

Araştırma Makalesi

İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısının Demografik Analizi: Artvin Örneği

The Demographic Analysis of Occupational Future Time Perspective: The Case of Artvin

Tayfun ÖZTÜRK Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi İşletme Fakültesi tayfun.ozturk@artvin.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-0252-2780	Ertan DİNÇ Öğr. Gör. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi Proje Koordinasyon Uygulama ve Araştırma Merkezi ertan.dinc@artvin.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-0345-7781
---	---

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
10.05.2025	25.06.2025

Öz

Bu çalışma, İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı'nın (İGZA) demografik değişkenlere göre nasıl farklılık gösterdiğini analiz etmeyi amaçlamaktadır. İGZA, bireylerin iş yaşamlarında geleceğe dair kalan zamanlarına yönelik algılarını, bu algıların kariyer hedefleri, motivasyonları ve davranışları üzerindeki etkileriyle birlikte ele almaktadır. Araştırma, Artvin ilinde çeşitli sektörlerde çalışan 334 pazarlama ve satış personeliyle gerçekleştirilmiştir. Veriler, Zacher ve Frese (2009) tarafından geliştirilmiş ve Türkçe uyarlaması daha önceki bir çalışmada (Birincioğlu, 2024) yapılmış olan İGZA ölçeği ile toplanmış; bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yoluyla analiz edilmiştir. İGZA'nın üç alt boyutu olan fırsatlara odaklanma, kısıtlara odaklanma ve algılanan kalan süre, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve kıdem sürelerine göre incelenmiştir. Bulgular, yalnızca algılanan kalan süre boyutunda anlamlı farklılıklar ortaya koymuş; genç, bekâr ve kıdemsiz çalışanların iş yaşamında kendilerine daha uzun süre kaldığını düşündükleri belirlenmiştir. Buna karşılık, fırsatlara ve kısıtlara odaklanma boyutlarında demografik temelli anlamlı bir ayrışma gözlenmemiştir. Sonuçlar, kariyer planlamasında bireylerin zaman algılarının yaş, sosyal roller ve kurumsal deneyimle şekillendiğini göstermekte; insan kaynakları stratejilerinin bu değişkenleri dikkate alması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı, Demografik Değişkenler, Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi, Gelecek Zaman Algısı

Abstract

This study aims to analyze how Occupational Future Time Perspective (OFTP) varies across demographic variables. OFTP refers to individuals' perceptions of their remaining time in the workplace and how these perceptions influence their career goals, motivation, and behaviors. The research was conducted with 334 marketing and sales employees working in various sectors in the province of Artvin. Data were collected using the OFTP scale developed by Zacher and Frese (2009) and adapted into Turkish. The data were analyzed through independent samples t-tests and one-way ANOVA. The study examined the three subdimensions of OFTP focus on opportunities, focus on limitations, and perceived remaining time across participants' gender, age, marital status, and tenure. The findings revealed that significant differences emerged only in the "perceived remaining time" dimension. Younger, single, and less tenured employees perceived that they had more time left in their careers compared to their older, married, and more experienced counterparts. In contrast, no statistically significant differences were found in the dimensions of focus on opportunities or focus on limitations based on demographic variables. The results indicate that individuals' perceptions of occupational time are shaped by age, social roles,

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Öztürk, T. & Dinç, E., 2025, İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısının Demografik Analizi: Artvin Örneği, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 60(3), 2232-2247.

and organizational experience, suggesting that human resource strategies should consider these demographic factors in career planning and development.

Keywords: *Occupational Future Time Perspective, Demography, Future Time Perspective, Socioemotional Selectivity Theory*

1. Giriş

Günümüz iş yaşamı, belirsizliklerin arttığı, kariyer yollarının çeşitlendiği ve çalışan profillerinin demografik açıdan giderek daha heterojen hale geldiği bir yapıya evrilmiştir. Bu dönüşüm, bireylerin mesleki geleceklerine ilişkin algılarını da yeniden şekillendirmektedir. Bu bağlamda ortaya çıkan ve son yıllarda literatürde giderek daha fazla önem kazanan bir kavram olan İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı (İGZA) ya da İngilizce literatürdeki adıyla Occupational Future Time Perspective (OFTP), bireylerin iş yaşamlarında geleceğe yönelik algıladıkları zaman ufku ve bu zaman algısının onların motivasyonları, hedef belirleme süreçleri ve davranışları üzerindeki etkisini açıklamaktadır (Zacher ve Frese, 2009; Cate ve John, 2007).

İGZA, bireyin mesleki bağlamda kendisine kalan zamanın uzunluğunu, bu sürede gerçekleştirebileceği fırsatları ve karşılaşılabileceği kısıtları nasıl değerlendirdiğini kapsamaktadır (Zacher, 2013). Bireylerin iş yaşamındaki zaman algıları, sadece bireysel yaşantılardan değil; yaş, cinsiyet, medeni durum ve işyerindeki kıdem gibi demografik ve yapısal faktörlerden de önemli ölçüde etkilenmektedir (Rudolph vd., 2018). Örneğin yaş ilerledikçe, bireylerin mesleki geleceğe yönelik zaman algılarında bir daralma meydana geldiği; bu durumun onların hedef yönelimi, performans değerlendirmesi ve iş tatmini üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir (Carstensen, 2006; Lang ve Carstensen, 2002).

Benzer şekilde, cinsiyetin bireyin kariyer beklentileri ve zamanı algılayış biçimi üzerinde etkili olduğu; medeni durumun ise kişinin yaşam döngüsündeki sosyal rolleri ve dolayısıyla zamanla ilgili önceliklerini belirlediği ifade edilmektedir (Henry vd., 2017). Kurumda geçirilen süre (kıdem) ise, bireyin işyerine dair aidiyet düzeyi, deneyimsel birikimi ve kariyer beklentileriyle doğrudan ilişkili bir değişken olarak, zaman algısında önemli farklılaşmalara yol açabilmektedir (Zacher ve Yang, 2016).

İGZA'nın alt boyutları olan fırsatlara odaklanma, kısıtlara odaklanma ve algılanan kalan süre, bireylerin iş yaşamındaki zaman perspektiflerini anlamak açısından önemli belirleyicilerdir. Çalışma kapsamında hipotezler bu boyutların demografik değişkenler doğrultusunda anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla geliştirilmiştir. Bu amaçla çalışmanın önceki çalışmalardan temel farkı; öncekilerin demografik değişkenlerin İGZA ve alt boyutlarının üzerindeki etkilerine yönelik araştırmalar olmaları iken bu çalışmada ise söz konusu değişkenlerin ortaya koyduğu farklılıklar ele alınmıştır.

Bu çalışmada, İGZA kavramı, yukarıda belirtilen demografik değişkenler bağlamında bağımsız örneklem t-testleri ve tek yönlü varyans analizleri (ANOVA) yoluyla incelenmiştir. Burada bireylerin mesleki zaman algılarının söz konusu değişkenlere göre nasıl farklılaştığını ortaya koymak ve bu farklılıkların örgütsel davranış, insan kaynakları yönetimi ve kariyer danışmanlığı gibi alanlarda kavramla ilgili yapılacak çalışmalara bir temel oluşturması amaçlanmaktadır. Zira bireylerin iş yaşamında ne kadar zamanları kaldığını düşündükleri, onların yalnızca bugünkü performanslarını değil, aynı zamanda gelecekteki hedeflerini, iş bağlılıklarını ve emeklilik planlamalarını da doğrudan etkilemektedir (Baltes ve Carstensen, 1996; Zacher, 2015).

