



Yiyecek İçecek İşletmeleri Çalışanlarında Sanal Kaytarma ve Nomofobi İlişkisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma (An Empirical Research on the Relationship of Virtual Lasting and Nomophobia in Food and Beverage Enterprises Employees)

* Adem ARMAN^a , Tuba ŞAHİN ÖREN^b 

^a Akdeniz University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Antalya/Turkey

^b Uşak University, Banaz Vocational School, Uşak/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:28.06.2021

Kabul Tarihi:24.09.2021

Anahtar Kelimeler

Nomofobi

Sanal kaytarma

Yiyecek-içecek departmanı

Gastronomi

Türkiye

Öz

Bu araştırma, kaytarma davranışlarının ağırlıklı olarak akıllı telefon aracılığıyla gerçekleştiği düşüncesine bağlı olarak desenlenmiştir. Araştırma kapsamında, turizm işletmelerinde çalışanların kaytarma davranışlarının (sanal kaytarma ve sosyal kaytarma) ve nomofobi etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evreni Türkiye’de faaliyet gösteren turizm işletmelerinde; yiyecek-içecek departmanlarında çalışan, akıllı telefon kullanma alışkanlığı olan kişilerden oluşmaktadır. Araştırmada kartopu ve kolayda örnekleme yöntemleri kullanılmaktadır. Araştırmanın yöntemi nicel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Çevrimiçi anket yoluyla elde edilen verileri test etmek için merkezi eğilim ölçüleri ile istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda başlıca bulgular; çalışanların iş yerlerinde akıllı telefon aracılığıyla yoğun bir şekilde internet kullanımı yaygındır ve bu durum çalışanlar tarafından kısmen doğru bulunmaktadır. Kadın çalışanların önemli bir bölümü sanal kaytarma davranışı gösterirken bu oran erkek çalışanlarda daha azdır. Günlük sosyal medya kullanım süresi ise çalışanları sanal kaytarma davranışı sergilemelerine ve nomofobi etkisini hissetmelerine neden olmaktadır. Ayrıca katılımcıların, sanal kaytarma davranışının ve nomofobi etkisinin ortaya çıkmasına neden olan en temel durumun sosyal medya üyeliği ve takip etme ihtiyacı olduğu düşünülmektedir.

Keywords

Nomophobia

Cyber loafing

Food and beverage department

Kitchen department

Turkey

Abstract

This research was designed based on the idea that loafing behaviors occur predominantly through smartphones. Within the scope of the research, it is aimed to examine the loafing behaviors of employees in tourism enterprises (virtual loafing and social loafing) and the effect of nomophobia. The universe of the research is in tourism enterprises operating in Turkey; consists of people who work in food and beverage departments and have the habit of using smart phones. Snowball and convenience sampling methods are used in the research. The method of the research is based on the quantitative research method. Measures of central tendency and statistical analysis methods were used to test the data obtained through the online survey. In this direction, the main findings are; It is common for employees to use the internet intensively via smart phones in their workplaces and this is partially true by the employees. While a significant portion of female employees show cyberloafing behavior, this rate is less in male employees. Daily social media usage time causes employees to exhibit cyberloafing behavior and feel the effect of nomophobia. In addition, it is thought that the most basic condition that causes the emergence of cyberloafing behavior and the effect of nomophobia is the need for social media membership and following.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ademarman@akdeniz.edu.tr (A. Arman)

DOI:10.21325/jotags.2021.890

GİRİŞ

Yaşam şartlarında meydana gelen değişimler nedeniyle yiyecek içecek faaliyeti, fizyolojik ihtiyacı gidermenin ötesinde, artan müşteri talebi ile birçok kişiye sektörde istihdam sağlayarak daha da önemli bir hale gelmiştir. Bununla birlikte müşteri-çalışan ve çalışan-çalışan etkileşiminin de oldukça fazla görüldüğü bu işletmelerde; sunulan hizmet kapsamında müşterinin beklenti ve isteklerini karşılayacak ekip çalışmalarına ihtiyaç artmıştır (Avcı, 2020). Günümüz rekabet ortamında hizmet sektöründe yer alan işletmelerin çoğu başarıyı yakalayabilmek adına bir ekibe ihtiyaç duymakta ve çalışanların bireysel performanslarının yanı sıra ekip performanslarından da faydalanmaktadır (Aydemir & Keleş, 2019; Avcı, 2020). Ancak sosyal kaytarma davranışı hem bireysel performansta hem de ekip performansında düşümlere neden olması sebebiyle takım çalışmasının öneminin yüksek olduğu hizmet sektöründe dikkat çekici bir unsur haline gelmiştir. Nitekim sanal kaytarmanın örgütleri ciddi maliyetlerle karşı karşıya bıraktığı bulgulanmıştır (Saalfeld, 2005; Mysammy, 2013). Literatürde kaytarma davranışları genel anlamda sosyal kaytarma ve sanal kaytarma davranışları çerçevesinde şekillendiği görülmektedir. Bu noktada dikkat çeken bir eksiklik öne çıkan kaytarma davranışlarının birbirleriyle olan farklılıklarıyla birlikte örgüt ile bağlantılarının somut şekilde gösterilememiş olmasıdır. Bu da alanyazındaki kaytarma davranışları ile örgütlerin bağımlı zayıflatan önemli bir faktördür.

Kavramsal Çerçeve

Bu araştırmada alanyazında yer alan önceki çalışmalara yönelik tanımlamalar, yöntemler ve amaçlar dikkate alınarak bir gruplandırma gerçekleştirilmiş ve ilgili yazın bu çerçevede ele alınmıştır. Böylece kaytarma davranışlarını araştırmanın henüz başında ayırtırmak yerine alanyazındaki çalışmaların gruplandırılması ve bütüncül bir bakış açısıyla irdelenmesi olanaklı hale gelmiştir.

Nomofobi Kavramı

Mobil teknolojiler, günümüzde artık yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir (Chan-Olmsted & Xiao, 2019). Mobil internet ve kablosuz erişim kolaylığının yanı sıra (Park, 2019) mobil cihazların kapasitesinin artması ve taşıma kolaylığı (Barnes vd., 2019) nedeniyle insanların mobil teknolojilere aşırı maruz kalınmasından dolayı (Ahn ve Jung, 2016) günümüzde bir takım sorunlar meydana gelmiştir. Bunun sorunlardan biri de, taşınabilir teknolojilerin toplum üzerindeki etkisinin ve vatandaşlar arasında yarattığı bağımlılığın bir sonucu olarak ortaya çıkan modern patolojilerden biri olarak adlandırılan nomofobidir (Kneidignger-Müller, 2019). Nomofobi (No-Mobile-Phone) akıllı telefonlardan uzak kalındığı takdirde bireylerin panik veya stresli davranışlar sergilemesi (Rodriguez-García vd., 2020; Yıldırım ve Correia, 2015), aşırı internet kullanımı (Ayar vd., 2018; Caplan, 2010; Moreno-Guerrero vd., 2020; Romero ve Aznar, 2019) devamlı mobil cihazda pil ömrünü ve bakiye oranını kontrol etme isteği gibi mobil teknolojilere olan bağımlılığın bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Nomofobisi olan kişiler telefonlarını kaybetmeleri, pil ömrünün bitmesi veya servis bağlantısını kaybetmeleri durumunda önlem olarak fazladan bir telefon, pil veya şarj cihazı taşımaya eğilimlidirler (Abraham vd., 2014; Rodriguez-García vd., 2020; Yıldırım & Correia, 2015). Birçok çalışma, nomofobinin yalnızlık (Gezgin vd., 2018), sosyal fobi (Uysal vd., 2016), sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya bağımlılığı (Ayar vd., 2018) ile anlamlı bir ilişkisi olduğunu göstermektedir. Bu konuda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmasına rağmen (Kneidignger-Müller, 2019) problemin varlığı gençler ve ergenler arasında daha fazladır (Anshari vd., 2019). Her yaşta ortaya çıkabilen bir hastalık olan nomofobi (Musa

vd., 2017) genellikle benlik saygısı olan kişilerde (Özdemir vd., 2018) ve gerçek hayatta hayal kırıklıkları yaşayanlarda (Arpacı vd., 2017) daha sık görülmektedir.

Kaytarma Davranışları

Kaytarma davranışlarına yönelik araştırmalar son yıllarda literatürde gözle görülür bir artışa ve öneme sahip olmuştur (Anandarajan & Simmers, 2004; Liden vd., 2004; Simms & Nichols, 2014; Sünnetçioğlu vd., 2014; Avcı, 2020). Kaytarma davranışlarının çalışanların verimliliğini ve performansını düşürdüğü, bu nedenle işletmeler tarafından önlenmesi gereken bir durum olduğu düşünülmektedir (Blanchard & Henle, 2008; Taner & İştin, 2017). Kaytarma davranışları konusunda yapılan araştırmalarda, çalışanları bu davranışları sergilemesinde, örgütsel adalet algısı, kültür tipi, kişilik özellikleri, işten ayrılma niyeti, tükenmişlik düzeyi ve demografik özellikler gibi ortak değişkenlerin etkili olduğu görülmektedir (Lim, 2002; Liden vd., 2004; Tan & Tan, 2008; Blanchard & Henle, 2008; Uslu & Çavuş, 2014; Sünnetçioğlu vd., 2014; Uysal, 2016; Sezici & Güven, 2017; Arpacıoğlu, 2019; Avcı, 2020). Araştırma kapsamında ele alınan kavram olan sanal kaytarma, Lim (2002) tarafından, çalışma saatlerinde işyerinin internet bağlantısıyla kişisel amaçlı web-sitelerde gezinmek gibi iş dışı etkinlikler şeklinde tanımlanmaktadır. Kaytarma davranışları arasında en çok çalışılan ve sanal kaytarma kavramı ile anlam kargaşası yaşanan konulardan biri olan sosyal kaytarma ise başka kişilerin varlığı halinde bireylerin göstermiş oldukları bireysel çabalarındaki azalma olarak tanımlanmıştır (Latane, vd., 1979). Araştırma bütünlüğü açısından sosyal kaytarma kavramı irdelendikten sonra sanal kaytarma davranışları irdelenecektir.

Sosyal Kaytarma

Sosyal kaytarma kavramı alanyazında ilk defa Latane, Williams ve Harkins (1979) tarafından araştırılmış ve toplumsal bir hastalık olarak nitelendirilmiştir. George (1992) ise sosyal kaytarmayı kişilerin bireysel olarak göstermiş oldukları performansı grup halindeyken göstermemesi ya da gösterememesi şeklinde tanımlamıştır. Sosyal kaytarma, “Ringelmann Etkisi” olarak da bilinmektedir. Ringelmann Deneyi olarak adlandırılan bir deney sonucu ortaya çıkan sosyal kaytarma davranışı, Max Ringelmann tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu deneyde grup büyüklüğü arttıkça grup içerisindeki bireylerin verimliliğinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Balcı, 2017). Latane vd. (1979) tarafından yapılan benzer bir deneyde ise sosyal kaytarma davranışlarında görülen durumun kalabalık içinde kaybolma durumu olduğunu belirtmişlerdir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalarda, bireylerin sosyal kaytarma davranışları sergilemelerinde etkili olan nedenlerin incelendiği görülmektedir. Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, kültür, kişilik özellikleri, motivasyon, örgütsel bağlılık, örgütsel adalet, grup büyüklüğü, görev zorluğu, görevin önemi ve işten ayrılma niyeti gibi hem bireysel hem de örgütsel düzeyde pek çok faktörün sosyal kaytarma davranışını etkilediği saptanmıştır (George, 1992; Liden vd., 2004; Akgündüz vd., 2014; Kafes & Kaya, 2017; Güçer vd., 2017; Arpacıoğlu, 2019; Okur & Balta, 2020). Ancak her ne sebeple olursa olsun takım çalışması gerektiren işlerde, bireylerin kendi performanslarını azaltması hem grubun amacına ulaşmasında hem de grup arkadaşlarının performanslarında yarattığı olumsuz etkilerden dolayı istenmeyen bir davranış olarak görülmektedir.

