

İşgörenlerin “Dışsal Prestij ve Örgütsel Destek” Algılamalarının Demografik Nitelikler Açısından Değerlendirilmesi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma

Gaye Deniz*, Betül Çetin

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, işgörenlerin “dışsal prestij ve örgütsel destek” algılarını demografik nitelikler açısından araştırmaktır. Nevşehir ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan 214 işgörenden oluşan örneklemden anket tekniğiyle veri toplanmış ve istatistiksel açıdan değerlendirilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde t-testi, ANOVA analizi ve Cronbach Alpha testi uygulanmıştır. İşgörenlerin yaşlarına göre dışsal prestij algılarında; eğitim durumu, otelde çalışma süresi ve pozisyonlarına göre ise hem dışsal prestij hem de örgütsel destek algılarında önemli farklılıklar görülmüştür. Çalışmaya dair bulguların, özellikle turizm yazını açısından sınırlı sayıda araştırma yapılmış olması nedeniyle bu alana katkı sağlayacağı beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan dışsal prestij, algılanan örgütsel destek, demografik nitelik, otel işletmeleri, Nevşehir.

The Evaluation Employees' "External Prestige and Organizational Support" Perceptions in Terms of Demographic Characteristics: A Study in Hotel Enterprises

ABSTRACT

The purpose of study is to investigate hotel establishments employees' "external prestige and organizational support" perceptions in terms of demographic characteristics. Data were collected from the sample consisting of 214 employees working in hotel enterprises operating in Nevşehir province with the questionnaire technique and were evaluated statistically. T-test, ANOVA analysis and Cronbach's Alpha test was applied to evaluate data. There were significant differences in employees' perceptions of external prestige by age and employees' perceptions of external prestige and organizational support by educational status, duration of stay at the hotel and position. Findings of work are expected to contribute to this field, especially since a limited number of studies have been conducted in terms of tourism literature.

Keywords: Perceived external prestige, perceived organizational support, demographic characteristics, hotel enterprises, Nevşehir.

Doi: <http://dx.doi.org/10.31822/jomat.422941>

* Corresponding Author

Article History: Submitted:11.05.2018- Accepted:05.06.2018

Research Paper

Gaye Deniz*:

Öğr. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Email: gaye.yuksel@nevsehir.edu.tr, Orcid id:0000-0002-9980-8506

Betül Çetin:

Email:betulcetin51@gmail.com, Orcid id:0000-0002-0145-1570



Jomat is licensed under Creative Commons Attribution-Noncommercial-Derivable 4.0 International License.

1. GİRİŞ

Günümüzde, nihai hedef olan performansı optimize etmek ve sürdürülebilir rekabeti sağlamak adına, örgütlerin çeşitli enstrümanları kullandıkları görülmektedir. Örgütlerde etkinlik ve verimliliğin artırılmasına yönelik davranışların neler olabileceğinin araştırılması son derece önemsenen bir konu haline gelmiştir. Özellikle algı konusu, entelektüel sermayenin yönetimi sürecinde hassasiyetle ele alınması gereken bir durumdur. Örgüt açısından nitelikli işgücüyle yola devam etmek ne kadar önemliyse, birey açısından da örgüte yönelik pozitif algılar oluşturmak o denli önemlidir. Algılama, bireyin çevreden kendisine doğru akan bilgileri alma, düzenleme ve yorumlama sürecidir (Erdoğan, 1996: 2). Bireylerin algıları yaşam biçimlerine, kültürlerine, inanç sistemlerine, değerlerine, kişilik özelliklerine göre değişir. Bu nedenle, bireylerin örgütlerini algılamalarıyla ilgili karşılaşılan farklılıkların hangi faktörlerden kaynaklandığı önemli bir araştırma konusudur.

Örgütlerde son dönemlerde sıklıkla karşılaşılan iki önemli algı konusu; dışsal prestij ve örgütsel destektir. Dışsal prestij algısı; bireyin “ben bu örgüte dahil olduğum için başkaları benim hakkımda ne düşünür?” fikrine dayanmaktadır (Yeşiltaş vd., 2011: 174). “Dışarıdaki insanların örgüt hakkında ne düşündüğüne ilişkin bir işgörenin inancı” (Carmeli, 2005: 444) olarak ifade edilen algılanan dışsal prestij kavramının yazına yakın zamanlarda dâhil olduğu ve örgütte meydana getirdiği birçok davranışın olumlu ve olumsuz sonuçlarının da açıklandığı görülmektedir. Rekabetin yoğun olarak yaşandığı bir ortamda örgütlerin iyi bir prestije sahip olmaları, tüm paydaşlar açısından bir çekicilik unsuru oluşturur (Deniz, 2017: 3-71). Algılanan örgütsel destek ise; yazında “örgütün işgörenin işe katılımına önem vermesi ve iyiliğini önemsemesine yönelik oluşan algı ile işgörenleri etkileyen her türlü faaliyetin örgüt tarafından gönüllü olarak gerçekleştirildiğine ilişkin duygular” (Eisenberger vd., 1986: 500) olarak tanımlanmaktadır. Beklentileri karşılandığında ve örgütsel destek algıları güçlü olduğunda işgörenler, daha yüksek performans ve örgüte daha fazla fayda sağlayan davranışlar sergileme eğiliminde olduklarından, örgüt tarafından bu algının olumlu yönde oluşturulması önem taşımaktadır (Aydoğan ve Deniz, 2018: 20).