2. Kavramsal Çerçeve

İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı (İGZA), bireylerin ömürlerinin kalan sürelerinin sınırlı olduğu ve geleceklerinin bu sınırlı süreye bağlı olarak duygusal, bilişsel ve davranış olarak etkilendiğini savunan Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi (Carstensen, 2006) ile psikoloji alanı içinde daha geniş bir kavram olarak bir bireyin kendi geleceğine yönelik genel çerçevedeki yönelimini açıklayan (Zimbardo ve Boyd, 1999) Gelecek Zaman Algısı (GZA) kavramına dayanmaktadır. Zacher ve Freze (2009) GZA kavramını çalışma hayatına uyarlayarak, kişilerin çalışmakta oldukları iş yerindeki gelecek algılarını açıklamaya çalışmışlardır. Buna göre İGZA, bireylerin gelecekteki kariyerlerine yönelik algı ve tutumları ile motivasyonel yönelimlerini ifade etmektedir. Bu bağlamda İGZA, zaman içinde kariyerle ilgili kararlara, hedef belirlemeye ve davranışlara rehberlik eden bilişsel ve motivasyonel süreçleri yansıtmaktadır. Bireylerin profesyonel yaşamlarını nasıl tasavvur ettiklerini, kariyer hedeflerini nasıl belirlediklerini ve iş yaşamı boyunca bu hedeflere ulaşmak için nasıl plan yaptıklarını kapsamaktadır.

Bu kavram, “iş yaşamında geleceğe yönelik zaman algısı” ifadesiyle Birincioğlu (2018) tarafından Türk literatürüne kazandırılmıştır.

Günümüzde iş ortamının giderek daha kaotik, rekabetçi ve öngörülemez hale gelmesiyle, İGZA'yı anlamak hem kişiler hem de örgütler açısından büyük önem kazanmıştır. İGZA, özellikle dinamik ve belirsiz iş ortamlarında bireylerin kariyerlerini nasıl yönlendirdiklerini anlamakla ilgilidir. İş geçişleri, beceri geliştirme ve emeklilik planlaması gibi kariyer kararlarının şekillendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Rudolph vd., 2018).

2.1. İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısının Boyutları

İGZA iki temel alt boyuta sahip bir yaklaşım olarak ileri sürülmektedir. Bu boyutlardan birincisi fırsatlara odaklanma, ikincisi ise kısıtlara odaklanmadır (Zacher ve Rudolph, 2021). Fırsatlara odaklanma alt boyutu farklı yönlerden alt kırılımlara kapı aralamaktadır. Birincisinin çalışanların *gelecekteki kariyer fırsatlarını* düşünme ve buna göre iş yaşamındaki geleceklerini planlama olduğu söylenebilir. Bireyin mesleki gelecek için ortaya çıkması muhtemel fırsatlara ilişkin algısı olumlu yönde güçlü ise kendisine veya gelişimine yatırım yapmak, işinde yükselmek için performansını yüksek tutmak, çalışma anlayışını herkesçe kabul gören, olumlu izlenim bırakacak şekilde düzenlemek gibi proaktif bir tutum sergileyebilir (Husman ve Lens, 1999). Geleceğe dönük inanç ve motivasyonu yüksek bir çalışan fırsatlara daha fazla odaklanacaktır. İkinci olarak, gelecek algısı yüksek çalışan ve böylece fırsatlara odaklanan bir çalışan kendisine somut hedefler belirleyerek, bu hedefler için uygun stratejiler geliştirerek *kariyer planlamasını* yapmak yönünde motivasyona sahip olarak çalışacaktır. Mesleki açıdan gelecek odağı pozitif olan bir çalışan yüksek iş tatmini veya bağlılıkla çalışmasını sürdürürken kariyer planlamasını da doğru bir biçimde oluşturma gayreti içinde olacaktır. Etkili bir kariyer planlamasının da bireyin gelecek kariyerindeki başarısı ile olumlu yönde ilişkili olduğu ifade edilebilir (Nurmi, 1991). Üçüncü olarak İGZA açısından yüksek algıya sahip bir çalışanın kariyer planlaması için bir *kariyer motivasyonuna* sahip olacağı söylenebilir. Kariyer motivasyonu, bireylerin kariyerleri açısından amaçlarına ulaşmak için sahip oldukları içsel ve dışsal bir teşvik olarak düşünülebilir. İçsel teşvik olarak kişisel tatmin, kendini gerçekleştirme olarak, dışsal teşvik terfi, parasal ödüller ve tanınma gibi unsurlarla örneklendirilebilir. Fırsatlara odaklanan çalışanın kariyer motivasyonunun yüksek olduğu, kariyer motivasyonu yüksek olan çalışanların ise mesleki zorluklar karşısında sabırlı, mücadeleci ve daha dayanıklı olduğu belirtilmektedir (London, 1983). motivasyonu yüksek olan ve böylece kariyer planlamasını doğru biçimde yapan veya yapmayı hedefleyen bir çalışanın kariyerini kontrolünden bahsedilebilir. *Kariyer kontrolü* kişinin öz yeterliliğinin düzeyine bağlı olarak bireylerin kariyerleri hakkında inisiyatif alma ve stratejik kariyer kararları verme potansiyellerinin yüksekliği ile yakından ilişkilidir (Bandura, 1997).

Kısıtlara odaklanma ise fırsatlara odaklanmanın tersi bir durum olarak çalışanın motivasyonunu düşürücü, geleceğe dair beklentilerini, hedeflerini olumsuz yönde etkileyen bir yapıya sahiptir. Zira, fırsatlara odaklanma, çalışanların gelecekteki kariyerlerinde önlerine koydukları hedef, olası seçenekler ve kariyer imkanlarını olumlu yönde algıladıklarını açıklarken, sınırlamalara odaklanma, gelecekteki kariyerlerindeki sınırlılıkları algılama ve bu sınırlılıkların kariyerlerini olumsuz yönde etkileyeceklerine dair inançlarını içermektedir (Rudolph vd., 2018; Zacher ve Frese, 2009). Sınırlılıklara odaklanma kişinin duygusal olarak yıpranması, sınırlılık algısına bağlı olarak geliştirdiği olumsuz davranış biçimi ve örgütsel bağlılığın düşük seviyede seyretmesi gibi sonuçlar doğurmaktadır (Zacher ve Rudolph, 2021).

Yukarıda belirtilen iki boyuta göre davranışsal olarak bir üçüncü boyut olarak ele alınabilecek kalan kariyer süresi veya algılanan kalan zaman kavramı öne çıkmaktadır. Algılanan kalan zaman, bireyin kariyerinde ne kadar zamanı kaldığına ilişkin algısını yansıtmaktadır. Kalan zamanın kısa olarak algılanması durumunda çalışanın mevcut başarılarını pekiştirmeye odaklanması söz konusu olabilirken, uzun olarak algılanması, kişinin kendini sürekli geliştirmeyi, yetkinliklerini artırmayı ve kariyer hedeflerini planlamayı teşvik edici bir özellik göstermektedir (Zacher ve Frese, 2009).

3. Yöntem

İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı (İGZA), bireylerin iş yaşamlarındaki motivasyonlarını, hedef belirleme eğilimlerini ve kariyer planlamalarını etkileyen temel bir bilişsel yapı olarak örgütsel davranış literatüründe giderek daha fazla ilgi görmektedir (Zacher ve Frese, 2009). Bu kavramın özellikle

demografik faktörler bağlamında nasıl farklılaştığının anlaşılması, hem kuramsal hem de pratik açılardan önem arz etmektedir. Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi (Carstensen, 2006), bireylerin yaşam sürelerini algılayış biçimlerinin değişen yaşam koşullarına ve bireysel farklılıklara bağlı olarak değiştiğini ileri sürer. Bu bağlamda, bireylerin yaş, cinsiyet, medeni durum ve kıdem gibi demografik özelliklerinin onların mesleki gelecek zaman algıları üzerinde farklılaştırıcı etkiler yaratması beklenmektedir.