Sanal Kaytarma

Sanal kaytarma kavramı ilk kez Kamins (1995) tarafından yapılan çalışmada çalışanların işle ilgisi olmayan aktiviteler için internetin yanlış kullanılması olarak tanımlanmıştır. Robinson ve Bennett (1995) tarafından yapılan araştırmada örgütü hedef alarak üretime karşı yapılan sapkın davranış biçimi şeklinde ifade edilen sanal kaytarma,

Lim (2002) tarafından “iş saatlerinde işyeri bilgisayarının kişisel amaçlarla kullanılması” olarak ifade edilmiştir. Konuyla ilgili literatürde sanal kaytarma kavramına yönelik farklı bakış açıları ve sınıflandırmaların olduğu görülebilir. Bu sınıflandırmalar arasında alanyazında en sık tercih edileni Blanchard ve Henle’ye aittir. Blanchard ve Henle (2008)’e göre sanal kaytarma davranışları önemsiz (e-posta alışverişi, haber sitelerini ziyaret) ve ciddi (sohbet uygulamaları, yetişkin odaklı siteleri ziyaret etme) olarak iki gruba ayrılmaktadır. Anandarajan vd. (2004) ise sanal kaytarmayı yıkıcı aktiviteler, eğlence amaçlı aktiviteler, kişisel öğrenme ve belirsiz aktiviteler şeklinde dört ayrı gruba ayırmıştır. Çalışanların sanal kaytarma davranışlarına yönelmesine ilişkin yapılan çalışmalara baktığımızda ise örgütsel adalet, yaş, medeni durum, gelir düzeyi ve eğitim gibi iş tatmini, demografik özellikler, iş stresi, kişilik özellikleri, tükenmişlik ve iş bırakma niyeti gibi faktörlerin etkili olduğu görülmektedir (Lim, 2002; Liden vd., 2004; Kaplan & Öğüt, 2012; Uslu & Çavuş, 2014; Sünnetçioğlu vd., 2014; Avcı, 2020). Çalışanın sanal kaytarma davranışı sergilemesinin altında yatan neden ne olursa olsun bu tip davranış şekillerinin örgüt açısından birtakım sonuçlara yol açacağı kaçınılmaz olmaktadır. Bu bağlamda sanal kaytarmayı bir çeşit üretim sapkınılığı olarak ifade eden Lim (2002)’e göre, sanal kaytarma faaliyetleri çalışanların işyerindeki görevlerini aksatmasına ve iş yerinde geçen zamanın etkisiz kullanılmasına neden olarak zarar verici boyutta gerçekleşmektedir. Bu görüşün aksine König ve Guardia ise (2014) işyerinde kişisel amaçlarla da olsa ve bilgisayar internet kullanımının iş ve iş dışı hayat arasında denge sağladığı sürece sorun oluşturmadığını ve çalışanların kişisel gelişimleri konusunda faydalı olabileceğini belirtmişlerdir. Teknolojik gelişmelerin çalışanların zaman içerisinde farklı şekillerde kaytarma davranışlarında bulunmalarını sağlamasıyla (Klotz ve Buckley, 2013) alan yazınında sanal kaytarma kavramına farklı tanımlar getiren araştırmalar meydana gelmiştir: bilgisayar kullanımı (Guthrie ve Gray, 1996), kötü amaçlı internet kullanımı (Chen vd., 2011) işle ilgili olmayan (junk) bilgisayar kullanımı (Bock vd., 2010) ve siber sapkınılık (Alshuaibi vd., 2014) ele alınan çalışmalardan bazılarıdır. Literatürde sanal kaytarma; siber kaytarma, siber aylıklık, siber sapkınılık, sanal tembellik, sanal sapkınılık olarak da karşımıza çıkmaktadır (Weatherbee, 2010; Kalaycı, 2010; Akça, 2013; Candan & İnce, 2016; Genç & Aydoğan, 2016). Türkçe olarak gerçekleştirilen araştırmalarda sanal kaytarma kavramının kullanılmasına karşın (Kaplan ve Çetinkaya, 2014; Yıldız ve Yıldız, 2015; Ünal ve Tekdemir, 2015) aynı anlamda kullanılan diğer kavram ise siber aylıklıktır (Ergün & Altun, 2012; Gezgin vd., 2018). Siber aylıklık kavramı da sanal kaytarma kavramına benzer şekilde çalışanların mesai saatleri içerisinde çalıştıkları şirketin iletişim araçlarını kişisel amaçlar adına kullanması ve işle ilgili olmayan bilgisayar kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Bunlara ek olarak araştırmalarda oyun oynama, internette alışveriş yapma gibi örnekler ile bütünleştirildiği görülmektedir (Lee vd., 2005). Çalışma sürecinde kişisel amaçlar için internet kullanımını konu alan çalışmalar ile (Bock ve Ho, 2009), siber tembellik olarak adlandırılan iş dışı amaçlarla internette oyalanmayı ve gezinmeyi içeren üretim karşıtı çalışmalar (O’Neill vd., 2014) siber aylıklık konuları arasında yer aldığı görülmektedir. Yine sanal kaytarma davranışları arasında yer alan ve çalışanlar tarafından kişisel işleri için iş sürelerini kullanmalarını konu alan zaman hırsızlığı kavramı da (Klotz ve Buckley, 2013) işyerlerinde işle ilgisi olmayan amaçlar için internet erişiminin gönüllü olarak yapılması (Anandarajan ve Simmers, 2004, s.2), haber sitelerinde gezinme, iş arama, çevrimiçi alışveriş, video oyunları gibi birçok etkinliği kapsamaktadır.

Yöntem

Çalışma nicel araştırma yöntemleri aracılığıyla desenlenmiştir. Çalışma desenine uygun olarak alan yazın incelemelerinden sonra araştırmacılar tarafından oluşturulan çevrimiçi anket formu üzerinden görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Kartopu ve kolayda örnekleme yöntemine göre ulaşılan katılımcılarla saha uygulaması

gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini, Türkiye’de faaliyet gösteren turizm işletmelerinin mutfak ve yiyecek-içecek departmanındaki çalışanlar oluşturmaktadır. Sonuç olarak, sanal kaytarma ve nomofobinin birbiri ile etkisinin ölçülmesini sağlayacak t-testi, anova ve korelasyon analizleri yapılarak araştırmanın amacı yordayıcı bir şekilde değerlendirilmektedir. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Uşak Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 08.07.2021 tarihli, 2021-161 sayılı kararı ile alınmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sanal kaytarma ve nomofobi çalışanların başarısını etkileyen dolayısıyla da iş yerlerinin var olma amaçlarını olumsuz etkisi oluşturan bir durumdur. Özellikle insana hizmet eden emek yoğun sektörlerde sanal kaytarma ve nomofobi etkisinin ortadan kaldırılması ya da yavaşlatılması için çalışmalar yapmak önemlidir. Bu önem doğrultusunda, insana hizmet eden sektörlerden biri olan turizm işletmelerinde; mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisinin ortaya çıkarılması çalışmanın en temel amacıdır. Araştırmanın temel amacına ulaşmayı sağlayacak hipotezler şu şekildedir;

- H_{0a} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark yoktur.
- H_{0b} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile medeni durum arasında anlamlı bir fark yoktur.
- H_{0c} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile yaş arasında anlamlı bir fark yoktur.
- H_{0d} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile internet kullanım süresi arasında anlamlı bir fark yoktur.
- H_{0e} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile iş dışı işler için internette geçirilen süre arasında anlamlı bir fark yoktur.
- H_{0f} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile internette günlük geçirilen süre arasında anlamlı bir fark yoktur.
- H_{0g} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir fark yoktur.
- H_{0h} = Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisini oluşturan boyutlar arasında anlamlı bir fark yoktur.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, Türkiye’de faaliyet gösteren turizm işletmelerinde; mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışan, akıllı telefon kullanma alışkanlığı olan kişilerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda çalışma evreninin gerçek büyüklüğü tespit edilemeyecek büyüklüktedir. Gerçek evren hacminin tespit edilmesinin zor olması nedeniyle kartopu örnekleme yöntemi (Nakip, 2013, s. 226) ve kolayda örnekleme yöntemleri aracılığıyla araştırmacılar tarafından başlangıç noktasını oluşturacak bir örneklem hacmi oluşturulmuştur. Söz konusu başlangıç

örneklem hacmi 88 katılımcıdan oluşmaktadır. Sonraki aşamada başlangıç örneklem hacmindeki katılımcılardan, çalışma konusu ile ilgili turizm çalışanlarına ulaşmaları istenmiştir. Başlangıç örneklem hacmini oluşturan gruba, çevrimiçi anket formu linki, e-posta ve whatsapp uygulaması üzerinden ulaştırılmıştır, söz konusu grubun çalışma konusu içerisinde yer alan kişilere ulaştırmaları sonucunda örneklem hacmi toplamda 729 kişiden oluşturulmuştur.

Veri Toplama Aracı, Süreci ve Verilerin Analizi

Çalışmanın çevrimiçi anket formunu oluşturma aşamasında alan yazın detaylı bir şekilde incelenmiş ve araştırma soruları bu doğrultuda belirlenmiştir (Yıldız & Yıldız, 2015; Ünal & Tekdemir, 2015; Örucü & Aksoy, 2017; Akgöz vd., 2019; Erdem vd., 2016). Çalışma soruları toplamda üç temel aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada katılımcıların demografik özelliklerini belirleyebilmek amacıyla on beş soru yer almaktadır. İkinci aşamada katılımcıların sanal kaytarma davranışlarını incelemek amacıyla on dört yapılandırılmış soru bulunmaktadır. Üçüncü aşamada katılımcıların nomofobi duygu durumlarının diğer ifadeyle akıllı telefon kullanım alışkanlığının ölçülmesine ilişkin yirmi yapılandırılmış soru yer almaktadır. Çalışma soruları sonraki aşamada 5’li Likert ölçeği ile ölçeklendirilerek çevrimiçi anket formuna dönüştürülmüş ve anlaşılabilirliğini test etmek amacıyla turizm sektöründen on kişi ile görüşülmüştür. Çevrimiçi anket formunun anlaşılabilirliğinde herhangi bir problem ile karşılaşılma ve çalışmanın uygulama aşamasına geçilmiştir.

Çalışma konusu ile ilgili araştırma yapmak amacıyla oluşturulan veri toplama aracı, Google form üzerinden çevrimiçi anket formuna dönüştürülmüştür. Veriler, 04/06/2021 – 18/06/2021 tarihleri arasında toplanmıştır.

Elde edilen veri setinin yapı geçerliliğini kontrol etmek amacıyla öncelikli olarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. Katılımcıların tanımlayıcı istatistik bilgilerine ulaşmak amacıyla frekans (f) ve yüzde (%) analizi gerçekleştirilmiştir. Turizm işletmelerinin mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların sanal kaytarma alışkanlıkları ve nomofobi durumlarının ölçümlenebilmesi açısından boyutların tespitini sağlamak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Son olarak, faktör analizi sonucunda tespit edilen boyutların, sanal kaytarma ve nomofobinin birbiri ile etkisinin ölçülmesini sağlayacak farklılık analizleri, diğer ifadeyle t-testi, anova ve korelasyon analizleri yapılmıştır.

Bulgular ve Yorum

Turizm işletmelerinin mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların, sanal kaytarma ve nomofobi ile ilgili davranışlarını ve duygularını ortaya çıkarmak amacıyla öncelikli olarak katılımcıların demografik özelliklerine frekans (f) ve yüzde (%) analizi yapılmıştır. Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir.