İşgörenlerin pozitif davranışlar sergilemeye yönlendirilmeleri adına örgütlerin kullandıkları bu enstrümanların, öncülleri ve ardılları üzerinde yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Bu araştırma, önceki çalışmalardan farklı olarak otel işletmesi işgörenlerinin “dışsal prestij ve örgütsel destek” algılamalarını demografik nitelikler açısından değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Algılanan dışsal prestij (ADP); örgüt biliminde olumlu iş çıktıları ile olan ilişkisi yeterli düzeyde incelenmemiş görece yeni ve ilgi çekici bir kavramdır. Yazında, işgörenlerin, örgüt dışında bulunanların örgütü nasıl gördüklerine ilişkin düşüncelerini (Dutton vd., 1994; Smidts vd., 2001) ifade etmek için kullanılmaktadır. Dışsal prestij olgusundan bahseden ilk yönetim bilimciler olan Marc ve Simon (1975) bir özdeşleme modeli geliştirerek, bireyin örgütle özdeşleşmesinde öne sürdükleri varsayımlardan biri olarak grubun algılanan itibarının yüksekliği ölçüsünde, bireyin özdeşleşme derecesinin de o derece kuvvetli olacağını ifade etmişlerdir. İşgörenler içinde buldukları örgütü sosyal açıdan değerlendirirken bu yolla bilgi elde etmektedirler. Ancak bu değerlendirmeler bireysel olduğu için, aynı örgüt üyelerinin örgütün dışsal prestijine ilişkin düşünceleri birbirinden farklı olabilecektir (Smidts vd., 2001). İşgörenlerin dışsal prestij algılarının olumlu yönde oluşması dahilinde, çalıştıkları örgüte yönelik hangi tutum ve davranışları geliştirdiği ve hangi faydaları sağladığı ilgi çeken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Konu üzerinde yapılan araştırmalar dışsal prestij algısının, işten ayrılma niyeti, lider-üye etkileşimi, işgören bağlılığı, örgütsel stres ve işgören performansı gibi davranışlarına doğrudan

yansıdığını göstermektedir (Mael ve Ashforth, 1992; Herrbach vd., 2004; Çiftçiöğlü, 2010; Yeşiltaş vd., 2011; Kang vd., 2012; Göksel vd., 2017).

Algılanan örgütsel destek (AÖD); örgütün işgörenin katılımına önem vermesi ve iyiliğini önemsemesine yönelik algılar ve işgöreni etkileyen faaliyetlerin, örgütün gönüllü olarak gerçekleştirdiğine ilişkin duygular (Eisenberger vd., 1986: 500) olarak tanımlanmaktadır. İşgörenleri bir değer kabul etmek, mutluluklarını önemsemek ve bunu hissettirmek örgütlerin elindeki önemli motivlerden biridir. Beklentileri karşılanan işgörenler, örgütün beklentilerini karşılamak için gayret sarf edeceklerdir (Rhoades ve Eisenberger, 2002; Organ, 1977). Bu bakış açısı ile AÖD, Blau'nun (1964) sosyal etkileşim teorisine dayalı olarak değerlendirilmektedir. Buna göre, işgörenler örgüt faaliyetlerinin kendileri açısından faydalı olduğuna inançları ölçüsünde bağlılık ve performans ile karşılık vermektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). İşgörenler tarafından AÖD, kendilerini güvende hissetmelerine ve arkalarında örgütün gücünü hissetmelerine sebep olacağından işgörenlerin işe ve işletmeye karşı tutumlarını etkileyecektir (Özdevecioğlu, 2003). Yazında yer alan çalışmalarda, işgörenlerin algıladıkları örgütsel desteğe bağlı olarak örgütün beklentileri yönünde davranış sergiledikleri görülmektedir. Dolayısıyla AÖD'nin, örgütsel özdeşleşme, iş performansı, iş-aile ve aile-iş çatışması, işten ayrılma niyeti, örgütsel bağlılık, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı gibi pek çok örgütsel davranışın öncülü olabileceği yazında da ortaya konmuştur (Cheney, 1983; Tyler ve Blader, 2000; Çakır, 2001; Rhoades ve Eisenberger, 2002; Foley vd., 2005; Van Knippenberg ve Sleebos, 2006; Hui vd., 2007; Cheung ve Law, 2008).

3. METODOLOJİ

Bu bölümde araştırmanın metodolojisine değinilerek araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırma modeli ve hipotezleri, veri toplama yöntemi ve araştırmanın analizi ve bulguları hakkında bilgi verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin “dışsal prestij ve örgütsel destek” algılarını incelemek ve bu algıların demografik nitelikler açısından farklılaşıp farklılaşmadığını saptamaktır. Özellikle yaş, cinsiyet, eğitim durumu, sektörde çalışma süresi, otelde çalışma süresi, departman ve pozisyon değişkenlerinin işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları üzerindeki etkilerini belirlemektir. Önceki araştırmalarda, ADP'nin ve AÖD'nin, birlikte farklı sektörlerde ilişkilendirildiği çalışmalar bulunmaktadır (Fuller vd., 2006; Shen vd., 2009; Oktuğ, 2013; Ates vd., 2017). Ancak her iki değişkenin birlikte otel işletmelerinde araştırma konusu olarak çok fazla ele alınmaması (Aydoğan ve Deniz, 2018), mevcut çalışmada kavramların demografik açıdan irdelenmemesi ve mevcut çalışmalara bir yenisinin eklenmesi nedeniyle bu çalışma önem arz etmektedir.

Bu araştırma; Nevşehir ilinde bulunan otel işletmeleri işgörenleri üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın evreni ıldaki tüm otel işletmelerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturan işletmeler, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği ile seçilmiş ve katılımcıların gönüllülüğü esas alınmıştır. Yazarlar tarafından otellere daha sonra toplanmak üzere 250 anket dağıtılmış ve anketlerden 214'ü geri dönmüştür. Anketlerin geri dönüş oranı % 86'dır ve bu oran bilimsel olarak kabul edilebilir (büyüköztürk, 2005: 12).

3.2. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZ GELİŞTİRME

Araştırma kapsamında işgörenlerin “dışsal prestij ve örgütsel destek” algılarının çeşitli demografik niteliklere göre farklılık gösterip göstermediği ölçülmüştür. Yazında konu ile ilişkili çalışmalardan yola çıkarak hipotezler geliştirilmiştir (tablo 1). Buna göre, “dışsal prestij ve örgütsel destek” algılarının yaş,

cinsiyet, eğitim durumu, sektörde çalışma süresi, otelde çalışma süresi, departman ve pozisyon gibi demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır.

Gerek ADP'yi ve gerekse AÖD'yi demografik özellikler bakımından inceleyen birkaç araştırma bulunmaktadır (Çiftçioğlu ve Sabuncuoğlu, 2011; Tsung-Liang Lin, 2013; Büyükgöze, 2014; Candan ve Kaya, 2015; Kızıloğlu vd., 2017). Bu çalışmada ise, her bir demografik değişken esas alınarak otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin “dışsal prestij ve örgütsel destek” algıları açısından aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

Tablo 1. Hipotezler

<i>Hipotez₁</i> : İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları yaşa göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez₂</i> : İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları cinsiyete göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez₃</i> : İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez₄</i> : İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları sektörde çalışma süresine göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez₅</i> : İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları otelde çalışma süresine göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez₆</i> : İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları departmana göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez₇</i> : İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları pozisyona göre farklılaşmaktadır.

4. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Araştırmada kullanılan veriler, 2018 yılının Ocak-Şubat aylarında yazarlar tarafından otellerde çalışan personele dağıtılan 214 anketten elde edilmiştir. Anketin ilk bölümü; ADP ve AÖD'ye, yönelik ifadelerle bu kavramları ölçmeye yöneliktir. İkinci bölümde ise araştırmaya katılan işgörenlerin demografik özelliklerinin belirlenmesine çalışılmıştır. İşgörenlerin “dışsal prestij algılarına” yönelik eğilimlerini ölçmek için Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen sekiz maddelik ADP ölçeğinden faydalanılmıştır. İşgörenlerin “örgütsel destek algılarını” ölçmek üzere Eisenberger ve diğerleri (1986) tarafından geliştirilen 36 soruluk ölçeğin kısaltılmış versiyonlarından Turunç ve Çelik (2010) tarafından Türkçe geçerlemesi yapılan 10 maddelik ölçek kullanılmıştır. Cevaplar 5'li likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) ölçek ile alınmıştır. Konaklama sektöründe yapılan araştırmalarda ölçeklerin ölçme gücünün yeterli olduğu ortaya konmuştur.

5. ARAŞTIRMANIN ANALİZİ VE BULGULARI

Araştırmada elde edilen veriler hazır bir istatistik programı (ibm spss statistics 21.0) yardımıyla analiz edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik analizi için cronbach's alpha testi uygulanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde işgörenlerin demografik niteliklerini ortaya koymak amacıyla frekans ve yüzde analizi yapılmıştır. Araştırmanın asıl amacı olan demografik nitelikler ile “dışsal prestij ve örgütsel destek” algısı arasındaki farklılıkları test etmek amacıyla t-testi ve anova analizine başvurulmuştur.

Algılanan dışsal prestij ve algılanan örgütsel destek ölçeklerinin güvenilirlik çalışması için iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır. Güvenirliliği ölçmeye yönelik farklı analiz türleri olmasına rağmen en yaygın olarak kullanılan cronbach's alpha katsayısıdır (özdamar, 2004; kalaycı, 2010). Sekiz maddeden oluşan algılanan dışsal prestij ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı 0,82 ve 10 maddeden oluşan algılanan örgütsel destek ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı 0,86 bulunmuştur. Ölçeklere ait cronbach's alpha katsayısının 0,90-0,82 arasında olması ölçeğin güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

Araştırmaya katılan işgörenler yaş, cinsiyet, eğitim durumu, sektörde çalışma süresi, otelde çalışma süresi, departman ve pozisyon değişkenleri esas alınarak istatistiksel açıdan değerlendirilmiştir. Tablo 2, katılımcıların demografik değişkenlere göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Demografik Veriler

<i>Değişkenler</i>		<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
<i>Yaş</i>	25 Yaş ve Altı	52	24,3
	26-35 Yaş Arası	93	43,5
	36-45 Yaş Arası	53	24,8
	46-55 Yaş Arası	9	4,2
	56 Yaş ve Üstü	7	3,2
<i>Cinsiyet</i>	Kadın	78	36,4
	Erkek	136	63,6
<i>Eğitim Durumu</i>	İlköğretim	17	7,9
	Lise ve Dengi Okul	76	35,5
	Meslek Yüksekokulu	53	24,8
	Fakülte/Yüksekokul	65	30,4
	Lisans Üstü	3	1,4
<i>Turizm Sektöründe Çalışma Süresi</i>	1 Yıldan Daha Az	12	5,6
	1-5 Yıl Arası	83	39,2
	6-10 Yıl Arası	85	39,4
	10 Yıldan Daha Fazla	34	15,8
<i>Otelde Çalışma Süresi</i>	1 Yıldan Daha Az	65	30,4
	1-5 Yıl Arası	106	49,5
	6-10 Yıl Arası	37	17,3
	10 Yıldan Daha Fazla	6	2,8
<i>Otelde Çalışılan Departman</i>	Önbüro	55	25,7
	Kat Hizmetleri	64	29,9
	Yiyecek-İçecek	53	24,8
	Satış-Pazarlama	6	2,8
	İnsan Kaynakları	5	2,3
	Muhasebe-Finans	6	2,8
	Teknik-Güvenlik	25	11,7
<i>Oteldeki Pozisyon</i>	Departman Yöneticisi	23	10,7
	Departman Şefi	20	9,4
	Departman Elemanı	171	79,9

Tablo 2’de görüldüğü üzere, yanıtlayıcıların % 43,5’i 26-35 yaş aralığında, % 63,6’sı erkek, % 35,5’i lise ve dengi okul mezunudur. Katılımcıların % 39,4’ü sektörde 6-10 yıl arası bir tecrübeye sahiptir, % 49,5’i buldukları otelde 1-5 yıl arasında iş tecrübesine sahiptir. Ayrıca yanıtlayıcıların çoğunluğu önbüro, kat hizmetleri ve yiyecek-içecek departmanlarında çalışan elemanlardır.

İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algılarına ilişkin görüşlerinin yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği 214 kişiden elde edilen veri üzerinden araştırılmıştır. Anova analizi sonuçları tablo 3’te verilmiştir. Tablo 3’te görüldüğü üzere, işgörenlerin dışsal prestij algıları yaşa göre farklılık gösterirken ($f_{(4, 209)} = 3,680, p < .05$); örgütsel destek algıları farklılık göstermemektedir ($f_{(4, 209)} = 2,189, p > .05$). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma tukey testi sonuçlarına bakıldığında, 46 yaş ve üstü (ort. = 3,81; s.s. = ,71) işgörenlerin daha yüksek bir dışsal prestij algısına sahip oldukları görülmüştür. Bu sonuca göre “hipotez1: işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları yaşa göre farklılaşmaktadır” ifadesi algılanan dışsal prestij açısından kabul edilirken, algılanan örgütsel destek açısından reddedilmektedir.

