


İşletme Pazarlama Yöneticilerinin Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Niğde ve Yöresinde Yapılan Bir Araştırma

Determining the Burnout Levels of Business Marketing Managers A Research in Niğde and its Region

Ruhan İRİ ^a

^a Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Niğde, Türkiye. ruhaniri@ohu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

İşletme
Pazarlama
Tükenmişlik

Amaç- Araştırma, tükenmişliğin işletme pazarlama alanındaki durumunu incelemek ve işletme yöneticilerinin (satış, pazarlama) tükenmişlik düzeylerine yönelik bakış açısı ve düşünce düzeylerini ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır.

Yöntem- Araştırma geçmişte veya günümüzde halen varolan bir durum olan iş görenlerin tükenmişlik düzeylerini, var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, pazarlama-satış yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerini belirlemek amacıyla Maslach ve Jackson (1981) tarafından bulunan, Bakker vd. (2002) tarafından geliştirilen, Çapri (2006) tarafından tükenmişlik ölçeğinin geçerlik-güvenirlilik çalışması olarak Türkçe uyarlaması yapılan ve yine Çapri, Gündüz ve Gökçakan (2011) tarafından uygulanan Maslach Tükenmişlik Envanteri-Öğrenci Formu (MTE-ÖF) kullanılmıştır. Maslach Tükenmişlik Ölçeği doğrultusunda ve literatürde yer alan bilgilerden yararlanılarak düzenlenen anket formu 01-31 Ekim 2021 tarihleri arasında, araştırmanın örneklemini oluşturan Niğde ve yöresindeki, yargısal olarak seçilen ve küçük-orta büyüklükteki toplam 353 işletme satış-pazarlama yöneticileriyle yüz yüze gerçekleştirilen anketlerden elde edilen veriler SPSS 27.0 paket programında değerlendirilmiştir. Hipotez ya da model kurulmayan araştırmanın gerçekleştirilmesinde tarama yöntemi tercih edilmiş olup, verilerin değerlendirilmesinde pazarlama-satış yöneticilerinin bakış açısı ve düşünce düzeylerini belirlemede bazı tanımlayıcı istatistikler ile bağımsız gruplar için t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırmalar için LSD post hoc teknikleri kullanılmıştır.

Bulgular- Araştırma sonucu elde edilen veriler ve bulgular doğrultusunda, işletme pazarlama ve satış yöneticilerinin genel olarak düşük tükenme düzeylerine sahip oldukları söylenebilir. Niğde ve yöresindeki küçük-orta büyüklükteki işletme pazarlama ve satış yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerinin kişisel başarı eksikliği (yeterlilik) alt boyutu bakımından ise yüksek, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma alt boyutları bakımından ise düşük seviyede olduğu belirlenmiştir.

Tartışma - Araştırma bulguları iş görenlerin tükenmişlik düzeylerinin cinsiyet, yaş, tecrübe durumu, eğitim ve gelir guruplarına göre farklılık olduğunu göstermektedir. Ayrıca işletme pazarlama ve satış yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerine bakış açısı ve düşünce düzeyleri ile ilgili sınırlı sayıda yapılan araştırma nedeniyle literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Gönderilme Tarihi 2 Şubat 2023
Revizyon Tarihi 18 Ocak 2024
Kabul Tarihi 20 Ocak 2024

Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Management
Marketing
Burnout

Purpose - The research has been prepared in order to reveal the point of view and field of thought towards the trend of storage and business behavior (sales, marketing) in the field of business marketing.

Design/methodology/approach- The research was conducted with the survey model, which aims to describe the burnout levels of employees, which is a situation that has existed in the past or present, as it exists. In the research, Bakker et al. The Maslach Burnout Inventory-Student Form (VTE-Student Form), which was adapted into Turkish by Capri (2006) as the result, and which was adapted into Turkish by Çapri, Gündüz and Gökçakan (2011), was used. As a result of the Maslach Burnout Scale and the information obtained from the literature, the previous survey formula was the ratio obtained from the surveys conducted between 01-31 October 2021, the sample case of Niğde and its region, a total of 353 businesses in small-medium expansion and a total of 353 sales-marketing increases. SPSS 27.0 package software was analyzed. The scanning method was preferred in the realization of the structure that did not establish a hypothesis or model, and some aggregate statistics and t-test for independent groups, one-way analysis of variance (ANOVA) and between which groups the difference was determined were used to determine the perspective and intensity of thought of the marketing-sales system in the evaluation of roots. LSD post hoc measurements were used for multiple comparisons.

Received 2 February 2023
Revised 18 January 2024
Accepted 20 January 2024

Article Classification:

Research Article

Önerilen Atıf/Suggested Citation

İri, R. (2024). İşletme Pazarlama Yöneticilerinin Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Niğde ve Yöresinde Yapılan Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 223-243.

Findings – In line with the data and findings obtained as a result of the research, it can be said that business marketing and sales managers generally have low burnout levels. It has been determined that the burnout levels of the marketing and sales managers of small-medium sized enterprises in Niğde and its region are high in terms of lack of personal achievement (competence) sub-dimensions, and low in terms of emotional exhaustion and depersonalization sub-dimensions.

Discussion – Research findings show that the burnout levels of employees differ according to gender, age, experience, education and income groups. In addition, it is thought that business marketing and sales managers can contribute to the literature due to the limited number of studies on the burnout levels and thinking levels.

1. Giriş

İşletmeler ile tüm iç ve dış paydaşları açısından arzu edilmeyen bir durum olan tükenmişlik, pek çok sebepten ötürü son zamanlarda sık karşılaşılabilen ve her iş alanında oldukça yaygın olarak görülen tedavi edilmesi gerekli psikolojik bir hastalık ve önemli bir kişisel problemdir (Tekin ve Akgemci, 2017: 401). Literatürde tükenmişlik problemi yaklaşık 50 yıl önce tanımlanmış olup, Maslach ve arkadaşları tükenmişlik için, üretenler, çalışanlar veya hizmet verenler arasında ortaya çıkabilecek duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı eksikliği (yetkinlik) sorunu şeklinde adlandırarak, kamu hizmetine dolaylı bir biçimde gönderme yapmışlardır (Işıkkhan, 2016: 370). Tükenmişlik literatürde son zamanlarda azalmasına rağmen çok fazla araştırma yapılan, tartışılan ama çok az anlaşılan bir fenomendir. Literatürde araştırıldığı ve tartışıldığı şekliyle tükenmişlik, işletme çalışanlarına ve yöneticilerine sorunu tespit edici ve iyileştirici çözümler sunan yeterli düzeyde belirtiler verebilmektedir. Bir meslek ve çalışma hayatı sorunu ya da hastalığı olan çalışanların tükenmişlikleri, genellikle insanlarla sürekli çift yönlü ilişki ve iletişim içerisinde olan ve yoğun iş yükü ile baskı altında çalışma ortamındaki meslek dallarında başarısızlık, yıpranmışlık, stres ile birlikte depresyon başlangıcı, güç ve enerji düzeyinin azalması ile iş tatminsizliği sonucunda aniden ortaya çıkan psikolojik durum kaynaklı sürdürülemeyen bir süreçtir.

Araştırmada müşterilerle sürekli çift yönlü aktif ilişki, iletişim ve etkileşim durumunda olan ve stresli bir çalışma faaliyeti sürdüren satış ve pazarlama yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerinin tespit edilmesinin amaçlanması, araştırma bulgu ve sonuçlarının kamuoyunun bilgi ihtiyacını gidermeye ve literatüre katkı sağlamasının yanı sıra, pazarlama faaliyetlerinde tükenmişlik sendromunun yaşandığı işletmeler ile pazarlama ve satış yöneticilerine yardımcı olması düşünülmektedir. Literatürde başta sağlık, eğitim, muhasebe, finans ve bankacılık olmak üzere hemen hemen tüm meslek dallarında çalışanların tükenmişlik düzeyleri ile ilgili araştırmalar yer alırken, baskı, stres altında çalışan pazarlama ve satış yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerinin belirlenmesi ile ilgili araştırmaların sayısı sınırlıdır. Araştırmada tükenmişliğin işletme pazarlama alanındaki durumunu incelemek ve işletme yöneticilerinin (satış, pazarlama) tükenmişlik düzeylerine yönelik bakış açısı ve düşünce düzeylerinin ortaya konulması, işletme yöneticilerinin yanı sıra, pazarlama ve satış yöneticileri ile kamuoyunun bilgilendirme ihtiyacı, bu alanda araştırma yapılmasının dikkat çekiciliğini ortaya çıkarmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Tükenmişlik

Tükenmişlik her iş alanında, her sektörde ve her işletmede çalışan iş görenlerin karşılaşabileceği sıkıntılı psikolojik bir durum olması sebebiyle, çalışanların motivasyon kaybına bağlı duygusal olarak kendilerini bıkkın, bitkin, yorgun ve isteksiz hissetmeleridir (Spector, 2012: 288). Ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik koşulların etkilediği zorlayıcı çalışma ortamının işgörenler üzerinde oluşturduğu aşırı iş yükü, baskı, stres gibi yaşanan olumsuzluklar iş görenlerde, çalışma isteğinde azalma, kendini başarısız ve yetersiz görmenin yanı sıra, yorulmuş ve yıpranmış değerlendirme, enerji düşüklüğü ile yapılan işe odaklanamama şeklinde bazı olumsuz durumlar tükenmişliğin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Aydın ve Akgemci, 2020: 103). Tükenmişlik, çalışanlar kadar işletmelerin çevresindeki diğer tüm iç ve dış paydaşları sosyo-ekonomik açıdan önemli ölçüde tehdit eden bir sorun veya hastalık olarak ortaya çıkmakta olup, çalışanların, mesleklerinin ve yaptıkları iş için gerekli tüm detayları yerine getirmekte zorlanmalarına neden olabilmektedir (Jugdev vd., 2018: 199). Tükenmişlik, iş görenlerin stres, işletme içi çatışma, monotonluk, iş tatmini, motivasyon, yabancılaşma, teknoloji ve otomasyon kullanımı ve şartlarına göre dolaylı olarak veya doğrudan ilişkilidir (Dolgun, 2010: 289). Tükenmişlik, iş görenlerin (sadece hizmet sektöründe veya yardım mesleklerinde değil) kendilerini iş arkadaşları, işletme operasyon sorumluları veya danışmanlarından daha fazla işin içine katması sebebiyle ortaya çıkabilen zihin ve akıl gücünde yaşadığı yorgunluk biçiminde tanımlanmaktadır. Aynı zamanda tükenmişlik, kendilerini yeni bir güne başlayacak enerjiden yoksun, bitkinlik, yorgun hissetme, hoşnutsuzluk, monotonluk, stres, düşük moral veya depresyon kavramları yerine de kullanılabilir. Tükenmişlik duygusu, yoğun iş

hayatı ve aşırı iş yüküne sahip çalışanları birinci derecede tehdit etmekte olup, duygusal kaynaklarının tamamen tükenmesine sebep olmakta ve tekrar doldurmak için duygusal bir kaynak bulamamaktadırlar.

