



# Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

## Sosyal karşılaştırma, örgüt içi rekabet, örgütsel imrenme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Turizm akademisyenleri örneği

### *Examining the relationship between social comparison, intra-organizational competition, organizational envy behaviors: The case of tourism academicians*

Emre Yaşar<sup>1\*</sup>, Nesrin Aydın Alakuş<sup>2</sup>, Bilal Nadir Alkan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, emreyasar1852@gmail.com, 0000-0003-1573-0930

<sup>2</sup>Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE Turizm İşletmeciliği, nesrin.aydin52@gmail.com, 0000-0001-7263-4457

<sup>3</sup>Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, bilalnadiralkan@hotmail.com, 0000-0002-4330-3613

#### MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Karşılaştırma, Örgüt İçi Rekabet, Örgütsel İmrenme, Akademisyenler

Key Words:

Social Comparison, Intra-Organizational Competition, Organizational Envy, Academicians

Gönderme Tarihi/Received Date:

06.06.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date:

16.06.2022

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

30.06.2022

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1126658](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1126658)

#### ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, turizm akademisyenlerinin sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet algısının örgütsel imrenme üzerine etkisini araştırmaktır. Araştırmanın evreni, Türkiye'deki yükseköğretim kamu kurumlarının turizm ile ilişkili bölümlerinde çalışmakta olan akademisyenleri kapsamaktadır. Yargısal örnekleme yöntemi ile birlikte ulaşılan ve anket uygulamasına katılan akademisyenler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında, çevrimiçi bir platform üzerinden anket formu hazırlanmış ve 12-27 Nisan 2022 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anket formu, akademisyenlere elektronik posta aracılığıyla gönderilmiş ve 283 akademisyen katılım sağlamıştır. Kullanılan ölçeklerin geçerliliklerini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi, değişkenler arası ilişkileri açıklamak için korelasyon analizi, değişkenler arasındaki etki düzeylerini belirlemek için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda hem sosyal karşılaştırma hem de örgüt içi rekabet algısı ile örgütsel imrenme arasında pozitif yönlü, anlamlı fakat zayıf düzeyde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bir başka deyişle, turizm akademisyenlerin sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet algıları arttıkça örgütsel imrenme duyguları da artmaktadır.

#### ABSTRACT

The main aim of this study is to investigate the effect of tourism academicians' perception of social comparison and intra-organizational competition on organizational envy. The universe of the research includes academicians working in tourism-related departments of higher education public institutions in Turkey. The academics who were reached with the judgmental sampling method and participated in the survey form the sample of the research. Within the scope of the research, a questionnaire form was prepared on an online platform and applied between 12-27 April 2022. The questionnaire form was sent to the academicians via electronic mail and 283 academicians participated. Explanatory factor analysis was performed to determine the validity of the scales used, correlation analysis was performed to explain the relationships between the variables, and regression analysis was performed to determine the effect levels between the variables. As a result of the analysis, it was determined that there is a positive, significant but weak relationship between both social comparison and intra-organizational competition perception and organizational envy. In other words, as the perceptions of social comparison and intra-organizational competition of tourism academicians increase, also organizational envy feelings increase.

## 1. Giriş

Duygular, temel öznesi bir insanın olduğu ortamlarda farklı nitelikte ve şiddette yaşanmaktadır. Bir insanın davranışlarını anlamak ve kontrol edebilmek açısından duygular önemlilik oluşturmaktadır. Duygular sadece özel yaşamın gerçekleştiği ortamlarda değil aynı zamanda örgütsel ortamlarda da dikkat edilen bir durum olarak gözlenmektedir. Çünkü insanlar, buldukları örgütler içerisinde yaşanan olaylara karşı bir

duygu oluşturarak cevap vermektedir. İnsanların tepkilerini anlamak için ilk olarak duyguları bilmek ve anlamak bir gerekliliktir. Bu duygulardan biri ise imrenmedir. Kavramsal olarak değerlendirildiğinde imrenme, bir insanın sahip olduğu nitelikler veya içerisinde bulunduğu durum ile başka bir insanın karşılaştırılması sonucu oluşmaktadır. Bunun yanı sıra, bir insana ait olan herhangi bir niteliğe sahip olma arzusu da imrenme olarak değerlendirilmektedir (Nandedkar, 2016). Bu şekilde olduğu gibi, insanların sosyal karşılaştırma yapmaları

\* Sorumlu yazar /Corresponding author.

Arş. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, emreyasar1852@gmail.com, 0000-0003-1573-0930

imrenmenin oluşmasına neden olan faktörlerden biri olarak görülmektedir. Etrafında bulunan insanların daha iyi konumda olması, nitelik olarak kendilerini geliştirmeleri ve başarılar elde etmesi sonucunda bir insan, sosyal karşılaştırma yapmaya başlamaktadır. Bunun sonucunda ise imrenme duygusu hissedilmektedir (Eslami & Arshadi, 2016).

İmrenme duygusuna neden olan bir diğer faktör de örgüt içi rekabettir. Örgütler içerisinde, kullanıma sunulan kaynakların sınırsız olmaması ve insanların örgüt içerisinde farklılaşan motivasyonlarından dolayı rekabet ortamı oluşmaktadır (Khon, 1992). Örgüt içi rekabetin elde edilmesi ile birlikte çeşitli kazanımlara sahip olunabilmekte, bir kişinin tanınabilirliği artmakta ve örgüt içerisinde üstün bir konum elde edebilmektedir (Becker-Ritterspach & Dörrenbacher, 2011). Bu şekilde, bir insanın başarılar elde ederek örgüt içerisinde ön plana çıkması, örgütteki diğer insanlarda imrenme duygusunun oluşumuna neden olmaktadır (Landkammer & Sassenberg, 2016).

Sebepleri değişiklik gösterse de imrenme duygusu, faaliyet alanı fark etmeksizin her işletme veya kurum içerisinde yaşanabilmektedir (Shu & Lazatkhan, 2017). İmrenme duygusunun hissedildiği alanlardan birisi ise üniversitelerdir. Akademisyenler tarafından yaşanan imrenme duygusu, üzerinde dikkatle ve önemle çalışılması gereken bir konudur çünkü üniversite ortamında, imrenmeye sebep olması muhtemel rekabet, kişisel hareket etme ve gelişim gösterme, kariyer ilerlemesi ve unvan elde etme gibi unsurlar bulunmaktadır (Çelebi vd., 2021). Akademisyenler arasında yaşanan imrenme duygusu yardımlaşmanın azalması, paylaşılmayan bilgilerin artması ve küçümseme gibi çeşitli olumsuzluklara da sebep olabilmektedir (Özdemir, 2021) fakat gerçekleştirilen bazı araştırmalarda imrenmenin olumlu sonuçları üzerinde de durulmaktadır. Yapılan çalışmalarda imrenmenin akademik başarı, negatif duygular ile ilişkili veya tek bir değişken olarak ele alınarak araştırıldığı görülmektedir. İmrenmenin öncülleri olarak ifade edilen sosyal karşılaştırma ve rekabet durumu açısından araştırılmadığı dikkat çekmektedir.

