	70	22,8	Erkek	168	54,7
31-35	52	16,9	Cevapsız	6	2
36-40	39	12,7	İşletme Türü		
40 üstü	32	10,4	5* Otel	113	36,8
Cevapsız	17	5,5	4* Otel	46	15,0
Eğitim			3* Otel	76	24,8
İlköğretim	32	10,4	Diğer (Pansiyon, tatil köyü)	37	12,1
Lise	107	34,9	Cevapsız	35	11,4
Önlisans	114	37,1	Sektörde Çalışma Yılı		
Lisans	34	11,1	1 yıldan az	43	14,0
Cevapsız	20	6,5	1-4 yıl	94	30,6
Bölüm			5-8 yıl	79	25,7
Önbüro	88	28,7	9-12 yıl	47	15,3
F&B	35	11,4	13 yıldan fazla	39	12,7
Mutfak	30	9,8	Cevapsız	5	1,6
Kat Hizmetleri	38	12,4	Pozisyon		
Pazarlama	24	7,8	İşl. Sahibi-Yönetici	41	13,4
Muhasebe-İKY	22	7,2	Orta Kademe Yön.	44	14,3
Diğer	58	18,9	Çalışan	220	71,7
Cevapsız	12	3,9	Cevapsız	2	,7

2.4. Araştırma Bulguları

Otel çalışanlarının sahip oldukları yaşam değerleri frekans analiziyle irdelenmiştir. Her bir yaşam değeri seçeneğine dair yanıtlarının ortalama ve standart sapmaları Tablo 2'de verilmektedir. En yüksek düzeyde sahip olunan gaye değerler sırasıyla sağlık (a.o. 4,65), aile güvenliği (a.o. 4,59), özgürlük (a.o. 4,51), onur (a.o. 4,50) ve barış içinde bir dünya (a.o. 4,48)'dir. Otel

çalışanlarının yaşamın geneli için sağlığı en önemli unsur olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Bu değerler seti içerisinde en düşük taraftar bulan değerler ise sırasıyla heyecan verici bir hayat (a.o. 3,98), olgun bir sevgi/aşk (a.o. 4,06) ve keyif (a.o. 4,11)'dir. Bu rakamlar otel çalışanlarının hayatın keyif ve estetik yanlarına yönelik bir çekimserlik sergilediklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Yaşam Değerlerine İlişkin Yanıtların Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Gaye Değerler	Ort.	s.s.	Araç Değerler	Ort.	s.s.
Rahat bir yaşam	4,35	0,97	Hırslılık	4,00	1,16
Eşitlik	4,31	0,92	Geniş fikirlilik	4,18	0,98
Heyecan verici bir hayat	3,98	1,11	Kabiliyetlilik	4,26	0,89
Aile güvenliği	4,59	0,82	Temiz olmak	4,39	0,91
Özgürlük	4,51	0,81	Cesur olmak	4,35	0,89
Sağlık	4,65	0,80	Affedici olmak	4,13	1,02
İç Uyumum	4,25	1,02	Yardımsaver olmak	4,30	0,92
Olgun bir sevgi/aşk	4,06	1,12	Dürüst olmak	4,39	0,87
Ulusal Güvenlik	4,45	0,91	Yaratıcı olmak	4,28	0,91
Keyif	4,11	1,09	Bağımsızlık	4,37	0,96
Allah rızası /Ahirette kurtuluşa erme	4,12	1,18	Entellektüellik	4,13	1,02
Onur	4,50	0,88	Mantıklı olmak	4,32	0,93
Başarma hissi	4,38	0,91	Aşık	4,18	1,02
Sosyal Kabul Görme	4,30	0,92	Sadık/Vefalı olmak	4,35	0,95
Gerçek Dostluk	4,26	0,91	İtaatkar/Uyumlu olmak	4,35	0,90
Bilgelik	4,12	1,08	Nazik olmak	4,41	0,87
Barış içinde bir dünya	4,48	0,88	Sorumluluk sahibi olmak	4,53	0,80
Güzelliklerle dolu bir dünya	4,42	0,88	Öz denetim sahibi olmak	4,51	0,81