2.2. Tükenmişlik Sendromu Kavramı

İnsanların iş hayatında sürekli karşılaştığı sorunların yanı sıra, iş yükü ve yoğunluğunun getirdiği stresle birlikte özel hayatlarında ortaya çıkabilen maddi ve manevi sorunların eklenmesi, çalışanların önce tedirgin ve kaygılı olmasını, daha sonra ise çaresiz, mutsuz, yorgun ve yetersiz hissetmelerini tetiklemektedir (Öz ve Çeviren, 2017: 42). Tükenmişliğe sebep olan demografik özellikler arasında cinsiyet, yaş, eğitim, gelir durumu, medeni durum, sosyal destek, kişilik ve sosyal hayattan beklentiler bulunmaktadır (Barutçu ve Serinkan, 2008: 547). Tükenmişliği etkileyen işletme (çevresel) faktörler arasında ise, işletme içi çalışanlar arası çatışmalar, çalışanlarla ilgili kararlarda söz sahibi olamama, mesai sürelerindeki adaletsizlik, işyerinin uygun olmayan fiziksel şartları, iş güvenliliğine verilen önem eksikliği, işyeri kariyer yapmada yaşanan sıkıntılar, çalışanların ödüllendirilmesinde yaşanan eksiklikler ve sorunlar yer almaktadır (Ardıç ve Polatçı, 2008: 72). Tükenmişlik, sürekli farklı seviyedeki ve değişik psikolojiye sahip iş görenlerle, aşırı duygusal tepkiler veren çalışanlarda ortaya çıkan fiziksel ve ruhsal yorgunluk, isteksizlik, bıkkınlık, dertli, düşünceli ve ümitsiz görünümlü, çevresine karşı olumsuz tutum ve dışavurumu ile oluşan ruhsal ve psikolojik bir çöküntü durumudur (Maslach ve Jackson, 1981: 99). Tükenmişlik duygusu işgören performansının düşmesine sebep olmasının yanı sıra, psikolojik destek verilmediğinde işe gelmeme veya iş değiştirme eğiliminde olabilmelerine veya iş tatmini de sağlanmazsa işletmeden tamamen kopmalarını hızlandırabilmektedir. Tükenmişliğin tedavi edilmesi sonucunda veya çalışanlara işletme tarafından psikolojik destek verilmesiyle, işe ve işyerine yerine bağlılıkla birlikte işgören performansının artmasını sağlayabilecektir.

2.3. İşletmelerde Tükenmişlik Sendromu ve Önemi

İşletme çalışanlarının, işleri ve özel hayatlarıyla ilgili yaşadıkları sorunlar ile baskı ve stresle karşılaşma sonucu sorunların üstesinden gelebilme enerjisini kendinde bulamamalarının yanı sıra, yoğun çalışma ortamı ve aşırı iş yükü, kariyer yapma imkânlarının bulunmaması, adaletli ödüllendirme sistemi ve değer çatışmalarının yaşandığı çalışma ortamları çalışanlar için bunaltıcı ve sıkıcı ortamlar şeklinde algılanmaktadır (Sürgevil, 2006: 1). İşletmelerde tükenmişliğin ortaya çıkmasının en önemli nedenleri arasında çalışanların yoğun strese maruz kalması yer almaktadır (Voci vd., 2016: 68). İşletmelerde çalışanlarda oluşan tükenmişlik algısı, çalışanın kendisini etkilemesinin yanı sıra, ortaya çıkan olumsuz ve ergonomik olmayan işyeri ortamı diğer çalışanları ve işletmelerinin diğer tüm iç ve dış paydaşlarını da negatif yönde etkileyebilmektedir (Demir ve Çankaya, 2019: 21). İşletmelerin özellikle satış ve pazarlama departmanlarında çalışan pazarlama ve satış görevlileri ya da yöneticileri, yoğun iş yüklerinin yanı sıra sürekli seyahat etme ve müşterilerle yoğun iletişim ve etkileşim içerisinde olmaları sebebiyle aşırı tükenmişlik duygusu etkisi altında kalabilmektedir.

2.4. Maslach Tükenmişlik Ölçeği ve Boyutları

Maslach Tükenmişlik Ölçeği Envanteri Kılavuzu kitabında, tükenmişliğin duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı eksikliği (yetkinlik) şeklinde üç alt boyutu olduğu sonucuna varılmıştır (Maslach ve Jackson, 1986: 15). Tükenmişlik alanında çok fazla çalışan ve büyük katkılar sunan Maslach, duygusal tükenmişliği, kişisel duygusal kaynakların tükenmesi ve enerjisinin azalması olarak, duyarsızlaşmayı, iş görenin hizmet sunduğu kişilere karşı aldığı negatif, ciddiye uzak davranış ve duygular şeklinde, kişisel başarı noksanlığını ise, iş görenlerin kendisini olumsuz ölçme, değerlendirme veya görme tutumunun yanı sıra yaptığı işte kendini yeterli düzeyde görmeme şeklinde tanımlamaktadır (İnce ve Şahin, 2015: 386). Tükenmişlik düzeyi yükselen çalışanlar fiziksel ve duygusal olarak işlerine odaklanamamakta, sürekli işyerinde başarısız oldukları düşüncesinin verdiği tedirginlik sonucu iş tatminsizliği yükselmekte ve iş dışı faaliyetlere yönelmektedirler.

Maslach Tükenmişlik Ölçeği, duygusal tükenme, duyarsızlaşma, kişisel başarıda azalma (kendini yetersiz görme/ yetkinlik) hissi olmak üzere üç alt boyuttan ve 22 soru maddesinden oluşmaktadır (Maslach vd., 1997: 7). Tükenmişliğin genellikle duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarı hissi şeklinde isimlendirilen üç boyut literatürde en fazla rastalanan boyutlandırma olup, tükenmişlik sendromu duygusal tükenme hissinde artışın başlamasıyla ortaya çıkması en önemli yönünü oluşturmaktadır. (Maslach vd., 2001). Duygusal tükenmişlik yaşayan iş görenler kendilerini stres ve baskı altında hissetmekte ve işlerine tam olarak konsantrasyon olamamalarının sonucu duygusal kaynakları yok olamaya başlamakta, ruhsal ve fiziksel enerjileri hızla azaltmaktadır (Meydan vd., 2011: 48). Mesleki tükenmişliğin duygusal tükenmişlik seviyesinde, çalışanlarda sürekli ve çabuk yorulma, enerji düşüklüğü, duygusal açıdan

yıpranmış, halsiz, bıkkın, göçmüş, güçsüz ve kendine güven duygusunun düşmesiyle ortaya çıkmaktadır (Çeçen ve Örkün, 2011: 325). Tükenmişlik alanında gerçekleştirilen araştırmalarda, tükenmişliğin temel boyutunun ve temel belirleyicisinin duygusal tükenme olduğu vurgulanmaktadır (Maslach, 1982: 12). Tükenmişliğin ikinci boyutu olan duyarsızlaşma, iş görenlerin hizmet verdiği tüm bireylere karşı katı ve sert davrandıklarını, aldırış etmez ve dikkate almaz davranışlar gerçekleştirmelerine neden olmaktadır ve çalışanlar, hizmet sunduğu ya da çalıştığı kuruluşa karşı mesafeli, ilgisiz, kayıtsız ve üstü kapalı davranışlar gösterebilir (Arı ve Bal, 2008). Tükenmişliğin son boyutu ise, kişisel başarı eksikliği (yetkinlik) veya kendini yetersiz görme duygusu şeklinde isimlendirilmiş olup, iş görenlerin sürekli kendisinin başarısız olacağı tedirginliğine kapılması, iş yerine katkı sağlayamadığı kaygısı ve etkili olamadığını düşünme, yaptıkları işten tatmin olamamalarına ve iş dışı çeşitli faaliyetlere yönelmelerine sebep olmaktadır (Meydan, Şeşen ve Basım, 2011: 47).

3. Tükenmişlik İle İlgili Literatür Taraması

Covid 19 pandemi sürecinde yaşanan uzun süreli tatiller, evden çalışmanın sağladığı rahatlık ve iş stresinde azalma gibi nedenlere bağlı olarak son zamanlarda literatürde tükenmişlik ile ilgili araştırmaların azaldığı görülmektedir. Literatürde tükenmişlik sendromu ile ilgili araştırmalar incelendiğinde ise, genellikle ölçek geliştirme çalışmalarının ülke diline uyarlanması ile geliştirilen ölçeklerin çeşitli meslek alanlarında uygulanması ve mesleklerin etkilenme düzeylerinin araştırılmasının ön plana çıktığı ve tükenmişlik sendromunun iş tatmini, örgütsel bağlılık, işten ayrılma, stres gibi olumsuzluklar üzerinde etkili veya ilişkili olduğu şeklinde sonuçları olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Tükenmişlik İle İlgili Literatürde Yer Alan Araştırmalar

Araştırmacı ve Yılı	Araştırma Sonuçları
Cherniss, (1992)	Maslach Tükenmişlik Ölçeğinin 25 farklı hizmet sektörü çalışanlarına uygulanması sonucunda, iş hayatının ilk dönemlerinde tükenmişlik yaşayan iş görenlerin, ilerleyen dönemlerde mesleklerini değiştirme konusunda isteksiz davrandıklarını ve işe yaklaşımlarında daha esnek olduklarını tespit etmiştir.
Singh vd., (1998)	İşletmelerde uygulanan ödüllendirme sistemi ile tükenmişlik düzeyi arasında yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu, algılanan ödül eksikliğinin tükenmişlik düzeyini yükselten bir faktör olduğu sonucuna varmıştır.
Kahn vd., (2006)	İşletmelerin sağladığı duygusal sosyal desteğin çalışanlarda tükenmişlik düzeylerinin tüm boyutları açısından belirleyici olduğu, işletmelerin ve çalışanların tükenmişlik olan çalışanlara verdikleri destek doğrultusunda, tükenmişlik yaşayanlarda duygusal tükenme ve duyarsızlaşmanın yavaşladığı, kişisel başarı duygusunun ise yükseldiği sonucuna ulaşmışlardır.
Furnell (2008)	Müşterilerine karşı samimi olmayan davranış gösteren satış görevlilerinin daha fazla rol yapmak zorunda kalmaları sebebiyle daha yoğun tükenmişlik yaşadıklarını belirtmiştir.
Bilgin vd., (2011)	İş görenlerin iş tatmini ve işyerinden memnun olmaları ile tükenmişlik düzeyleri ve depresyon belirtileri arasında negatif doğrusal bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır.
Olson vd. (2014)	Fiziksel aktivitelerle tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı ilişkisinin olmasının yanı sıra, düzenli gerçekleştirilen fiziksel aktivitelerin tükenmişlik seviyesini düşüreceğini tespit etmişlerdir.
Bretland ve Thorsteinsson, (2015)	Kardiyovasküler direnç egzersizi yapmanın çalışanların kendilerini iyi hissetme, rahatlama ve kişisel olarak başarılı görmelerinin yanı sıra, daha az düzeyde sıkıntı, psikolojik bozukluk, baskı altında olma, stres ve duygusal tükenme hissi oluşturduğunu ortaya koymuşlardır.
Kapusuz, (2016)	Hizmet sektöründe istihdam edilen iş görenlerin diğer sektörlere göre daha yüksek düzeyde tükenmişlik yaşadıklarını veya hissettiklerini tespit etmiştir.

