



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

İŞLETME ANABİLİM DALI

**HİZMET SEKTÖRÜNDE ESTETİK EMEK KULLANIMININ
ÖRGÜTSEL SİNİZM VE BİREYSEL PERFORMANS
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYŞE GÜNDOĞAN

Tez Danışmanı

DR. ÖĞR. ÜYESİ GÜNGÖR HACIOĞLU

ÇANAKKALE – 2023



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

**HİZMET SEKTÖRÜNDE ESTETİK EMEK KULLANIMININ ÖRGÜTSEL
SİNİZM VE BİREYSEL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Ayşe GÜNDOĞAN

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Güngör HACIOĞLU

Çanakkale – 2023



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Ayşe GÜNDOĞAN tarafından Dr. Öğr. Üyesi Güngör HACIOĞLU yönetiminde hazırlanan ve **14/04/2023** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “**Hizmet Sektöründe Estetik Emek Kullanımının Örgütsel Sinizm ve Bireysel Performans Üzerindeki Etkisi**” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **İşletme Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Güngör HACIOĞLU

.....

(Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Filiz EROĞLU

.....

Dr. Öğr. Üyesi Bilal EZİLMEZ

.....

Tez No : 10445940

Tez Savunma Tarihi : 14/04/2023

.....
Doç. Dr. Yener PAZARCIK

Enstitü Müdürü

.././20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Ayşe GÜNDOĞAN

14/04/2023

TEŞEKKÜR

Bu tezin gerçekleŐtirilmesinde, çalıŐmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen saygı değer danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi GÜngör HACIOĞLU'na, çalışma süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen ve hayatımın her evresinde bana destek olan değerli aileme sonsuz teŐekkürlerimi sunarım.

Ayşe GÜNDOĞAN
anakkale, Nisan 2023

ÖZET

HİZMET SEKTÖRÜNDE ESTETİK EMEK KULLANIMININ ÖRGÜTSEL SİNİZM VE BİREYSEL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Ayşe GÜNDOĞAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Güngör HACIOĞLU

14/04/2023, 48

İş hayatında takım elbise giyilmeye başlanması ile çalışma hayatına kılık kıyafet düzeni girmeye başlamıştır. Zamanla takım elbisenin paçaları, içerisine giyilen gömleğin rengi gibi detaylarla ilgili firmalar kurallar koymaya başlamıştır. İlerleyen süreçte kadının iş hayatına girmesiyle görünüş ve kısıtlamalar artmıştır. Zamanla bu estetik müdahaleler giderek büyümüştür ve yerini sadece kılık kıyafetten çıkarak çalışanların jest ve mimiklerine, ses tonlarına, kokularına kadar karışılır hale gelmiştir. Çalışanların kılık kıyafet, makyaj, saç, ses tonu vb. şeylere yöneticiler ve liderler tarafından karışılması literatürde ‘estetik emek’ olarak geçmektedir. Estetik emek hem çalışanların bu durumdan olumsuz bir şekilde etkilenmesi açısından önemlidir hem de bazı kişilerin güzel oldukları için diğer kişilerden daha kolay bir yerlere gelmesini sağladığı için ayrımcılık duygularını da tetiklemektedir. En çok hizmet sektörü çalışanlarını etkileyen bu emek türü çalışan bedenlerinin işletmeler tarafından metalaştırılması olarak tanımlanabilir. Çalışanların estetik duruşları işletme amaçları doğrultusunda kullanılmaktadır. Kullanılan bedenler doğrultusunda hizmet sektörü çalışanlarının bu durumdan olumsuz etkilendiği yapılan araştırmalarda görülmektedir. Literatür incelendiğinde estetik emekle ilgili ülkemizde çok fazla çalışma olmadığı görülmektedir. Bu çalışma o açığı kapatmak açısından önemlidir.

Çalışmada hizmet sektörü çalışanlarının maruz kaldığı estetik emek yükünün örgütsel sinizm ve bireysel performansa etkisi araştırılmıştır. Bu doğrultuda hizmet sektörü çalışanlarından anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Toplanan veriler, SPSS programı ile

analiz edilmiştir. Çalışma, giriş ve tanımlar, değişkenler ile ilgili kavramsal çerçeve, yöntem, veri değerlendirmesi ve sonuç/öneriler olmak üzere beş bölümden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Personeli, Banka Çalışanları, Satış Elemanları, Estetik Emek, Örgütsel Sinizm, Performans



ABSTRACT

THE EFFECT OF USE OF AESTHETIC LABOR IN THE SERVICE INDUSTRY ON ORGANIZATIONAL CYNICISIM AND INDIVIDUAL PERFORMANCE

Ayşe GÜNDOĞAN

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Business Administration Master's Thesis

Thesis Advisor: Dr. Instructor Güngör HACIOĞLU

14/04/2023, 48

With the wearing of suits in business life, the dress code began to enter working life. Over time, companies started to set rules about details such as the legs of the suit and the color of the shirt worn inside. In the following process, the appearance and restrictions have increased with the entry of women into business life. Over time, these aesthetic interventions have gradually grown and have become more and more mixed with the gestures and mimics, tones of voice, and smells of the employees, leaving their place only in clothes. Employees' dress code, make-up, hair, tone of voice, etc. To interfere with things by managers and leaders is to be referred to as 'aesthetic labor' in the literature. Aesthetic labor is important both for the employees to be negatively affected by this situation, and it also triggers the feelings of discrimination as it makes it easier for some people to come to a place more easily than others because they are beautiful. This type of labor, which mostly affects service sector workers, can be defined as the commodification of working bodies by enterprises. The aesthetic stances of the employees are used for business purposes. It is seen in the researches that service sector employees are negatively affected by this situation in line with the sizes used. When the literature is examined, it is seen that there are not many studies on aesthetic labor in our country. This study is important in terms of closing that gap.

In the study, the effect of the aesthetic labor load that service sector employees are exposed to on organizational cynicism and individual performance was investigated. In this direction, data were collected from the service sector employees by the survey method. The

collected data were analyzed with the SPSS program. The study consists of five parts: introduction and definitions, conceptual framework related to variables, method, data evaluation and conclusion/recommendations.

Keywords: Service Staff, Bank Employees, Sales Persons, Aesthetic Labor, Organizational Cynicism, Performance



İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
SİMGELER ve KISALTMALAR.....	x
TABLOLAR DİZİNİ.....	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
BİRİNCİ BÖLÜM	
GİRİŞ	
1.1. Tanımlar.....	4
İKİNCİ BÖLÜM	
KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	
2.1. Estetik Emek.....	8
2.1.1. Estetik Emek Kavramı.....	8
2.1.2. Estetik Emek Boyutları.....	16
2.2. Örgütsel Sinizm.....	18
2.2.1. Örgütsel Sinizm Boyutları.....	19
2.3. Bireysel Performans.....	20
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL YÖNTEM	
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	22

3.2. Araştırmanın Modeli.....	23
3.3. Hipotezlerin Geliştirilmesi.....	24
3.4. Evren ve Örneklem.....	26
3.5. Veri Toplama Araçları.....	27

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Faktör Analizi.....	31
4.2. Güvenilirlik Analizi.....	33
4.3. Korelasyon Analizi.....	35
4.4. Hipotezlerin Test Edilmesi.....	37

BEŞİNCİ BÖLÜM
SONUÇ

5.1. Sonuç.....	42
KAYNAKÇA	44
EKLER	I
EK 1. ETİK KURUL.....	II
EK 2. ANKET	III

SİMGELER VE KISALTMALAR

TL	Türk Lirası
%	Yüzde Oranı
ÇOMÜ	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
V.D.	Ve Diğerleri



TABLolar DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Estetik Emek ile İlgili Çalışmaların Görünümü (2000-2004)	12
Tablo 2	Estetik Emek ile İlgili Çalışmaların Görünümü (2005-2011)	13
Tablo 3	Estetik Emek ile İlgili Çalışmaların Görünümü (2017-2020)	14
Tablo 4	Katılımcıların Demografik Verileri	28
Tablo 5	İş yerindeki görevlerine ilişkin ANOVA testi	30
Tablo 6	Değişkenlere Ait Ölçeklerin Faktör Analizi ve Sahip Olduğu Faktör Yüğü Değerleri	31
Tablo 7	Değişkenler İçin Ölçülen Güvenilirlik Değerleri	34
Tablo 8	Korelasyon Analizi	35
Tablo 9	Değişkenlere Ait Korelasyon Değerleri	35
Tablo 10	Bağımlı Değişkenlerin Estetik Emek Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi	37
Tablo 11	T-Test Analizi	38
Tablo 12	Ki-Kare Gelir Analizi	39
Tablo 13	Ki-Kare Yaş Analizi	40

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1	Estetik Emegın Boyutları	16



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Güzellik, hoş gözükmeye, çekici olma geçmişten günümüze hep ilgi odağı olmuştur. Çalışma hayatında da görünüş önemlidir. Kurumsal kimliği etkilediği düşünülen çalışanların görünüşleri firmalar için her zaman önemli bir konudur. Firmalar bu konuya özen göstermekte ve belirli kurallar koymaktadırlar, denetlemeler yapmakta ve eğitim ve seminerlerde kıyafet düzenine çalışanları uydurmaya çalışmaktadırlar. Michel Foucault çalışan bireylerin sürekli olarak denetlendiğini ‘panoptikon’ kavramı ile ifade etmiştir (Styhre, 2004). Panoptikon kavramını ilk olarak filozof Jeremy Bentham 18. yüzyılda tasarladığı hapisane için kullanmıştır (Roscoe, 2013). Bu kelime Yunan mitolojisinden gelmektedir; Panoptes’in 100 gözü vardır ve sürekli gözleri açıktır (Roscoe, 2013). Mitolojideki bu karakter ile bağlantı kurularak panoptikon kelimesi literatürde yerini almıştır. Gözlemlenen birey bunun farkındadır ve bu şekilde düzene ve disipline sokulacağı düşünülmektedir. Panoptikon araçları ile şirket tamamen çalışan üzerinde baskı ve gözetim kurarak ipleri her zaman elinde tutmak istemektedir. Estetik emek kavramı da panoptikon’un bedene yapılmış halidir (Başcı, 2019). Estetik emek ve panoptikon kavramı arasındaki bağlantı, çalışanların bedenlerini işverenlerin belirlediği normlara uygun hale getirmek için harcadıkları emek ve bu süreçte işverenlerin sürekli denetim ve gözetim altında tutmalarınıdır. Estetik emek, çalışanların bedenlerini işverenlerin istediği şekilde düzenlemek ve yönlendirmek için yaptıkları çabayı ifade ederken, panoptikon kavramı da sürekli gözetim ve denetim altında tutulmanın bireyler üzerinde yarattığı etkiyi açıklamaktadır.

İşverenler, çalışanların bedenlerini belirli normlara uygun hale getirmeleri için kurallar ve yönergeler belirleyerek, çalışanların bedenlerini kontrol etmek ve düzenlemek için birer araç olarak kullanırlar. Bu kurallar, şirketin kurumsal imajını korumak için önemlidir ve çalışanların uygun bir şekilde giyinmelerini, saç ve makyajlarını düzenli tutmalarını ve temiz görünmelerini gerektirir. Bu süreçte, çalışanlar kendilerini sürekli olarak işverenlerin gözetimi altında hissederler ve panoptikon kavramının etkilerini deneyimlerler.

Böylece, estetik emek ve panoptikon kavramı, çalışanların bedenleri üzerinde işverenlerin tam kontrolünü sağlamak için birlikte kullanılan kavramlar olarak görülebilir.

Estetik emek, işverenlerin çalışanların bedenlerini düzenlemeleri için yaptıkları talepleri ifade ederken, panoptikon kavramı, işverenlerin çalışanların bedenleri üzerinde sürekli bir denetim ve gözetim kurmalarını ifade eder. Böylece, estetik emek ve panoptikon kavramı, çalışma hayatında bireylerin bedenlerinin işverenler tarafından kontrol edildiğini ve sürekli bir gözetim altında tutulduklarını açıklayan önemli kavramlardır.

Estetik emek boy, kilo, beden, saç, sakal, koku, jest, mimik, ses tonu gibi birçok şeyi içine alır. Çalışanların bu görünüş özelliklerine müdahaleler ederek müşteri çekmek, mevcut müşteriyi memnun etmek, kurumsal imajı iyi yönde oluşturmak gibi şirketlerin farklı amaçlar doğrultusunda çalışanlara baskı ve kurallar uygulamaktadırlar. Ancak bu uygulamalar bazı eleştirilere de neden olmaktadır; Bourdieu, estetik emeğin çalışan üzerinde oluşturduğu baskının çalışana yönelik yapılan bir şiddet olarak belirtmektedir (Jenkins, 2002). Bu çalışan bedenlerinin şirketler tarafından kontrol altında tutulması, çalışanların özgürlüklerine müdahale edilmesi olarak da yorumlanabilir.

Öte yandan, tüketim toplumlarında güzellik ve gençlik ön planda tutulmaktadır. Bu da bedenin metalaştırılmasını beraberinde getirmektedir. İş yerlerinde rekabetin ve performansın artmasıyla birlikte, çalışanlar da bedenlerine daha fazla önem vermeye başlamaktadır. Wolkowitz (2006), çalışanların estetik görünüşlerinin müşterinin beklentisi ve tercihlerini yansıttığını belirtmektedir (Gimlin, 2007). Tüketim toplumlarında güzellik ve gençlik ön planda tutularak tüketimi bu yöne doğru çekilmesi sağlanarak bedenin metalaştırılması ön plana çıkmaktadır (Featherstone, 1994). İş yerlerinde rekabetin ve performansın artmasıyla çalışanlar bedenlerine daha çok önem vermek zorunda kalmaktadırlar. Çoğunluğa göre güzel ve çekici algılanan kişilerin kısa boylu ve kilolu kişilere göre işe girmek için daha çok şansları vardır (Hamermesh ve Biddle, 1994; Harper, 2000). Yapılan araştırmalar güzel görünen kadınların erkeklere oranla daha çok bahşiş aldıklarını ve daha çok bahşiş topladıklarını göstermektedir. Ayrıca sarışın kadınların kumral ve esmerlere göre daha çok bahşiş ve bahşiş topladıkları yapılan araştırmalarla anlaşılmıştır (Başcı, 2019; Gueguen, 2011; Lynn, 2009; Price, 2008).

Araştırmalardan da anlaşılacağı gibi estetik emek konusu hem merak uyandırıcı bir konudur hem de daha keşfedilmemiş çok yönü vardır. Bu tez çalışması estetik emeğin daha önce literatürde estetik emekle ilişkilendirilmemiş olan örgütsel sinizm ve bireysel performans değişkenleri bağlamında inceleyerek literatüre katkı sağlamayı

amaçlamaktadır. Hizmet sektörü işletmelerinin çalışanları üzerindeki bu baskısının farkına varmalarını sağlamak açısından önemlidir.

Bu doğrultuda değişkenlerden biri olan örgütsel sinizm en kısa tanımıyla çalışanların örgüt hakkındaki olumsuz düşünceleridir. Literatürde yer kazanmış olan örgütsel sinizmin üç boyutu vardır. Dean vd.'nin (1998) geliştirdiği boyutlar şunlardır; bilişsel boyut, duyusal boyut, davranışsal boyut. Bu boyutlarla bireylerin örgüte karşı besledikleri olumsuz düşüncelere sebep olan duygular anlatılmaya çalışılmıştır. Estetik emek olgusunun örgütsel sinizme etkisi olup olmadığı bu çalışma ile anlaşılacaktır.