Tablo 3. Yaşa Göre Algılanan “Dışsal Prestij Ve Örgütsel Desteğe” İlişkin Anova Analizi Sonuçları

	<i>Varyans kaynağı</i>	<i>Kareler toplamı</i>	<i>S.d.</i>	<i>Kareler ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<i>Algılanan dışsal prestij</i>	Gruplar arası	4,285	4	1,071	3,680	,006
	Grup içi	60,839	209	,291		
	Toplam	65,124	213			
<i>Algılanan örgütsel destek</i>	Gruplar arası	2,058	4	,515	2,189	,071
	Grup içi	49,129	209	,235		
	Toplam	51,188	213			

İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algısına ilişkin görüşleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği 214 kişiden elde edilen veri üzerinden araştırılmıştır. Bağımsız örneklem t-testi sonuçları aşağıdaki tablo 4'te yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre işgörenlerin hem dışsal prestij ($t_{(212)} = 1,287, p > .05$) hem de örgütsel destek algıları ($t_{(212)} = ,574, p > .05$) cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre hipotez₂ kabul edilmemektedir. Başka bir ifadeyle işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları cinsiyete göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Algılanan “Dışsal Prestij ve Örgütsel Desteğe” İlişkin T-Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	s.d.	t	P
Algılanan Dışsal Prestij	Kadın	78	4,2949	,53980	212	1,287	,199
	Erkek	136	4,1939	,55898			
Algılanan Örgütsel Destek	Kadın	78	4,3577	,47250	212	,574	,566
	Erkek	136	4,3176	,50124			

Eğitim durumuna göre işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algılarına ilişkin ANOVA analizi sonuçları tablo 5'te verilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü üzere, işgörenlerin eğitim durumuna göre hem dışsal prestij ($F_{(4, 209)} = 17,771, p < .05$) hem de örgütsel destek algıları ($F_{(4, 209)} = 12,941, p < .05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma Tukey testi sonuçlarına bakıldığında, lisansüstü eğitime sahip olan işgörenlerin gerek dışsal prestij (Ort. = 4,83; s.s. = ,19) gerekse örgütsel destek (Ort. = 4,73; s.s. = ,46) algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre “Hipotez₃: İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır” ifadesi kabul edilmektedir.

Tablo 5. Eğitim Durumuna Göre Algılanan “Dışsal Prestij ve Örgütsel Desteğe” İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	P
Algılanan Dışsal Prestij	Gruplar Arası	16,528	4	4,132	17,771	,000
	Grup İçi	48,595	209	,233		
	Toplam	65,124	213			
Algılanan Örgütsel Destek	Gruplar Arası	10,161	4	2,540	12,941	,000
	Grup İçi	41,026	209	,196		
	Toplam	51,188	213			

İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algılarına ilişkin görüşlerinin turizm sektöründe çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği 214 kişiden elde edilen veri üzerinden araştırılmıştır. ANOVA analizi sonuçları tablo 6'da verilmiştir. Tablo 6'da görüldüğü üzere, işgörenlerin turizm sektöründe çalışma süresine göre dışsal prestij ($F_{(3, 210)} = 1,969, p > .05$) ve örgütsel destek algıları ($F_{(3, 210)} = 2,412, p > .05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, “Hipotez₄: İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları sektörde çalışma süresine göre farklılaşmaktadır” ifadesi reddedilmektedir.

Tablo 6. Turizm Sektöründe Çalışma Süresine Göre Algılanan “Dışsal Prestij ve Örgütsel Desteğe” İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

	<i>Varyans Kaynağı</i>	<i>Kareler Toplamı</i>	<i>s.d.</i>	<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<i>Algılanan Dışsal Prestij</i>	Gruplar Arası	1,782	3	,594	1,969	,120
	Grup İçi	63,342	210	,302		
	Toplam	65,124	213			
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	Gruplar Arası	1,705	3	,568	2,412	,068
	Grup İçi	49,482	210	,236		
	Toplam	51,188	213			

Otelde çalışma süresine göre işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algılarına ilişkin ANOVA analizi sonuçları tablo 7’de verilmiştir. Tablo 7’de görüldüğü üzere, işgörenlerin otelde çalışma süresine göre hem dışsal prestij ($F(3, 210) = 4,978, p < .05$) hem de örgütsel destek algıları ($F(3, 210) = 6,747, p < .05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma Tukey testi sonuçlarına bakıldığında, 10 yıldan daha fazla süredir aynı otelde çalışan işgörenlerin dışsal prestij algılarının (Ort. = 4,50; s.s. = ,46) ve 6 ila 10 yıldır aynı otelde çalışan işgörenlerin örgütsel destek algılarının (Ort. = 4,61; s.s. = ,41) daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre “Hipotez₅: İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları otelde çalışma süresine göre farklılaşmaktadır” ifadesi kabul edilmektedir.

Tablo 7. Otelde Çalışma Süresine Göre Algılanan “Dışsal Prestij ve Örgütsel Desteğe” İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

	<i>Varyans Kaynağı</i>	<i>Kareler Toplamı</i>	<i>s.d.</i>	<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<i>Algılanan Dışsal Prestij</i>	Gruplar Arası	4,324	3	1,441	4,978	,002
	Grup İçi	60,800	210	,290		
	Toplam	65,124	213			
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	Gruplar Arası	4,500	3	1,500	6,747	,000
	Grup İçi	46,687	210	,222		
	Toplam	51,188	213			

Departmana göre işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algılarına ilişkin ANOVA analizi sonuçları tablo 8’de verilmiştir. Tablo 8’de görüldüğü üzere, işgörenlerin buldukları departmana göre hem dışsal prestij ($F(6, 207) = 1,258, p > .05$) hem de örgütsel destek algıları ($F(6, 207) = 1,197, p > .05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sonuca göre “Hipotez₆: İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları departmana göre farklılaşmaktadır” ifadesi reddedilmektedir.