3.1. Tasarım

Bu çalışma, nicel bir araştırma olarak kesitsel araştırma yöntemi ile elde edilen verilere dayanmaktadır. Kesitsel araştırma, farklı değişkenlerin tek seferde ölçüldüğü (Büyüköztürk vd., 2016), belirli bir zaman diliminde tek bir yöntemle uygulanan (Levin, 2006) bir araştırma türüdür. Araştırmada veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Hazırlanan anket çalışanlara elden veya online şekillerde dağıtılmış ve katılımcılardan 5’li Likert ölçeğine göre yanıtlamaları istenmiştir. Ankette Zacher ve Frese (2009) tarafından geliştirilen ve Birincioğlu (2024) tarafından Türkçeye uyarlanan 10 maddeli İş Yerinde Gelecek Zaman Algısı (İGZA) ölçeği kullanılmıştır.

3.2. Örneklem

Örneklem yöntemi, kolay, hızlı ve ekonomik olması (Malhotra, 2004; Aaker vd., 2007; Zikmund, 1997) ve bu tip araştırmalarda nispeten daha çok tercih edilmesi (Kurtuluş, 2004; Kinnear ve Taylor, 1996) nedenleriyle kolayda örneklem olarak tercih edilmiştir. Araştırmacının yargısına bırakılan örneklem seçiminin doğurabileceği subjektiflik endişesi (Nakip, 2006) ve ana kütleyi temsil etme konusundaki eleştirilere (Malhotra, 2004) karşın Artvin ilinin düşük yoğunluklu homojen nüfus yapısı tesadüfi olmayan örneklem yöntemini uygun kılmıştır. Araştırma örneklemini Artvin ilinde ilaç, bankacılık, otomotiv, mobilya gibi sektörlerde pazarlama ve satış elemanı olarak çalışan 334 birey oluşturmaktadır. Bireylere uygulanan anket için etik kurul onayı Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 13.02.2025 tarihli ve 168320 sayılı kararla alınmıştır.

3.3. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Örgütsel literatürde cinsiyetin bireylerin kariyer beklentileri, zaman algısı ve gelecek yönelimleri üzerinde etkili olabileceği öne sürülmektedir (Henry vd., 2017). Bununla birlikte bazı çalışmalarda cinsiyetin İGZA üzerindeki etkisinin sınırlı ya da istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirtilmektedir (Zacher, 2013). Bu bağlamda, çalışmada cinsiyetin İGZA üzerindeki etkisini sınamak amacıyla aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H_{1a}: Katılımcıların cinsiyetlerine göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1b}: Katılımcıların cinsiyetlerine göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1c}: Katılımcıların cinsiyetlerine göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

Bireylerin sosyal rollerindeki farklılaşmaların, mesleki yönelimlerini ve zaman algılarını etkileyebileceği öne sürülmektedir (Lang ve Carstensen, 2002). Evli bireylerin ailevi sorumluluklar nedeniyle kariyer planlamalarında daha kısa vadeli hedeflere yöneldikleri, bekâr bireylerin ise kariyer odaklı ve fırsat arayışı yüksek bireyler olabildiği bulgular arasında yer almaktadır. Bu bağlamda medeni durumun İGZA üzerinde farklılaştırıcı etkiler yaratabileceği varsayılmaktadır:

H_{2a}: Katılımcıların medeni durumlarına göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{2b}: Katılımcıların medeni durumlarına göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{2c}: Katılımcıların medeni durumlarına göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

Diğer bir değişken olan yaş açısından ise Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi’ne göre yaş ilerledikçe bireylerin zaman algısı daralmakta, bu durum onların motivasyonlarını daha çok mevcut hedeflerin gerçekleştirilmesine yönlendirmektedir (Carstensen, 2006). Literatürde, yaş arttıkça bireylerin fırsatlara

odaklanma düzeylerinin azaldığı, buna karşın sınırlamalara ve kalan süreye odaklanma eğilimlerinin arttığı ifade edilmektedir (Rudolph vd., 2018). Bu bilgiler doğrultusunda;

H_{3a}: Katılımcıların yaşlarına göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{3b}: Katılımcıların yaşlarına göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{3c}: Katılımcıların yaşlarına göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

hipotezleri ileri sürülmüştür.

Kurumda geçirilen süre, bireylerin kurumsal aidiyet düzeylerini, deneyimlerini ve gelecek projeksiyonlarını etkileyebilen önemli bir faktördür (Zacher ve Yang, 2016). Kıdem arttıkça bireylerin mesleki geleceğe dair algılarında bir daralma ya da sınırlılık algısı gelişebileceği düşünülmekte olduğundan;

H_{4a}: Katılımcıların kurumda geçirdikleri süreye göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{4b}: Katılımcıların kurumda geçirdikleri süreye göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H_{4c}: Katılımcıların kurumda geçirdikleri süreye göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

hipotezleri geliştirilmiştir.

3.4. Veri Analizi

Anket yanıtları SPSS 25 programı kullanılarak veriye dönüştürülmüş ve uygun istatistiki yöntemlerle analize tabi tutulmuştur. Analizlerde tanımlayıcı istatistikler, bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. İki değişkenli cinsiyet ve medeni durum için t-testi, 2’den fazla yaş ve kurumda geçirilen süre değişkenleri içinse Anova analizi kullanılarak (Tabachnick ve Fidell, 2019; Keppel ve Wickens, 2004) çalışanların İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısının yaşlarına, cinsiyetlerine, medeni durumlarına ve kurumda geçirdikleri sürelerle göre farklılık gösterip göstermediği ortaya koyulmuştur.

Çalışma kapsamında anket sorularının güvenilirliği Cronbach’s Alpha değeriyle ölçülmüştür. Bu çalışma kapsamında örneklemin 200’ün üzerinde olması nedeniyle verilerin normal dağıldığı varsayımına (Gülbüz ve Şahin, 2018) karşın normallik testi için skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerlerine bakılmıştır. Bu değerler kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer alan (Tabachnick ve Fidell, 2019) -1,5 ve +1,5 arasında bulunmuş ve verilerin normal dağıldığı belirlenmiştir.

3.5. Bulgular

Bu çalışmada, iş yaşamında gelecek zaman algısının (İGZA) demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiş ve hipotez test sonuçları doğrultusunda farklı bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırma örneklemine göre cinsiyet, medeni durum, yaş, kurumda geçirilen süre olarak dört temel demografik değişkenin tanımlayıcı istatistiklerine ilişkin bilgileri şu şekildedir; Cinsiyet dağılımı incelendiğinde, araştırma örneklemini oluşturan bireyler arasında kadın-erkek dağılımının yaklaşık %55’e %45 olduğu görülmektedir. Örneklemin medeni durumuna bakıldığında, her üç katılımcıdan ikisinin (%66,5) evli olduğu görülmektedir. Yaş dağılımı açısından örneklem daha çok genç ve orta yaşlı bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların %54,2’si 30 yaş ve altı, %45,8’i ise 31 yaş ve üzerindedir. En büyük yaş grubu, %32,0 ile 31-40 yaş aralığıdır.

Çalışma kapsamında uygulanan Cronbach’s Alpha değerleri ve KMO değeri Tablo 3’te görülmektedir.