Diğer bir değişken ise bireysel performanstır. Çalışanların performansını etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörleri her firma kendine göre anlamlandırmaya çalışmaktadır. Böylece çalışan performansını artıracak çözümler bularak performansı arttırmaya çalışacaklardır. Hizmet sektörü içinde çalışan satış temsilcileri ve banka çalışanlarının direkt müşteri ile doğrudan iletişimde oldukları ve firmayı temsil ettikleri için performansları önemlidir. Bu yüzden sürekli olarak performansla alakalı çalışmalar yapılmalı ve çalışanların performansları farklı şekillerde ölçülmelidir. Bu tez çalışmasında hizmet sektörü çalışanlarının estetik emek kullanımının bireysel performansa etkisinin olup olmadığını anlamaya çalışacağız.

Tüm bu değişkenler çerçevesinde estetik emek değişkeninin hizmet sektörü çalışanları bağlamında örgütsel sinizm ve bireysel performansa etkisini anlamak ve ölçmek adına bu tez hazırlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan tezin bazı sınırlılıkları mevcuttur. Estetik emek birçok sektörü etkilemesine rağmen bu tez kapsamında sadece hizmet sektörü çalışanlarından satış danışmanları ve banka çalışanları başta olmak üzere diğer hizmet sektörü çalışanları örneklem seçilmiştir. Farklı sektör çalışanlarının estetik emek olgusunu nasıl etkileyeceği tez konusu dışındadır. Aynı zamanda estetik emek olgusunun sadece örgütsel sinizm ve bireysel performansa etkisine bakıldığı için diğer değişkenler tez kapsamı dışındadır. Kısaca çalışma, uygulanan kişiler ve değişkenler bakımından sınırlılıklara sahiptir.

Değişkenlerin etkisini anlayabilmek için bu tez çalışmasında anket yöntemi kullanılmıştır. 5'li Likert tipinde hazırlanmış ölçekler kullanılmış. Çalışmaya en uygun yöntem olarak seçilen anket yöntemi pratiklik ve kolaylık açısından survey.com sitesine yüklenerek internet üzerinden veriler toplanmıştır. Bu çerçevede veriler SPSS programıyla

değerlendirilmiştir. Örneklem sayısı 169 kişiden oluşmaktadır. Fakat 13 eksik anket olmasından dolayı sayı 156 düşmektedir.

Tez beş bölümden oluşmaktadır. Tezin birinci bölümünde giriş ve tanımlar yer almaktadır. İkinci bölüm de değişkenlere yönelik kavramsal çerçeve bulunmaktadır. Üçüncü bölüm de araştırmanın yöntemine yönelik bilgiler vardır. Dördüncü bölümde veri analizi ve değerlendirmeleri yer almaktadır ve son olarak beşinci bölümde sonuç ve öneriler vardır.

1.1. Tanımlar

Estetik Emek: Çalışanların fiziksel görünümünü örgütler tarafından yönlendirilmesidir. Estetik emek, çalışanların algılanan çekicilik, ses, etki ve empati gibi yeteneklerine dikkat çeken bir kavramdır. Statik görünüm ve eylemsel tavırların iki boyutu boyunca algılanan uyumun, tüketicilerin ve potansiyel çalışanların bakış açılarından belirli değerlendirici ve davranışsal sonuçlara yol açtığı düşünülüyor (Tsaur ve Hsieh, 2020). Yani estetik emek kelimesini ve kapsadığı şeyleri daha anlaşılır olması için statik görünüm ve eylemsel tavırlar çerçevesinde incelemek yerinde olacaktır.

Statik Görünüm: Çalışanların giyim tarzı ve vücut özelliklerinden oluşmaktadır. Çalışanların kişisel bakımı, kıyafet stili, üniforma tasarımı bu bölümde yer almaktadır. Ayrıca çalışanın makyajı ve kişisel süslemeleri de bu kategoride incelenmektedir. Bedensel özellikler de bu bölümün içerisine girmektedir. Çekicilik, etnik köken, vücut kokusu gibi birçok fizyolojik özelliği kapsamaktadır (Tsaur ve Hsieh, 2020).

Eylemsel Tavırlar: Çalışanların sözlü ve sözlü olmayan tavırlarından oluşur. Sözlü tavırlar, çalışanların dillerini kullanarak belirli bir tavır takınarak konuşmalarını kapsamaktadır. Çalışanların ses tonları ve dillerini belirlenmiş bir hizmet şemasına uygun olarak kullanmalarını kapsar. Bu bölüme dil ötesi denilen konuşma sırasındaki duraksamalar, ses hızı gibi faktörler de girmektedir. Sözlü olmayan tavırlar kısmına çalışanın gülümsemesi, göz teması kurması gibi özellikler de dâhildir (Tsaur ve Hsieh, 2020).

Örgütsel Sinizm: Örgütsel sinizm, çalışanların kurumlarına karşı besledikleri olumsuz tutumları ifade etmektedir. Bu tutumlar, genellikle güvensizlik, adaletsizlik, hayal

kırıklığı ve düşmanlık gibi olumsuz duygularla karakterizedir (Kalağan, 2009). Çalışanlar, örgütlerinde gördükleri ya da yaşadıkları olumsuzluklar nedeniyle kuruma karşı güvensizlik duyabilir, adil davranılmadığı hissine kapılabilir, hayal kırıklığı yaşayabilir ve hatta düşmanlık besleyebilirler. Bu tutumlar, örgütsel etkililik açısından son derece zararlı olabilmekte ve çalışanların motivasyonlarını, performanslarını ve bağlılıklarını olumsuz etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, örgütsel sinizmin ortaya çıkış nedenleri ve etkileri, örgütlerin çalışanlarını mutlu ve motive etmek için dikkat etmeleri gereken önemli konular arasındadır.

Bireysel Performans: Bireysel performans kavramı, bir çalışanın belirli bir zaman dilimi içinde kendisine verilen görevleri yerine getirerek elde ettiği sonuçların bir ölçüsüdür. Bu performans, çalışanın belirli bir zaman dilimindeki iş performansı ve iş sonuçlarına dayalı olarak değerlendirilir. Özgen ve diğerleri (2002) tarafından yapılan bir tanıma göre, bireysel performans, çalışanın gösterdiği yetkinliklerin ve performansının, örgütün amaçları doğrultusunda değerlendirildiği bir kavramdır.

Bireysel performansın ölçülebilir niteliği, çalışanların belirli bir zaman dilimi içindeki iş performanslarının ve elde ettikleri iş sonuçlarının objektif bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanır. Bu değerlendirme süreci, çalışanların ne kadar etkili olduklarını belirlemeye yardımcı olur ve aynı zamanda performansın artırılması için gerekli adımların da belirlenmesine olanak tanır. Bireysel performans, çalışanların işlerindeki etkinliklerini ve başarılarını ölçmek için kullanılan bir araçtır ve örgütlerin performans yönetimi sürecinde önemli bir rol oynar.

Bireysel performansın ölçülmesi, çalışanların örgütlerdeki kariyerlerini ve maaşlarını belirlemek için de kullanılan bir yöntemdir. Performans değerlendirme süreci, çalışanların örgütteki konumlarını belirlemede ve ilerlemede bir faktör olarak kullanılır. Bu nedenle, çalışanların bireysel performanslarının doğru bir şekilde ölçülmesi ve değerlendirilmesi, örgütün verimliliği ve başarısı için önemlidir.

Sonuç olarak, bireysel performans kavramı, çalışanların belirli bir zaman dilimi içinde verilen görevleri yerine getirerek elde ettikleri sonuçların bir ölçüsüdür. Bu performans, örgütün amaçları doğrultusunda çalışanların gösterdiği yetkinlikleri ve performanslarını değerlendirmeye olanak tanır. Bireysel performansın doğru bir şekilde ölçülmesi ve değerlendirilmesi, örgütün verimliliği ve başarısı için önemlidir.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Estetik kelimesinin ortaya çıkışı çok eskilere dayanmaktadır. Raymond Williams “estetik” kelimesinin 1300’lü yıllara dayandığını ve estetik kelimesinin Fransızca’daki “labor” ve Latince’deki “laborem” kelimelerinden geldiğini söylemektedir (Ekinci, 2019). Güzellik kavramı, Yunan filozofları Platon ve Aristoteles tarafından ilk olarak ortaya konulup tartışılmıştır. Daha sonra güzellik kavramı nesnel, fiziksel bir özellik olarak düşünülmüş ancak sonrasında güzelliğin bakan kişinin gözünde olduğu düşüncesi hâkim olmuştur. Felsefenin konularından biri olan güzellik kavramı, tarihsel olarak Sokrates'ten Heidegar'a kadar birçok filozof tarafından incelenmiştir. Estetik kavramı ise 18. yüzyılda disiplinlerin arasında ayrı bir felsefe dalı olarak kabul edilmiştir. Kant, güzellikte öznel ve nesnel düşünce ayırımına dikkat çekmiş ve güzelliği yargılama sürecine dâhil etmiştir. 20. yüzyılda ise estetik kavramı "hazsal" bir değer olarak ifade edilmiştir ve post modern düşüncede özne ve nesne temelli yaklaşımların yanı sıra nesne ön plana çıkmıştır (Demirci Katrancı, 2021). 18. yüzyılda güzellik algısının akıl yerine duyguya dayandığı, ölçütün görelilik olduğu ve fiziksel güzellik ile özgürleşme kavramının bütünleştiği bir dönemde, bireyseli yaklaşımın ayırıcı bir davranış olarak görüldüğü ve güzellik kavramının bir grup davranışına ve tavırlarına aitmiş gibi algılandığı belirtilmiştir (Vigarello, 2013). 19. yüzyılda sanatta romantik bir anlayışla güzellik kadın bedeninde derinleşerek yüzlerde ruha hitap eden ifadeler ortaya çıkarken figürler uzamış ve esnekleşmiştir; kadın bedeni özgürleşme sürecine girmiş ve özerk güzellikler uğruna rekabet başlamıştır (Demirci Katrancı, 2021). Sanayi Devrimi sonrasında ürünlerin görünümünün önem kazanması ve kitle iletişim araçlarının sanat dünyasındaki etkisi, sanat karşısı güzellik kavramını ortaya çıkarmıştır. 20. yüzyılda kadın bedenindeki güzellik, özgürleşme ve rahatlık kavramlarıyla birleşerek arzuya ilişkilendirilmiştir. Modern estetikte güzellik kavramı, ürün, iletişim ve tüketim boyutuna taşınmıştır. Güzellik kavramının artık sınırlarının netliği önemlidir ve doğadan kaynaklı güzelliğin istisna olduğu kabul edilmektedir. Ancak, insanların güzellik algısının değişmesi ve farkındalığın artması, fiziksel ve ruhsal dönüşüm ihtiyacını doğurarak estetik ve kozmetik ürünlerin tüketimini artırmaktadır (Demirci Katrancı, 2021).

Emek kavramı ise kısaca bir malın değerinin ölçülebilmesi için emek harcaması olarak tanımlanabilir. Harcanan emek miktarına göre malın değeri de artmaktadır. Bu her zaman bir ürün olmayabilir hizmet için harcanan emek de bunun içerisine girmektedir

(Yüksel, 2014). TDK'ya göre emek; "bir işin yapılması için harcanan beden ve kafa gücü, mesai, zahmet" (<https://sozluk.gov.tr/>) olarak tanımlanmaktadır.

Literatürde yer verilen emek türlerinden bazıları; dijital emek, duygusal emek ve estetik emek. Bu emek türleriyle ilgili detaylı bilgi literatürde mevcuttur. Ancak kısaca aşağıda konuyu daha iyi anlayabilmek adına açıklanmıştır.

Dijital emek kavramı isminden de anlaşılacağı gibi yeni medya platformları üzerinden üretilen içeriklerle harcanan emek türü olarak geçmektedir. Dijital emek kavramı, sosyal medya kullanıcılarının üretken olarak karşılığı ödenmeyen bir emek harcadıklarını ifade etmek için kullanılır. Ancak, bu kullanım sadece dijital emeğin bir kısmını ifade etmektedir. Fuchs, dijital emek kavramını daha geniş bir şekilde tanımlar ve dijital medyanın var olması, üretilmesi, yayılması ve kullanılması için gereken karşılığı ödenen ve ödenmeyen tüm emek biçimlerini içerecek şekilde tanımlar. Bu kapsamda, dijital emek kavramı, internet ve teknolojinin yaygınlaşması sonucu ortaya çıkan tüm emek biçimlerini içermektedir. Örneğin, dijital tasarım, online satış ve pazarlama, veri girişi gibi işler dijital emek olarak adlandırılabilir (Yılmaz, 2021).

Duygusal emek ise örgüt içerisinde çalışanın sergilemesi istenen duygular olarak tanımlanabilir (Yürür ve Ünlü, 2011). Estetik emek türüne en çok benzeyen emek türü duygusal emektir. Duygusal emek hizmet odaklı işlerde duyguların yönetimini ifade eder. Farklı durumlara uygun duyguları sergileme yeteneğini içerir ve müşteriler için pozitif bir deneyim yaratmayı amaçlar. Duygusal emek, genellikle bir izlenim yönetimi şekli olarak görülür ve çoğu hizmet işi için bir gereklilik olarak kabul edilir. Estetik emek ise, halkla doğrudan etkileşim içeren işlerde görünüm ve kendini sunmanın yönetimini ifade eder. Belirli bir imaj veya izlenim yaratma amacı taşır. Estetik emek daha çok görsel bir izlenim yaratmakla ilgilidir ve odak fiziksel görünüm, bakım ve tarz üzerinedir. Özetle, duygusal emek, müşteriler veya müşteriler için olumlu bir deneyim yaratmak için duyguların yönetimi ile ilgiliyken, estetik emek, belirli bir imaj veya izlenim yaratmak için görünüşün ve kendini sunumun yönetimi ile ilgilidir.

Bunlar dışında literatürde Marx'ın emek kavramı bulunmaktadır. Bayrakçı ve Kurt (2021) Marx'ın emek kavramıyla ilgili önemli bir konuya değinerek literatürde yanlış yorumlandığından bahsetmişlerdir; Marx emek kavramında fiziksel ve zihinsel emek türlerinde değil emek sermayesi üzerinde durmaktadır. Literatürde Marx'ın emek türleri çalışanın harcadığı emek türleriyle birlikte değerlendirilmiştir. Aslında Marx emekten

bahsederken maddi emekten bahsetmektedir. Bu açıdan literatürde bir görüş birliği bulunmadığı görülmektedir ve Marx'ın emek kavramı bu tez konusu kapsamı dışındadır.

2.1. Estetik Emek

Araştırma özelinde literatür araştırması yapılırken, estetik emek kavramı, ortaya çıkışı ve duygusal emekten farklılıkları üzerinde durulmuştur.