Pinto vd., (2016)	Proje yöneticilerinin diğer iş türlerine göre önemli ölçüde daha yüksek bir duygusal tükenme düzeyine sahip olduklarını, inşaat projesi çalışanlarının, diğer proje sınıflarında çalışanlardan önemli ölçüde daha yüksek düzeyde duygusal tükenme yaşadıklarını belirtmişlerdir.
Süren vd., (2016)	Banka çalışanlarının tükenmişlik düzeyi üzerinde uyumluluk, açık görüşlülük, dışadönüklük, nevrozizm ve sorumluluk olmak üzere beş büyük kişilik boyutlarından/özelliklerinden etkilendiği sonucuna ulaşmışlardır.
Bozkurt, (2016)	Performansı artırmaya rağmen karşılığını alamamak, iş paylaşımında ve işin tanımlanmasında bazı problemlerin yaşanması, yönetsel uygulamalarda çalışanların fikirlerinin alınmaması, yeterli sayıda personel çalıştırılmaması ve iş rotasyonunun bulunmaması, işletme çalışanlarının birbirlerini sosyo- ekonomik olarak desteklememesi, iş görenlerin yetersiz kaldığı alanlarda ve konulara ilişkin hizmet-içi eğitimlerin uygulanmaması ile çalışanlar arası farklılıkların tükenmişlik düzeyini etkilediğini belirlemiştir.
Boymul ve Özeltürkay (2017)	İşin gerekleri, duygusal bağlılık, ücret yapısı ve yan haklarla ilgili sağlanan avantajların işgörenlerin duygusal tükenmişlik düzeylerini olumsuz yönde etkilediğini, iş görenlerin kişisel başarıları ve yapmış oldukları işin doğası ile çalışma arkadaşlarıyla uyumları arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu, ancak belirsizlik ve iletişimsizlik faktörü ile ilişkisiz ise negatif yönlü olduğunu belirtmişlerdir.
Salha vd., (2017)	Psikolojik sözleşme ihlali algısının tükenmişliğe sebep olabileceğini ve psikolojik sözleşme ihlali ile tükenmişlik düzeyleri ve alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu sonucuna varmışlardır.
Bozkurt, (2018)	Tükenmişliğe, işletmenin kabul ettiği çalışanlara ödenen ücret yapısı, sürekli aynı işte çalıştırılma, yeterli sayıda iş gören istihdam edilmemesi, iş yeri fiziki yapısında hiç değişiklik yapılmaması, kıyafet zorunluluğunun bulunması, kariyer yapma zorluğu ve kariyer sorunları, yönetim ile iş görenler arasındaki empati kuramama ve iletişimde yaşanan sorunlar, iş gören eğitimi ile işle ilgili teknik konularda destek verilmemesi, karar vericilerin çalışanlar arasında adaletli davranmaması, iş görenlerin sadece kendi işine odaklanıp diğer servislerdeki işleri bilmemesi gibi sebeplerin yol açtığını belirlemiştir.
Demirel ve Yücel (2017)	Çalışanlara yapılan psikolojik güçlendirmenin, duygusal tükenmişlik düzeyine karşı düzeltici bir etkiye sahip olduğu sonucuna varmışlardır.
Lee ve Ji, (2018)	Lider-üye etkileşiminin, tükenmişlik üzerinde negatif ve anlamlı etkisinin olduğunu ortaya çıkarmışlardır.
Özsoy (2019)	İşletmelerde çalışan işgörenlerin yöneticilerin karanlık kişilik özelliklerini algılaması ve tükenmişlik düzeyi arasındaki ilişki orta kuvvette, pozitif yönde ve anlamlı olduğunu, işletme yöneticilerinin narsisizm eğiliminin çalışanların tükenmişliklerine olan etkisi, yöneticilerin makyavelizm ve psikopati eğilimlerine oranla daha zayıf olduğunu belirtmişlerdir.
Sivrikaya ve Erişen, (2019)	Çalışanların yüksek düzeyde tükenmişlik duygusu etkisinde kaldıklarını ve yaptıkları işten elde ettikleri tatmin düzeyine istedikleri ölçüde sahip olamadıklarını tespit etmişlerdir.
Öztürk, (2019)	İş görenlerdeki tükenmişlik düzeyinin kişisel demografik faktörlere göre anlamlı bir değişiklik göstermemesine rağmen, çalışanların tecrübe ve çalışma sürelerine göre tükenmişlik düzeylerinin farklılık gösterdiği ve 21 yıl ve daha fazla hizmet süresine sahip iş görenlerde mobbing düzeyinin düştüğü, tükenmişlik düzeyinin arttığını belirlemiştir.

Al-Badarneh vd., (2019)	Konaklama işletmelerinde çalışanların tükenmişlik boyutlarının işten ayrılma niyetini önemli ölçüde etkilediğini ve durumun iş performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varmışlardır.
Faiz, (2019)	Satış görevlilerinin tükenmişlik düzeyleri ile işten ayrılma niyetlerinin düşük olduğu, iş yüklerinin fazla olmasına bağlı tükenmişlik düzeylerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.
Demir ve Çankaya (2019)	İş ortamında fiziksel aktivitelerin artmasının mesleki tükenmişlik düzeyini azalttığını belirtmiştir.
Kulualp ve Sarı, (2019)	İş görenlerde fazla iş yükü, kurumsal formalitelerin fazla olması, sosyal normların dışında sergilenen davranışlar, kurum tarafından uyulmasına zorlanan çeşitli davranışlar ve çalışanların kişisel sorumluluklarının artması tükenmişlik düzeylerinin oluşmasında önemli etkenler olduğunu tespit etmişlerdir.
Özutkan (2019)	Finans sektörü çalışanlarının duygusal tükenme ve duyarsızlaşma düzeylerinin yüksek, kişisel başarı düzeyinde azalma duygusunun ise normal düzeyde olduğunu belirlemiş, duygusal tükenme duygusunun çalışma hayatı dengesi üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisinin bulunduğunu, duyarsızlaşmanın çalışma hayatı dengesi üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi olduğunu belirlemiştir.
Demir, (2019)	İyi kurulan bir yönetici iş gören iletişimi ve etkileşimi ortamının sağlanması çalışanların stres ve tükenmişlik düzeyleri üzerinde istatistiksel bakımdan anlamlı ve negatif yönde etkisi olduğunu, iş görenlerin depresyon düzeylerini, stres ve tükenmişliğin tam aracılık etkisiyle negatif olarak etkilediğini tespit etmiştir.
Çalışkan ve Özkan, (2020)	İşletmelerde örgütsel bağlılığın tükenmişliği negatif yönde etkilediği ve iş tatmininin bu ilişkide kısmi aracılık rolünün olduğunu belirlemiştir.
Uzun ve Mayda (2020)	Katılımcıların duygusal tükenme düzeylerinin yüksek, duyarsızlaşma düzeylerinin normal ve kişisel başarı düzeylerinin düşük olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.
Aydın ve Akgemici (2020)	Çalışanlarda tükenmişlik algısının var olduğu sürece işten ayrılma riskinin bulunduğunu ve tükenmişlik ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
Yasım, (2020)	Hızlı tüketim sektöründe çalışan satış görevlilerinin psikolojik sözleşme ihlali ile etik ilkelere uyulmaması, statü isteği, diğerlerine güvensizlik, duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve demokratik liderlik arasında anlamlı ilişki bulunduğunu, demokratik liderlik ile statü isteği, kontrol arzusu, duygusal tükenme ve başarısızlık hissi arasında da anlamlı bir ilişki bulunduğunu belirlemiştir.
Keles ve Göktepe, (2020)	Hazır giyim sektöründe çalışanların, duygusal emek davranışlarının yüzeysel davranış ve samimi davranış boyutlarının, çalışanların tükenmişlik sendromunu ve işten ayrılma niyetini artırdığı, derinlemesine davranış boyutunun, tükenmişlik sendromu ve işten ayrılma niyeti ile anlamlı ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.
Duman vd., (2020)	Çalışanlarda tükenmişlik düzeyleri ile işletmelerde bireysel davranma arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu bulmuşlardır.
Kaynak, (2021)	Moto kuryelerin yaşadıkları iş güvencesi sorununun, tedirginliği ve iş yükü algısını, iş yükü algısının ise tükenmişliği etkilediğini, iş güvencesi olmamasının ise, tükenmişlik ve iş yükü algısı üzerinde tam aracılık rolünü tespit etmiştir.
Örücü ve Hasırcı (2021)	Çalışanlarda ortaya çıkan tükenmişlik üzerinde öz yeterlilik algısının düzenleyici rolü olduğunu tespit etmişler, iş görenlerin kendilerini yeterli düzeyde görme algılarında artış olması durumunda tükenmişliğin azalacağını belirtmişlerdir.
Mum, (2021)	Lojistik işletmelerde verilen işe alıştırma ve adaptasyon eğitiminin kadınlarda duygusal tükenmişliği, duyarsızlaşmayı ve kişisel başarısızlığı, erkeklerde ise sadece

	kişisel başarısızlığı negatif yönde etkilediği, iş yerinde gerçekleştirilen rotasyon uygulamalarının ise, erkeklerde kişisel başarısızlık ve duygusal tükenmişliği, kadınlarda sadece kişisel başarısızlığı negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.
Özveren, (2021)	Stajyerlerin çalıştıkları iş yerlerinde sosyal destek bulamamaları nedeniyle duygusal tükenme yaşadıkları, duygusal tükenmenin ise duyarsızlaşmayı ortaya çıkardığı ve kişisel başarı beklentisinin de önemli ölçüde düştüğü anlaşılmıştır.
Taylor ve Frechette, (2022)	Pazarlama fakültesinde çalışan eğitimcilerin Covid 19 pandemi sürecinde uzaktan eğitimde öğrencilerle etkileşimlerinde orta düzeyde tükenmişlik yaşadıklarını, üretkenliklerinin azaldığını ve tükenmişlik düzeylerinin yaş, cinsiyet, görev süresi ile kurum türünden etkilenmediğini belirtmişlerdir.
Köksal ve Kara, (2022)	Finans sektörü çalışanlarının beş büyük kişilik özelliğinden birisi olan uyumluluk özelliğinin duygusal tükenme ile istismarcı yönetim anlayışı algısını anlamlı bir biçimde azalttığı, duygusal tükenme ile doğrudan anlamlı bir ilişkisi olmayan uyumluluk kişilik özelliğinin, duygusal tükenmenin bir yordayıcısı olduğu sonucuna varmışlardır.