Tablo 1. İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı Ölçeği Cronbach's Alpha Değerleri

<i>Değişkenler</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>KMO Örneklem Yeterliliği Ölçüsü</i>
İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı	,706	
Fırsatlara Odaklanma	,829	,808
Kısıtlara Odaklanma	,604	
Algılanan Kalan Süre	,718	

Fırsatlara Odaklanma Cronbach's Alpha değeri ,829 olduğundan dolayı iyi (good) düzeyde iç tutarlılık gösterir. Bu da Fırsatlara Odaklanma ölçeğinin maddelerinin birbirleriyle tutarlı şekilde ölçüm yaptığını göstermektedir. George ve Mallery'e (2003) göre bu değer "good" olarak sınıflandırılır ($\alpha \geq .80$). Kısıtlara Odaklanmanın Alfa değeri ,604 ile "sorgulanabilir" (questionable) düzeyde güvenilirlik göstermektedir. Ancak bu değer, bazı sosyal bilim araştırmalarında kabul edilebilir düzeydedir (George ve Mallery, 2003). Algılanan Kalan Süre açısından ,718 değeri, "kabul edilebilir (acceptable)" düzeyde iç tutarlılığı ifade eder. Bu, özellikle ölçeğin henüz yeni geliştirildiği ya da örneklem heterojenliğinin yüksek olduğu çalışmalarda kabul edilebilir düzeyde sayılabilir (Tavakol ve Dennick, 2011). Alt boyutları ayrı ayrı değerlendirildiğinde fırsatlara odaklanma ve algılanan kalan süre boyutlarının kabul edilebilir seviyenin üzerinde olmasına karşın kısıtlara odaklanma alt boyutu sınırlı güvenilirlik ortaya koymuştur. Buna karşın İGZA ölçeğinin güvenilirliği genel olarak ,706 olarak hesaplanmıştır. Bu nedenle ölçüm aracının bütünsel olarak tatmin edici bir güvenilirlik düzeyinde olduğu kabul edilmiştir. Aynı zamanda KMO değeri ,808 olup örneklem yeterliliği "merkezi düzeyde iyi" olarak değerlendirilebilir (Kaiser 1974).

İki grup arasındaki farklılıkları belirlemek için yapılan t-testi analizine göre oluşan sonuçlar Tablo 2 ve 3'te verilmiştir. İki'den fazla gruba sahip değişkenler açısından ortaya çıkan farklılıklara ise Anova analizi ile ulaşılmış, sonuçları Tablo 4 ve 5'te sunulmuştur. Pazarlama ve satış faaliyetinde bulunan bireylerin cinsiyetlerine göre iş yaşamındaki gelecek zaman algıları arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Pazarlama ve Satış Faaliyetinde Bulunan Bireylerin Cinsiyetlerine Göre İş Yaşamındaki Gelecek Zaman Algılarına İlişkin t-testi Sonuçları

<i>İGZA Boyutları</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Fırsatlara Odaklanma	Erkek	149	3,9799	,94015	,430	,667
	Kadın	185	3,9338	,99898		
Kısıtlara Odaklanma	Erkek	149	3,1253	1,13733	,204	,838
	Kadın	185	3,1009	1,03823		
Algılanan Kalan Süre	Erkek	149	3,4609	1,09709	-,596	,551
	Kadın	185	3,5297	1,00985		

Tablo 2' de İGZA (İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı) ölçeğinin üç boyutu (Fırsatlara Odaklanma, Kısıtlara Odaklanma, Algılanan Kalan Süre) cinsiyete göre karşılaştırılmış ve bağımsız örneklem t-testleri uygulanmıştır. Üç İGZA boyutu açısından cinsiyete göre yapılan bağımsız örneklem t-testlerinde istatistiksel olarak anlamlı fark P değerlerinin hepsi ,05'in üzerinde olduğu için saptanmamıştır. Bu bağlamda, cinsiyetin "İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı" üzerindeki etkisi istatistiksel olarak desteklenmemektedir. Bu durumda H_{1a} , H_{1b} ve H_{1c} hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 3. Pazarlama ve Satış Faaliyetinde Bulunan Bireylerin Medeni Durumlarına Göre İş Yaşamındaki Gelecek Zaman Algılarına İlişkin t-testi Sonuçları

<i>İGZA Boyutları</i>	<i>Medeni Durum</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Fırsatlara Odaklanma	Bekar	112	3,8929	,94661	-,821	,412
	Evli	222	3,9854	,98522		
Kısıtlara Odaklanma	Bekar	112	3,0595	1,14269	-,626	,532
	Evli	222	3,1381	1,05167		
Algılanan Kalan Süre	Bekar	112	3,7024	,99484	2,538*	,012*
	Evli	222	3,3964	1,06218		

Tablo 3' te İGZA (İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısı) ölçeğinin üç boyutu (Fırsatlara Odaklanma, Kısıtlara Odaklanma, Algılanan Kalan Süre) medeni duruma göre karşılaştırılmış ve bağımsız örneklem t-testleri uygulanmıştır. Fırsatlara ve Kısıtlara Odaklanma boyutlarında medeni durum açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak Algılanan Kalan Süre düzeyleri açısından bekâr (M = 3,70, SD = 0,99) ve evli (M = 3,40, SD = 1,06) bireyler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur, $t(332) = 2,538$, $p = ,012$. Bu durumda H_{2a} ve H_{2b} hipotezi reddedilmiş ve H_{2c} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4'te İGZA boyutlarından yalnızca Algılanan Kalan Süre, yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. Var olan farklılıklar, 18–25 yaş grubu ile 26–30 yaş grubu arasında, algılanan kalan süre açısından ortalama fark 0,42'dir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p = ,030$). 18–25 yaş grubu ile 31–40 yaş grubu arasında ortalama fark 0,54 olup fark anlamlıdır ($p = ,001$). 18–25 yaş grubu ile 40 yaş ve üzeri grubu arasında ortalama fark 0,87 olup bu fark da istatistiksel olarak anlamlıdır ($p = ,000$). 18–25 yaş grubundaki bireyler, tüm diğer yaş gruplarına göre iş yaşamında kendilerine daha fazla zaman kaldığını düşünmektedir. Bu da bireylerin iş yaşamında gelecekte kendilerine kalan zamanı algılayışlarının yaşla birlikte daraldığını göstermektedir.

Tablo 4. Pazarlama ve Satış Faaliyetinde Bulunan Bireylerin Yaşlarına Göre İş Yaşamındaki Gelecek Zaman Algılarına İlişkin Anova Sonuçları

<i>İGZA Boyutları</i>	<i>Yaş</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Fırsatlara Odaklanma	18-25	101	3,9505	,97725	,812	,488
	26-30	80	4,0469	,99770		
	31-40	107	3,8481	1,02605		
	40 ve üzeri	46	4,0489	,76851		
Kısıtlara Odaklanma	18-25	101	3,1221	1,13306	,334	,801
	26-30	80	3,1917	1,05246		
	31-40	107	3,0343	1,09882		
	40 ve üzeri	46	3,1304	,99747		
Algılanan Kalan Süre	18-25	101	3,8911	,87573	9,208*	,000*
	26-30	80	3,4708	1,10706		
	31-40	107	3,3551	1,09245		
	40 ve üzeri	46	3,0217	,91733		

Bu sonuç, zaman temelli psikolojik kuramlarla (SST) ve iş yaşamındaki gelişimsel yaklaşımlarla uyumludur. Bu bulgular, Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi (Carstensen, 2006) kapsamında değerlendirildiğinde anlamlıdır. Teoriye göre, yaş ilerledikçe bireylerin zaman algısı daralır ve bireyler daha kısa vadeli, duygusal olarak tatmin edici hedeflere yönelmektedirler. Bu durumda H_{3a} ve H_{3b} hipotezi reddedilmiş olup H_{3c} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 5. Pazarlama ve Satış Faaliyetinde Bulunan Bireylerin Kurumda Geçirdikleri Sürelere Göre İş Yaşamındaki Gelecek Zaman Algılarına İlişkin Anova Sonuçları