Tablo 1: Demografik Özelliklere İlişkin Frekans Analizi

Değişkenler	Gruplar	f	%	Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	383	52,5	Medeni Durum	Evli	704	96,6
	Erkek	346	47,4		Bekar	25	3,4
Yaş	25 Yaş ve Altı	606	83,1	Gelir	3000 TL ve daha az	501	68,7
	26-35 Yaş	107	14,7		3001- 6000TL	198	27,2
	36-45 Yaş	16	2,2		6001- 9000TL	-	-
	46 Yaş ve üzeri	-	-		9001 TL ve üzeri	14	1,9
Eğitim	İlköğretim	-	-	Sosyal Medya Üyeliliği	Instagram	717	48,6
	Lise	24	3,3		Facebook	233	15,7
	Ön lisans	4	,5		Twitter	464	31,4
	Lisans	635	87,1		LinkedIn	51	3,4
	Yüksek lisans	54	7,4		Tiktok	6	0,4
	Doktora	12	1,6		Reddit	4	0,2

Tablo 1: Demografik Özelliklere İlişkin Frekans Analizi (Devamı)

Çalışılan Süre	1-5 Yıl	641	87,9	İş Dışı İşler İçin İnternette Geçirilen Süre	30 dakikadan az	38	5,2	
	6-10 Yıl	61	8,4		30-60 dakika	139	19,1	
	11-15 Yıl	10	1,4		1-3 saat	346	47,5	
	16 Yıl ve üzeri	17	2,3		3 ve daha fazla saat	198	27,2	
Görev Sahanız	Mutfak	662	90,8	İnternet Kullanım Geçmişi	1-5 Yıl	4	,5	
	Restoran Servis	8	1,1		6-10 Yıl	224	30,7	
	Bar Servis	5	,7		11 Yıl ve Üzeri	497	68,2	
Kişisel işler için iş yerinde internet kullanma alışkanlığı	Evet	-	-	Kişisel işler için iş yerinde internet kullanmanın doğruluk algısı*	Evet	-	-	
	Hayır	99	13,6		Hayır	146	20,0	
	Kısmen	618	84,8		Kısmen	571	78,3	
İş yerinde telefon kullanımının amirler tarafından eleştirilmesi**	Evet	-	-	İş yerinde telefon kullanımının dikkat dağıtması durumu	Evet	-	-	
	Hayır	306	42,0		Hayır	333	45,7	
	Kısmen	405	55,6		Kısmen	378	51,9	
Sosyal medya uygulamalarında günlük geçirilen zaman	30 dakikadan az	53	7,3	* Kişisel işleriniz için iş yerinizde internet kullanımı size doğru geliyor mu?				
	30-60 dakika	226	31,0		** İş yerinde telefon kullanımınız amirleriniz tarafından eleştiriliyor mu?			
	1-3 saat	350	48,0					
	3 ve daha fazla saat	96	13,2					

Tablo 1’de katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin yapılan frekans ve yüzde analizi sonuçları gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların 346’sının erkek ve 383’ünün kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların ağırlıklı olarak 25 yaş ve altında ($n_{yaş} = 606$) olduğu ve 46 yaş üzeri katılımcının ise çalışma kapsamında yer almadığı tespit edilmektedir. Bu durumun en önemli nedeni akıllı telefon kullanımının Z kuşağında yaygın olması ve yaşça büyük kişilerde akıllı telefon kullanımı alışkanlığının gelişmemiş olduğu düşünülebilir. Katılımcıların ağırlıklı olarak evli ($n_{Medeni Durum} = 704$), Lisans derecesinde eğitime ($n_{eğitim durumu} = 635$) sahip olduğu ve aylık gelirlerinin 3000 TL’den az ($n_{3000TL ve daha az} = 501$) olduğu görülmektedir. Katılımcıların çalışma süreleri ağırlıklı 1-5 Yıl ($n_{Süre} = 641$) arasında ve görev alanları Mutfak ($n_{görev} = 662$) olduğu belirlenmektedir.

Katılımcıların çoğunluğu 10 yıl ve üzeri internet kullanım geçmişine sahip olduğunu ve iş dışı işler için 1-3 saat arasında zaman geçirdiği Tablo 1’de görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya üyeliklerinin durumu incelediğinde sırasıyla; Instagram (%48,6), Twitter (%31,4), Facebook (%15,7), LinkedIn (%3,4), Tiktok (%0,4) ve Reddit (%0,2) şeklinde olduğu tespit edilmektedir. Bununla beraber katılımcılar ağırlıklı olarak günlük sosyal medya uygulamalarında geçirilen zamanın 1-3 saat (%48,0) arasında olduğunu belirtmektedir.

Tablo 1’e göre katılımcıların çoğunluğu kişisel işler için iş yerinde internet kullanma alışkanlığını (%84,8) ve kişisel işler için iş yerinde internet kullanmanın doğruluğunu (%78,3) “Kısmen” olarak tanımlamaktadır. Katılımcılar iş yerinde telefon kullanımının amirler tarafından eleştirilmesine (%55,6) ve iş yerinde dikkatlerini dağıtıyor olması (%51,9) durumuna “Kısmen” şeklinde cevap vermektedir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanı çalışanlarının sanal kaytarma davranışları ve nomofobi durumlarının mesleki başarılarını ne yönde ve hangi boyutlar kapsamında etkilediğini tespit edebilmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Diğer bir ifadeyle, faktör analizi ile verdikleri cevaplara göre konunun kaç boyuttan (faktör) oluştuğu ve hangi soruların hangi boyutu oluşturduğu incelenmektedir. Tablo 2’de sanal kaytarma ve Tablo 3’te nomofobi faktör yükleri, faktör boyutları ve faktör güvenilirliği gösterilmektedir.

Tablo 2: Sanal Kaytarma Faktör Analizi Döndürülmüş Yüklemeler Matrisi (Çıkartma Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Döndürme Yöntemi: Varimax)

İFADELER	SANAL KAYTARMA FAKTÖR BOYUTLARI (KMO=,66 ; Bartlett test sonucunda p değeri, 000)	FAKTÖR 1= Önemli Sanal Kaytarma Faaliyetleri	Faktör Yüğü	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Faktörün Güvenirliğı (0.70< α)
		Blogları okumak (yazar ile okuyucu arasındaki özgür iletişimi sağlama platformu)	,715		
İş dışı haberleşme için e-posta alma, gönderme veya kontrol etme	,710				
İnternet üzerinden bankacılık işlemleri yapma (EFT, Havale işlemleri gibi)	,686				
İnternet üzerinden haber sitelerini ziyaret etme (gazete, online haber TV'leri ve diğer haber siteleri)	,659			22,834	0,76
Kişisel Web sayfası ile ilgilenmek	,541				
İnternet üzerinden iş arama sitelerini ziyaret etmek	,517				
İnternet üzerinden müzik, video, film veya doküman indirmek	,489				
Kişisel ürünler için internet üzerinden alış-veriş yapmak	,481				
FAKTÖR 2= Önemsiz Sanal Kaytarma Faaliyetleri	Faktör Yüğü	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Faktörün Güvenirliğı (0.70< α)		
İnternet üzerinden eğlence amaçlı video seyretmek (YouTube veya zapkolik gibi)	,717				
İş dışı genel amaçlı Web sitelerini ziyaret etme (sörf yapmak)	,675				
Eğlence amaçlı veya boş zaman doldurmak için oyun oynamak	,518				
Sosyal içerikli ağlara katılmak (Facebook, Twitter vb.)	,473			14,406	0,71
İnternet üzerinde oluşmuş olan sanal toplulukları ziyaret etmek (ekşi sözlük gibi)	,433				
Yatırımla ilgili Web sitelerini ziyaret etmek (finans, borsa siteleri gibi)	,334				
Toplam				37,241	

Tablo 2’de turizm işletmelerinde mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışan kişilerin sanal kaytarma alışkanlıklarının hangi boyutlar altında toplandığı incelenmektedir. Bu bağlamda, katılımcıların, sanal kaytarma alışkanlıkları önemli ve önemsiz olarak ikiye ayrılmaktadır. Blog okumak, kişisel haberleşme kanallarını kullanmak, iş aramak ya da alışveriş gibi iş dışı işlemler yapmak için iş yerinde internet kullanımı mesleki başarıyı etkileyen önemli sanal kaytarma alışkanlıkları olması nedeniyle birinci faktör bu şekilde tanımlanmaktadır. İş yerinde genel olarak eğlence amaçlı ve boş zaman doldurmak amacıyla gerçekleştirilen alışkanlıkların toplandığı görülmektedir bu sebeple ikinci faktör önemsiz sanal kaytarma olarak isimlendirilmektedir.

Tablo 3: Nomofobi Faktör AnaliziDöndürülmüş Yüklemeler Matrisi (Çıkartma Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Döndürme Yöntemi: Varimax

İFADELER	FAKTÖR 1= İletişim Kaybetme	Faktör	Faktörün	Faktörün
		Yükü	Açıklayıcılığı (%)	Güvenirligi (0.70< α)
	Ailem ve/veya arkadaşlarım bana ulaşamayacakları için endişelenirim.	,898		
	Ailem ve arkadaşlarımla olan bağlantım kesileceği için kendimi huzursuz hissederim.	,878		
	Ailemle ve/veya arkadaşlarımla iletişim halinde olmadığım için endişelenirim	,846	23,543	0,94
	Ailemle ve/veya arkadaşlarımla hemen iletişim kuramayacağım için kaygı duyarım.	,781		
	Birinin bana ulaşmaya çalışıp çalışmadığını bilemediğim için gerilirim.	,767		
	Gelen aramaları ve mesajları alamayacağım için kendimi huzursuz hissederim.	,684		
	FAKTÖR 2= Bilgiye Ulaşamama	Faktör	Faktörün	Faktörün
		Yükü	Açıklayıcılığı (%)	Güvenirligi (0.70<α)
	Akıllı telefonumdan istediğim her an bilgiye bakamadığımda canım sıkılır.	,879		
	Akıllı telefonumdan sürekli olarak bilgiye erişemediğimde kendimi rahatsız hissederim.	,862		
	Akıllı telefonumu ve telefonumun özelliklerini istediğim her an kullanamadığımda rahatsız olurum	,768		
	Haberlere (örneğin neler olup bittiğine, hava durumuna ve diğer haberlere) akıllı telefonumdan ulaşamamak beni huzursuz yapar.	,734	21,957	0,91
	Akıllı telefonum yanımda olmadığına ne yapacağımı bilmemek beni garip hissettirir	,571		
	Akıllı telefonuma bir süre bakamadıysam, bakmak için güçlü bir istek hissederim	,554		
	Akıllı telefonumu kullanamadığımda, bir yerlerde mahsur kalacağımdan korkarım.	,450		
	FAKTÖR 3= Cihazdan Yoksunluk	Faktör	Faktörün	Faktörün
		Yükü	Açıklayıcılığı (%)	Güvenirligi (0.70<α)
	Kontörüm (TL kredim) bittiğinde veya aylık kota sınırimi aştığımda paniğe kapılırım	,787		
	Akıllı telefonumun şarjının bitmesinden korkarım	,676		
	Telefonum çekmediğinde veya kablosuz Internet bağlantısına erişemediğimde sürekli olarak sinyal olup olmadığını veya kablosuz erişim bağlantısı bulup bulamayacağımı kontrol ederim.	,608	14,679	0,83
	Çevrimiçi kimliğinden kopacağım için gergin olurum.	,580		
	FAKTÖR 4= Çevrimiçi Olamama	Faktör	Faktörün	Faktörün
		Yükü	Açıklayıcılığı (%)	Güvenirligi (0.70<α)
	Sosyal medya ve diğer çevrimiçi ağlarda güncel kalamadığım için rahatsızlık duyarım.	,870		
	Sosyal medya ve diğer çevrimiçi ağlarda güncel kalamadığım için rahatsızlık duyarım	,856	13,386	0,76
	Elektronik postalarımı kontrol edemediğim için kendimi huzursuz hissederim.	,559		
	Toplam		73,565	

NOMOFOBİ FAKTÖR BOYUTLARI
(KMO=,85 ; Barlett test sonucunda p değeri, 000)

Tablo 3’de turizm işletmelerinde mutfak ve yiyecek-icecek departmanlarında çalışan kişilerin nomofobi alışkanlıklarının hangi boyutlar altında toplandığı incelenmektedir. Bu bağlamda, katılımcıların, aile ve arkadaşları arasındaki iletişimin kopacağı, habersiz kalacağı gibi iletişim temelli sorunlara ilişkin ifadelerin toplandığı boyut

olması nedeniyle birinci faktör iletişimi kaybetme olarak isimlendirilmektedir. Akıllı telefon aracılığıyla bilgiye ya da ulaşamama sonucunda yaşanan endişe haline ilişkin verilerin toplanmış olması nedeniyle ikinci faktör bilgiye ulaşamama olarak adlandırılmıştır. Akıllı telefonun şarjının ya da kullanım haklarından herhangi birinin (kontör, internet kota, arama, mesaj hakkı vb.) bitmesi sonucunda paniğe kapılma, çevrimiçi kimliğin kaybedilmesi gibi endişe hallerinin ortaya çıkması nedeniyle üçüncü faktör cihazdan yoksunluk olarak isimlendirilmiştir. Sosyal medya veya diğer çevrimiçi ağlarda güncel kalamamak, elektronik posta kontrollerini gerçekleştirememek gibi endişe hallerini içeren dördüncü boyut ise çevrim içi olamamak olarak adlandırılmıştır.