Literatürde çalışanların tükenmişlik ile ilgili yapılan araştırmalarda genellikle farklı sektörlerde çalışanların tükenmişlik düzeyleri ile demografik özellikleri, işten ayrılma istekleri, fiziksel aktiviteleri ile ücret konuları ilişkilerine odaklanılmakta olup, işletme tarafından duygusal destek verilmesinin çalışanların tükenmişlik düzeylerinin azalmasındaki etkilerine vurgu yapılmaktadır.

4. Yöntem

4.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Modeli

Araştırma, işletme yöneticilerinin (satış, pazarlama) tükenmişlik düzeylerine yönelik bakış açısı ve düşünce düzeylerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Günümüz çalışma hayatında iş görenlerin yaşadığı ve karşılaştığı pek çok olay, ilişki ve iletişim sonucu oluşan karmaşık düşünce ve davranışlar tükenmişliğin ortaya çıkmasında etkili olabilmektedir. Tükenmişliğin işletme ve iş görenlerin yanı sıra tüm iç ve dış paydaşlar açısından olumsuz sonuçlara neden olabilmesi, bu alanda konuyla ilgili yapılan araştırmaları önemli hale getirmektedir. Çalışma, işletmelerde satış-pazarlama yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerinin ve tutumlarının işletmelerin iç ve dış çevresindeki tüm iç ve dış paydaşlar ile iş görenler, tüketiciler ve kamuoyu tarafından bilinmesi açısından önemlidir. Yine araştırma, literatüre katkı sağlaması ve tükenmişlik düzeylerinin işletmelerin pazarlama ve satış yöneticilerindeki etkisinin belirlenmesi bakımından da önemlidir. Günümüzde özellikle işletmelerde verimlilik, çalışanlar ve pazarlama faaliyetleri alanında önemi oldukça artan ve pek çok araştırmaya konu olan tükenmişliğin işletme pazarlama ve satış çalışanları üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Metot veya model olarak tarama yöntemi uygulanan araştırmada, hipotez veya araştırma modeli kurulmamış olup, Niğde ve yöresindeki küçük-orta büyüklükteki 353 işletme pazarlama ve satış yöneticisine veri toplanması için yüz yüze anket yöntemi seçilmiştir.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Niğde ve yöresinde küçük-orta büyüklükteki işletmelerin pazarlama-satış yöneticileri ile yüz yüze görüşmeyi ve hazırlanan ankete katılmaya istekli tüm işletme yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise, olasılıklı olmayan örnekleme türlerinden yargısal örnekleme kullanılmış olup, Niğde ve yöresinde küçük-orta büyüklükteki işletmelerde çalışan toplam 353 işletme satış-pazarlama yöneticisi yargısal olarak seçilmiştir. Örneklem oluşturulmasında araştırmacının Niğde ve yöresindeki küçük-orta büyüklükteki işletmeler ile bu işletmelerde çalışan pazarlama ve satış yöneticileriyle ilgili bilgisinin etkili olması ve elde edilen sonuçların minimum hata payıyla oldukça doğru olma şansının yüksek olması sebebiyle araştırmada yargısal örnekleme tekniği tercih edilmiştir. Araştırma, tükenmişlik duygusunun işletmelerin pazarlama ve satış yöneticilerine etkisine yönelik algılarını ve değerlendirmelerine ilişkin durumlarını ortaya koymayı amaçladığından nicel araştırma yöntemlerinden tarama türünde bir araştırmadır.

4.3. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak, Bakker ve ark. (2002) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Çapri, Gündüz ve Gökçakan (2011) tarafından yapılan Maslach tükenmişlik ölçeği ile araştırmacı tarafından literatür taranarak

hazırlanan bilgi ve anket formu kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanabilmesi için hazırlanan anket formu, demografik özelliklere ait 8 soru ifadesinden ve Maslach tükenmişlik ölçeğinin 22 soru maddesinden olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Maslach ve Jackson (1981) tarafından bulunan, Bakker ve ark. (2002) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Çapri, Gündüz ve Gökçakan (2011) tarafından gerçekleştirilen Maslach tükenmişlik ölçeği, tükenme kavramının duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı eksikliği (yetkinlik) hissi şeklinde üç alt boyutunun olduğu tespit edilmiştir. Araştırma için Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 07.09.2021 tarih ve E-86837521-050.99-106684 Etik Kurul sayı numarasıyla gerekli izin verilmiştir. Araştırmada veri toplama, 01-31 Ekim 2021 tarihleri arasında, toplam 353 işletme satış-pazarlama yöneticisiyle yüz yüze yapılarak gerçekleştirilmiştir.

4.4. Verilerin Analizi

Veri toplama yöntemine bağlı kalınarak katılımcılarla yüz yüze görüşmeler sonucu gerçekleştirilen anketlerden elde edilen bilgiler bilgisayara girilerek SPSS 27.0 paket programında analiz edilmiştir. Yapılan analizler içerisinde, ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla Cronbach's Alpha (α) analizi, katılımcılara ait demografik değişkenlerin dağılımlarının belirlenmesi amacıyla frekans analizleri, ölçeğe ait faktör analizi, sonuçların demografik değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için bağımsız örneklem için t testi (independentsamples t-test), tek yönlü varyans analizi (onewayanova) ile gruplar arasında farklılığı belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırmalar için LSD post hoc teknikleri kullanılmıştır.

4.5. Bulgular

4.5.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında yer alan Niğde ve yöresindeki Kobilere anket gerçekleştirilen toplam 353 işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının demografik özellikleri Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	f	%	Medeni Durum	f	%
Erkek	244	66,1	Evli	245	69,4
Kadın	109	30,9	Bekar	106	30,0
Yaş	f	%	Diğer	2	,6
25 yaş altı	41	11,6	Eğitim	f	%
26-36 Yaş Arası	127	36,0	İlkokul	17	4,8
37-47 Yaş Arası	83	23,5	Lise	44	12,5
48-59 Yaş Arası	96	27,2	Üniversite	216	61,2
60 Yaş ve üzeri	6	1,7	Lisansüstü ve Diğer	76	21,5
Gelir (TL)	f	%	Mesleki Deneyim	f	%
0- 5.000 TL	55	15,6	1-2 Yıl Arası	25	7,1
5.001-8.000 TL	60	17,0	3-5 Yıl Arası	49	13,9
8.001-15.000 TL	154	43,6	6-10 Yıl Arası	76	21,5
15.001-20.000 TL	59	16,7	11-20 Yıl Arası	75	21,2
20.000 TL ve üzeri	25	7,1	21 Yıl ve Üzeri	128	36,3
Toplam			353		100

Niğde ve yöresi KOBİ'lerde pazarlama ve satış uzmanlarının günlük çalışma süreleri ile çalışma hayatları boyunca genel olarak kendilerinin başarı durumlarını değerlendirmelere ilişkin bilgiler Tablo 3 ve Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Günlük Ortalama Çalışma Saatleri Durumları Dağılımı

İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının	f	%
1-2 Saat Arası	1	,3
3-5 Saat Arası	41	11,6
6-10 Saat Arası	154	43,6
11 Saat ve Üzeri	157	44,5
Toplam	353	100

Tablo 3'te yer verilen bilgilere göre, Niğde ve yöresinde Kobi işletmelerinde pazarlama ve satış uzmanı olarak çalışanların %44,5'i günlük ortalama 11 saat ve üzeri, %43,6'sı günlük ortalama 6-10 saat arası, %11,6'sı ise günlük ortalama 3-5 saat arası çalıştıklarını belirtmektedir.

Tablo 4: Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Çalışma Hayatları Boyunca Genel Olarak Kendilerini Başarı Değerlendirme Durumları Dağılımı

<i>İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Çalışma Hayatları Boyunca Kendilerini Başarı Değerlendirme Durumları</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
%10 ve Altı Başarılı	4	1,1
%11-20 Arası Başarılı	7	2,0
%21-30 Arası Başarılı	8	2,3
%31-50 Arası Başarılı	15	4,2
%50-75 Arası Başarılı	141	39,9
%76 ve Üzeri Başarılı	178	50,4
Toplam	353	100

Niğde ve yöresi Kobi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının %90'ı çalışma hayatları boyunca genel olarak %50 ve üzerinde kendilerini başarılı olarak değerlendirdiklerini belirtmektedir.

4.5.2. Güvenilirlik Analizi

Araştırmada kullanılan Maslach ve Jackson (1981) tarafından bulunan, Bakker vd. (2002) tarafından geliştirilen Çapri (2006) tarafından tükenmişlik ölçeğinin geçerlik-güvenirlik çalışması olarak Türkçe uyarlaması yapılan ve yine Çapri, Gündüz ve Gökçakan (2011) tarafından gerçekleştirilen Maslach Tükenmişlik Ölçeğine ve oluşan boyutlara ilişkin güvenilirliğin saptanması ile boyutlara ait faktör maddelerine yönelik bilgiler Tablo 5 ve Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 5: Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanları Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Tükenmişlik Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı (Döndürülmüş Temel Bileşenler) Faktör Analiz Sonuçları

Madde No	Faktör Ortak Varyansı	Faktör-1 Yük Değeri	Döndürme Sonrası Faktör Yük Değeri			Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Cronbach Alpha Düzeyi
			F1	F2	F3		
M1	,599	,735	,729			,699	.922
M2	,553	,672	,704			,642	
M3	,615	,724	,758			,703	
M4	,597	,730	,727			,713	
M5	,796	,857	,830			,856	
M6	,654	,806	,667			,744	
M7	,612	,704	,765			,697	
M8	,574	,725	,708			,690	
M9	,664	,801	,650			,666	
M10	,586	,690		,624		,793	
M11	,780	,710		,816		,781	.856
M12	,774	,745		,775		,642	
M13	,640	,576		,778		,478	
M14	,382	,539		,546		,666	
M16	,580				,754	,634	
M17	,582				,752	,645	
M18	,575				,707	,586	
M19	,681				,803	,685	
M20	,569				,741	,617	
M21	,543				,729	,605	
M22	,304				,476	,396	

Ölçeğin tamamına yönelik Cronbach's Alpha katsayısı .866 olarak bulunmuştur.

