



Araştırma Makalesi • Research Article

Special Issue on *International Conference on Empirical Economics and Social Science (ICEESS' 18)*, 27-28 June, 2018, Bandırma, Turkey

Katılımcı Çalışma İkliminin Kurumsal İtibar Algısı Üzerindeki Etkisinde Kişi-İş ve Kişi-Kurum Uyumunun Aracılık Etkisi

The Effect of Participatory Work Climate on Perception of Corporate Reputation: The Mediating Role of Person-Organization Fit and Person-Job Fit

Deniz Palalar Alkan ^{a,*}, Bilal Çankır ^b

^a Dr. Öğr. Üyesi, Yeditepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 34755, İstanbul/Türkiye.
ORCID: 0000-0002-2204-7024

^b Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, 34000, İstanbul/Türkiye.
ORCID: 0000-0001-5126-8769

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 10 Ağustos 2018
Düzeltilme tarihi: 28 Ağustos 2018
Kabul tarihi: 30 Ağustos 2018

Anahtar Kelimeler:

Katılımcı Çalışma İklimi
Kişi-İş Uyumu
Kişi-Kurum Uyumu
Kurumsal İtibar Algısı

ARTICLE INFO

Article history:

Received 10 August 2018
Received in revised form 28 August 2018
Accepted 30 August 2018

Keywords:

Participatory Work Climate
Person-Organization Fit
Person-Job Fit
Perception of Corporate Reputation

ÖZ

Araştırmanın amacı, katılımcı çalışma ikliminin kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisinde kişi-iş ve kişi-kurum uyumunun aracılık rolünün olup olmadığı ortaya çıkarmaktır. Katılımcı çalışma iklimi de katılımcılığın bu özelliğinin çalışma ikliminde ne derecede olduğunu ortaya çıkarmaktır. Kişi-Kurum uyumu Schneider (1987)'in Çekim-Seçim-Yıpranma (Attraction-Selection-Attrition) modeline dayanmaktadır. Bu model kişilerin rasgele durumlara atanmadığını, ancak daha çok cazip durumları araştırdıklarını savunmaktadır. Kişi-iş uyumu da bu değer eşleşmesinin kişi ve yaptığı iş ve görevlerde ne derecede olduğunun tespitine odaklanmaktadır. Kurumsal itibar kavramının temelinde de kişinin itibarında olduğu gibi "güven" ve "inanç" kavramları bulunmaktadır. Bahsi geçen ilişki ve etkileri ortaya çıkarmak için bu çerçevede İstanbul'da istihdam edilmiş olan 283 çalışan üzerine anket çalışması yapılmıştır. Sonuçta kişi-kurum uyumunun katılımcı iklim ile kurumsal itibar ilişkisinde aracılık rolü üzerine bir araştırma yapılmış olup aracılık rolü ortaya konulmuştur.

ABSTRACT

The aim of the research is to reveal the mediating effects of the person-organization and person-job fit on the impact of participatory work climate on the perception of corporate reputation. Participatory work climate thus utilizing such aspect of participation and revealing how important it is in any given work climate. Person-organization fit is developed on the basis of Schneider's (1987) Attraction-Selection-Attrition Model. This model argues that a person is not assigned to a random situation, rather they deliberately explore more attractive situations. Person-job fit is also focuses on how this value congruence occur between the person and the tasks that he/she executes. The concept of corporate reputation is based on the concepts of "trust" and "belief" as well. Trust can be defined as the harmony between the organization mission and its actions, as well as the credibility of the organization's objectives. For this purpose, a survey was conducted on 283 employees employed in Istanbul in this in order to reveal the relationship and effects of stated variables above. The findings reveal the partial mediating effect of person-organization fit on the impact of participatory work climate on the perception of corporate reputation.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: dpalkan@gmail.com

1. Giriş

Gümrük duvarlarının yükselmeye başladığı, ticaret savaşlarının konuşulmaktan ötesine yani uygulamaya geçtiği günümüzde bu olgu ile birlikte işletmeleri yepyeni zorluklar beklemesi düşünülmektedir. Rekabetin gitgide daha çetinleştiği günümüz koşullarında işletmelerin sürdürülebilir büyüme ve rekabet üstünlüğü sağlamaları için örgütler çalışanlarından azami ölçüde faydalanma yoluna gitmektedir. Bununla birlikte eğitim olanaklarının gelişmesi ile çalışanların niteliğinin artması da onların işletmelerinden daha fazla yetki ve sorumluluk talep etmesi de örgütleri katılımcı çalışma ortamına sevk eden unsurlardandır.

Sosyal mübadele teorisi'ne göre, çalışan kurumun kendisine sağladığı imkânlar doğrultusunda işi ve kurumu ile uyum sağlamaktadırlar (Emerson, 1976). Ayrıca katılımcı çalışma iklimi sunan işletmeler işletmeye güven ve bağlılık daha fazla olmaktadır (Ruppel ve Harrington, 2000). Bununla birlikte kurumsal itibar algısı yüksek olan çalışanların işlerinden aldıkları keyif, işletmelerine olan bağlılıklarının daha fazla olduğu önceden yapılmış olan bir araştırma sonucunda ortaya konulmuştur (Nov, Naaman ve Ye, 2010).

Çalışma İstanbul'da çeşitli sektörlerden belirli sayıda kişi üzerine yapılmıştır. Araştırmada İstanbul örnekleminin seçilme nedeni Türkiye'nin ekonomi ve finans merkezi olmuş olmasıdır. Ayrıca İstanbul aldığı son 40 yıllık göçlerle tüm Türkiye'nin bir mozaiki özelliği taşımaktadır. Bu yönüyle İstanbul'da çalışanlar örnekleminin diğer bölge ve illere nazaran daha farklı özellikte olduğu düşünülmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Katılımcı Çalışma İklimi

Rekabetin gitgide daha çetinleştiği günümüz koşullarında işletmelerin sürdürülebilir büyüme ve rekabet üstünlüğü sağlamaları için örgütler çalışanlarından azami ölçüde faydalanma yoluna gitmektedir. Bununla birlikte eğitim olanaklarının gelişmesi ile çalışanların niteliğinin artması da onların işletmelerinden daha fazla yetki ve sorumluluk talep etmesi de örgütleri katılımcı çalışma ortamına sevk eden unsurlardandır.