Sürekli bir şekilde araştırma yapma halinde olan akademisyenler, uğraşları karşılığında çeşitli sonuçlar elde etmektedir. Akademisyenler tarafından bu sonuçlar bilimsel çalışmalardır. Ulusal veya uluslararası alanda yayınlanan makaleler, bildiriler, kitap bölümleri, yürütülen projeler ve bu çalışmalar sonucu yapılan atıflar, akademisyenler arasında birbirlerini değerlendirme konusunda önemli unsurlardır. Bu unsurlar sayesinde akademisyenler kariyer ilerlemesi sağlamak ve çeşitli yan haklar elde etmektedir. Bu durum, akademisyenler arasında çeşitli karşılaştırmaların yapılmasına ve örgüt içerisinde rekabetin oluşmasında etkili olmaktadır. Bunun sonunda ise akademisyenler arasında imrenme duygusu yaşanmaktadır (Çelebi vd., 2021; Durmaz & Gümüştekin, 2021).

Bu kapsamda, araştırmanın temel amacı akademisyenlerin sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet algısının imrenme ve imrenilme üzerine etkisini araştırmaktır. Kavramsal içeriklerin verilmesi için ilk olarak literatür taraması gerçekleştirilerek araştırmayı oluşturan değişkenler hakkında bilgiler verilmiştir.

Daha sonraki aşamada, akademisyenlerden çevrimiçi şekilde yürütülen anket formlarından elde edilen veriler analiz edilmiştir. Son aşamada ise sonuç ve tartışma başlığı ile araştırma tamamlanmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Örgütsel İmrenme

Üniversitede veya bir işletmede bulunan insanların sahip oldukları yetenekleri, başarıları ve duygu durumları bir örgütün işleyişini etkileyen başlıca faktörleri oluşturmaktadır. Her bir insanın yetenekleri farklı olduğu gibi yaşadıkları duygu durumları da değişiklik gösterebilmektedir. Bu duygu durumları, örgütün çalışma ortamını ve insanların birbirlerine karşı davranışlarını etkilemektedir. Bu duygulardan bir tanesi örgütsel imrenmedir. Kavramsal yapı olarak imrenme, diğer insanların yetenekleri ve durumları ile kendi sahip olduğu yetenekleri, içerisinde bulunduğu durumu karşılaştırma sonucunda meydana gelen, diğer insanların sahip olduğu şeylere sahip olma arzudur (Çelebi vd., 2021). İmrenme duygusunda, sahip olma arzusu istenilen şeylere dair bir sınırlama bulunmamaktadır (Mosquera vd., 2010). Burada belirleyici olan faktör, insanın algıdır. O an hissettiği algılar doğrultusunda diğer insanlardaki herhangi bir şeye yönelik sahip olma güdüsünün oluşması söz konusu olmaktadır. Bu durum, imrenmenin kötü bir duygu olarak kabul edilmesine neden olmaktadır (Kwiatkowska vd. 2020).

İnsanların algısındaki bu sınırsızlık, imrenmenin iki farklı şekilde değerlendirilmesine yol açmaktadır. Kötü niyetli imrenmede, farklı konularda daha iyi bir konumda yer alanlara yönelik negatif duygular oluşmaktadır. Karşılaştırma yapılan kişi karşısında kendisini daha alt seviyede kötü bir şekilde görme ve değerlendirme, diğer kişinin başarısız olmasını isteme gibi olumsuz düşünce ve duygular kötü niyetli imrenmeyi oluşturmaktadır (Ferreira & Botelho, 2017; Smith & Kim, 2007). Bu olumsuz hislerin oluşmasında kişinin kendisini küçümseme hareketi içerisinde olması önemli bir unsurdur (Leahy, 2020). Karşılaştırma algısındaki tutumlar da aynı şekilde etkili olmaktadır. İyi niyetli imrenmede ise kişinin kendisini daha iyi bir konuma yükseltme isteği söz konusudur. Burada kişi, sadece kendi durumuna odaklanarak başkalarını örnek almakta ve onların başarılarına ulaşmak için kendisini geliştirme duygusu yaşamaktadır (Van de Ven vd., 2012). İyi niyetli imrenmede kişinin başlıca motivasyonu diğerleri gibi başarılı olmadır ve bunu düşünürken diğerlerinin başarılarını takdir etmektedir. Kötü niyetli imrenmede olduğu gibi diğerlerinin başarısız olmasını isteme gibi negatif tutum sahibi olmamaktadır. İyi niyetli imrenmede de karşılaştırma algısının etkili olduğu görülmektedir.

İmrenme konusuna bir de imrenilen kişiler açısından bakma gereksinimi vardır. İmrenilme, diğer kişilerle karşılaştırma yaptığında daha başarılı olan ve bu başarılarının devam etmesini sağlamak üzere bir isteği olan insanların hissettiği duygudur. İmrenilmede, insanlar kendi yeteneklerinin ve başarılarının çevrelerinden değer ve takdir gördüğünü

düşünmektedir. Böylece, bu insanlar kendilerini geliştirme konusunda daha motive bir şekilde devam etmektedirler (Lazarus vd., 2001). Hem imrenme hem de imrenilme duygusunun hissedilmesinde sosyal karşılaştırma temel öncül olarak önemlilik oluşturmaktadır.

Van De Ven vd. (2012) diğer insanların sevilmesi ve onların başarılarının desteklenmesi şeklinde de imrenmenin yaşandığını açıklamaktadır. Lange vd. (2018) imrenmenin bir örgüt için olumlu kazanımlarının daha fazla olduğuna dikkat çekmektedir. Tai vd. (2012) akademisyenlerin imrenme duygusunu hissetmelerinin, daha fazla başarıya sahip olmalarında katkı sunacağını belirtmektedir. Van de Ven vd. (2009) imrenme duygusunun, öğrencilerin çalışma sürelerini ve performanslarını artırdığını ileri sürmektedir. Akyüz & Durmuş (2022) imrenmenin, akademisyenlerin başarısını yükselttiğini, Çelebi vd. (2021) ise imrenmenin bilimsel faaliyetlere ayrılan zamanı artırdığını ifade etmektedir.

## 2.2. Sosyal Karşılaştırma

Bir insan, kendisini farklı açılardan değerlendirme arzusu içerisinde olabilmektedir fakat bu değerlendirmenin nesnel bir şekilde gerçekleşmesi mümkün değildir. Böyle bir durumda, öznel bir fikir edinmek için kendisi ile başka insanları farklı nitelikler, başarılar ve konum itibarıyla kıyaslama süreci başlamaktadır. Bu süreç, sosyal karşılaştırma olarak ifade edilmektedir (Teközel, 2007). Günümüz toplumsal yaşam alanları içerisinde, faktörlerden bağımsız bir şekilde insanların birbirlerini karşılaştırma isteği içinde olmaları sıradan bir durum olarak değerlendirilmektedir (Gilhooly, 2020). Bu yüzden, sosyal karşılaştırma bir insanın kendisi hakkında öznel bir değerlendirme yapmasında bir araç olarak kullanılmaktadır (Pomery vd., 2012).

Sosyal karşılaştırma aracılığıyla kendisini değerlendirme fırsatı elde bir insan, kişisel gelişimini sürdürmesi konusunda pozitif kazanımlar elde etmektedir (Chan & Prendergast, 2007). Çünkü, sosyal karşılaştırma insan davranışına ve tercihinde etkiye bulunmaktadır. Sosyal karşılaştırma, bir insana, yapabileceklerini göstermesi veya yapması zorunlu olanlarının farkına varması konusunda yönlendirmektedir (Want & Saiphoo, 2017). Fakat burada önemli olan bir diğer husus da insanın kendisini kim ile karşılaştırdığıdır. Karşılaştırma yapılan insanların benzer statüde olması gerekmektedir. Aksi durumda karşılaştırma, doğru bir değerlendirme olarak kabul edilmemektedir (Gerber, 2020). Bir akademisyenin kendisini doktor, mühendis veya öğrencilerle karşılaştırması öz değerlendirme için yanlış bir seçim olmaktadır.

