

OTEL İŞLETMELERİNDE ALGILANAN ÖRGÜTSEL PRESTİJİN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Murat YEŞİLTAS*, Fatih TÜRKMEN ve Nurettin AYAZ*****

Özet

Algılanan örgütsel prestij, örgüt çalışanlarının üzerinde önemle durduğu konulardan bir tanesidir. Birey kendi örgütü hakkında dış Dünyanın duygularına önem vermektedir. Buna karşın bu konu henüz literatürde yeterince yer bulmayan konular arasındadır. Algılanan örgütsel prestij bireyin örgüte bakış açısına yansımakta ve bu durumda bireyin işyerindeki davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Bu çalışmanın amacı da bireylerin algıladıkları örgütsel prestijin örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin ne şekilde olduğunun belirlenmesidir.

Çalışmada örgütsel vatandaşlık davranışlarını ölçmek amacıyla Bolat ve Bolat (2008) tarafından oluşturulan Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği (ÖVD) ve Mael ve Ashfort (1992) tarafından geliştirilen Algılanan Örgütsel Prestij (AÖP) ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada korelasyon analizi ve regresyon analizi ile algılanan örgütsel prestijin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi ölçülmüş bunun yanında algılanan örgütsel prestij ile örgütsel vatandaşlık davranışının katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği de test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Örgütsel Prestij, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Effects Of Perceived Organizational Prestige In Hotel Businesses On Organizational Citizenship Behavior Abstract

Abstract

Perceived organizational prestige is one of the main issues organizational employees dwell on. Individuals value how the outside world feel about their organization. On the other hand this issue has not been studied adequately in literature. Perceived organizational prestige is reflected on individuals' point of view regarding their organizations, and thus it is effective on their behaviors in workplace. The aim of this study is to determine the relationship between organizational prestige perceived by individuals and organizational citizenship behavior.

Scale of Organizational Citizenship Behavior developed by Bolat and Bolat (2008) in order to measure organizational citizenship behaviors and Scale of Perceived Organizational Prestige developed by Mael and Ashfort (1992) have been used in this study. The effect of perceived organizational prestige on organizational citizenship behavior has been measured by correlation analysis and regression analysis and in addition to that it has also been tested that whether perceived organizational prestige and

* Öğretim Görevlisi, Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, Sivas, yesiltas.murat@gmail.com.

** Öğretim Görevlisi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Tokat, fturkmen@gop.edu.tr.

*** Öğretim Görevlisi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Tokat, nayaz@gop.edu.tr.

organizational citizenship behavior differ according to participants' demographic characteristics or not.

Key Words: Perceived Organizational Prestige, Organizational Citizenship Behavior

GİRİŞ

Küreselleşmenin ve ülke içerisindeki rekabetin arttığı Dünya'da insan kaynağının elde edilmesi, korunması ve yönetilmesi sorunu oldukça önemli bir konuma gelmiştir. Bu durumun etkin bir şekilde sağlanması örgütlerin başarısına ve rekabetçi bir güç kazanmalarına neden olmaktadır (Nadiri ve Tanova, 2010: 33). Genellikle örgütlerin iyi bir imaja sahip olması, diğer yatırımcıları ve müşterileri çekmesi açısından oldukça çekici ve rekabetçi bir ortam oluşturması bakımından önemlidir. Bu durum sadece söz konusu paydaşlar için önemli değildir. Örgütün sahip olduğu ün dolaylı da olsa örgütün diğer paydaşı olan çalışanlar içinde önemlidir (Mignonac, Herrbach ve Guerrero, 2006: 478). Dutton, Dukerich, ve Harquail (1994) çalışanlar örgütlerin dışarıdan olumlu bir şekilde algılandığını düşünmesi onların örgütleriyle daha sıkı bir bağlılık içinde olmalarına sebep olacak, bunun da örgütsel vatandaşlık gibi olumlu örgütsel sonuçların ortaya çıkmasına katkı sağlayacağını belirtmektedir.

Örgütsel vatandaşlık davranışına yönelik yapılmış çalışmalar iki başlık altında toplanılabilir. Bunlardan ilki ÖVD'nin iş tatmini, örgütsel bağlılık gibi öncüllere bağlı olan çalışmalardır. Bunlara ilaveten görevden ve ya liderden memnuniyet sonucu oluşmuş örgütsel vatandaşlık davranışlarıdır. İkinci grup ÖVD çalışmaları ise ÖVD'yi örgütsel düzeydeki performans belirleyicilerle ilişkilendiren çalışmalardır. Bu iki grup içindeki ortak noktalar ise çalışmaların sonucunda ise verimlilik yaratarak, etkinliği artırarak ve sosyal sermaye oluşturarak örgütlere oldukça fazla katkı sağlamalarıdır (Bolino ve Turnley, 2005: 740).

ÖVD ile ilgili literatürde çok az çalışma algılanan örgütsel prestijle ilişkilendirilmiştir. Bu konu üzerinde çalışma yapanlar ise algılanan örgütsel prestijin örgüt içindeki bireyin davranışlarına doğrudan yansıdığı üzerinde durmaktadır. Örgütün sahip olduğu ün, örgütle bağlantısı olmayanların örgüt içindeki fikirlerini yansıtmaktadır. Algılanan örgütsel prestij ise örgüt çalışanların örgüt hakkındaki fikirlerini oluşturmaktadır (Carmeli ve Freund, 2002: 50). Algılanan örgütsel prestijin örgütsel sonuçlar açısından değerlendirilmesinde bağlılık, özdeşleşme ve statü gibi araçların kullanılması konunun daha kolay açıklanmasına neden olacaktır.

I. ALGILANAN ÖRGÜTSEL PRESTİJ

Örgütsel literatürde imaj, genellikle bireyin bulunduğu örgütü diğerlerinin görüşleri doğrultusunda ne şekilde algılamaktadır şeklinde tanımlanmaktadır Bu bakış açısıyla imaj aynı zamanda “ *yapılandırılmış dışsal imaj* ” olarak ta nitelendirilebilir. Bu anlamda örgütsel imaj, manipulatif ve ya normatif bakış açısıyla genellikle örgüt dışındakilerin örgütü algılamalarının birey tarafından

değerlendirilmesinden oluşmaktadır. (Gioia ve Thomas, 1996: 372; Smidts, Pruyn ve Van Reil, 2001: 1051; Çiftçioğlu, 2010: 87). Araştırmacılar yapılandırılmış dışsal imajın ve ya algılanan dışsal prestijin aynı zamanda örgütsel imajı karakterize ettiği görüşündedirler (Carmeli ve Freund, 2009: 237).