Türk Dil Kurumuna göre katılımcılık: herhangi bir toplantıda yöneticiden söz alıp konuşmaya katılma olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018). Bu tanıma göre öncelikle bir kişinin ses çıkarma (Çankır, 2016) iradesini göstermesi ve yöneticinin ise o şahsa söz hakkı vermesi gerekmektedir. Katılımcılık: herhangi bir toplantıda yöneticiden söz alıp konuşmaya katılma olarak tanımlanmaktadır. Üç tür çalışma iklimi kavramı tanımı ön plana çıkmıştır: (1) kurumların objektif ve yapısal özelliklerine dayanan (Schneider vd., 2013), (2) bireysel psikolojik özellikleri vurgulayan (Zadow vd., 2017) ve (3) kurumsal ve bireysel düzeylerde odaklanan araştırmacılar (Sanduvete-Chaves vd., 2018). Hackman ve Oldham'ın (1980) iş özellikleri modeline göre karar verme sürecine çalışan katılımını arttırmaya yönelik girişimler, iş yeniden tasarlanması için bir örnek olarak düşünülebilmektedir. Bu model: kişileri örgüt içerisinde üst seviyede motive etmeyi amaçlayan bir iş tasarım tekniğidir. Araştırmacılar modellerini kurgularken mühim gördükleri içsel iş motivasyonu üzerinde durmuşlardır. Yazarlara göre yüksek içsel motivasyona sahip şahısların duyguları, işlerini ne ölçüde iyi yaptıklarına bağlıdır. (Aşan, 2001'den aktaran:

Kaşlı, 2011). İş Özellikleri Modeli anlamlı işin, sorumluluğun ve bilginin olumlu neticelere ulaşması için bir işte tasarlanması gereken belirli özellikleri belirtmektedir. Bunları başarmak yüksek bir içsel motivasyona sebep olacak ve gerek kişilerin gerekse örgütün performansını arttıracaktır (Çetin, Arslan ve Dinç, 2014). Yeniden tasarlama üzerine bir teori ve araştırma olarak, çalışanların karar alma sürecine katılımı için yeni fırsatlar, çalışma ikliminde geniş bir yelpazede mesleki inançları ve çalışma ilişkilerini etkileyebilmektedir (Smylie, 1992).

Sashkin (1976)'a göre çalışanların yönetime katılımının sadece performans artışına sebep olmadığını bunun bir etik zorunluluk olduğunu belirterek şu üç katılımcılık yöntemini ortaya koymuştur (Ocak, 2017):

- (i) Çalışanların karar verme süreçlerine katılımı sağlanarak kendi kararlarını oluşturmaları ve hedeflerini kendilerini verebilmelidir,
- (ii) Çalışanların bir yönetici ile birlikte bir karar verme takımı oluşturulmalıdır,
- (iii) Çalışanların karar verme sürecine diğer grup üyeleri, yöneticiler ve iş arkadaşları ile birlikte katılımı sağlanmalıdır.

West (1990)'ın ortaya koymuş olduğu dört-faktör teorisine göre çalışma gruplarının inovatif karar almalarını sağlayan faktörler: vizyon, katılımcı güvenliği, görev oryantasyonu/yönlendirmesi ve inovasyon için destek (Anderson ve West, 1998). Bu teoriye göre katılımcı güvenliği: karar verme sürecine katılım, kişilerarası olarak algılanan bir ortamda gerçekleşmektedir (West, 1990). Araştırmacılar katılımcı çalışma ikliminin oluşabilmesi için: kişinin daha çok karar verme sürecine katılmasını, bilgiyi etkileme, etkileşim ve paylaşma, bu kararlara yatırım yapma olasılığı daha yüksektir ve yeni ve iyileştirilmiş fikirler sunmasını teşvik etmeyi önermişlerdir. Çünkü bir çalışma grubunun tüm üyelerinin yargısal olmayan bir iklimde yeni fikirler ve problem çözümleri yaşayabildiği durumlarda katılımcı güvenliği söz konusudur (Anderson ve West, 1998). Bu araştırma da ortaya konulan modele göre kişinin katılımcı çalışma iklimi pek çok faktöre pozitif etki edeceği öngörülmektedir.

2.2. Kişi-İş Uyumu

Türk Dil Kurumu'na göre iş: "Bir sonuç elde etmek, herhangi bir şey ortaya koymak için güç harcayarak yapılan etkinlik, çalışma" anlamına gelmektedir. Tanımdan yola çıkılırsa işletmelerin çalışanlarından beklentisi mal veya hizmet üretmeleri, bunun karşılığında da çalışanların en önemli amacı ücret elde etmeleri, bu esnada çalışan enerji, güç harcamaktadır. Tanımın eksik kaldığı bir unsur kişilerin ortaya koyacakları şey (işletmeler için mal veya hizmet) zaman harcamaları olduğunu düşünmekteyiz.

Bu noktadan yola çıktığında kişi en kıymetli sermayesi olan 'zaman'ını harcadığı iş yerinde nasıl harcamaktadır sorusu ortaya çıkmaktadır. Çalıştığı kurum ve işinden memnuniyet, oraya bağlılık ve sadakatini direkt etkileyen bir unsur olarak kişi-iş ve kişi-kurum uyumu son dönemlerde pek çok araştırmacı tarafından incelenmiş konulardır.

Kişi-iş uyumu belirli teorilere dayanmaktadır. Bunlardan birisi Özellik-Faktör'dür (Williamson ve Biggs, 1979). Bu

teoriye göre kişinin hünerleri, becerileri, başarıları, eğilimleri, değerleri ve şahsiyeti mesleklerin koşul ve şartlarının uyumlaşması gerektiği üzerine yoğunlaşmaktadır (Ireh, 1999). Özellik ve faktör teorisinin ifadeleri şahıs ve mesleğin karakteristik niteliklerinin değerlendirilmesi manasına gelmektedir (Ireh, 1999). Özellik-faktör teorisine göre kişiler çeşitli niteliklere haiz olup, çalışanların farklı yetenekleri ölçülerek farklı işlerle eşleştirilebilir (Patton ve Mcmahon, 2014).

Yine kişi-iş uyumu kuramlarından olan İş Uyumu Teorisi (Dawis ve Lofquist, 1984) ise güncel pek çok uyum teorisinin aksine, yapılacak iş kesinleştikten sonra kişinin mesleği ve kariyeri başarılı olma ile kısmına odaklanmaktadır (Renfro-Michel ve Sheperis, 2009). Gothard ve arkadaşlarına (2001)'e göre, işe uyum teorisinin temellendiği nokta kişi ve çevrenin karşılıklı uyum göstermek adına çabaladıkları ve bunun her iki taraf için de tatmin sağladığı varsayım ve tasavvuru vardır (Gothard vd., 2001). Kişinin ihtiyaç ve beklentiler gibi, temel yetenekler de kalıtım vasıtasıyla elde edilir ve farklı çevre ve ortamlarda bulunmaktan nedeniyle öğrenmeler yoluyla şekillenmektedir (Dawis, 2005).