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanları tarafından değerlendirilmesine yönelik tükenmişlik ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçek üç boyuttan oluşmakta, birinci boyut ölçeğe ilişkin toplam varyansın %26,08'ini, ikinci boyut ölçeğe ilişkin toplam varyansın %17,85'ini ve üçüncü boyut ölçeğe ilişkin toplam varyansın %16,35'ini açıklamaktadır. Ölçek faktör boyutlarının toplamı ise, ölçeğin %60,28'ini açıklamaktadır. Büyüköztürk (2019: 119), iki veya ikiden daha fazla boyuttan oluşan ölçekler için açıklanan varyansın %30 ve daha fazla olmasının ölçek için yeterli biçimde değerlendirilebileceği anlamına geldiğini belirtmektedir. Gerçekleştirilen faktör analizi doğrultusunda tükenmişlik ölçeğinin geçerliğinin yüksek seviyede olduğu söylenebilir. Faktör döndürme sonrasında, ölçek 3 faktörden (boyuttan) oluşmuş olup, ölçeğin birinci faktörünün 9 soru maddesinden (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9); ikinci faktörünün 5 soru maddesinden (10, 11, 12, 13, 14) ve üçüncü faktörün 6 soru maddesinden (16, 17, 18, 19, 20, 21) meydana geldiği anlaşılmaktadır. Maslach Tükenmişlik ölçeğine uygun bir şekilde ve ölçek alt boyutları soru madde içerikleri doğrultusunda birinci faktörü "Duygusal Tükenme", ikinci faktörü "Duyarsızlaşma" ve üçüncü faktörü ise "kişisel başarı eksikliği (yetkinlik)" olarak adlandırılmıştır.

Tablo 6: Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanları Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Tükenmişlik Ölçeği Faktörleri

Faktör İsimleri	Faktör Maddeleri	P Değeri	Cronbach Alpha Düzeyi	SS
Duygusal Tükenme (F1)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	,000	,922	,7615
Duyarsızlaşma (F2)	10, 11, 12, 13, 14	,000	,856	,8662
Yetkinlik (F3)	16, 17, 18, 19, 20, 21	,000	,836	,6152

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanları tarafından değerlendirilmesine yönelik tükenmişlik ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek amacıyla, Cronbach Alfa güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiş ve ölçeğin tamamı için Cronbach Alfa değeri .866 şeklinde elde edilmiştir. Özdamar, likert tipi bir derecelendirmede yeterli düzeyde kabul edilebilecek bir güvenilirlik seviyesinin mümkün olduğunca 1'e yakın olması gerektiğini belirtmektedir (Özdamar, 2002: 673). Elde edilen Cronbach Alfa değeri veri sonuçlarına göre tükenmişlik ölçeğinin güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

4.4.3. Tükenmişlik Düzeylerine Yönelik Bakış Açıları, Değerlendirmeleri ve Düşünce Düzeyleri

İşletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının Tükenmişlik Ölçeğinde yer alan ifadelerle ilişkin bakış açıları, değerlendirmeleri ve düşünce düzeylerine ilişkin verilere ise Tablo 7'de yer verilmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Tükenmişlik Düzeyleri

İfadeler	Ortalamalar*	Standart Sapma
F1: Duygusal Tükenme		
İşimden soğudumu hissediyorum/ düşünüyorum.	2,58	1,175
İşgünü sonunda kendimi ruhsal olarak tükenmiş hissediyorum/ düşünüyorum.	3,02	1,263
Sabah uyanınca yaptığım işe daha fazla dayanamayacağımı ve kendimi yorgun hissediyorum.	2,52	1,225
Gün boyu insanlarla uğraşmak zorunda olmak benim için çok yıpratıcı.	2,88	1,201
Yaptığım işten yıldığımı hissediyorum/ düşünüyorum.	2,47	1,243
İşimin beni kısıtladığımı hissediyorum/ düşünüyorum.	2,75	1,292
İşimde çok fazla (süre/ süredir) çalıştığımı hissediyorum/ düşünüyorum.	2,99	1,191
İşimde yolun sonuna geldiğimi hissediyorum/ düşünüyorum.	2,44	1,159
Doğrudan insanlarla çalışmak bende çok fazla gerginlik (stres) oluşturuyor.	2,73	1,196
F2: Duyarsızlaşma		
İşim gereği karşılaştığım insanlara karşı sanki insan değilmiş gibi davrandığımı hissediyorum/ düşünüyorum.	2,05	1,027
Bu işte çalışmaya başladığımdan beri insanlara karşı sertleştiğimi ve katılaştığımı hissediyorum/ düşünüyorum.	2,42	1,185
Yaptığım işin giderek beni katılaştırmasından korkuyorum.	2,44	1,142

İşimle ilgili karşılaştığım insanlara ne olduğu umurumda değil.	2,33	1,160
İşim gereği karşılaştığım insanların yaşadıkları bazı problemleri sanki benim yüzümden ortaya çıkmış gibi davrandıklarını hissediyorum.	2,18	1,029
F3: Yetkinlik (Kişisel başarıda azalma veya kendini yetersiz görme)		
İşim gereği sorun yaşayan insanların yaşadıkları problemlere hemen en uygun çözüm yolları bulurum.	3,81	,860
Yaptığım iş sebebiyle insanların yaşamına olumlu katkı sağladığıma inanıyorum.	3,91	,925
Birçok şeyi başarabilecek/ yapabilecek güçteyim.	4,08	,827
İşim gereği karşılaştığım insanlarla rahat bir ortam ve rahat ilişki oluştururum.	4,00	,767
İnsanlarla yakın bir çalışmadan sonra kendimi daha canlı hissedirim.	3,95	,772
Yaptığım işte önemli derecede birçok başarı elde ettim.	3,86	,894
İş ortamındaki duygusal konulara karşı soğukkanlılıkla ve tarafsızca yaklaşırım.	3,69	1,007

* 0-1,49 arası kesinlikle katılmıyorum, 1,50-2,49 arası katılmıyorum, 2,50-3,49 arası ne katılıyorum ne de katılmıyorum, 3,50-4,49 arası katılıyorum ve 4,50-5 arası kesinlikle katılıyorum.

Tablo 7’de Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik algı faktörleri ve tükenmişlik düzeylerine yönelik bakış açısı ve düşünce düzeylerine ilişkin değerlendirmelerinin ortalama ve standart sapmaları dağılımına göre, yetkinlik faktörü altında, ilk sırada ($\bar{x}=4,08$) “Birçok şeyi başarabilecek/ yapabilecek güçteyim” değişkeni yer almaktadır. İkinci sırada, ($\bar{x}=4,00$) “İşim gereği karşılaştığım insanlarla aramada rahat bir ortam ve rahat ilişki kururum.” değişkeni, üçüncü sırada, ($\bar{x}=3,95$) “İnsanlarla yakın bir çalışma sonrası kendimi daha canlı hissedirim” değişkeni, dördüncü sırada ise ($\bar{x}=3,91$), “Çalıştığım iş sebebiyle insanların hayatına olumlu katkı sağladığımı düşünüyorum” değişkeni bulunmaktadır. Ayrıca duygusal tükenme faktörü altında, ilk sırada ($\bar{x}=3,02$), “İş günü sonunda kendimi ruhen tükenmiş hissediyorum/ düşünüyorum.” değişkeni, ikinci sırada ($\bar{x}=2,99$), “İşimde çok fazla (süre/ süredir) çalıştığımı hissediyorum/ düşünüyorum” ve üçüncü sırada ($\bar{x}=2,88$), “Gün boyu insanlarla uğraşmak zorunda olmak benim için çok yıpratıcı” görüşleri yer almaktadır. Duyarsızlaşma faktörü altında ilk sırada ($\bar{x}=2,44$), “Yaptığım işin giderek beni katılaştırmasından korkuyorum” görüşü yer almaktadır.

4.4.4. Farklılıklara İlişkin Analizler

İşletmelerin pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının Tükenmişlik düzeylerinin demografik değişkenlere göre farklılıkların belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen analiz sonuçlarına yönelik bilgilere Tablo 8, 9, 10, 11, 12 ve 13’te yer verilmektedir.

Tablo 8. Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Cinsiyetlerine Göre Tükenmişlik Ölçeği Bağımsız t Testi Tablosu

Ölçek Boyutları	Cinsiyet	N	\bar{x}	s	t	p
F1 (Duygusal Tükenme)	Erkek	244	2,65	,985	1,903	,058
	Kadın	109	2,85	,866		
F2 (Duyarsızlaşma)	Erkek	244	2,36	,929	2,363	,019
	Kadın	109	2,12	,751		
F3 (Yetkinlik, Kişisel başarıda azalma/ kendini yetersiz görme)	Erkek	244	3,87	,646	1,011	,313
	Kadın	109	3,95	,534		
Ölçeğin Tamamı	Erkek	244	2,99	,594	,864	,388
	Kadın	109	3,04	,495		

Araştırma kapsamında Tükenmişlik düzeylerinin demografik özellikler arasında yer alan cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık olup olmadığı bağımsız t testi ile değerlendirilmiştir. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının cinsiyet özelliklerine göre F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(4-352)}=,058$; $P>0,05$), F3 (Yetkinlik, kişisel başarıda azalma veya kendini yetersiz görme) ($F_{(4-352)}=,313$; $P>0,05$) ve ölçeğin tamamı ($F_{(4-352)}=,388$; $P>0,05$) boyutları puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(4-352)}=,019$; $P<0,05$)

boyutu puanında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş, F2 (Duyarsızlaşma) boyutunda erkek işletme pazarlama yönetici veya satış uzmanlarının kadınlara göre daha yüksek düzeyde tükenmiş olduğu belirlenmiştir.

Tablo 9. İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Yaşlarına Göre Tükenmişlik Düzeylerinin Yaş Aralıklarına Göre Farklılığı Anova Testi Sonuçları

Ölçek Boyutları	Varyans Kaynağı	Karelerin Toplamı	sd	Karelerin Ortalaması	F	p	Farkın Kaynağı (LSD)
F1 (Duygusal Tükenme)	Gruplar arası	8,153	4	2,038	2,272	,061	—
	Grup içi	312,185	348	,897			
	Toplam	320,338	352				
F2 (Duyarsızlaşma)	Gruplar arası	21,956	4	5,489	7,543	,000	25 Yaş ve altı-37-48 Arası
	Grup içi	253,228	348	,728			25 Yaş ve altı-49-59 Arası
	Toplam	275,185	352				26-36 Yaş-49-59 Yaş Arası
F3 (Yetkinlik)	Gruplar arası	14,617	4	3,654	10,660	,000	25 Yaş ve altı-26-36 Yaş Arası
	Grup içi	119,288	348	,343			25 Yaş ve altı-60 Yaş ve Üzeri
	Toplam	133,905	352				26-36 Yaş-37-48 Yaş Arası
Ölçeğin Tamamı	Gruplar arası	6,827	4	1,707	5,613	,000	26-36 Yaş-49-59 Yaş Arası
	Grup içi	105,824	348	,304			37-48 Yaş-60 Yaş ve Üzeri
	Toplam	112,651	352				49-59 Yaş-60 Yaş ve Üzeri
	Gruplar arası	6,827	4	1,707			25 Yaş ve altı-37-48 Yaş Arası
	Grup içi	105,824	348	,304			25 Yaş ve altı-49-59 Yaş Arası
	Toplam	112,651	352				26-36 Yaş-49-59 Yaş Arası