Sosyal karşılaştırma yapılmasında başlıca motivasyon öz değerlendirme olmakla beraber gelişim gösterme, benliği güçlendirme ve insanlarla ilişki kurma gibi isteklerde bulunmaktadır. İnsanlar gelişim göstermek için sosyal karşılaştırmada kendilerinden daha başarılı olanları seçmektedir. Seçmiş olduğu insanın seviyesine gelebilmek için yapması gerekenleri belirlemektedir (Collins, 1996). Bir nevi rol model belirlemesi yapılmaktadır. Benliği güçlendirmede ise daha başarılı değil daha şanssız ve alt seviyede olan insanlar sosyal karşılaştırma

için tercih edilmektedir. Temel sebebi, insanın kendisini daha iyi hissetmesini sağlamaktır (Teközel, 2007). İlişki kurma motivasyonunda ise temel amaç kendisiyle benzer süreçlerden geçmiş, deneyim olarak ortaklık bulunan insanlardan faydalanmaktır (Taylor vd., 1996).

## 2.3. Örgüt İçi Rekabet

Örgütlerin genel işleyişinin belirli bir düzen içerisinde yürütülmesinde ve başarısında en önemli unsur insandır. Örgütlerin etkili ve verimli olabilmeleri, yer aldıkları sektörde gelir artışı sağlayarak rekabet avantajını elde etmeleri, sahip olduğu insan kaynağı sayesinde olabilmektedir. Bununla birlikte insanların işlerinde başarı göstermeleri ise işletmeden ve işlerinden memnuniyet duymalarından kaynaklanmaktadır (Alkan, 2019). Örgüt içi yaşanan sorunlar küreselleşmenin de etkisiyle değişim göstermektedir. Örgütlerin sürekli rekabet içinde değişime uyum sağlayan, yeniliğe açık, küresel ve demografik etkiler karşısında her türlü olumsuz koşullarda başarıyı sağlama ve bu başarıyı devam ettirebilme mecburiyeti içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu doğrultuda kalifiyeli, yetenek sahibi insan kaynakları ve yöneticilerle görev yapmak örgütlerin ilk hedefi haline gelmiştir (Akar, 2019).

Rekabet, insanların tabiatı gereği kendilerini diğer kişilerden performans ve yetenek bakımından mukayese ettiği bir tür karşılaştırma eylemidir (Çiçek & Kaynak, 2022). Türk Dil Kurumu (2022)'na göre rekabet "*aynı amaç uğruna mücadele eden bireyler arasındaki çekişme, yarışma, yarış*" şeklinde tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, yapılan diğer tanımlara göre rekabet; "*pazarda faaliyet gösteren işletmeler arasındaki yarışma*" (Eroğlu & Yalçın, 2013: 98), "*becerileri karşılaştırma süreci*" olarak tanımlanmaktadır (Daniels, 2007: 44). Örgüt içi rekabet ise bir ya da daha çok kişinin aynı hedef için harekete geçtikleri aynı örgüt içindeki bir kişi veya grupla beraber aynı amaca ulaşmaya çalıştıkları iş veya işlemlerin kombinasyonu olarak ifade edilmektedir (Salvador & Costa, 2009).

Örgütler kendi aralarında ve örgüt içinde sürekli rekabet halinde oldukları durumlarda uyguladıkları stratejilerle, öngörülerle, gerçekçi ve doğru bir biçimde kurulmuş olan misyon ve görevlerle diğerlerine karşı fayda kazanma yolunu aramaktadırlar. Bu amaç doğrultusunda yeteneği, bilgi birikimi ve becerisiyle öne çıkacak olan insandır. Örgütlerde görev yapan ve bu özelliklere sahip insanlar kurumunu rekabet ortamında bir adım öne çıkarabilir. Rekabet ortamı kurum içinde görev yapanlar arasında kaçınılmaz bir durum olduğundan, insanlar arası rekabet seviyesi iyi bir biçimde yönetilirse kurum açısından başarı ve fayda sağlarken, kötü bir biçimde yönetildiğinde ise kurum içi çatışma ve tartışma ortamının olması kurumun başarısız olmasına neden olabilir (Yıldız, 2019). Rekabeti etkileyen unsurların başında sosyal karşılaştırma ve imrenme gelmektedir. Bu unsurların etkilerinin örgütsel performans için yararlı veya zararlı olan eylemleri teşvik edip etmedikleri, örgüt içindeki görev, ortam ve faktörlerin kombinasyonuna bağlıdır (Luft, 2016). Çiçek & Kaynak (2022) tarafından yapılan çalışmada yer verilen sonuçlara göre ise örgüt içi rekabetin performans, iş tatmini ve hedef üzerinde pozitif yönde etkisinin olduğu, rekabetin yaşanmadığı ortamlarda ise örgüt içi

faydasızlık ve verimsizlik gibi örgütte istenilmeyen sonuçlarla karşılaşıldığı belirtilmektedir.

### 3. Hipotezlerin Geliştirilmesi

Festinger (1954) tarafından geliştirilen ve farklı alanlarda kabul görecer kullanılan Sosyal Karşılaştırma Teorisi, insanların farklı açılardan öz değerdendirmeleri yapma eğilimi içerisinde olduğunu ileri sürmektedir. Bu karşılaştırma sürecinde insanlar, kendilerine yakın konumda olanları seçmektedir (Buunk vd., 2007; Teközel, 2007; Villardefrancos & Otero-Lopez, 2016). Sosyal karşılaştırma, insanların davranışlarını etkilemekte, neler yapması gerektiği konusunda bilgilendirmektedir (Wheeler & Miyake, 1992). Fakat sosyal karşılaştırmanın en önemli sonucu, insanların karşılaştırma yaptıkları diğerlerine yönelik hislerini etkilemesi olarak görülmektedir (Arnelsson & Smith, 2000; Phua vd., 2017; Want & Saiphoo, 2017). Bu hislerden biri, imrenmedir. Karşılaştırma yapılan diğerleri gibi olabilme, onların başarılarını elde edebilme açısından imrenme yaşayabilmektedir (Lazarus vd., 2001). Bu bilgiler doğrultusunda, belirlenen hipotezler şu şekildedir;

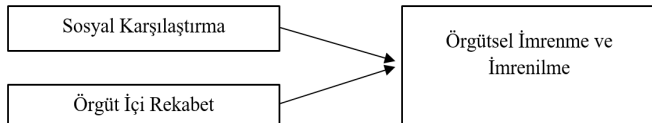
H1: Turizm akademisyenlerinin sosyal karşılaştırmaları ile örgütsel imrenmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Turizm akademisyenlerinin sosyal karşılaştırmaları ile örgütsel imrenilmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Örgüt içi rekabet, insanların kendi ihtiyaçlarını karşılamak ve diğer insanlara göre daha başarılı olmak, takdir görmek gibi güdüler doğrultusunda oluşmaktadır (Dinçer, 2013; Khon, 1992). Rekabet ortamı insanlarda olumlu veya olumsuz duygu durumlarını meydana getirmektedir. Örgütsel imrenme, bu duygulardandır. Örgüt içi rekabet ile birlikte insanlar arasında karşı tarafın yerinde olma isteği şeklinde imrenme yaşanmaktadır (Durmuş, 2021; Özdemir, 2021). Çünkü, rekabette de bir nevi insanlar karşılaştırma yapmaktadır ve kendi gelişimleri için bu şekilde motive olmaktadır (Garcia vd., 2013). Bu bilgiler kapsamında, oluşturulan hipotezler şu şekildedir;