2.1.1. Estetik Emek Kavramı

19. yüzyılda üst sınıfta bulunan erkeklerin iş yaşamında takım elbise giymeye başlamasıyla çalışma hayatına kıyafet düzeni girmeye başlamıştır (Çetin, 2009). Zamanla üst sınıf dışındakiler de iş hayatında takım elbise giymeye başlamıştır. 1930'larda takım elbise dünyaya yayılmış ve iş kıyafeti halini almıştır (Çetin, 2009). Takım elbisenin rengi, biçimi, paçaları, içine giyilecek olan gömleğin rengi gibi şeylere işverenler tarafından müdahaleler edilmeye başlanmıştır. İlerleyen süreçlerde görünüşe daha çok karışılarak çalışanların iş yaşamındaki kıyafetlerine, saçlarına, ses tonuna, kadınların makyajına, müdahale edilmeye başlanmıştır. Geçmişten günümüze işverenler çalışanları birçok konuda kontrol etmeye çalışmışlardır; duygusal emek ile çalışanların duygularını yönetmeye günümüzde ise estetik emek ile bedenlerini kontrol etmeye çalışmaktadırlar (Seçer, 2016).

Çalışanların dış görünüşleri çalıştıkları hizmet sektörüne katkı sağlamaktadır ve çalışanların fiziksel görünüşleri işletmeler tarafından ticari bir olgu olarak algılanmaktadır (Katırcıoğlu ve Tekin, 2021). Bu olgu zamanla çalışanlar üzerinde baskı ve müdahalelere dönüşmüştür. Literatüre yeni girmeye başlayan "estetik emek" kavramı çalışanlar üzerindeki bedenlerin metalaştırılması ve ticari amaç için kullanılması olarak kısaca tanımlanabilir. Katırcıoğlu ve Tekin'in (2021) yaptıkları çalışmaya göre; "estetik emek" ilk olarak çok da eski bir tarih olmayan 2000'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Aslında güzellik ve estetik kavramının ortaya çıkışı antik çağlara kadar götürülebilmektedir fakat yönetimdeki estetik algı daha yakın bir tarihe dayanmaktadır (Genç, 2018). 2000'li yıllarda İngiltere'de sosyologlar tarafından 'estetik emek' kavramı konuşulmaya ve araştırılmaya başlanmıştır. İlk başlarda estetik emek, duygusal emeğin içinde incelenmeye başlanmıştır (Genç, 2018).

Duygusal emek, çalışanların müşterilerle birebir iletişimdeki sarf ettikleri emek türü olarak duygusal emekten sonra tanımlanabilir (Kalfatopates, 2015). Estetik emek ise çalışanların fiziksel görünüşleri ile sarf ettikleri emek türüdür. Bu farklılığı ele alan ilk çalışmalardan biri Karlsson vd.'nin (2011) yaptığı bir araştırmadır ve estetik emek kavramını duygusal emekten ayırarak estetik emeğin bedensel kontrolü de kapsadığı üzerinde durmuştur (Aktaran; Genç, 2018). Çalışanların duyguları duygusal emek olarak metalaştırılmaktadır; estetik emekle metalaştırılan çalışanların bedenselliğidir. Böylece estetik emek olgusu şekillenmeye başlamıştır. Estetik emek duygusal emekten farklı olarak; yalnızca duyguları değil çalışan bedeninin de şirketler tarafından kullanıldığı ve ticari fayda için nasıl kontrol edildiğini ortaya çıkarmaya çalışan bir kavramdır (Warhurst ve Nickson, 2009). Literatürde ilgi odağı olmaya başlamasına rağmen araştırmaların çoğu duygusal emek ile ilgilidir. Estetik emek konusunda çok az araştırma bulunmaktadır.

Warhurst ve Nickson'a (2001) göre estetik emek, çalışanların bir işe veya pozisyona başvururken fiziksel özelliklerini, tutum ve davranışlarını içerdiğini öne sürmektedir. İyi görünümlü iş görene sahip olan şirketlerin karlılığının daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu algılanan çekicilik işletmelerin çalışanların görünüşlerini kullanmaları, görünüme göre elemanları işe almalarını etkilemektedir. Hancock ve Tyler (2007), çalışanların görünüşlerinin yöneticiler tarafından kullanılmasının arttığı günümüz pazarını “estetik ekonomi” çağı olarak adlandırmıştır. Estetik ekonomi çağı işverenlerin çalışanların yansıttığı beden imajına vurgu yapan bir kavramdır ve işverenleri tarafından belirlenen veya zorunlu kılınan bir düzenleme biçiminin sunumu, bakımı ve performansı, birçok çalışan tarafından gerçekleştirilen işin merkezi bir bileşeni haline gelmiştir (Hancock ve Tyler, 2007). Estetik ekonomi çağında bedenlerin kullanılmasının ön planda olduğu bir döneme vurgu yapılmaktadır. Çalışan bedenine, duruşuna, konuşmasına birçok hal ve hareketlerine müdahaleler yapılmasının ön planda olduğu bu çağda en çok kadın çalışanların bu müdahaleye maruz kaldığı düşünülebilir. Estetik emek konusuna cinsiyetçi yaklaşımlar da ortaya çıkmaya başlamıştır. Tabii ki bu emek türüne sadece kadınlar değil erkekler de maruz kalmaktadır; fakat kadınların daha çok kullanıldığına yönelik düşünceler ve araştırmalar ağır basmaktadır. Bu araştırmalardan biri de Kalfa Topates'e (2015) aittir; estetik emek kavramının bedensel emek, cinsel emek, örgütsel emek kavramlarıyla iç içe geçtiğinden bahsetmektedir. Bedensel emek, insanın fiziksel gücünü kullanarak üretim sürecinde harcadığı emektir. Bedensel emek, insan bedeninin üretim sürecine dahil edilmesiyle gerçekleştirilir. Örneğin, tarım işçilerinin toprak sürmesi, fabrika işçilerinin

üretim hatlarında çalışması, inşaat işçilerinin bina yapımında çalışması, ev işçilerinin temizlik yapması gibi faaliyetler bedensel emek gerektirir. Bedensel emek, tarihsel olarak insanların en temel emek biçimi olmuştur ve günümüzde de bazı sektörlerde hala yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Ancak, teknolojik gelişmelerin ve endüstriyel dönüşümün artmasıyla birlikte, bedensel emeğin yerini makineleşme ve otomasyon gibi yeni teknolojiler almaktadır. "Cinsel emek" terimi, bireylerin cinsel hizmetlerini satın alarak veya satışa sunarak kazanç sağladığı iş alanlarını ifade eder. Bu hizmetler genellikle seks işçiliği olarak adlandırılır ve birçok farklı şekilde sunulabilir, örneğin fahişelik, eskort hizmetleri, pornografi, yetişkin eğlence endüstrisi gibi. Cinsel emek, çoğunlukla kadınlar arasında yaygın olarak görülen bir sektördür ve sosyal olarak dışlanmış gruplar arasında yer alan bireyler tarafından tercih edilir. Cinsel emek, hukuki ve etik tartışmaların odağıdır ve birçok ülkede yasaklanmıştır. Ancak bazı ülkelerde, cinsel emek yasal olarak kabul edilir ve düzenlenir. "Örgütsel emek" terimi, bir organizasyon içinde çalışanların yaptığı işi ifade eder. Bu kavram, bir iş yerinde çalışanların tüm faaliyetlerini, emeklerini, zamanlarını ve yeteneklerini içerir. Örgütsel emek, bir iş yerindeki çalışanların performansını ve verimliliğini etkileyen birçok faktörden biridir. Bu faktörler arasında çalışma koşulları, çalışanların motivasyonu, liderlik, takım çalışması, eğitim ve gelişim gibi unsurlar yer alır. Bir iş yerindeki örgütsel emek, çalışanların verimliliğini, memnuniyetini, işe bağlılıklarını ve dolayısıyla işletmenin başarısını etkiler. Örgütsel emek, yönetim tarafından yönetilebilir ve geliştirilebilir bir kaynak olarak görülür ve işletmenin başarısı için önemlidir. Kalfa Topateş'e göre ataerkil kapitalist sistemden gelen kadın bedeninin güzelliği ve ona diletlen normlardan estetik emek olgusu oluşmaktadır. İş hayatında kadınlar göz önünde müşteri ile birebir iletişimde olacak işlerde çalışacakları zaman daha işe başlamadan işe alım sürecinde fiziksel görünüşleri işe girme süreçlerini etkilemektedir. Bazı işverenler ayrıca estetik işçilik veya müşterilerin duyularına hitap eden belirli somutlaştırılmış kapasite ve niteliklere sahip çalışanlar talep eder (Warhurst ve Nickson, 2007). Fiziksel duruşlarıyla işe girmeyi başaran kadınlar çalışma süreçleri boyunca yöneticileri tarafından sürekli olarak görünüşleriyle ilgili baskı ve müdahale altında çalışmaktadırlar. İş yaşamları boyunca hem terfilerde hem de yüksek maaş konusunda ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar. Örgüt içerisinde bu baskı ve ayrımcılığa maruz kalan kadınlar tükenmişlik hissedebilirler ve örgüte karşı olumsuz duygular besleyebilirler. Sadece belirli bir kurumda değil serbest çalışan kişiler de estetik emek duygusuna maruz kalmaktadırlar. Entwistle ve Wissinger (2006) yaptıkları çalışmada

estetik emek kavramına bir örgüt altında çalışmayan serbest çalışan modeller üzerinde araştırma yaparak onlar üzerinden estetik emek kavramının kapsamını genişletmeye çalışmışlardır. Çalışmada modellerin değişen estetik trendlere ve farklı müşterilere uyum sağlama ve kurumsal estetiğin yokluğundan kendilerini metalaştırma yolları üzerinde durulmuştur (Entwistle ve Wissenger, 2006). Kadınların estetik semboller olarak kullanılması cinsiyet eşitsizliğini sürdürür ve beden ile kadın arasındaki kültürel bağları güçlendirir (Mears, 2014). Mears'ın (2014) çalışmasında kadın bedeninin kullanılmasının olumsuz sonuçlarını ve mağdur olmasını şu şekilde ifade etmiştir; “Kadın bedenlerinin estetik değeri nedeniyle yaygın olarak kabul gören kullanımı, böyle bir anlaşmaya girseler de girmeseler de tüm kadınları birer sergileme nesnesi olarak normalleştirir. Bu durum, örneğin kadın diş hekimi asistanının erkek patronu tarafından güzelliğinin evliliğine tehdit oluşturduğunu iddia ederek kovulduğunda olduğu gibi, kadınları işletmelere ve patronlara yönelik tehditler olarak çerçeveleyebilir. Kadınlar çekici olmadığı kadar, çok çekici oldukları için de cezalandırılabilirken, sabit kalan şey vücutlarının yüksek düzeyde incelenmesidir.” Kadın bedenlerinin şirketler tarafından kullanılmasının yanı sıra estetik görünüşlerinden dolayı işten çıkarılma, rencide olma gibi gurur kırıcı duygulara maruz kalmalarına da yol açmaktadır.

Warhurst ve Nickson (2007) yaptıkları çalışmada çalışan görünüşleriyle ilgili yapılan anket sonuçlarına göre çalışanların %85'i, işverenlerin %93'ü müşteriye dönük personel imajının önemli olduğunu düşünmektedir. Çalışma sonucuna baktığımızda hem çalışanlar hem de yöneticiler ve işverenler görünüşün önemli olduğunu düşünmektedir. Çalışanların giydikleri üniforma ve kıyafet zorunlulukları çalışanları olumsuz etkileyebilir. Müşteri önünde görünüşün önemli olduğunu kabul etmeleri özgürce giyinmek ve baskı olmadan çalışmak istemedikleri anlamına gelmemektedir. Araştırma sonucuna göre; İşverenler, potansiyel çalışanlarda somut kapasiteler ve nitelikler ararlar ve ayrıca müşterilere estetik olarak hitap etmek için bu çalışanların sonraki çalışmaları aracılığıyla bu kapasiteleri ve nitelikleri harekete geçirmeye, geliştirmeye ve metalaştırmaya çalışırlar. Bu bağlamda, sosyal becerilerin kapsamının sadece çalışanların tutumlarını değil aynı zamanda görünüşlerini de kapsayacak şekilde genişletilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır (Warhurst ve Nickson, 2007).

Yıldız (2021) yapmış olduğu çalışmada yıllara göre estetik emek literatürünü tablolar halinde sunarak özetlemiştir. Yıldız'ın (2021) yapmış olduğu tablolar aşağıdadır:

Tablo 1, 2000-2004 yılları arasında yapılan üç estetik emek araştırmasını içermektedir. Warhurst ve arkadaşları, hizmet sektörü çalışanlarının estetik emeği deneyimlerini araştırmıştır. Hancock ve Tyler, kabin memurlarının işyerinde estetik boyutunu incelenmiştir. Pettinger, perakende sektörü çalışanlarının müşteri hizmetleri ve estetik emeği hakkındaki deneyimlerini ve anlayışlarını açıklamıştır. Veri toplama yöntemleri, odak grupları, yarı yapılandırılmış mülakatlar ve gözlem gibi teknikleri içermektedir. Bu çalışmalar, estetik emeğin işyerindeki önemine ve çalışanların estetik becerilerinin iş performansına etkisine odaklanmaktadır.

Tablo 1

Estetik Emek ile İlgili Çalışmaların Görünümü (2000-2004)

Yazarlar/Yıl	Çalışmanın Adı	Araştırmanın Amacı	Örneklem	Veri Toplama Yöntemi
Warhurst, Nickson, Witz, Cullen/ 2000	Aesthetic Labour in Interactive Service Work: Some Case Study Evidence from the 'New' Glasgow (Etkileşimli Hizmet İşlerinde Estetik Emek: Yeni Glosgow'dan Birkaç Vaka Çalışması Bulgusu)	İşverenlerin ve çalışanların, bedenselleşmiş kapasite ve niteliklere ilişkin anlayış ve deneyim tarzlarını açıklama	Hizmet sektörü çalışanları ve yöneticileri/banka, müşteri hizmetleri, kafébar, perakende çalışanları, işletme yöneticileri, personel yöneticileri	Odak grup Yarı yapılandırılmış mülakat İkincil veriler
Hancock, Tyler/2000	'The Look of Love': Gender and the Organization of Aesthetics (Aşkın Görünüşü: Toplumsal Cinsiyet ve Estetik Örgüt)	İşyerinde kontrolün estetik boyutunu yeniden incelemek	Kabin memurları Müşteriler	Gözlem Yarı yapılandırılmış mülakat İkincil veriler
Pettinger/2004	Brand Culture and Branded Workers: Service Work and Aesthetic Labour in Fashion Retail (Marka Kültürü ve Markalı	Müşteri hizmetleri ve estetik emeğin doğasını, anlamını açıklamak	Perakende sektörü çalışanları	Gözlem Mülakat

	Çalışanlar: Hizmet İşleri ve Moda Perakendesinde Estetik Emek)			
--	--	--	--	--

Tablo 2, 2005-2011 yılları arasında estetik emekle ilgili üç çalışmayı içermektedir. Nickson, Warhurst ve Dutton (2005) perakende ve konaklama sektöründeki estetik becerilere sahip çalışanların önemine dikkat çekmek için araştırma yapmışlardır. Warhurst ve Nickson (2007), perakende ve konaklama sektöründe çalışanların estetik emek deneyimlerini incelemiştir. Hall ve Broek (2011) ise perakende sektöründe estetik emeğin doğasını ve önemini Avustralya moda perakendesindeki çalışanlar üzerinden incelemiştir. Tüm çalışmalar anket ve odak grupları gibi çeşitli veri toplama yöntemleri kullanmıştır.