Tablo 8. Departmana Göre Algılanan “Dışsal Prestij ve Örgütsel Desteğe” İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

	<i>Varyans Kaynağı</i>	<i>Kareler Toplamı</i>	<i>s.d.</i>	<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<i>Algılanan Dışsal Prestij</i>	Gruplar Arası	2,291	6	,382	1,258	,278
	Grup İçi	62,833	207	,304		
	Toplam	65,124	213			
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	Gruplar Arası	1,716	6	,286	1,197	,309
	Grup İçi	49,471	207	,239		
	Toplam	51,188	213			

İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algılarına ilişkin görüşlerinin çalıştıkları pozisyona göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği 214 kişiden elde edilen veri üzerinden araştırılmıştır. ANOVA analizi sonuçları tablo 9’da verilmiştir. Tablo 9’da görüldüğü üzere, işgörenlerin otelde buldukları pozisyona göre dışsal prestij ($F_{(2,211)} = 10,103$, $p < .05$) ve örgütsel destek algıları ($F_{(2,211)} = 14,456$, $p < .05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tukey testi sonuçlarına bakıldığında, otelde departman yöneticisi olarak çalışan işgörenlerin dışsal prestij (Ort. = 4,69; s.s. = ,36) ve örgütsel destek algılarının (Ort. = 4,80; s.s. = ,31) daha yüksek olduğu görülmüştür. Buna göre, “Hipotez7: İşgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları pozisyona göre farklılaşmaktadır” ifadesi kabul edilmektedir.

Tablo 9. Pozisyona Göre Algılanan “Dışsal Prestij ve Örgütsel Desteğe” İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

	<i>Varyans Kaynağı</i>	<i>Kareler Toplamı</i>	<i>s.d.</i>	<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<i>Algılanan Dışsal Prestij</i>	Gruplar Arası	5,691	2	2,846	10,103	,000
	Grup İçi	59,432	211	,282		
	Toplam	65,124	213			
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	Gruplar Arası	6,169	2	3,084	14,456	,000
	Grup İçi	45,019	211	,213		
	Toplam	51,188	213			

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüz modern yönetim tekniklerinin en fazla uygulama alanı bulduğu sektörlerden biri olan turizmde, işletmelerin mekanik örgütlenmeden oldukça uzak oldukları gözlenmektedir. Zira sürdürülebilirliğin en temel yolu müşteri memnuniyetinden geçmektedir. Bu düşünceden hareketle, örgütlerde dış müşteri memnuniyetinin, iç müşteri aracılığıyla sağlanması gerektiğinin farkında olan işletmeler, bir takım örgütsel davranış konularını daha önemser hale gelmiştir. Özellikle işgörenlerin algılarını etkileyen konularda atılan adımlar, örgütlerin kendilerini geliştirmeleriyle sonuçlanmaktadır.

İşgörenlerin, örgütlerine dair dışarıdakilerin ne düşündüğüne dair inancı olan dışsal prestij algıları ile örgütün işgörenin katılımına önem vermesi ve iyiliğini önemsemesine yönelik algıları olan örgütsel destek, iç müşteri memnuniyetini oluşturmak anlamında yöneticinin elinde bulunan önemli enstrümanlardır. Her iki algının da işgören açısından pozitif olması, nihai olarak dış müşteriye sunulan hizmetin kalitesini etkilemesi suretiyle önem taşımaktadır. Bu bakımdan, örgütlerde ADP'nin ve AÖD'nin mevcudiyeti ve işgörenlerin demografik niteliklerine göre bu algıların nasıl farklılaştığı çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Araştırmada hipotezler doğrultusunda yapılan istatistiksel analizlerin sonuçları tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Hipotez Analizlerinin Sonuçları

<i>Algılanan Dışsal Prestij</i>	<i>Analiz Sonucu</i>		<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>
<i>Hipotez1:</i> İşgörenlerin dışsal prestij algıları yaşa göre farklılaşmaktadır.	Kabul	Red	<i>Hipotez1:</i> İşgörenlerin örgütsel destek algıları yaşa göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez2:</i> İşgörenlerin dışsal prestij algıları cinsiyete göre farklılaşmaktadır.	Red	Red	<i>Hipotez2:</i> İşgörenlerin örgütsel destek algıları cinsiyete göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez3:</i> İşgörenlerin dışsal prestij algıları eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.	Kabul	Kabul	<i>Hipotez3:</i> İşgörenlerin örgütsel destek algıları eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez4:</i> İşgörenlerin dışsal prestij algıları sektörde çalışma süresine göre farklılaşmaktadır.	Red	Red	<i>Hipotez4:</i> İşgörenlerin örgütsel destek algıları sektörde çalışma süresine göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez5:</i> İşgörenlerin dışsal prestij algıları otele çalışma süresine göre farklılaşmaktadır.	Kabul	Kabul	<i>Hipotez5:</i> İşgörenlerin örgütsel destek algıları otele çalışma süresine göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez6:</i> İşgörenlerin dışsal prestij algıları departmana göre farklılaşmaktadır.	Red	Red	<i>Hipotez6:</i> İşgörenlerin örgütsel destek algıları departmana göre farklılaşmaktadır.
<i>Hipotez7:</i> İşgörenlerin dışsal prestij algıları pozisyona göre farklılaşmaktadır.	Kabul	Kabul	<i>Hipotez7:</i> İşgörenlerin örgütsel destek algıları pozisyona göre farklılaşmaktadır.

Tablo 10'da görüldüğü üzere, ADP'nin yaşa göre, hem ADP'nin hem de AÖD'nin eğitim durumu, otele çalışılan süre ve pozisyona göre farklılaştıkları gözlenmiştir. İlave olarak, cinsiyete, turizm sektöründe çalışılan süreye ve departmana göre ADP ve AÖD açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. ADP ve AÖD'nin demografik niteliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının incelendiği bu çalışmanın sonuçları şu şekilde yorumlanabilir:

- İşgörenlerin örgüte yönelik dışsal prestij algısının yüksek olması arzulanan bir durumdur. Bu aynı zamanda kurumun imajının da iyi olduğunun bir göstergesidir. Araştırmada, yaşa göre işgörenlerin dışsal prestij algılarında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre, özellikle orta yaş üstü işgörenler buldukları örgütün dışarıdakiler tarafından prestijli olarak algılandığına yönelik bir inanç taşımaktadırlar. Nitekim her yaş grubunun bu prestij algısının yüksek olması beklenirken, yapılan araştırmada özellikle emekliliğe daha yakın yaş grubunun bu algısının daha yüksek olduğunun görülmesi, şayet uzun yıllar bu örgüte emek vermişlerse bağlılıklarından ileri gelen bir tutum olabilir. Genç yaştaki işgörelere kıyasla, bu kesimin prestij algısının daha yüksek olması gençlerin sektördeki sirkülasyona çok fazla maruz kalmalarından kaynaklanıyor olabilir. Zira pek çok işgörenin henüz bulunduğu örgütü bile tanımadan farklı bir işe geçiş yapması bu algının oluşmasına fırsat kalmamasına neden olabilir. İlave olarak, yaş ilerlemiş kesimin gençlere oranla çevreye daha olumlu bakma çabası içinde oldukları gözlenebilmektedir. Dolayısıyla dışsal prestij algılarının daha yüksek görülmesi beklenen bir sonuçtur. Çiftçioğlu ve Sabuncuoğlu (2011) çalışmalarında, algılanan dışsal prestij yaş değişkeniyle anlamlı ancak zayıf derecede ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Ancak yaşa göre dışsal prestij algısının nasıl farklılaştığına dair bir sonuç belirtmemişlerdir. Candan ve Kaya'nın (2015) ele aldıkları

