



**T.C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**ÖRGÜTSEL PRESTİJ, ÖRGÜTSEL
KİMLİK VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK
KAVRAMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ:
BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

İbrahim KAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KAHRAMANMARAŞ
OCAK-2017**



**T.C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**ÖRGÜTSEL PRESTİJ, ÖRGÜTSEL
KİMLİK VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK
KAVRAMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ:
BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

**DANIŞMAN : Prof. Dr. İsmail BAKAN
JÜRİ : Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN
JÜRİ : Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE**

İbrahim KAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KAHRAMANMARAŞ
OCAK-2017**

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

**ÖRGÜTSEL PRESTİJ, ÖRGÜTSEL KİMLİK VE
ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK KAVRAMLARI
ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

İbrahim KAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kod No :

**Bu tez/...../2017 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından
Oy Birliği / Oy Çokluğu ile Kabul Edilmiştir.**

Prof. Dr. İsmail BAKAN
BAŞKAN

Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN
ÜYE

Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE
ÜYE

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Abdullah SOYSAL
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÖRGÜTSEL PRESTİJ, ÖRGÜTSEL KİMLİK VE
ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK KAVRAMLARI
ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

İbrahim KAYA

Danışman : Prof. Dr. İsmail BAKAN

Yıl : 2017, Sayfa: 85+IX

**Jüri : Prof. Dr. İsmail BAKAN (Başkan)
: Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN (Üye)
: Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE (Üye)**

Örgütsel başarı ve süreklilikte çalışanların biçimsel iş tanımlarında yer alan görevlerinin yanı sıra biçimsel rol tanımlarının ötesinde kalan ve gönüllülük esasına dayalı davranış sergilemeleri önemli bir rol oynamaktadır. Diğer bir ifadeyle günümüz koşullarında örgütlerin başarısı iş görenlerinin olumlu vatandaşlık davranışı sergilemeleriyle yakından ilgilidir. İş görenlerin olumlu örgütsel vatandaşlık sergilemelerinde ise örgütlerin oluşturdukları prestij ve örgüt kimliği önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı işletmelerde oluşan örgütsel prestij ve örgütsel kimlik ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle yerli ve yabancı literatür taraması yapılarak teorik alt yapı oluşturulmuştur. Teorik alt yapı sunulduktan sonra, araştırmanın uygulama kısmını oluşturmak amacıyla anket yöntemi uygulaması ile veriler toplanmıştır. Araştırma Kahramanmaraş'ta imalat, hizmet, satış pazarlama alanında faaliyette bulunan işletmelerde gerçekleştirilmiştir. Anketin ilk bölümü demografik sorulardan oluşurken, ikinci bölüm örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık ölçeklerinden oluşmaktadır. Alan araştırması için veriler toplanmış olup, ölçeklerin güvenilirlik testi yapıldıktan sonra veriler, SPSS Paket Programı ile analize tabi tutulmuş ve aralarındaki ilişkiyi ortaya koymak için korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuç bölümünde ise bulgular tartışılıp öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler; Örgütsel Prestij, Örgüt İmajı, Örgütsel Kimlik, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Örgütsel Vatandaşlık.

**DEPARTMENT OF BUSINESS
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
KAHRAMANMARAS SUTCU IMAM UNIVERSITY**

ABSTRACT

MA THESIS

**THE RELATIONSHIP AMONG TERMS OF
ORGANIZATIONAL PRESTIGE, ORGANIZATIONAL
IDENTITY AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP: A
FIELD RESEARCH**

İbrahim KAYA

Supervisor : Prof. Dr. İsmail BAKAN

Year : 2017, Pages: 85+IX

**Jury : Prof. Dr. İsmail BAKAN (Chairperson)
: Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN (Member)
: Assoc. Prof. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE (Member)**