Yine Tablo 2'den Araç değerler ile ilgili yanıtları analiz ederek otel çalışanları için en fazla oranda sahip olunan ilk beş ve son üç değeri tespit etmek mümkündür. Sorumluluk sahibi olmak (a.o. 4,53) ilk sırada yer alırken özdenetim sahibi olmak (a.o. 4,51) ikinci, nazik olmak (a.o. 4,41) üçüncü, dürüst olmak (a.o. 4,39) ve temiz olmak (a.o. 4,39) dördüncü ve beşinci en yaygın değerlerdir. Otel çalışanlarının yaşamda sorumluluk, özdenetim, nezaket, dürüstlük ve temizlik konularını en öne koyarak daha çok bilişsel, işe ve profesyonelliğe yakın değerler seti geliştirdikleri anlaşılmaktadır. Hırslılık (a.o. 4,00), entelektüellik (a.o. 4,13) ve affedici olmak (a.o. 4,13) en düşük düzeyde önem verilen değerlerdir.

Katılımcı otel çalışanlarının iş değerlerine ilişkin katılım düzeylerini ortaya koyan aritmetik ortalama ve standart sapma değeri Tablo 3’de verilmektedir. Başarı (a.o. 4,47), çalışma sonuçları ile ilgili olarak geribildirim (a.o. 4,38), yetenek ve bilgisini işinde kullanabilme imkânı (a.o. 4,37) en fazla kabul gören bilişsel değerlerdir. İnsanlarla tanışma ve etkileşim fırsatı (a.o. 4,42), nazik ve geçimli iş arkadaşları (a.o. 4,32), adil ve düşünceli bir yönetici/patron (a.o. 4,30) ve işini iyi yaptığında takdir görmek (a.o. 4,30) en fazla oranda benimsenen sosyal iş değerleri olarak öne çıkmaktadır. Ek kazançlar, tatiller, hastalık izni, sosyal yardımlar, sigorta vb. (a.o. 4,39), iş şartları, rahatlık ve temizlik (a.o. 4,37) ve iş güvenliği (a.o. 4,35) en fazla taraftar bulan araçsal değerlerdir.

Tablo 3. İş Değerlerine İlişkin Yanıtların Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Bilişsel Değerler	Ort.	s.s.
İlerleme, terfi imkânı	4,11	1,07
Geribildirim, benim çalışmamın sonuçları ile ilgili olarak	4,38	0,91
İşyerindeki statüm	3,87	1,29
Başarı	4,47	0,86
İlgi alanım, bana ilginç gelen işi yapmak	4,03	1,17
Anlamli iş	3,71	1,19
Kişisel gelişimim için elde edeceğim fırsatlar	4,19	0,99
Yetenek ve bilgimi işimde kullanabilme imkânım	4,37	0,89
Sorumluluk verilmesi	4,30	0,90
Toplumsal katkı üretme	3,85	1,06
Bağımsız çalışabilme	4,14	1,09
İşletme, orada çalışıyor olmaktan gurur duyduğum bir işletme	4,15	1,09
İşimde ve işletmemde etkili/ güç sahibi olmak	4,16	0,93
Sosyal Değerler		
İşimi iyi yaptığımda takdir edilmek	4,30	0,90
İş arkadaşlarım, nazik ve geçimli çalışma arkadaşlarım	4,32	0,96
İtibar, bir adam gibi değer görmek	4,22	1,02
İnsanlarla tanışma ve etkileşim fırsatı	4,42	0,89
Yönetici, adil ve düşünceli bir patron	4,30	0,98
Araçsal Değerler		
Aylık gelir, elde ettiğim tutar	4,31	1,05
Ek kazançlar, tatiller, hastalık izni, sosyal yardımlar, sigorta vb.	4,39	0,94
İş güvenliği ve daimi bir iş	4,35	1,02
Bana uygun çalışma saatleri	4,12	1,14
İş şartları, rahatlık ve temizlik	4,37	1,02

Yaşam değerlerini önemli görme düzeyi ile iş değerlerine katılım düzeyinin etkileşimini görmek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi ve stepwise tekniği kullanılmıştır. Bilişsel iş değerleri üzerinde anlamlı etkisi olmayan yaşam değerleri elenerek geriye anlamlı etki üretenlerin oluşturduğu bir kombinasyon kalmıştır. Sonuçlar Tablo 4’te verilmektedir.