Tablo 2

Estetik Emek ile İlgili Çalışmaların Görünümü (2005-2011)

Yazarlar/Yıl	Çalışmanın Adı	Araştırmanın Amacı	Örneklem	Veri Toplama Yöntemi
Nickson, Warhurst, Dutton/2005	The Importance of Attitude and Appearance in The Service Encounter in Retail and Hospitality (Perakende ve Konaklamada Hizmet Sunumunda Görünüm ve Tutumun Önemi)	Estetik becerilere sahip çalışanların önemine dikkat çekerek bu alandaki çalışmalarını geliştirmek	Glasgow'da perakende ve konaklama sektörü işverenleri	Anket
Warhurst ve Nickson/2007	Employee Experience of Aesthetic Labour in Retail and Hospitality (Perakende ve Konaklamada Çalışanların Estetik Emek Deneyimleri)	Etkileşimli hizmet işlerinde çalışanların estetik emek deneyimlerini incelemek	Perakende ve konaklama sektörü çalışanları, işverenleri	Anket Odak Grup
Hall, Broek/2011	Aestheticising Retail Workers: Orientations of Aesthetic Labour	Perakende sektöründe estetik emeğin doğasını ve önemini	Mağaza yöneticileri ve işverenler	Anket

	in Australian Fashion Retail (Perakende Çalışanlarının Estetikleştirilmesi: Avustralya Moda Perakendesinde Estetik Emegın Yönelimleri)	incelemek		
--	--	-----------	--	--

Tablo 3, estetik emek ile ilgili çalışmaların 2017-2020 yılları arasındaki görünümünü sunmaktadır. Ren'in (2017) çalışması, Çin havacılık sektöründeki kadın kabin memurlarının estetik emek kullanımını açıklamayı amaçlamaktadır. Laurie Wu vd.'nin (2020) çalışması ise konaklama sektöründeki estetik emek yönetimini ele almaktadır ve müşterilerin ve muhtemel çalışanların marka değerlendirmelerini nasıl etkilediğini araştırmaktadır.

Tablo 3

Estetik Emek ile İlgili Çalışmaların Görünümü (2017-2020)

Yazarlar/Yıl	Çalışmanın Adı	Araştırmanın Amacı	Örneklem	Veri Toplama Yöntemi
Ren/2017	Exploiting Women's Aesthetic Labour to Fly High in The Chinese Airline Industry (Çin Havayolu Endüstrisinde Yükseklerde Uçmak için Kadınların Estetik Emegini Kullanma)	Kadınların estetik emek kullanımını açıklamak	Havacılık sektöründe çalışan kadın kabin memurları, hat yöneticileri, insan kaynakları yöneticileri	Yarı yapılandırılmış mülakat İkincil veriler
Laurie Wua, Ceridwyn A. King, Lu Lu, Priyanko Guchait/2020	Hospitality Aesthetic Labor Management: Consumers' and Prospective Employees' Perspectives of Hospitality Brands (Konaklama Estetik Emek Yönetimi:	Estetik görünümü yönetilen ön birim hizmet çalışanlarının, müşterilerin ve muhtemel çalışanların marka değerlendirmelerini nasıl etkilediğini incelemek	Konaklama sektöründe müşteriler	Anket

	Müşterilerin ve Muhtemel Çalışanların Konaklama Markalarına Bakışı)			
--	---	--	--	--

İşverenlerin çalışanların yumuşak becerilerine odaklandığı ve doğru görünüm ve estetik emeğin işverenler ve müşteriler için önemli olduğu belirtilmektedir. Bu konuyla ilgili olarak, Warhurst, Nickson ve Dutton (2005) tarafından yapılan bir çalışmada işverenlerin, çalışanların kıyafet tarzı, konuşma aksanı ve fiziksel görünüş gibi yumuşak becerilerini değerlendirdiği ve etkileşimli hizmet işlerinde katı teknik becerilerden ziyade iletişim, öz sunum ve estetik görünme gibi yumuşak becerilerin tercih edildiği belirtilmektedir.

Warhurst ve Nickson (2007) tarafından yapılan bir başka çalışmada, işverenlerin doğru görünüme sahip çalışanları istihdam etmek istediği ve marka imajıyla çalışan görünümünün örtüşmesine yönelik çaba sarf ettiği açıklanmaktadır. Hall ve Broek (2011) ise moda mağazalarında estetik emeğin önemini inceledikleri çalışmalarında, iyi görünme ve doğru konuşmayı meydana getiren unsurların markanın stratejisine, özelliklerine ve piyasaya bağlı olarak değişkenlik gösterebileceğini ileri sürmektedirler.

Ren (2017) ise, müşterilere çekici görünen ve müşterilerin hislerini etkilemek için doğru davranışlar sergileyen kadın çalışanların istihdamının belirgin bir örgütsel imajın üretilmesini desteklediğini açıklamaktadır. Wu ve diğerleri (2020) ise estetik emekle ilgili yapılan çalışmalarda estetik emeğin müşteriler ve muhtemel çalışanlar üzerindeki etkisinin yeterince incelenmediği düşüncesi ile konaklama sektöründe bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda, çalışanların kıyafet tarzı, makyaj, bedensel özellikleri gibi durağan görünümünün müşterileri etkilediği ortaya çıkmıştır. Öte yandan, çalışanın etkileşimlerde göz teması kurması ve gülümsemesi gibi özelliklerinin ise hem yöneticileri hem de muhtemel çalışanları etkilediği ifade edilmektedir.

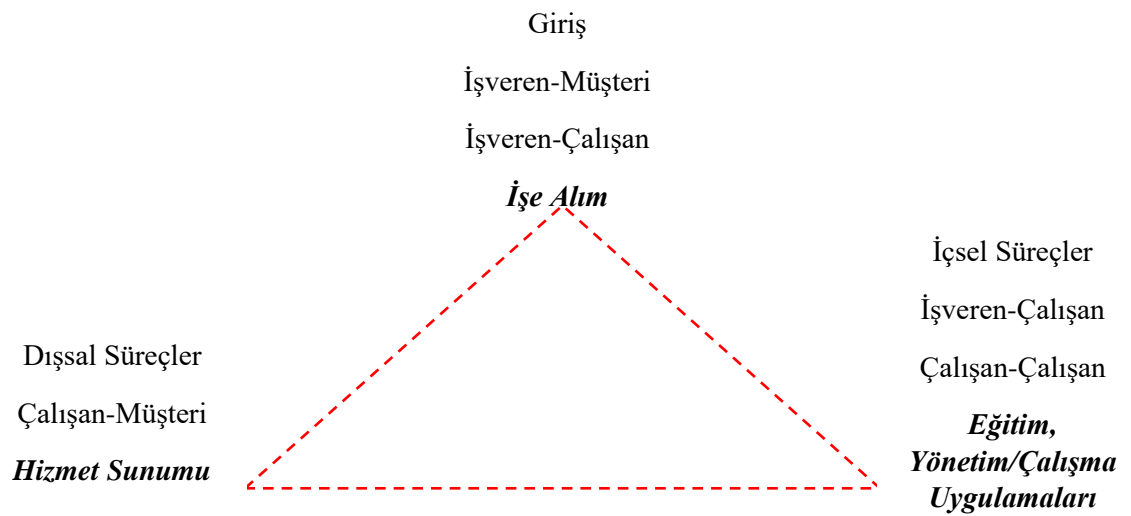
Bu çalışmaların ortak bir noktası, işverenlerin estetik emeği ve doğru görünümü önemsedikleri ve bu faktörlerin örgütsel imaj ve müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğudur. İşverenler, çalışanların yumuşak becerilerine odaklanmakta ve estetik görünüm gibi faktörleri değerlendirmektedir. Marka imajının korunması ve müşteri memnuniyetinin sağlanması amacıyla, doğru görünüme sahip çalışanların istihdam

edilmesi tercih edilmektedir. Ancak, estetik emeğin etkisinin sektöre, piyasaya ve özelliklere bağlı olarak değişebileceği belirtilmektedir. Estetik emeğin, müşterilerin ve muhtemel çalışanların algısı üzerindeki etkileri de çalışmalarda ele alınmıştır. Bedensel özellikler gibi durağan görünüm faktörlerinin müşterileri etkilediği ortaya konmuşken, çalışanların etkileşimlerinde gösterdikleri davranışlar ve yumuşak becerilerin ise hem yöneticileri hem de muhtemel çalışanları etkilediği görülmektedir. Bu çalışmalar, estetik emeğin örgütsel imajın oluşmasına ve müşteri memnuniyetinin artmasına katkı sağlayabileceği sonucuna işaret etmektedir.

2.2. Estetik Emek Boyutları

Hizmet sektöründe estetik emeğin önemi büyüktür. Firmalar tarafından çalışanların performansını arttırmak da önemlidir. Bu da performansı düşüren etkenleri anlayıp çözüm bulmaktan geçmektedir. Bu etkilerden biri de estetik emek olgusu olabilir. Estetik emeğin boyutları detaylı incelenip anlaşılmalı çalışılmalıdır. Warhurst vd.'ne (2000) göre estetik emek üç boyuttan oluşmaktadır;

1. İşe alım mülakatı ve işe kabul
2. Eğitimler, iş ve yönetim uygulamaları
3. Hizmet karşılaşmaları (Akt. Katırcıoğlu, 2017).



Şekil 1. Estetik Emek Boyutları

Kaynak: Warhurst, Chris, Dennis, Nickson, Anne Witz, A. Marie Cullen: "Aesthetic Labor in Interactive Service Work: Some Case Study Evidence From The 'New' Glasgow," Service Industries Journal, C.XX, No: 3, Temmuz 2000, pp. 11.

1. İşe alım mülakatı ve işe kabul

İşe alım mülakatı ve işe alım boyutunda işyerlerinin işe alım süreci ve mülakatlarda kişilerin görünüşlerinin alınacak pozisyona uygunluğu ön plandadır. İşe alım sürecinde hem mülakatla görüşme yapılarak görünüşe bakılması hem de CV'lere fotoğraf eklenmesi talep edilerek kişilerin görünüşlerine dikkat edilmesi ön plandadır. Bu süreçte sadece görünüş değil işe alınacak kişinin ses tonu, saçı, hal ve hareketleri de önemlidir. Bu doğrultuda görüldüğü üzere işletmelerin işe alım süreçlerinde estetik emek önemli bir yer kaplamakta ve işe alım sürecinde etkili olmaktadır.

2. Eğitimler, iş ve yönetim uygulamaları

Kişiler işe alındıktan sonra görünüşlerinin işletme imajına uygun olmasına yönelik baskı ve eğitimlere de maruz kalmaktadırlar. İş yerinde giyecekleri kıyafet yönetmelikleri, saç, makyaj gibi birçok eğitimle çalışanlar, işletmenin kurallarına uygun hale getirilmeye çalışılmaktadır. Bu şekilde firma, çalışanların tüketiciler, müşteriler, hedef kitle tarafından fark edilmesi ve görünüşüyle, kıyafetleriyle o firmanın çalışanı olduğunun anlaşılması gerektiğini düşünerek buna yönelik yaptığı eğitim ve seminerler bu boyutun kapsamı içine girmektedir.

3. Hizmet karşılımları

Estetik emeğin bu boyutu, genellikle hizmet sektöründe çalışanların ve müşterilerle birebir iletişimde buldukları durumlarda dikkat etmeleri gereken kuralları kapsar. Müşteri ile karşılaşmada çalışanın güler yüzlü ve bakımlı bir şekilde müşteriyi karşılaması işletmeler tarafından önemlidir. İşletmeler çalışanlara müşteriyi karşılamalarına yönelik

bazı kurallar koymaktadırlar: Gülümseyerek müşterileri karşılamaları, güzel, temiz ve bakımlı gözükmeleri, mağaza içerisinde karşılayacakları alan ve açının belirli olması, karşılama sırasında kullanacakları jest ve mimikler, söyleyecekleri cümleler ve hatta ses tonları, vurguları bile önceden belirli çerçevelerle netleştirilmiştir.

2.2. Örgütsel Sinizm

Sinizm kelimesinin kökenine baktığımızda çok eskiye dayandığını görmekteyiz. Antik Yunan döneminde felsefi düşünce olduğu bilinmektedir ve ilk temsilcisinin Antisthenes olduğu bilinmektedir (Mantere ve Martinsuo, 2001: 4; Coşar vd., 2013; Durrah vd., 2019). Andersson vd. (1997) sinik ve sinizmi şöyle ifade etmiştir; Bireylerin kendi çıkarlarını her şeyin üstünde tuttuğu kişilere 'sinik', bunu anlamaya çalışan düşünce biçimine 'sinizm' denir. Bir başka tanıma göre sinizm iki şekilde ifade edilmiştir - insanların gizli istek ve arzularına karşı kötü düşünceler, hayal kırıklığı olarak olayları algılaması ve kendi çıkarları doğrultusunda hareket etme şeklinde tanımlanmıştır (Tokgöz-Yılmaz, 2008: 285).

Olumsuz duygu ve düşüncelere sebep olan sinik düşünceler örgüt içerisinde çalışanları olumsuz etkilemektedir. Örgütsel sinizm bilim insanları için önemli bir konu haline gelmiştir. Çalışanların örgüte karşı besledikleri bu olumsuz düşünceleri anlamaya çalışarak bu düşüncelerin işletmeler tarafından önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Özler vd. (2010), örgütsel sinizmin örgütlerin dürüstlükten yoksun oldukları ve çalışanların bundan olumsuz tutum ve davranışlara yöneldiklerini belirtmişlerdir. Sadece dürüstlük değil samimiyet, adalet gibi birçok kelimeyle de ilişkilendirilen örgütsel sinizm çalışanların örgüte karşı beklentilerinin karşılanmaması sonucu olumsuz düşünceler beslenmesiyle oluşur (Brandes vd., 1999:4). Örgütsel sinizm tanımlarına baktığımızda genel olarak hayal kırıklığı, nefret, üzüntü, güvensizlik gibi olumsuz kelimelerle anlamlandırmaya çalışılmıştır. Bu düşüncelerin örgüt çalışanlarının tutumlarına yönelik Dean vd.'nin (1998) yaptığı çalışmada üç boyuttan söz etmektedir. Aşağıda bu boyutlar açıklanmıştır.

2.2.1.Örgütsel Sinizm Boyutları

Bilişsel Boyut

Literatürde inanç boyutu olarak da ifade edilen bir boyuttur (Kaya ve Cülha, 2013; Özler vd., 2010). Bilişsel boyutta örgütün dürüstlükten uzak olduğu, öfke gibi olumsuz duygularla oluştuğu samimiyetsizlikle de ifade edilen bir boyuttur (Balay vd., 2013). Bu boyuttaki sinik düşünenler adaletsizlik, samimiyetsizlik gibi olumsuz düşünceler sebebiyle örgüte karşı olumsuz tutumlar sergileyerek örgütlerin kendilerine ihanet ettiklerini düşünmektedirler (Özler vd., 2010). Literatürde öfke, hor görme, kınama gibi olumsuz duyguları çağrıştıran kelimelerle birlikte geçmektedir.