Organizational success and beyond their formal job descriptions of employees remaining in continuity, as well as formal role in the definition of the tasks and exhibit behavior plays an important role on a voluntary basis. In other words, the current conditions in the business success of the organization who is closely related to citizenship exhibiting positive behavior. prestige and organizational identity of the organization they created in the business who exhibit positive organizational citizenship plays an important role. The aim of the work is to prove the relationship between organizational prestige and organizational citizenship and organizational identity occurred in business. Firstly in the work, theoretical structure was established as a result of searching domestic and foreign literature. After presenting the theoretical background, data and survey applications have been collected for creating the application part of the work. Research has been carried out on businesses in Kahramanmaraş which work on fields of manufacturing, services, sales and marketing. While the first part of the questionnaire has consisted of demographic questions, the second part has consisted scales of organizational prestige, organizational identity and organizational citizenship. After data has been collected and scales have been done in the reliability test for the research of field, data were analyzed with SPSS Program and correlation analysis was done to prove their relationships. And in the concluding section, findings have been discussed and suggestions have been improved.

Key Words: Organizational prestige, image of the organization, Organizational Identity, Organizational Citizenship Behavior, Organizational Citizenship.

ÖN SÖZ

Küreselleşmeyle hızla artan rekabet şartları Dünya’da insan kaynağının elde edilmesi, korunması ve yönetilmesi sorununu ortaya çıkarmıştır. Rekabet ortamında fark yaratmak isteyen örgütler için ise; güvenilir, itibarlı olmak, olumlu bir prestij ve kimlik yaratmak aynı zamanda bunu sürdürülebilmek oldukça önemli bir konu haline gelmiştir. Örgütlerin başarısında ve rekabetçi bir güç kazanmasında bu durumun etkin bir şekilde yürütülmesi önem arz etmektedir. Örgüt dışındakiler tarafından olumlu algılanan örgütsel prestij ve kimlik diğer yatırımcı ve müşterileri çekmesi rekabetçi bir ortam oluşturması bakımından oldukça önemlidir. Bununla birlikte örgütlerin sahip oldukları kimlik ve prestijin güvenilir olması gerekmektedir. Örgütlerin sahip olduğu kimlik ve prestijin oldukça güvenilir ve belli bir itibara sahip olması bireyin kendini örgütü ile özdeşleştirmesinde önemli rol oynayacaktır. Bireyin örgütsel yaşamda değerli bir şirkette çalıştığını düşünmesi, bireyin çalıştığı örgütte daha fazla gönüllü davranışlar sergilemesine yardımcı olmaktadır. Örgütün önemli paydaşlarından biri olan iş görenler örgütlerinin dışarıdan olumlu bir şekilde algılandığını düşündükleri takdirde örgütleriyle daha sıkı bir bağlılık içerisinde olacaklar, bu durum da örgütsel vatandaşlık gibi olumlu örgütsel sonuçların ortaya çıkmasına katkı sağlayacaktır.

Tez çalışmamın her aşamasında fikirlerini ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen, her zaman yol gösterici olan başta değerli hocam Prof. Dr. İsmail BAKAN’a, araştırmaya katkıda bulunan hocam Doç. Dr. Burcu ERŞAHAN’a ve hayatımın her anında olduğu gibi yüksek lisans sürecinde de desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen eşime sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