İnsana hizmet eden sektörlerden biri olan turizm işletmelerinde; mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisinin ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen çalışmada bazı değişkenler arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını incelemek amacıyla araştırmanın problemine uygun olarak oluşturulan hipotezlere, Tek Faktörlü Varyans (Anova) analizi uygulanmıştır. Öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediklerini incelemek için One-Sample Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Söz konusu anket sonucunda, p değeri 0,05 büyük olduğu tespit edilmiştir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test edebilmek amacıyla T-Testi yapılmıştır. Buna ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (T-Testi Sonuçları)

		Cinsiyet	N	Ort.; \bar{X}	s.s.	s.d.	t	p
Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	Kadın	383	3,47	,56	717	2,947	,003
		Erkek	336	3,32	,73			
	Önemsiz Sanal Kaytarma	Kadın	383	3,12	,65	717	-3,234	,001
		Erkek	336	3,26	,56			
Nomofobi	İletişim Kaybetme	Kadın	383	3,42	1,04	717	1,928	,054
		Erkek	336	3,27	1,03			
	Bilgiye Ulaşamama	Kadın	383	2,98	1,14	717	3,075	,002
		Erkek	336	2,74	,95			
	Cihazdan Yoksunluk	Kadın	383	2,59	,96	717	,325	,745
		Erkek	336	2,57	1,08			
	Çevrimiçi Olamama	Kadın	383	2,63	,918	717	2,191	,029
		Erkek	336	2,47	1,06			

Tablo 4'e göre mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma davranışı cinsiyete göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark göstermektedir ($t_{\text{önemli}}=-2,947$; $t_{\text{önemsiz}}=-3,234$; $p<0,05$). Ayrıca, test sonuçlarıyla ilişkili olarak kadın mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarının önemli sanal kaytarma davranışı gösterme durumları ($\bar{X} = 3,47$), erkek mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarının önemli sanal kaytarma davranışı gösterme durumlarına ($\bar{X}=3,32$) göre daha yüksektir şeklinde yorumlanabilir. Önemsiz sanal kaytarma davranışı gösterme durumu ise erkek çalışanlarda ($\bar{X}=3,26$) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, nomofobi etkisinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği Tablo 4'te incelenmektedir. Bu bağlamda 0,05 anlamlılık düzeyinde bilgiye ulaşamama ve çevrimiçi olamama boyutlarında cinsiyet açısından önemli bir fark ($t_{\text{bilgiye ulaşamama}}=3,075$; $t_{\text{çevrimiçi olamama}}=2,191$; $p<0,05$) tespit edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, kadın mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarının hem bilgiye ulaşamama ($\bar{X}=2,98$) hem de çevrim içi olamama durumunda ($\bar{X}=2,63$), erkek mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarına göre daha yüksek endişe oranına sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca iletişimi kaybetme ve cihazdan yoksunluk boyutlarında mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından cinsiyete göre anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test edebilmek amacıyla T-Testi yapılmıştır. Buna ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (T-Testi Sonuçları)

		Medeni Durum	N	Ort.; \bar{X}	s.s.	s.d.	t	p
Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	Bekar	704	3,37	,65	727	-2,500	,102
		Evli	25	3,71	,98			
	Önemsiz Sanal Kaytarma	Bekar	704	3,21	,59	727	6,587	,000
		Evli	25	2,42	,48			
Nomofobi	İletişim Kaybetme	Bekar	704	3,35	1,01	727	-,173	,899
		Evli	25	3,38	1,41			
	Bilgiye Ulaşamama	Bekar	704	2,88	1,05	727	2,660	,003
		Evli	25	2,32	,85			
	Cihazdan Yoksunluk	Bekar	704	2,59	1,02	727	1,894	,006
		Evli	25	2,20	,63			
	Çevrimiçi Olamama	Bekar	704	2,57	,98	727	3,096	,003
		Evli	25	1,96	,93			

Tablo 5'e göre mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, önemli sanal kaytarma davranışı medeni duruma göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark göstermemektedir ancak önemsiz sanal kaytarma davranışı medeni duruma ($t_{\text{önemli}}=-2,947$; $t_{\text{önemsiz}}=-3,234$; $p<0,05$) göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark belirlenmektedir. Bu bağlamda test sonuçlarıyla ilişkili olarak bekar mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarının önemsiz sanal kaytarma davranışı gösterme durumları ($\bar{X} = 3,21$), evli mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarının önemsiz sanal kaytarma davranışı gösterme durumlarına ($\bar{X}=2,42$) göre daha yüksektir şeklinde yorumlanabilir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, nomofobi etkisinin medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği Tablo 5'te incelenmektedir. Bu bağlamda 0,05 anlamlılık düzeyinde bilgiye

ulaşamama, cihazdan yoksunluk ve çevrimiçi olamama boyutlarında medeni durum açısından önemli bir fark ($t_{\text{bilgiye ulaşamama}}=3,075$; $t_{\text{cihazdan yoksunluk}}=1,894$; $t_{\text{çevrimiçi olamama}}=2,191$; $p<0,05$) tespit edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, bekar mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarının bilgiye ulaşamama ($\bar{X}=2,88$), cihazdan yoksunluk ($\bar{X}=2,59$) ve çevrim içi olamama durumunda ($\bar{X}=2,57$), evli mutfak ve yiyecek-içecek departman çalışanlarına göre daha yüksek endişe oranına sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca iletişimi kaybetme boyutunda mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından medeniyete göre anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma nomofobi etkisinin yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Tek Faktörlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Test sonuç ile ilgili sonuçlar Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma Nomofobi Etkisinin Yaşa İlişkin Tek Faktörlü Varyans Analizi

Faktör	Parametreler	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)	
Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	Yaş	Gruplar arası	13,618	2	6,809	15,872	,000
			Gruplar içi	311,434	726	,429		
			Genel	325,051	728			
	Önemsiz Sanal Kaytarma	Yaş	Gruplar arası	4,808	2	2,404	6,552	,002
			Gruplar içi	266,411	726	,367		
			Genel	271,219	728			
İletişim Kaybetme	Yaş	Gruplar arası	30,159	2	15,080	1,031	14,623	,000
		Gruplar içi	748,686	726				
		Genel	778,846	728				
	Bilgiye Ulaşamama	Yaş	Gruplar arası	21,336	2	10,668	9,780	,000
			Gruplar içi	791,906	726	1,091		
			Genel	813,242	728			
Cihazdan Yoksunluk	Yaş	Gruplar arası	4,722	2	2,361	2,280	,103	
		Gruplar içi	751,867	726	1,036			
		Genel	756,590	728				
Çevrimiçi Olamama	Yaş	Gruplar arası	63,690	2	31,845	35,886	,000	
		Gruplar içi	644,236	726	,887			
		Genel	707,925	728				

Tablo 6’da mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile yaş arasındaki çeşitli boyutlarda (Önemli Sanal Kaytarma, Önemsiz Sanal Kaytarma, İletişim Kaybetme, Bilgiye Ulaşamama, Çevrimiçi Olamama) anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bir başka ifadeyle Tablo 6, yaş ile sanal kaytarma nomofobi etkisi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Tablo 6.1: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisi İle Yaşa İlişkin Grup İstatistikleri ve Tukey Testi Sonuçları

Faktör	Parametre	Yaş	N	\bar{X}_{rt}	25 Yaş ve Altı	26-35 Yaş	36-45 Yaş		
Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	Yaş	25 Yaş ve Altı	606	3,34	-	*	*	
			26-35 Yaş	107	3,68	*	-	*	
			36-45 Yaş	16	2,92	*	*	-	
			Total	729	3,38				
	Önemsiz Sanal Kaytarma	Yaş	25 Yaş ve Altı	606	3,17	-	-	*	
			26-35 Yaş	107	3,31	-	-	*	
			36-45 Yaş	16	2,75	*	*	-	
			Total	729	3,18				
	Nomofobi	İletişim Kaybetme	Yaş	25 Yaş ve Altı	606	3,27	-	*	-
				26-35 Yaş	107	3,83	*		*
				36-45 Yaş	16	3,04	*	*	-
				Total	729	3,35			
Bilgiye Ulaşamama		Yaş	25 Yaş ve Altı	606	2,83	-	*	*	
			26-35 Yaş	107	3,19	*	-	*	
			36-45 Yaş	16	2,12	*	*	-	
			Total	729	2,87				
Cihazdan Yoksunluk		Yaş	25 Yaş ve Altı	606	2,56	-	-	-	
			26-35 Yaş	107	2,70	-	-	-	
			36-45 Yaş	16	2,15	-	-	-	
			Total	729	2,57				
Çevrimiçi Olamama	Yaş	25 Yaş ve Altı	606	2,48	-	*	*		
		26-35 Yaş	107	3,15	*	-	*		
		36-45 Yaş	16	1,37	*	*	-		
		Total	729	2,55					

Tablo 6.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Sanal kaytarma durumu ile yaş değişkeni önemli sanal kaytarma boyutunda incelendiğinde 25 yaş ve altı ($\bar{X} = 3,34$) ile 26-35 yaş ($\bar{X} = 3,68$) ve 36-45 yaş ($\bar{X} = 2,92$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 26-35 yaş ile 25 yaş ve altı ve 36-45 yaş grupları arasında da anlamlı bir ilişkin bulunmaktadır. Tablo 6.1 ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere yaş ile önemli sanal kaytarma durumunu gösteren grubun 26-35 yaş arasındaki mutfak ve yiyecek-ışecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 6.1 incelendiğinde sanal kaytarma durumu ile yaş değişkeni önemsiz sanal kaytarma boyutunda incelendiğinde 36-45 yaş ($\bar{X} = 2,75$) ile 25 yaş ve altı ($\bar{X} = 3,17$) ve 26-35 yaş ($\bar{X} = 3,31$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tablo 6.1 ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere yaş ile önemsiz sanal kaytarma durumunu gösteren grubun 26-35 yaş arasındaki mutfak ve yiyecek-ışecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 6.1 incelendiğinde nomofobi etkisi ile yaş değişkeni iletişimi kaybetme boyutunda incelendiğinde 26-35 yaş ($\bar{X} = 3,83$) ile 25 yaş ve altı ($\bar{X} = 3,27$) ve 36-45 yaş ($\bar{X} = 3,04$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 6.1 ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere yaş ile iletişimi kaybetme durumunu gösteren grubun 26-35 yaş arasındaki mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 6.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile yaş değişkeni bilgiye ulaşamama boyutunda incelendiğinde 25 yaş ve altı ($\bar{X} = 2,83$) ile 26-35 yaş ($\bar{X} = 3,19$) ve 36-45 yaş ($\bar{X} = 2,12$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 26-35 yaş ile 25 yaş ve altı ve 36-45 yaş grupları arasında da anlamlı bir ilişkin bulunmaktadır. Tablo 6.1 ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere yaş ile bilgiye ulaşamama durumunu gösteren grubun 26-35 yaş arasındaki mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 6.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile yaş değişkeni çevrimiçi olamama boyutunda incelendiğinde 25 yaş ve altı ($\bar{X} = 2,48$) ile 26-35 yaş ($\bar{X} = 3,15$) ve 36-45 yaş ($\bar{X} = 1,37$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 26-35 yaş ile 25 yaş ve altı ve 36-45 yaş grupları arasında da anlamlı bir ilişkin bulunmaktadır. Tablo 6.1 ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere yaş ile çevrimiçi olamama durumunu gösteren grubun 26-35 yaş arasındaki mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisinin internet kullanım süresine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Tek Faktörlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Test sonuç ile ilgili sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisinin İnternet Kullanım Süresine İlişkin Tek Faktörlü Varyans Analizi

