



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