Bu noktada bir başka konuyu açıklamakta fayda vardır. Genellikle örgütün ünü algılanan örgütsel prestijle aynıymış fikri ortaya çıkabilir. Örgüt dışındakilerin, örgütün diğer örgütlerden farklılıklarına yönelik oluşturmuş oldukları düşünceler örgütsel ün olarak ifade edilebilir (Carmeli ve Freund, 2002: 53). Carmeli (2005: 444) örgütün sahip olduğu ünün “ firmanın sahip olduğu bütün değerleri, şu andaki konumunu ve gelecekteki davranışları” ifade eden bir üst kavram şeklinde tanımlamıştır. Algılanan örgütsel prestij ise örgüt dışındakilerin algılamaları doğrultusunda, örgüt çalışanlarının oluşturmuş oldukları düşünceleri ifade etmektedir (Carmeli ve Freund, 2002: 53; Dukerich, Golden ve Shortell, 2002: 509). Her iki kavram ayrı olsa da ortak yapıları kullandıklarını ifade etmek yerinde olacaktır. Carmeli ve Freund (2009) yapılandırılmış dışsal imajın bireyin algısıyla ilgili bir konu olduğunu ve algılanan dışsal prestijin ise belirli değerlendirme kriterleri doğrultusunda oluşan yargılara dayanması nedeniyle bu iki kavramın birbirinden ayrı kavramlar olduğunu belirtmektedir. Bir başka şekilde ifade edecek olursak örgütsel imaj ve ya ün dışarıdaki paydaşlarla örgütün karşılıklı mesaj alışverişiyle ilgili bir durumdur. Algılanan dışsal prestij ise bir algılama sonucu oluşsa da bu algılamanın belirli kriterler doğrultusunda meydana gelmesi gerekmektedir (Herrbach, Mignonac ve Gatignon, 2004: 1391).

Algılanan ortak imajın örgüt içerisinde bireylerin işe alımından başlamak üzere birçok faydası olduğu araştırmalarla desteklenmiştir. İlk olarak üne sahip olan şirketlerde çalışanların daha fazla çalışma isteği olduğu ve iş başvurularının da daha fazla olduğu daha önceki çalışmalarda yer almaktadır (Mignonac ve diğerleri, 2006: 480). Collins ve Han (2004: 692) örgütün ünlü olmasının bireylerin iş başvurularında farkındalık yaratması açısından önemli olduğunu belirtmiştir. Aynı çalışma örgütün dışarıda ünlü olmasının örgütün algılanması üzerinde de olumlu olduğunu belirtmektedir.

Algılanan örgütsel prestij örgütün dış dünyada ne şekilde algılandığına yönelik ortak fikirlere (Bartels, Pruyn, De Jong ve Joustra, 2007: 176). Yapılandırılmış dışsal imaj örgüt dışındaki bireylerin örgütün konumu ve örgütün geneli hakkındaki görüşleri ile ilgilidir. Bu değerlendirmenin temelini örgüt içindeki bireylerin örgüt dışında yer alan dış paydaşların (müşterilerin, rakiplerin, tedarikçilerin vb.) örgüt hakkındaki düşüncelerinin çalışanların kendi inançları doğrultusunda oluşan değerlendirmeleri sonucu algılanan dışsal imaj ve ya örgütsel prestij oluşturmaktadır (Carmeli, 2005: 444). Bu nedenle örgüt içerisindeki bireylerin örgüt hakkındaki fikirlerinde farklılıklar olabilmektedir (Smidts ve diğerleri, 2001: 1052). Bireylerin düşünceleri üzerinde dış dünyadaki örgüt hakkındaki fikirler etkilemekte, bu düşünceler bireyler üzerinde farklı etkileri oluşturmaktadır. Örneğin örgütün dış dünyadaki olumlu ya da olumsuz algılamaları bireylerin örgüte adanmışlığına etki etmektedir (Carmeli ve Freund, 2009: 237)

Algılanan dış prestij, kamuoyu, referans gruplarının fikirleri, işletmenin dış çevreye sunduğu bilgi ve işletmenin işletme dışındakilerle algılanışıyla ilgili bir durumdur. Algılanan dış prestij bireyin “ben bu örgüte dahil olduğum için başkaları benim hakkımda ne düşünür?” fikrine dayanmaktadır. Bu durum bireyin süreç içerisinde elde ettiği fikirler temelinde örgüt hakkındaki düşüncelerini oluşturmaktadır (Tüzün ve Kırkbeşoğlu, 2010: 579).

Örgütün sahip olduğu kimliğin oldukça fazla üne sahip olması gerekmektedir. Örgütler kendi kimliklerinin oldukça fazla üne sahip olması bireyin kendi öz saygısına olumlu yansımaktır. Bireyin sosyal anlamda değerli bir şirket algılanması veya gurur duyulacak bir şirkette çalışması (Kim, Lee, Lee ve Kim, 2010: 561) bireyin çalıştığı örgütte daha fazla olumlu davranışlar sergilemesine neden olacaktır.

II. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI KAVRAMI VE BOYUTLARI

Örgütsel vatandaşlık kavramı son yıllarda üzerinde yoğun bir şekilde durulan kavramlar arasında yer almaktadır (Bolat, Bolat ve Seymen, 2009: 217). Rol ötesi davranışlar olarak ta ifade edilen kavramın (Wanxian ve Weiwu, 2007: 226) kökeni Bernard (1938) ve aynı kavramı rol ötesi ve rol tanımlaması içinde ele alan Katz ve Kahn’a (1978) kadar gitmektedir (akt. Mazen, Herman ve Ornstein, 2007: 569). Örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel davranış literatüründe popülerlik kazanması Organ (1988) tarafından tekrar ele alınmasıyla olmuştur (Podsakof, MacKenzie, Paine ve Bachrach, 2000: 513; Mazen, Herman ve Ornstein, 2007: 569). Organ (1988) ÖVD’yi “*isteğe bağlı davranışlar arasında, biçimsel ödüllendirme sistemi içerisinde doğrudan ve açık bir şekilde yer almayan, örgütsel fonksiyonları artırmaya yönelik olan bireysel davranışlar olarak tanımlamıştır*” (akt. Pillai, Schriesheim ve Williams, 1999: 898). İsteğe bağlı davranışlar içerisindeki kavramlar olarak bireyin iş tanımlamaları içerisinde yer almayan örgütle bireyin arasında gerçekleştirilen anlaşmada yer almayan davranışları yer almaktadır (Gürbüz, 2006: 50, Atalay, 2010: 29). ÖVD işgörenlerin örgüte ya da örgüt üyelerine yönelik olarak, rol gerekleri ve asgari zorunlulukların ötesinde sergilenen davranışlar olarak (Kanten, Tükeltürk ve Baran, 2008: 32) görev ve performans tanımlamaları içerisinde yer almayan davranışları ifade etmektedir (Marinova, Moon ve Van Dyne, 2010: 1464). Bu durumda birey herhangi bir davranışı yerine getirmediğinde bireyin herhangi bir cezayla karşı karşıya kalmayacağı anlamına gelmektedir (Atalay, 2010: 29). Organ daha sonra yaptığı çalışmada ÖVD’yi yeniden tanımlamış ve kavramı “*iyi asker sendromu*” olarak adlandırmıştır (Basım ve Şeşen, 85). Davranışların gönüllülük sonucu ortaya çıkması, çalışanların örgütsel vatandaşlık sergilememesi durumunda örgütün veya liderin cezalandırılmasına uğramayacağını göstermektedir (Keleş ve Pelit, 2009: 25).