Bilişsel iş değeri üzerinde etkili olan yaşam değerleri eşitlik, yaratıcı olmak, Allah rızası, olgun bir sevgi, dürüst olmak, entelektüellik ve hırslılıktır (Tablo 4). Bu değerler setinin bilişsel iş değerlerini etkileme oranı (R^2) 0,50'dir. Bu oran oldukça yüksektir ve ilgili değerler setinde bir birimlik artışın bilişsel değerlerde de 0,50'lik bir artışa denk geldiğini göstermektedir. Bunlar içinde en yüksek katkı ortaya koyanı sırayla; eşitlik, yaratıcı olmak ve Allah rızasıdır. Bu anlamda işyerinde bilişsel değerlere yönelik kabulleri olan çalışanların bu bilişsel yönelimlerinin arkasında yüksek oranda eşitlik, yaratıcı olmak ve ahiret hayatı gibi yaşamsal değer yönelimleri yatmaktadır denebilir. Diğer yandan; eşitlik, Allah rızası ve olgun bir sevgi dışındaki yaratıcılık, dürüst olma, entelektüellik ve hırslılık değerleri araç değerlerdir. Bu açıdan bakıldığında bilişsel iş değerleri daha güçlü oranda gaye değerler tarafından etkilenmekte iken daha fazla sayıda araç değerlerle etkileşim içindedir.

Tablo 4. Yaşam Değerlerinin Bilişsel İş Değerleri Üzerindeki Etkileri

Bağımsız Değişkenler	St. Beta	t	t Değ. Anl.	Tol.	VIF	R^2	F	Model Anl.
Sabit	1,010	5,320	0,000			0,50	42,86	0,000
Eşitlik	0,241	4,353	0,000	0,54	1,83			
Yaratıcı olmak	0,170	2,696	0,007	0,42	2,37			
Allah rızası	0,173	3,811	0,00	0,80	1,23			
Olgun Bir Sevgi	0,219	4,228	0,00	0,62	1,61			
Dürüst olmak	0,178	2,827	0,005	0,41	2,38			
Entelektüellik	-	-	0,012	0,56	1,77			
Hırslı olmak	0,105	2,149	0,032	0,69	1,44			

Bağımlı Değişken: Bilişsel İş Değerleri; DW= 1,878

Sosyal iş değerleri üzerinde etkisi olan yaşam değerleri seti Tablo 5'de verilmektedir. Gaye değerlerden sağlık, gerçek dostluk, rahat bir yaşam ve Allah rızası değerleri ile araç değerlerden temiz olmak sosyal iş değerleri üzerinde etkili olan değerlerdir ve toplam etki büyüklüğü de önemli orandadır ($R^2=0,43$). Beta katsayısı ve t değerleri itibariyle modele en güçlü katkıyı sağlık değerinin sağladığı söylenebilir. Bu bulgular otel çalışanlarının işyerinin sosyal niteliklerine dair beklentilerinin önemli oranda sahip oldukları bu beş değer tarafından ortaya çıkarıldığını düşündürmektedir. Yaşamda sağlığı, temizliği, gerçek dostluğu, rahat bir yaşamı ve Allah rızasını önemsemenin işyerinde sosyal değerleri öncelikleme olasılığını artırdığı anlaşılmaktadır. Bu bulguların dikkat çekici bir yönü de sosyal iş değerleri ile etkileşimdeki araç değerlerin rolünün sınırlılığıdır. Anlamli açıklayıcılığa sahip beş değer dördü gaye değerler kategorisindedir. Bu durumda iş yerindeki sosyal beklentilerin temel değerler sistemi ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Yaşam Değerlerinin Sosyal İş Değerleri Üzerindeki Etkileri

