

HASTANE İTİBARININ SAĞLIK ÇALIŞANLARININ İŞ TATMİNİNE ETKİSİ

Gökten ÖNGEL*

Öz

Araştırmanın amacı sağlık çalışanlarının kurum itibarı algularının iş tatminine etkisini tespit etmektir. Araştırmada İstanbul ilinde faaliyet gösteren kamu hastanelerinde görevli 462 sağlık çalışanından veri toplanmıştır. Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde çevrimiçi anket formları kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 25 paket programı kullanılmıştır. Araştırmanın modelinin test edilmesinde regresyon analizi kullanılmıştır. Analizler sonucunda çalışanların kurum itibarı algularının katılımcıların iş tatminlerini yüksek düzeyde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Kurumsal itibarın vizyon ve liderlik, finansal performans, ürün ve hizmetler, sosyal sorumluluk ve duygusal çekicilik boyutlarının iş tatminini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışma ortamı boyutunun ise iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulguları kurum itibarının sağlık çalışanlarının işlerinden elde ettikleri tatmini arttırmada önemli bir unsur olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: İş tatmini, Kurum itibarı, Sağlık çalışanları.

Jel Kodu: D23, J24, J28.

The Effect of Hospital Reputation on Job Satisfaction of Healthcare Professionals

Abstract

The research aims to determine the effect of healthcare workers' perceptions of corporate reputation on job satisfaction. The research collected data from 462 health workers working in public hospitals operating in Istanbul. Convenience sampling technique was used to determine the sample of the study. Online questionnaire forms were used in the data collection process. SPSS 25 package program was used in the analysis of the data. Regression analysis was used to test the research model. As a result of the analysis, it was concluded that the perceptions of the employees' corporate reputation affect the participants' job satisfaction at a high level. It has been determined that the vision and leadership, financial performance, products and services, social responsibility and emotional appeal dimensions of corporate reputation positively affect job satisfaction. It was concluded that the work environment dimension did not significantly affect job satisfaction. Research findings show that corporate reputation is an important element in increasing the satisfaction of health workers from their jobs.

Keywords: Job satisfaction, Institutional reputation, Healthcare professionals.

Jel Code: M1, M12, L20, I10.

1. Giriş

Sağlık çalışanlarının yapmış oldukları işten tatmin olmaları hizmet ettikleri insanlara verdikleri hizmet kalitesi, kişisel ve kurumsal performansları, kıt kaynakların etkin ve etkili kullanılması üzerinde etkili olduğundan büyük önem arz etmektedir. Sürekli vardiya-nöbet sistemi ile çalışan, iş yükü ve çalışma yoğunluğu yüksek olan sağlık çalışanlarının iş tatminlerini olumlu etkileyebilecek unsurların tespit edilmesi yönetsel önlemlerin zamanında alınabilmesine imkân tanıyabilecektir. Söz konusu çerçevede organizasyonlar açısından fark yaratmanın ve paydaşları için değer yaratmanın öne çıkan konularından olan kurumsal itibarın sağlık çalışanlarının iş tatminleri üzerinde etkisinin olup olmadığının belirlenmesi önemlidir.

* Uzman Dr., (Md., Phd.) İstanbul Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları, goktenkorkmaz@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-4165-3601>

Alanyazında iş doyumunu etkileyen faktör olarak kurum itibarı hakkında çalışmalar bulunmaktadır. Ancak elde edilen sonuçlar sağlık alanında çalışanları kapsama yönünden yeterli düzeyde değildir (örn; Yang vd., 2015; Lepistö vd., 2022). Çalışmaların bazıları farklı sektörlerde yapılırken (Helm, 2007; Edmans, 2012; Işık & Zincirkıran, 2016; Barakat vd., 2016; Bakan vd., 2018) sağlık sektöründe yapılan araştırmalar ise Covid-19 dönemini kapsamamaktadır (örn; Çınaroğlu & Şahin, 2012; 2013). Bu nedenle covid-19 pandemisi devam ederken araştırmanın kurumsal itibarın iş tatminine etkisini tespit etmek önemli hale gelmektedir.

Yukarıda sözü edilen nedenlerden hareketle araştırmanın amacı sağlık çalışanların kurum itibarı algılarının iş tatminine etkisini tespit etmek olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında ayrıca çalışanların iş tatminleri ve kurum itibarı algılarının da belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular, sağlık çalışanlarının iş tatminlerini etkileyen faktörlerden birisi olduğu düşünülen kurumsal itibarın rolünün belirlenmesi açısından önemlidir. Diğer yandan sağlık çalışanlarının görev tanımları doğrudan birey sağlığı ve hayatı ile ilişkilidir. Sağlık çalışanlarının tatmin düzeylerinin yüksek olması, işlerine olan odaklarının ve performanslarının artmasını sağlayabilmektedir (Kara & Köksal, 2022). Öncül çalışmalar (örn; Çekmecelioğlu & Dinçel, 2014; Bakan vd., 2018; Gross vd., 2021) farklı sektörlerde iş tatmini ile kurum itibarı arasında farklı düzeylerde ilişkilerin olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışmalardan farklı olarak, kamu yararına hizmet veren kamu sağlık kurum/kuruluşlarının itibarının sağlık çalışanlarının iş tatminlerini nasıl etkilediğini tespit etmek ayrıca önemlidir. Sağlık çalışanlarının tatmin seviyelerinin yüksek olması, onların performansını arttıracakları düşünülürse, sağlık çalışanlarının performansı doğrudan hastaların hayatları ya da sağlıkları ile ilişkili olacaktır. Bu nedenle sağlık kurum/kuruluşlarının itibarının çalışanların iş tatminlerini nasıl etkilediğini tespit etmek önemlidir.

2. Kavramsal Çerçeve

Araştırmanın kavramsal çerçeve başlığı altında öncelikle kurumsal itibar kavramı ve kurumsal itibarın alt boyutları hakkında bilgiler sunulmaktadır. Daha sonra iş tatmini kavramı ve kapsamı hakkında bilgiler sunulmaktadır. Kavramsal çerçeve başlığının son bölümünde ise kurumsal itibar ve iş tatmini arasındaki ilişkileri inceleyen alanyazına yer verilmektedir. Alanyazın özeti sonucunda araştırmanın hipotezi geliştirilmektedir.