	Faktör	Parametre	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)
Sanal	Önemli Sanal Kaytarma	İnternet Kullanım Süresi	Gruplar arası	12,210	2	6,10514,234 ,429	14,234	,000
			Gruplar içi	309,670	722			
			Genel	321,881	724			
	Önemsiz Sanal Kaytarma	İnternet Kullanım Süresi	Gruplar arası	2,315	2	1,158 3,175 ,365	3,175	,042
			Gruplar içi	263,226	722			
			Genel	265,541	724			
	İletişim Kaybetme	İnternet Kullanım Süresi	Gruplar arası	2,152	2	1,076 1,012 ,364	1,012	,364
			Gruplar içi	767,425	722			
			Genel	769,577	724			
Nomofobi	Bilgiye Ulaşamama	İnternet Kullanım Süresi	Gruplar arası	10,802	2	5,401 4,877 ,008	4,877	,008
			Gruplar içi	799,575	722			
			Genel	810,377	724			
	Cihazdan Yoksunluk	İnternet Kullanım Süresi	Gruplar arası	6,792	2	3,396 3,282 ,038	3,282	,038
			Gruplar içi	747,035	722			
			Genel	753,826	724			
	Çevrimiçi Olamama	İnternet Kullanım Süresi	Gruplar arası	2,529	2	1,265 1,295 ,275	1,295	,275
			Gruplar içi	705,196	722			
			Genel	707,725	724			

Tablo 7’de mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma nomofobi etkisi ile internet kullanım süresi arasında çeşitli boyutlarda (Önemli Sanal Kaytarma, Bilgiye Ulaşamama, Cihazdan Yoksunluk) anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bir başka ifadeyle Tablo 7, internet kullanım süresi ile sanal kaytarma ve nomofobi etkisi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermektedir ($p < 0,05$).

Tablo 7.1: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisi İle İnternet Kullanım Süresine İlişkin Grup İstatistikleri ve Tukey Testi Sonuçları

Faktör	Parametre	Süre	N	\bar{X}	1-5 Yıl	6-10 Yıl	11 Yıl ve üzeri	
Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	İnternet Kullanım Süresine	1-5 Yıl	4	2,50	-	*	*
		İnternet Kullanım Süresine	6-10 Yıl	224	3,56	-	-	-
		İnternet Kullanım Süresine	11 Yıl ve üzeri	497	3,32	-	-	-
		Total	725	3,39				
	Bilgiye Ulaşamama	İnternet Kullanım Süresine	1-5 Yıl	4	2,14	-	-	-
		İnternet Kullanım Süresine	6-10 Yıl	224	2,70	-	-	*
		İnternet Kullanım Süresine	11 Yıl ve üzeri	497	2,94	-	*	-
		Total	725	2,86				
	Cihazdan Yoksunluk	İnternet Kullanım Süresine	1-5 Yıl	4	3,00	-	-	-
		İnternet Kullanım Süresine	6-10 Yıl	224	2,44	-	-	*
		İnternet Kullanım Süresine	11 Yıl ve üzeri	497	2,64	-	*	-
		Total	725	2,58				

Tablo 7.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Sanal kaytarma ile internet kullanım süresi değişkeni önemli sanal kaytarma boyutunda incelendiğinde 1- 5 yıl ($\bar{X} = 2,50$) ile 6-10 yıl ($\bar{X} = 3,56$) ve 11 yıl üzeri ($\bar{X} = 3,32$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tablo 7.1 ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere internet kullanım süresi ile önemli sanal kaytarma davranışlarını gösteren grubun 6-10 yıl süresince internet kullanım alışkanlığı edinmiş mutfak ve yiyecek- içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 7.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile internet kullanım süresi değişkeni bilgiye ulaşamama boyutunda incelendiğinde 6-10 yıl ($\bar{X} = 2,70$) ile 11 yıl üzeri ($\bar{X} = 2,94$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tablo 7.1 ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere internet kullanım süresi ile bilgiye ulaşamama endişesi gösteren grubun 11 yıldan uzun bir süre internet kullanım alışkanlığı edinmiş mutfak ve yiyecek- içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle internet kullanım süresi arttıkça bilgiye ulaşamama endişesinin yoğunlaştığı düşünülebilir.

Tablo 7.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile internet kullanım süresi değişkeni cihazdan yoksunluk boyutunda incelendiğinde 6-10 yıl ($\bar{X} = 2,44$) ile 11 yıl üzeri ($\bar{X} = 2,64$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tablo 7.1’deki ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere internet kullanım süresi ile cihazdan yoksun kalma endişesi gösteren grubun 1-5 yıl ($\bar{X} = 3,00$) süre ile internet kullanan mutfak ve yiyecek- içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Mutfak ve yiyecek- içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisinin iş dışı işler için günlük internet kullanım süresine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Tek Faktörlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Test sonuç ile ilgili sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisinin İş Dışı İşler İçin Günlük İnternet Kullanım Süresine İlişkin Tek Faktörlü Varyans Analizi

Faktör	Parametre	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)
Sanal	Önemli Sanal Kaytarma	Gruplar arası	2,468	3	,823	1,847	,137
		Gruplar içi	319,411	717	,445		
		Genel	321,879	720			
	Önemsiz Sanal Kaytarma	Gruplar arası	21,957	3	7,319	21,624	,000
		Gruplar içi	242,688	717	,338		
		Genel	264,645	720			
Nomofobi	İletişim Kaybetme	Gruplar arası	100,815	3	33,605	36,506	,000
		Gruplar içi	660,028	717	,921		
		Genel	760,843	720			
	Bilgiye Ulaşamama	Gruplar arası	72,197	3	24,066	23,377	,000
		Gruplar içi	738,107	717	1,029		
		Genel	810,304	720			
Cihazdan Yoksunluk	Gruplar arası	59,128	3	19,709	20,355	,000	
	Gruplar içi	694,251	717	,968			
	Genel	753,379	720				
Çevrimiçi Olamama	Gruplar arası	6,524	3	2,175	2,239	,082	
	Gruplar içi	696,255	717	,971			
	Genel	702,779	720				

Tablo 8’de mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile iş dışı işler için günlük internet kullanım süresi arasında çeşitli boyutlarda (Önemsiz Sanal Kaytarma, İletişimi Kaybetme, Bilgiye Ulaşamama, Cihazdan Yoksunluk) anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bir başka ifadeyle Tablo 8, iş dışı işler için günlük internet kullanım süresi ile sanal kaytarma ve nomofobi etkisi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermektedir ($p < 0,05$).

Tablo 8.1: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisi İle İş Dışı İşler İçin Günlük İnternet Kullanım Süresine İlişkin Grup İstatistikleri ve Tukey Testi Sonuçları

Faktör	Parametre	Süre	N	\bar{X}_{rt}	30 dakikadan az	30-59 dakika	1-3 saat	3 ve daha fazla saat	
Sanal Kaytarma	Önemsiz Sanal Kaytarma	İş Dışı İşler İçin Günlük İnternet Kullanım Süresi	30 dakikadan az	38	3,11	-	-	-	-
			30-59 dakika	139	2,86	-	-	*	*
			1-3 saat	346	3,23	-	*	-	-
			3 ve daha fazla saat	198	3,36	-	*	-	-
			Total	721	3,19				
			30 dakikadan az	38	3,94	-	*	*	-
Nomofobi	İletişim Kaybetme	İş Dışı İşler İçin Günlük İnternet Kullanım Süresi	30-59 dakika	139	2,62	*	*	*	
			1-3 saat	346	3,43	*	*	-	
			3 ve daha fazla saat	198	3,59	-	*	-	-
			Total	721	3,35				
			30 dakikadan az	38	3,24	-	*	-	-
			30-59 dakika	139	2,26	*	*	*	*
Nomofobi	Bilgiye Ulaşamama	İş Dışı İşler İçin Günlük İnternet Kullanım Süresi	1-3 saat	346	3,08	-	*	-	*
			3 ve daha fazla saat	198	2,82	-	*	*	-
			Total	721	2,86				
			30 dakikadan az	38	2,69	-	*	-	-
			30-59 dakika	139	2,04	*	*	*	*
			1-3 saat	346	2,62	-	*	-	*
Nomofobi	Cihazdan Yoksunluk	İş Dışı İşler İçin Günlük İnternet Kullanım Süresi	3 ve daha fazla saat	198	2,87	-	*	*	-
			Total	721	2,58				

Tablo 8.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Sanal kaytarma ile iş dışı işler için internet kullanım süresi değişkeni önemsiz sanal kaytarma boyutunda incelendiğinde 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,86$) ile 1-3 saat ($\bar{X} = 3,23$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 3,36$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tablo 8.1’deki ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere iş dışı işler için internet kullanım süresi ile önemsiz sanal kaytarma davranışlarını gösteren grubun

3 saatten fazla süre ile iş dışı işler için internet kullanım alışkanlığı edinmiş mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile iş dışı işler için internet kullanım süresi değişkeni iletişimi kaybetme boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 3,94$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,62$) ve 1-3 saat ($\bar{X} = 3,43$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,86$) ile 30 dakikadan az, 1-3 saat ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 3,36$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 8.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile iş dışı işler için internet kullanım süresi değişkeni bilgiye ulaşamama boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 3,24$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,26$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ile 30 dakikadan az, 1-3 saat ($\bar{X} = 3,08$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 2,82$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 8.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile iş dışı işler için internet kullanım süresi değişkeni cihazdan yoksunluk boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 2,69$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,04$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ile 30 dakikadan az, 1-3 saat ($\bar{X} = 2,62$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 2,87$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tablo 8.1’deki ortalamalar incelendiğinde en yüksek değere iş dışı işler için internet kullanım süresi ile cihazdan yoksunluk endişesi hisseden grubun 3 saatten fazla süre ile iş dışı işler için internet kullanım alışkanlığı edinmiş mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların sahip olduğu görülmektedir.

Mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisinin günlük sosyal medya kullanım süresine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Tek Faktörlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Test sonuç ile ilgili sonuçlar Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisinin Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine İlişkin Tek Faktörlü Varyans Analizi

	Faktör	Parametre	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)
Sanal	Önemli Sanal Kaytarma	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Gruplar arası	39,804	3	13,26833,536 ,396		,000
			Gruplar içi	285,247	721			
			Genel	325,051	724			
	Önemsiz Sanal Kaytarma	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Gruplar arası	20,219	3	6,74019,431 ,347		,000
			Gruplar içi	250,079	721			
			Genel	270,298	724			
İletişim Kaybetme	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Gruplar arası	109,058	3	36,35339,655 ,917		,000	
		Gruplar içi	660,954	721				
		Genel	770,012	724				
Nomofobi	Bilgiye Ulaşamama	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Gruplar arası	98,347	3	32,78233,065 ,991		,000
			Gruplar içi	714,827	721			
			Genel	813,174	724			
	Cihazdan Yoksunluk	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Gruplar arası	99,691	3	33,23036,497 ,910		,000
			Gruplar içi	656,464	721			
			Genel	756,155	724			
Çevrimiçi Olamama	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Gruplar arası	112,856	3	37,61945,962 ,818		,000	
		Gruplar içi	590,112	721				
		Genel	702,968	724				

Tablo 9’da mutfak ve yiyecek-ışecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bir başka ifadeyle günlük sosyal medya kullanım süresi ile sanal kaytarma ve nomofobi etkisi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermektedir ($p < 0,05$).