Duyuşsal Boyut

Duygu boyutu olarak da bilinmektedir. Bu boyutta örgütte meydana gelen olaylar sonucunda çalışanın, örgüte öfke, utanç, saygısızlık gibi olumsuz duygular beslemesi söz konusudur (Balay vd., 2013). Örneğin, bir çalışanın iş arkadaşının haksız bir şekilde terfi etmesi veya yöneticisinin işle ilgili aldığı haksız kararlar, çalışanın örgüte karşı beslediği olumsuz duyguları tetikleyebilir. Bu durumda çalışanlar, örgütün değerlerine ve çalışma ortamına olan güvenlerini kaybedebilirler. Duyuşsal boyut, çalışanların örgüte karşı olumsuz duygular beslemesi sonucu iş tatminsizliği, işten ayrılma niyeti ve örgütsel bağlılığın azalması gibi olumsuz sonuçlara da neden olabilir. Bu nedenle, örgütlerin çalışanların olumsuz duygularını azaltmak ve örgütsel bağlılıklarını artırmak için duyuşsal boyutu da dikkate alarak uygun stratejiler geliştirmeleri önemlidir.

Davranışsal Boyut

Davranışsal boyut, çalışanların örgüt hakkındaki olumsuz düşüncelerini başka insanlara anlatmasıdır (Baley vd., 2013). Böylece örgütün kurumsal imajı da zarar görür ve diğer insanlar da olumsuz etkilenir. İş görenlerin şikâyet etme, olumsuz konuşmalar

yapma, örgüte karşı eleştirilerde bulunma, örgüte karşı aşağılayıcı cümleler kurma gibi olumsuz davranışlarda bulunmasını kapsar.

Bu boyutlar birbirleriyle etkileşim halindedir ve örgütsel sinizm çalışanların örgüte olan güvenini ve bağlılığını azaltabilir. Bu nedenle örgütler, örgütsel sinizmin boyutlarına yönelik stratejiler geliştirerek çalışanların motivasyonunu artırmak ve örgüt kültürünü güçlendirmek için çaba göstermelidirler.

2.3. Bireysel Performans

Performansın literatürde birçok tanımı vardır hemen hemen hepsinde aynı şekilde tanımlanmıştır. İraz ve Akgün (2011), planlanmış etkinliğin amaca ulaşması olarak tanımlamıştır. Tutar ve Altınöz (2010; 198), bireyin hedefe ulaşmada göstermiş olduğu verimlilik ve etkinlik düzeyi olarak tanımlamıştır. Bayram (2006) yaptığı çalışmada performansa farklı bir açıdan bakarak sadece görevi gerçekleştirme, hedefe ulaşma ve verimlilikten ibaret olmadığı üzerinde durmuştur. Ona göre performans; iş görenin örgütün amaçlarına niteliksel ve niceliksel katkılarının tamamı olarak belirtmektedir (Bayram, 2006).

Günümüzde, çalışanların görevlerini ne kadar başarılı bir şekilde yerine getirdikleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu kapsamda, performans genellikle çalışan performansı ve işletme performansı olarak iki farklı boyutta ele alınmaktadır (Yelboğa, 2006: 200). Bireysel performansın artması, işletme performansını da olumlu yönde etkileyeceği için, işletmelerin çalışanların performansını artırmaya odaklanmaları önem taşımaktadır (Kesen, 2014: 55).

İşletme performansı; belirli bir dönem sonunda işletmenin amaçlarını gerçekleştirme derecesidir (Tarlıg, 2006). Bu hedefler, genellikle finansal ve operasyonel alanlarda belirlenir ve işletmenin başarısını ölçmek için kullanılan birçok farklı göstergeyle ölçülebilir. İşletme performansı, çalışanların bireysel performanslarından da doğrudan etkilenebilir. İşletmenin hedeflerine ulaşması için çalışanların performanslarının yüksek olması gerektiği gibi, işletmenin başarısı da çalışanların performansı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Bireysel performans; çalışanların iş görevlerini ne ölçüde yerine getirdikleri ve yeteneklerinin ne olduğunun belirlenmesi (İraz ve Akgün, 2011) yani çalışan performanslarının ölçülmesi işletmeler açısından önemli bir konu haline gelmiştir. Performans değerlendirmesi, çalışanların iş görevlerini ne kadar iyi yerine getirdikleri ve sahip oldukları yeteneklerin ne olduğunun belirlenmesi açısından önemli bir role sahiptir. Ayrıca, bireysel performansın ölçülmesi, işletmelerin çalışanlarını daha iyi yönetmelerine ve performanslarını artırmalarına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, işletmeler tarafından bireysel performans değerlendirmesi sürekli olarak yapılmakta ve çalışanların gelişimlerine katkı sağlanmaktadır.

Çalışanların performansını birçok etken etkilemektedir. Çalışan performansını etkileyen birçok faktör vardır. Bunlar arasında en önemli faktörlerden biri iş tatmini düzeyidir. Çalışanların işlerinden ne kadar memnun oldukları, işlerini sevip sevmedikleri, performanslarını doğrudan etkileyebilir. Tatminsiz çalışanlar, işlerini düzgün bir şekilde yapmak için daha az motivasyona sahip olabilirler. Diğer bir faktör ise çalışanların yetkinlikleri ve becerileridir. Çalışanların görevlerini yerine getirmek için gerekli olan beceri ve bilgi seviyeleri, performanslarını doğrudan etkiler. Ayrıca, çalışanların sağlık durumları, çalışma ortamı koşulları ve çalışma saatleri gibi faktörler de çalışan performansını etkileyebilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnsanlar; bilgi, beceri, yetenek ve tecrübelerinin dışında görünüşleriyle de bir yerlere gelme çabası içerisindedir. Sistem kişileri bir yerde bu yöne doğru itmektir. Bu sistem kişilerin güzellik algıları ve çabalarıyla oluşan baskı altında tükenmelerini sağlamaktadır. Belirli bir bedene sahip olanların daha fazla iş kolunda çalışabildikleri, daha yüksek ücret aldıkları ve daha kolay terfi aldıkları görüldükçe çalışanlar arasında ayrımcılığı ön plana çıkarmaktadır. Bu ayrımcılık yetenek, bilgi veya deneyimle değerlendirilen bir ayrımcılık değildir. Kişilerin görünüşleri ile alakalıdır. Estetik emek konusu çoğunlukla nitel olarak ülkemizde ele alınmıştır. Yabancı çalışmalarda da otelcilik sektöründe ilgi görmüştür. Hizmet sektörü çalışanlarına dritelen kıyafet, makyaj gibi belirli kalıplar bireysel performansa ve örgütsel sinizme etkisi olduğu konusunda literatürde açık vardır ve şirketler için performans ve sinizm önemli konulardır. Bu çalışmada hizmet sektörü çalışanlarının üzerindeki estetik emek yükünün bireysel performans ve örgütsel sinizme etkisi olduğu düşünülmektedir. Estetik emek, literatürde yeterince araştırılmayan bir konu olup, özellikle hizmet sektöründe önemli bir yere sahiptir. Bu sektörde çalışanların estetik emeğinin, işverenlerin önem verdiği görsel sunumların etkisi altında kaldığı ve bu konunun tartışmaya açık olduğu bilinmektedir. Hizmet sektörü çalışanlarına yönelik estetik emek olgusunu ne derece etkilediğini anlamlandırılması ve firmalara öncülük etmesi, önlem almalarına yardımcı olması bakımından dikkat çekmektedir. Bu bağlamda bağımsız değişken estetik emektir. Bağımlı değişkenler ise örgütsel sinizm ve bireysel performanstır.

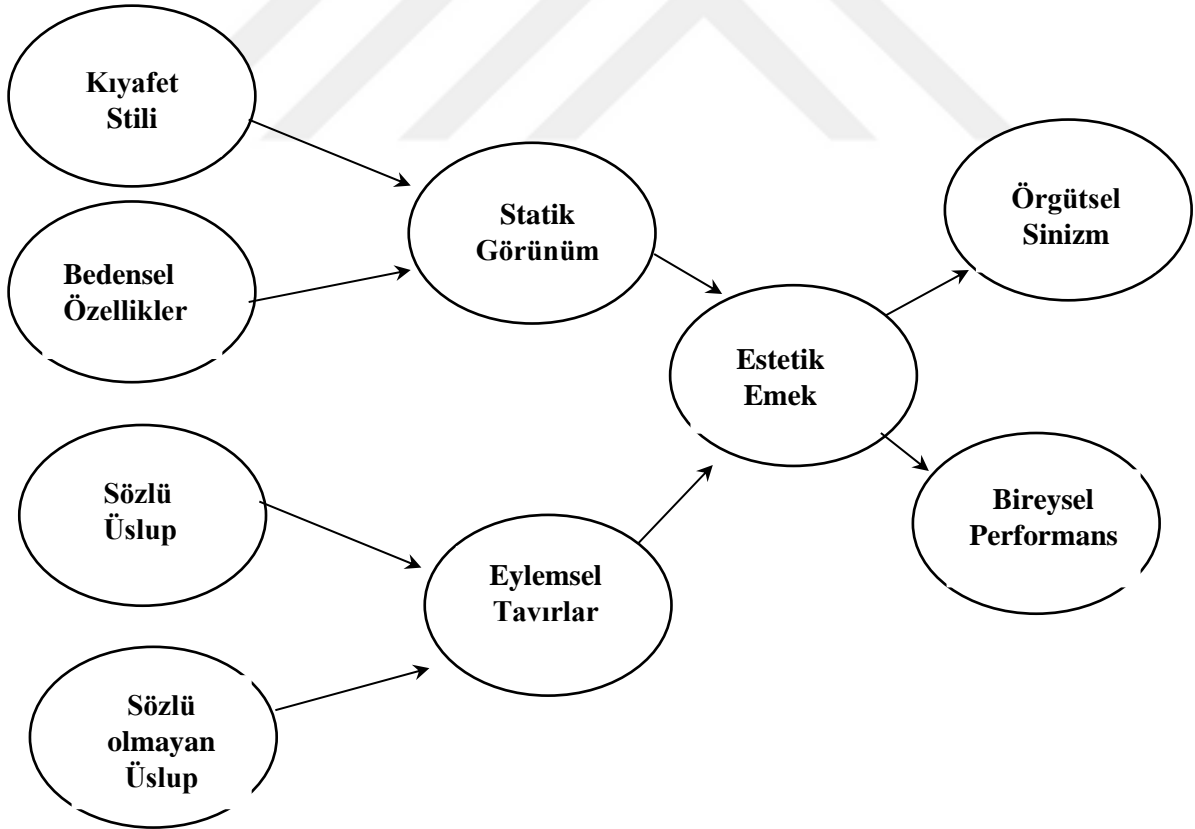
Çalışmanın önemini kısaca birkaç madde de toplamak gerekirse ilk olarak çalışma estetik emeğin hangi yollarla güçlendirici veya sömürücü olabileceğini ve bireylerin fiziksel ve zihinsel sağlığı üzerindeki etkilerini anlamlandırmak açısından önemlidir. Ek olarak araştırma, estetik emeğin yaygın olduğu hizmet sektöründe çalışanların karşılaştığı belirli zorlukları ve sorunları belirlemeye yardımcı olabilir. Bu, işverenlerin katı görünüm yönergelerini nasıl dayattığını ve bunun işçilerin üzerinde nasıl bir baskı oluşturabileceğini fark etmeleri açısından önemli bir çalışmadır.

Ayrıca araştırma, estetik emek endüstrisindeki işçilerin çalışma koşullarını ve haklarını iyileştirmeyi amaçlayan politikalar ve düzenlemelere gidilmesi konusunda dikkat çekebilir.

Araştırma ayrıca konu hakkında farkındalık yaratmaya ve estetik emeğin anlamı ve değeri hakkında daha yapıcı konuşmaları teşvik etmeye hizmet etmektedir.

Sonuç olarak, estetik emek üzerine araştırma yapmak, bu tür işlerin doğasını ve sonuçlarını anlamak ve aynı zamanda sektördeki işçilerin karşılaştığı belirli sorunları belirlemek ve ele almak için çok önemlidir. Ayrıca çalışanların çalışma koşullarını ve haklarını iyileştirmeyi amaçlayan politika ve düzenlemeleri bilgilendirebilir ve bu konuda farkındalığın artmasına katkıda bulunabilir.

3.2. Araştırmanın Modeli



Araştırmanızın konusu olan estetik emek, kişilerin statik görünüm ve eylemsel tavırlarının bir araya gelmesiyle oluşur. Statik görünüm, kişilerin kıyafet stilini, bedensel özelliklerini, uniformalarını, iş kıyafetlerini ve etnik kökenlerini kapsayan bir alandır. Sözlü ve sözlü olmayan üsluplar ise kişilerin ses tonu, şiveleri, ses ötesi denilen konuşurken duraksamaları gibi unsurları içerir.

Bu iki üslup, estetik emeğin oluşmasında önemli bir rol oynar. Araştırmanızın odak noktası olan estetik emek, bireysel performansa ve örgütsel sinizme etkisi incelenmektedir. Bu bağlamda, estetik emeğin bireysel performansa nasıl etki ettiği ve örgütsel sinizme karşı nasıl bir koruma sağladığı araştırılmaktadır.

Estetik emek, bir kişinin fiziksel görünümü ve davranışlarına işverenler tarafından müdahale edilmesidir. Bu durum, kişinin diğer insanlarla etkileşiminde önemli bir rol oynar. Kişiler, estetik emeklerinin farkında olmasalar bile, başkaları tarafından değerlendirilir ve bu değerlendirme, iş performansına etki edebilir. Bu nedenle, estetik emeğin bireysel performansa olan etkisi araştırılması önemlidir.

Ayrıca, estetik emek, örgütsel sinizmi etkileyebilir. Örgütsel sinizm, çalışanların örgüte ve işlerine yönelik duydukları güvensizlik ve memnuniyetsizliktir. Estetik emek, çalışanların bedenlerinin kullanılması sonucu ortaya çıkan tükenmişlik duygusuyla alakalıdır. Bu durumda çalışanların estetik emeğe maruz kalmasıyla örgütsel sinizm düzeyleri artabilir.

3.3. Hipotezlerin Geliştirilmesi

H1: Çalışanların üzerindeki estetik emek olgusunun örgütsel sinizm üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Hizmet sektörü çalışanları genellikle müşteriyle karşı karşıya gelerek çalışmaktadır. Bu tezin örneklemini içerisinde olan hizmet sektörü çalışanları müşterilerle birebir görüşme yapmaktadırlar. Firmalar tarafından çalışanların iyi bir karşılama, güler yüz, hoş gözükme gibi görünüşlerine karışılması söz konusudur. Bu durum çalışan üzerinde sürekli bakımlı olmalıyım, güzel gözükmeliyim kaygısını oluşturmaktadır. Çalışanların bu kaygıları birbirleri ile de rekabete sürüklemektedir. Zaman içerisinde bu baskı, müdahaleler ve rekabet şirket içerisinde olumsuz davranışlara ve çalışanların örgüte karşı olumsuz duygular beslemesine sebep olabilmektedir.

H2: Çalışanların üzerindeki estetik emek olgusunun bireysel performansa pozitif etkisi vardır.

Performans çalışanların işlerini yerine getirmek için harcadığı çaba olarak tanımlanabilir. Çalışanların performansları ve değerlendirilmesi, performans artırma yolları yöneticiler için önemlidir. Bireysel performans da çalışanların örgütün amaçları doğrultusunda kullandığı yetkinlikleridir.