2.1. Kurumsal İtibar

Bir örgütün karar, politika, amaç ve eylemlerinden etkilenen kişi ya da grup paydaş olarak adlandırılmaktadır (Şatır & Sümer, 2008). Paydaşların zihninde kuruma yönelik olarak oluşmuş olan deneyim, algı, düşüncelerin toplamı kurumsal itibar olarak tanımlanmaktadır (Alınacı vd., 2020). Pazarlama çalışmalarında “dış paydaşların” görüşleri şeklinde ifade edilen kavram (Aksoy & Bayramoğlu, 2008; Bayın, 2016), örgüt teorisi çalışmaları (Van & Balmer, 1997; Smidts vd., 2001; Carmeli & Freund, 2002) söz konusu olduğunda işletme tarafından yaratılan ve değiştirilebilen iç paydaşların bakış açısı ile bir algı şeklinde ifade edilmektedir (Alınacı vd., 2020, 44). Alanyazında kurumsal imaj, itibar ve kimlik kavramları genellikle eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (Bahar, 2019: 227). İmaj paydaşların zihnindeki resim iken itibar kurum hakkındaki değerlendirmelerdir. İmajın oluşumu ve değişimi kısa sürede olabilirken itibar için değişim daha zordur (Ünaldı, 2015). Örgütsel davranış disiplini kurumsal itibarı paydaş kuramı çerçevesinde ele alarak özellikle çalışan bağlılığının artması konusuna odaklanmıştır (Bahar, 2019). İşletmenin diğerlerinden farklılaşmasını sağlayan itibar aynı zamanda yüksek performans, iç ve dış paydaş bağlılığı, yüksek verimlilik ve karlılık, krizlere karşı direnç, nitelikli personele daha kolay ulaşılabilirlik gibi avantajları da beraberinde getirmektedir (Deniz vd., 2017). Kurumsal itibar soyut, maddi olarak ortaya koyulamayan bir değer olmasına rağmen işletmeye sağladıkları sebebi ile göz ardı edilemeyecek önemli bir kaynaktır (İpçioğlu & Arpa, 2020).

Kurumsal itibar alanyazında genellikle, duygusal çekicilik, ürün ve hizmetler, finansal performans, vizyon ve liderlik, çalışma ortamı ve sosyal sorumluluk bileşenlerinden oluşmaktadır. İşletmenin kültürünü, paydaşlar tarafından algılanan değerlerini ve kurduğu ilişkinin niteliğini gösteren “duygusal çekicilik” boyutu ile kurumsal itibar arasında önemli bir ilişkinin olduğu, yüksek duygusal çekiciliğin güçlü kurumsal itibar ile birlikte olduğu öne sürülebilmektedir (Çekmecelioğlu & Dinçel, 2014). Kurumsal itibarın “ürün ve hizmetler” boyutu söz konusu olduğunda ise sunulan kaliteli ürün ve hizmetin kurumsal itibara katkısından bahsedilmektedir. Hedef pazara sunulan kaliteli, yenilikçi ürün ve hizmetler neticesinde işletme müşteri tarafında memnuniyet yaratabilmekte bu şekilde de beğeni ve takdire bağlı itibarını yükseltebilmektedir (Gül & Avcı, 2018). İşletmenin paydaşlarının pazardaki rekabet gücü, yatırımlarının riskliliği, işletmenin karlılığı ve büyüme imkanlarına bağlı olarak ortaya çıkan algıları “finansal performans” boyutu içerisinde değerlendirilebilmektedir (Deniz vd., 2017). Örgütün toplumdaki görünen yüzü olan liderin kurumsal itibar üzerinde yarattığı etki “vizyon ve liderlik” boyutu içerisinde incelenmekte olup güçlü liderin kurumsal itibar üzerinde pozitif etkisinin olduğu kabul edilmektedir (Çekmecelioğlu & Özbağ, 2016). Çalışma ortamı içerisinde var olan gerek ahlaki normlar gerekse de düzenlemelerle şekillendirilen etik uygulamalar işletme faaliyetleri üzerinde de şekillendirici bir etkiye sahiptir. İşletmenin iyi yönetimi ve çalışanların kalitesi “çalışma ortamı” alt boyutunun bileşenleri olarak ifade edilebilmektedir (Tuna, 2016). Sosyal sorumluluk örgütün faaliyette bulunduğu alan içerisinde çevresini geliştirmek ve sosyal refahı arttırmak amacı ile girişmiş olduğu faaliyetler ile yüksek paydaş ilgilenim düzeyine ulaşması neticesinde toplum ve çevreye yönelik faaliyetlerde bulunması olarak ifade edilebilmektedir (Sart vd., 2018).

2.2. İş Tatmini

Örgütsel davranış ve yönetim alanyazınının en çok çalışılan konularından olan iş tatmini; bireysel ve örgütsel sebeplere dayanan, çalışanın iş ve iş çevresi ile ilgili psikolojik, fiziki ve sosyal gereksinimlerinin karşılanma derecesi olarak ifade edilen duygusal bir tepki şeklinde ifade edilmektedir (Locke, 1969; Aksoy & Polat, 2013; Winkelhaus vd. 2022). Çalışılan işin özellikleri ve çalışanın beklentilerinin uyumlu olması durumunda iş doyumunun ortaya çıkması genellikle daha kolay olmaktadır (Arpacıoğlu vd., 2021). İş görenin yaptığı işin ihtiyaçlarından en önemlilerini karşılama derecesi “iş tatmin düzeyi” olarak nitelendirilebilmektedir (Vroom, 1962; Keser & Öngen Bilir, 2019). Deneyimlerle gelişen, kişisel olarak öğrenilen bir tutum olan iş doyumunu ile çalışanın işyerindeki davranışları arasında ilişki bulunmaktadır (Birgili vd., 2010). İş tatmininin yüksek olduğu durumlarda iş görenin performansının, örgüte bağlılığının, üretkenliğinin, verimliliğinin yüksek olduğu görülürken; tersi durumda huzursuzluk, örgüte yabancılaşma, memnuniyetsizlik, mutsuzluk gibi olumsuz etkilerin çıktığı görülmektedir (Saputra & Mahaputra, 2022; Mawardi, 2022; Dodanwala vd., 2022; Keser & Öngen Bilir, 2019).

3. Kavramlar Arası İlişkiler ve Hipotez Geliştirme

Sağlık çalışanlarının iş tatminleri ve ilgili olan değişkenleri tespit etmek amacı ile alanyazında yapılmış çok sayıda çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalardan bazıları Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Sağlık çalışanlarının iş tatminini etkileyen faktörler

Yazar	Yıl	Örneklem	Değişken	Bulgu
Birgili vd.	2010	158 hemşire, 44 ebe ve 17 sağlık memuru	İş doyumunu, demografik değişkenler	İş doyumunu demografik değişkenlerle ilişkilidir.
Chaulagain ve Khadka	2012	103 sağlık çalışanı	İş tatmini, demografik değişkenler	İş tatmini ile sosyo-demografik özellikler arasında bir ilişkili bulunmamaktadır.