H3: Turizm akademisyenlerinin örgüt içi rekabet algıları ile örgütsel imrenmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Turizm akademisyenlerinin örgüt içi rekabet algıları ile örgütsel imrenilmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

### 4. Yöntem

Akademisyenler, meslek özellikleri sebebiyle çeşitli araştırmalar yapmaktadırlar ve bu araştırmaların belirli karşılıkları bulunmaktadır. Bu karşılıklar çeşitli yayınlar, atıflar gibi mesleki anlam taşımaktadır. Bu yayınlar ve diğer mesleki kazanımlar akademisyenler arasında imrenmelere neden olmaktadır (Çelebi vd., 2021). Bu nedenle araştırmanın

evreni, Türkiye'deki yükseköğretim kamu kurumlarının turizm ile ilişkili bölümlerinde çalışmakta olan akademisyenleri kapsamaktadır. Araştırmanın veri toplama aşamasından önce, turizm akademisyenlerinin sayısı Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi'nden öğrenilmiştir. Elde edilen bilgiye göre; 2021-2022 eğitim-öğretim dönemi itibariyle yükseköğretim kamu kurumları turizm bölümlerinde (fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokulu olmak üzere) akademisyen sayısı 2051'dir (Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, 2022). Akademisyenlerin tamamına ulaşmanın mümkün olmaması nedeniyle evrenden örneklem belirleme gerçekleştirilmiştir. Yargısal örnekleme yöntemi ile birlikte ulaşılan ve anket uygulamasına katılan akademisyenler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında, çevrimiçi bir platform üzerinden anket formu hazırlanmış ve 12-27 Nisan 2022 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anket formu, akademisyenlere elektronik posta üzerinden gönderilmiş ve 283 akademisyen katılım sağlamıştır. Child (2006), Tabachnick & Fidell (2001) ifade sayısının beş katı örnekleme ulaşılmasının örnekleme yeterliliği için uygun olduğunu belirtmektedir. Tavşancıl'a (2002) göre ise ifade sayısının beş katı veya on katı örnekleme ulaşılması örnekleme yeterliliği için uygun olmaktadır. Bu araştırmada 27 ifade bulunmaktadır. Hem 27\*5 hem de 27\*10 hesaplamasına göre 283 katılımcıya ulaşılması örnekleme ve analizlerin yapılması için yeterlidir.

Araştırmada sosyal karşılaştırmanın ölçülmesi için Gibbons & Buunk (1999) tarafından geliştirilen ve Teközel (2000) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan Sosyal Karşılaştırma Ölçeği, örgüt içi rekabetin ölçülmesi için Mael & Ashforth (1992) tarafından geliştirilen ve Çiçek & Söylemez (2020) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan Örgüt İçi Rekabet Ölçeği, örgütsel imrenme ve imrenilmenin ölçülmesi için Vecchio (2005) tarafından geliştirilen ve Çelebi vd. (2021) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan Örgütsel İmrenme Ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan üç ölçek, 5'li Likert tipi ile derecelenmektedir (1-Kesinlikle katılmıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum).

Kullanılan ölçeklerin geçerliliklerini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi, değişkenler arası ilişkileri açıklamak için korelasyon analizi, sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet bağımsız değişkenlerinin örgütsel imrenme ve imrenilme bağımlı değişkenleri üzerindeki etki düzeyini belirlemek için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca katılımcıların demografik niteliklerini belirlemek için de frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde istatistiksel paket programından yararlanılmıştır. Araştırmanın yürütülmesi amacıyla Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 29.03.2022 tarihli, 96 sayılı kararla etik kurul onayı alınmıştır.

#### 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine dair bilgiler Tablo 1'de belirtilmektedir. Katılımcıların %55,1'inin (156 kişi) erkek, %49,8'sinin (141 kişi) 31-40 yaş aralığında, %68,6'sının (194 kişi) evli, %72,4'ünün (205 kişi) doktora eğitim düzeyinde, %37,1'inin (105 kişi) araştırma görevlisi, %44,2'sinin (125 kişi) turizm işletmeciliği bölümünde çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Frekans (N)	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	156	55,1
Kadın	127	44,9
Toplam	283	100
<b>Yaş</b>		
21-30	48	17
31-40	141	49,8
41-50	67	23,7
51 ve üzeri	27	9,5
Toplam	283	100
<b>Medeni Durum</b>		
Bekar	89	31,4
Evli	194	68,6
Toplam	283	100
<b>Öğrenim Durumu</b>		
Yüksek Lisans	78	27,6
Doktora	205	72,4
Toplam	283	100
<b>Unvanınız</b>		
Araştırma Görevlisi	50	17,7
Öğretim Görevlisi	105	37,1
Doktor Öğretim Üyesi	68	24
Doçent	46	16,3
Profesör	14	4,9
Toplam	283	100
<b>Çalışılan Bölüm</b>		
Turizm İşletmeciliği	125	44,2
Turizm Rehberliği	38	13,4
Gastronomi	74	26,1
Rekreasyon	19	6,7
Diğer	27	9,5
Toplam	283	100

## 5. Bulgular

Bu kısımda, ilk olarak araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör yapı düzeylerinin belirlenmesi için her bir ölçek için faktör analizi uygulanacaktır. Daha sonra, araştırmayı oluşturan değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için sırasıyla korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilecektir.

**Tablo 2.** Örgütsel İmrenme Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Ölçüm Değerleri
<b>Faktör 1- Örgütsel İmrenilme</b>		
Bazı arkadaşlarımla gerçekleştirdiğim işlerden dolayı bana imrendiklerini düşünüyorum	,900	Özdeğer =2,170 AVO (%) = 31,00
İşimdeki başarımdan dolayı bazen imrenildiğimi düşünüyorum	,867	$\alpha$ =,773
Yöneticimle olan iş ilişkimin yakınlığı nedeniyle bazen imrenildiğimi düşünüyorum	,711	
<b>Faktör 2- Örgütsel İmrenme</b>		
Sebepsiz bir şekilde iş yerinde başarısız görünüyorum	,747	Özdeğer =1,854 AVO (%) = 26,48
Başkalarının benden daha iyi işler gerçekleştirdiğini görmek can sıkıcı olabiliyor.	,667	$\alpha$ =,611
İş arkadaşlarımla çoğu işinde benden daha iyi durumda.	,660	
Başkalarının yaptığı kadar iyi işler yapamayacağımı hissediyorum.	,642	

Genel  $\alpha$  =,656; KMO=0,615; Bartlett's Testi=464,079; AVO=57,48

## 5.1. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Faktör analizi uygulanırken her bir ölçek için varimax eksen döndürme tekniği kullanılmış, özdeğerlerin birden büyük olması halinde boyutların oluşması gözlenmiş ve ifadelerin .05 üstünde faktör yük değerlerine sahip olması dikkate alınmıştır. Araştırma kapsamında örgütsel imrenme ölçeğinin faktör yapı düzeyini tespit edebilmek için faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi neticesinde bir ifade çapraz yüklenme oluşturması sebebi ile analizlere dahil edilmemiştir. Bu şekilde uygulanan faktör analizi sonrasında 7 ifadenin iki boyut altında yer aldığı belirlenmiştir. Bu boyutlar sırasıyla Örgütsel İmrenilme ve Örgütsel İmrenme olarak isimlendirilmiştir. Boyutların, toplam varyansın %57,4'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Ölçeğin Kaiser-Mayer-Olkin örneklem yeterlilik düzeyinin %61,5 oranında olduğuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra Bartlett küresellik testi 464,079 olarak belirlenmiş ve bu değer 0,000 düzeyinde anlamlılık ifade etmektedir. Tablo 2'de faktör analizi bilgilerine detaylı olarak yer verilmiştir.