ÖVD’ye yönelik literatür incelendiğinde konuyla ilgili farklı tanımlamalar yapıldığı görülmektedir. Yapılan tanımlar ışığında ÖVD’nin meydana gelmesinde belirgin özelliklerinin bir kısmını maddeler halinde sıralamakta fayda vardır (Karaaslan, Özler ve Kulaklıoğlu, 2009: 138-139);

- Örgütsel vatandaşlık davranışı biçimsel ödül sisteminde veya ceza sisteminde doğrudan yer almamaktadır.
- Örgütsel faaliyetler içerisinde yer alan ve örgütün işleyişi ile ilgili olan davranışlardır.
- Örgütsel vatandaşlık davranışı iş tanımlarında ve iş gereklerinde yer almayan, çalışanın kendinden beklenenden fazlasını ortaya koyduğu davranışlardır.
- Örgütsel vatandaşlık davranışları sonuçları itibariyle hem bireye hem de örgüte fayda sağlayan davranışlardır.

ÖVD örgüt açısından istenilen, arzulanan etkinliğe ulaşmak adına sergilenilen davranışlardır. Bu davranış kalıpları içerisinde iş arkadaşlarına yardımcı olma, işin ve mesleğin geliştirilmesi sürecine olumlu katkılarda bulunma, zaman uyum sağlama ve dikkatli kullanma gibi aslında iş tanımlarında yer almayan işin geneli içinde yer alan davranışlar mevcuttur. Bu örnekler daha da artırılmakla birlikte ÖVD'ye yönelik örneklerin ortak noktası gönüllüktür, (Sezgin, 2005: 319).

Organın çalışmasından sonra çalışanların takdire dayalı çalışmalarının ve davranışlarının ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan genel psikolojik ve sosyolojik hava çalışmalarda yer almaya başlamıştır (Demirel ve Özçınar, 2009: 130). Bu kavram örgütün sosyal ve psikolojik ortamına katkı da bulunarak örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine yardımcı olan gönüllük esasını temel alan davranış biçimleridir (Sezgin, 2005: 319).

ÖVD örgüt açısından faydalı kabul edilen ve istenilen davranışlardır, fakat üst yönetimler bu tarz davranışların meydana getirilmesinde oldukça zorlanmakta veya bu davranışların meydana gelmemesi durumunda yöneticiler çalışanlara yönelik herhangi bir yaptırım uygulayamamakta veya ceza verememektedir (Nadiri ve Tanova, 2010: 34).

ÖVD ile ilgili tanımlamalara ve açıklamalara bakıldığında, bu tip davranışların örgütlerin, yönetimlerin, grupların ve bireylerin lehine olabilecek ve arzulanan davranışlar arasında yer aldığı görülecektir (Polat, 2009: 1592).

ÖVD örgüt içerisinde birçok farklı alanda fayda sağladığı gibi verimliliği ve performansı da etkilemektedir. Örneğin örgütsel vatandaşlık davranışlarının örgüt içerisinde yoğun olması yönetsel etkililiğin fazla olmasına katkı sağlamaktadır. Üretkenliğin artmasına, yöneticiler açısından örgütün devamlılığını sağlayan davranışların artırılmasına katkı sunmaktadır. Bu durum ise yöneticilerin bu tarz davranışların meydana gelmesi için harcayacakları çabaların farklı alanlara yönelik kullanmasına da katkı sunmaktadır (Basım ve Şeşen, 2006: 86).

Podsakoff ve diğerleri (2000: 516) ÖVD literatüründe yaklaşık olarak 30 tane farklı ÖVD davranışının olduğunu ifade etmektedirler. Organ (1988) örgütsel vatandaşlık davranışını beş bileşen içerisinde incelemektedir (akt. Khaola, 2009: 74). Bahsi geçen beş bileşen literatürde en çok kullanılan bileşenler arasında yer almaktadır. Bunlar; özgecilik, erdemlilik, vicdanlılık, sivil erdem, nezaket boyutlarıdır (Rego, Ribeiro ve Cunha, 2010: 218).

Özgecilik: Özgecilik davranışı sergileyen çalışan işle ilgili görevlerde diğer çalışanlara yardım etme eğilimi içerisindeydir. Çalışanın iş arkadaşına işle

ilgili olarak darda olduğunu hissettiği arkadaşına gönüllü yardım faaliyetlerinde bulunması özgecilik davranışı sergilemesini beraberinde getirmektedir (Walz ve Niehoff, 2000: 302).

Üstün Görev Bilinci: Örgüt üyelerinden kendilerinden beklenen minimum rolden daha fazlasını sergilemeye istekli olmayı ifade etmektedir (Özdevecioğlu, 2003: 120). Bu tip davranışlar içerisinde düşük düzeyde işe yönelik devamsızlık, sürekli olarak aynı işyerinde çalışma, zamana riayet etmek, işyerinde aldatıcı faaliyetlerde bulunmamak, kurallara uymakta dikkatli davranmak gibi faaliyetler bulunmaktadır (Polat, 2009: 1593).

Sportmenlik: Bu davranışta birey örgüt içerisinde herhangi bir şikâyetle bulunmamakta pozitif davranışlar içerisinde bulunmaktadır (Nadiri ve Tanova, 2010: 34). Örgüt içerisindeki birey herhangi bir tartışmaya ve gerilime neden olmamak ve bu gibi davranışlardan uzak durmaktadır (Keleş ve Pelit, 2009: 28).

Sivil Erdem: Örgütün politik sürecine sorumlu ve yapısal bir katılım söz konusudur (örgütün gelişmesine yardımcı olmak, örgütsel faaliyetlere yardım etmek ve ya bu tip faaliyetlerin neler olabileceğini tartışmak) (Rego, Ribeiro ve Cunha, 2010: 218) , birey kendi fikirlerini ifade etmekle birlikte toplantılara katılmakta, örgüte daha geniş anlamda katkı sunmaktadır (Podsakoff ve diğerleri, 2000: 522).

Gönüllülük: Örgütle ilgili bir görevde ve faaliyette zorunlu olmadığı halde diğer çalışanlara örgüt lehine olacak şekilde yardımda bulunmaktadır (Yücel ve Samancı, 2009: 115).