Araştırma kapsamında “Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısı yönünden anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusuna yanıt aranmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik demografik özelliklerine göre bakış açısı ve düşünce düzeyleri açısından tek yönlü varyans analizi yürütülmüş olup, Tablo 9, 10, 11,12 ve 13’te ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik yaş aralıklarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından, F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(4-352)} = ,061$; $P > 0,05$) anlamlı farklılık bir bulunmazken, F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(4-352)} = ,000$; $P < 0,05$), F3 (Yetkinlik) ($F_{(4-352)} = ,000$; $P < 0,05$) ve Ölçeğin Tamamı ($F_{(4-352)} = ,000$; $P < 0,05$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısından F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(4-352)} = ,000$; $P < 0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemek için gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucu, farkın 25 yaş ve altı ile 37-48 yaş arası ve 49-59 yaş arasında 25 yaş altı lehine farka ulaşılmıştır. Yine 26-36 yaş arası ile 49-59 yaş arasında 26-36 yaş lehine farka ulaşılmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısından F3 (Yetkinlik) ($F_{(4-352)} = ,000$; $P < 0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Anlamlı farkın yönünü ve kaynağını tespit etmek için gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucunda, farkın 25 yaş ve altı-ile 37-48 yaş

arası ve 49-59 yaş arasında 25 yaş altı lehine farka ulaşılmıştır. Yine 26-36 yaş arası ile 37-48 yaş arası ve 49-59 yaş arasında 26-36 yaş lehine farka ulaşılmıştır. Ayrıca 37-48 yaş arası ile 60 yaş ve üzerinde 37-48 yaş arası aleyhine, 49-59 yaş ile 60 yaş ve üzeri arasında 49-59 yaş arası aleyhine farka ulaşılmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısından ölçeğin tamamı boyutu ($F_{(4-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Anlamlı farkın yönünü ve kaynağını tespit etmeye yönelik Post Hoc (LSD) testi yapılmış; farkın 25 yaş ve altı ile 37-48 yaş arası ve 49-59 yaş arasında 25 yaş altı lehine, 26-36 yaş ile 49-59 yaş arasında 49-59 yaş arası lehine farka ulaşılmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısından diğer yaş grupları ile 25 yaş ve altı arasında farkın genellikle 25 ve yaş altı lehine olması, genç yaştaki pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının daha yaşlı pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarına göre farklı düşünüyor olması ile açıklanabilmektedir.

Tablo 10. Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Medeni Durumlarına Göre Tükenmişlik Ölçeği Anova Testi Sonuçları

Ölçek Boyutları	Varyans Kaynağı	Karelerin Toplamı	sd	Karelerin Ortalaması	F	p	Farkın Kaynağı (LSD)
F1 (Duygusal Tükenme)	Gruplar arası	10,540	2	5,270	5,954	,003	Evli ile Bekar Arasında
	Grup içi	309,797	350	,885			
	Toplam	320,338	352				
F2 (Duyarsızlaşma)	Gruplar arası	18,128	2	9,064	12,342	,000	Evli ile Bekar Arasında
	Grup içi	257,056	350	,734			
	Toplam	275,185	352				
F3 (Yetkinlik)	Gruplar arası	,019	2	,009	,024	,976	—
	Grup içi	133,887	350	,383			
	Toplam	133,905	352				
Ölçeğin Tamamı	Gruplar arası	5,120	2	2,560	8,332	,000	Evli ile Bekar Arasında
	Grup içi	107,531	350	,307			
	Toplam	112,651	352				

Tablo 10'da Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik medeni durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açılarına yer verilmektedir. Katılımcıların medeni durumları açısından F3 (Yetkinlik) ($F_{(2-352)}=,976$; $P>0,05$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(2-352)}=,003$; $P<0,05$) ile F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(2-352)}=,000$; $P<0,05$), ve Ölçeğin Tamamı ($F_{(2-352)}=,000$; $P<0,05$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik medeni durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(2-352)}=,003$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemek için gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucunda farkın evli katılımcılar ile bekar katılımcılar arasında bekarlar lehine farka

ulaşmıştır. Yine Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısından F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(2-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemeye yönelik yapılan Post Hoc (LSD) testi sonucu farkın evli katılımcılar ile bekar katılımcılar arasında evliler aleyhine farka ulaşılmıştır. Ayrıca Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik bakış açısı, ve düşünce düzeyleri açısından ölçeğin tamamı ($F_{(2-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemek için gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucu, farkın evli katılımcılar ile bekar katılımcılar arasında bekarlar lehine farka ulaşılmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısından medeni durumlarına evliler ile bekarlar arasındaki farkın genellikle bekarlar lehine, evliler aleyhine olması ise, evli katılımcıların bekar katılımcılara göre daha farklı düşünüyor olması ile açıklanabilmektedir.

Tablo 11. Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Eğitim Durumlarına Göre Tükenmişlik Ölçeği Anova Testi Sonuçları

Ölçek Boyutları	Varyans Kaynağı	Karelerin Toplamı	sd	Karelerin Ortalaması	F	p	Farkın Kaynağı (LSD)
F1 (Duygusal Tükenme)	Gruplar arası	28,855	3	9,618	11,516	,000	İlköğretim ile Üniversite Arasında
	Grup içi	291,483	349	,835			
	Toplam	320,338	352				
F2 (Duyarsızlaşma)	Gruplar arası	9,546	3	3,182	4,181	,006	—
	Grup içi	265,638	349	,761			
	Toplam	275,185	352				
F3 (Yetkinlik)	Gruplar arası	7,930	3	2,643	7,323	,000	İlköğretim ile Lise Arasında
	Grup içi	125,976	349	,361			
	Toplam	133,905	352				
Ölçeğin Tamamı	Gruplar arası	6,483	3	2,161	7,104	,000	Üniversite ile Yüksek Lisans- Doktora Arasında
	Grup içi	106,168	349	,304			
	Toplam	112,651	352				

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik eğitim durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(3-352)}=,006$ $P>,05$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,00$), F3 (Yetkinlik) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$) ve Ölçeğin Tamamı ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik eğitim durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından sadece F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın kaynağını ve yönünü tespit etmek için Post Hoc (LSD) testi gerçekleştirilmiş olup, farkın ilköğretim ile üniversite mezunları arasında ilköğretim mezunları lehine, yüksek lisans ve doktora mezunları ile üniversite mezunları arasında üniversite mezunları lehine farka ulaşılmıştır. Yine Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik eğitim durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F3 (Yetkinlik) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemek için gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucu, farkın ilköğretim mezunları ile lise mezunları arasında ilköğretim mezunları lehine, ilköğretim ile üniversite mezunları arasında ilköğretim mezunları lehine ve yine ilköğretim mezunları ile lisansüstü arasında ilköğretim mezunları lehine farka ulaşılmıştır. Ayrıca Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik eğitim durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından ölçeğin tamamı ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemeye yönelik yapılan Post Hoc (LSD) testi sonucunda, farkın üniversite

mezunları ile yüksek lisans- doktora mezunları arasında üniversite mezunları lehine farka ulaşılmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik düşünce düzeyleri ve bakış açısından eğitim durumuna göre ilköğretim mezunları ile lise, üniversite ve lisans üstü mezunları arasındaki farkın genellikle ilkokul ve üniversite mezunları lehine olması, eğitim durumlarının yükseldikçe daha farklı düşünüyor olmaları ile açıklanabilmektedir.

Tablo 12. Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Gelir Düzeylerine Göre Tükenmişlik Ölçeği Anova Testi Sonuçları

Ölçek Boyutları	Varyans Kaynağı	Karelerin Toplamı	sd	Karelerin Ortalaması	F	p	Farkın Kaynağı (LSD)
F1 (Duygusal Tükenme)	Gruplar arası	25,716	3	8,572	10,154	,000	5.000 TL'den az ile 20.000 TL ve Üzeri Arasında
	Grup içi	294,621	349	,289			
	Toplam	320,338	352				
F2 (Duyarsızlaşma)	Gruplar arası	18,280	3	6,093	8,278	,000	5.001 TL-8.000 TL ile 20.000 TL ve Üzeri Arasında
	Grup içi	256,905	349	,736			
	Toplam	275,185	352				
F3 (Yetkinlik)	Gruplar arası	,902	3	,301	,789	,501	—
	Grup içi	133,003	349	,381			
	Toplam	133,905	352				
Ölçeğin Tamamı	Gruplar arası	11,640	3	3,880	13,406	,000	5.000 TL'den az ile 20.000 TL ve Üzeri Arasında
	Grup içi	101,011	349	,289			
	Toplam	112,651	352				

Tablo 12'de Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik gelir durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F3 (Yetkinlik) ($F_{(3-352)}=,501$ $P>,005$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<,00$), F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<,05$) ve Ölçeğin Tamamı ($F_{(3-352)}=,000$; $P<,05$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik gelir durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemek için Post Hoc (LSD) testi gerçekleştirilmiş olup, farkın 5.000 TL'den az ile 20.000 TL ve üzeri arasında 5.000 TL'den az lehine, 5.001 TL-8.000 TL ile 8.001-15.000 TL arasında 5.001 TL-8.000 TL lehine, 5.001 TL-8.000 TL ile 20.000 TL ve üzeri arasında 5.001 TL-8.000 TL lehine, 8.001 TL-15.000 TL ile 20.000 TL ve üzeri arasında 8.001 TL-15.000 TL lehine farka ulaşılmıştır. Yine Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik eğitim durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucu, farkın 5.000 TL'den az ile 20.000 TL ve üzeri arasında 5.000 TL'den az lehine, 5.001 TL-8.000 TL ile 20.000 TL ve üzeri arasında 5.001 TL-8.000 TL lehine, yine 8.001 TL-15.000 TL ile 20.000 TL ve üzeri arasında 8.001 TL-15.000 TL lehine farka ulaşılmıştır. Ayrıca Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik eğitim durumlarına göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından ölçeğin tamamı ($F_{(3-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucunda, farkın 5.000 TL'den az ile 20.000 TL ve üzeri arasında 5.000 TL'den az lehine, 5.001 TL-8.000 TL ile 8.001-15.000 TL arasında 5.001 TL-8.000 TL lehine, 5.001 TL-8.000 TL ile 20.000 TL ve üzeri arasında 5.001 TL-8.000 TL lehine, 5.001 TL-8.000 TL ile 8.001-15.000 TL arasında 5.001 TL-8.000 TL lehine farka ulaşılmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik algılamaları, düşünce düzeyleri ve bakış açısından gelir durumuna göre düşük gelir gurubuna göre yüksek gelir grubu arasında düşük gelir gurubu lehine veya yüksek gelir grubu aleyhine olması, katılımcılarının gelir durumlarının yükseldikçe daha farklı düşünüyor olmalarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 13. Niğde ve Yöresi İşletme Pazarlama Yöneticisi veya Satış Uzmanlarının Çalışma Sürelerine (Tecrübelerine) Göre Tükenmişlik Ölçeği Anova Testi Sonuçları