<i>İGZA Boyutları</i>	<i>Kurumda Geçirilen Süre</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Fırsatlara Odaklanma	1 Yıldan Az	103	3,8981	,96852	1,151	,329
	1-3 Yıl	99	3,8611	1,01470		
	4-9 Yıl	88	4,0313	1,03030		
	10 Yıl ve Üzeri	44	4,1420	,72215		
Kısıtlara Odaklanma	1 Yıldan Az	103	3,0000	1,11535	2,129	,096
	1-3 Yıl	99	3,3333	1,01239		
	4-9 Yıl	88	2,9924	1,08039		
	10 Yıl ve Üzeri	44	3,1136	1,11588		
Algılanan Kalan Süre	1 Yıldan Az	103	3,8317	,94151	5,248*	,002*
	1-3 Yıl	99	3,3333	1,00000		
	4-9 Yıl	88	3,3409	1,11644		
	10 Yıl ve Üzeri	44	3,4091	1,10639		

Tablo 5’ te İGZA boyutlarından yalnızca Algılanan Kalan Süre, kurumda geçirilen süreye göre anlamlı farklılık göstermektedir. Var olan farklılıklar, işyerinde 1 yıldan az süredir çalışan bireyler, 1–3 yıl çalışanlarla karşılaştırıldığında, aradaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p = ,004$). 4–9 yıl çalışanlarla yapılan karşılaştırmada da fark anlamlı bulunmuştur ($p = ,006$). 10 yıl ve üzeri çalışanlarla karşılaştırma ise anlamlılık düzeyine ulaşmamıştır ($p = ,105$). Bu sonuçlara göre, işyerinde 1 yıldan az süredir çalışan bireyler, özellikle 1–3 yıl ve 4–9 yıl arası çalışanlara kıyasla iş yaşamında kendilerine daha fazla zaman kaldığını düşünmektedir. Yani, yeni işe başlayan bireylerin zaman algısı daha geniştir. Diğer gruplar arasında (1–3 yıl, 4–9 yıl, 10 yıl ve üzeri) anlamlı fark bulunmamıştır. Bu durum, iş yaşamındaki zaman algısının özellikle kariyerin ilk yıllarında daha dinamik olduğunu, ilerleyen kıdem yıllarında ise daha durağanlaştığını göstermektedir. Bu durumda H_{4a} ve H_{4b} hipotezleri reddedilmiş olup, H_{4c} hipotezi kabul edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda hipotez testi sonuçları özet halinde Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6. Hipotez Test Sonuçları

Hipotez	Hipotez İçeriği	Kabul veya Ret
H ₁	Katılımcıların cinsiyetlerine göre iş yaşamında gelecek zaman algıları üzerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{1a}	Katılımcıların cinsiyetlerine göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{1b}	Katılımcıların cinsiyetlerine göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{1c}	Katılımcıların cinsiyetlerine göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H ₂	Katılımcıların medeni durumlarına göre iş yaşamında gelecek zaman algıları üzerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Kısmen Kabul
H _{2a}	Katılımcıların medeni durumlarına göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{2b}	Katılımcıların medeni durumlarına göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{2c}	Katılımcıların medeni durumlarına göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H ₃	Katılımcıların yaşlarına göre iş yaşamında gelecek zaman algıları üzerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Kısmen Kabul
H _{3a}	Katılımcıların yaşlarına göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{3b}	Katılımcıların yaşlarına göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{3c}	Katılımcıların yaşlarına göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H ₄	Katılımcıların kurumda geçirdikleri sürele göre iş yaşamında gelecek zaman algıları üzerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Kısmen Kabul
H _{4a}	Katılımcıların kurumda geçirdikleri sürele göre fırsatlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{4b}	Katılımcıların kurumda geçirdikleri sürele göre kısıtlara odaklanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
H _{4c}	Katılımcıların kurumda geçirdikleri sürele göre algılanan kalan süre düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul

Özetle cinsiyet değişkeninin İGZA ve alt boyutları açısından farklılık göstermediği, medeni durum, yaş ve kıdeme göre ise ana kavram ve alt boyutlarda farklılaştığı görülmektedir.

4. Tartışma

İş yerinde gelecek zaman algısında demografik değişkenlerin farklılık gösterip göstermediği üzerine yapılan araştırma için geçerlilik ve güvenilirlik testleri ile Türkçe'ye uyarlaması önceki çalışmada (Birincioğlu, 2024) yapılmış bir ölçek kullanılmıştır. Uygun istatistikî yöntemlerle yapılan analizler sonucunda alt boyutlardan algılanan kalan süre boyutu demografik değişkenler temelinde farklılık düzeyleri açısından öne çıkmıştır. Güvenilirlik yönünden Cronbach alpha değerlerinde kısıtlara odaklanma boyutu sınırda bir değer almıştır. Bu durum literatürde kabul edilebilir durumda olmasına karşın (George ve Mallery, 2003) bu düzeydeki güvenilirlik oranı, ölçümü ve analiz sonuçlarını

etkilememesi amacıyla, dikkate alınarak ayrı bir değerlendirme yapılmıştır. Ölçeğin genel Cronbach alpha değerinin ,706, alt boyutlarından diğer ikisinin istenilen düzeyde çıkması nedenleriyle ve ölçek bütünlüğünün bozulmaması amacıyla kısıtlara odaklılık alt boyutu ,604'lük düzeyi ile kabul edilerek analize devam edilmiştir. Bununla birlikte ,60 üzerindeki Cronbach alpha değerinin güvenilir düzeyde olduğu kabul edilmektedir (Özdamar, 2003). Ayrıca güvenilirliğin hesaplanmasında ölçek madde sayısının oranı etkilediği belirtilmektedir (Cortina, 1993). Yararlanılan ölçeğin orijinali (Zacher, 2013) toplamda on maddelik bir soru setine sahiptir. Ölçeğin orijinaline sadık kalınarak Türkçe'ye uyarlanması nedeniyle aynı soru sayısı ile çalışmaya konu edilmiştir. Kısıtlara odaklılık alt ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin nispeten düşük ama buna karşın kabul edilebilir sınırlarda güvenilir bir orana sahip olmasının da madde sayısına bağlı olduğu düşünülmektedir.

Veri analizinden elde edilen bulgular örneklemin önemli bir kısmının mesleki olarak olgunluk evresinde olduğunu, ancak genç çalışanların da kayda değer bir yer tuttuğunu göstermektedir. Bu çeşitlilik, yaşa bağlı iş deneyimi, motivasyon ve mesleki hedefler gibi değişkenlerin analizine uygun zemin hazırlamaktadır. Katılımcıların kurumdaki görev süreleri dikkate alındığında, çoğunluğun 3 yıl ve daha az bir süredir görevde olduğu görülmektedir. Bu bulgu, örneklemdaki bireylerin önemli bir bölümünün kurumsal deneyim bakımından görece yeni olduğunu göstermektedir. Bu durum, işten duyulan memnuniyet, mesleki bağlılık ya da kariyer beklentileri gibi değişkenlerin değerlendirilmesinde dikkate alınması gereken önemli bir unsurdur.

İş yaşamında kadın ve erkek çalışanların gelecek zaman algısında anlamlı bir farklılık olmadığını cinsiyetin İGZA üzerindeki etkisine dair analizler ortaya koymaktadır. Böylece, cinsiyetin zaman algısı üzerindeki etkisinin sınırlı olduğu ve bireylerin geleceğe yönelik algılarının daha çok bireysel değerler, kariyer yönelimi ve organizasyonel faktörler gibi değişkenler tarafından şekillendirildiği söylenebilir. Varılan sonuç, literatürde önceki çalışmalarda (Zacher ve Frese, 2009; Kooij ve Zacher, 2016) ileri sürülen ve zaman algısının daha çok yaş, kişisel değerler ve kariyer hedefleriyle ilişkili olduğunu vurgulayan çalışmalarla tutarlı sonuçlar vermektedir.