III. İŞLETMELERDE FARKLI DEPARTMANLARIN ALGILADIKLARI ÖRGÜTSEL PRESTİJ ve ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Yücel ve Samancı (2009: 115) örgütsel vatandaşlık davranışını, kendisine etki eden faktörlerden ayrı düşünmenin pek mümkün olmadığını ifade etmektedir. Buna göre örgütsel vatandaşlığa örgütsel bağlılık, örgütsel güven, örgütsel adalet, kişisel özellikler ve örgütsel prestij etki etmektedir. Eğer örgüt üyesi örgütün sahip olduğu imajı olumsuz olarak algılayorsa, depresyon, stres gibi olumsuz kişisel çıktılar meydana gelmesine neden olacaktır. Bununla birlikte bu olumsuz kişisel çıktılar beraberinde örgüt çalışanları arasında rekabetin olumsuz anlamda artması, uzun dönemdeki görevlerin daha etkisiz bir şekilde yerine getirilmesi gibi örgüt açısından olumsuz sonuçların meydana gelmesine neden olacaktır (Dutton ve diğerleri, 1994: 240).

Carmeli (2005: 447–449) örgüt içerisinde ve dışında bulunan birçok paydaş (çalışan, işveren, müşteri, tedarikçi, ziyaretçi vb.) örgütün davranışlarıyla yakından ilgilidir. Örgütün prestiji ne kadar fazlaysa örgütten elde edilen tatmin, bağlılık ve örgüte yönelik özdeşleşme o kadar fazla olur. Örgüt içindeki bireyin motivasyonuna katkı sağlayacak unsurlardan bir tanesi de örgütün prestijini ve ünün oldukça fazla olmasıdır. Örgüt içerisindeki bireyler örgütlerinin dışarıda ne kadar pozitif düşüncelerle algılandığını düşünürse içeride o kadar fazla arzulanan vatandaşlık davranışları sergileyecektir.

IV. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın amacı Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışanların algıladıkları örgüt prestijinin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkilerini ve bu iki kavram arasındaki ilişkiyi incelemektir. İlgili literatürde örgütsel prestij algısının nasıl oluştuğu ve hangi değişkenlerin bu süreçte yer aldığı çok sayıda çalışma yer almaktadır (Tak ve Çiftçioğlu, 2009: 101). Aynı şekilde ÖVD'ye etki eden faktörleri inceleyen çalışmalarda mevcuttur. Carmeli (2005) algılanan örgütsel prestijin ÖVD üzerinde etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmada, daha önce farklı alanlarda, farklı ilişki modelleri ile denemesel olarak gerçekleştirilmiş çalışmalardan farklı olarak otel işletmelerindeki çalışanların algıladıkları örgütsel prestijinin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Otel işletmelerinde AÖP'ye yönelik değerlendirmelerin yer aldığı çalışmaya önceki çalışmalarda rastlanılmamıştır. Bu durum da çalışmanın otel işletmeleri alanında araştırılması gerekliliğini beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda Mael ve Ashforth (1992) yılında geliştirmiş olduğu AÖP (algılanan örgütsel prestij) ölçeği ve Bolat ve Bolat (2008) geliştirmiş olduğu ÖVD ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklere ait güvenilirlik değerleri ÖVD için (Cronbach Alfa $\alpha = 0.90$), AÖP için (Cronbach Alfa $\alpha = 0.77$) ve tüm ölçeğin güvenilirliği (Cronbach Alfa $\alpha = 0.80$) olarak tespit edilmiştir.

V. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma için gerekli birincil veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Çalışmada otel işletmelerinde çalışan ve turizm eğitimi ve araştırma yöntemleri konusunda lisans eğitimi de almış kişiler tarafından anketler çalışanlara uygulanmıştır. Bu yolla kısa sürede bilgi elde edilmesi yoluna gidilmiştir. Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım demografik bilgilere yöneliktir. Anket çalışmasında kullanılan AÖP ölçeği orijinal hali sekiz maddeden ve tek boyuttan oluşmaktadır. ÖVD ölçeği ise 20 madde ve beş boyuttan (özgecilik, vicdanlılık, nezaket, centilmenlik ve sivil erdem) oluşmaktadır. Kullanılan anket kesinlikle katılmıyorum (1) kesinlikle katılıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılmıyorum ne katılıyorum, (4) katılıyorum, (5) kesinlikle katılıyorum şeklinde oluşan beşli likert tarzında sorulardan oluşmaktadır.

A. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini Antalya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmesi ve 1. sınıf tatil köyleri oluşturmaktadır. Bölge olarak Antalya'nın seçilmesinin nedeni ise Antalya'nın Türkiye turizmi için oldukça önemli konumda olmasıdır (Bolat ve diğerleri, 2009: 222). Aynı zamanda Antalya turist varışları noktasında da Türkiye'de önde gelen iller arasındadır. Kültür ve Turizm Bakanlığının 2009 yılı verilerinde Türkiye'ye gelen 27.077.114 (Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri) turistin 8 796 585'i (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verileri) Antalya'yı ziyaret etmiştir. Bir başka konu ise Antalya'daki otellerin sayısının diğer illere göre fazla olması ve fazla sayıda işgörenin bulunması

Antalya'nın tercih edilme nedenleri arasındadır. Beş yıldızlı otel işletmeleri ve birinci sınıf tatil köylerinin tercih edilme nedeni; yönetim ve organizasyon yapıları itibarı ile beş yıldızlı otel işletmelerinin ve birinci sınıf tatil köylerinin diğer sınıflara göre (bir, iki, üç ve dört yıldız ve diğer işletme türleri) en yüksek düzeyde örgütlenme yapı ve olanaklarını bünyelerinde taşımaları (Pelit, 2011: 215), yönetim tarzı olarak daha profesyonelce hareket etmeleri ve benzer şekilde beş yıldızlı işletmelerin ve birinci sınıf tatil köylerinin daha olumlu bir prestije sahip olabileceği kanısından ileri gelmektedir.

Araştırmanın örneklemini Antalya'da faaliyet gösteren bir adet beş yıldızlı otel işletmesi ve beş adet birinci sınıf tatil köyü oluşturmaktadır. Bu örnekleme seçiminde Kasti (Kararsal) Örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yöntemi örneği oluşturan elemanlar arasında araştırmacının problemine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2005:132). Araştırma Temmuz ve Ağustos aylarında gerçekleştirilmiştir. Bu aylar hem sezonluk hem de tüm yıl çalışan işletmelerin personel sayılarının en üst düzeye ulaştığı dönemlerdir. Bahar aylarından itibaren çalışan sayılarının artırılması uygulamanın yapıldığı aylarda personelin oteller hakkında algılamalarının en üst düzeye ulaştığı dönem olduğu varsayılmıştır (Bolat ve diğerleri, 2009: 222). Böylece hem sezonluk çalışanların hem de sürekli sektörde çalışanların algılamalarının ortak bir şekilde görülmesi hedeflenmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığında otel ve tatil köylerinin listesi elde edildikten sonra (174 beş yıldızlı otel ve 40 birinci sınıf tatil köyü) söz konusu oteller bu liste içerisinde kasti olarak seçilmiştir.