Bağımsız Değişkenler	St. Beta	t	t Değ. Anl.	Tol.	VIF	R ²	F	Model Anl.
Sabit	1,02	4,544	0,000			,43	45,631	,000
Sağlık	0,241	3,867	0,000	0,48	2,05			
Temiz olmak	0,173	2,865	0,004	0,51	1,93			
Gerçek Dostluk	0,160	2,998	0,003	0,66	1,49			
Rahat Bir Yaşam	0,172	2,731	0,007	0,47	2,10			
Allah rızası	0,108	2,156	0,032	0,75	1,31			

Bağımlı Değişken: Sosyal İş Değerleri; DW=1,763

Araçsal iş değerlerini açıklamada etkili olan yaşam değerleri aile güvenliği, dürüst olma, Allah rızası ve güzelliklerle dolu bir dünya ile ilgilidir (Tablo 6). İlgili yaşam değerlerinin toplam etkisi 0,32 seviyesindedir (R²). Göreli olarak yüksek katkı aile güvenliği ve Allah rızası değerlerince sağlanmaktadır. Dürüst olma haricindeki değerler yine gaye değerlerdir. Bu sonuçlar gaye değerlerin temel değerler seti olarak ele alınmasının anlamlılığını ortaya koymakta ve buna bir kanıt sunmaktadır.

Tablo 6. Yaşam Değerlerinin Araçsal İş Değerleri Üzerindeki Etkileri

Bağımsız Değişkenler	St. Beta	t	t Değ. Anl.	Tol.	VIF	R ²	F	Model Anl.
Sabit	1,15	4,270	0,000			,32	36,559	,000
Aile Güvenliği	0,209	3,247	0,001	0,53	1,85			
Dürüst Olma	0,184	2,830	0,005	0,53	1,88			
Allah rızası	0,196	3,687	0,000	0,79	1,26			
Güzelliklerle Dolu Bir Dünya	0,147	2,417	0,016	0,60	1,66			

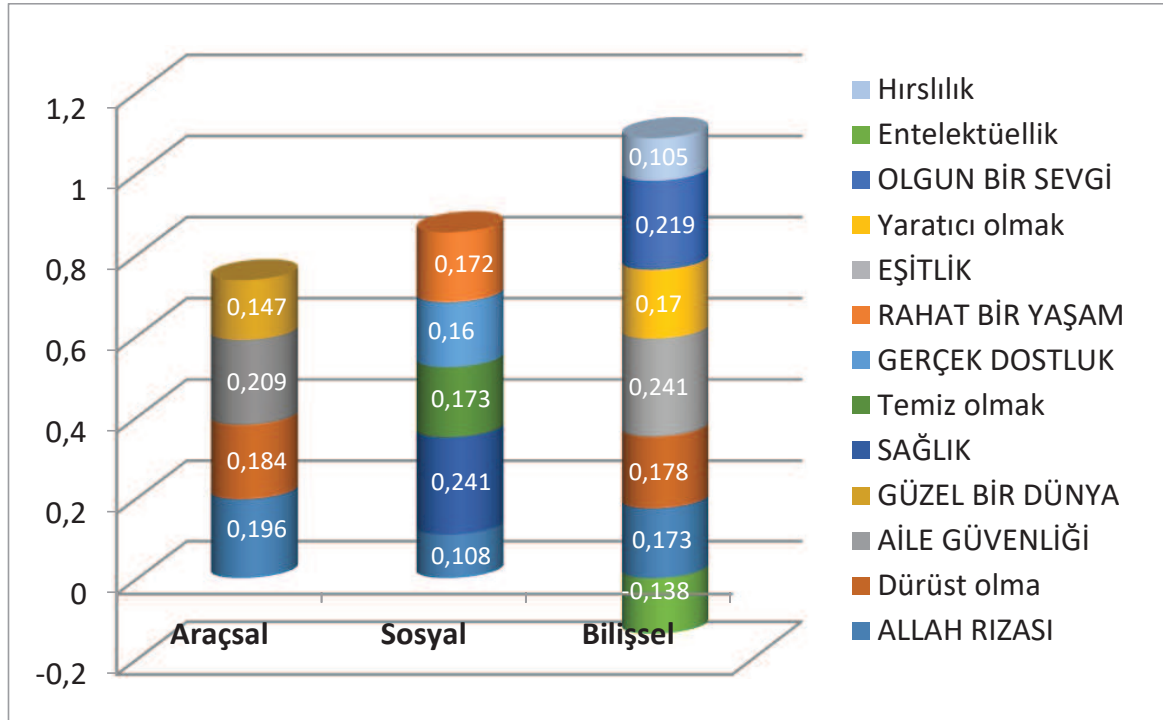
Bağımlı Değişken: Araçsal İş Değerleri; DW= 1,88