Ölçek Boyutları	Varyans Kaynağı	Karelerin Toplamı	sd	Karelerin Ortalaması	F	P	Farkın Kaynağı (LSD)
F1 (Duygusal Tükenme)	Gruplar arası	12,446	4	3,112	3,517	,008	—
	Grup içi	307,891	348	,885			
	Toplam	320,338	352				
F2 (Duyarsızlaşma)	Gruplar arası	14,937	4	3,734	4,993	,001	3-5 Yıl ile 21 Yıl ve Üzeri
	Grup içi	260,248	348	,748			6-10 Yıl ile 21 Yıl ve Üzeri
	Toplam	275,185	352				
F3 (Yetkinlik)	Gruplar arası		4	3,065	8,769	,000	1-2 Yıl ile 6-10 Yıl Arasında
	Grup içi		348	,350			3-5 Yıl ile 6-10 Yıl Arasında
	Toplam	12,261					6-10 Yıl ile 11-20 Yıl Arasında
Ölçeğin Tamamı	Gruplar arası	9,155	4	2,289	7,696	,000	6-10 Yıl ile 21 Yıl Üzeri Arasında
	Grup içi	103,496	348	,297			3-5 Yıl ile 21 Yıl Üzeri Arasında
	Toplam	112,651	352				6-10 Yıl ile 21 Yıl Üzeri Arasında

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik çalışma sürelerine (tecrübelerine-kıdemlerine) göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F1 (Duygusal Tükenme) ($F_{(4-$

$F_{(4-352)}=,008$; $P>0,05$) anlamlı bir farklılık bulunmazken, F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(4-352)}=,001$ $P<0,05$), F3 (Yetkinlik) ($F_{(4-352)}=,000$; $P<0,05$) ve Ölçeğin Tamamı ($F_{(4-352)}=,000$; $P<0,05$) puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik çalışma sürelerine (tecrübelerine-kıdemlerine) göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F2 (Duyarsızlaşma) ($F_{(4-352)}=,001$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu anlaşılmıştır. Anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemek için Post Hoc (LSD) testi gerçekleştirilmiş olup, farkın 3-5 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 21 yıl ve üzeri çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 3-5 yıl çalışma süresi ile 20 yıl ve üzeri arasında (tecrübelerine-kıdemlerine) 3-5 yıl arası tecrübe olanların lehine, 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) ile 21 yıl ve üzeri çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar lehine farka ulaşılmıştır. Yine Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik çalışma sürelerine (tecrübelerine-kıdemlerine) göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından F3 (Yetkinlik) ($F_{(4-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemek için gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucu, farkın 1-2 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 1-2 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanların aleyhine, 3-5 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 3-5 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar aleyhine, 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 11-20 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar lehine, 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 21 yıl ve üzeri çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar lehine farka ulaşılmıştır. Ayrıca Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik çalışma sürelerine (tecrübelerine-kıdemlerine) göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından ölçeğin tamamı ($F_{(4-352)}=,000$; $P<0,05$), puanı arasında anlamlı bir farklılık çıkmış olup, anlamlı farkın yönünü ve kaynağını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen Post Hoc (LSD) testi sonucunda, farkın 3-5 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 11-20 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 3-5 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanların lehine, 3-5 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 21 yıl ve üzeri çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında yine 3-5 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar lehine, 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar ile 21 yıl ve üzeri çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanlar arasında 6-10 yıl çalışma süresi (tecrübelerine-kıdemlerine) olanların lehine farka ulaşılmıştır. Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik çalışma sürelerine (tecrübelerine-kıdemlerine) göre düşünce düzeyleri ve bakış açısından çalışma süreleri, tecrübeleri veya kıdemleri düşük olanların lehine çıkması veya yüksek olanların aleyhine çıkması, çalışma süreleri, tecrübeleri veya kıdemleri düşük olanların, çalışma süreleri, tecrübeleri veya kıdemleri yüksek olanlara göre daha farklı düşünüyor olması ile açıklanabilmektedir.

4. Sonuç ve Tartışma

Tükenmişlik iş görenlerin özel ve çalışma hayatlarında karşılaştığı çeşitli olumsuzluklar sonucu, enerji ve güç kaybına bağlı olarak ortaya çıkan işletme ile tüm iç ve dış paydaşları açısından yaşanan olumsuzluklar sebebiyle psikolojik ve örgütsel davranış alanında pek çok araştırma yapılmasında etkili olmuştur (Uler, 2020: 36). Son zamanlarda çalışanların tükenmişlik düzeyleri ve tükenmişliğin işletmelere olan etkileri literatüründe iş görenlerin tükenmişlik sendromu yaşamalarının nedenleri arasında sorunun bireysel ya da işletme yönetimi kaynaklı olup olmadığı kamuoyu tarafından merak edilmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine yönelik algılamalarını, düşünce düzeylerini ve bakış açılarını ortaya koymak için yapılan tüm analizler neticesinde literatürdeki diğer araştırmalarda olduğu gibi benzer sonuçlara ulaşılmış olup, tükenmişliğin duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve yetkinlik boyutlarından meydana geldiği belirlenmiştir. Yine işletme pazarlama ve satış yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerinin kişisel başarı eksikliği (yetkinlik) alt boyutu bakımından ise yüksek, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma alt boyutları açısından ise düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, Özutku (2019) ile Uzun ve Mayda (2020) tarafından ortaya konan araştırma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca, Niğde ve yöresi erkek işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeyleri, kadın işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerine göre daha yüksektir. Bununla birlikte, farklılıklara ilişkin yapılan analizler sonucunda Niğde ve yöresi işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanları arasında, düşük yaşta, düşük eğitim düzeyinde ve

düşük gelir grubunda olanlar ile iş tecrübesi daha az olanların tükenmişlik düzeylerine göre bakış açısı ve düşünce düzeyleri diğerlerine göre daha yüksek seviyededir ve daha duyarlıdır. Bu bulgu ise, Köksal ve Kara (2022), tarafından yapılan araştırma bulgusuyla benzerlik göstermektedir.

Araştırmada müşterilerle sürekli proaktif biçimde ilişki, iletişim ve etkileşim durumunda olan ve stresli bir çalışma faaliyeti sürdüren satış ve pazarlama yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerinin tespit edilmesi özel ve iş hayatında yaşayabilecekleri sorunların önceden belirlenerek, çözüm yolları bulunmasında işletmelerin pazarlama departmanı için önemli bir problemin ortadan kaldırılmasında etkili olabilecektir. Araştırma sonuçları göz önünde bulundurulduğunda, erkek işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlarının tükenmişlik düzeylerinin kadın işletme pazarlama yöneticisi veya satış uzmanlara göre daha yüksek olması erkeklerin kadınlara göre daha fazla stres ya da baskı altında ve aşırı iş yükü şartlarında çalışıyor olmalarından kaynaklanabilmesi sebebiyle eşit çalışma şartlarına yönelik çeşitli rotasyon faaliyetleri ile işletme eylem planları hazırlanabilir. Yine iş görenlerin tükenmişlik düzeyleri ile mücadele etme ve çözüm üretme yollarına ilişkin işletmelerde çeşitli hizmet-içi eğitimler gerçekleştirilerek, işletme pazarlama ve satış yöneticisi ve çalışanlarına bilgilendirilebilir. İşletme pazarlama yöneticisi veya satış görevlilerinin performanslarının ödüllendirilebilmesinin yanı sıra, iş dağılımlarında ya da ödüllendirme süreçlerinde adil kararların verilmesiyle birlikte, uygun bir çalışma ortamının tetiklediği kaliteli işletme kültürünün oluşması desteklenebilir ve buna bağlı olarak da işletmeye yönelik tüm çalışanların olumsuz tutumların azalması sağlanabilir. Bununla birlikte, işletmelerin pazarlama ve satışlarına önemli katkılar sağlayan pazarlama ve satış yöneticilerinin tükenmişlik düzeylerine sebep olan olumsuz faktörlerin araştırılması ve ortaya çıkan olumsuzluklarla ilgili önlemlerin alınması, pazarlama ve satış yöneticilerinin iş yüklerinin azaltılarak, yasal mevzuatta değişikliklere gidilmesi işletmenin sosyo-ekonomik gelişimi açısından oldukça önemli olabilir. Ayrıca, işletmeler pazarlama ve satış görevlilerinin işin gerekliliklerini göz önüne alarak iş analizleri yaparak, tükenmişliğe yatkın bireyleri uygun görevlere yerleştirebilirler ve çalışanların tükenmişlikle baş edebilmeleri için özellikle KOBİ'ler tükenmişlik ile başa çıkma programları geliştirebilir.

01-31 Ekim 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen araştırma, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nin öğretim elemanları ve sonuçların diğer üniversitelerde çalışan öğretim elemanlarına genellenememesinin yanı sıra, araştırmada kullanılan kişisel bilgi formundan elde edilen verilerle ve Maslach ve Jackson (1981) tarafından bulunan, Bakker vd. (2002) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Çapri, Gündüz ve Gökçakan (2011) tarafından gerçekleştirilen Maslach Tükenmişlik Envanteri-Öğrenci Formu'ndan (MTE-ÖF) elde edilen verilerle sınırlandırılmıştır. Araştırma sonuçları, Türkiye genelindeki işletmelerin pazarlama ve satış yöneticilerinin karşı karşıya kalabileceği tükenmişlik düzeyine göre işletmelerin uygulayacakları pazarlama faaliyetlerinde oluşturacakları pazarlama stratejilerinde, tükenmişlik sendromunun işletme pazarlama yöneticilerindeki etkisinin ortaya konulması ve gelecek dönemlerde yapılacak araştırmalarda kullanılması bakımından önemlidir. Çalışmada yer alan inceleme ve değerlendirmelerin kamuoyunun bilgi ihtiyacının karşılanmasıyla yanı sıra, başta bölge yöneticileri arasında yer alan belediye başkanları, valiler ile şehirlerin kurumsal paydaşlarına ve kamuoyuna, şehir pazarlaması planlaması ve stratejilerini geliştirirken yardımcı olması düşünülmektedir.