Tablo 9.1: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisi İle Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine İlişkin Grup İstatistikleri ve Tukey Testi Sonuçları

	Faktör	Parametre	Süre	N	$C_{tt}\bar{X}$	30 dakikadan az	30-59 dakika	1-3 saat	3 ve daha fazla saat
Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	30 dakikadan az	53	4,22	-	*	*	*
			30-59 dakika	226	3,33	*	-	-	-
			1-3 saat	350	3,31	*	-	-	-
			3 ve daha fazla saat	96	3,33	*	-	-	-
			Total	725	3,38				
	Önemsiz Sanal Kaytarma	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	30 dakikadan az	53	3,57	-	*	*	*
			30-59 dakika	226	2,98	*	-	*	-
			1-3 saat	350	3,27	*	*	-	-
			3 ve daha fazla saat	96	3,11	*	-	-	-
			Total	725	3,18				

Tablo 9.1: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisi İle Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine İlişkin Grup İstatistikleri ve Tukey Testi Sonuçları (Devamı)

Nomofobi	İletişim Kaybetme	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	30 dakikadan az	53	3,95	-	*	*	-	
										30-59 dakika
Nomofobi	İletişim Kaybetme	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	1-3 saat	350	3,45	*	*	-	*	
			3 ve daha fazla saat	96	3,83	-	*	*	-	
			Total	725	3,34					
			30 dakikadan az	53	3,41	-	*	-	-	
	Bilgiye Ulaşamama	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	30-59 dakika	226	2,33	*		*	*	
			1-3 saat	350	3,05	-	*	-	-	
			3 ve daha fazla saat	96	3,14	-	*	-	-	
			Total	725	2,86					
	Cihazdan Yoksunluk	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	30 dakikadan az	53	3,58	-	*	*	*	
			30-59 dakika	226	2,19	*	-	*	*	
			1-3 saat	350	2,57	*	*	-	*	
			3 ve daha fazla saat	96	2,94	*	*	*	-	
Çevrimiçi Olamama	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Total	725	2,58						
		30 dakikadan az	53	3,57	-	*	*	*		
		30-59 dakika	226	2,10	*	-	*	*		
		1-3 saat	350	2,59	*	*	-	*		
			3 ve daha fazla saat	96	2,87	*	*	*	-	
			Total	725	2,55					

Tablo 9.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Sanal kaytarma ile günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni önemli sanal kaytarma boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 4,22$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 3,33$), 1-3 saat ($\bar{X} = 3,31$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 3,33$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 9.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Sanal kaytarma ile günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni önemsiz sanal kaytarma boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 3,57$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,98$), 1-3 saat ($\bar{X} = 3,27$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 3,11$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ile 30 dakikadan az ve 1-3 saat süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 9.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni iletişimi kaybetme

boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 3,95$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,82$), ve 1-3 saat ($\bar{X} = 3,45$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ile 30 dakikadan az, 1-3 saat ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 3,83$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 9.1'de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni bilgiye ulaşamama boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 3,41$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,33$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ile 30 dakikadan az, 1-3 saat ($\bar{X} = 3,05$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 3,14$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 9.1'de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni cihazdan yoksunluk boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 3,58$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,19$), 1-3 saat ($\bar{X} = 2,57$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 2,94$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ile 30 dakikadan az, 1-3 saat ve 3 saatten fazla süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 9.1'de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları incelenmektedir. Nomofobi ile günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni çevrimiçi olamama boyutunda incelendiğinde 30 dakikadan az ($\bar{X} = 3,57$) ile 30-59 dakika ($\bar{X} = 2,10$), 1-3 saat ($\bar{X} = 2,59$) ve 3 saatten fazla ($\bar{X} = 2,87$) süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 30-59 dakika ile 30 dakikadan az, 1-3 saat ve 3 saatten fazla süre ile kullanan çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

İnsana hizmet eden sektörlerden biri olan turizm işletmelerinde; mutfak ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışanlar açısından, sanal kaytarma ve nomofobi etkisinin ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen çalışmaya ilişkin faktör analizden elde edilen boyutların birbiri ile ilişkisini ve birbirlerini ne yönde etkilediklerini tespit edebilmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 10'da verilmektedir.

Tablo 10: Mutfak ve Yiyecek-İçecek Departmanlarında Çalışanlar Açısından, Sanal Kaytarma ve Nomofobi Etkisine İlişkin Korelasyon Analizi

			Önemli Sanal Kaytarma	Önemsiz Sanal Kaytarma	İletişim Kaybetme	Bilgiye Ulaşamama	Cihazdan Yoksunluk	Çevrimiçi Olamama	
Pearson Korelasyon	Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	Korelasyon Katsayısı	1	,315	,309	,323	,231	,484
			Anlamlılık	,000	,000	,000	,000	,000	,000
			N	729	729	729	729	729	729
		Önemsiz Sanal Kaytarma	Korelasyon Katsayısı	,315	1	,387	,394	,458	,593
			Anlamlılık	,000	,000	,000	,000	,000	,000
			N	729	729	729	729	729	729
	Nomofobi	İletişim Kaybetme	Korelasyon Katsayısı	,309	,387	1	,606	,572	,417
			Anlamlılık	,000	,000	,000	,000	,000	,000
			N	729	729	729	729	729	729
		Bilgiye Ulaşamama	Korelasyon Katsayısı	,323	,394	,606	1	,757	,520
			Anlamlılık	,000	,000	,000	,000	,000	,000
			N	729	729	729	729	729	729
Nomofobi	Cihazdan Yoksunluk	Korelasyon Katsayısı	,231	,458	,572	,757	1	,498	
		Anlamlılık	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	729	729	729	729	729	729	
	Çevrimiçi Olamama	Korelasyon Katsayısı	,484	,593	,417	,520	,498	1	
		Anlamlılık	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	729	729	729	729	729	729	

Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 10'a göre sanal kaytarma ve nomofobi boyutlarının tamamının birbiri ile pozitif yönlü bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre cihazdan yoksunluk ile bilgiye ulaşamama arasında 0,01 seviyesinde, pozitif ve yüksek şiddette ($r = 0,757$) anlamlı bir ilişki vardır. Diğer bir ifadeyle mutfak ve yiyecek-İçecek departmanlarında çalışanlar, cihaz yoksunluğuna ilişkin endişesi arttıkça bilgiye ulaşamama endişesi de artmaktadır. Önemsiz sanal kaytarma ile çevrimiçi olamama endişesi arasında 0,01 seviyesinde, pozitif ve orta şiddette ($r = 0,593$) anlamlı bir ilişki vardır. Çalışanların, çevrimiçi olmama endişesi ile önemsiz sanal kaytarma davranışlarında bulunduğu görüşü ortaya çıkabilir. İletişimi kaybetme ve bilgiye ulaşamama endişesi arasında, 01 seviyesinde, pozitif ve orta şiddette ($r = 0,606$) anlamlı bir ilişki vardır.

Sonuç ve Öneriler

Turizm işletmelerinin mutfak ve yiyecek-İçecek departmanında çalışanların sanal kaytarma davranışları ve nomofobi etkisi üzerine yapılan incelemeler aracılığıyla çeşitli sonuçlara ulaşılmaktadır. Katılımcı çalışanların, sanal kaytarma ve nomofobi etkisi üzerinde demografik özelliklerin etkili olduğu alanyazınla (Lim, 2002; Liden vd., 2004; Tan ve Tan, 2008; Blanchard ve Henle, 2008; Uslu ve Çavuş, 2014; Sünnetçioğlu vd., 2014; Uysal, 2016; Sezici ve Güven, 2017; Arpacioğlu, 2019; Avcı, 2020) paralel sonuçlar göstermektedir. Bununla birlikte çalışanların çoğunluğu amirleri tarafından eleştiri alıyor olmalarına rağmen kısmen kişisel işler için iş yerinde internet ve akıllı telefon kullanmaktadır. Sosyal medya üyeliği bulunan katılımcı çalışanların çoğunluğu Instagram'ı tercih ederken günlük sosyal medya kullanım alışkanlığı olduğu görülmektedir. Bu durum alanyazında üretim karşıtı çalışmalar olarak ifade edilmektedir (Lee vd., 2005; Bock & Ho, 2009; Klotz & Buckley, 2013; O'Neill vd., 2014).

Kadın çalışanların önemli sanal kaytarma davranışı gösterirken erkek çalışanların önemsiz sanal kaytarma davranışlarında bulunduğu tespit edilmektedir. Kadın çalışanlar, erkek çalışanlara göre görece daha fazla nomofobi etkisi altındadır. Özellikle nomofobiye bağlı bilgiye ulaşamama ve çevrimiçi olamama endişesini kadın çalışanlar erkek çalışanlara göre görece daha yoğun hissetmektedir.

Medeni durum açısından sanal kaytarma ve nomofobi etkisi değerlendirildiğinde; bekar çalışanlar, bilgiye ulaşamama, cihazdan yoksunluk ve çevrimiçi olamama gibi nomofobiye bağlı endişe hissini evli çalışanlara göre daha fazla hissetmekte olduğu ortaya çıkmaktadır. Bekar çalışanların önemsiz sanal kaytarma davranışına evli çalışanlara göre daha yatkın olduğu görülmektedir.

Katılımcı çalışanların yaş gruplarının hem önemli hem de önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerinde farklılık bulunmaktadır. Özellikle 26-35 yaş grubu önemli ve önemsiz sanal kaytarma davranışı diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir. Aynı şekilde 26-35 yaş grubunun nomofobiye bağlı iletişimi kaybetme, bilgiye ulaşamama, cihazdan yoksunluk ve çevrimiçi olamama endişe değerleri diğer yaş gruplarından daha yüksektir.

Katılımcı çalışanların internet kullanım süreleri diğer ifadeyle internet kullanım geçmişine bakıldığında ise çoğunluğunun 11 yıldan uzun süredir kullandığı görülmektedir. Önemli sanal kaytarma davranışları internet kullanım süresi açısından gruplar arasında farklılık göstermektedir ancak önemsiz sanal kaytarma davranışı ile internet kullanım süresi ile ilgili herhangi bir farklılık tespit edilmemektedir. Önemli sanal kaytarma davranışının ise 6-10 yıl süredir internet kullanım süresine sahip kişilerde olduğu görülmektedir. İnternet kullanım süresi, nomofobi açısından incelendiğinden bilgiye ulaşamama ve cihazdan yoksunluk anlamında endişe hissi oluşturduğu belirlenmektedir. Bilgiye ulaşamama endişesi daha çok 11 yıldan fazla süreyle internet kullanım süresine sahip katılımcılarda görülürken cihazdan yoksunluk endişesine en çok 1-5 yıl süreyle internet kullanım süresine sahip çalışanlarda olduğu tespit edilmektedir.

Önemsiz sanal kaytarma davranışları iş dışı işler için günlük internet kullanım süresi açısından gruplar arasında farklılık göstermektedir ancak önemli sanal kaytarma davranışı ile iş dışı işler için günlük internet kullanım süresi ile ilgili herhangi bir farklılık tespit edilmemektedir. İş dışı işler için günlük internet kullanım süresi nomofobi açısından değerlendirildiğinde katılımcı çalışanların bilgiye ulaşamama, iletişimi kaybetme ve cihazdan yoksunluk endişesi hissettiği görülmektedir.