Aksoy ve Polat	2013	267 hemşire	İş tatmini, demografik değişkenler	Cerrahi hemşirelerde düşük iş tatmini tespit edilmiştir.
Çelen vd.	2013	139 sağlık teknisyeni / teknikeri	İş tatmini, örgütsel bağlılık	Duygusal ve normatif bağlılığın iş tatmini üzerinde pozitif yönde etkili olduğu tespit edilmiştir.
Ganu ve Kogutu	2014	252 sağlık çalışanları	İş tatmini, örgütsel bağlılık, kişilik özellikleri	İş tatmini ile örgütsel bağlılık arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.
Hoş ve Oksay	2015	250 hemşire	Örgütsel bağlılık, iş tatmini	İçsel ve dışsal tatmin ile örgütsel bağlılık arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.
Aylaz vd.	2017	210 hemşire	İş tatmini, demografik değişkenler	İş tatmini ile demografik değişkenlerle ilişkilidir.
Gönültaş vd.	2018	267 hemşire	İş tatmini	Hemşirelerin iş tatmini orta düzeydedir.
Srivastava vd.	2019	240 doktor	İş-yaşam kalitesi, tükenmişlik, İş tatmini	İş tükenmişliği ile iş tatmini arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmaktadır.
Dursun Ergezen vd.	2019	204 hemşire	İş tatmini, kuşak farklılıkları	Bebek patlaması kuşağındakilerin iş tatmini diğer kuşaklardan daha yüksektir.
Hassoy ve Özvurmaz	2019	280 sağlık çalışanı	İş tatmini, sosyo-demografik ve mesleki özellikler	İşin kendisi en çok doyumun yaşandığı boyuttur. Demografik değişkenlere göre doyum düzeyi farklılaşmaktadır.
Li vd.	2019	385 hemşire	Örgütsel sessizlik, iş tatmini, işten ayrılma niyeti	İş tatmininin işten ayrılma niyeti üzerinde olumsuz etkisi vardır.
Çalışkan ve Özkan	2020	400 sağlık çalışanı	Örgütsel bağlılık, tükenmişlik, iş tatmini	İş tatmininin örgütsel bağlılık ve tükenmişlik ilişkisinde kısmi aracılık rolü vardır.
Al Sabei	2020	207 hemşire	Çalışma ortamı, tükenmişlik, iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve bakım kalitesi algısı	İş tatmini yüksek olduğunda olumlu iş ortamlarında işten ayrılmanın düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Sivuk ve Seyhan	2021	325 sağlık çalışanı	Örgütsel çatışma, örgütsel stres, iş yaşam kalitesi, iş tatmini, işten ayrılma niyeti	İş tatmini ile örgütsel çatışma, örgütsel stres, işten ayrılma niyeti arasında negatif ilişki tespit edilmiştir.
Özaydın vd.	2022	268 sağlık çalışanı	İş tatmini, Covid-19, demografik değişkenler	Covid-19 ve demografik değişkenler iş tatmini üzerinde etkilidir.
Öztürk ve Özdoğan	2022	341 sağlık çalışanı	Örgütsel bağlılık, iş tatmini	İş tatmini demografik özelliklere göre değişiklik gösterdiği ve örgütsel bağlılık ile iş tatmini arasında anlamlı ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir.
Baskındağlı ve Altındağ	2022	400 sağlık çalışanı	İçsel pazarlama, kurumsal itibar, iş tatmini, örgütsel bağlılık	İçsel pazarlama ve kurumsal itibarın iş tatmini üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Tabloda yer alan çalışmalar incelendiğinde çalışanların iş tatminini etkileyen faktörlerin çok geniş bir alana yayılmış olduğu görülmektedir. Fakat çalışılan hastanenin itibarının sağlık çalışanlarının iş tatmini ile ilişkisini araştıran çalışmalar az sayıdadır (Gross vd., 2021; Newman vd., 2002). Yine de yukarıda sunulan araştırmalar incelediğinde örgütsel özellikler ve çalışan algılarının iş tatminini etkilediği çıkarımı kolayca yapılabilmektedir. Yerli alanyazında iş tatmini ile kurum itibarı arasındaki

çalışmaların özellikle sağlık çalışanları açısından az olması araştırmaya önemli bir odak kazandırmaktadır.

Kurumsal itibarın çalışanların iş tatminine etkisini inceleyen bazı çalışmaların kısa bir özeti sunulmaktadır. Şatır ve Sümer (2008) tarafından 261 sağlık çalışanından anket yöntemi ile topladıkları verilerle gerçekleşen çalışmalarında sağlık kurumunun iç paydaşlarına göre kurumsal işleyiş, iletişim, güven – hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk bileşenlerinin sırasıyla kurum itibarı bileşenlerini oluşturduğu belirtilmiştir. Carmeli ve Freund (2009) İsrail’de kâr amacı gütmeyen sosyal hizmet kuruluşlarında çalışan uzmanların çalıştıkları kuruluşa bağlılığı ve iş tatmininin kurumun prestijinden nasıl etkilendiğini incelemiştir. Çalışma bulguları; algılanan (yorumlanan) dış prestij, daha yüksek çalışan bağlılığı ve memnuniyeti ile sonuçlandığını ve bunun da, organizasyondan ayrılma niyetinin daha düşük olmasına yol açtığını göstermektedir. Çınaroğlu ve Şahin (2012) sağlık çalışanlarında kurumsal itibar algısı ve memnuniyet arasında güçlü bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Çınaroğlu ve Şahin (2013) ise çalışmalarında kamu ve özel hastanelerin kurumsal itibar açısından farklı algılandıkları bulgusuna ulaşmışlardır. Deniz vd. (2017) Yalova ilindeki özel bir sağlık kuruluşunda anket yöntemi ile topladıkları 207 formun verilerini kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında çalışanların kurumsal itibar algısının olumlu ve yüksek düzeyde olduğu, bu algının yaş ve görev sınıfına göre farklılaştığı bulgusuna ulaşmışlardır. Alniaçık vd. (2020) yüz yüze anket ile 447 sağlık çalışanından elde ettikleri veriler sonucunda kurumsal imajın iş tatmini üzerinde pozitif etkisi olduğunu bulmuşlardır. Işık ve Zincirkıran (2016) 883 akademik ve idari üniversite personelinin örnekleme oluşturduğu çalışmalarında kurumsal itibar algısı ile iş tatmini arasında pozitif ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Bakan vd. (2018) 230 belediye çalışanından anket yöntemi ile elde ettikleri verilerin kullanıldığı çalışmalarında iş tatmininin % 49 oranında çalışanların kurumlarına dair imaj algısından etkilendiğini ve imaj algısının iş tatmini üzerinde pozitif etkisi olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Çekmecelioğlu ve Dinçel (2014) tarafından yapılan araştırmada özel sektörde yer alan 273 çalışan araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma sonucunda çalışma ortamının çalışanların tatmin düzeyi ile pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucuna göre çalışanların çalışma ortamını olumlu olarak algılamaları onların iş tatminlerini olumlu yönde etkilemektedir. Yukarıda sunulan araştırma özetlerinde de görüleceği üzere çalışılan kurumun algılanan itibarı çalışanların iş tatminleri ile ilişkilidir. Bu çıkarımdan hareketle araştırmanın hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur;

H₁: Kurum itibarı hakkındaki çalışan algısı sağlık çalışanlarının iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1a}: Vizyon ve liderlik algısı çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1b}: Çalışma ortamı algısı çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1c}: Finansal performans algısı çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1d}: Ürün ve hizmetler algısı çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1e}: Sosyal sorumluluk algısı çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

H_{1f}: Duygusal çekicilik algısı çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

4. Araştırmanın Metodu

4.1. Araştırmanın amacı

Son yıllarda çalışanların örgütlerinin toplumda nasıl algılandığına dikkat ettiklerini dahası kendilerinin de örgütlerini nasıl anlamlandırdıkları üzerine yapılan araştırmalar yoğunlaşmıştır. Çalışanların örgütlerini olumlu yönde özelliklere sahip olarak algılamaları onların işyerine karşı bağlılık geliştirmesini, işlerinden memnun olmalarını ya da performanslarını etkileyebilmektedir. Bu araştırma

kapsamında sağlık çalışanlarının iş tatminlerini etkileyen faktörlerden biri olarak kurum itibarına odaklanılmıştır. Araştırmanın amacı, kurumsal itibarın sağlık çalışanlarının iş tatminleri üzerinde etkisinin olup olmadığının belirlenmesidir.