Kaynakça

- Al-Badarneh, M., Shatnawi, H., Alananzeh, O., & Al-Makhadmeh, A. (2019). Job Performance Management: The Burnout Inventory Model and Intention to Quit Their Job Among Hospitality Employees. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(2), 1355-1375.
- Ardıç, K., & Polatçı, S. (2008). Tükenmişlik Sendromu Akademisyenler Üzerinde Bir Uygulama (GOÜ Örneği). *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 69-96
- Aydın, A. U., & Akgemci, T. (2020). Tükenmişlik Sendromunun İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri: Bankacılık Sektörü Çalışanları Örneği. *Strategic Public Management Journal*, 6(11), 103-114.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2002). Validation of the Maslach Burnout Inventory-General Survey: An Internet Study. *Anxiety, Stress & Coping*, 15(3), 245-260.
- Barutçu, E., & Serinkan, C. (2008). Günümüzün Önemli Sorunlarından Biri Olarak Tükenmişlik Sendromu ve Denizli'de Yapılan Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 2008, 541-561

- Bilgin, R., Emhan, A., & Bez, Y. (2011). Sosyal Hizmet Kurumu Çalışanlarında İş Memnuniyeti, Tükenmişlik ve Depresyon: Diyarbakır İli Alan Araştırması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(38), 210-228.
- Boymul, E., & Özelturkay, E. Y. (2017). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın Tükenmişlik Sendromu Üzerindeki Etkisi: Bir Sanayii Kuruluşunda Uygulama. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 12(46), 93-102.
- Bozkurt, Ö. (2016). Kamu Kurumlarındaki Çatışma ve Tükenmişlik İlişkisinin Nedensel ve Çözümsel Bağlamda İncelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(4), 79-92.
- Bretland, R. J., & Thorsteinsson, E. B. (2015). Reducing Workplace Burnout: The Relative Benefits of Cardiovascular and Resistance Exercise. *Peer J*; 9: e891.
- Brick, D.J., & Fitzsimons, G.J. (2017). Oppositional Brand Choice: Using Brands to Respond to Relationship Frustration. *J. Consum. Psychol.* 27 (2), 257–263.
- Büyüköztürk, Ş. (2019). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Pegem Akademi Yayıncılık, pp. 001-214, Ankara.
- Cherniss, C. (1992). Long-term Consequences of Burnout: An Exploratory Study. *Journal of Organizational Behavior*, 13(1), 1-11.
- Çalışkan, A., & Özkan, H. (2019). Örgütsel Bağlılığın Tükenmişliğe Etkisi İş Tatmininin Aracılık Rolü Mersin İli Kamu Hastaneleri Hemşirelerine Yönelik Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 180-194.
- Çapri, B. (2006). Tükenmişlik ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1).
- Çeçen, A., & Örkün, Ü. (2012). Tekstil Sektörü Mavi Yaka Çalışanlarının Yaşam Doyumu ve Tükenmişlik Düzeylerinin İş Doyumu Tarafından Yordanması. *Çukurova Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 323-338.
- Dolgun, U. (2010). *Tükenmişlik Sendromu. Örgütsel Davranışta Güncel Konular*, 287- 310.
- Gündüz, B., Çapri, B., & Gökçakan, Z. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (19), 38-55.
- Çetin, İ. (2018). Tükenmişlik Sendromu ve Otel Çalışanlarının Demografik Değişkenleriyle İlişkisi: Girne Örneği. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(1), 20-30.
- Demir, F., & Çankaya, C. (2019). Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin Fiziksel Aktivite Düzeylerinin Mesleki Tükenmişlik Düzeylerine Etkisi. *Spor Eğitim Dergisi*, 3(2), 20-32.
- Demir, S. (2019). Lider-Üye Etkileşiminin Öğretmen Stres, Tükenmişlik ve Depresyonu Üzerindeki Rolü. *Ege Eğitim Dergisi*, 20(1), 291-304.
- Demirel, Y. & Yücel, M. (2017). Sosyal Destek ve Psikolojik Güçlendirmenin Duygusal Tükenmişlik Üzerine Etkisi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 310-321.
- Duman, N., Sak, R. & Sak, İ. Ş. (2020). Öğretmenlerin mesleki tükenmişlik düzeyleri ile örgütsel sinizm tutumlarının incelenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 1098-1127.
- Faiz, E. (2019). Aşırı İş Yükü ve Tükenmişlik Sendromunun İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Satış Personelleri Üzerinde Bir Araştırma. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 10(1), 26-38.
- Furnell, A. (2008). Exploring the Relationship Between Burnout, Emotional Labour and Emotional Intelligence: A Study On Call Centre Representatives. *Industrial Psychology at The University of Stellenbosch, Master Dissertation*, South Africa.
- Işıkhana, V. (2016). *Çalışanlarda Tükenmişlik Sendromu. Akciğer Kanseri Destek Tedavisi İçinde* (ss. 366-391), TÜSAD Eğitim Kitapları Serisi, Ankara.
- İnce, N. B., & Şahin, A. E. (2015). Maslach Tükenmişlik Envanteri-Eğitimci Formu'nu Türkçe'ye Uyarlama Çalışması. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 6(2), 385-399.
- Jugdev, K., Mathur, G., & Cook, C. (2018). Linking Workplace Burnout Theories to The Project Management Discipline. *International Journal of Managing Projects in Business*, 11/1, 198-221.

- Kahn, J. H. Schneider, K. T. Henkelman, T. M., & Moyle, L. L. (2006). Emotional Social Support And Job Burnout Among High-School Teachers: Is it All Due to Dispositional Affectivity? *Journal of Organizational Behaviour*, 27: 793–807.
- Kapusuz, A. (2016). Kişilik Özellikleri İle Tükenmişlik İlişkisinde Psikolojik Sermayenin Etkileri (Yayımlanmamış doktora tezi). *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*. Osmaniye
- Kaynak, İ. (2021). İş Güvencesizliğinin Tükenmişliğe Etkisinde İş Yükü Algısının Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 1907-1922.
- Keles, D., & Goktepe, E. A. (2020). Duygusal Emek Davranışlarının Tükenmişlik Sendromu ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Hazır Giyim Sektöründe Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 11(3), 855-873.
- Köksal, K., & Kara, A. U. (2022). Kişilik ile Tükenmişlik İlişkisinde İstismarcı Yönetimin Aracı Rolü: Banka Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 269-293.
- Kulualp, H. G., & Sarı Ö. (2019). Tükenmişlik Sendromu: Kamu Kuruluşu Çalışanları Üzerine Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 211-230.
- Lee, E. K., & Ji, E. J. (2018). The Moderating Role of Leader–Member Exchange in the Relationships Between Emotional Labor and Burnout in Clinical Nurses. *Asian Nursing Research*, 12(1), 56-61.
- Maslach, C. (1982). *Burnout, the Cost of Caring*, N.J.: Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- Maslach, C., & Jackson, S. E. (1986). *Maslach Burnout Inventory Mantra*, 2nd cdn (Consulting Psychologists Press, Palo Alto).
- Maslach, C., Jackson, S. E., & Leiter, M. P. (1997). *Maslach burnout inventory*. Scarecrow Education.
- Maslach, C., & Jackson, S. E. (1981). The Measurement of Experienced Burnout, *Journal of Occupational Behaviour*, Vol. 2, 99-113.
- Maslach, C., & Jackson, S. E. (1981). *MBI: Maslach Burnout Inventory*. Palo Alto, CA, 1(2), 49-78.
- Maslach, C., Schaufeli, W.B., & Leiter, M.P. (2001). Job Burnout. *Annual Review Psychology*, 52(1), 397-422.
- Maslach, C. (2003). Job Burnout: New Directions in Research and Intervention. *Current Directions in Psychological Science*, 12(5), 189–192.
- Meydan, C. H., Şeşen, H., & Basım, H. N. (2011). Adalet Algısı ve Tükenmişliğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Öncüllük Rolü. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(2), 43-62.
- Mum, S. (2021). Hizmet İçi Eğitimin Tükenmişlik Sendromu Üzerindeki Etkisi: Lojistik Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Tarsus Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Lojistik Ana Bilim Dalı* (Master's thesis).
- Olson, S. M., Odo, M., Duran, A. M, Pereira, A. G., & Mandel, J. H. (2014). Burnout and Physical Activity in Minnesota Internal Medicine Resident Physicians. *Journal of Graduate Medical Education*, December, 669–674.
- Örücü, E., & Hasırcı, I. (2021). Öz Kendilik Değerlendirmesi, İş Tatmini ve Tükenmişlik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 316-334.
- Bülent, Öz., & Çeviren, S. M. (2017). Muhasebe Meslek Mensuplarında Tükenmişlik Sendromu: Mersin Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(3), 41-59.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Özsoy, E. (2019). Yöneticilerin Karanlık Kişilik Özelliklerinin Çalışanların Tükenmişlik Düzeylerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(1), 194-203.
- Öztürk, A. (2019). Akademisyenlerin Algıladıkları Mobbing ve Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 314-325.
- Özutku, H. (2019). Tükenmişliğin İş Yaşam Dengesi ve Çalışan Sağlığı Üzerindeki Etkisi: Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 165-182.

- Özveren, C. G. (2021). Tükenmişlik Sendromu Yaşayan Stajyerlere Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *İş'te Davranış Dergisi*, 6(1), 29-39.
- Pinto, J. K., Patanakul, P., & Pinto, M. B. (2016). Project Personnel, Job Demands and Workplace Burnout: The Differential Effects of Job Title and Project Type. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 63(1), 91-100.
- Salha, H., Cinnioğlu H., & Yazıt, H. (2016). Psikolojik Sözleşme İhlal Algısının Tükenmişlik Üzerine Etkisi: Yiyecek İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *17. Ulusal Turizm Kongresi*, Muğla.
- Singh, S. N., Mishra, S., & Kim, D. (1998). Related Burnout Among Faculty in Higher Education. *Psychological Reports*, 83(2), 463-473.
- Sivrikaya, S. K., & Erişen, M. (2019). Sağlık Çalışanlarının Tükenmişlik ve İşe Bağlı Gerginlik Düzeylerinin İncelenmesi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 22(2), 121-129.
- Spector, P. E. (2021). *Industrial and Organizational Psychology: Research and Practice*. John Wiley & Sons.
- Süren, S., Örucü, E., & Çağrı, İ. Z. C. İ. (2016). Banka Çalışanlarında Tükenmişlik ve Beş Büyük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23(1), 247-262.
- Sürgevil, O. (2006). Çalışma Hayatında Tükenmişlik Sendromu: Tükenmişlikle Mücadele Teknikleri. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Taylor, D. G., & Frechette, M. (2022). The Impact of Workload, Productivity, and Social Support on burnout Among Marketing Faculty During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Marketing Education*, 44(2) 134-148.
- Tekin, İ. Ç., & Akgemci, T. (2017). Tükenmişliğin İş Tatmini Üzerinde Etkisinin Araştırılması: Konya İli Tekstil Sektöründe Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 400-418.
- Uler, E. (2020). Tükenmişlik ve Örgütsel Tükenmişlik Üzerine Literatür Taraması. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 6, 36-43.
- Uzun, L. N., & Mayda, A. S. (2020). Hemşirelerde Tükenmişlik Düzeyinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: Bir Üniversite Hastanesi Örneği. *Konuralp Medical Journal*, 12(1), 137-143.
- Voci, A., Veneziani, C., & Metta, M. (2016). Affective Organizational Commitment and Dispositional Mindfulness as Correlates of Burnout in Health Care Professionals. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 31(2), 63-70.
- Yasım, Y. K. (2020). Mesleki Tükenmişlik, Makyavelizm, Psikolojik Sözleşme İhlali ve Demokratik Liderlik Arasındaki İlişkilerin Smartpls ile Analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 87-101.