Sosyal karşılaştırma ölçeğinin faktör yapı düzeyini belirlemek için faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi neticesinde bir ifade faktör yükünün düşük olması sebebi ile analizlerden çıkarılmıştır. Bu şekilde uygulanan faktör analizi sonrasında 10 ifadenin iki boyut altında dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Bu boyutlar sırasıyla Yetenekleri Karşılaştırma ve Görüşleri Karşılaştırma olarak isimlendirilmiştir. Boyutların, toplam varyansın %56,35'ini açıkladığı belirlenmiştir. Ölçeğin Kaiser-Mayer-Olkin örneklem yeterlilik düzeyinin %82,2 oranında olduğuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra Bartlett küresellik testi 935,759 olarak belirlenmiş ve bu değer 0,000 düzeyinde anlamlılık ifade etmektedir. Tablo 3'te faktör analizi ile ilgili bilgiler gösterilmektedir.

Örgüt içi rekabet ölçeğinin faktör yapı düzeyini belirlemek için faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi neticesinde bir ifade ikinci bir boyut oluşturması nedeni ile analizlerden çıkarılmıştır. Bu şekilde uygulanan faktör analizi sonrasında 7 ifadenin tek boyut altında dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Bu boyut, Örgüt İçi Rekabet Algısı olarak isimlendirilmiştir. Boyutun, toplam varyansın %43,78'sini açıkladığı belirlenmiştir. Ölçeğin Kaiser-Mayer-Olkin örneklem yeterlilik düzeyinin %80,5 oranında olduğuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra Bartlett

**Tablo 3.** Sosyal Karşılaştırma Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Ölçüm Değerleri
<b>Faktör 1- Yetenekleri Karşılaştırma</b>		
Hayatta ne kadar başarılı olduğum konusunda çoğu zaman kendimi iş arkadaşlarımla karşılaştırırım.	,788	Özdeğer=3,733 AVO (%) = 37,33
Bir şeyi ne kadar iyi yaptığımı bilmek istediğimde, yaptığım şeyi diğer iş arkadaşlarımla karşılaştırdım.	,787	$\alpha$ =,838
Ne kadar sosyal birisi olduğum konusunda kendimi diğer iş arkadaşlarımla karşılaştırdım.	,726	
Kendini sık sık iş arkadaşlarıyla karşılaştıran birisi değilimdir.	,724	
Çoğu zaman sevdiğim iş arkadaşlarımla yaptıkları şeyleri nasıl yaptıklarıyla, diğer iş arkadaşlarımla nasıl yaptıklarını karşılaştırdım. Yaptığım şeylerin diğer insanların yaptıklarıyla karşılaştırıldığında nasıl olduğuna her zaman çok dikkat ederim	,704	
Hayatta ne durumda olduğumu asla başkalarının durumlarına göre değerlendirmem.	,635	
	,609	
<b>Faktör 2- Görüşleri Karşılaştırma</b>		
Çoğu zaman, benim karşılaştığım sorunlara benzer sorunlarla karşılaşmış iş arkadaşlarımla ne düşündüğünü öğrenmeye çalışırım.	,842	Özdeğer = 1,902 AVO (%) = 19,02 $\alpha$ =,713
İş arkadaşlarımla karşılıklı görüş ve deneyimlerimiz hakkında konuşmaktan çoğu zaman zevk alırım.	,834	
Bir konuda daha fazla şey öğrenmek istersem, o konuda iş arkadaşlarımla ne düşündüğünü öğrenmeye çalışırım.	,689	

Genel  $\alpha$  =,799; KMO=0,822; Bartlett's Testi=935,759; AVO=56,35

küresellik testi 482,012 olarak belirlenmiş ve bu değer 0,000 düzeyinde anlamlılık ifade etmektedir. Tablo 4'te faktör analizi ile ilgili bilgiler bulunmaktadır.

## 5.2. Korelasyon Analizi Sonuçları

Akademisyenlerin sosyal karşılaştırma, örgüt içi rekabet algıları ile örgütsel imrenme ve imrenilme davranışları arasındaki ilişki düzeyini belirleme amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları ile ilgili bilgiler Tablo 5'te gösterilmektedir.

Gürbüz & Şahin'e (2018) göre korelasyon katsayıları 0-0,3 arasında değere sahip olduğunda değişkenler arası zayıf bir ilişki söz konusudur. Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda sosyal karşılaştırma ile örgütsel imrenme ( $r=0,179$ ,  $p<0,01$ ) ve örgütsel imrenilme ( $r=0,300$ ,  $p<0,01$ ) arasında pozitif yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre; akademisyenlerin sosyal karşılaştırma yaptıklarında iş arkadaşları tarafından kendisine imrenildiği düşüncesi söz konusu olmaktadır.

Örgüt içi rekabet algısı ile örgütsel imrenme ( $r=0,216$ ,  $p<0,01$ ) ve örgütsel imrenilme ( $r=0,256$ ,  $p<0,01$ ) arasında pozitif yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Örgüt içi rekabetin oluşması ile birlikte örgütsel imrenme ve imrenilme duyguları oluşmaktadır fakat akademisyenlerin kendilerine imrenilme duygusu daha sık yaşanmaktadır. Bunun sebebi olarak ise örgütsel imrenme ve imrenilme arasında ( $r=-,020$ ,  $p<0,01$ ) negatif yönlü ve zayıf ilişki gözükmektedir. Sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet algısı artması ile birlikte örgütsel imrenilme duygusu artmakta iken örgütsel imrenme duygusu azalmaktadır.

## 5.3. Regresyon Analizi ve Hipotez Testleri Sonuçları

Sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabetin örgütsel imrenme ve imrenilme üzerinde bir etkisinin olup olmadığını belirlemek için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Örgütsel imrenme ve imrenilme bağımlı değişkenleri için regresyon analizi ayrı uygulanmıştır. Tablo 6 ve 7'de çoklu regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir.