4.2. Araştırmanın örnekleme ve örnekleme tekniği

Araştırmanın evreni İstanbul'da faaliyet gösteren kamu hastanelerindeki sağlık çalışanlarıdır. Araştırmanın örnekleme ise İstanbul ilinde yer alan kamu hastanelerinde görevli 462 sağlık personelidir. Örnekleme sayısının belirlenmesinde Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2014) tarafından sunulan, aynı zamanda alanyazında sıkça kullanılan (örn; Özkaya & Erkekli, 2021; Tuğay & Kılıç, 2017; Güçlü & Yılmaz, 2020; Arık & Turunç, 2016) 384 sınırı kullanılmıştır. Araştırma evreni çok büyük olduğunda %95 güven aralığında ve %5 hata payında 384 örnekleme büyüklüğü yeterli görülmektedir. Ayrıca Hair vd. (2014) tarafından sunulan madde başına 10 örnekleme kısıtı da araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde diğer bir kriter olarak kullanılmıştır. Böylece en az 384 ve madde başına 10 örnekleme sınırları birlikte düşünüldüğünde ölçeklerde yer alan 35 maddeye karşılık 462 sağlık personeline ulaşmak yeterli kabul edilmiştir.

Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında kolayda örnekleme tekniğinin kullanılmasının en önemli nedeni, kolayda örnekleme tekniğinin zaman, maliyet ve örnekleme ulaşma konusunda avantajlar yaratmasıdır (Aaker vd., 2007; Malhotra, 2004). İstanbul ili Avrupa yakasında faaliyet gösteren iki kamu hastanesinde çalışan sağlık personelinin kolayda örnekleme tekniği ile veri toplanmıştır. Araştırmanın veri toplama süreci online formlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Online anket formları katılımcılarla mail ve whatsapp uygulamaları üzerinden paylaşılmıştır. Veri toplama işlemi 2022 yılının Ocak ve Şubat ayları boyunca gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında yer alan sağlık çalışanlarının özellikleri şu şekildedir; sağlık çalışanlarının tamamı kamu sağlık kurumlarında çalışmaktadır. Çalışanların %50,6'sı hemşirelerden, %16'sı hekimlerden, %33,4'ü ise diğer sağlık personelinin oluşmaktadır. Sağlık personelinin %23,2'si 25 yaş ve altındaki kişilerden, %27,2'si 26-30 yaş aralığında kişilerden, %25,4'ü 31-35 yaş aralığındaki kişilerden oluşurken %24,2'si ise 36 yaş ve üzerindeki kişilerden oluşmaktadır. Sağlık çalışanlarının %32,7'si erkek, %67,3'ü ise kadın çalışanlardır.

4.3. Araştırmanın veri toplama araçları

Brayfield ve Rothe (1951) tarafından geliştirilen ve 18 maddeden oluşan iş tatmini ölçeği Judge vd. (1998) tarafından beş maddelik kısa form haline getirilmiştir. Söz konusu iş tatmini ölçeğinin Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması ise Keser ve Öngen Bilir (2019) tarafından yapılmıştır. Araştırma kapsamında beş maddelik kısa form kullanılmıştır. Kurum itibarı ölçeği ise Fombrun vd. (2000) tarafından oluşturulan ve Türkçe alanyazında sıkça kullanılan (örn; Geçikli vd., 2016; Sart vd., 2018; Özdemir vd., 2019; Uçar vd., 2015) 30 maddelik ve 6 boyuttan (vizyon ve liderlik, çalışma ortamı, finansal performans, ürün ve hizmetler, sosyal sorumluluk, duygusal çekicilik boyutlarından) oluşan ölçüm aracı kullanılmıştır. Ölçüm araçlarının yanıtlanmasında 5'li likert ölçeği kullanılmıştır.

4.4. Araştırmanın kısıtları

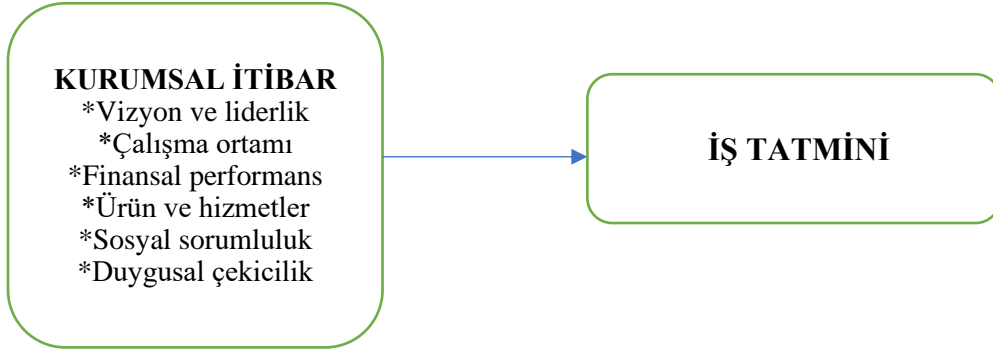
Araştırmanın önemli sonuçlara ulaşması beklenirken araştırma yapısı itibarı ile bazı kısıtlara sahiptir. Bunlardan ilki araştırmanın yapıldığı dönemdir. Covid-19 dönemi devam ederken yapılan bu çalışmada sağlık çalışanlarının duygusal durumları etkili olacaktır. Ayrıca bulaş riskinden dolayı online anket yoluna gidilmiştir ve çalışanlarla birebir iletişim kurulamamıştır. Diğer yandan araştırma sadece kurum itibarı ve iş tatmini kavramları üzerine kuruludur. Araştırma örnekleme kolay örnekleme metoduna dayanmaktadır. Bu nedenle elde edilen sonuçların genellenebilirliği kısıtlı olacaktır.

4.5. Araştırma etiği

“Hastane İtibarının Sağlık Çalışanlarının İş Tatminine Etkisi” başlıklı makale için Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler İçin Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’ndan 20.12.2021 tarih ve 107 sayı ile izin alınmıştır. Araştırma süresi boyunca etik kurallara (verilerin gizliliği, verilerin toplanması sürecinde canlılara zarar vermeme, verilerin uygun şekilde saklanması, katılımcıların bilgilerinin 3. kişilerle paylaşılmaması ve gönüllü onam vb.) uyulmuştur.

4.6. Araştırmanın kavramsal modeli

Araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1’de yer almaktadır. Kurumsal itibar değişkeni araştırmanın bağımsız değişkeni(x) olarak yer almaktadır. İş tatmini ölçeği ise araştırmanın bağımlı değişkenini (y) temsil etmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın kavramsal modeli

5. Araştırmanın Bulguları

Faktör ve güvenilirlik analizi; Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının ve örneklemin uygunluğunun belirlenebilmesi için faktör ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Faktör ve güvenilirlik analizinde sınır değerler olarak Hair vd. (2014) ve Kurtuluş (2010) tarafından önerilen sınır değerleri kullanılmıştır. Söz konusu sınır değerleri; KMO değeri; >0,60-0,70, Bartlett’s küresellik testi; $p < 0,05$, açıklanan toplam varyans; >0,60, faktör yükleri; >0,40, Cronbach’s Alpha katsayısı; >0,60-0,70’dır. Döndürme tekniği olarak Varimax kullanılmıştır.