Medeni durum açısından kalan süre algısının farklılaştığı, İGZA düzeylerini dolaylı yönden kısmi olarak etkilediği anlaşılmaktadır. Elde edilen sonuçlar, evli bireylerin çalışma yaşamlarında geriye kalan zamanı daha farklı algıladıklarını, bekâr bireylere kıyasla daha sınırlı bir kalan süre algısına sahip olduklarını düşündürmektedir. Bekâr bireylerin iş yaşamında gelecek zaman algılarının daha geniş olması medeni durumlarına bağlı olarak sosyal hayatta üstlendikleri sorumluluk ve işyerine bağlılık düzeylerinin nispeten düşük olması ile açıklanabilir. Örneğin, evli çalışanların çocuk sahibi olduklarında üstlendikleri sorumluluk duygusu, işyerinde kalan süre algılarını, dolayısıyla kariyer planlarını etkileyebilecektir. Bu bağlamda, iş yaşamında gelecek zaman algısının sosyal sorumluluklar ve yaşam döngüsündeki rollerle şekillenebileceği düşünülmektedir. Yapılan analizlerle medeni duruma ilişkin ulaşılan çıkarımlar, Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi'nin (Carstensen, 2006) bireylerin zaman algılarının geleceğe dair beklentilerle doğrudan ilişkili olduğu ve bu algının sosyal durumlara göre esnek biçimde değişebileceği savı ve bekâr çalışanların sosyal hayatta rol yükleri yönünden bekâr-evli kıyasının yapıldığı önceki çalışmalarla (Lang ve Carstensen, 2002) uyum göstermektedir.

Yaş değişkenine ilişkin elde edilen sonuçlar benzer şekilde genel düzeyde kısmen anlamlı fark olduğunu, buna karşın algılanan kalan süre boyutunun yaşa bağlı olarak net şekilde farklılaştığını ve genç yaştaki çalışanlara göre daha ileri yaşlardaki çalışanların kariyer beklentileri ile kişisel gelişimlerine yatırım konularındaki eğilimlerinin ve iş kapsamında gelecekle ilgili beklentilerinin yüksek olmadığını göstermektedir. Bu sonucun Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi'nin ileri sürdüğü (Carstensen, 2006) yaş ilerledikçe bireyler zamanın sınırlılığını daha fazla fark etmekte ve bu durum gelecek perspektiflerini etkilemektedir şeklinde ortaya konan kuramsal çerçeveye uyumlu olduğu görülmektedir. Kurama göre yaş ilerledikçe bireylerin iş yaşamında kalan zaman algıları daha belirgin hale gelmektedir. Ulaşılan sonuçların, alandaki diğer çalışmaları meta analiz kapsamında ele alan geniş kapsamlı diğer çalışmalarda (Henry vd., 2017; Rudolph vd., 2018) ortaya konan görüşlerle uyumlu olduğu gözlenmektedir.

Kurumdaki geçirilen süre olarak ta ifade edilen kıdemle ilgili olarak; çalışanların kurumda geçirdikleri süre arttıkça kariyer yolculuklarının ilerlemiş olduğu hissini taşıdıklarını ve bu nedenle kalan süreye dair algılarının farklılaştığı anlaşılmaktadır. Bu durum, organizasyonel sosyalizasyon süreciyle

ilişkilendirilebilir. Organizasyonel sosyalizasyon, çalışma ortamına yeni katılan bireylerin, katıldıkları işyerinin kuralları ve normları ile görev ve rollerini, kısacası genel anlamda örgüt kültürünü benimsemelerine yönelik gerekli yetkinlikleri edindikleri bir süreç olarak tanımlanabilir (Van Maanen ve Schein, 1977). Buna bağlı olarak ta kıdemli çalışanların, kurumsal kültüre daha fazla entegre olan, kariyer döngülerinin son aşamalarına yaklaştıkça kalan süre algılarını yeniden ele alma niyetinde olabilecekleri düşünülmektedir. Çalışmanın kuramsal temelini oluşturan Sosyo-Duygusal Seçicilik Teorisi (Carstensen, 2006) ile uyumlu olarak, zaman algısının yaşam döngüsüne, çalışma hayatı özelinde ifade edilirse kıdeme duyarlı bir biçimde evrildiği, özellikle algılanan kalan süre boyutunun bu dönüşümde belirleyici bir rol oynadığı gösterilmiştir. Eldeki sonuçlara göre kıdemli çalışanların yeni çalışanlara kıyasla algılanan kalan süreleri yönünden daha kısa süreli bir geleceğe sahip olduklarını düşündükleri ifade edilebilir. Diğer ifadeyle kıdemi düşük çalışanların iş yaşamalarının daha başlangıcında oldukları için önlerinde uzun bir zaman dilimi olduğu düşüncesine sahip oldukları söylenebilir. Özellikle 1-3 yıl veya 4-9 yıl arası çalışan bireylerin iş yaşamında kendilerini zaman açısından daha avantajlı hissettikleri sonucuna ulaşılabilir. Önceki çalışmaların sunduğu sonuçlarla karşılaştırıldığında (Cate ve John, 2007; Zacher ve de Lange, 2011; Rudolph vd., 2018) bu çalışmada bu boyut açısından varılan sonuçların benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Çalışmada test edilen tüm hipotezler değerlendirildiğinde, demografik değişkenler içerisinde özellikle "algılanan kalan süre" boyutunun daha duyarlı bir yapı olduğu anlaşılmaktadır. Cinsiyet, medeni durum, yaş ve kıdem gibi değişkenlerin bu alt boyut üzerindeki etkileri farklı düzeylerde gözlenmiş, ancak diğer boyutlar olan "fırsatlara odaklanma" ve "kısıtlara odaklanma" açısından anlamlı farklar saptanmamıştır. Bu bulgular, iş yaşamında gelecek zaman algısının demografik temelli çeşitliliğinin sınırlı olduğunu, ancak algılanan kalan süre boyutunun yaşantı ve kariyer evresi gibi daha içsel etkenlere daha duyarlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, örgütsel uygulamalarda bireylerin kariyer yönetimi ve motivasyon stratejileri açısından "kalan süre" algısının dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak bu çalışmayla İGZA'nın yalnızca bireysel psikolojik bir yapı değil, aynı zamanda demografik değişkenlerce şekillendirilebilen dinamik bir örgütsel davranış göstergesi olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çabanın çalışmanın literatüre sunmayı amaçladığı başlıca teorik katkı olduğu söylenebilir. Diğer yandan, İGZA'nın alt boyutlarının ayrı ayrı analiz edilmesi, literatürde sıklıkla karşılaşılan fırsatlara veya kısıtlara odaklanma olarak iki boyutlu yaklaşıma (Henry vd., 2017; Rudolph vd., 2018) ek olarak, algılanan kariyer süresi gibi üçüncü bir boyutun literatüre entegre edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu yönüyle çalışma, İGZA'nın kavramsal yapısının genişlemesine de katkıda bulunma amacını taşımış olmaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, iş yaşamında gelecek zaman algısının (İGZA) demografik değişkenler temelinde nasıl farklılaştığını ortaya koymayı amaçlamış ve pazarlama ve satış faaliyetlerinde bulunan çalışanlardan elde edilen veriler doğrultusunda kapsamlı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, İGZA'nın üç alt boyutu olan fırsatlara odaklanma, kısıtlara odaklanma ve algılanan kalan süre değişkenleri incelenmiş, bu boyutların cinsiyet, yaş, medeni durum ve kıdem süresi gibi temel demografik değişkenlerle ilişkisi değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları, genel olarak fırsatlara odaklanma ve kısıtlara odaklanma boyutlarında demografik değişkenler açısından anlamlı farklılıklar ortaya koymazken, özellikle algılanan kalan süre boyutunun daha duyarlı ve istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği bir yapı sergilediğini göstermiştir. Buna göre, yaş ilerledikçe, kıdem süresi arttıkça ve medeni durum evlilik lehine değiştikçe bireylerin kariyerlerinde algıladıkları kalan zamanın azaldığı gözlemlenmiştir. Buna karşın cinsiyetin İGZA üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Uygulamada, özellikle insan kaynakları yönetimi ve kariyer danışmanlığı alanlarında çalışan profesyonellerin, bireylerin iş yaşamında geleceğe ilişkin algılarının yalnızca özel yönelimlerle değil, aynı zamanda yaşam evreleriyle de şekillendiğini dikkate almaları gerekmektedir. Bu bağlamda, genç ve kıdemsiz çalışanlar, daha uzun bir zaman ufkuyla sahip olduklarından dolayı eğitim, gelişim ve kariyer planlaması programlarına daha açık olabilirler. Yaşça büyük ve kıdemli çalışanlar ise zamanın sınırlılığına odaklandıkları için, bilgi aktarımı, mentorluk ya da duygusal doyum odaklı iş tasarımlarına yönlendirilebilir. Bekâr çalışanların, gelecek odaklılıklarının daha yüksek olabileceği dikkate alınarak mobilite ve yükselme potansiyeli olan görevlerde görevlendirilmeleri faydalı olabilir. Dolayısıyla,