Yapılan alanyazın taramasında katılımcı çalışma iklimi -ve benzer kavramlar- ile kişi-iş uyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir araştırmaya ulaşamamıştır. Çalışanda katılımcı çalışma iklimi algısının kişi-iş uyumunun doğru orantılı artıp azalacağı bu çalışmada öngörülmektedir. Buna göre araştırmanın ilk hipotezi:

H1: Katılımcı çalışma ikliminin kişi-iş uyumu üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

2.3. Kişi-İş Uyumu

Kişi Kurum uyumu Schneider'in (1987) Çekim-Seçim-Yıpranma (Attraction-Selection-Attrition) modeline dayanmaktadır. Bu model kişilerin rasgele durumlara atanmadığını, ancak daha çok cazip durumları araştırdıklarını savunmaktadır. Kişiler bu durumun birer parçası olarak seçilir ve durumu bu durumda bırakarak belirlerler. Schneider bu modeli örgütsel davranış alanına; kişi örgüt ile uyuyorsa insanların örgüte ilgi duyduklarına, örgüte dâhil olmaya ve örgütte kalmaya karar verdiklerini fakat bu duruma uymuyorsa ayrıldıklarını belirtmiştir (Sekiguchi, 2004).

Kişi kurum uyumu pek çok araştırmacı tarafından tanımlanmıştır. Çoğu araştırmacı, kişi-kurum uyumunun bireyler ve kuruluşlar arasındaki uyumluluk olarak genel olarak tanımlamıştır (Kristof, 1996). Kişi kurum uyumu kişinin kurumu ile hissettiği beceri, yetkinlik ve değerlerin eşleşmesi olarak da tanımlanabilmektedir. Ancak çoğu örgütsel davranış alanındaki uzman araştırmacılar kişi kurum uyumundaki bu unsurlar arasında değer eşleşmesi üzerinde çalışma yapmışlardır.

Muchinsky ve Monahan'a (1987) göre kişi kurum uyumu hem kurumun hem de kişinin ihtiyaçlarının karşılandığı zaman meydana geldiğini belirtmektedir. Bu görüş kişi kurum uyumunun ilk boyutu olan tamamlayıcı uyuma dairdir. Tamamlayıcı uyumda vurgu ihtiyaçlara ve tamamlayıcı niteliklere somut kriterler içerir.

İkinci uyum ise destekleyici uyumdur. Burada ast olan ve odaklanılan husus değerlerdir. Destekleyici uyum bir kişi ve

bir kurum benzer nitelikte olduğunda veya eşleşen karakteristik özelliklerle ortaya çıkar. Bir kurum, zaten iş gücünün sahip olduğu becerilere sahip olan bir çalışanı işe istihdam ederse, tamamlayıcı uyum sağlanabilir. Tamamlayıcı uyum, bir kurumun ve bireyin temel özellikleri arasındaki ilişkiye dayanmaktadır (Kristof, 1996'dan Akt. Yaşar, 2009).

Yapılan alanyazın taramasında katılımcı çalışma iklimi -ve benzer kavramlar- ile kişi-kurum uyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanamamıştır. Üstteki hipoteze benzer bir şekilde çalışanlardada katılımcı çalışma iklimi algısının kişi-iş uyumunun doğru orantılı artıp azalacağı bu çalışmada düşünülmektedir. Buna göre araştırmanın ikinci hipotezi:

H2: Katılımcı çalışma ikliminin kişi-kurum uyumu üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

Alanyazında kişi-iş ve kişi-kurum uyumu arasındaki ilişkiyi incelenen birkaç araştırma bulunmuş ve bu araştırmaların bazılarında her iki değişken arasında anlamlı pozitif ve yüksek düzeyde ilişki (Higgins ve Judge, 2004; O'Reilly, Chatman ve Caldwell, 1991), bazısında ise anlamlı ve pozitif ancak düşük ilişki (Lauver ve Kristof,-Brown, 2001) bulunmuştur.

2.4. Kurumsal İtibar Algısı

Türk Dil Kurumu'na göre itibar, Arapça kökenli olup saygınlık ve borç ödemedede güvenilir olma durumu, kredi anlamlarına gelmektedir TDK (2018). İngilizce Reputation anlamına gelen itibar kelimesi Latince, reputatus kelime kökünden türemiştir. "reputation" kavramını, reckon, yani; sanmak, güvenmek, tahmin etmek, hesap etmek gibi bir dizi kavramı içermektedir (Mahon, 2002).

Fombrun'a (1996) göre kurumsal itibar işletme içindeki ve dışındaki insanları kendinde tutmaktır. Buna benzer bir tanıma göre bütüncül bakış açısıyla kurumsal itibar, örgütlerin yürüttüğü geçmiş faaliyetler ile sağladığı edinimlerin kişisel ve kolektif birikimden oluşmuş bir sunumu olmakta, elde edilen değer üretme yeteneğinin farklı paydaşlar tarafından tanımlanmasını içermektedir (de Castro, Lopez ve Saez, 2006).

Bir diğer tanımda, kurumsal itibar, işletmenin sahip olduğu yeteneklerinin toplamı olarak ele alan (Michalisin, Smith ve Kline, 1997) kaynak tabanlı bakış açısına göre ele almakta, işletme için stratejik bir değer bulduran ve rekabet avantajı yaratan bir faktör olarak belirtmektedir. Tanner Enstitüsünün 10000'den fazla işletmede yapmış olduğu araştırma sonucunda kurumsal itibari yüksek ve iyi bir işletmenin altı kültür özelliği şu şekilde bulunmuştur (Afshar, 2017):

- (i) Amaç, çalışanları örgütün kuruluş nedenlerine, diğer işletmelerden ayrılan özelliklerine veya dünyada yapmaya çalışılan farklılığa bağlamak anlamına gelir.
- (ii) Fırsat, çalışanlara destek verme, yeni beceriler öğrenme, geliştirme ve katkıda bulunma yeteneği sağlamak anlamına gelir.
- (iii) Başarı, çalışanlara yenilik yapma, anlamlı çalışma yapma ve takım kazanma fırsatı verme anlamına gelir.
- (iv) Takdir, çalışanların kıymetli ve seçkin çalışmalarını ve benzersiz katkılarını kabul etmek, tanımak ve onore etme anlamına gelir.

- (v) Psikolojik iyi olma, çalışanların fiziksel, sosyal, duygusal ve mali sağlığını iyileştirmek için sürekli olarak dikkat kesilme, odaklanma ve sürekli çalışmak anlamına gelir.
- (vi) Liderlik, çalışanları amaca bağlama, büyük işler yapma konusunda onları güçlendirmek ve kamaradist-birlikte çok zaman geçiren insanlar arasında karşılıklı güven ve dostluk- duygusu oluşturmak anlamına gelir.