Günlük sosyal medya kullanım süresi ile hem önemli hem de önemsiz sanal kaytarma davranışı arasında önemli farklılık tespit edilmektedir. Özellikle 30 dakikadan az süreyle kullanan katılımcı çalışanların önemli ve önemsiz sanal kaytarma davranışı diğer kullanım süresi gruplarından daha fazla sergilemektedir. Günlük sosyal medya kullanım süresi nomofobi açısından değerlendirildiğinde iletişimi kaybetme, bilgiye ulaşama, cihazdan yoksunluk ve çevrimiçi olamama endişesi hissettiği görülmektedir. Özellikle 30 dakikadan az süreyle kullanan katılımcı çalışanların nomofobi etkisi diğer kullanım süresi gruplarından daha fazla olduğu görülmektedir. Bu anlamda katılımcı çalışanların, sanal kaytarma davranışının ve nomofobi etkisinin ortaya çıkmasına neden olan en temel durumun sosyal medya üyeliği ve takip etme ihtiyacı olduğu düşünülmektedir.

Çalışanların sosyal medya üyeliği ve takip etme ihtiyacının neden ortaya çıktığı, kaytarma davranışı sergilemelerine neden olan temel konuların neler olduğunun, neden endişe hissettiklerini belirlemeye yönelik derinlemesine görüşmeler yapılarak gizilde kalan bilgilerin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Akademik açıdan yürütülen

bu çalışma sonucunda turizm sektörü içerisinde yer alan işletmeler çalışanlarının, çalışma rutinlerine çeşitli düzenlemeler getirerek nomofobi etkisi altında kalmadan ve kaytarma davranışı sergilemeden iş gerekliliklerini yerine getirilmesi sağlanabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Uşak Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 08.07.2021 tarihli, 2021-161 sayılı kararı ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Abraham N. , Mathias J., & Williams S. (2014), A study to assess the knowledge and effect of nomophobia among students of selected degree colleges in Mysore. *Asian Journal of Nursing Education and Research*, 4(4) (2014), p. 421
- Ahn, J., & Jung, Y. (2016). *The common sense of dependence on smartphone: a comparison between digital natives and digital immigrants*. *New Media Soc.*, 18(7) pp. 1236-1256
- Akca, A. (2013). *Okul yöneticilerinin iş dışı internet kullanım (Siber Aylaklık) davranışlarının incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akgöz, E., Tengilimoğlu, E., Kuzucu, S. C., & Apsamatova, B. (2019). Turizm işletmelerinde sanal kaytarma üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Araştırmaları*. (Ed.) E. Arslan, T. Tapur & C. Aladağ, Ankara: Çizgi kitabevi.
- Akgündüz, Y., Akdağ, G., Güler, O., & Sünnetçioğlu, S. (2014). İşten ayrılma niyeti ve aşırı rol yükünün otel çalışanlarının sosyal aylaklık davranışlarına etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(4), 515-536.
- Alshuaibi, A., Subramaniam, C., & Mohd-Shamsudin, F. (2014). The mediating influence of job satisfaction on the relationship between HR practices and cyberdeviance. *Journal of Marketing and Management*, 5(1), 105-119.
- Anandarajan, M., & Simmers, C. (2004). *Personal web usage in the workplace: A guide to effective human resources management*. IGI Global.
- Anandarajan, M., Devine, P., & Simmers, C. A. (2004). *A multidimensional scaling approach to personal web usage in the workplace*. In *Personal web usage in the workplace: A guide to effective human resources management* (pp. 61-79). IGI Global.
- Anshari, M., Alas, Y., & Sulaiman, E. (2019). *Smartphone addictions and nomophobia among youth Vulnerable Child*. *Youth Stud.* pp. 242-247
- Arpaci, I. Baloğlu, M. Kozan, H.I.O., & Kesici, S. (2017) Individual differences in the relationship between attachment and nomophobia among college students: The mediating role of mindfulness. *J. Med. Internet Res.*, 19 (12)

- Arpacioğlu, Y. (2019) *Sanal Kaytarma, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkileri Üzerine Görgül Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Avcı, S. (2020) *Küçük ölçekli yiyecek içecek işletmelerinde sosyal kaytarma davranışı ve çalışan performansı analizi: Balıkesir ilinde bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Ayar, D., Özalp, G., Özdemir, E.Z., & Bektaş M. (2018), The effect of problematic Internet use, social appearance anxiety, and social media use on nursing students' nomophobia levels *Comput. Inform. Nurs.*, 36(12) pp. 589-595
- Aydemir, K., & Keleş, Y. (2019). Lider davranışlarının sosyal kaytarma üzerindeki etkisi: antalya'daki beş yıldızlı otellerin mutfak departmanı çalışanları üzerinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3303-3317.
- Balcı, O. (2017). Kalabalıkta saklanma: Sosyal kaytarma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(46), 373-387
- Barnes, S.J. Pressey, A.D., & Scornavacca E. (2019). *Mobile ubiquity: Understanding the relationship between cognitive absorption, smartphone addiction and social network services*
- Blanchard, A. L., & Henle, C. A. (2008). Correlates of different forms of cyberloafing: The role of norms and external locus of control. *Computers in human behavior*, 24(3), 1067-1084.
- Bock, G.W., & Ho, S. (2009). Non-work related computing (NWRC). *Commun. ACM*, 52, 124–128. doi:10.1145/1498765.1498799
- Bock, G.W., Park, S. C., & Zhang, Y. (2010). Why employees do non-work-related computing in the workplace. *Journal of Computer Information Systems*, 50(3), 150–163. doi:10.1080/08874417.2010.11645417
- Candan, H., İnce, M. (2016). Siber kaytarma ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik emniyet çalışanları üzerine bir araştırma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 9 (1), 229-235
- Caplan., S.E. (2010), Theory and measurement of generalized problematic Internet use: a two-step approach *Comput. Hum. Behav.*, 26 (5) pp. 1089-1109
- Chan-Olmsted, S., & Xiao, M. (2019). Factors affecting smartphone dependency of media consumers *Int. J. Mobile Commun.*, 17 (3) pp. 353-375
- Chen, J V, Ross, W. H., & Yang, H.-H. (2011). Personality and motivational factors predicting internet abuse at work. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 5(1), 0-0.
- Erdem, H. Kalkın, G., Türen, U., & Deniz, M. (2016). Üniversite öğrencilerinde mobil telefon yoksunluğu korkusunun (nomofobi) akademik başarıya etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3), 923-936.
- Ergün, E., & Altun, A. (2012). Öğrenci gözüyle siber aylaklık ve nedenleri. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(1), 36-53

- Genç, E.; Aydoğan, E. (2016). İşyerinde sanal tembellik davranışı ve etkin zaman yönetimi ilişkisi: Bir kamu kurumunda araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 558-571.
- George, J. M. (1992). Extrinsic and intrinsic origins of perceived social loafing in organizations. *Academy of Management Journal*, 35(1), 191-202.
- Gezgin, D. M., Arslantaş, T. K., & Şumuer, E. (2018). Meslek lisesi öğrencilerinin siber aylıklık düzeyinin farklı değişkenlere göre incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 19(2), 408-424.
- Gezgin, D.M., Hamutoglu, N.B., Sezen-Gultekin, G., & Ayas T. (2018), The relationship between NOMOPHOBIA and loneliness among Turkish adolescents. *International Journal of Research in Education and Science*, 4(2) (pp. 358-374,
- Güçer, E., Pelit, E., Demirdağ, Ş. A., & Keleş, Y. (2017). Sosyal kaytarmanın işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 14-36.
- Guthrie, R., & Gray, P. (1996). Junk computing. *Information Systems Management*, 13(1), 23–28. doi:10.1080/10580539608906968
- Kafes, M., & Kaya, Ş. D. (2017). Sosyal kaytarma davranışı üzerine yapılmış çalışmaların incelenmesi. *Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(11), 227-245.
- Kalaycı, E. (2010). *Üniversite öğrencilerinin siber aylıklık davranışları ile öz düzenleme stratejileri arasındaki ilişkilerin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kamins, M. A., & Nagashima, A. (1995). Perceptions of products made in Japan versus those made in the United States among Japanese and American executives: A longitudinal perspective. *Asia Pacific Journal of Management*, 12(1), 49-68.
- Kaplan, M., & Çetinkaya, A. (2014). Sanal kaytarma ve demografik özellikler açısından farklılıklar: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 26-34.
- Kaplan, M., & Öğüt, A. (2012). Algılanan örgütsel adalet ile sanal kaytarma arasındaki ilişkinin analizi: Hastane çalışanları örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 13(1), 1-13. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ifede/issue/25417/268187>
- Klotz, A., & Buckley, M. (2013). A historical perspective of counterproductive work behavior targeting the organization. *Journal of Management History*, 19. doi:10.1108/17511341311286222
- Kneidinger-Müller, B. (2019), *When the smartphone goes offline: A factorial survey of smartphone users' experiences of mobile unavailability*
- König, C. J., & de la Guardia, M. E. C. (2014). Exploring the positive side of personal internet use at work: Does it help in managing the border between work and nonwork. *Computers in Human Behavior*, 30, 355-360.
- Latané, B., Williams, K., & Harkins, S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of personality and social psychology*, 37(6), 822.

- Lee, O., Lim, K. H., & Wong, W. M. (2005). Why Employees Do Non-Work-Related Computing: An Exploratory Investigation through Multiple Theoretical Perspectives. *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* içinde (ss. 185c-185c). doi:10.1109/HICSS.2005.698
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Jaworski, R. A., & Bennett, N. (2004). Social loafing: A field investigation. *Journal of management*, 30(2), 285-304.
- Lim, V. K. (2002). The IT way of loafing on the job: Cyberloafing, neutralizing and organizational justice. *Journal of organizational behavior: the international journal of industrial, occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(5), 675-694.
- Moreno-Guerrero, A.J. Gómez-García, G., López-Belmonte, J., & Rodríguez-Jiménez, C. (2020). Internet addiction in the web of science database: A review of the literature with scientific mapping *Int. J. Environ. Res. Publ. Health*, 17(8) pp. 1-16
- Musa, R. Saidon, J., & Rahman, S.A. (2017), Who's at risk for smartphone nomophobia and pathology; The young or matured urban millennials? *Adv. Sci. Lett.*, 23 (8) pp. 7486-7489
- Mysammy (2013). *Cyberloafing Infographic: Personal internet use at work infographic*. (U.T: 03.08.2021). www.mysammy.com/cyberloafing-personal-Internet-use-at-work-infographic
- Nakip, M. (2013). *Pazarlama araştırmalarına giriş (SPSS uygulamalı)*, 4. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- O'Neill, T. A., Hambley, L. A., & Chatellier, G. S. (2014). Cyberslacking, engagement, and personality in distributed work environments. *Computers in Human Behavior*, 40, 152–160. doi:10.1016/J.CHB.2014.08.005
- Okur, M. E., & Balta, C. (2020). Ayrımcılık algısının kaytarma davranışları üzerindeki etkisi: Gıda sektörü üzerine bir araştırma. *İş'te Davranış Dergisi*, 5(2), 75-90.
- Örücü, E., & Aksoy, M. (2017). Sanal kaytarma ve beş büyük kişilik özelliği arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*, DOI: 10.5505/pausbed.2018.65668.
- Özdemir, B., Çakir, O., & Hussain, I. (2018), Prevalence of Nomophobia among university students: A comparative study of Pakistani and Turkish undergraduate students. *Eurasia J. Math. Sci. Technol. Educ.*, 14 (4) (2018), pp. 1519-1532
- Park., C.S. (2019). Examination of smartphone dependence: Functionally and existentially dependent behavior on the smartphone. *Comput. Hum. Behav.*, 93 pp. 123-128
- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy Of Management Journal*, 38(2), 555-572.
- Rodríguez-García, A.M. Moreno, A.J., & López J. (2020). Nomophobia: an individual's growing fear of being without a smartphone - a systematic literature review. *Int. J. Environ. Res. Publ. Health*, 17(2)
- Romero, J.M. Aznar, I. (2019), Análisis de la adicción al smartphone en estudiantes universitarios. Factores influyentes y correlación con la autoestima RED. *Revista de Educación a Distancia*, 19(60) pp. 1-12
- Saalfeld, T. (2005) 'Deliberate Delegation or Abdication? Government Backbenchers, Ministers and European Union Legislation,' *Journal of Legislative Studies*, 11(3-4), pp. 343-371.