Kurumsal itibar ölçeğinin KMO değeri 0,898, Bartlett’s küresellik testi sonucu $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı, Cronbach’s Alpha katsayısı 0,933, açıklanan toplam varyansı %72,1 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca boyutlar bazında incelendiğinde vizyon ve liderliğin açıklanma düzeyi %16,39, çalışma ortamının açıklanma düzeyi %14,11, finansal performansın açıklanma düzeyi %11,93, ürün ve hizmetlerin açıklanma düzeyi %10,68, sosyal sorumluluğun açıklanma düzeyi %10,08, duygusal çekiciliğin açıklanma düzeyi %8,91’dir. Dönüştürülmüş bileşen matrisine göre maddelerin faktörlere yüklenme değerlerinin $< 0,40$ düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Kurumsal itibar ölçeğinin orijinal formunda yer alan ifadelerden 2’si çoklu faktör yüklemesinden dolayı araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Kurumsal itibar ölçeği ile ilgili faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde ölçüm aracının araştırmada kullanılmasının uygun olduğunu ifade etmek mümkündür.

İş tatmini ölçeğinin KMO değeri 0,776, Bartlett’s küresellik testi sonucu $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı, Cronbach’s Alpha katsayısı 0,830, açıklanan toplam varyansı %66,95 olarak tespit edilmiştir. Dönüştürülmüş bileşen matrisi incelendiğinde maddelerin faktörlere yüklenme değerlerinin $< 0,40$ düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Analizler esnasında bir madde ayrı bir faktör oluşturmasından dolayı araştırma kapsamından çıkarılmıştır.

Korelasyon ve regresyon analizleri; Çalışanların iş tatminleri ile kurum itibarı arasındaki ilişkilerin tespit edilebilmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin tespitinden sonra değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini tespit edebilmek için regresyon analizi yapılmıştır. korelasyon analizi sonuçlarının yorumlanmasında (0= ilişki yok, 0,01-0,19=çok düşük ilişki, 0,2-0,39= düşük ilişki, 0,4-0,59= orta düzeyde ilişki, 0,60-0,79= yüksek ilişki, 0,80-0,99= çok yüksek ilişki, 1= tam ilişki) birçok araştırmacı tarafından kullanılan kriter değerleri esas alınmıştır (Karahan, 2017; Kocaay vd., 2022; Büyüköztürk, 2011; Çetin, 2019; Çakır Yıldız & Güneş, 2017).

Korelasyon analizinin sonuçları Tablo 2’de yer almaktadır. Regresyon analizi sonuçları ise Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 2. İş tatmini ve kurumsal itibar arasındaki ilişkiler

Değişken	Ort.	Vizyon ve liderlik	Çalışma ortamı	Finansal performans	Ürün ve hizmetler	Sosyal sorumluluk	Duygusal çekicilik
Vizyon ve liderlik	2,8151	1					
Çalışma ortamı	3,5799	,604**	1				
Finansal performans	3,5427	,463**	,571**	1			
Ürün ve hizmetler	3,5804	,293**	,067	,002	1		
Sosyal sorumluluk	3,7029	,561**	,653**	,518**	,024	1	
Duygusal çekicilik	3,3119	,511**	,426**	,407**	,123**	,446**	1
İş tatmini	3,0098	,684**	,618**	,590**	,216**	,662**	,594**

** . Korelasyon $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı (2-kuyruk)

Çalışanların iş tatminleri ile kurumsal itibar algıları arasındaki ilişkilerin tespit edilebilmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 2’de yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre kurumun vizyon ve liderlik itibarı ile iş tatmini arasında yüksek düzeyde, çalışma ortamı hakkındaki itibarı ile işi tatmini arasında yüksek düzeyde, finansal performans algısı ile iş tatmini arasında orta düzeyde, ürün ve hizmetlerinin itibarı ile iş tatmini arasında düşük düzeyde, sosyal sorumluluk itibarı ile iş tatmini arasında yüksek düzeyde, kurumun duygusal çekiciliği ile iş tatmini arasında orta düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen ilişkilerin tamamı pozitif yönde ve $p < 0,05$ düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır.

Çalışanların kurum itibarının alt boyutları hakkındaki genel görüşleri ortalamalar olarak sunulmuştur. Ortalama değerlerinin yorumlanmasında kullanılan değerler (İşcan, 2002); “1.00-2.33=düşük, 2.34-3.66=orta, 367-5.00=yüksek” şeklindedir. Bulgular incelendiğinde çalışanların vizyon ve liderlik itibarı algılarının kararsız seviyede olduğu görülmektedir. Çalışanların çalışma ortamı, ürün ve hizmetler, finansal performans, sosyal sorumluluk ve duygusal çekicilik hakkındaki algıları ise yüksek sayılabilecek düzeydedir. Çalışanların iş tatminleri ise orta düzeydedir. Elde edilen bulgulara göre çalışanların örgütlerini itibarlı olarak görmeleri ile iş tatminleri arasında önemli düzeyde ilişki olduğunu ifade etmek mümkündür.

Tablo 3. Regresyon analizi sonuçları

Model Özeti						Katsayılar			Anova		
Model	R	R ²	Düzenlenmiş R ²	Tahminlerin std. hatası	Durbin-Watson	Standardize olmayan katsayılar	Standardize katsayılar	β	Sig.	F	Sig.
1	,839 ^a	,704	,700	,59278	1,573	İş tatmini	-,659		,000**		
						Vizyon ve liderlik	,264	,290	,000**		
						Çalışma ortamı	,078	,079	,054		
						Finansal performans	,238	,228	,000**	153,63	0,000 ^b
						Ürün ve hizmetler	,106	,088	,003**		
						Sosyal sorumluluk	,243	,233	,000**		
						Duygusal çekicilik	,222	,223	,000**		

** . Korelasyon $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı (2-kuyruk)

Sağlık çalışanlarının kurumsal itibar algılarının iş tatminine etkisini tespit edebilmek için yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre kurumsal itibarın vizyon ve liderlik, finansal performans, ürün ve hizmetler, sosyal sorumluluk ve duygusal çekicilik boyutlarının iş tatminini açıklama düzeyi %70,4 olarak gerçekleşmiştir. Analiz sonuçlarına göre çalışılan kurumun vizyon ve liderlik ($\beta = 0,290$, $p = 0,000 < 0,05$), finansal performans ($\beta = 0,228$, $p = 0,000 < 0,05$), ürün ve hizmetler ($\beta = 0,088$, $p = 0,003 < 0,05$), sosyal sorumluluk ($\beta = 0,233$, $p = 0,000 < 0,05$) ve duygusal çekicilik ($\beta = 0,223$, $p = 0,000 < 0,05$) hakkındaki algılarının iş tatmini açıklama düzeyi anlamlı ve pozitif yöndedir. Son olarak kurumun çalışma ortamı hakkındaki itibarı ise çalışanların iş tatminlerini açıklama düzeyi $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı değildir. Çalışma ortamının korelasyon analizindeki anlamlı ve yüksek düzeydeki ilişkisi regresyon analizinde diğer değişkenlerle birlikte ortadan kalkmıştır. Araştırma kapsamında test edilen, bağımlı ve bağımsız değişkenlerden oluşan model $p < 0,05$ düzeyinde ($Anova^a = 0,000^b$) anlamlıdır. Elde edilen bulgular birlikte değerlendirildiğinde, çalışanların kurumlarını olumlu bir itibara sahip olarak gördüklerinde onların iş tatmini seviyeleri de artış gösterebilir. Araştırma bulgularına göre H_{1b} hipotezi desteklenmemiştir. Bulgulara göre H_{1a} , H_{1c} , H_{1d} , H_{1e} ve H_{1f} hipotezleri ise desteklenmiştir.