Yapılan alanyazın incelemesinde kurumsal itibar algısı ile araştırmanın diğer değişkenleri arasında yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanamamıştır. Ancak yukarıda da zikredildiği üzere ve kavram olarak diğer değişkenlerle anlamlı ve pozitif bir ilişkisinin olacağı düşünülmektedir. Buna göre araştırmanın diğer üç hipotezi:

H3: Katılımcı çalışma ikliminin kurumsal itibar algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H4: Kişi-iş uyumunun kurumsal itibar algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H5: Kişi-kurum uyumunun kurumsal itibar algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

Araştırmanın ana iki hipotezi de şu şekilde oluşturulmuştur:

H6: Katılımcı çalışma ikliminin kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisinde kişi-iş uyumunun aracılık rolü vardır.

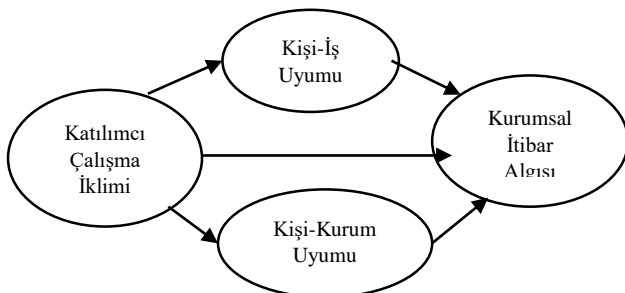
H7: Katılımcı çalışma ikliminin kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisinde kişi-kurum uyumunun aracılık rolü vardır.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı

Kişi-kurum ve kişi-iş uyumunun katılımcı iklim ve kurumsal itibar algısı üzerindeki aracılık etkilerinin incelenmesi amacı ile gerçekleştirilen çalışma modeli Şekil 1'de belirtilmiştir. Söz konusu model değişkenler arası neden-sonuç ilişkisini göstermektedir. Şekilde görüleceği üzere öncelikli olarak bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde ve aracı değişkenin de bağımlı değişken üzerinde bir etkisi beklenmektedir. Bu notada aracı değişken kontrol edildiğinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinde bir düşüş beklenilmektedir. Söz konusu ilişki düzeyinin azalması "kısmi aracılık" etkisinin bir göstergesi olup; ilişkinin anlamlı çıkmaması ise "tam aracılık" olarak ifade edilmektedir (Baron ve Kenny, 1986; 1173-1174).

Şekil 1. Kişi-Kurum Uyumu, Kişi-İş Uyumu, Katılımcı İklim ve Kurumsal İtibar Algısı İlişkisi



3.2. Örneklem, Veri Toplama Aracı ve Veri Toplama Süreci

Çalışma örnekleme perakendecilik sektöründe çalışan 283 kişiden oluşmaktadır. Çalışmada kolayda örnekleme metodu kullanılmıştır. Verilerin analizinde kolayda örnekleme metodu kullanılmış olup; çalışma örnekleme perakende sektöründe çalışan 283 kişiden oluşmaktadır. Örneklemin %41'i kadın, % 59'u ise erkektir. Araştırmaya katılanların %14 'ü yönetici , %21'i uzman; %37'si uzman yardımcısı ve %28'i memurdur. Örnekleme katılanların çoğunluğu 26 ile 35 yaş aralığındadır (%79,2). Katılımcıların büyük çoğunluğunun lisansüstü derecesine sahip oldukları görülmektedir (%54,6). Örnekleme gurubunun sektörde bulunma süreleri 7-9 yıl arasındadır (%49,5). Araştırmaya katılanların çoğunluğunun kurumlarında bulunma süreleri ise 4-6 yıl arasındadır (%47,3).

Veri toplama aracı olarak Kişi-İş Uyumu ve Kişi-Kurum Uyumunu ölçmek için Saks ve Ashforth, (1997) ve Cable ve Judge (1996) oluşturduğu ve Yaşar'ın (2009) Türkçe uyarlamasını yaptığı toplam yedi ifadeli ölçek, Kurumsal İtibar algısını ölçmek için Walsh, Beatty ve Shiu, (2009). Müşteri itibar algısını ifadeleri değiştirerek çalışan itibar algısına ve Türkçe'ye uyarlayan Eğilmez'in (2017) 15 maddelik ölçeği ve Katılımcı Çalışma İklimi içinse Newman's (1977) ve Vakola ve Bouradas (2005) oluşturduğu ve Türkçe uyarlaması Öztürk, Y. (2014) tarafından yapılan sekiz maddelik ölçek kullanılmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği araştırma sonuçları bakımından önemlidir. Bir ölçeğin güvenilirliği kullanılan ölçeğin bir değişkeni ölçümlemede kullanılan soruların birbirleri ile olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ne derecede değişkeni yansıttığının göstergesidir. Bu çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ölçmede Cronbach alpha testi kullanılmıştır. Bunun yanı sıra bir ölçeğin geçerliliği, ölçümlenmek istenen değişkenin ne derece ölçtüğü ile ilintilidir. Ancak, geçerlilik testi güvenilirlik testinde olduğu gibi belirli bir katsayısına sahip değildir. Bu çalışmada yapı geçerlilik testi kullanılmıştır. Bunun yanı sıra, bir ölçeğin kavramsal geçerliliğinin analizinde sıklıkla kullanılan metot olan faktör analizi yönteminden yararlanılmıştır. İki değişken arasındaki birliktelik ve yön belirleme açısından sıklıkla kullanılan yöntem olan korelasyon analizi ölçeklerin gerekli güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinden sonra hesaplanmıştır. Son olarak aracılık etkisini belirleme amaçlı hiyerarşik regresyon analizinden yararlanılmıştır.

4. Bulgular

4.1. Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri

Öncelikle çalışmanın bağımsız değişkeni olan katılımcı iklim gerekli ölçeğinin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacı ile faktör analizi yapılmıştır. Çalışmanın bağımsız değişkeni olan katılımcı iklim ölçeğinin yapı geçerliliğini ortaya koymak için açılmalı faktör analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda toplam açıklanan varyansı %64 olan tek faktörlü yapı desteklenmiştir. 8 maddeden oluşan katılımcı iklim ölçeğinin güvenilirliğinin hesaplanması adına alpha katsayısına bakılmıştır

($\alpha > 0,80$) ve ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Yapılan KMO test sonucu örnek büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu görülmektedir (KMO=0,836>0,60).