B. VERİLERİN ANALİZİ

Anket formlarıyla elde edilen veriler paket program yardımıyla bilgisayar ortamında değerlendirilmiştir. Analiz yöntemi olarak tanımlayıcı istatistiklerle (frekans, yüzde vb.) birlikte, t testi, Kruskal-Wallis H Testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi testleri kullanılmıştır.

Farklılık analizleri kapsamında katılımcıların eğitim durumları, çalıştıkları bölüm, sektördeki çalışma süreleri ve şu anki görevlerinde çalışma süreleri ile örgütsel vatandaşlık davranışı ve algılanan örgütsel prestij arasındaki farklılıklar da test edilmiştir. Ancak belirtilen değişkenlere ilişkin farklılık bulunamadığından çalışma kapsamında tablolaştırılmamıştır.

VI. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

A. İŞGÖRENLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRME

Tablo-1'de katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışılan bölüm ve hem turizm sektöründeki hem de halen çalışmakta oldukları işletmedeki çalışma süreleri) ile görev yaptıkları işletmelerin çalışma şekli ve işletmelerin sahiplik durumu da değerlendirilmiştir.

Tablo 1: İşgörenlerin Kişisel Özelliklerinin Frekans ve Yüzde Dağılımı

Buna göre anket uygulaması yapılan işletmelerin yarısından fazlası %58,1'i tüm yıl faaliyet göstermekte olup yine yarısından fazlası %53,7'si zincir otel konumundadır. Demografik özellikler kapsamında katılımcıların %69,2'si erkek, %64,8'i 20–29 yaş aralığında ve %88,5'i en az lise mezunu seviyesindedir. Bu durum çalışanların çoğunluğunun eğitilmiş ve genç olduklarını göstermektedir. Çalışılan bölümler içerisinde de en fazla servis bölümünde çalışanların olduğu belirlenmiştir (%40,5). Hem çalıştıkları işletme açısından hem de turizm

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	70	30,8
	Erkek	157	69,2
Yaş	20'den az	18	7,9
	20–29	147	64,8
	30–39	50	22,0
	40 ve üzeri	12	5,3
Eğitim Durumu	İlköğretim	14	6,2
	TÜREM çıraklık eğitim	12	5,3
	Lise	90	39,6
	Ön Lisans	44	19,4
Çalışılan Bölüm	Lisans	67	29,5
	Mutfak	28	12,3
	Servis	92	40,5
	Kat Hizmetleri	32	14,1
	Ön Büro	27	11,9
	İnsan Kaynakları	14	6,2
	Muhasebe/Satın alma	10	4,4
	Satış/Pazarlama-Halkla İlişkiler	10	4,4
Turizm Sektöründeki Çalışma Süresi	Diğer	14	6,2
	1 yıldan az	39	17,2
	1-3 yıl	88	38,8
	4-6 yıl	66	29,1
	7-9 yıl	22	9,7
	10 yıl ve üzeri	12	5,3
İşletmenin Çalışma Şekli	Sezonluk	95	41,9
	Tüm yıl	132	58,1
İşletmenin Sahiplik Durumu	Yerli Bağımsız Otel	105	46,3
	Yerli Zincir Otel	122	53,7
Bu iş yerindeki görev süresi	1 yıldan az	49	21,6
	1-3 yıl	89	39,2
	4-6 yıl	69	30,4
	7-9 yıl	10	4,4

sektöründeki iş deneyimleri açısından çalışanların çalışma süreleri de en yoğun oranda 1-3 yıl aralığında tespit edilmiştir.

B. OTEL İŞGÖRENLERİNİ ALGILADIKLARI ÖRGÜTSEL PRESTİJ VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞLARINA İLİŞKİN BULGULAR

Tablo–2 kapsamında ankete katılanların anketteki yargılara verdikleri cevapların seçeneklere göre dağılımları görülmektedir. Tablodaki sorulardan ilk

yirmi soru örgütsel vatandaşlık davranışlarını ifade etmektedir. Tablodaki ortalama değerler incelendiğinde 16. sorunun ortalamasının 2.06 olduğu görülecektir. Centilmenlik boyutuna dâhil olan bu ifade değerlendirildiğinde çalışanların işletmelerinde pek fazla kusurlu bir taraf görmedikleri görülmektedir.

Algılanan örgütsel prestije yönelik ifadeler değerlendirildiğinde 28.soru işe alım aşamasında kendi işletmelerine öncelik verilmediği fikrinde oldukları göstermektedir. Çalışanların % 66'sı kendi işletmelerinin işe alım sırasında öncelikli olmadığı fikrindedirler.

Algılanan örgütsel prestije yönelik ifadeler incelendiğinde diğerlerinden farklı olan ve daha az ortalamaya sahip “ otelin bir çalışanı olarak akrabalarımın burada çalışmasında gurur duyarım” ve “ bir çalışan olarak kariyerimde ilerleme sağlama açısından bu otelde bulunmamamın bir önemi yoktur” ifadeleri diğer ifadelerden farklı olarak dikkat çekmektedir.

Tablo 2: İşgörenlerin Örgütsel Vatandaşlık ve Algılanan Örgütsel Prestij Ölçeklerine Yönelik Verdikleri Cevapların Yüzde, Frekans, Aritmetik , Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İFADELER	Tamamen Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Hiç Katılmıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
1. Otelde yeni çalışmaya başlayanların çalışma ortamına uyum sağlamalarına yardımcı olurum	2	0,9	1	0,4	2	0,9	75	33,0	147	64,8	4,60	,62
2. Çalışma arkadaşlarıma işleri ile ilgili sorunları çözmeleri konusunda yardımcı olurum	2	0,9	1	0,4	2	0,9	85	37,4	137	60,4	4,55	,63
3. İhtiyaç duyduklarında çalışma arkadaşlarımin işlerini onlar için yaparım	5	2,2	13	5,7	34	15,0	96	42,3	79	34,8	4,01	,96
4. İşlerini daha iyi yapmaları için çalışma arkadaşlarıma yardımcı olurum	3	1,3	2	0,9	7	3,1	97	42,7	118	52,0	4,43	,72
5. Verilen görevler zor olsa bile itiraz etmem.	2	0,9	14	6,2	40	17,6	72	31,7	99	43,6	4,11	,96