Çalışanların kurumun imajını ve kimliğini yansıtmaları için iyi görünmelerinin birçok sebebi bulunmaktadır. Ancak liderlerin çalışanların kıyafet ve duruşlarına müdahale etmeleri, kişinin performansını olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, liderlerin bu tür müdahalelerinin dikkatli bir şekilde yapılması ve çalışanların özgünlüklerinin ve kişisel tarzlarının korunmasına özen gösterilmesi önemlidir.

H3: Çalışanların iş yerindeki görevleri değiştikçe estetik emek oranları da değişmektedir.

Bu hipotez, çalışanların iş yerindeki pozisyonlarına göre estetik emek yükü oranlarının değiştiğini savunmaktadır. Kişilerin çalıştıkları pozisyona göre dış görünüşlerine dikkat etme oranları ve üzerindeki baskılar değişecektir. Bu değişiklik de pozisyonlar arası estetik emek oranının da değiştiği anlamına gelmektedir.

H4: Kadın hizmet sektörü çalışanları, erkeklere kıyasla daha fazla estetik emek yükü altındadırlar.

Hipotez, kadınların hizmet sektöründe çalışanlarının erkeklere kıyasla daha fazla estetik emek yükü altında olduğunu iddia eder. Bu hipotez, kadınların toplumda ve iş dünyasında erkeklerden farklı algılandığı ve bu algıların kadınların iş performansı üzerinde etkili olduğu gerçeğinden yola çıkar. Kadınların iş yerindeki görünüşleri, davranışları ve ses tonları, erkeklerin aksine daha sıkı bir inceleme ve değerlendirmeye tabi tutulabilir. Bu nedenle, kadın çalışanlar estetik emeğe daha fazla maruz kalabilirler.

H5: Eğitim seviyesi arttıkça estetik emek yükü de artmaktadır.

Hipotezler arasında yer alan "Eğitim seviyesi arttıkça estetik emek yükü de artmaktadır" ifadesi, çalışanların eğitim seviyeleri ile estetik emek yükleri arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Çalışanların eğitim seviyelerinin artmasıyla birlikte, genellikle daha farklı algılama, yorumlama ve çözümlenme yetenekleri kazanırlar. Bu durum, iş yerinde çalışanların işleriyle ilgili olarak daha fazla bilinçlenmelerine, işin gerekliliklerini daha iyi

anlamalarına ve daha fazla yaratıcılık gerektiren işlerde daha fazla özveri göstermelerine neden olabilir.

Ancak, aynı zamanda bu farkındalık da çalışanların estetik emek yüklerinin daha fazla farkına varmalarına sebep olabilir. Özellikle estetik emeğin gerektiği işlerde çalışanlar, sürekli olarak kendilerini daha iyi bir şekilde sunmak ve çalıştıkları iş yerindeki beklentileri karşılamak için daha fazla çaba harcamak zorunda kalabilirler. Bu da tükenmişlik duygusunun daha çok hissedilmesine neden olabilir.

H6: Hizmet sektörü çalışanlarının yaşlarına göre estetik emek yükü değişmektedir.

Bu hipotez, genç çalışanların estetik emeğe daha fazla maruz kaldığını varsayarak yaş faktörünün estetik emek üzerindeki etkisini inceler. Yaş faktörünün estetik emek kullanımında farklılıklar yaratabileceği düşünülmektedir.

3.4. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evreni, hizmet sektöründe çalışan tüm bireyleri kapsamaktadır. Hizmet sektörü, insanlar arasındaki ilişkilerin ön planda olduğu bir sektördür. Bu sebeple, çalışanların memnuniyeti, motivasyonu ve iş performansı gibi konular, hizmet sektöründe oldukça önemlidir.

Örneklem grubu olarak, hizmet sektöründe farklı pozisyonlarda çalışanlar ele alınmıştır. Katılımcıların çoğunluğu banka ve satış alanlarında çalışanlardan oluşmaktadır. Satış temsilcileri, müşterilerle doğrudan ilişki halinde olan, ürün ve hizmetlerin satışını gerçekleştiren bireylerdir. Banka çalışanları ise finansal işlemlerin yapıldığı, müşterilerle yüz yüze iletişim kurulan bir sektördür.

Seçilen örneklem grubundaki hizmet sektörü çalışanlarına anket uygulanmıştır. Anket, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak online site (surveey.com) üzerinden uygulanmıştır.

Kolayda örnekleme yöntemi, araştırmada kullanılan örnekleme yöntemlerinden biridir. Bu yöntemde, örneklem grubuna kolaylıkla ulaşılabilecek bireyler seçilir. Bu sebeple, araştırmacılar genellikle online anketler veya yüz yüze görüşmeler gibi yöntemler kullanır. Online site üzerinden anket uygulaması, hızlı ve etkili bir yöntem olduğu için tercih edilmiştir.

3.5. Veri Toplama Araçları

Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır çünkü bu yöntem, çalışanların estetik emek olgusunun örgütsel sinizm ve bireysel performans üzerindeki etkisini daha doğru ve sistematik bir şekilde anlamamızı sağlamaktadır.

Anket formu, estetik emeği ölçmek için Shenk-Hshiung Tsaur ve His-Ying Hsieh'in 2020 yılında yayınladığı çalışmadaki estetik emek ölçeği kullanılarak oluşturulmuştur. Örgütsel sinizm ölçeği için ise Gamze Kalağan'ın 2009 yılında yaptığı tez çalışmasındaki ölçek kullanılmıştır. Her iki ölçek de 5'li Likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır.

Anket yöntemi, diğer veri toplama yöntemlerine göre daha fazla kişiye daha hızlı bir şekilde ulaşabilmemizi sağlamaktadır. Bu nedenle, bu yöntem tercih edilmiştir. Anketler, çeşitli işletmelerde çalışanlara link bağlantısı dağıtılarak veriler toplanmış ve SPSS programında regresyon analizi kullanılarak değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, estetik emeğin bireysel performans ve örgütsel sinizm üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik önemli bir araştırmadır. Elde edilen veriler, işletmelerin çalışanlarını daha iyi anlamalarına ve onlara yönelik politikalarını belirlerken estetik emeğin önemini ve etkilerini göz önünde bulundurmalarına yardımcı olacaktır. Bu çalışmanın sonuçları, işletmelerde çalışanların verimliliğini ve memnuniyetini artırmak için kullanılabilir ve böylece işletmelerin başarısını da olumlu yönde etkileyebilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde, araştırmanın sonucunda elde edilen verilerin analizi yapılmıştır. Veriler faktör analizi sonuçlarına göre incelenmiş ve ölçeklerin güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Ayrıca, hipotezlerin test edilmesi için regresyon analizi yapılmıştır ve bulgular bu bölümde sunulmuştur.

Tablo 4

Katılımcıların Demografik Verileri

Değişkenler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	72	%46,2
	Kadın	84	%53,8
Yaş	18-25	29	%18,6
	26-32	54	%34,6
	33-39	36	%23,1
	40-47	28	%17,9
	48-55	9	%5,8
Eğitim Durumu	İlkokul	4	%2,6
	Lise	12	%7,7
	Önlisans	15	%9,6
	Lisans	86	%55,1
	Lisansüstü	39	%25,0

Aylık Gelir Durumu	5500 ve altı	14	%9,0
	5001-6500	19	%12,2
	6501-7500	16	%10,3
	7501-8500	32	%20,5
	8501-9500	12	%7,7
	9501-10500	17	%10,9
	10501 ve üzeri	46	%29,5

Yukarıdaki tabloda ankete katılan kişilerin cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim durumu bilgileri yer almaktadır.

Katılımcıların %53.8'i kadınlardan oluşmaktadır. Ankete katılan kadın sayısı daha fazla olmasına rağmen oranlar birbirine yakındır.

Tabloya göre ankete katılan 156 kişinin yaş aralıkları beş kategoriye ayrılarak gruplandırılmıştır. Katılımcıların çoğunun yaş aralığı %34.6 oranı ile 26-35 yaş arasındadır.

Tabloda eğitim durumu incelendiğinde katılımcıların çoğunun %55.1 oranıyla lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Yine aynı tablo da katılımcıların gelir düzeyleri incelendiğinde %29.5 oranıyla 10501TL ve üzeri seçilerek çoğunluğun gelir düzeyi en yüksek gelir düzeyiyle oluşmaktadır. (Çalışma yapıldığında asgari ücret 5500TL'dir).

Tablo 5

İş yerindeki görevlerine ilişkin ANOVA testi

ANOVA

estetik_emek_ortalama

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	18,838	13	1,449	1,286	,228
Within Groups	159,960	142	1,126		
Total	178,798	155			

Bu tablo, estetik emek kullanımının farklı meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını incelemek için yapılan bir ANOVA analizini göstermektedir. Tablolar incelendiğinde, ankete katılan 156 kişi içinde en fazla sayıda, 101 kişi ile satış temsilcisi pozisyonunda çalışanlar ve 18 kişi ile bankada yönetici pozisyonunda çalışanlar olduğu görülmektedir. Ayrıca, 14 kişi de banka çalışanı pozisyonunda yer almaktadır.

ANOVA sonuçlarına göre, gruplar arasındaki farkın ölçüldüğü "Between Groups" satırlarındaki toplam kareler 18.838, serbestlik derecesi (df) 13 ve ortalama kareler 1.449'dir. Gruplar içindeki değişkenliği yansıtan "Within Groups" satırlarındaki toplam kareler 159.960 ve df 142'dir. Toplam karelerin (Total) değeri 178.798'dir.

Bu sonuçlara göre, gruplar arasındaki farkın açıkladığı değişkenlik oranı (mean square between groups/mean square within groups) 1.286 ve F değeri bu oranın anlamlılığını test etmek için kullanılan istatistiksel bir ölçüdür. F değeri 1.286 ve p değeri (Sig.) 0.228'dir. Bu sonuçlar, gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığını gösterir ($p > 0.05$).

4.1. Faktör Analizi

Tablo 6

Değişkenlere Ait Ölçeklerin Faktör Analizi ve Sahip Olduğu Faktör Yüklü Değerleri

İfadeler	Faktör Yüklü Değerleri
Estetik Emek	
Çalışırken, şirketin giyim ve dış görünüşle ilgili düzenlemelerini yerine getirmem gerekiyor.	,755
Çalışırken her zaman iyi konuşmalar ve davranışlar sergilemeliyim	,816
Şirketin gerektirdiği estetik standartları yakalamak için estetik eğitim kurslarına katılmak zorundayım.	,485
Çalışırken, iç denetçilerin ve meslektaşlarımla estetik denetimi beni strese sokar.	,639
Çalışırken şirketin estetik gereklerini yerine getiremeyeceğimden ve cezalandırılacağımdan endişelenirim.	,836
Çalışırken, firmanın estetik gereklerini yerine getirmediğim için müşteriler tarafından şikayet edileceğimden endişelenirim.	,766
Çalışırken profesyonel bir imaj sergilemem ve kurumsal imajı aktarmam gerekiyor.	,690
Kıyafetlerimi ve dış görünüşümü uygun bir estetik statü sunabilmek için düzenlemek için mesai saatleri dışında zaman harcamak zorunda kalıyorum.	,744
Şirketin estetik gereksinimlerini karşılamak için vücut şeklimi korumaya çalışmalıyım.	,744
Örgütsel Sinizm	

Çalıştığım kurumda, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum.	,789
Çalıştığım kurumun politikaları, amaçları ve uygulamaları arasında çok az ortak bir yön vardır	,767
Çalıştığım kurumda, bir uygulamanın yapılacağı söyleniyorsa, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda kuşku duyarım.	,805
Çalıştığım kurumda, çalışanlardan bir şey yapması beklenir, ancak başka bir davranış ödüllendirilir.	,722
Çalıştığım kurumda, yapılacağı söylenen şeyler ile gerçekleşenler arasında çok az benzerlik görüyorum.	,754
Çalıştığım kurumu düşündükçe sinirlenirim.	,905
Çalıştığım kurumu düşündükçe hiddetlenirim.	,921
Çalıştığım Kurumu düşündükçe gerilim yaşarım	,893
Çalıştığım kurumu düşündükçe içimi bir endişe duygusu kaplar.	,852
Çalıştığım kurum dışındaki arkadaşlarıma, işte olup bitenler konusunda yakınırım.	,784
Çalıştığım kurumdan ve çalışanlarından bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım kişilerle anlamlı bir şekilde bakışırız.	,706
Başkalarıyla, çalıştığım kurumdaki uygulamaları ve politikaları eleştiririm.	,834
Başkalarıyla, çalıştığım kurumdaki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum.	,763
Bireysel Performans	
Ürünleri yüksek kar marjı ile satabiliyorum.	,639
Yüksek miktarda satış hacmine ulaşıyorum.	,782

Firmanın yeni çıkardığı ürünleri de oldukça hızlı şekilde satabiliyorum.		,718
Firmanın pazar payının artmasına katkı sağlıyorum.		,738
Belirlenen satış hedeflerini aşıyorum.		,778
Büyük müşterileri bulmak ve onlara satış yapmak konusunda başarılıyım.		,795
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3257,092
	Sig.	,000

Estetik emek ölçeğinde 1, 2, 7, 8 ve 9. maddelerin anlamlılığını korumadığı tespit edilmiştir ve bu maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Örgütsel sinizm ölçeğinde ise 7 ve 8. maddelerin anlamlı bulunmadığı görülmüştür ve bu maddeler de ölçekten çıkarılmıştır. Bireysel performans ölçeğinde ise bütün maddelerin anlamlılığını koruduğu tespit edilmiş ve herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Bu bulgular, hipotezlerin test edilmesi ve sonuçların çıkarılması için önemlidir ve bu bölümde sunulmaktadır.

4.2. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, bir ölçme aracının güvenilirliğini değerlendirmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Bu analiz yöntemi, ölçme aracının tutarlılığı ve güvenilirliği hakkında bilgi sağlar. İç tutarlılık ve test-tekrar test güvenilirliği, güvenilirlik analizinde sıklıkla kullanılan ölçütlerdir. İç tutarlılık, aynı testteki farklı sorular arasındaki ilişkiyi gösterirken, test-tekrar test güvenilirliği, aynı testin farklı zamanlarda uygulandığında sonuçların benzer olup olmadığını değerlendirir.

Güvenilirlik analizi için çeşitli istatistiksel yöntemler mevcuttur. Bunlar arasında test-tekrar test, Cronbach alfa katsayısı, Guttman skalası ve split-half yöntemi yer alır. Bu analizler, ölçme aracının tutarlılığı ve güvenilirliği hakkında fikir vermekte ve sonuçların doğru bir şekilde yorumlanması için önemlidir. Sonuç olarak, güvenilirlik analizi, bir ölçme aracının ne kadar güvenilir olduğunu değerlendirmek için önemli bir araçtır

Tablo 7

Değişkenler İçin Ölçülen Güvenilirlik Değerleri

Değişkenler	İfade Sayısı	Cronbach Alpha
Estetik Emek	4	,778
Örgütsel Sinizm	13	,945
Bireysel Performans	6	,924

Bu veriler, ölçülen değişkenler arasındaki güvenilirliğin yüksek olduğunu göstermektedir. Cronbach Alpha katsayıları, her bir değişken için yeterli düzeyde yüksek olduğundan, ölçümlerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Estetik emek için Cronbach Alpha katsayısı 0.778, Örgütsel sinizm için 0.945 ve Bireysel performans için 0.924 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, bu ölçümlerin tekrarlanabilir olduğunu ve doğru sonuçlar verdiğini göstermektedir.