İGZA'nın farklı demografik gruplara göre farklılık göstermesi, iş gücü yönetimi stratejilerinde bireysel farklılıkların gözetilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu bulgular, gelecekte yapılacak araştırmalar için de çeşitli açılımlar sunmaktadır. Öncelikle, örgütsel bağlamın etkisi açısından, İGZA'nın sadece bireysel değil, aynı zamanda örgüt iklimi, liderlik tarzı, iş tasarımı ve psikolojik sözleşme gibi yapılarla nasıl etkileşime girdiği araştırılabilir. Özellikle İGZA'nın örgütsel bağlılık, iş tatmini ve tükenmişlik gibi değişkenlerle olan ilişkisi üzerinde durulabilir. Boylamsal araştırmalar açısından, çalışma kesitsel veriye dayandığı için zaman içinde bireylerin İGZA'larında nasıl değişimler yaşandığını izleyebilmek amacıyla boylamsal araştırmalar yapılması önerilmektedir. Kültürel karşılaştırmalar açısından, farklı ülkelerden elde edilecek örneklerle yapılacak kültürler arası karşılaştırmalar, İGZA'nın evrensel ve bağlamsal yönlerini ayırt etme imkânı sağlayabilir. Müdahale temelli çalışmalar açısından, bireylerin İGZA'larını artırmaya yönelik eğitim programlarının, koçluk uygulamalarının veya kariyer geliştirme müdahalelerinin etkililiği deneysel tasarımlarla test edilebilir. Bunlardan farklı bir örneklem olarak bu çalışma Artvin ilindeki satış ve pazarlama alanında çalışanlarla sınırlı tutulmuştur. Araştırma alanının kültürel yapısı, düşük sanayi yoğunluğu, nispeten homojen nüfus varlığı, sosyo-ekonomik niteliği, örneklemi belirleyen araştırma evreni kolayda örneklem yönteminin seçilmesini olanaklı kılmıştır. Bu seçimin belirlenmesinde emek, zaman ve para maliyeti ve erişim olanakları etkili olmuştur. Buna karşın araştırmadan elde edilen sonuçların genelleştirilmesine bir engel teşkil edebileceği kabul edilmekle birlikte, beklenen sonuçlar için uygun bir yöntem olduğu söylenebilir. Temsil gücü açısından kolayda örneklem yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmanın farklı çalışma desenlerine ışık tutacak ve referans kaynağı olacak sonuçlar elde ettiği düşünülmektedir. Çalışma bu haliyle üretim, hizmet, kamu sektörü veya akademi gibi farklı sektörlerde benzer araştırmaların yürütülmesine, kavramın genel geçerliliğinin test edilmesine ve daha geniş çerçevede sonuçlar elde edilmesine bir temel sunmayı amaçlamaktadır.

Kaynakça

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2007). *Marketing research* (9th ed.). Danvers, MA: John Wiley & Sons.
- Baltes, M. M., & Carstensen, L. L. (1996). The process of successful ageing. *Ageing and Society*, 16(4), 397–422. <https://doi.org/10.1017/S0144686X00003603>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman.
- Birincioğlu, N. (2018). Örgütsel Davranış Odaklı Yönetişel Yaklaşımlar. In E. Aydoğan (Ed.), *Gazi Kitabevi*.
- Birincioğlu, N. (2024). İş Yaşamında Gelecek Zaman algısı Ölçeğinin Türkçe Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması. *ETÜ Sentez İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (13), 1–16.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (22. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Carstensen, L. L. (2006). The influence of a sense of time on human development. *Science*, 312(5782), 1913–1915. <https://doi.org/10.1126/science.1127488>
- Cate, R. A., & John, O. P. (2007). Testing models of the structure and development of future time perspective: Maintaining a focus on opportunities in middle age. *Psychology and Aging*, 22(1), 186–201.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? an examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98–104. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.78.1.98>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference* (4th ed.). Allyn & Bacon.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe – yöntem – analiz* (5. baskı). Seçkin Yayıncılık.

- Henry, H., Zacher, H., & Desmette, D. (2017). Future Time Perspective in the Work Context: A Systematic Review of Quantitative Studies. *Frontiers in Psychology*, 8, 413. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00413>
- Husman, J., & Lens, W. (1999). The role of the future in student motivation. *Educational Psychologist*, 34(2), 113–125. https://doi.org/10.1207/s15326985ep3402_4
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Keppel, G., & Wickens, T. D. (2004). *Design and analysis: A researcher's handbook* (4th ed.). Pearson Education.
- Kinney, T. C. & Taylor, J. R. (1996). *Marketing Research An Applied Approach*, International Edition, McGraw Hill.
- Kooij, D. T. A. M., & Zacher, H. (2016). Why and when do learning goal orientation and attitude decrease with aging? the role of perceived remaining time and work centrality. *Journal of Social Issues*, 72(1), 146–168. <https://doi.org/10.1111/josi.12160>
- Kurtuluş, K. (2004). *Pazarlama Araştırmaları*, 7. Baskı, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Lang, F. R., & Carstensen, L. L. (2002). Time counts: Future time perspective, goals, and social relationships. *Psychology and Aging*, 17(1), 125–139.
- Levin, K. A. (2006). Study design III: Cross-sectional studies. *Evidence-Based Dentistry*, 7(1), 24–25. <https://doi.org/10.1038/sj.ebd.6400375>
- London, M. (1983). Toward a theory of career motivation. *Academy of Management Review*, 8(4), 620–630. <https://doi.org/10.5465/amr.1983.4284664>
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing research: An applied orientation* (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Nurmi, J. E. (1991). How do adolescents see their future? A review of the development of future orientation and planning. *Developmental Review*, 11(1), 1–59. [https://doi.org/10.1016/0273-2297\(91\)90002-6](https://doi.org/10.1016/0273-2297(91)90002-6)
- Özdamar, K. (2003). Paket programlar ile istatistiksel veri analizi: 1. Kaan Kitabevi.
- Rudolph, C. W., Kooij, D. T. A. M., Rauvola, R. S., & Zacher, H. (2018). Occupational future time perspective: A meta-analysis of antecedents and outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 39, 229–248. <https://doi.org/10.1002/job.2264>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Pearson.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Van Maanen, J. E., & Schein, E. H. (1977). Toward a theory of organizational socialization. M.I.T. Alfred P. Sloan School of Management.
- Zacher, H. (2013). Older job seekers' career goals and application behavior: Moderating role of occupational future time perspective. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(6), 687–698. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2012.702420>
- Zacher, H. (2015). Successful aging at work. *Work, Aging and Retirement*, 1(1), 4–25.
- Zacher, H., & Frese, M. (2009). Remaining time and opportunities at work: Relationships between age, work characteristics, and occupational future time perspective. *Psychology and Aging*, 24(2), 487–493. <https://doi.org/10.1037/a0015425>