6. İşe zamanında gelirim	1	0,4	3	1,3	5	2,2	59	26,0	159	70,0	4,63	,63
7. Verilen işleri zamanında tamamlamaya özen gösteririm	2	0,9	2	0,9	1	0,4	88	38,8	134	59,0	4,54	,64
8. Çalıştığım otelin kurallarına harfiyen uyarım.	2	0,9	3	1,3	17	7,5	102	44,9	103	45,4	4,32	,74
9. Çalışma arkadaşlarıma zarar veren davranışlardan kaçınırım	2	0,9	1	0,4	2	0,9	72	31,7	150	66,1	4,61	,62
10. Çalışma arkadaşlarıma sorun olmamak için çaba gösteririm	2	0,9	2	0,9	3	1,3	86	37,9	134	59,0	4,53	,66
11. Çalışma arkadaşlarımla haklarına zarar vermekten kaçınırım	1	0,4	2	0,9	1	0,4	76	33,5	147	64,8	4,61	,59
12. Çalışma arkadaşlarımla ilgili bir durum söz konusu olduğunda karar vermeden önce onların mutlaka görüşünü alırım.	1	0,4	3	1,3	12	5,3	103	45,4	108	47,6	4,38	,69
13. Otel içinde yaşanan küçük olayları büyütmem	2	0,9	7	3,1	22	9,7	93	41,0	103	45,4	4,26	,82
14. Olayların genellikle olumlu yönlerini görmeye çalışırım.	6	2,6	10	4,4	37	16,3	95	41,9	79	34,8	4,01	,96
15. Sıradan olayları şikâyet konusu yapmaktan kaçınırım.	1	0,4	8	3,5	18	7,9	96	42,3	104	45,8	4,29	,79
16. Otelin faaliyetlerinde mutlaka kusurlu bir taraf bulurum.	96	42,3	71	31,3	24	10,6	21	9,3	15	6,6	2,06	1,22
17. Çalıştığım otelin gelişmeleri takip ederim	1	0,4	10	4,4	31	13,7	94	41,4	87	38,3	4,14	,85
18. Çalıştığım otelin gelişimi için yapıcı önlemlerde bulunurum.	3	1,3	23	10,1	36	15,9	85	37,4	78	34,4	3,94	1,01
19. Çalıştığım otelin toplantılarına aktif olarak katılırım.	-	-	19	8,4	23	10,1	80	35,2	104	45,8	4,19	,93

20. Çalıştığım otel ilgili bilgileri içeren ilanlar, mesajlar ya da yazılı materyaller dikkatimi çeker.	-	-	11	4,8	25	11,0	94	41,4	96	42,3	4,43	3,40
21. Benim bulunduğum topluluk içerisinde, çalıştığım otelin ismi oldukça fazla bilinmektedir.	-	-	12	5,3	14	6,2	81	35,7	120	52,9	4,36	,82
22. Bu otelin personeli olmak sektör içerisinde oldukça prestijlidir.	2	0,9	5	2,2	23	10,1	74	32,6	123	54,2	4,37	,82
23. Çalıştığım otel, sektördeki en iyi otellerden biridir.	2	0,9	10	4,4	37	16,3	74	32,6	104	45,8	4,18	,92
24. Diğer otellerde çalışanlar bu oteli küümsemektedir.	10	4,4	13	5,7	24	10,6	74	32,6	106	46,7	4,11	1,09
25. Bu otelin bir çalışanı olarak akrabalarımın da burada çalışmasından gurur duyarım.	23	10,1	34	15,0	54	23,8	56	24,7	60	26,4	3,42	1,29
26. Bulduğum topluluklar içinde çalıştığım otelin iyi bir üne sahip değildir.	10	4,4	20	8,8	28	12,3	75	33,0	94	41,4	3,98	1,13
27. Otelcilik alanında kariyerini ilerletmek isteyen bir kişi, bu otelle olan bağlantısını önemsiz gibi göstermelidir.	26	11,5	23	10,1	50	22,0	67	29,5	61	26,9	3,50	1,29
28. Diğer oteller yeni çalışanları işe alırken, bu otelin çalışanlarını tercih etmezler.	66	29,1	79	34,8	52	22,9	25	11,0	5	2,2	2,22	1,05

C. Otel İşgörenlerinin Algıladıkları Örgütsel Prestij ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına İlişkin Bulguların Demografik Bulgularla Karşılaştırılması

Tablo-3'te ankete katılanların algılanan örgütsel prestij ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili yargılara verdikleri cevapların cinsiyet, işletmenin çalışma şekli ve işletmenin sahiplik yapısına göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyabilmek amacıyla t-testi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen sonuçlar paralelinde cinsiyetlere göre anlamlı bir farklılık bulunamazken (algılanan örgütsel prestij $t=,228; p>0,05$ ve örgütsel vatandaşlık davranışı $t=-,455; p>0,05$), işletmelerin çalışma şekline göre bazı farklılıklar belirlenmiştir (algılanan örgütsel prestij $t=-5,77; p<0,05$ ve örgütsel vatandaşlık davranışı $t=-5,23; p<0,05$). Ortalamalardan da anlaşılacağı üzere algılanan örgütsel prestij için sezonluk

çalışan işletmeler $\bar{X}=3,54$, tüm yıl çalışan işletmeler $\bar{X}=3,93$ şeklindedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı için sezonluk çalışan işletmeler $\bar{X}=4,04$, tüm yıl çalışan işletmeler $\bar{X}=4,37$ şeklindedir. Bu durum hem algılanan örgütsel prestij hem de örgütsel vatandaşlık davranışının tüm yıl faaliyet gösteren işletmelerde daha yüksek olduğunu göstermektedir. İşletmelerin sahiplik yapısı açısından farklılıklar değerlendirildiğinde algılanan örgütsel prestij için bir farklılık söz konusu değilken ($t=-,143;p>0,05$), örgütsel vatandaşlık davranışı için farklılık bulunmuştur ($t=5,98;p<0,05$). Bu farklılık bağımsız işletmelerde örgütsel vatandaşlık davranışının zincir işletmelere göre daha fazla olduğu yönündedir (bağımsız $\bar{X}=4,43$; zincir $\bar{X}=4,07$).