İbrahim KAYA
OCAK - 2017

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT	II
ÖN SÖZ	III
İÇİNDEKİLER	IV
TABLO LİSTESİ	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ	VIII
KISALTMALAR LİSTESİ	VIII
1. GİRİŞ	1
2. KONU İLE İLGİLİ ÖNCEKİ ARAŞTIRMALAR	3
3. ÖRGÜTSEL PRESTİJ	6
3.1. Örgüt Kavramı	6
3.2. Örgütsel Prestij Kavramı	7
3.3. Örgütsel Prestij ile İlişkili Kavramlar	8
3.3.1. Örgütsel İmaj	8
3.3.2. Örgütsel Kimlik	9
3.3.3. Örgütsel İtibar	10
3.3.4. Örgütsel İmaj, Kimlik ve İtibar Arasındaki İlişkili	11
3.4. Örgütsel Prestijin Oluşumunda Etkili Olan Faktörler	13
3.4.1. Örgüt Kültürü	13
3.4.2. Örgütsel İletişim	14
3.4.3. Örgüt İklimi	15
3.4.4. Örgütsel Kimlik	16
3.4.5. Örgütsel Vatandaşlık	16
3.5. İyi Bir Örgütsel Prestijin İşletmeye Katkıları	18
3.5.1. Örgütsel Güven	18
3.5.2. Örgütsel Özdeşleşme	19
3.6. Örgütsel Prestijin Önemi	20
4. ÖRGÜTSEL KİMLİK	22
4.1. Kimlik Kavramı	22
4.1.1. Bireysel Kimlik	22
4.1.2. Sosyal Kimlik	23
4.1.3. Örgütsel Kimlik	23
4.2. Örgütsel Kimlik Kavramı ve Kapsamı	25
4.3. Örgütsel Kimliğin Özellikleri	26
4.4. Örgütsel Kimlik Modelleri	27
4.4.1. Hatch ve Schultz Modeli	27
4.4.2. Algılanan Örgütsel Kimlik ve Özdeşleşme Modeli	28
4.5. Örgütsel Kimliğin İlişkili Olduğu Kavramlar	30
4.5.1. Örgütsel Kimlik ve Örgüt Kültürü	30
4.5.2. Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Vatandaşlık	31
4.5.3. Örgütsel Kimlik ve Örgüt Felsefesi	32
4.5.4. Örgütsel Kimlik ve Örgüt Sağlığı	32
4.6. Örgütsel Kimliklenmenin Sonuçları	33
5. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK	35
5.1. Örgütsel Vatandaşlık Kavramı ve Kapsamı	35
5.2. Örgütsel Vatandaşlığın Tarihçesi	37

5.3. Örgütsel Vatandaşlığın Boyutları	39
5.3.1. Özgecilik	41
5.3.2. Nezaket.....	41
5.3.3. Vicdanlılık (Bilinçlilik).....	41
5.3.4. Centilmenlik	42
5.3.5. Sivil Erdem.....	43
5.4. Örgütsel Vatandaşlık Türleri	43
5.4.1. Hedeflerine Göre Örgütsel Vatandaşlık Davranışları.....	43
5.4.2. Davranış Tarzına Göre Örgütsel Vatandaşlık Davranışları	44
5.4.3. Diğer Örgütsel Vatandaşlık Davranışları.....	44
5.5. Örgütsel Vatandaşlığa Etki Eden Faktörler.....	45
5.5.1. Bireyin Ruhsal Durumu	46
5.5.2. Kişilik Özellikleri	46
5.5.3. İşe Karşı Tutumlar ve İş Tatmini.....	46
5.5.4. Liderlerin Özellikleri ve Buna Bağlı Olarak Duyulan Güven.....	47
5.5.5. Kararlara Katılım	47
5.5.6. Stres	48
5.6. Örgütsel Vatandaşlığın İlişkili Olduğu Kavramlar	48
5.6.1. Örgütsel Vatandaşlık ve Liderlik.....	48
5.6.2. Örgütsel Vatandaşlık ve Güven.....	49
5.6.3. Örgütsel Vatandaşlık ve Adalet.....	50
5.6.4. Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Bağlılık	51
5.6.5. Örgütsel Vatandaşlık ve İş Tatmini	52
5.6.6. Örgütsel Vatandaşlık ve Motivasyon.....	53
5.6.7. Örgütsel Vatandaşlık ve Örgüt Kültürü	53
5.7. Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Fonksiyonları.....	55
5.7.1. Çalışanların Performansını Artırma.....	55
5.7.2. Örgüt Kaynaklarının Verimli Olarak Kullanılmasına Katkı Sağlama.....	55
5.7.3. İş Tatminini Artırma	56
5.7.4. Çalışanları Kişisel Gelişimleri Konusunda Teşvik Etmek.....	56
5.7.5. Örgütün Çevreye ve Değişime Karşı Uyum Kabiliyetini Artırma.....	57
5.8. Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Sonuçları	57
5.9. Örgütsel Prestij, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Vatandaşlık Arasındaki İlişki	58
6. ÖRGÜTSEL PRESTİJ, ÖRGÜTSEL KİMLİK, ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK; UYGULAMALI BİR ÇALIŞMA.....	61
6.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	61
6.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları	61
6.3. Araştırmanın Yöntemi.....	62
6.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları	62
6.5. Verilerin Analizi	63
7. BULGULAR.....	64
7.1. Araştırmanın Güvenilirliği	64
7.2. Kişilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	64
7.2.1. Demografik Değişkenler İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler.....	65
7.2.2. İşletmelere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	67
7.3. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme.....	67
7.3.1. Örgütsel Prestije İlişkin Bulgular	68
7.3.2. Örgütsel Kimliğe İlişkin Bulgular	69
7.3.3. Örgütsel Vatandaşlığa İlişkin Bulgular.....	70