- Zacher, H., & de Lange, A. H. (2011). Relations between chronic regulatory focus and future time perspective: Results of a cross-lagged structural equation model. *Personality and Individual Differences*, 50(8), 1255–1260. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.02.020>
- Zacher, H., & Rudolph, C. W. (2021). Relationships between psychological contract breach and employee well-being and career-related behavior: The role of occupational future time perspective. *Journal of Organizational Behavior*, 42, 84–99. <https://doi.org/10.1002/job.2495>
- Zacher, H., & Yang, J. (2016). Organizational climate for successful aging. *Work, Aging and Retirement*, 2(1), 73–85. <https://doi.org/10.1093/workar/wav024>
- Zikmund, W. G. (1997). *Business research methods* (5th ed.). Orlando, FL: The Dryden Press.
- Zimbardo, P. G., & Boyd, J. N. (1999). Putting time in perspective: A valid, reliable individual-differences metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1271–1288. <https://doi.org/10.1037/0022->

Araştırma Makalesi**İş Yaşamında Gelecek Zaman Algısının Demografik Analizi: Artvin Örneği***The Demographic Analysis of Occupational Future Time Perspective: The Case of Artvin*

Tayfun ÖZTÜRK Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi İşletme Fakültesi tayfun.ozturk@artvin.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-0252-2780	Ertan DİNÇ Öğr. Gör. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi Proje Koordinasyon Uygulama ve Araştırma Merkezi ertan.dinc@artvin.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-0345-7781
--	--

Extended Summary

In an era marked by rapidly evolving labor markets, increased career uncertainty, and growing heterogeneity in workforce demographics, individuals' perceptions of their future within work contexts have garnered significant academic attention. One emergent concept in this area is Occupational Future Time Perspective (OFTP), which refers to the subjective perception of remaining time and opportunities in one's career. Rooted in Socioemotional Selectivity Theory (Carstensen, 2006), OFTP posits that individuals' time horizons influence their cognitive, emotional, and behavioral orientations toward career-related goals. As such, OFTP plays a pivotal role in understanding employee motivation, goal-setting, adaptability, and career development strategies.

This study aims to explore how OFTP varies across demographic variables namely age, gender, marital status, and organizational tenure among employees operating in marketing and sales roles across various sectors in Artvin, Turkey. The study particularly focuses on three dimensions of OFTP: focus on opportunities, focus on limitations, and perceived remaining time. While prior research has acknowledged the relevance of OFTP in predicting various career outcomes such as job satisfaction, work engagement, and retirement planning, empirical studies examining the differential impact of demographic factors on OFTP dimensions remain scarce, especially within developing country contexts.

The theoretical foundation of this study is based on the work of Zacher and Frese (2009) and Zacher and Rudolph (2021), who operationalized OFTP as a multifaceted construct and demonstrated its predictive utility in work psychology. The current study extends this literature by applying OFTP to a non-Western context and assessing its sensitivity to demographic diversity among Turkish employees.

A quantitative cross-sectional research design was employed, and data were collected using a structured questionnaire based on the OFTP scale. The original 10 item scale, developed by Zacher and Frese (2009), was adapted into Turkish by Birincioğlu (2024) and utilized a 5 point Likert format. The sample consisted of 334 employees drawn from sectors including pharmaceuticals, banking, automotive, and furniture, all engaged in marketing or sales functions. A convenience sampling technique was used due to accessibility constraints. To assess reliability, Cronbach's Alpha values were computed for each subdimension, yielding acceptable results: .829 for focus on opportunities, .604 for focus on limitations, and .718 for perceived remaining time. The Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure was also satisfactory at .808, indicating sampling adequacy.

Descriptive statistics revealed that 55.4% of the sample were women, 66.5% were married, and 54.2% were aged 30 or younger. Regarding tenure, a majority had spent fewer than three years in their current organizations. Statistical analyses were conducted using independent samples t-tests for binary variables (gender, marital status) and one-way ANOVA for variables with more than two categories (age, tenure). Normal distribution of the data was confirmed via skewness and kurtosis values within the ± 1.5 range.

The findings indicate that gender did not produce significant differences in any OFTP dimensions, suggesting that male and female employees perceive future career time similarly in the studied context. Likewise, marital status was not significantly associated with focus on opportunities or limitations, but single employees reported significantly higher scores in perceived remaining time. This may reflect their relatively lower role strain and fewer external responsibilities, aligning with Socioemotional Selectivity Theory, which postulates that individuals adapt time perception based on contextual and relational constraints.

Age was found to be a particularly influential factor. Although there were no significant age-related differences in the first two OFTP dimensions, younger employees (ages 18–25) reported significantly higher scores in perceived remaining time than older counterparts. This pattern supports previous findings (e.g., Rudolph et al., 2018) that suggest OFTP narrows with age due to increasing awareness of temporal limitations. Similarly, employees with shorter tenure (less than one year) perceived significantly more time remaining in their careers compared to those with longer tenure, indicating a form of career optimism typical in early-stage employees.

These findings underscore that the “perceived remaining time” dimension is more sensitive to demographic variation than the other two dimensions. The data suggest that this perception is particularly responsive to life stage variables such as age, marital status, and tenure factors that influence individuals’ broader temporal orientation and emotional goals.

From a practical perspective, the study offers meaningful insights for human resource management and career counseling. Organizations should tailor employee development programs to align with individuals’ time perspectives. For example, younger and less-tenured employees may benefit more from long-term training and career progression planning, while senior or married employees might be better engaged through emotionally meaningful tasks, mentorship roles, or legacy-building initiatives. Additionally, talent retention strategies could benefit from aligning job design with employees’ perceived future time horizons, especially in dynamic work environments where motivation and engagement are vital for productivity.

In terms of theoretical contribution, this study affirms the multidimensional structure of OFTP and highlights the importance of considering perceived remaining time as a distinct and demographically influenced component. While the “focus on opportunities” and “focus on limitations” dimensions reflect more trait-like motivational orientations, “perceived remaining time” appears to function as a state-like variable, more susceptible to personal life circumstances and work experiences. The study thus enriches the OFTP literature by identifying where its dimensions diverge in sensitivity to demographic predictors.

Future research is encouraged to adopt longitudinal and cross-cultural comparative designs to better understand how OFTP evolves over time and in varying institutional contexts. Moreover, studies could examine how organizational factors such as psychological contract breach, leadership style, and perceived organizational support interact with OFTP in shaping employee attitudes and behaviors.

In conclusion, this study provides robust empirical evidence that Occupational Future Time Perspective, particularly the perceived remaining time dimension, is significantly shaped by individual demographic characteristics. These insights have both theoretical implications for advancing OFTP as a psychological construct and practical relevance for designing demographically responsive human capital strategies in organizations.