bir araştırmada, algılanan örgütsel destek düzeyinin yaşa göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yeşiltaş ve diğerleri (2011) de, dışsal prestij algısının katılımcıların yaşlarına göre farklılaşmadığını gözlemlemişlerdir. Bütün işgörenlerin örgütün dışarıdan nasıl görüldüğüne dair bilgi sahibi olmalarını sağlamak, yöneticilere düşen önemli bir geri bildirim görevidir. Örneğin, otelin sahip olduğu prestij ödülleri varsa, bunun toplamda tüm örgüt işgörenlerinin bir başarısı olduğuna yönelik yapılacak bir bilgilendirme işgörenin bu anlamda kendini değerli hissetmesini de sağlayarak beraberinde dışsal prestij algısını da yükseltecektir.

- Araştırmada, işgörenlerin cinsiyetine göre dışsal prestij ve örgütsel destek algılarında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yeşiltaş ve diğerlerinin (2011) otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin dışsal prestij algılarının örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmada da, algılanan dışsal prestij ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Büyükgöze'nin (2014) öğretmenler üzerinde yaptığı bir çalışmada, örgütsel destek algısının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya konmuştur. Benzer şekilde yazındaki bazı çalışmalarda (Yokuş, 2006; Erdaş, 2010; Yu ve Frenkel, 2013; Candan ve Kaya, 2015), algılanan örgütsel destek düzeyinin cinsiyete göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kızıloğlu ve diğerlerinin (2017) yapmış olduğu çalışmada ise, katılımcıların cinsiyetlerinin algılanan dışsal prestij üzerinde fark yaratıp yaratmadığı incelenmiş ve değişkenler arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Buna göre kadınların erkeklerden daha fazla dışsal prestij ifadelerine katıldıkları ortaya konmuştur. Dolayısıyla kadın katılımcıların buldukları örgütlerine karşı dışsal prestij algılarının daha olumlu ve yüksek olduğu söylenebilir. Bir başka çalışmada da (Lin, 2013), algılanan örgütsel destek cinsiyete göre farklılaşmaktadır. Elde edilen sonuçlar erkek işgörenlerin örgütsel destek algısının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Erkek işgörenlerin algılanan örgütsel destek düzeylerinin kadın işgörelere göre daha yüksek olduğu başka çalışmalar da bulunmaktadır (Yoon ve Lim, 1999; Gül, 2010; Nayır, 2011).
- Yüksek düzeyde eğitimin işgörenlerin algılarını farklılaştırabileceği düşüncesinden hareketle, eğitim durumuna göre işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algısında farklılık olabileceği düşünülmüştür. Nitekim lisansüstü eğitim almış işgörenlerin hem dışsal prestij hem de örgütsel destek algılarında farklılık bulunmuştur. Bu anlamda gerek örgüt içerisindeki gerekse örgüte yönelik tavırları daha objektif ve profesyonel olarak değerlendirme yeteneklerini kullandıkları için lisansüstü eğitim mezunu işgörenlerin bu tarz bir algı farklılığına sahip olmaları olasıdır. Yapılan başka bir çalışmada da (Çiftçioğlu ve Sabuncuoğlu, 2011) algılanan dışsal prestij, işgörenlerin eğitim durumuyla anlamlı ancak zayıf derecede ilişkili olduğunu ortaya koymuş, ancak nasıl farklılaştığına dair bir sonuç belirtilmemiştir. Yoon ve Lim (1999) eğitim düzeyi daha yüksek olan işgörenlerin algılanan örgütsel destek düzeylerinin daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Büyükgöze'nin (2014) öğretmenler üzerinde yaptığı bir çalışmada, örgütsel destek algısının eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya konmuştur. Benzer şekilde Candan ve Kaya'nın (2015) çalışmalarında da, algılanan örgütsel destek düzeyinin eğitim durumuna göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim durumuna göre algılanan örgütsel desteğin farklılaşmadığı sonucuna ulaşan başka çalışmalar da mevcuttur (Rhoades ve Eisenberger, 2002; Erdaş, 2010; Nayır, 2011). Eğitim, taşıdığı her bir üst noktada bakış açısını da farklılaştırmayı sağlayacağından algılama şeklinin daha eleştirel olması gerçekçidir. Bu konuda sektörün kanayan bir yarası olarak halen daha tartışılmaya devam eden bir yönü, işgücünün okullu mu alaylı mı olması gerektiği yönünde her kesimin taşıdığı farklı kanıdır. Bu araştırmanın sonucu da göstermiştir ki, Kapadokya bölgesinde bulunan otellerin büyük bir çoğunluğu lise ve dengi okul mezunu işgören istihdam etmektedir. Özellikle turizm eğitimi de alınmadığında, işgörenlerin gerek örgüt içinden gerekse örgüt dışından gelen etkilere verecekleri algı yönündeki tepkileri farklılaşabilecektir. Bu noktada algıyı olumlu bir yöne kanalize edebilmek için, otellerin öncelikle insan kaynakları uygulamalarına yönelik düşünce ve davranış tarzlarını revize etmeleri gerekmektedir. Yöneticilerin insan kaynakları politikalarını revize ederken, aldıkları kararların işgören odaklı olup olmadığı ve işgörenleri destekleyip desteklemediği üzerinde önemle durulması gereken bir konudur.