Çalışmanın bağımlı değişkeni olan kurumsal itibar algısı ölçeği toplam 15 maddeden oluşmaktadır. Faktör analizinde 25. soru hem sosyal ve çevresel sorumluluk boyutuna hem de finansal güç ve güvenilirlik boyutuna yakın değerlerde dağıldığı için analiz dışı bırakılmıştır. Benzer şekilde 27. soru ise müşteri odaklılık, iyi işveren olma ve finansal güç ve güvenilirlik boyutlarına yakın bir değerlerde dağılım göstermesinden dolayı analizden çıkartılmıştır. Kurumsal itibar algısı ölçeğinde kalan 13 maddenin güvenilirliğini hesaplamak adına iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alpha hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir ($\alpha > 0,80$). Ölçeğin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi uygulanmış olup Barlett testi sonucu analize tabi tutulan sorular arasında ilişki tespit edilmiştir ($p=0,000 < 0,005$). Yapılan KMO testi sonucu örneklem büyüklüğünü faktör analizi için yeterli olduğu görülmektedir (KMO=0,836>0,60). Faktör analizi sonucunda değişkenler toplam açıklanan varyansı %71,09 olan 4 faktör altında toplanmıştır. Güvenirliğine ilişkin Cronbach Alpha katsayısı ve açıklanan varyans değerine göre katılımcı iklim ölçeğinin geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir. Katılımcı iklim ölçeğinin geçerliliği ve güvenilirliği tespit edildikten sonra alt boyutların (faktörlerin) güvenilirliği ölçülmesi adına her bir faktörün cronbach alpha katsayısı gerekli analizler aracılığı ile ölçülmüştür. 13 madde kullanılarak analiz edilen katılımcı iklim ölçeğinin 4 faktör altında toplanmıştır. Tablo 1'den görülebileceği gibi 'müşteri odaklılık', 'iyi işveren olma' ve 'çevre ve sosyal sorumluluk' boyutları yüksek derece güvenilir ($\alpha > 0,80$); 'finansal güç ve güvenilirlik' boyutunu ise güvenilir düzeydedir ($0,60 < \alpha < 0,80$).

Tablo 1. Kurumsal İtibar Algısı Değişkenine Ait Tanımlayıcı Veriler (Cronbach's Alpha Katsayıları)

Kurumsal İtibar Algısı Faktörler (KMO: ,799)	Açıklanan Varyans %	Güvenirlik (Alpha)
1 Müşteri Odaklılık	38,366	,803
2 İyi İşveren Olma	71,092	,885
3 Çevre Ve Sosyal Sorumluluk	19,701	,765
4 Finansal Güç Ve Güvenirlik	54,872	,811

4.2. Korelasyon Analizi

Katılımcı iklim ölçeği hesaplandıktan sonra araştırmanın aracı değişkenleri olan kişi iş uyumu ile kişi kurum uyumu ölçeklerinin güvenilirliğini ölçmek adına cronbach alpha katsayıları hesaplanmıştır. Kişi kurum uyumu ölçeğinin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda tek faktörlü yapı desteklenmiştir. Kişi kurum uyumu ölçeğinin yüksek düzeyde güvenilir olduğu anlaşılmaktadır ($\alpha > 0,80$). Araştırmanın bir diğer aracı değişkeni 3 maddeden oluşan kişi iş uyumu ölçeği öngörülen ile paralel bir şekilde tek faktör altında toplanmış olup; ölçek güvenilir düzeydedir ($0,60 < \alpha < 0,80$).

Çalışma kapsamında öncelikli olarak katılımcı iklim ile kurumsal itibar arasındaki ilişki Pearson Korelasyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonucuna göre katılımcı iklim ve

boyutlarının kurumsal itibar değişkeni ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi bulunmaktadır. Müşteri odaklılık ($r=0,300$; $p < 0,005$), finansal güç ve güvenilirlik ($r=0,377$; $p < 0,005$) ve sosyal ve çevresel sorumluluk ($r=0,367$; $p < 0,005$) boyutları ile katılımcı iklim arasında zayıf dereceli ilişki tespit edilmiştir. Kurumsal itibar algısı ölçeğinin alt boyutu olan iyi işveren olma boyutu ile katılımcı iklim arasında gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucu orta dereceli bir ilişki ($r=0,669$; $p < 0,005$) ortaya koymuştur. Benzer şekilde katılımcı iklimi oluşturan tüm faktörlerin toplamı ile kurumsal itibar arasında orta derecede bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0,593$; $p < 0,005$).

Araştırmanın ikinci sorusu olan katılımcı iklim değişkeni ile aracı değişkenler olan kişi iş uyumu ve kişi kurum uyumu arasında ilişkinin var olup olmadığıdır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen Pearson Korelasyon analizi sonucunda katılımcı iklim değişkeninin kişi kurum uyumu ile orta dereceli bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir ($r=0,585$; $p < 0,005$). Yapılan analiz sonucu söz konusu değişkenler arasında pozitif yönde ve anlamlı ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır ($p < 0,000 < 0,005$).

Kişi kurum uyumu ile kurumsal itibar alt boyutları ilişkilerinin tespiti için gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları sırası ile müşteri odaklılık ($r=0,281$) ve finansal güç ve güvenilirlik ($r=0,418$; $p < 0,005$) ile zayıf ve pozitif yönde anlamlı; sosyal ve çevresel sorumluluk değişkeni ile orta ($r=0,588$; $p < 0,005$) ve pozitif yönde anlamlı ve iyi işveren olma boyutu ile yüksek dereceli ($r=0,785$; $p < 0,005$) pozitif yönde ve anlamlı ilişkiler görülmektedir.

Ancak kurumsal itibar değişkeninin kişi iş uyumu ile çok zayıf bir ilişkiye sahip olduğu ve ilişkinin anlamsız olduğu yapılan analiz sonucunda görülmektedir ($r=0,110$; $p=0,064 > 0,005$). Benzer şekilde kurumsal itibar algısı ölçeğinin alt boyutları ile aracı değişken olan kişi iş uyumu ilişkisi Pearson Korelasyon analizi ile test edilmiş müşteri odaklılık alt boyutu ($r=0,296$; $p < 0,005$) ve iyi işveren olma ($r=0,175$; $p < 0,005$) ile çok zayıf dereceli pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Diğer alt boyutlar olan finansal güç ve güvenilirlik ile sosyal ve çevresel sorumluluk alt boyutları ile anlamlı ilişki analiz sonucunda görülmemiştir. Faktör analizi sonuçları Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2. Katılımcı İklim Değişkeni, Kişi-Kurum Uyumu, Kişi-İş Uyumu ve Kurumsal İtibar Değişkenleri Korelasyon Analizi