Allah rızası, iş değerlerinin her üç gurubu üzerinde de etkilidir. Bu durumda işyeri ile ilgili beklentilerin ahiret hayatı ile ilgili değerlerle ilgisi söz konusudur. Türkiye’de insanların yaşam değerleri kapsamında ahiret hayatını önemli görmesi söz konusu olabilir. Diğer yandan dürüst olmak hem araçsal hem de bilişsel beklentilere ulaşmada geçerli olan yolu belirtmekte olan araç değer olarak öne çıkmaktadır.

Bilişsel değer yönelimlerinin arkasında eşitlik, olgun bir sevgi, dürüstlük, Allah rızası, yaratıcılık ve hırslılığın yer alması, işyerinde bilişsel beklentiler (terfi, başarı, toplumsal katkı vb.) açısından bu değerlerin önemini ortaya

koymaktadır. Entelektüellik ise bilişsel değerler seti ile negatif yönlü bir ilişki ortaya koymaktadır. Bu durumda entelektüelliğe verilen önemin artması bilişsel değerlere yönelimi azaltmaktadır. Bunun nedeni ise entelektüellikle işletmede bireysel geleceğe ilişkin ve bilişsel özelliklerine bağlı bir beklenti oluşturmanın oteller özelinde örtüşmemesi olabilir. Yani otel çalışanlarının entelektüelliğe verdikleri önemin artması onların işyerine ilişkin bütün değerlendirmelerini olumsuz yönde etkiliyor olabilir.

Sağlık, temizlik, rahat bir yaşam, gerçek dostluk ve Allah rızası değerleri sosyal iş değerlerinin altyapısı olarak görülmektedir. Bu durumda, işyerinde sosyal beklentilerle bu değerlere yönelimin bağlantısı tespit edilmiştir. Araç değerler kapsamında aile güvenliğinin en etkili temel değer olarak belirmesi de oldukça mantıklıdır. Zira araçsal iş değerleri daha fazla oranda iş güvenliği vb. beklentileri kapsamaktadır. Toplu sonuçlar Şekil 1'de verilmektedir.



Şekil 1. Regresyon sonuçları (β değerleri itibariyle etki oranları)

3. Sonuç ve Öneriler

İş değerlerinin işe ve işletmeye bağlılık, bireysel motivasyon vb. gibi unsurlar üzerindeki önemli etkisi iş değerlerinin öncüllerini tespit etmek konusunda bir zorunluluk doğurmaktadır. Bu çalışmada, iş değerlerinin ortaya çıkmasında etken olan yaşam değerlerine odaklanılmakta ve bilişsel, sosyal ve araçsal iş değerlerinin her birini belirleyen yaşam değerleri kümesi elde