- Sezici, E., & Güven, Ö. Z. (2017). İstismarcı yönetici algısının kaytarma üzerindeki etkisinde duygusal tükenmenin aracılık rolü: Otel işletmelerinde bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 58-68.
- Simms, A., & Nichols, T. (2014). Social loafing: A review of the literature. *Journal of Management Policy and Practice*, 15(1), 58.
- Sünnetçioğlu, S., Korkmaz, H., & Koyuncu, M. (2014). Konaklama işletmelerinde algılanan örgüt kültür tipinin çalışanların sosyal kaytarma davranışlarını algılamasına etkisi üzerine bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(28), 17-34.
- Tan H. H., & Tan M. L. (2008). Organizational citizenship behavior and social loafing: The role of personality, motives, and contextual factors. *The Journal of Psychology*, 142(1), 89-108.
- Taner, B. & Ercan İştin, A. (2017). Çalışma ortamında sosyal kaytarma. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(3), 25-41. DOI: 10.29131/uiibd.322959
- Ünal, Ö. F., & Tekdemir, S. (2015). Sanal kaytarma: Bir kamu kurumunda ampirik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 95-118.
- Uslu, Y. D., & Çavuş, M. F. (2014). Örgütsel Adalet ve Kaytarma Davranışları. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 4(9), 51-54.
- Uysal, H. T. (2016). Örgütlerde sosyal kaytarma algısının çalışanların tükenmişlik duygusuna etkisi. 3. *Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi*. 732-743, Aydın.
- Uysal, S., Özen, H., & Madenoğlu, C. (2016) Social phobia in higher education: The influence of nomophobia on social phobia. *The Global E-Learning Journal*, 5, pp. 1-8
- Weatherbee, T. G. (2010). Counterproductive use of technology at work: Information & communications technologies and cyberdeviancy. *Human Resource Management Review*, 20(1), 35-44.
- Yıldırım, C., & Correia A.-P. (2015), Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Comput. Hum. Behav.*, 49 pp. 130-137
- Yıldız, B., & Yıldız, H. (2015). İş yaşamındaki sanal kaytarma davranışlarının hukuki yönden incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 1-17.

An Empirical Research on the Relationship of Virtual Lasting and Nomophobia in Food and Beverage Enterprises Employees

Adem ARMAN

Akdeniz University, Faculty of Tourism, Antalya /Turkey

Tuba ŞAHİN ÖREN

Uşak University, Banaz Vocational School, Uşak /Turkey

Extensive Summary

With the development of technology, the widespread use of smartphones causes employees to exhibit loafing behavior in the workplace. This research is designed based on the idea that loafing behaviors occur predominantly through smartphones. Within the scope of the research, it is aimed to examine the loafing behaviors of employees in tourism enterprises (virtual loafing and social loafing) and the effect of nomophobia. The universe of the research is in tourism enterprises operating in Turkey; consists of people who work in the kitchen and food and beverage departments and have the habit of using smartphones. Snowball and convenience sampling methods are used in the research. The method of the research is based on the quantitative research method. Measures of central tendency and statistical analysis methods were used to test the data obtained through the online survey. In this direction, the main findings are; Employees use the internet via smartphones at work and find this to be partially true. It is determined that while female employees show significant cyber loafing behavior, male employees have insignificant cyber loafing behaviors. Single employees feel anxiety related to nomophobia, such as not being able to access information, lack of devices and not being online, more than married employees. Daily social media usage time causes employees to exhibit cyber loafing behavior and feel the effect of nomophobia. In addition, it is thought that the most basic situation that causes the emergence of cyber loafing behavior and the effect of nomophobia is the need for social media membership and following.

The study was designed through quantitative research methods. After the literature review in accordance with the study design, interviews were conducted through the online questionnaire created by the researchers. Field application was carried out with the participants who were reached according to snowball and convenience sampling method. The universe of the study consists of the employees in the kitchen and food and beverage departments of tourism enterprises operating in Turkey. As a result, the aim of the research is evaluated in a predictive way by t-test, anova and correlation analyzes that will enable the measurement of the effect of cyberloafing and nomophobia with each other.

Cyberloafing and nomophobia are a situation that affects the success of employees and therefore negatively affects the purpose of existence of workplaces. It is important to work to eliminate or slow down the effect of cyberloafing and nomophobia, especially in labor-intensive sectors that serve people. In line with this importance, in tourism enterprises, which is one of the sectors that serve people; The main aim of the study is to reveal the effect of cyberloafing and nomophobia for the employees in the kitchen and food and beverage departments. The hypotheses that will enable to reach the main purpose of the research are as follows;

H0= There is no significant difference between cyberloafing and nomophobia effect and gender in terms of employees in kitchen and food and beverage departments.

H0= There is no significant difference between the effects of cyberloafing and nomophobia and marital status in terms of employees in kitchen and food and beverage departments.

H0= There is no significant difference between cyberloafing and nomophobia effect and age for those working in kitchen and food and beverage departments.

H0= There is no significant difference between the effects of cyberloafing and nomophobia and the duration of internet use in terms of employees in the kitchen and food and beverage departments.

H0= There is no significant difference between the effects of cyberloafing and nomophobia and the time spent on the internet for non-work jobs for those working in the kitchen and food and beverage departments.

H0= There is no significant difference between the effects of cyberloafing and nomophobia and the time spent on the internet for employees working in the kitchen and food and beverage departments.

H0= There is no significant difference between cyberloafing and nomophobia effect and daily social media usage time for employees in kitchen and food and beverage departments.

H0= There is no significant difference between the dimensions of cyberloafing and nomophobia in terms of employees in the kitchen and food and beverage departments.

The universe of the study is in tourism enterprises operating in Turkey; consists of people who work in the kitchen and food and beverage departments and have the habit of using smart phones. In this direction, the real size of the study universe is so large that it cannot be determined. Since it is difficult to determine the real universe volume, a sample volume was created by the researchers to form the starting point by means of snowball sampling method (Nakip, 2013, p. 226) and convenience sampling methods. The initial sample size in question consists of 88 participants. In the next stage, the participants in the initial sample size were asked to reach the tourism employees related to the study subject. The initial sample size was delivered to the group, via the online survey form link, e-mail and whatsapp application.

During the online survey form of the study, the literature was examined in detail and the research questions were determined accordingly (Yıldız & Yıldız, 2015; Ünal & Tekdemir, 2015; Örucü & Aksoy, 2017; Akgöz vd., 2019; Erdem vd., 2020). Study questions consist of three basic stages in total. In the first stage, there are fifteen questions in order to determine the demographic characteristics of the participants. In the second stage, there are fourteen structured questions to examine the cyberloafing behaviors of the participants. In the third stage, there are twenty structured questions regarding the measurement of the participants' nomophobia moods, in other words, their smartphone usage habits. In the next stage, the study questions were scaled with a 5-point Likert scale and converted into an online questionnaire, and ten people from the tourism sector were interviewed in order to test their intelligibility. No problems were encountered in the intelligibility of the online questionnaire and the application phase of the study was started.

The data collection tool, which was created to conduct research on the subject of the study, was converted into an online survey form via the Google form. Data were collected between 04/06/2021 – 18/06/2021.

In order to check the construct validity of the obtained data set, first of all, reliability analysis was performed. Frequency (f) and percentage (%) analyzes were performed in order to reach the descriptive statistical information of the participants. Factor analysis was conducted in order to determine the dimensions in terms of measuring the cyberloafing habits and nomophobia status of the employees in the kitchen and food and beverage departments of tourism enterprises. Finally, difference analyzes, in other words, t-test, anova and correlation analyzes were conducted to measure the effects of cyberloafing and nomophobia, which were determined as a result of factor analysis.

Various results are reached through the analyzes on the cyberloafing behaviors of the employees in the kitchen and food and beverage departments of tourism enterprises and the effect of nomophobia. It has been reported in the literature that demographic characteristics are effective on the effect of cyberloafing and nomophobia (Lim, 2002; Liden vd., 2004; Tan and Tan, 2008; Blanchard and Henle, 2008; Uslu and Çavuş, 2014; Sünnetçioğlu vd., 2014; Uysal). , 2016; Sezici and Güven, 2017; Arpacioğlu, 2019; Avcı, 2020) show parallel results. However, the majority of the employees use the internet and smart phones at work, partially for personal work, despite being criticized by their supervisors. While the majority of participating employees with social media membership prefer Instagram, it is seen that they have daily social media usage habits. This situation is expressed as anti-production studies in the literature (Lee vd., 2005; Bock & Ho, 2009; Klotz & Buckley, 2013; O'Neill vd., 2014).

It is determined that while female employees show significant cyberloafing behavior, male employees have insignificant cyberloafing behaviors. Female employees are under the influence of nomophobia relatively more than male employees. In particular, female employees feel the anxiety of not being able to access information and not being able to go online due to nomophobia relatively more intensely than male employees.

When the effect of cyberloafing and nomophobia in terms of marital status is evaluated; It is revealed that single employees feel anxiety related to nomophobia, such as not being able to access information, lack of a device and not being able to be online, more than married employees. It is seen that single employees are more prone to insignificant cyberloafing behavior than married employees.

There are differences in both significant and insignificant cyberloafing behavior of the age groups of the participating employees. Especially in the 26-35 age group, significant and unimportant cyberloafing behavior is higher than other age groups. Likewise, the 26-35 age group has higher anxiety values due to nomophobia, loss of communication, inability to access information, lack of a device and not being online.

Looking at the internet usage period of the participant employees, in other words, the internet usage history, it is seen that the majority of them have been using it for more than 11 years. Significant cyberloafing behaviors differ between the groups in terms of internet usage time, but no difference is detected regarding insignificant cyberloafing behavior and internet usage time. Significant cyberloafing behavior is observed in people who have been using the internet for 6-10 years. Since the duration of internet use is examined in terms of nomophobia, it is determined that it creates a feeling of anxiety in terms of not being able to access information and deprivation of the device. While the concern of not being able to access information is mostly seen in the participants who have been using the internet for more than 11 years, it is determined that the anxiety of being deprived of the device is mostly seen in the employees who use the internet for 1-5 years.

Insignificant cyberloafing behaviors differ between groups in terms of daily internet usage time for non-work jobs, but no difference is detected regarding significant cyberloafing behavior and daily internet usage time for non-work jobs. When the daily internet usage time for non-work jobs is evaluated in terms of nomophobia, it is seen that the participant employees feel the anxiety of not being able to access information, losing communication and deprivation of the device.

There is a significant difference between daily social media usage time and both important and unimportant cyberloafing behavior. Particularly, participatory employees who use it for less than 30 minutes exhibit significant and unimportant cyberloafing behavior more than other time-of-use groups. When the daily use of social media is evaluated in terms of nomophobia, it is seen that he feels the anxiety of losing communication, accessing information, being deprived of a device and not being online. Particularly, it is seen that the nomophobia effect of the participant employees who use it for less than 30 minutes is more than the other duration of use groups. In this sense, it is thought that the most basic situation that causes the emergence of participatory employees, cyberloafing behavior and the effect of nomophobia is the need for social media membership and following.

By conducting in-depth interviews to determine why employees need social media membership and follow-up, what are the main issues that cause them to exhibit loafing behavior, and why they feel anxiety, hidden information can be revealed. As a result of this academic study, the employees of the enterprises in the tourism sector are able to meet their work requirements without being under the influence of nomophobia and without showing loafing behavior by making various adjustments to their working routines.