Değişkenler		A	B	C	D
A Katılımcı İklim	Anlamlılık	-			
	Pearson r	1,00			
B Kişi iş uyumu	Anlamlılık	,064	-		
	Pearson r	,110	1,00		
C Kişi kurum	Anlamlılık	,000*	**	-	
	Pearson r	,585	**	1,00	
D Kurumsal İtibar	Anlamlılık	,000*	,003	,000*	-
	Pearson r	,593	,127	,728	1,00

*Korelasyon katsayısı ,001 değerinde anlamlıdır,

**Modelde aracı değişkenler arasında varolan bir hipotez geliştirilmediğinden dolayı korelasyon değerine bakılmamıştır.

4.3. Fark Analizi

Çalışma kapsamında ikiden fazla grup arasındaki farkları belirlemeye yönelik tek yönlü varyans analizi; birbirinden bağımsız iki örneğin (cinsiyet) farkının ortaya konulması için de (independent sample t-test) t-testi kullanılmıştır. Varyans analizinde öncelikli olarak verilerin homojen dağılım gösterip göstermediği Levene test sonuçlarına bakılarak test edilmiştir. Çalışma kapsamında Levene test sonucunun anlamlı olduğu analizlerde Scheffe ve Tukey testleri uygulanmıştır. Scheffe ve Tukey testlerinin başlıca kullanılması sebebi Sosyal Bilimler alanında sıklıkla kullanılan Post-hoc testleri olmalarıdır (Durmuş, Yurtkoru, Çinko, 2013). Cinsiyet değişkeni, yaş grupları, eğitim durumu, sektörde bulunma süresi ile katılımcı iklim, kurumsal itibar algısı ve kişi kurum uyumu arasında yapılan tek yönlü varyans analiz sonucu anlamlı bir sonuç vermemiştir ($p>0,005$). Unvan değişkeniyle katılımcı iklim arasındaki ilişkinin ele alındığı Anova testi anlamlı farklılık ortaya koymuştur ($p=,000$). Analiz sonucunda unvanı memur olan katılımcıların katılımcı iklim algısı uzman yardımcısı, uzman ve yöneticilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Çalışılanların kurumda bulunma süresi ile katılımcı iklim değişkeni arasında yapılan Anova testi sonuçlarına bakıldığında benzer şekilde anlamlı farklılık gözlemlenmektedir ($p=0,014$). Katılımcıların çalıştıkları kurumda 1-3 yıl bulunanların 4-6 yıl bulunanlara göre katılımcı iklim algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir (μ 1-3 yıl=3,85; μ 4-6 yıl=3,51).

Katılımcıların unvanları ile kurumsal itibar değişkeni arasındaki ilişkinin ele alındığı Anova testi anlamlı farklılık ortaya koymuştur ($p=,000$). Scheffe ve Tukey test sonuçları uzman yardımcısı ve yönetici unvanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ortaya koymaktadır. Yönetici unvanına sahip katılımcıların kurumsal itibar değişkenine daha fazla katıldıkları görülmektedir (μ yönetici=4,06; μ uzman yardımcısı=3,62). Katılımcıların kuruma bulunma süreleri ile kurumsal itibar değişkeni arasında yapılan tek yönlü varyans analiz sonuçları grupların ortalamaları

Çalışmanın bir diğer hipotezleri olan katılımcı iklimin kişi-iş uyumu ve kişi-kurum aracı değişkenleri üzerindeki etkisi regresyon analizi ile araştırılmıştır. Katılımcı çalışma iklimi algısının kişi-kurum uyum üzerindeki etkisine bakıldığında katılımcı çalışma iklim değişkeninde bir birim değişim kişi kurum üzerinde %58'lik bir artışa yol açmaktadır. Kişi-kurum değişkenindeki bir birim değişimin %34'ü katılımcı iklim değişkeni ile açıklanmaktadır. Araştırmanın ikinci hipotezi kabul edilmiştir. Ancak katılımcı iklim değişkeninin kişi-iş uyumu üzerinde anlamlı bir etkisi ($p>0,05$) tespit edilmediğinden dolayı söz konusu aracı değişken analizden çıkartılmıştır. Buna göre H1: Red.

Çalışmada kişi-iş uyumu ile kurumsal itibar arasında yapılan korelasyon analizi anlamlı bir sonuç vermemiştir. Söz konusu sonucun sebebi çalışanın istekleri ile işin gereklilikleri arasında bilişsel bir uyumsuzluk oluşabileceği gibi bireyin kurumda bulunma nedenini normatif bağlılık çerçevesinde sürdürmesi olabilmektedir. Çalışmanın ayrı bir zaman diliminde veya başka sektörde gerçekleştirilmesi farklı sonuçlar doğurabileceğinden dolayı bu sonuç genelleştirilemez.

Bu sonuçlara göre H4: Kişi-iş uyumunun kurumsal itibar algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır şeklindeki

arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya koymaktadır ($p=0,017<0,05$). Sonuçlara göre kurumda 1-3 yıl arasında bulunanların kurumsal itibar algısına 4-6 yıl bulunanlardan daha çok katıldıkları görülmektedir (μ 1-3 yıl=4,09; μ 4-6 yıl=3,77).

Unvan değişkeniyle katılımcı iklim arasındaki ilişkinin ele alındığı Anova testi anlamlı farklılık ortaya koymuştur ($p=,000$). Analiz sonucunda memur, uzman, uzman yardımcısı ve yönetici unvanlarına sahip katılımcıların kurumsal itibar algısına farklılıkları istatistiksel olarak anlamlıdır. Buna göre yönetici unvanına sahip katılımcıların diğer gruplara oranla kurumsal itibar algısına daha çok katıldıkları görülmektedir (μ yönetici: 4,10). Kişi kurum uyumu değişkeni ile yaş grupları arasında gerçekleştirilen tek yönlü varyans analiz sonucu istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($p=0,017$). Sonuçlara göre 1-3 yıl, 4-6 yıl ve 7-9 yıl arasında kurumda bulunma süreleri ile kurumsal itibar algısı arasında farklılık ortaya çıkmıştır. Kurumsal itibar algısı en yüksek grup 1-3 yıl arası çalışanlar olduğunu göstermektedir ($\mu=4,17$).