edilmeye çalışılmaktadır. Bilişsel iş değerleri; eşitlik, Allah rızası ve sevgi gaye değerlerince ve yaratıcı olmak, dürüst olmak, entelektüel olmak ve hırslı olmak araç değerlerince açıklanmaktadır. Sosyal iş değerleri; rahat bir yaşam, sağlık, gerçek dostluk ve Allah rızası gaye değerleri ile temiz olmak araç değerince yordlanmaktadır. Araçsal iş değerleri ise; aile güvenliği, Allah rızası ve güzelliklerle dolu bir dünya gaye değerleri ile dürüst olma araç değerince açıklanmaktadır. Bu durumda; eşitlik, sevgi, Allah rızası, rahat bir yaşam, sağlık, gerçek dostluk, aile güvenliği ve güzelliklerle dolu bir dünya isteği otel çalışanlarının işle ilgili beklentilerini de belirleyen önceliklerdir denebilir. Otel çalışanları bu önceliklere erişmede dürüst, yaratıcı, entelektüel, hırslı ve temiz olmayı önemli görmektedirler.

Elde edilen bulgular, teorik açıdan iş değerlerinin yaşam değerlerinin işyerindeki bir yansıması olduğu yolundaki yargıyı desteklemektedir. Zira belli yaşam değerlerinden oluşan kombinasyonların iş değerleri boyutları üzerinde güçlü denebilecek birer etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, literatürde dikkat çekilen ancak yeterince açıklanmamış olan bu konuyu aydınlatmakta ve iş değerlerinin bireyin sahip olduğu yaşam değerlerince ortaya çıkarıldığını ve çerçvelendiğini kanıtlamaktadır.

Bulguların otel işletmecilerine ve yöneticilere yönelik olarak ortaya koyduğu en belirgin netice olarak, bireyin işe ve işletmeye bakışında etkili olan iş değerlerinden istifade etmek adına bu iş değerlerini belirleyen yaşam değeri yönelimlerini dikkate almak gerekmektedir. Bu bakış açısıyla; işe alma aşamasında yaşam değerlerini ve tabii ki iş değerlerini bir seçim kriteri olarak benimseme, bunun da ilerisinde, ilgili yaşam değerlerine sahip kişileri seçmeye çalışma yolu benimsenebilir. Eşitlikçilik, sevgi, sağlık, rahat yaşama arzusu, Allah rızası/ahirette kurtuluşu isteme, dostluk, aile güvenliği gibi değerler otel çalışanlarının işle ilgili önceliklerini net bir şekilde belirlemelerine olanak sağlayan değerlerdir. Bu değerlere sahip bireylerin otelcilik alanının sunacağı olanakları algılama olasılığı yüksek görünmektedir. Buna bağlı olarak bu değerlerin İKY uygulamalarında bir kriter olarak ele alınması mümkündür.

İş değerlerinin belirleyicisi ve öncülü olan yaşam değerlerinin işyerlerine etkisi konusundaki buradaki tespitler yeni araştırmalarca da ele alınarak derinleştirilmelidir. Bu bakımdan değerlerle ilgili yeni çalışmaların yaşam ve iş değerleri arasındaki ilişkiye odaklanması gerekir. Bunun farklı sektör çalışanları ve farklı kültürlerden çalışanlar ele alınarak yapılması faydalı olacaktır. Dolayısıyla gelecek araştırmalar için yapılacak en belirgin öneri şüphesiz daha geniş örneklemelerde konunun yeniden test edilmesidir. Bunun yanında, iş değerlerinin çıktılarını da yaşam değeri-iş değeri etkileşimiyle birlikte ele almak daha kesin bulgular ortaya koyabilir.

KAYNAKÇA

AGLE, B.R., Mitchell, R.K. ve Sonnenfeld, J.A. (1999), Who Matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience, Corporate Performance, and CEO Values, *Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 5, s. 507-525.

AVCI, 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.

AYDIN, M. (2011), Değerler, İşlevleri ve Ahlak, *Eğitime Bakış Dergisi*, Yıl. 7, No. 19, s. 39-45.

BAŞOL, O., Bilge, E. ve Kuzgun, Ş. (2012), Öğrencilerin Kariyer Değerlerini Etkileyen Unsurların Tespitine Yönelik Bir Araştırma: Bireysel Değerler, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Vol. 2, No. 2, s. 57-68.