Tablo 3: Algılanan Örgütsel Prestij ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Yönelik Demografik Özelliklerinin t-Testi ile Karşılaştırılması

Algılanan Örgütsel Prestij- Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Cinsiyet/ İşletmenin Çalışma Şekli/ İşletmenin Sahiplik yapısı	n	Ort.	s.s.	t	Sig (p)
Algılanan Örgütsel Prestij	Bayan	70	3,78	,58	,228	,820
	Bay	157	3,76	,52		
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Bayan	70	4,21	,65	-,455	,649
	Bay	157	4,24	,38		
Algılanan Örgütsel Prestij	Sezonluk	95	3,54	,58	-5,77	,000*
	Tüm Yıl	132	3,93	,44		
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Sezonluk	95	4,04	,53	-5,23	,000*
	Tüm Yıl	132	4,37	,39		
Algılanan Örgütsel Prestij	Bağımsız	105	3,76	,54	-,143	,887
	Zincir	122	3,77	,53		
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Bağımsız	105	4,43	,35	5,98	,000*
	Zincir	122	4,07	,52		

*p<0,05

Tablo-4'te katılımcıların yaşları ile algılanan örgütsel prestij ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki anlamlı farklılığı belirlemek amacıyla Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre hem algılanan örgütsel prestij

($X^2=6,628;p>0,05$) hem de örgütsel vatandaşlık davranışı ($X^2=8,416;p>0,05$) yaşlara göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Tablo 4: İşgörenlerin Yaş Değişkenine Göre Algıladıkları Örgütsel Prestijin Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Algılanan Örgütsel Prestij- Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Yaş	N	Ort.	s.s.	Ortalama Açıklık	Sig (p)	Ki-Kare (X^2)
Algılanan Örgütsel Prestij	20'den az	18	3,55	0,65	92,00	0,085	6,628
	20-29	147	3,74	0,54	107,79		
	30-39	50	3,90	0,45	127,11		
	40 ve üzeri	12	3,87	0,52	139,88		
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	20'den az	18	3,93	0,85	92,17	0,038	8,416
	20-29	147	4,22	0,47	108,71		
	30-39	50	4,30	0,30	120,25		
	40 ve üzeri	12	4,51	0,27	165,50		

(1=20'den az, 2=20-29, 3=30-39, 4=40 ve üzeri) ($p>0,05$)

D. Otel İşgörenlerinin Algıladıkları Örgütsel Prestij ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları

Tablo-5 kapsamında algılanan örgütsel prestij ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablodaki değerlerden de anlaşılacağı üzere algılanan örgütsel prestij ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p< 0.01$). İlgili değişkenler arasındaki ilişki doğru yönlü ve kuvvetli bir ilişkidir ($r=0,39$). Dolayısıyla algılanan örgütsel prestij arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışı da artış göstermektedir.

Tablo 5: AÖP ve ÖVD Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları (** p<0.001)**E. Otel İşgörenlerinin Algıladıkları Örgütsel Prestij ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları**

Tablo-6'daki sonuçlara göre, algılanan örgütsel prestij ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p<0,001). Tabloya göre değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki (r:0,394) vardır. Ayrıca, belirlilik (determinasyon) katsayısı (r²) 0,155 olarak hesaplanmış olup, algılanan örgütsel prestijdeki değişimlerin %15,5'inin örgütsel vatandaşlık davranışına bağlı

Bağımsız Değişken		Algılanan Örgütsel Prestij	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı
Algılanan Örgütsel Prestij	Pearson Korelasyon Katsayısı	1	0,394(**)
	p	-	0,000
	N	227	227
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Pearson Korelasyon Katsayısı	0,394(**)	1
	p	0,000	-
	N	227	227

olduğu söylenebilir.

Tablo 6: Algılanan Örgütsel Prestij'in Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	β	t	SiG. (p)
Algılanan Örgütsel Prestij	1,904	6,522	0,000
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	0,440	6,435	0,000
F		41,408	
R		0,394**	
R ²		0,155	

(** : p<0,001)

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı örgütsel psikolojide henüz yeterince yer bulamayan ama örgütsel düzeyde oldukça fazla önemli çıktıları olan AÖP'nin ÖVD üzerindeki etkilerini belirleyebilmektir. Carmeli ve Freund (2002: 62) bu iki kavram arasında mantıklı bir ilişkinin olduğunu ama bunları açıklayan denemesel çalışmanın başlangıç aşamasında olduğu vurgulamaktadır. Dolayısıyla çalışmada bu boşluğu bir nokta da doldurmayı amaçlamaktadır.

Literatürdeki sınırlı sayıda yapılan çalışmalar sadece AÖP ÖVD ilişkisi üzerinde durmamakta, algılanan örgütsel prestijın birey açısından işe başvurma sürecinden işgören performansına kadar birçok nokta üzerinde doğrudan etkisini araştıran çalışmalar az da olsa bulunmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışları da işe yönelik tutumlar arasında yer alması ve rekabetin daha fazla insan odaklı olmaya başlaması nedeniyle, bu konu daha da önem kazanmaktadır. AÖP'nin ÖVD üzerindeki etkisi için; bireyin kendi örgütünün dışarıdan olumlu bir şekilde algılandığı duygusuyla hareket etmesi işyerinde daha fazla gönüllü faaliyette bulunarak iş performansının artmasında katkı sağlamaktadır..

Carmeli (2005: 450) AÖP'nin bireyin işyerindeki davranışlarına etki etmesini aracılık modeli şeklinde incelemiştir. Bireyin örgütünün dış Dünyadaki prestijini olumlu algılaması bireyin örgüt içinde iyi bir vatandaş olarak yansıdığını bununda öncelikle duygusal bağlılıkla yakından ilintili olduğu düşünülmektedir. Birey örgütün dışarıdaki imajını olumlu olarak değerlendirmekte bu durumda duygusal bağlılığına yansımakta ve bunun sonucunda da rol tanımlamasında olmayan davranışlar (ÖVD) artmaktadır.

Bu çalışma kapsamında da araştırmaya dâhil edilen otellerdeki işgörenlerin düşünceleri de yukarıdaki literatürü destekler niteliktedir. Öyle ki çalışanların algıladıkları örgütsel prestijleri arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışları da pozitif yönlü bir ilişki paralelinde artmaktadır. Ayrıca işletmelerin tüm yıl çalışmasıyla sezonluk çalışması da işgörenlerin hem örgütsel vatandaşlık davranışı hem de algılanan örgütsel prestij durumlarını etkiler niteliktedir. Tüm yıl faaliyet gösteren işletme çalışanlarının örgütsel prestij algıları ve örgütsel vatandaşlık davranışları sezonluk işletmelerde çalışanlara göre daha yüksektir.