Örgütsel sinizm değişkeni için 13 ifade kullanıldığından, bu ölçümün yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, estetik emek ve bireysel performans değişkenleri için daha az sayıda ifade kullanıldığından, bu ölçümlerin iç tutarlılığı biraz daha düşük olabilir. Ancak, her iki değişken de yine de yüksek bir iç tutarlılık seviyesine sahiptir.

Sonuç olarak, bu verilerin güvenilirliği yüksektir ve bu ölçümlerin gelecekteki araştırmalar için kullanılabilir olduğunu göstermektedir.

4.3. Korelasyon Analizi

Tablo 8

Korelasyon Analizi

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
Estetik Emek	2,8758	1,06957
Örgütsel Sinizm	2,7496	1,05832
Bireysel Performans	3,7613	,89532

Bu sonuçlara göre, katılımcıların estetik, sinizm ve performans ortalama puanlarının sırasıyla 2.8758, 2.7496 ve 3.7613 olduğu görülmektedir. Estetik puanlarının standart sapması 1.06957, sinizm puanlarının standart sapması 1.05832 ve performans puanlarının standart sapması 0.89532 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, ölçümlerin geniş bir dağılım gösterdiğini gösterir. Performans ortalama puanının diğer iki ölçüme göre daha yüksek olduğu da dikkat çekicidir.

Tablo 9

Değişkenlere Ait Korelasyon Değerleri

Değişkenler	1	2	3
1 Estetik Emek	1	,298**	,062
2 Örgütsel Sinizm	,298**	1	-,025
3 Bireysel Performans	,062	-,025	1

	** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
	* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Bu korelasyon matrisi, "estetik-emek", "örgütsel-sinizm" ve "bireysel-performans" değişkenleri arasındaki ilişkileri ölçmek için kullanılmıştır. Her bir değişken arasındaki Pearson korelasyon katsayısı, iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü (pozitif veya negatif) ve gücünü (0 ile 1 arasında) belirler. Tablo, "estetik-emek" değişkeninin "örgütsel-sinizm" ile pozitif ve orta güçlü bir korelasyona sahip olduğunu gösterirken, "bireysel-performans" değişkeni ile neredeyse hiç korelasyon göstermediği görülmektedir. Ayrıca, tüm değişkenler arasında anlamlı ($p < 0.05$) bir korelasyon olduğu görülmektedir, ancak "estetik-emek" ve "örgütsel-sinizm" arasındaki korelasyon "bireysel-performans" ile olan korelasyona göre daha yüksektir. Bu sonuçlar, bu üç değişken arasındaki ilişkileri anlamak ve daha fazla araştırma yapmak için bir başlangıç noktası sağlar.

Tablodaki veriler incelendiğinde estetik emek değişkeninin bireysel performans değişkeni ile anlamlı bir ilişkiye sahip olmadığı görülmektedir ($r=0,062, p>0,05$). Bu nedenle estetik emek ile bireysel performans arasında ilişki olmadığı söylenebilir. Ancak estetik emek değişkeni, örgütsel sinizm değişkeni ile anlamlı pozitif bir ilişkiye sahiptir ($r=0,298, p<0,01$). Yani estetik emek arttıkça örgütsel sinizm düzeyi de artmaktadır. Bu ilişki, istatistiksel olarak anlamlıdır ve 0,01 anlamlılık düzeyinde ($p<0,01$) görülmüştür.

4.4. Hipotezlerin Test Edilmesi

Tablo 10

Bağımlı Değişkenlerin Estetik Emek Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi

Bağımlı Değişkenler	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
Örgütsel Sinizm	,298	3,860	,000
Bireysel Performans	,062	,770	,442
F= 7,861 R ² = ,094 Sig.= ,001			
a. Bağımsız Değişken: Estetik Emek			

Bu tabloda, bireysel performans değişkeninin estetik emek değişkeni ile olan ilişkisi incelenmiştir. Regresyon analizi sonucunda, estetik emek değişkeninin bireysel performans değişkeni üzerindeki etkisinin çok zayıf olduğu görülmüştür. Buna göre, estetik emeğin bireysel performansı etkilemedeki rolü düşük ya da ihmal edilebilir düzeydedir. Ancak modelin sabit katsayısı olan 3,614, t-testi sonucunda anlamlı bulunmuştur (t=17,680, p<0,001).

Aynı tabloda, estetik emeğin örgütsel sinizme olan etkisi de yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda, estetik emeğin örgütsel sinizm üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmüştür. Estetik emek kullanımı arttıkça, örgütsel sinizm düzeyi de artmaktadır. Analizin sabit kat sayısı da anlamlı bulunmuştur.

Tablo 11

T-Test Analizi

		Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
es te ti k - or ta la m a	Eq ual var ian ces ass um ed	1,200	,275	,643	154	,521	,11111	,17282	-,23029	,452	
	Eq ual var ian ces not ass um ed			,640	146	,523	,11111	,17370	-,23216	,45438	

Bu tablo, iki bağımsız örneklem arasındaki estetik ortalamalarının karşılaştırılması için yapılan Levene's Test for Equality of Variances ve t-test for Equality of Means'in sonuçlarını göstermektedir.

Levene's testi, varyansların eşit olup olmadığını test eder ve sonuçlar 0,275 p değeri ile anlamlı değildir. Bu da varyansların eşit olduğunu gösterir.

T-testi, eşit varyans varsayımı altında ve varyansların eşit olmayan olduğu durumda iki farklı sonuç verir. Eşit varyans varsayımı altında ($df=154$, $t=0.643$, $p>0,05$), estetik ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığını gösterir. Varyansların eşit olmayan

olduğu durumda ($df=146.885$, $t=0.523$, $p>0,05$), yine estetik ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığını gösterir.

Bu sonuçlara göre, iki cinsiyet arasındaki estetik ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı söylenebilir.

Tablo 12

Ki-Kare Gelir

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	92,133 ^a	96	,593
Likelihood Ratio	110,046	96	,155
Linear-by-Linear Association	6,861	1	,009
N of Valid Cases	156		

a. 118 cells (99,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,23.

Bu sonuçlar, gelir ve estetik emek arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını gösteriyor. Pearson Chi-Kare testi, 92.133 gibi yüksek bir değer verirken, serbestlik derecesi 96 ve 2 yönlü asimptotik anlamlılık değeri 0.593 olarak hesaplanmıştır. Benzer şekilde, İhtimal Oranı testi de benzer bir sonuç verirken, Linear-by-Linear Association testi ise zayıf bir ilişki olduğunu gösteriyor.

Tablo 13

Ki-Kare Yaş

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	57,51	64	,703
Likelihood Ratio	66,48	64	,392
Linear-by-Linear Association	,930	1	,335
N of Valid Cases	156		

a. 83 cells (97,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

Bu sonuçlar, iki değişken arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını gösteriyor. Pearson Chi-Kare testi, 57.519 gibi bir değer verirken, serbestlik derecesi 64 ve 2 yönlü asimptotik anlamlılık değeri 0.703 olarak hesaplanmıştır. Benzer şekilde, İhtimal Oranı testi de benzer bir sonuç verirken, Linear-by-Linear Association testi ise zayıf bir ilişki olduğunu gösteriyor.

Veri sonuçları incelendiğinde H1 hipotezi estetik emeğin örgütsel sinizm üzerinde pozitif etkisi analizler görüldüğü için doğrulanmıştır. H2 hipotezine baktığımızda veri sonuçlarına göre hipotez reddedilmiştir. Estetik emeğin bireysel performansa etkisi üzerinde anlamlı sonuç çıkmadığından dolayı hipotez reddedilmiştir. H3 hipotezi incelendiğinde ANOVA analizi sonuçlarına baktığımızda iş yeri görevleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bu hipotezde reddedilmiştir. H4 hipotezi t-test sonuçlarına göre kadınlar ve erkekler arasındaki estetik emeğe yönelik istatistiksel olarak anlamlı değildir. Yani kadınlar ve erkekler arasında estetik emek bakımından anlamlı bir fark yoktur. Sonuçlara göre H4 hipotezi de reddedilmiştir. H5 için ki kare verileri incelendiğinde gelir seviyesi ile estetik emek yükü arasında anlamlı bir ilişki olmadığı

anlaşılmasıdır. Bu sonuca göre bu hipotez de reddedilmiştir. H6 hipotezini incelemek için ki kare analiz sonuçlarına bakıldığında yaşlara göre estetik emek yükünde bir farklılık olmadığı ($p>0.05$) sonucu çıkmaktadır. Bu hipotez de reddedilmiştir.

Çeşitli çalışmalar hipotezlerin farklı sonuçlara göre değerlendirilmesini ortaya koymaktadır. Hancock ve Tyler (2007) çalışması, kadın çalışanların örgütsel performansın estetiği açısından daha fazla baskı altında olduğunu ve bu baskının olumsuz bir etki yarattığını göstermektedir. Warhurst ve Nickson (2007) çalışması ise estetik emek sürecinin cinsiyet, yaş ve sosyoekonomik statü gibi faktörler tarafından da etkilendiğini ortaya koymaktadır. Katırcıoğlu'nun (2017) tez çalışması, Türkiye'deki beş yıldızlı otellerde çalışan kadınların estetik emekleri ile tükenmişlik arasındaki ilişkiyi araştırmış ve kadınların estetik emeklerinin tükenmişliğe neden olduğunu bulmuştur. Genç (2018) tez çalışması, restoran zincirlerinde çalışanların duygusal ve sosyal yetkinliklerinin estetik emek üzerindeki etkisini araştırmış ve duygusal ve sosyal yetkinliklerin estetik emek performansına olumlu bir etki sağladığını ortaya koymuştur. Payne ve Gruys (2018) tarafından yapılan araştırma ise yoga eğitmenlerinin duygusal ve estetik emek harcadıklarını ve bu emeklerin iş stresi ve müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ

Estetik emek ile ilgili yapılan bu çalışmada surveey.com internet sitesi üzerinden hizmet sektörü çalışanlarına uygulanan anket verileri değerlendirilmiştir. Estetik emeğin örgütsel sinizm ve bireysel performansa etkisi incelenmiştir. Verileri değerlendirmek amacıyla SPSS programında estetik emek ve örgütsel sinizm ilişkisine bakmak için Regresyon Analizi kullanılmıştır. Aynı şekilde estetik emeğin bireysel performansa etkisini incelemek için Regresyon Analizi kullanılmıştır.

Yapılan tez çalışması, estetik emek kullanımının bireysel performansa etkisinin olmadığı ancak örgütsel sinizm üzerinde etkili olduğu sonucuna varmıştır. Estetik emek kullanımı, iş görevlerinin sadece işin gereksinimleri doğrultusunda yerine getirilmemesi, aynı zamanda işin görsel olarak daha cazip hale getirilmesini içeren bir yaklaşımdır.

Bu çalışma, bireysel performans ile estetik emek kullanımı arasında doğrudan bir ilişki olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, estetik emek kullanımının örgütsel sinizm üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Örgütsel sinizm, iş yerinde olumsuz duygusal tepkilerin gösterilmesi, iş yerindeki insanlar ve iş ortamına yönelik olumsuz tutumların sergilenmesi gibi davranışları ifade eder.

Bu sonuçlar, estetik emek kullanımının bireysel performansa doğrudan bir etkisinin olmadığı, ancak örgütsel sinizm üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar çalışanların görünüşleri ile ilgili baskının iş yerindeki performanslarını etkilememesine rağmen şirkete karşı olumsuz düşünceler beslemelerini etkilediği anlamına gelmektedir. İşletmeler örgütsel sinizmi azaltan çözümler bulurken estetik emek kullanımını da göz önünde bulunarak baskıyı azaltmaya yönelik politikalar geliştirmelidir.

Estetik emek özellikle otelcilik, müşteri hizmetleri ve perakende gibi sektörlerde yaygın bir sorun haline gelmektedir. Bu tip estetik emeği "sunum işi" olarak da söylemek doğru olabilir ve çalışanlar için özellikle zor olabilir, çünkü gerekli görünümü sürdürmek için zaman ve para harcamak gereklidir. Örneğin, bazı işverenler, kadın çalışanların makyaj yapmasını veya belirli bir saç tarzına sahip olmasını isteyebilir iken, diğerleri belirli giysi parçalarını veya dövme/yasaklanmasını öngörebilir. Bu uygulama, birçok etik sorunu ortaya çıkarır. Öncelikle, bu kimi kişileri, örneğin engelliler veya farklı kültürel

kökenlere sahip olanları, ağır bir şekilde etkileyebilir ve bu yüzden ayrımcılığa maruz kalabilirler. Ayrıca, kişinin özgürlüğünü de ihlal edebilir. Bu durumlar çalışanların ruhsal ve fiziksel sağlığı üzerinde olumsuz etkileri olabilecektir. Belirli bir görünümü sürdürmek için baskı yaratabilir ve stres ve anksiyeteye neden olabilir. Kullanılan bazı ürünler, örneğin saç boyaları veya makyaj, cilt irritasyonları veya alerjik reaksiyonlarına neden olabilir. Bu sorunları çözmek için işverenlerin çalışanlarının özgürlüğüne ve çeşitliliğine saygı gösteren politikalar benimsemeleri önemlidir.

Sonuç olarak estetik, kişilerin kendine saygı, güven ve ifade etme duygularından önemli bir rol oynayan değerli bir kavramdır. Ancak işyerlerinde çalışanlar üzerinde baskı oluşturulmasıyla genellikle çalışanları değersizleştirir ve fiziksel ve zihinsel olarak meşakkatli olabilir. Birçok işveren çalışanlarına sıkı görünüm kuralları koymakta ve çalışanlar genellikle belirli bir güzellik ve bakım standartlarına uymak zorunda kalmaktadır. Bu uygulama, ayrımcılık ve kişisel özgürlüğün ihlali gibi birçok etik sorunu ortaya çıkarır ve çalışanların ruhsal ve fiziksel sağlığı üzerinde olumsuz etkileri olabilecektir. Bu sorunları çözmek için, işverenlerin çalışanlarının özgürlüğüne ve çeşitliliğine saygı gösteren politikalar benimsemeleri ve çalışanların sağlığını olumsuz etkilemeyecek eğitim ve kaynaklar sağlamaları önemlidir.

Estetik emek sorununu çözmek ve gelecek çalışmalara ışık tutmak için yapılabilecek öneriler şunlardır: Öncelikle, işverenler, görünüm kurallarını adil, ayrımcılık yapmaksızın ve çalışanların özgürlüğünü saygı gösterir şekilde gözden geçirmeli ve revize etmelidir. Bu, görünüm standartlarında esneklik sağlamak ve gerekli herhangi bir ayar için destek sunmak için olabilir. İkincisi, işverenler, görünümleri hakkında bilinçli kararlar vermeleri için çalışanlar için eğitim ve kaynak sağlamalıdır. Bu, belirli ürünler veya uygulamalarla ilgili sağlık riskleri ile ilgili bilgileri ve kişisel iyiliğini zedelememek için nasıl profesyonel bir görünüm elde edebileceklerine dair rehberlik içerebilir.