7.4. Örgütsel Prestij, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Vatandaşlığın Korelasyon Değerleri.....	73
8. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	75
KAYNAKLAR	78
ÖZ GEÇMİŞ	
EKLER	



TABLÖLAR LİSTESİ

<u>Tablo</u>	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1. Örgütsel İmaj, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel İtibar Kavramları	11
Tablo 3.2. Örgütsel İmaj, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel İtibar Kavramlarının Benzerlikleri	12
Tablo 4.1. Örgütsel Kimlik Tanımları	25
Tablo 4.2. Örgüt Kimliğinin Dinamik Modelinin Ögeleri ve Yorumu	27
Tablo 5.1. Örgütsel Vatandaşlık Kavramının Tarihsel Gelişim	39
Tablo 5.2. Örgütsel Vatandaşlığın Boyutları	40
Tablo 5.3. Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık İlişkisi	54
Tablo 7.1. Araştırmada Yer Alan Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları	64
Tablo 7.2. Katılımcıların ve İşletmelerin Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı	65
Tablo 7.3. Örgütsel Prestije İlişkin Bulgular	68
Tablo 7.4. Örgütsel Kimliğe İlişkin Bulgular	69
Tablo 7.5. Örgütsel Vatandaşlığa İlişkin Bulgular	70
Tablo 7.6. Örgütsel Vatandaşlığa İlişkin Diğer Bulgular	72
Tablo 7.7. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Tablosu	74

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1. Örgütsel Özdeşleşme Süreci.....	29
--	----



KISALTMALAR LİSTESİ

akt	: Aktaran
övd	: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı
spss	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi (Statistical Package For The Social Sciences)
vb.	: Ve Benzeri
vd.	: Ve Diğerleri
yy.	: Yüzyıl



1. GİRİŞ

Yapılan araştırma kapsamında incelenen bir kavram olan örgütsel prestij; teoride örgütün dış dünyada nasıl algılandığına yönelik oluşmuş ortak fikirler, örgütün geneli hakkındaki görüşler olarak ifade edilmektedir. Bu görüşleri örgüt çalışanları ve örgüt paydaşlarının (müşterileri, rakipler, tedarikçiler vb.) örgüt hakkındaki düşünceleri ve iş görenlerin kendi düşünceleri sonucu oluşturdukları değerlendirmeler neticesinde algıladıkları örgütsel imaj veya örgütsel prestij oluşturmaktadır. Bu anlamda örgütsel yaşamda çalışanların örgüt hakkındaki düşüncelerinde farklılıklar doğabilmekte ve dış dünyada örgüt hakkında oluşmuş fikirler bireyin davranışlarında farklılıklara neden olabilmektedir. Örneğin bireyin çalıştığı örgütü olumlu ya da olumsuz algılaması, bireyin örgütüyle olan özdeşleşmesine etki edecektir (Carmeli, 2005: 444).