6. Sonuç, Tartışma ve Öneri

Sağlık çalışanlarının iş tatminleri toplum sağlığı ile doğrudan ilişkilidir. Bu ilişkinin örüntüsü kurumsal faktörlerden başlamaktadır (Vahey vd., 2004). Kurumların uygun özelliklere sahip olması çalışanların iş tatminini artırabilir. Buna bağlı olarak iş tatmini yüksek olan sağlık çalışanlarının performansının yükselmesi beklenir. Yüksek performans ise sağlık çalışanlarının toplum faydasına yaptıkları işlerin daha olumlu sonuçlar vermesini sağlayabilir. Bu ilişki dizisinde sağlık kuruluşlarının rolünü incelemek önemli bir hale gelmektedir. Bu araştırma kapsamında İstanbul ili Avrupa yakasında yer alan hastanelerdeki çalışan sağlık personelinin itibarı nasıl algıladıkları ve kurum imajının çalışanların iş tatmininin nasıl etkilediğinin tespit edilmesine odaklanılmıştır.

Araştırma sonucunda sağlık çalışanlarının yüksek düzeyde kurum itibarı algılarına, orta düzeyde iş tatminine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan çalışanların iş tatmini ile kurumun vizyon ve liderliği, çalışma ortamı, kurumun finansal performansı, kurumun ürün ve hizmetleri, kurumun sosyal sorumluluğu ve kurumun duygusal çekiciliği arasında önemli ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kurumun itibarının sağlık çalışanlarının iş tatminlerini nasıl etkilediği hakkındaki sonuçlar ise iş tatmininin kurumsal itibardan çok yüksek düzeyde etkilendiğini göstermektedir. Ayrıntılı olarak, çalışanların kurumlarını vizyon sahibi ve lider olarak görmeleri onların iş tatmini olumlu yönde etkilemektedir. Çalışılan kurumun finansal olarak iyi bir itibara sahip olması çalışanların iş tatminlerini yükseltmektedir. Sağlık kurumunda sunulan ürün/hizmetlerin iyi bir itibara sahip olması yine çalışanların iş tatminlerini olumlu yönde etkilemektedir. Sağlık çalışanları kurumlarını sosyal sorumluluğu yüksek bir kurum olarak algıladıklarında iş tatminleri olumlu yönde artmaktadır. Son olarak kurumun duygusal olarak çekici özelliklere sahip olması, sağlık çalışanlarının iş tatminlerini arttırmaktadır. Ancak çalışma ortamı çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmamaktadır. Bu sonucun nedeni, birden çok değişkenin birlikte analizinden kaynaklanabilir. Öyle ki değişkenler arasındaki ilişkilerde yüksek ilişkilere sahip olan çalışma ortamı ve iş tatmininin regresyon analizinde anlamlı bir sonuç vermemesi Hair vd. (2014)'ün de belirttiği üzere çoklu değişken testlerinde ilişkilerin birbirini gölgelemesine bağlı olabilir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular alanyazındaki araştırmalarla benzerlikler taşımaktadır. Örneğin Çınaroğlu ve Şahin (2012) tarafından yapılan araştırmada kurum itibarı algısı ile çalışan memnuniyeti arasında pozitif yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir örnek olarak, Alnaçık vd. (2020) tarafından yapılan araştırmada da çalışanların itibar algılarının iş tatminini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan, kurumsal itibarın çalışanların iş tatminleri ile nasıl ilişkili olduğunu tespit etmek üzere Çekmecelioğlu ve Dinçel (2014) tarafından yapılan araştırma sonucunda çalışma ortamının çalışanların tatmin düzeyi ile pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu araştırmada elde edilen sonuçlar ile bu araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar benzerlik göstermemektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara dayanarak sağlık çalışanlarının kurum itibarı algılarının onların iş tatminleri açısından önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu sonuca bağlı olarak, sağlık kurumlarının hastalar kadar çalışanlar için de itibarlı yerler haline getirilmesi, sağlık çalışanlarının iş tatminlerinin artmasını sağlayabilir. Kurum itibarının kurum içindeki refahı da temsil ettiği düşünüldüğünde kurum vizyonunun çalışanlarla paylaşılması, çalışma ortamının çalışanların refahlarını arttıracak şekilde yapılandırılması, ürün ve hizmetlerin kalitesinin iyileştirilmesi, kurumun topluma ve çevreye duyarlı faaliyetlerini genişletmesi ve çalışan-kurum bütünleşmesini arttırıcı aksiyonları arttırması çalışanların iş tatminini de arttıracaktır. Söz konusu aksiyonların belirlenmesinde çalışanların görüşleri önemli bir yere sahip olacaktır. Kurum içinde anketler, görüşmeler yapılması çalışanların fikirlerinin alınmasında önemli araçlar olabilir. Diğer yandan kurum itibarını arttırıcı aksiyonlardan bazıları, kurum için sosyal etkinliklerin arttırılması, çalışanların çalışma ortamlarında ergonomi, uygun iş dağılımları, işle bütünleşmelerini sağlayacak eğitimlerin yapılması, çalışanların dahil oldukları sosyal ve çevresel duyarlılık projelerinin geliştirilmesi, ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde çalışan görüşlerinden faydalanılması olabilir. Araştırmacılar açısından gelecek araştırmalara bazı öneriler sunulabilir. Çalışma ortamının iş tatminini neden etkilemediğinin ayrıntılı olarak incelenebilmesi için araştırmacılara mülakat tekniğini kullanmaları önerilir.