4.4. Regresyon Analizi ve Hiyerarşik Regresyon Modeli Sonuçları

Değişkenler arasında var olan ilişkinin yönü ve derecesi korelasyon analizi ile tespit edildikten sonra model çerçevesinde ortaya konulan değişkenler arası neden-sonuç ilişkisinin ortaya konulması adına regresyon analizinden yararlanılmıştır. Çalışmanın dördüncü hipotezi olan 'katılımcı iklimin kurumsal itibar üzerinde etkisi vardır' test edilmesi için katılımcı iklim ve alt boyutlarının kurumsal itibar üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Kurumsal iklimi ve alt boyutlarının kurumsal itibar üzerinde pozitif yönde ve anlamlı etkisi bulunmaktadır ($p<0,005$). Kurumsal itibardaki bir birim değişim kurumsal itibar üzerinde %59 değerinde bir artışa sebep olmaktadır. Aynı şekilde kurumsal itibardaki değişimin %35'i katılımcı iklim değişkeni ile açıklanabilmektedir. Buna göre H4 kabul edilmiştir.

dördüncü hipotez kabul beşinci hipotez ise reddedilmiştir. H5: Red. Bu sonuca göre araştırmanın bir altıncı hipotezi olan katılımcı çalışma ikliminin kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisinde kişi-iş uyumunun aracılık rolü de reddedilmiştir.

Araştırmanın temel hipotezleri katılımcı iklimin kurumsal itibar değişkeni üzerindeki etkisinde kişi iş uyumu ve kişi kurum uyumunun aracılık etkisidir. Bu çerçevede yapılan regresyon analizinde öncelikli olarak bağımsız değişken katılımcı iklimin bağımlı değişken olan kurumsal itibar üzerine etkisi araştırılmıştır. İkinci aşamada ise bağımsız değişken olan katılımcı iklim değişkeninin aracı değişken olan kişi-kurum üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Son aşamada ise bağımsız değişken olan katılımcı iklim ile aracı değişken kişi-kurum uyumunun kurumsal itibar üzerinde etkisi araştırılmıştır. Sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen çalışmalarda değişkenler arası ilişki farklı faktörler tarafından da açıklanabilmektedir. Bu nedenle bu alanda yapılan çalışmalarda kısmi aracılık etkisi daha yoğun görüldüğü gözlemlenmektedir (Baron ve Kenny, 1986).

Model 1'de öncelikle katılımcı iklim değişkeninin kurumsal itibar üzerinde anlamlı etkisi saptanmıştır ($p<0,05$). Hiyerarşik regresyonun ikinci aşamasında bağımsız

değişkenin (katılımcı iklim) aracı değişken olan kişi kurum üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Analiz sonucu iki değişken arasında anlamlı ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır ($p<0,05$). Son olarak kişi-kurum uyumunun katılımcı çalışma iklim ile kurumsal itibar ilişkisinde kısmi aracılık rolü yapılan regresyon sonucu gözlemlenmektedir. Yapılan regresyon analizi sonucunda kişi-kurum uyumunun kurumsal itibar algısını açıklamada anlamlı açıklamada %34 etkisi ortaya çıkmıştır. Bu sonuca göre kişi-kurum uyumunun kurumsal itibar algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır şeklindeki altıncı hipotez kabul edilmiştir.

Modelde katılımcı çalışma iklimi değişkeninin kurumsal itibar algısı değişkenini açıklamada %34,9 etkisi bulunuyor iken; analize kişi-kurum uyumu eklenildiğinde kurumsal itibardaki değişimin %57'sinin açıkladığı görülmektedir. Bununla birlikte Anova tablosuna bakıldığında her iki modelin de anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Katsayısı tablosuna bakıldığında ise beta katsayısındaki azalma kişi kurum uyumunun kısmi aracılık etkisini ortaya koymaktadır. Buna göre araştırmanı temel hipotezlerinden olan (H7) katılımcı çalışma ikliminin kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisinde kişi-kurum uyumunun aracılık rolü kabul edilmiştir.

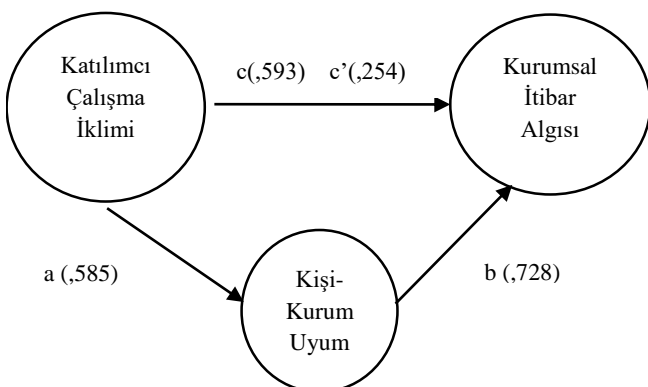
Tablo 3. Katılımcı İklim Değişkeninin Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisinde Kişi-Kurum Uyumunun Aracılık Etkisine Ait Hiyerarşik Regresyon Tablo Analizi

Değişkenler	Kurumsal İtibar Algısı β	Kişi-Kurum Uyumu β	Kurumsal İtibar Algısı β
Model 1			
Katılımcı İklim	,593*		
F	152,498		
R ²	,352		
Düzeltilmiş R ²	,349		
Model 2			
Katılımcı İklim		,585*	
F		146,286	
R ²		,342	
Düzeltilmiş R ²		,340	
Model 3			
Katılımcı İklim + Kişi-Kurum Uyumu			,254*
F			187,462
R ²			,572
Düzeltilmiş R ²			,569

* $p<0,001$ Not: Standart beta değerleri kullanılmıştır.

Tablo incelendiğinde, bağımsız değişkenin aracı değişken üzerindeki etkisinde standardize edilmiş regresyon katsayısı 0,585 ve anlamlılık düzeyi 0,001, aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde standardize edilmiş regresyon katsayısı 0,728 ve anlamlılık düzeyi 0,001 ve bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi standardize edilmiş katsayısı 0,593 ve anlamlılık düzeyi 0,001 şeklindedir. Bu bilgiler ışığında Baron ve Kenny'nin aracılık etkisi üzerine ilk üç önermesi gerçekleştiği görülmektedir. Aracı etkiden söz edebilmek için bağımsız ve aracı değişkenlerinin modele birlikte eklendiğinde c' yolunun sıfır olup olmadığına veya etki düzeyinde bir azalma görülüp görülmediğine bakılmalıdır.

Şekil 2. Araştırma Modeli



Şekil 2'den de anlaşılacağı üzere c' yolunun standardize edilmiş regresyon katsayısı 0,254 olup anlamlılık düzeyi ise 0,001'dir. Bu sonuç kişi kurum uyumunun katılımcı iklimin kurumsal itibar algısı üzerindeki kısmi aracılığını ortaya koymaktadır. Aracılık etkisinden am anlamıyla bahsedebilmek adına Sobel testinin anlamlılığına bakılması gerekmektedir Frazier et. al., 2004). Katılımcı iklimin kurumsal itibar algısı üzerinde etkisinde kişi kurum uyumunun sınırdığı aracılık etkisinde Sobel testi anlamlı sonuç vermiş olup ($p<0,001$) testin Z skor katsayısı 1.96 'dan büyüktür (4,870).