- İşgörenlerin sektörde çalışma süreleri ile kavramlar arasında bir farklılık bulunamazken; otelde çalışma sürelerinin her iki algıyı da farklılaştırdığı yönünde bir sonuç elde edilmiştir. Buna göre; 10 yılın üzerinde bir süredir aynı otelde çalışan işgörenlerin dışsal prestij algıları ve 6 ila 10 yıldır aynı otelde çalışan işgörenlerin örgütsel destek algıları, yakın zamanda işe başlamış işgörenlere kıyasla daha yüksektir. Bu beklenen bir sonuçtur. Çünkü örgütte kalınan süre arttıkça, örgütsel bağlılık, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme gibi pozitif çıktılar artmaktadır. Dolayısıyla bireyin örgütü ve örgüt çevresini pozitif olarak algılaması da muhtemel olacaktır. Yazında yer alan çalışmalar, çalışma süresine göre örgütsel destek algılarının değişmesi konusunda farklı sonuçlara ulaşmışlardır. Rhoades ve Eisenberger (2002), Nayır (2011), Yu ve Frenkel (2013), Neves ve Eisenberger, (2014), Candan ve Kaya (2015) çalışmalarında, işgörenlerin örgütsel destek algılarının hizmet süresine göre farklılaşmadığını ve benzer düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir. Buna karşın Stinglhamber ve Vandenberghe (2003), işgörenlerin hizmet süreleri arttıkça örgütsel destek algı düzeylerinin azaldığını öne sürmüşlerdir. Sektörün bir başka kanayan yarası da işgücü devrinin fazla olmasıdır. İşgörenlerin çok hızlı bir şekilde iş değiştiriyor olmaları, gerek otelin hizmet kalitesinin düşmesi boyutuyla gerekse otele verdiği doğrudan maliyet kayıplarıyla sonuçlanmaktadır. Bu anlamda otelde kalınan süre arttıkça otele yönelik davranış ve tutumlar da olumlu yönde farklılaşacağından, işgücünün işte tutulması için alınabilecek bir takım önlemler olmalıdır. Nitekim beş yılın üzerinde bir süredir aynı otelde çalışan işgörenlerin gerek dışsal prestij gerekse örgütsel destek algıları daha yüksek olarak bulunmuştur. Bu anlamda atılabilecek en iyi adım, ücretlerin ve statüsü düşük işlerin iyileştirilmesi, uzun çalışma saatlerinin düşürülmesi, ekstra çalışan işgören yerine kadrolu eleman temin edilmesi gibi sektörün kemikleşen kötü çalışma koşullarının iyileştirilmesi olabilir.
- Araştırmada, buldukları departmana göre işgörenlerin dışsal prestij ve örgütsel destek algılarında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yeşiltaş ve diğerlerinin (2011) yapmış olduğu çalışmada da, araştırmanın bulgularıyla benzer şekilde işgörenlerin çalıştıkları departman ile dışsal prestij algıları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.
- Araştırmada, pozisyona göre işgörenlerin gerek dışsal prestij gerekse örgütsel destek algılarında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Geliştirilen hipotez doğrultusunda gerçekte beklenen bulgu departman elemanlarının bu tür algılarının daha yüksek olması yönündedir. Ancak departman yöneticilerinin dışsal prestij ve örgütsel destek algıları departman şefi ya da elemanına göre daha yüksek çıkmıştır. Yöneticilerin hali hazırda astlarına destek sağladıklarını düşünüyor olmaları bu algının yüksek çıkmasını açıklayabilir. İlaveten konumları itibarıyla buldukları örgütü rakiplerinden üstün görme çabaları da dışsal prestij algılarını yükseltebilmektedir. Yazında yer alan bir çalışmada (Candan ve Kaya, 2015), pozisyona göre örgütsel destek algılarının değişmesi konusunda farklı bir sonuca ulaşılmıştır. Buna göre, algılanan örgütsel destek düzeyi pozisyona göre farklılaşmamaktadır. Bu anlamda pozisyona göre farklılaşan dışsal prestij ve örgütsel destek algılarına yönelik yöneticilerin sahip oldukları bu yüksek algıyı, alt kademede çalışan işgörenlerin gözünde de arttırmak adına önlemler almak gerektiği ifade edilebilir. Çünkü yapılan işin kalitesi zeminden başlar. Departman elemanlarının da örgütlerine yönelik olumlu bir algı oluşturmaları, toplamda tüm hizmet kalitesi zincirini etkileyecek, başarının getirileri sayesinde olumlu bir algı döngüsü oluşacaktır. Bu amaçla örgüt yöneticileri, işgörenlerin huzurlu olabilecekleri bir iş ortamı sağlayarak, iş süreçlerine yönelik öneri ya da şikâyetlerini dinleyerek ve çözmeye çalışarak, kişisel problemleriyle ilgilenerek ve özellikle adil bir ödül sistemi uygulayarak onlara değer verdiğini hissettirmelidir.

Sonuç olarak, işgörenlerin örgüte yönelik pozitif algıları, hizmet üretimini ve nihai olarak performansı etkileyeceği için örgütlerin etkili ve verimli çalışabilmeleri açısından işgörenlerin sesine kulak vermeleri gerekmektedir.

Araştırmanın en önemli kısıtlarından biri, turizm sektörünün emek yoğun çalışan bir işgücü mevcudiyeti, zorlu çalışma koşulları ve hizmet sektörü bileşeni olması yönüyle farklılaşan yönetim

şekilleri gibi yapı itibariyle diğer sektörlerden farklı olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla araştırmanın sonuçları yalnızca turizm sektörü ve özellikle Kapadokya bölgesi için genellenebileceğinden, farklı sektör ve farklı bölgelerde yapılacak araştırmalardan farklı sonuçlar elde edilebilir.