7. Kaynakça

- Aksoy, N., & Polat, C. (2013). Akdeniz bölgesindeki bir ilde üç farklı hastanenin cerrahi birimlerinde çalışan hemşirelerin iş doyumunu ve etkileyen faktörler. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma*, 10(2), 45-53.
- Aksoy, R. & Bayramoğlu, V. (2008). Sağlık işletmeleri için kurumsal imajın temel belirleyicileri: tüketici değerlemeleri. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 85-96.
- Al Sabei, S. D., Labrague, L. J., Ross, A. M., Karkada, S., Albashayreh, A., Al Masroori, F., & Al Hashmi, N. (2020). Nursing work environment, turnover intention, job burnout, and quality of care: The moderating role of job satisfaction, *Journal of Nursing Scholarship*, 52 (1), 95-104.
- Alniaçık, E., Pamuk, M., & Alniaçık, Ü. (2020). Kurumsal imajın bağlılık, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkileri: Sağlık çalışanları üzerinde bir araştırma. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 43-55.
- Arık, A., & Turunç, Ö. (2016). Tükenmişlik ve örgütsel bağlılık ilişkisinde demografik değişkenlerin rolü: Isparta sağlık çalışanlarında bir uygulama. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 109-130.
- Arpacıoğlu, S., Baltalı, Z., & Ünübol, B. (2021). COVID-19 pandemisinde sağlık çalışanlarında tükenmişlik, Covid korkusu, depresyon, mesleki doyum düzeyleri ve ilişkili faktörler. *Cukurova Medical Journal*, 46(1), 88-100.
- Aylaz, R., Aydoğmuş, N., & Yayan, E. H. (2017). Hemşirelerin iş doyumunu düzeylerinin belirlenmesi. *Annals of Health Sciences Research*, 6(1), 12-17.
- Bahar, B. (2019). Kurumsal itibar ve kurumsal temelleri. *Journal of Yaşar University*, 14(55), 226-236.
- Bakan, İ., Doğan, İ. F., Koçdemir, M., & Oğuz, M. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal imaj ve iş tatmini ilişkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(12), 205-226.
- Barakat, S. R., Isabella, G., Boaventura, J. M. G., & Mazzon, J. A. (2016). The influence of corporate social responsibility on employee satisfaction. *Management decision*. 54(9), 2325-2339.
- Baskındağlı, Y., & Altındağ, E. (2022). Sağlık sektöründe içsel pazarlama ve kurumsal itibarın çalışanların iş tatmini ve örgütsel bağlılıklarına etkisi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(2), 129-153.
- Bayın, G. (2016). Sağlık tüketicilerinin imaj algılarının kurumsal sıfatlar aracılığı ile belirlenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58), 763-771.
- Birgili, F., Salış, F., & Özdemir, S. (2010). Sağlık çalışanlarının iş doyumunu etkileyen bazı etmenlerin incelenmesi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(2), 27-37.
- Brayfield, A. H., & Rothe, H. F. (1951). An index of job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 35(5) 307-311.
- Büyükoztürk, Ş. (2011). *Veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi.
- Carmeli, A., & Freund, A. (2002) The relationship between work and workplace attitudes and perceived external prestige. *Corporate Reputation Review* 5, 51-68.
- Carmeli, A., & Freund, A. (2009) Linking perceived external prestige and intentions to leave the organization: The mediating role of job satisfaction and affective commitment. *Journal of Social Service Research*, 35(3), 236-250.

- Chaulagain, N., & Khadka, D. K. (2012). Factors influencing job satisfaction among healthcare professionals at Tilganga Eye Centre, Kathmandu, Nepal. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 1(11), 32-36.
- Çakır Yıldız, N., & Güneş, M. Ş. (2017). Örgütsel stresin, örgütsel sessizlik ve tükenmişlik ölçeği üzerine etkisi: Eczane Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 45-66.
- Çalışkan, A., & Özkan, H. (2019). Örgütsel bağlılığın tükenmişliğe etkisi iş tatmininin aracılık rolü Mersin ili kamu hastaneleri hemşirelerine yönelik bir uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 180-194.
- Çekmecelioğlu, H. G., & Dinçel, G. (2014). Çalışanların kurumsal itibara ilişkin algıları ve bu algıların örgütsel kıvanç, örgütsel bağlılık ve iş tatmini üzerindeki etkileri: Doğu Marmara Bölgesi plastik ambalaj sanayi üzerinde bir araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 5(2), 79-94.
- Çekmecelioğlu, H. G., & Özbağ, G. K. (2016). The role of empowerment climate in achieving corporate reputation: A study in the manufacturing sector. *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal*, 1, 390-408.
- Çelen, Ö., Teke, A., & Cihangiroğlu, N. (2013). Örgütsel bağlılığın iş tatmini üzerine etkisi: Gülhane askeri tıp fakültesi eğitim hastanesinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 18(3), 399-410.
- Çetin, B. (2019). *Performans yönetimi algısı üzerine örgütsel sosyal sermayenin etkisi: Bir sektörel araştırma* (Tez No. 622840) [Doktora Tezi, Gelişim Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Çınaroğlu, S., & Şahin, B. (2012). Kurumsal itibar ve imajın hastanelerin performansı ile ilişkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 27-55.
- Çınaroğlu, S., & Şahin, B. (2013). Özel ve kamu hastanelerinin algılanan kurumsal itibar ve imaj açısından karşılaştırılması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(18), 283-298.
- Deniz, S., Çimen, M., Çizmeci, E., Erkoç, B., & Yüksel, O. (2017). Özel hastane çalışanlarının kurumsal itibar algısının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(1), 37-48.
- Dodanwala, T. C., Santoso, D. S., & Yukongdi, V. (2022). Examining work role stressors, job satisfaction, job stress, and turnover intention of Sri Lanka's construction industry. *International Journal of Construction Management*, 1-10.
- Dursun Ergezen, F., Afşar, H., Karateke, Y., & Serpil, İ. N. C. E. (2019). Farklı kuşaklardaki hemşirelerin iş doyumunun belirlenmesi. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (4), 720-726.
- Edmans, A. (2012). The link between job satisfaction and firm value, with implications for corporate social responsibility. *Academy of Management Perspectives*, 26(4), 1-19.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). Reputation QuotientSM: Kurumsal itibarın çok paydaşlı bir ölçüsü. *Marka Yönetimi Dergisi*, 7 (4), 241-255.
- Ganu, D., & Kogutu, C. N. (2014). Effect of the big five personality traits on job satisfaction and organizational commitment in the healthcare industry: The case of Kenya, *American Journal of Health Sciences (AJHS)*, 5(2), 145-154.