**Tablo 4.** Örgüt İçi Rekabet Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Faktör 1- Örgüt İçi Rekabet Algısı	Faktör Yüğü	Ölçüm Değerleri
Kurumumda yoğun bir rekabet ortamı vardır.	,788	Özdeğer=3,065
Kurumumuzda insanlar birbirleriyle rekabet etmez.	,765	AVO (%) =43,78
Kurumumda çalışanlar, yöneticilerini etkilemede birbirlerine göre üstün olmaya çalışırlar.	,746	$\alpha$ =,779
Kurumumda çalışanlar, iş arkadaşlarının performanslarının nasıl değerlendirildiklerini öğrenmek isterler.	,619	
Kurumumda çalışanların bazılarının başarılı olması diğerleri için üzüntü verici bir durumdur.	,597	
Kurumumda çalışanlar birbirleri ile rekabet etmediklerinde kendilerini dışlanmış gibi hissederler.	,546	
Yöneticilerim kurum içi rekabeti teşvik ederler.	,513	

Genel  $\alpha$  =,779; KMO=0,805; Bartlett's Testi=482,012; AVO=43,78

**Tablo 5.** Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4
1-Sosyal Karşılaştırma	1			
2-Örgüt İçi Rekabet Algısı	,202**	1		
3-Örgütsel İmrenme	,179**	,216**	1	
4-Örgütsel İmrenilme	,300**	,256**	-,020	1

\*p&lt;0.05 \*\*p&lt;0.01

**Tablo 6.** Örgütsel İmrenme Bağımlı Değişkeni Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t	p
	B	St. hata	$\beta$		
Sabit	,807	,289		2,795	,006
1-Sosyal Karşılaştırma	,172	,072	,141	3,181	,002
2-Örgüt İçi Rekabet	,243	,076	,188	2,393	,017

Bağımlı değişken: Örgütsel İmrenme, R= ,257; R<sup>2</sup>= ,066; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>=,059; F= 9,863; p<,001**Tablo 7.** Örgütsel İmrenilme Bağımlı Değişkeni Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t	p
	B	St. hata	$\beta$		
Sabit	,936	,374		2,506	,013
1-Sosyal Karşılaştırma	,422	,093	,259	4,545	,000
2-Örgüt İçi Rekabet	,354	,099	,204	3,579	,000

Bağımlı değişken: Örgütsel İmrenilme, R= ,360; R<sup>2</sup>= ,130; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>=,123; F= 20,866; p<,001

Tablo 6'daki regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, sosyal karşılaştırmanın örgütsel imrenme üzerinde pozitif ve anlamlı (t=3,18 ve p=,002) bir etkisi olduğu görülmektedir. Akademisyenlerin, yetenek ve görüşler açısından kendilerini diğer akademisyenlerle karşılaştırma yapmaları örgütsel imrenmeye neden olmaktadır. Karşılaştırma yapılan akademisyenin daha önce yaptıklarını gerçekleştirme, bulunduğu konuma gelme isteği örgütsel imrenmenin oluşumunu tetiklemektedir. Bir diğer regresyon analizi sonucuna bakıldığında, örgüt içi rekabetin örgütsel imrenme üzerinde pozitif ve anlamlı (t=2,39 ve p=,017) bir etkisi olduğu görülmektedir. Üniversite ortamında unvan, maaş, yayınlar ve atıflar gibi rekabete neden olabilecek çeşitli faktörlerin etkisi ile örgüt içi rekabet oluşmaktadır. Bu durum ise, akademisyenler arası örgütsel imrenmeyi etkilemektedir. Bu sonuçlarla birlikte, H1 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 7'de örgütsel imrenilme değişkeni için gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Bu sonuçlar; sosyal karşılaştırmanın örgütsel imrenilme üzerinde pozitif ve anlamlı (t=3,57 ve p=,000) bir etkisi olduğu bilgisini vermektedir. Akademisyenler, çeşitli açılardan kendilerini diğer akademisyenlerden daha üstün olduğunu düşünebilmektedir. Böyle bir durumda sosyal karşılaştırma yapıldığında, diğer akademisyenlerin kendisine imrendiğini düşünmektedir. Başka bir deyişle, örgütsel imrenilme duygusu oluşmaktadır. Bir diğer sonuca göre ise örgüt içi rekabet örgütsel imrenilmeyi pozitif ve anlamlı (t=4,54 ve p=,000) bir şekilde etkilemektedir. Benzer şekilde bir akademisyen, örgüt içi rekabetin olduğu bir ortamda kendisini diğerlerinden daha üstün ve iyi bir pozisyonda görmesi durumunda örgütsel imrenilme duygusunu hissetmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, H2 ve H4 hipotezleri kabul edilmiştir.

**Tablo 8.** Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Sonuç
H1: Turizm akademisyenlerinin sosyal karşılaştırmaları ile örgütsel imrenmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H2: Turizm akademisyenlerinin sosyal karşılaştırmaları ile örgütsel imrenilmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H3: Turizm akademisyenlerinin örgüt içi rekabet algıları ile örgütsel imrenmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H4: Turizm akademisyenlerinin örgüt içi rekabet algıları ile örgütsel imrenilmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır	Kabul Edildi

## 6. Sonuç ve Öneri

Bu araştırma, turizm akademisyenlerinin sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet algılarının örgütsel imrenme ve imrenilme üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda hem sosyal karşılaştırma hem de örgüt içi rekabet algısı ile örgütsel imrenme ve imrenilme arasında pozitif yönlü, anlamlı fakat zayıf düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanın sıra, örgütsel imrenme ve imrenilme arasında da negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bir başka deyişle, turizm akademisyenlerin sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet algıları arttıkça örgütsel imrenme veya imrenilme duyguları da artmaktadır.

Sosyal karşılaştırma, insanlar arası ilişkilerin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Bu yüzden her bir kurumda sosyal karşılaştırma ile karşılaşılması mümkün olmaktadır. Bu kurumlardan biri de üniversitelerdir (Khalid vd., 2012). Akademisyenler, yetenek ve görüşler açısından kendilerini diğer akademisyenlerle sosyal karşılaştırma yapmaktadır fakat burada karşılaştırma yapılan akademisyenin üstün bir konumda olması, daha başarılı olarak kabul edilmesi veya başarı olarak daha alt seviyede olması sonucunda örgütsel imrenme veya imrenilme duygusu yaşanmaktadır. Araştırmanın ilk bulgusuna göre, sosyal karşılaştırma örgütsel imrenme ve imrenilmeyi anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Bu araştırmanın sonucu ile daha önce yapılan araştırmaların benzer sonuçlara sahip olduğu görülmektedir. Zhu vd. (2011) kişilerin kendi başarı durumlarına benzer kişiler ile karşılaştırma eğiliminde olduklarını belirtmektedir ve bunun sonucunda imrenme oluşmaktadır. Vrugt & Koenis (2002) ise kendilerinden daha başarılı olanlarla yapılan karşılaştırmaların akademisyenlerde imrenme duygusu oluşmasına neden olarak başarı durumuna olumlu bir etki gösterdiğini ifade etmektedir. Wehrens vd. (2010) daha başarılı kişilere yönelik yapılan karşılaştırmaların imrenme duygusunun oluşumuna katkı sağladığını açıklamaktadır. Karşılaştırma sonrasında oluşan imrenme duygusunun akademisyenlerde pozitif çıktılara neden olduğu görülmektedir (Tai vd., 2012; Durmuş & Akyüz, 2022).