5. Sonuç ve Değerlendirme

Araştırma katılımcı çalışma ikliminin kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisinde kişi-iş ve kişi-kurum uyumunun aracılık rolünün olup olmadığı amacı ile yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini İstanbul'da istihdam edilmiş olan 283 çalışan teşkil etmiştir. Araştırmada yapılan korelasyon analizinde her bir değişkenin birbirleriyle anlamlı ve pozitif bir ilişki içinde olduğu bulunmuştur. Sonrasında yapılan hiyerarşik regresyon analizinde kişi kurum uyumunun katılımcı iklimin kurumsal itibar algısı üzerindeki kısmi aracılık ile anlamlı ve pozitif yönde anlamlı etkisinin olduğu saptanmıştır.

Bu sonuçların çıkmasında ilgili örneklemden çalışanların fikirlerini beyan etme isteğine ve çalışma ikliminde katılımcılığa önem verdikleri ve bunun kişi-kurum uyumu ile

kurumsal itibar algısına etki ettiği ortaya çıkmıştır. Araştırmanın en önemli kısıtı farklı sektörlerde ve tek ilde yapılmış olmasıdır. Bundan sonra çalışma yapmak isteyenlere farklı örneklem gruplarında modeli incelemeleri önerilmektedir.

Kaynakça

- Anderson, N. R., & West, M. A. (1998). Measuring climate for work group innovation: development and validation of the team climate inventory. *Journal of Organizational Behavior*, 19(3), 235-258.
- Ashar, V. (2017). 6 Essential Aspects of Workplace Culture. (Erişim:02/06/2018), http://www.huffingtonpost.com/entry/6-essential-aspects-of-workplace-culture_us_59c93aa5e4b08d66155044a7
- Aşan, Ö. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Cable, D. M., & Judge, T. A. (1996). Person–organization fit, job choice decisions, and organizational entry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(3), 294-311.
- Çankır, B. (2016). Çalışanlarda Pozitif Ses Çıkartma Davranışı Nasıl Oluşur? Örgütsel Güven, Psikolojik Sözleşme İhlali, Lider-Üye Etkileşimi İle Pozitif Ses Çıkartma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *KLÜ İİBF Dergisi*, 5(2), 1-12.
- Çetin, C., Arslan, M. L., & Dinç, E. (2014). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım Yayınları.
- De Castro, G. M., López, J. E. N., & Sáez, P. L. (2006). Business and social reputation: Exploring the concept and main dimensions of corporate reputation. *Journal of Business Ethics*, 63(4), 361-370.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., & Çinko, M. (2013). *Data Analysis in Social Sciences with SPSS*. İstanbul: Beta Publishing.
- Eğilmez, Ö. (2017). *Kurumsal İtibar Yönetimi: Tepe Yöneticisinin Güvenilirliğinin Kurumsal İtibar ve Çalışan Olma Niyetine Etkisi*. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value From The Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1980). *Work redesign*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Higgins, C. A., & Judge, T. A. (2004). The effect of applicant influence tactics on recruiter perceptions of fit and hiring recommendations: a field study. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 622.
- Kaşlı, M. (2011). İş özellikleri modelinin otel işletmelerinde uygulanabilirliğine yönelik bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(2), 159-174.
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1-49.
- Lauver, K. J., & Kristof-Brown, A. (2001). Distinguishing between employees' perceptions of person–job and person–organization fit. *Journal of Vocational Behavior*, 59(3), 454-470.
- Mahon, J. F. (2002). Corporate reputation: Research agenda using strategy and stakeholder literature. *Business & Society*, 41(4), 415-445.
- Michalisin, M. D., Smith, R. D., & Kline, D. M. (1997). In search of strategic assets. *The International Journal of Organizational Analysis*, 5(4), 360-387.
- Muchinsky, P. M., & Monahan, C. J. (1987). What is person–environment congruence? Supplementary versus complementary models of fit. *Journal of Vocational Behavior*, 31(3), 268-277.
- Newman, J. E. (1977). Development of a measure of perceived work environment (PWE). *Academy of Management Journal*, 20(4), 520-534.
- Ocak, Y. (2017). *Örgütsel Sessizlik ve Katılımcı Yönetimin Çalışan Performansı Üzerine Etkisi*. Doktora Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- O'Reilly III, C. A., Chatman, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516.
- Öztürk, Y. (2014). *The Relationship of Authentic Leadership and Participative Climate with Employee Voice: The Moderating Role of Personality and Organizational Identification*. PhD Thesis. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Saks, A. M., & Ashforth, B. E. (1997). A longitudinal investigation of the relationships between job information sources, applicant perceptions of fit, and work outcomes. *Personnel Psychology*, 50(2), 395-426.
- Sanduvete-Chaves, S., Lozano-Lozano, J. A., Chacón-Moscoso, S., & Holgado-Tello, F. (2018). Development of a Work Climate Scale in Emergency Health Services. *Frontiers in Psychology*, (9), 1-14.
- Sashkin, M. (1976). Changing toward participative management approaches: A model and method. *Academy of Management Review*, 1(3), 75-86.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40(3), 437-453.
- Schneider, B., Ehrhart, M. G., & Macey, W. H. (2013). Organizational climate and culture. *Annual Review of Psychology*, 64, 361-388.
- Seiguchi, T. (2004). Person-organization fit and person-job fit in employee selection: A review of the literature. *Osaka Keidai Ronshu*, 54(6), 179-196.

- Smylie, M. A. (1992). Teacher participation in school decision making: Assessing willingness to participate. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 14(1), 53-67.
- TDK (2018). Güncel Türkçe Sözlük. (Erişim: 29/03/ 2018), http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5abcd21ccbb720.45290540
- Vakola, M., & Bouradas, D. (2005). Antecedents and consequences of organisational silence: an empirical investigation. *Employee Relations*, 27(5), 441-458.
- Walsh, G., Beatty, S. E., & Shiu, E. M. (2009). The customer-based corporate reputation scale: Replication and short form. *Journal of Business Research*, 62(10), 924-930.
- West, M. A. (1990). The social psychology of innovation in groups. In: West, M. A. (ed.), *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*, (pp. 4-36), USA: Wiley.
- Yaşar, N. (2009). *The Relationship Between Perceived Sufficiency of HRM Practices, Person-Organization Fit, Person-Job Fit and Anxiety*. Master Thesis. Istanbul: Marmara University.
- Zadow, A. J., Dollard, M. F., McLinton, S. S., Lawrence, P., & Tuckey, M. R. (2017). Psychosocial safety climate, emotional exhaustion, and work injuries in healthcare workplaces. *Stress and Health*, 33(5), 558-569.