Ayrıca, estetik emek, işçilerin sağlık ve iyilik durumu üzerindeki etkisi hakkında daha fazla araştırma yapılması gerekir.

Son olarak, estetik emeğin değerini tanımak ve onu yapanlar için adil ücret ve iş koşullarını desteklemek önemlidir. Bu, farkındalık yaratmak ve tüketicileri çalışanların iyiliği ve haklarını önceleyen şirket ve markaları desteklemeye teşvik etmekle gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Andersson, L. M., & Bateman, T. S. (1997). Cynicism in the workplace: Some causes and effects. *The Journal of Organizational Behavior*, 18, 449-470.
- Başçı, E. (2019). Modern Agoraların Işıltılı Yüzü: Estetik Emek. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi Humanitas*, 7(14), 222-242.
- Balay, R., Kaya, A., & Cülhaoğlu, A. (2013). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Sinizm İlişkisi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2), 123-144.
- Bayrakçı, O., & Kurt, P. (2021). Çalışma Yaşamında Emeğin Yeni Görünümü: Dijital Emek. *International Management and Social Research Conference*, 1, 317-321.
- Bayram, L. (2006). Geleneksel Performans Değerlendirme Yöntemlerine Yeni Bir Alternatif: 360 Derece Performans Değerlendirme. *Sayıştay Dergileri*, 62, 47-65.
- Brandes, P., Castro, L., James, M. S. L., Martinez, A. D., Matherly, T. A., Ferris, G. R., & Hochwarter, W. A. (2008). The interactive effects of job insecurity and organizational cynicism on work effort following a layoff. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 14, 233-247.
- Coşar, S., Polat, M., & Türköz, T. (2013). Çalışanların Örgütsel Güven ve Sinizm Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Rolü. *Yönetim ve Ekonomi*, 20(2), 285-302.
- Çetin, E. (2009). Çalışma Yaşamında Bedenin Değişen Görünümü. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 73-83.
- Dean, J. W., Brandes, P., & Dharwadkar, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management Review*, 23(2), 341-352.
- Demirci Katrancı, M. (2021). Estetik ve Güzellik Kavramlarının Tarihsel Gelişimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (26), 29-44.
- Durrah, O., Chaudhary, M., & Gharib, M. (2019). Organizational Cynicism and Its Impact on Organizational Pride in Industrial Organizations. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 16.

- Ekinci, M. (2019). Dijital Emek ve Yabancılaşma. (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul).
- Featherstone, M. (1994). The body in consumer culture. In M. Featherstone, M. Hepworth, & B. S. Turner (Eds.), *The body: Social process and cultural theory* (pp. 170-196). London: Sage.
- Kalağan, G. (2009). Araştırma görevlilerinin örgütsel destek algıları ile örgütsel sinizm tutumları arasındaki ilişki. [Master's thesis, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya].
- Genç, V. (2018). Duygusal ve sosyal etkinliklerin estetik emek üzerine etkisi: Bir restoran zinciri örneği. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gimlin, D. (2007). What is 'Body Work'?. A review of the literature. *Sociology Compass*, 1(1), 353-370.
- Gueguen, N. (2011). Brief report: Women's hair color and donations: Blonds receive more money. *North American Journal of Psychology*, 13(3), 367-372.
- Hancock, P., & Tyler, M. (2007). Un/doing gender and the aesthetics of organizational performance. *Gender, Work & Organization*, 14(6), 512-533.
- Hamermesh, D. S., & Biddle, J. E. (1994). Beauty and the labor market. *American Economic Review*, 84(5), 1174-1194.
- İraz, R., & Akgün, Ö. (2011). Örgütsel Bağlılığın Çalışan Performansı Üzerine Etkilerini Ölçmeye Yönelik Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1-2), 201-224.
- Jenkins, R. (2002). Pierre Bourdieu. London: Routledge.
- Kalağan, G. (2009). Araştırma görevlilerinin örgütsel destek algıları ile örgütsel sinizm tutumları arasındaki ilişki. (Yüksek Lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü). Antalya.
- Kalfa Topateş, A. (2015). Tüketim toplumunda tükenen bedenler: Kozmetik reyonu çalışanları ve estetik emek. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 6(2), 32-54.

- Karlsson, J. C. (2011). Looking good and sounding right: Aesthetic labour. *Economic and Industrial Democracy*, 33(1), 51-64.
- Katırcıoğlu, E. (2017). Estetik Emek ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkiler: Beş Yıldızlı Otellerdeki Kadın Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Katırcıoğlu, E., & Tekin, Ö. A. (2021). Examining the relationships between female frontline employees' aesthetic labour and burnout. *Tourism and Hospitality Management*, 27(3), 503-528.
- Kaya, A., & Cülha, A. (2013). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Sinizm İlişkisi. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2), 123-144.
- Kesen, M. (2014). İnsan kaynakları yönetimi uygulamaları ve örgüt kültürünün çalışan performansı üzerine etkileri. [Unpublished doctoral dissertation, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Kethüda, Ö. (2018). Perakende mağazalarında satış temsilcilerinin performansını etkileyen faktörler. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(2), 201-217.
- Koçođlu Sazkaya, M. (2014). Cynicism as a mediator of relations between job stress and work alienation: A study from a developing country – Turkey. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 6(1), 24-36.
- Lynn, M. (2009). Determinants and consequences of female attractiveness and sexiness: Realistic tests with restaurant waitresses. *Archives of Sexual Behavior*, 38(5), 737-745.
- Mantere, S., & Martinsuo, M. (2001). Adopting and questioning strategy: Exploring the role of cynicism and dissent. In 17th EGOS-European Group for Organization Studies Colloquium. Lyon, France.
- Mears, A. (2014). Aesthetic labor for the sociologies of work, gender, and beauty. *Sociology Compass*, 8(12), 1330-1343. doi: 10.1111/soc4.12207
- Nair, P., & Kamalanabhan, T. J. (2010). The impact of cynicism on ethical intentions of Indian managers: The moderating role of seniority. *Journal of International Business Ethics*, 3(1), 14-29.

- Özgen, H., Azim, Ö., & Azmi, Y. (2002). İnsan kaynakları yönetimi. Nobel Kitabevi.
- Özler, D. E., Günsel Atalay, C., & Denizel Şahin, M. (2010). Örgütlerde Sinizm Güvensizlikle mi Bulaşır? *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 47-57.
- Price, M. K. (2008). Fund-raising success and a solicitor's beauty capital: Do blondes raise more funds?. *Economics Letters*, 100(3), 351-354.
- Roscoe, P. (2013). Harcıyorum öyleyse varım. [I spend, therefore I am]. (A. Çavdar, Trans.). Istanbul, Turkey: Ayrıntı. (Original work published 2013)
- Seçer, H. Ş. (2016). Estetik emek: Çalışan kadınlara yönelik ayrımcılığın yeni görünümü. [Aesthetic labor: The new appearance of discrimination against working women]. *Karatahta İş Yazıları Dergisi*, 5, 27-50.
- Styhre, A. (2004). The (re)embodied organization: Four perspectives on the body in organizations. *Human Resources Development International*, 7(1), 101-116.
- Tarlığ, Y. (2006). Performans değerlendirme süreci ile performans değerlendirme sonuçlarının kullanıldığı alanlara karşı çalışan tutumunu belirlemeye yönelik bir araştırma. [A study to determine employee attitudes towards the areas where performance evaluation process and its results are used]. Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tekel, A. (2016). Estetik yargı ve estetik yargıyı etkileyen faktörler. [Aesthetic judgment and factors affecting aesthetic judgment]. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 0(16), 149-157.
- Tokgöz, N. & Yılmaz, H. (2008). Örgütsel sinizm: Eskişehir ve Alanya'daki otel işletmelerinde bir uygulama. [Organizational cynicism: An application in hotel businesses in Eskişehir and Alanya]. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 283-305.
- Tsaur, S.-H. & Hsieh, H.-Y. (2020). The influence of aesthetic labor burden on work engagement in the hospitality industry: The moderating roles of employee attributes. [Journal article]. (No journal name provided), Advance online publication. doi: [insert DOI here if available]
- Tunalı, İ. (2018). Estetik. [Aesthetics]. İstanbul, Turkey: Remzi Kitabevi.

- Tutar, H. & Altınöz, M. (2010). Örgütsel iklimin iş gören performansı üzerine etkisi: Ostim imalat işletmeleri çalışanları üzerine bir araştırma. [The effect of organizational climate on employee performance: A study on Ostim manufacturing businesses employees]. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 195-218.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (2022). Retrieved from <https://sozluk.gov.tr/>
- Tükeltürk, Ş. A., Şahin Perçin, N., & Güzel, B. (2012). Psychological contract breaches and organizational cynicism at hotels. *Revista Tinerilor Economişti (The Young Economists Journal)*, 194-213.
- Warhurst, C., Nickson, D., Witz, A., & Cullen, A. M. (2000). Aesthetic labour in interactive service work: Some case study evidence from the 'new' Glasgow. *Service Industries Journal*, 20(3), 1-18.
- Warhurst, C., & Nickson, D. (2007). Employee experience of aesthetic labour in retail and hospitality. *Work, Employment and Society*, 21(1), 103-120.
- Warhurst, C., & Nickson, D. (2009). "Who's got the look?" Emotional, aesthetic and sexualized labour in interactive services. *Gender, Work and Organization*, 16(3), 385-404.
- Vigarello, G. (2013). *Güzelliğin tarihi*. (Çev. E. Ataçay). İstanbul: Dost Kitabevi.
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik özellikleri ve iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 196-211.
- Yılmaz, Ö. (2021). Emeğin Değişen Yüzü: Dijital Emek Sömürüsü. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 68-78.
- Yürür, S., & Ünlü, O. (2011). Duygusal emek, duygusal tükenme ve işten ayrılma niyeti ilişkisi. *İşGüç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(2), 81-104.
- Yüksel, H. (2014). Emek Kavramının Ortaya Çıkışında Rol Oynayan Tarihi Dönüm Noktalarının Süreç Merkezli Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 257-273.

EKLER



EK 1
ETİK KURUL ONAY



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu
Bilimsel Araştırma Etik Kurulu



Sayı : E-84026528-050.01.04-2200092070
Konu : Başvuru İncelenmesi

29.04.2022

Sayın Ayşe GÜNDOĞAN

Yürütücülüğünüzü yapmış olduğunuz 2022-YÖNP-0397 nolu projeniz ile ilgili Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun almış olduğu 28.04.2022 tarih ve 09/05 sayılı kararı aşağıdadır.

Bilgilerinize rica ederim.

KARAR 05- Sorumlu yürütücülüğünüzü **Dr. Öğr. Üyesi Güngör HACIOĞLU**'nun yaptığı ve proje araştırmacısı **Ayşe GÜNDOĞAN** tarafından gerçekleştirilen "Satış Elemanlarının Estetik Emek Kullanımının Örgütsel Sinizm ve Bireysel Performans Üzerindeki Etkisi" başlıklı araştırmanın, Bilimsel Araştırmalar Etik Kurul ilkelerine **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.



EK 2

ANKET FORMU

	(1=Kesinlikle katılmıyorum), (2= Katılmıyorum), (3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum), (4= Katılıyorum), (5= Kesinlikle katılıyorum) olacak şekilde, ne ölçüde katıldığınızı işaretleyerek değerlendiriniz.	1	2	3	4	5
1	Çalışırken, şirketin giyim ve dış görünüşle ilgili düzenlemelerini yerine getirmem gerekiyor.					
2	Çalışırken her zaman iyi konuşmalar ve davranışlar sergilemeliyim.					
3	Şirketin gerektirdiği estetik standartları yakalamak için estetik eğitim kurslarına katılmak zorundayım.					
4	Çalışırken, iç denetçilerin ve meslektaşlarımın estetik denetimi beni strese sokar.					
5	Çalışırken şirketin estetik gereklerini yerine getiremeyeceğimden ve cezalandırılacağımdan endişelenirim.					
6	Çalışırken, firmanın estetik gereklerini yerine getirmediğim için müşteriler tarafından şikayet edileceğimden endişelenirim.					
7	Çalışırken profesyonel bir imaj sergilemem ve kurumsal imajı aktarmam gerekiyor.					
8	Kıyafetlerimi ve dış görünüşümü uygun bir estetik statü sunabilmek için düzenlemek için mesai saatleri dışında zaman harcamak zorunda kalıyorum.					
9	Şirketin estetik gereksinimlerini karşılamak için vücut şeklimi korumaya çalışmalıyım.					
10	Çalıştığım kurumda, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum.					
11	Çalıştığım kurumun politikaları, amaçları ve uygulamaları arasında çok az ortak bir yön vardır					
12	Çalıştığım kurumda, bir uygulamanın yapılacağı söyleniyorsa, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda kuşku duyarım.					
13	Çalıştığım kurumda, çalışanlardan bir şey yapması beklenir, ancak başka bir davranış ödüllendirilir.					
14	Çalıştığım kurumda, yapılacağı söylenen şeyler ile gerçekleşenler arasında çok az benzerlik görüyorum.					
15	Çalıştığım kurumu düşündükçe sinirlenirim.					
16	Çalıştığım kurumu düşündükçe hiddetlenirim.					
17	Çalıştığım Kurumu düşündükçe gerilim yaşıyorum					

18	Çalıştığım kurumu düşündükçe içimi bir endişe duygusu kaplar.					
19	Çalıştığım kurum dışındaki arkadaşlarıma, işte olup bitenler konusunda yakınıyorum.					
20	Çalıştığım kurumdan ve çalışanlarından bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım kişilerle anlamlı bir şekilde bakışırız.					
21	Başkalarıyla, çalıştığım kurumdaki uygulamaları ve politikaları eleştiririm.					
22	Başkalarıyla, çalıştığım kurumdaki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum.					
23	Ürünleri yüksek kar marjı ile satabiliyorum.					
24	Yüksek miktarda satış hacmine ulaşıyorum.					
25	Firmanın yeni çıkardığı ürünleri de oldukça hızlı şekilde satabiliyorum.					
26	Firmanın pazar payının artmasına katkı sağlıyorum.					
27	Belirlenen satış hedeflerini aşıyorum.					
28	Büyük müşterileri bulmak ve onlara satış yapmak konusunda başarılıyım.					

Cinsiyetiniz	<input type="checkbox"/> Kadın	<input type="checkbox"/> Erkek
Yaşınız	<input type="checkbox"/> 18-25 <input type="checkbox"/> 26-32 <input type="checkbox"/> 33-39 <input type="checkbox"/> 40-47 <input type="checkbox"/> 48-55 <input type="checkbox"/> 56 ve üzeri	
Eğitim durumunuz	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü	
Firmadaki göreviniz	
Firmadaki çalışma süreniz Yıl	
Aylık Ortalama Geliriniz (TL)	<input type="checkbox"/> 5500 ve altı <input type="checkbox"/> 5501-6500 <input type="checkbox"/> 6501-7500 <input type="checkbox"/> 7501-8500 <input type="checkbox"/> 8501-9500 <input type="checkbox"/> 9501-10500 <input type="checkbox"/> 10501 TL ve üzeri	

Değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.