Güçlü örgütsel prestij, örgütün satışlarında, yatırım fırsatlarının değerlendirilmesinde, örgüt tarafından finansal destek alınmasında oldukça önemlidir. Algılanan olumlu prestij sayesinde çalışanlar örgütleriyle daha sıkı bir bağ içerisinde olup, olumlu vatandaşlık davranışı sergileyeceklerdir. Dolayısıyla işletmelerin günümüz koşullarında rekabet edebilmesi, amaçlarına ulaşabilmesi rakipleri karşısında üstünlük kazanması, toplumda önemli bir yer edinebilmesi bakımından güçlü bir örgütsel prestije ihtiyaç vardır.

Araştırma kapsamında incelenen bir diğer kavram ise örgütsel kimliktir. Örgütsel kimlik, literatürde örgüt çalışanlarının örgütün bütününe yönelik oluşmuş inançları, deneyimleri, kendilerini örgüt olarak nasıl ifade ettikleri olarak tanımlanmaktadır (Hatch, 1997; Akt. Tüzün, 2006: 56). Örgütsel kimlik, kurumsal kimliğin bir bileşenidir. Aynı zamanda örgüt üyelerinin örgütleri ile ilgili algılamalarını yansıtmaktadır (Tüzün ve Özdoğan, 2006: 92). Örgütsel kimliğin etkin yönetimi örgütsel prestije etki edecek, örgütün çalışanlarının ve paydaşlarının örgüte yönelik olumlu algısı örgütün mal ve hizmetlerinin kullanılmasına, örgütle ticaret yapılmasına katkıda bulunacaktır. Örgütsel başarıda önemli rol oynayan örgütsel kimlik ve örgütsel prestij, örgütün dış çevreyle olan ilişkisinde belirgin bir avantaj yaratmaktadır. Dolayısıyla, güçlü bir örgütsel kimlik algısına sahip örgüt üyeleri, örgüt kimliğini destekleyecek şekilde örgütlerine yönelik olumlu davranışlar içerisine gireceklerdir (Duman vd., 2013: 78). Bu durum çalışmanın bir diğer önemli kavramı olan örgütsel vatandaşlığa etki edecektir.

Örgütsel vatandaşlık; tanımlanmış iş ve görev tanımlarının ötesinde belirlenmiş rol gereklerini aşan çalışanların örgüte katkıda bulunmak için istekli olarak göstermiş oldukları rol fazlası davranış olarak ifade edilmektedir. Diğer bir ifadeyle bu kavram örgütsel hedeflerin gerçekleştirilmesine yardımcı olmak amacıyla gönüllülük esasına göre sergilenen bireysel davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Sezgin, 2005: 318-319). Örgütsel vatandaşlık kavramı son zamanlarda endüstriyel ve örgütsel psikolojide sıkça araştırmalara konu olmaktadır. Örgütsel vatandaşlık kavramının örgütsel yaşamda bu derece öneminin artmasında dünyada sosyal, ekonomik ve teknolojik alanlarda yaşanan hızlı değişimlerin etkisinin olduğu açıktır. Yüksek rekabet şartlarında örgütsel başarı ve süreklilikte resmi görev tanımlarının ötesinde çalışan ve gönüllü performans sergileyen bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla örgütsel etkinliğinin sağlanması mevcut çalışanlarının nitelikli olması kadar, işini zamanında tamamlayan, yeniliklere açık, örgütsel yaşamda özellikle işle ilgili konularda hoşgörülü, meslektaşlarına gönüllü yardım edip örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyen, çalışanlarla mümkün olabilmektedir (Akatay, 2009: 300).