- Geçikli, F., Erciş, M. S., & Okumuş, M. (2016). Kurumsal itibarın bileşenleri ve parametreleri üzerine deneysel bir çalışma: Türkiye'nin öncü kurumlarından biri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1549-1562.
- Gönültaş, T., Aytaç, N., & Akbaba, M. (2018). Çukurova Üniversitesi Balcalı hastanesinde çalışan hemşirelerde iş doyumunun araştırılması. *Sakarya Tıp Dergisi*, 8(1), 30-40.
- Gross, H. P., Ingerfurth, S., & Willems, J. (2021). Employees as reputation advocates: Dimensions of employee job satisfaction explaining employees' recommendation intention. *Journal of Business Research*, 134, 405-413.
- Güçlü, C., & Yılmaz, Y. (2020). Tatil öncesi ve sonrası destinasyon imajı karşılaştırması: Alanya örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 173-185.
- Gül, H. & Avcı, M. (2018). Kurumsal itibarın kariyer yönetimi üzerindeki etkileri: KTMÜ örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20 (34), 53-69.
- Hair J. F. Jr., Anderson R. E., Tatham R. L., & Black W.C. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Macmillan.
- Hassoy, D., & Özvurmaz, S. (2019). Bir devlet hastanesindeki sağlık çalışanlarının iş doyumunu ve etkileyen faktörler. *Hemşirelik Bilimi Dergisi*, 2(3), 27-32.
- Helm, S. (2007). The role of corporate reputation in determining investor satisfaction and loyalty. *Corporate reputation review*, 10, 22-37.
- Hoş, C., & Oksay, A. (2015). Hemşirelerde örgütsel bağlılık ile iş tatmini ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20 (4), 1-24.
- Işık, M., & Zincirkıran, M. (2016). Kurumsal itibar algısının iş tatminine etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü: Doğu Anadolu bölgesindeki üniversiteler üzerinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 89-106.
- İpçioğlu, İ., & Arpa, D. (2020). Marka değeri ile kurumsal itibar ilişkisinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 821-841.
- İşcan Ö. F. (2002). *Küresel işletmecilikte dönüştürücü liderlik anlayışı büyük ölçekli işletmelerde bir uygulama* (Yayımlanmış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Judge, T. A., Locke, E. A., Durham, C. C., & Kluger, A. N. (1998). Dispositional effects on job and life satisfaction: The role of core evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 17-34.
- Kara, A. U., & Köksal, K. (2022). Bağlılık, çalışan performansı ve iş tatmini ilişkisinde özgeciliğin düzenleyici rolü: Sağlık çalışanları üzerinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 284-302.
- Karahan, M. (2017). Denetim raporlarının yayınlanma süresini etkileyen faktörler BİST 100 endeksinde yer alan şirketler üzerine ampirik bir uygulama. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*. 4(15), 1819-1830.
- Keser, A., & Öngen Bilir, K. B. (2019). İş tatmini ölçeğinin Türkçe güvenilirlik ve geçerlilik çalışması. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (3), 229-239.
- Kocaay, F., Demir, B. T., & Biçer, B. K. (2022). Üniversite öğrencilerinde internet, sosyal medya ve oyun bağımlılığının değerlendirilmesi. *Sağlık Bilimlerinde Değer*, 12(3), 511-519.

- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma yöntemleri*. Türkmen Kitabevi.
- Lawler III, E. E., & Porter, L. W. (1967). The effect of performance on job satisfaction. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 7(1), 20-28.
- Lepistö, K., Saunila, M., & Ukko, J. (2022). Enhancing customer satisfaction, personnel satisfaction and company reputation with total quality management: Combining traditional and new views. *Benchmarking: An International Journal*, (ahead-of-print). <https://www.doi.org/10.1108/BIJ-12-2021-0749>
- Li, N., Zhang L., Xiao, G., Chen, J., & Lu, Q. (2019). The relationship between workplace violence, job satisfaction and turnover intention in emergency nurses. *International Emergency Nursing*, 45, 50-55.
- Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction?. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336.
- Locke, E. A. (1970). Job satisfaction and job performance: A theoretical analysis. *Organizational Behavior and Human Performance*, 5(5), 484-500.
- Mawardi, M. C. (2022). Alternative work arrangements, work environment, and job stress on job satisfaction and turnover intention. *Golden Ratio of Human Resource Management*, 2(1), 27-39.
- Newman, K., Maylor, U., & Chansarkar, B. (2002), The nurse satisfaction, service quality and nurse retention chain: Implications for management of recruitment and retention. *Journal of Management in Medicine*, 16(4), 271-291. <https://doi.org/10.1108/02689230210445095>
- Özaydın, Ö., Vural, A., Balcı, N., & Güdük, Ö. (2022). COVID-19 salgını döneminde sağlık çalışanlarının iş doyumunu. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(1), 54-62.
- Özdemir, L., Elitok, U., & Elitok, Y. (2019). İtibar katsayısı ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliğinin bankacılık sektöründe incelenmesi. *Eurasian Economies 2019*, 369-375.
- Özkaya, H., & Erkekli, S. (2021). Bireylerin internet bağımlılıkları ile rekreasyonel aktivite tercihlerini belirlemeye yönelik bir çalışma Ankara ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 8(3), 346-354.
- Öztürk, C., & Özdoğan, D. (2022). Örgütsel bağlılık ile iş doyumunu ilişkisi: Tatvan Devlet Hastanesi örneği. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (17), 1-10.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Effect of job satisfaction, employee loyalty and employee commitment on leadership style (Human resource literature study). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 762-772.
- Sart, G., Sezgin, F. H., & Demir, N. (2018). Devlet ve vakıf üniversiteleri için kurumsal itibar algısının istatistiksel bir analizi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(1), 66-83. DOI: 10.14514/BYK.m.21478082.2018.6/1.66-83.
- Sivuk, D., & Seyhan, F. (2021), Örgütsel çatışma, örgütsel stres, iş yaşam kalitesi, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: Sağlık çalışanlarının verimliliği üzerine bir araştırma, *Verimlilik Dergisi*, 4, 185-201.
- Smidts, A., Pruyn, Ad Th. H., & van Riel, C.B. M. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *The Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.

- Srivastava, S., Mısra, R., & Madan, P. (2019). The saviors are also humans': Understanding the role of quality of work life on job burnout and job satisfaction relationship of Indian doctors. *Journal of Health Management* 21(2), 210-229.
- Şatır, Ç., & Sümer, F. (2008). Kurum itibarının bileşenleri üzerine bir araştırma: sağlık hizmeti üreten bir kamu kurumunda iç paydaşlar itibarı nasıl algılıyor? *Selçuk İletişim*, 5(2), 15-25.
- Tuğay, O., & Kılıç, M. B. (2017). Meslek etiği ve muhasebe meslek mensuplarının etik sözleşme algısının kuramsal modeli. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 542-554.
- Tuna, Ö. (2016). Kurumsal etik ve kurumsal itibar ilişkisi üzerine özel sağlık kurumlarında bir araştırma. *IV. Örgütsel Davranış Kongresi*, 4-5 Kasım 2016.
- Uçar, F., Gülmez, E., Mutlu, Ö., Erbaş, S., & Gez, K. (2015). Kâr amacı gütmeyen kurumların kurumsal itibarı: Kızılay örneği. *Selçuk İletişim*, 8(4), 131-153.
- Ünaldı, N. (2015). Sağlık hizmeti sunan kurumlarda itibarın önemi. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 2(2), 100-111.
- Vahey, D. C., Aiken, L. H., Sloane, D. M., Clarke, S. P., & Vargas, D. (2004). Nurse burnout and patient satisfaction. *Medical Care*, 42(2), 57-66.
- Van, R. C., & Balmer, J. (1997). Corporate identity: The concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 31(5), 340-355.
- Vroom, V. H. (1962). Ego involvement, job satisfaction, and job performance. *Personnel Psychology*, 15(2), 159-177. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1962.tb01858.x>
- Winkelhaus, S., Grosse, E. H., & Glock, C. H. (2022). Job satisfaction: An explorative study on work characteristics changes of employees in Intralogistics 4.0. *Journal of Business Logistics*, 43, 343-367. <https://doi.org/10.1111/jbl.12296>
- Yang, L., Yaacob, Z., & Teh, S. Y. (2015). The impact of corporate reputation on job satisfaction and financial performance: A study of small and medium sized enterprises in Hebei, China. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 3(1), 72-87.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay.
- Aaker, D.A., Kumar, V., & Day, G.S., (2007). *Marketing research* (9th Ed.). John Wiley & Sons, Danvers.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing research an applied orientation* (4th Ed.). Pearson Prentice Hall.