BOZKURT, S. ve Doğan, A. (2013), İş Değerleri ile İş Etiği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, *Business and Economics Research Journal*, Vol. 4, No. 4, s. 71-86.

BURKE, R. (2010), Do managerial men benefit from organizational values supporting work - personal life balance?, *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 25, No. 2, s. 91 – 99.

CARLSON, D.S. ve Kacmar, K. M. (2000), Work–Family Conflict in the Organization: Do Life Role Values make a Difference?, *Journal of Management*, Vol. 26, No. 5, s. 1031-1054.

ÇALIŞKUR, A. (2005), Türk Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Değerleri ve Kişilik Özellikleri Üzerine Bir Araştırma, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol. 13, No. 3, s. 109-142.

ELIZUR, D. ve Sagie, A. (1999), Facets of Personal Values: a Structural Analysis of Life and Work Values, *Applied Psychology: an International Review*, Vol. 48, No. 1, s. 73-87.

FEATHER, N. T. (2002), *Values, Achievement, and Justice: Studies in the Psychology of Deservingness*, Kluwer Academic Publishers, New York.

GÖZ, K. (2014), Toplumsal Değerler Bağlamında Yaşama Hürriyeti, *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Vol. 1, No. 1, s. 85-101.

KARALAR, R. ve Kiracı, H. (2010), Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, Vol. 2, No. 2, s. 79-106.

KUBAT, U. ve Kuruüzüm, A. (2010), İş Değerleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Yapısal Denklem Modelleme Yaklaşımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 15, No. 3, s. 487-505.

KUVAN, H. (2007), Türk Girişimcilerin Yaşam ve Çalışma Değerleri, Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

ÖZGÜVEN, Ethem (1994), Psikolojik Testler, Yeni Doğu Matbaası, Ankara.

ÖZKUL, A. S. (2007), Yaşam Değerlerini Etkileyen Faktörler: SDÜ Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

PUENTE, A.E., Awkard, J., Tesh, T. ve Southard, D. (1986), Values of Psychology and Nonpsychology Majors, *Psychological Reports*, Vol. 59, s. 880-882.

ROKEACH, M. (1979), *Understanding Human Values-Individual and Societal*, the Free Press, New York.

ROS, M., Schwartz, S. ve Surkiss, S. (1999), Basic Individual Values, Work Values, and the Meaning of Work, *Applied Psychology: an International Review*, Vol. 1, s. 49-81.

RVS (2016), Rokeach Value Survey, <http://faculty.wvu.edu/tyrank/MBA510cTyran/RVS.htm>, (Erişim Tarihi: 23.02.2016).

SCHWARTZ, S.H. (1992), Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries, Editör: M. Zanna, *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 25, s. 1-65.

SCHWARTZ, S. H. (1999), A Theory of Cultural Values and Some Implication for Work, *Applied Psychology: An International Review*, Vol. 48, No. 1, s. 23-47.

SELMER, J. and Waldstrøm, C. (2007), Work values of surviving and non-surviving managers during economic recession, *Career Development International*, Vol. 12, No. 5, s. 433-445.

TINAZ, P. (1996), Çalışanların İş Değerleri Konusunda Bir Durum Değerlendirmesi, Amme İdaresi Dergisi, Vol. 29, No. 4, s. 43-53.

WHITE, C. (2006), Towards an Understanding of the Relationship Between Work Values and Cultural Orientations, International Journal of Hospitality Management, Vol. 25, s. 699–715.

YİĞİTTİR, S. ve Öcal, A. (2010), İlköğretim 6. Sınıf Öğrencilerinin Değer Yönelimleri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Vol. 24, s. 407-416.

YÜCEL, C. ve Karataş, E. (2009), Eğitim Yöneticilerinin Benimsedikleri İş Değerleri, Ege Eğitim Dergisi, Vol. 10, No. 2, s. 70-101.