Çalışmanın ilk başlığında giriş bölümüne yer verilmiştir. İkinci başlığında konu ile ilgili daha önce yapılan araştırmalar kısaca açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü başlıkta örgütsel prestij kavramına yer verilmiştir. Kavramın çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan tanımına yer verilirken, devamın da örgütsel prestij oluşumunda etkili olan faktörlere, kavramın önemine, ilişkili olduğu diğer kavramlara, iyi bir örgütsel prestij/itibarın işletmelere katkılarına, örgütsel prestijle ilişkili hatta çoğu kez aynı anlamda kullanılan örgütsel itibar ve örgütsel imaj kavramalarına kısaca değinilmiştir.

Çalışmanın dördüncü başlığında; örgütsel kimlik, örgütsel kimlik kavramının anlam ve önemi, kavramın özellikleri, örgütsel kimlik modelleri, örgütsel kimlik ve ilişkili olduğu kavramlar, örgütsel kimliklenmenin sonuçları açıklanmıştır.

Çalışmanın beşinci başlığında; örgütsel vatandaşlık kavramının literatür taramasına yer verilmiştir. Öncelikle kavramın çeşitli araştırmacılar tarafından yapılmış tanımına yer verildikten sonra, kavramın tarihçesi, örgütsel vatandaşlığın boyutları, örgütsel vatandaşlık türleri, örgütsel vatandaşlığa etki eden faktörler, örgütsel vatandaşlığın fonksiyonları örgütsel vatandaşlığın önemi ve kavramın ilişkili olduğu diğer kavramlar, (güven, adalet motivasyon vb.) örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişki açıklanmıştır.

Çalışmanın altıncı ve yedinci başlıklarında ise; örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik bir uygulamaya yer verilmiştir. Bu bölümde değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymak için anket yöntemi uygulanmıştır. Burada Kahramanmaraş ilinde faaliyette bulunan 20 küçük ve büyük ölçekli firmaların çalışanlarına dağıtılan anket ile elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Ortaya çıkan bulgulara göre araştırmanın son bölümü olan sekizinci başlıkta ise ortaya atılan hipotezin doğruluğu araştırılmış ve ortaya çıkan sonuç değerlendirilerek, öneriler geliştirilmiştir.

2. KONU İLE İLGİLİ ÖNCEKİ ARAŞTIRMALAR

Yapılan literatür taramasında örgütsel prestij kavramı hakkında yapılmış çalışmaların sayısının oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Ancak örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramları hakkında yapılmış çalışmalara rastlamak mümkündür. Çalışmanın bu bölümünde örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramları hakkında yapılmış daha önceki çalışmalara kısaca yer verilecektir.

Özdevecioğlu, 2003 yılında yapmış olduğu makale çalışmasında örgütsel vatandaşlık davranışı ile üniversite öğrencilerinin bazı demografik özellikleri ve akademik başarıları arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir çalışma yapmıştır. Araştırma sonucunda başarı seviyesi ile örgütsel vatandaşlık arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte yaş ve tekrara kalınan ders sayısı ile örgütsel vatandaşlık arasında ters yönlü bir ilişki saptanmıştır.

Karabey, 2005 yılında yapmış olduğu tez çalışmasında örgütsel özdeşleşme, örgütsel imaj ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi incelemiş ve çalışma sonucunda; örgütün dış imajını çekici bulan çalışanların örgütle daha çok özdeşleştikleri, dolayısıyla algılanan dış imajın çekiciliği ile örgütsel özdeşleşme arasında olumlu bir ilişki olduğunu saptamıştır. Ayrıca çalışmada örgütsel özdeşleşmenin de örgütsel vatandaşlık davranışlarını olumlu etkilediği tespit edilmiştir.

Akatay, 2009 yılında yapmış olduğu makale çalışmasında çalışanların örgütsel kimlik algılarının örgütsel vatandaşlık davranışına olan etkisini araştırmıştır. Araştırmanın hedef kitlesi olarak üniversitede görev yapan akademisyenler seçilmiştir. Çalışma sonucuna göre; çalışanların örgütsel kimlik algılarının örgütsel vatandaşlık davranışını pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca örgütsel vatandaşlığın alt boyutlarının tek tek modele katılması ile elde edilen sonuçlar incelendiğinde ise örgütsel kimlik algılarının en çok örgütsel vatandaşlığın alt boyutlarından nezaket üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Çalışanların örgütsel kimlik algılarının en az etkiyi verdiği boyut ise vicdanlılık olarak tespit edilmiştir.