Örgüt içi rekabet, örgütler açısından pozitif sonuçları olan bir unsur olarak görülmele birlikte insanlar arasında çeşitli duyguların ve bakış açıların oluşmasına neden olmaktadır (Çiçek & Kaynak, 2022). Bu duygulardan biri de imrenme ve imrenilmedir. Bu araştırmanın sonucuna göre, turizm akademisyenlerinin örgüt içi rekabet algısı örgütsel imrenme ve imrenilmeyi anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Farklı çalışmalarda da benzer sonuca ulaşıldığı görülmektedir. Ghadi (2018), örgüt içi rekabetin insanlar arasında imrenme duygusunun oluşmasına neden olduğunu ifade etmektedir. Diğer çalışmalarda da örgüt içi rekabetin imrenmeyi arttırdığı sonucuna ulaşıldığı görülmektedir (Maris vd., 2016; Tarhan, 2018; González-Navarro vd., 2018). Doğan & Vecchio (2001) ise örgüt içi rekabetin imrenmeyi oluşturan temel unsur olduğunu açıklamaktadır. Özkoç & Çalışkan (2015) rekabetçi bir ortamın, insanları imrenme davranışına yönelten faktörlerden biri olduğunu ifade etmektedir.

Bu araştırmada örgütsel imrenme, sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet kapsamında incelenmiştir. Literatürde var

olan önceki araştırmalarda imrenmenin çalışılma kapsamının sınırlı olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar, öğrenciler ve akademisyenlerin imrenme duygularının başarı durumuna etkilerine yoğunlaşmaktadır (Delpriore vd., 2012; Rentzsch vd., 2015; Tai vd., 2012; Van De Ven vd., 2009). Ayrıca genel anlamda çalışanların imrenme davranışına yönelik araştırmalar bulunmaktadır (Brooks vd., 2019; Lange vd., 2018; Özkoç & Çalışkan, 2015; Polat, 2017). Bu araştırmalarda imrenmenin başarı, iş birliği gibi çıktılara etkisine odaklanıldığı görülmektedir. Sosyal karşılaştırma ve örgüt içi rekabet algısı açısından örgütsel imrenme incelenmemiştir. Bu yüzden, bu araştırmanın özgünlük açısından literatüre bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Örgütsel imrenme üzerine gelecek araştırmalar; üniversitelerin farklı bölümlerinde çalışan akademisyenlere yönelik olabilir, hizmet işletmeleri başta olmak üzere farklı alanlardaki işletmeler özelinde işgörenlere yönelik çalışılabilir. Örgütsel imrenmenin kişilik özelliklerine göre araştırılması konuya farklı bir bakış açısı sağlayabilir. Örgütsel imrenmenin demografik özellikler açısından da incelenmesi literatür bilgilerine zenginlik katabilir. Ayrıca işletme ve kurum özelliklerinin imrenme davranışına etkisinin araştırılması çalışma ortamı özellikleri ile imrenme ilişkisinin anlaşılmasını sağlayabilir. Bu araştırmanın belirli sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak, bu araştırma turizm akademisyenleri üzerine gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın konusu, insanların subjektif değerlendirmesine dayanan sosyal karşılaştırma, rekabet ve imrenmeden oluşmaktadır. Katılımcıların yanlı bir tutuma sahip olması söz konusu olabilmektedir.

### Etik Beyan

Bu çalışmada kullanılan anket yöntemi için Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 29/03/2022 tarihli ve 96 nolu toplantısında 01 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

### Yazar Katkı Beyanı

Yazarların katkı oranı eşittir.

### Çıkar Beyanı

Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

### Kaynakça

- Akar, F. (2019). Üniversitede Akademisyen ve Yönetici Yetenekleri: Yetenek Yönetiminin Uygulanabilirliği Konusunda Bir İnceleme. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 14-541.
- Akyüz, A. M., & Durmuş, İ. (2022). Akademisyenlerin Akademik Başarı Çabalarında Kuruma Sadakat, Kıskaçlık ve İmrenme Davranışlarının Etkisi: PLS-SEM ile Ölçek Geliştirme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(82), 695-717.
- Alkan, B. N. (2019). *Otel İşletmelerinde Algılanan Nepotizm Düzeyinin Örgütsel Adalet ve Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkileri: Hatay İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.



- Arnelsson, G. B. & Smith, W. P. (2000). The Impact of Stable and Unstable Attributes on Ability Assessment in Social Comparison. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(8), 36-947.
- Becker-Ritterspach, F. & Dörrenbächer, C. (2011). An Organizational Politics Perspective on Intra-Firm Competition in Multinational Corporations. *Management International Review*, 51(4), 533-559.
- Brooks, A. W., Huang K., Abi-Esber, N., Buell, R. W., Huang, L. & Hall, B. (2019). *Mitigating Malicious Envy: Why Successful Individuals Should Reveal Their Failures*. *Journal of Experimental Psychology: General*, 148(4), 667-687.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social Comparison: The End of a Theory and The Emergence of a Field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3-21.
- Collins, R. L. (1996). For Better or Worse: The Impact of Upward Social Comparison on Self-Evaluations. *Psychological bulletin*, 119(1), 51-69
- Chan, K. & Prendergast, G. (2007). Materialism and Social Comparison Among Adolescents. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 35(2), 213-228.
- Child, D. (2006). *The Essentials of Factor Analysis*. Third edition. London: Continuum
- Çelebi, F., Hasan, G. Ü. L., & Akkuş, D. B. (2021). Örgütsel İmrenme ve İmrenilme: Akademisyenler Üzerinde Bir Araştırma ve Ölçek Uyarlaması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 23(40), 72-97.
- Çiçek, B., & Kaynak, İ. (2022). Örgüt İçi Rekabetin Örgütsel Kıskançlığa Etkisinde Öz Saygının Rolü: Sivil Havacılık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *İzmir İktisat Dergisi*, 37(1), 110-134.
- Daniels, A. M. (2007). Cooperation Versus Competition: Is There Really Such An Issue? New Directions for Youth Development, 115, 43-56.
- Delpriore, D. J., Hill, S. E. & Buss D. M. (2012). Envy: Functional Specificity and Sex- Differentiated Design Features. *Personality and Individual Differences*, 53, 317-322.
- Diñçer, Ö. (2013). *Örgüt Geliştirme*. İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- Dogan, K. & Vecchio, R. P. (2001). Managing Envy and Jealousy in The Workplace. *Compensation ve Benefits Review*, 33(2), 57-64.
- Durmaz, M. G. & Gümüştekin, G. (2021). Negatif Duyguların Bir Yansıması Olarak İşyeri Kıskançlığı. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi (IJBEMP)*, 5(2), 716-731.
- Durmuş, İ. (2021). *Kurum yöneticilerinin etik liderlik davranışları ile çalışanların kuruma ve yöneticilerine olan sadakatlerinin imrenme ve kıskançlık davranışları moderatörlüğünde akademik başarı çabaları üzerindeki olası etkilerinin incelenmesi*, Doktora Tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Gümüşhane.
- Eroğlu, O. & Yalçın, A. (2013). Rekabet ve Mekânsal Kuramlara İlişkin Genel Bir Değerlendirme. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(6), 95-114.
- Eslami, A. & Arshadi, N. (2016). Effect of Organizational Competitive Climate on Organizational Prosocial Behavior: Workplace Envy as a Mediator. *International Journal of Psychological and Behavioral Sciences*, 10(5), 1798-1801.
- Ferreira, K. & Botelho, D. (2017). Why Do They Have It and Not I? Envy And Consumption. *Latin America Advances in Consumer Research*, 4, 108-113.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Garcia, S. M., Tor, A., & Schiff, T. M. (2013). The Psychology of Competition: A Social Comparison Perspective. *Perspectives on Psychological Science*, 8(6), 634-650.
- Gerber, J. P. (2020). *Social Comparison Theory*. İçinde, Zeigler-Hill, V., & T. K. Shackelford (Eds). In *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, New York: Springer.
- Ghadi, M. Y. (2018). Empirical Examination of Theoretical Model of Workplace Envy: Evidences from Jordan. *Management Research Review*, 41(12), 1438-1459.
- Gilhooly, L. (2020). *The Need to be 'Liked' in the Selfie Generation: The Relationship Between Social Media Use and Social Comparison in Young Adult Women*. Doctoral dissertation, Alliant International University.
- González-Navarro, P., Zurriaga-Llorens, R., Tosin Olateju, A., & Llinares-Insa, L. I. (2018). Envy and Counterproductive Work Behavior: The Moderation Role of Leadership in Public and Private Organizations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(7), 1455.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Khalid, S., Irshad, M. Z. & Mahmood, B. (2012). Job Satisfaction Among Academic Staff: A Comparative Analysis Between Public and Private Sector Universities of Punjab, Pakistan. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 126-136.
- Khon, A. (1992). *No Contest: The Case Against Competition*. Boston New York: Houghton Mifflin Company.
- Kwiatkowska, M. M., Rogoza, R. & Volkodav, T. (2020). Psychometric Properties of the Benign and Malicious Envy Scale: Assessment of Structure, Reliability, and Measurement Invariance Across the United States, Germany, Russia, and Poland. *Current Psychology*, 41, 2908-2918.
- Landkammer, F. & Sassenberg, K. (2016). Competing While Cooperating with The Same Others: The Consequences of Conflicting Demands in Co-Opetition. *Journal of Experimental Psychology: General*, 145(12), 1670-1686.
- Lange, J., Weidman, A. C. & Crusius, J. (2018). The Painful Duality of Envy: Evidence for An Integrative Theory and A Meta-Analysis on The Relation of Envy and Schadenfreude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(4), 572-598.
- Lazarus, R. S., Cohen-Charash, Y., Payne, R., & Cooper, C. (2001). *Discrete Emotions in Organizational Life*. İçinde, R. L. Payne and G. L. Cooper (Eds). *Emotions at work: Theory, research and applications for management*, John Wiley & Sons.
- Leahy, R. L. (2021). Cognitive-Behavioral Therapy for Envy. *Cognitive Therapy and Research*, 45(3), 418-427.
- Luft, J. (2016). Cooperation and Competition Among Employees: Experimental evidence on the Role of Management Control Systems. *Management Accounting Research*, 31, 75-85,
- Maris, Z. D., Saidabadi, R. Y., & Niazazari, K. (2016). Explaining The Role of Spiritual Leadership in Envy Management Of Faculty Members Through The Role Of Professional Mediator. *Journal of Educational Studies Trends and Practices*, 6(2), 211-224.
- Mosquera, P. M. R., Parrott, W. G. & Mendoza, A. H. D. (2010). I Fear Your Envy, I Rejoice in Your Coveting: On the Ambivalent Experience of Being Envied by Others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(5), 842-854.
- Nandedkar, A. (2016). Investigating Leader-Member Exchange and Employee Envy: An Evidence from The Information Technology Industry. *International Journal of Organization Theory and Behavior*, 19(4), 419-451