Tüm bu sonuçlar paralelinde kurumsallaşmış nitelikte olan işletme çalışanlarının kendilerini daha fazla örgütsel vatandaş hissederek örgütleri hakkında algıladıkları prestijın daha fazla olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Tabi bu noktada algılanan örgütsel prestij ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi de göz önünde bulundurmak yerinde olacaktır. Eğer işletme yöneticileri işgörenlerinin gözlerinde örgütsel prestij algılarını kuvvetlendirmek istiyorlarsa önce işgörenlerine örgütsel vatandaşlık davranışı kazandırmalıdır. Bu iki kavram arasında pozitif ilişki söz konusu olduğundan birindeki artış diğerini de etkileyecek ve işletmedeki tüm mekanizmaların çalışma performansını yüksek noktalara taşıyacaktır. Ancak unutulmamalıdır ki bu kavramlardan biri ihmal edilirse diğer kavramda değer kaybedecek ve işletme içinde istenilmeyen durumların oluşması gündeme gelebilecektir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2005), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Geliştirilmiş 4. Baskı. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Atalay, C. G. (2010), *Personel Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bağlamında İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Bartels, J., Pruyn, A., De Jong, M., ve Joustra, I. (2007). Multiple Organizational Identification Levels and the Impact of Perceived External Prestige and Communication Climate. *Journal of Organizational Behavior*, 28, 173- 190.
- Basım, N., ve Şeşen, H. (2006), Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Uyarlama ve Karşılaştırma Çalışması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 61 (4), 83-101.
- Bolat, O. İ., Bolat, T., ve Seymen, O. A. (2009), Güçlendirici Lider Davranışları ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Sosyal Mübadele Kuramından Hareketle İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (21), 215- 239.
- Bolat, O. İ. ve Bolat, T. (2008), Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (19), 75- 94.
- Bolino, M. C. ve Turnley, W. H. (2005), The Personal Costs of Citizenship Behavior: The Relationship Between Individual Initiative and Role Overload, Job Stress, and Work–Family Conflict. *Journal of Applied Psychology*, 90(4), 740–748.
- Carmeli, A., ve 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.
- Carmeli, A. (2005), Perceived External Prestige, Affective Commitment, and Citizenship Behaviors. *Organization Studies*, 26 (3), 443– 464.
- Carmeli, A., ve Freund, A. (2002), The Relationship Between Work and Workplace Attitudes and Perceived External Prestige. *Corporate Reputation Review*, 5(1), 51–68.
- Collins, C. J., ve Han, J. (2004), Exploring Applicant Pool Quantity and Quality the Effects of Early Recruitment Practice Strategies, Corporate Advertising, and Firm Reputation. *Personnel Psychology*, 57 (3), 685–717.
- Çiftçiöğlü, A. (2010), Exploring the Role of Perceived External Prestige in Employee’s Emotional Appeal: Evidence from a Textile Firm. *Business and Economics Research Journal*, 1 (4), 85- 96.
- Demirel, Y., ve Özçınar, M. F. (2009), Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Tatmini Üzerine Etkisi: Farklı Sektörlere Yönelik bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (1), 129- 145.
- Dukerich, J. M., Golden, B. R., ve Shortell, S. M. (2002), Beauty Is in the Eye of the Beholder: The Impact of Organizational Identification, Identity, and Image on the Cooperative Behaviors of Physicians. *Administrative Science Quarterly*, 47, 507–533.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., ve Harquail, C. V. (1994), Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239-263.
- Gioia, D., A. ve Thomas, J., B. (1996), Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia. *Administrative Science Quarterly*, 41, 370–403.

- Herrbach, O., Mignonac, K., ve 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.
- Kanten, S., Tükeltürk, Ş. A., ve Baran, M. (2008), Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Prososyal Örgütsel Davranışları Arasındaki Etkileşimi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (3), 30-38.
- Karaaslan, A., Özler, D. E., ve Kulaklıoğlu, A. E. (2009), Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 11 (2), 135- 160.
- Keleş, Y., ve Pelit, E. (2009), Otel İşletmesi İşgörenlerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 24- 45.
- Khaola, P. (2009), Organisational Citizenship Behaviour Within Learning Environments, *International Journal of Management Education* , 7(1), 73-80.
- Kim, H. R., Lee, M., Lee, H. T. ve Kim, N. A. (2010), Corporate Social Responsibility and Employee-Company Identification. *Journal of Business Ethics*, 95, 557- 569.
- Mael, F., ve Ashforth, B. E. (1992), Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test Of The Reformulated Model Of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Marinova, S. V., Moon, H., ve Van Dyne, L. (2010), Are All Good Soldier Behaviors the Same? Supporting Multidimensionality of Organizational Citizenship Behaviors Based on Rewards and Roles. *Human Relations*, 63(10), 1463- 1485.
- Mazen, A., Herman, S., ve Ornstein, S. (2007), Professor Delight: Cultivating Organizational Citizenship Behavior, *Journal of Management Education*, 32, 563- 579.
- Mignonac, K., Herrbach, O., ve Guerrero, S. (2006), The Interactive Effects of Perceived External Prestige and Need for Organizational Identification on Turnover Intentions. *Journal of Vocational Behavior* , 69, 477- 493.
- Nadir, H., ve Tanova, C. (2010), An Investigation of the Role of Justice in Turnover Intentions, Job Satisfaction, and Organizational Citizenship Behavior in Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 33- 41.
- Özdevecioğlu, M. (2003), Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Üniversite Öğrencilerinin Bazı Demografik Özellikleri ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkileri Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, 117- 135.
- Pelit, E. (2011), Güçlendirmede Yönetici ve İşgören Algılamalarının Karşılaştırılması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 209- 225.

- Pillai, R., Schriesheim, C.A., ve Williams, E. S. . (1999), Fairness Perceptions and Trust as Mediators for Transformational and Transactional Leadership: A Two- Sample Study. *Journal of Management*, 25 (6), 897- 933.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., ve Bachrach, D. G. (2000), Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research. *Journal of Management*, 26 (3), 513- 563.
- Polat, S. (2009), Organizational Citizenship Behavior (OCB) Display Levels of the Teachers at Secondary Schools According to the Perceptions of the School Administrators. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 1, 1591- 1596.
- Rego, A., Ribeiro, N., ve Cunha, M. P. (2010), Perceptions of Organizational Virtuousness and Happiness as Predictors of Organizational Citizenship Behaviors. *Journal of Business Ethics*, 93, 215- 235.
- Sezgin, N. (2005), Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: Kavramsal Bir Çözümleme ve Okul Açısından Bazı Çıkarımlar. *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 317- 339.
- Smidts, A., Pruyn, A. T. H., ve Van Reil, C.B.M. (2001), The Impact Of Employee Communication And Percived External Prestige On Organizational Identification. *Academy of Management Journal*, 49 (5), 1051–1062.
- Tak, B., ve Çiftçioğlu, A. (2009), Algılanan Örgütsel Prestij ile Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 18, 100–116.
- Tüzün, İ.K., ve Kırkbeşoğlu, E. (2010- 20-22 Mayıs), *Çalışanların Çoğul Özdeşleşme Düzeylerine Etki Eden Faktörler: Sigortacılık Sektöründe Görgül Bir Çalışma*. 18. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Walz, S. M., ve Niehoff, B. P. (2000), Organizational Citizenship Behaviors: Their Relationship to Organizational Effectiveness. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 24, 301- 319.
- Wanxian, L., ve Weiwu, W. (2007), A Demographic Study on Citizenship Behavior as In-Role Orientation, *Personality and Individual Differences*, 42, 225- 234.
- Yücel, C., ve Samancı (Kalaycı), G. (2009), Örgütsel Güven ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (1), 113- 132.
- <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-63767/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>
- <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/dosya/1-276999/h/20092010gumrukkapilariziyaretcisi.xls>