Kaynakça

- Ates, M. F., Mert, I. S., & Turgut, H. (2017). The Indirect Effect of Organizational Prestige on the Effect of Organizational Trust and Organizational Support on Organizational Identification. *Organization*, 9(18), 103-117.
- Aydoğan, E., & Deniz, G. (2018). İşgörenlerin Dışsal Prestij ve Örgütsel Destek Algısının Pozitif Örgütsel Çıktılar Üzerindeki Etkisi: Butik Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36(1), 17-37.
- Blau, P. (1964). *Power and Exchange in Social Life*. New York: J Wiley & Sons, 352.
- Büyükgöze, H. (2014). Lise Öğretmenlerinin Görüşlerine Göre Algılanan Örgütsel Destek ve Psikolojik Sermaye İlişkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). Anket Geliştirme, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 133-151.
- Candan, H., & Kaya, T. P. (2015). İhbarcılık (Whistleblowing) ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Kamu Kurumunda Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(02), 305-330.
- Carmeli, A. (2005). Perceived External Prestige, Affective Commitment, and Citizenship Behaviors. *Organization Studies*, 26(3), 443-464.
- Cheney, G. (1983). The Rhetoric of Identification and the Study of Organizational Communication. *Quarterly Journal of Speech*, 69(2), 143-158.
- Cheung, M. F., & Law, M. C. (2008). Relationships of Organizational Justice and Organizational Identification: The Mediating Effects of Perceived Organizational Support in Hong Kong. *Asia Pacific Business Review*, 14(2), 213-231.
- Ciftcioglu, A. (2010). The Relationship between Perceived External Prestige and Turnover Intention: An Empirical Investigation. *Corporate Reputation Review*, 13(4), 248-263.
- Çakır, Ö. (2001). *İşe Bağlılık Olgusu ve Etkileyen Faktörler*. Seçkin Yayıncılık.
- Çiftçiöğlü, A., & Sabuncuoğlu, Z. (2011). An Investigation on Perceived External Prestige and Related Work Variables in a Turkish Context. *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(1), 105-126.
- Deniz, G. (2017). Algılanan Dışsal Prestijin Duygusal Emek Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Erdaş, K. D. (2010). Lider-Üye Mübadelesi, Algılanan Örgütsel Destek ve Öz Denetim Kişilik Özelliğinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkileri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Foley, S., Hang-Yue, N., & Lui, S. (2005). The Effects of Work Stressors, Perceived Organizational Support, and Gender on Work-Family Conflict in Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Management*, 22(3), 237-256.
- Fuller, J. B., Hester, K., Barnett, T., & Relyea, L. F. C. (2006). Perceived Organizational Support and Perceived External Prestige: Predicting Organizational Attachment for University Faculty, Staff, and Administrators. *The Journal of Social Psychology*, 146(3), 327-347.
- Goksel, A. G., Caz, C., Yazici, O. F., & Ikizler, H. C. (2017). Examination of the Relationship between Organizational Stress and Employee Performance: A Research on Staff Working on Provincial Directorate of Youth and Sports. *Journal of Education and Learning*, 6(1), 322-329.
- Gül, A. L. (2010). Lise Öğretmenlerinin Algılarına Göre Örgütsel Destek (Ankara İli Örneği). Yayımlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Herrbach, O., Mignonac, K., & Gatignon, A. L. (2004). Exploring the Role of Perceived External Prestige in Managers' Turnover Intentions. *The International Journal of Human Resource Management*, 15(8), 1390-1407.
- Hui, C., Wong, A., & Tjosvold, D. (2007). Turnover Intention and Performance in China: The Role of Positive Affectivity, Chinese Values, Perceived Organizational Support and Constructive Controversy. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80(4), 735-751.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (Vol. 5). Ankara, Turkey: Asil Yayın Dağıtım.
- Kang, D. S., Stewart, J., & Kim, H. (2011). The Effects of Perceived External Prestige, Ethical Organizational Climate, and Leader-Member Exchange (LMX) Quality on Employees' Commitments and their Subsequent Attitudes. *Personnel Review*, 40(6), 761-784.
- Kızıloğlu, E., İi, B., Güllü, S., Şahin, S., & Hizmetleri, B. G. (2017). Algılanan Örgütsel Prestijin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi: Öğretmenler Üzerinde Bir Uygulama. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları, Çizgi Kitabevi Yayınları*.
- Lin, T. L. (2013). The Relationships among Perceived Organization Support, Psychological Capital and Employees' Job Burnout in International Tourist Hotels. *Life Sci J*, 10(3), 2104-12.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958). *Organizations* Wiley. New York, 262.
- Nayır, F. (2011). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Öğretmenlere Sağlanan Örgütsel Desteğe İlişkin Görüşleri, Öğretmenlerin Örgütsel Destek Algısı ve Örgütsel Bağlılıkla İlişkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Neves, P., & Eisenberger, R. (2014). Perceived Organizational Support and Risk Taking. *Journal of Managerial Psychology*, 29(2), 187-205.
- Oktuğ, Z. (2013). Algılanan Örgütsel Destek İle Duygusal Emek Davranışları Arasındaki İlişkide Algılanan Örgütsel Prestijin Biçimlendirici Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 46(46), 370-381.
- Organ, D. W. (1977). A Reappraisal and Reinterpretation of the Satisfaction-Causes-Performance Hypothesis. *Academy of Management Review*, 2(1), 46-53.
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi II*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdevecioğlu, M. (2013). Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 113-130.

- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Shen, Y. M., Yuan, D. H., Zhang, H., Yang, D., Zhang, J. F., & Zhang, Q. L. (2009). The Impacts of Perceived Organizational Support and Perceived External Prestige on Organizational Citizenship Behavior: Organizational Identification as Mediator and Need for Self-Esteem as Moderator. *Acta Psychologica Sinica*, 41(12), 1215-1227.
- Smidts, A., Pruyn, A. T. H., & Van Riel, C. B. (2001). The Impact of Employee Communication and Perceived External Prestige on Organizational Identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.
- Stinglhamber, F., & Vandenberghe, C. (2003). Organizations and Supervisors as Sources of Support and Targets of Commitment: A Longitudinal Study. *Journal of Organizational Behavior*, 24(3), 251-270.
- Turunç, Ö., & Çelik, M. (2010). Çalışanların Algıladıkları Örgütsel Destek ve İş Stresinin Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 183-206.
- Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2000). Cooperation in Groups: Procedural Justice, Social Identity, and Behavioral Engagement, Philadelphia, PA.
- Van Knippenberg, D., & Sleebos, E. (2006). Organizational Identification versus Organizational Commitment: Self-Definition, Social Exchange, and Job Attitudes. *Journal of organizational Behavior*, 27(5), 571-584.
- Yeşiltaş, M., Türkmen, F., & Ayaz, N. (2011). Otel İşletmelerinde Algılanan Örgütsel Prestijinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkileri. *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 171-189.
- Yokuş, İ. (2006). Erkek Egemen İşlerde Çalışanların Örgütsel Destek Algıları İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yoon, J., & Lim, J. C. (1999). Organizational Support in the Workplace: The Case of Korean Hospital Employees. *Human Relations*, 52(7), 923-945.
- Yu, C., & Frenkel, S. J. (2013). Explaining Task Performance and Creativity from Perceived Organizational Support Theory: Which Mechanisms are More Important?. *Journal of Organizational Behavior*, 34(8), 1165-1181.