- Özdemir, S. (2021). Kıskançlık Olgusu ve Akademik Örgütlere Yansması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(30), 652-676.
- Özkoç, A. G. & Çalışkan, N. (2015). The Impact of Organizational Envy on Organizational Climate Created Among Employees: An Application in Accommodation Enterprises. *International Journal of Business and Management*, 10(1), 40-49.
- Phua, J., Jin, S.V. & Kim, J. (2017), Gratifications of Using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to Follow Brands: The Moderating Effect of Social Comparison, Trust, Tie Strength, and Network Homophily on Brand Identification, Brand Engagement, Brand Commitment, and Membership Intention, *Telematics and Informatics*, 34(1), 412-424.
- Polat, Y. B. (2017). Haset, İmrenme ve Kıskançlık Duygu Durumlarının Ayırıştırılması. *Aydın Toplum ve İnsan Dergisi*, 3(2), 29-42.
- Pomery, E. A., Gibbons, F. X. & Stock, M. L. (2012). *Social Comparison*. İçinde, V.S. Ramachandran (Edt). Encyclopedia of human behavior. Elsevier Science & Technology Books.
- Rentsch, K., Schroder-Abe, M. & Schutz, A. (2015). Envy Mediates the Relation Between Low Academic Self-Esteem and Hostile Tendencies. *Journal of Research in Personality*, 58, 143-153.
- Salvador, A., & Costa, R. (2009). Coping With Competition: Neuroendocrine Responses and Cognitive Variables. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 33(2), 160-170.
- Shu, C. Y. & Lazatkhan, J. (2017). Effect of Leader-Member Exchange on Employee Envy and Work Behavior Moderated by Self-Esteem and Neuroticism. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 33, 69-81.
- Smith, R. H. & Kim, S. H. (2007). Comprehending Envy. *Psychological Bulletin*, 133(1), 46-64.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2001). *Using Multivariate Statistics*. Fourth edition. Boston: Allyn and Bacon.
- Tai, K., Narayanan, J. & Mcallister, D. J. (2012). Envy as Pain: Rethinking the Nature of Envy and Its Implications for Employees and Organizations. *The Academy of Management Review*, 37(1), 107-129.
- Tarhan, N. (2018). *Duyguların Psikolojisi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Taylor, S. E., Wayment, H. A, & Carrillo, M. (1996). *Social comparison, self-regulation, and motivation*. İçinde, R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition*. The Guilford Press.
- Teközel, M. (2007). *Gerçekliği İnşa Etkinliği Olarak Sosyal Karşılaştırma: Sosyal Karşılaştırma Süreçlerinde Gerçekçi ve Kurgusal Karşılaştırma Enformasyonu Kullanma Eğilimlerinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (Mayıs 2022). *Rekabet*, <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 25.05.2022).
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2009). Leveling Up and Down: The Experiences of Benign and Malicious Envy. *Emotion*, 9(3), 419-429.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2012). Appraisal Patterns of Envy and Related Emotions. *Motivation and emotion*, 36(2), 195-204.
- Villardefrancos, E. & Otero-Lopez, J. M. (2016), Compulsive Buying in University Students: Its Prevalence and Relationships with Materialism, Psychological Distress Symptoms, and Subjective Wellbeing, *Comprehensive Psychiatry*, 65, 128-135.
- Vrugt, A., & Koenis, S. (2002). Perceived Self-Efficacy, Personal Goals, Social Comparison, and Scientific Productivity. *Applied Psychology*, 51(4), 593-607.
- Yıldız, H. M. (2019). *Rekabetçi Tutum Ölçeğinin Çalışanların İş Verimliliği Üzerine Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Want, S.C. & Saiphoo, A. (2017), Social Comparisons with Media Images are Cognitively Inefficient Even for Women Who Say They Feel Pressure from The Media. *Body Image*, 20, 1-6.
- Wehrens, M. J., Buunk, A. P., Lubbers, M. J., Dijkstra, P., Kuyper, H., & Van Der Werf, G. P. C. (2010). The Relationship Between Affective Response to Social Comparison and Academic Performance in High School. *Contemporary Educational Psychology*, 35(3), 203-214.
- Zhu, X., Zhang, L., & Wu, L. (2011). A Study on The Relationship Between Achievement Goal Orientation, Academic Social Comparison, and Academic Self-Efficacy in Middle School Students. *Chinese Journal of Clinical Psychology*, 19(2), 255-258.