Demirel ve Özçınar, 2009 yılında yaptıkları makale çalışmasında iş görenlere yönelik ÖVD ile ücret ve ödemeler, iş ortamı arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişkinin olduğunu saptamışlardır. Kariyer fırsatı ile iş görene ve örgüte yönelik ÖVD arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenirken, iş ortamı ile örgüte ve role ilişkin ÖVD arasında ise negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Genel olarak ÖVD ile iş tatmini arasında ise pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Erdem, 2009 yılında yapmış olduğu tez çalışmasında örgüt kültürü ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma Türk Telekom A. Ş. üzerine yapılmış olup, araştırmaya farklı departmanlarda çalışan 400 kişi katılmıştır. Çalışma sonucunda örgüt kültürü ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında % 27 oranında zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Türk Telekom da örgütsel vatandaşlık davranışının daha az sergilendiği, bunun nedeninin ise uzun yıllar devlet bünyesinde bulunması ve yeni personele istihdam olanaklarının verilmemesi sebep olarak gösterilmiştir. Özelleştirme sonrasında işe yeni başlayan genç personelin örgütsel vatandaşlık davranışı sonuçlarına bakıldığında ise daha yüksek seviyelerde örgütsel vatandaşlık davranışı sergiledikleri belirtilmektedir.

Gürbüz, 2010 yılında yapmış olduğu makale çalışmasında, algılanan kurumsal imajın iş tatmini, duygusal bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışına etkisini incelemiştir. Araştırmaya tekstil gıda ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren orta ve alt kademede çalışan 200 yönetici katılmıştır. Araştırma sonucunda algılanan kurumsal imajın, iş tatmini duygusal bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu etkilediği

görülmüştür. Bununla birlikte algılanan kurumsal imajla söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin düşük seviyede olmakla beraber anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Yeşiltaş vd., 2011 yılında yapmış oldukları makale çalışmasında otel işletmelerinde algılanan dışsal prestijin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışmaya katılan otellerdeki çalışanların algıladıkları örgütsel prestij arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışlarının da pozitif yönlü bir ilişki paralelinde arttığı gözlenmiştir. Ayrıca işletmelerin tüm yıl çalışmasıyla sezonluk çalışması da iş görenlerin hem örgütsel vatandaşlık davranışı hem de algılanan örgütsel prestij durumlarını etkilediği, tüm yıl faaliyet gösteren işletme çalışanlarının örgütsel prestij algıları ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının sezonluk işletmelerde çalışanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Kaplan, 2011 yılında Konya Emniyet Teşkilatı mensuplarının örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini düzeylerini inceleyerek, örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş tatmini arasındaki ilişki ile iş tatminin örgütsel vatandaşlık davranışına etkisini incelemiştir. Konya Emniyet Müdürlüğü'nde görev yapan 531 polisin katılımı ile gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre; iş tatmini ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin bulunduğu, iş tatmininin örgütsel vatandaşlık davranışını anlamlı düzeyde açıkladığı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Baş ve Şentürk, 2011 yılında yapmış oldukları makale çalışmasında ilköğretim okulu öğretmenlerinin örgütsel adalet, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel güven algıları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma Niğde ilinde bulunan 13 ilköğretim okulunda gerçekleştirilmiş olup çalışmaya 401 ilköğretim öğretmeni katılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre; ilköğretim öğretmenleri okullarında örgütsel adalet, örgütsel vatandaşlığa ve örgütsel güvene ilişkin olarak olumlu algılara sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğretmenlerin örgütsel adalet algılarının cinsiyete ve mesleki kıdeme göre farklılaşmadığı, ancak eğitim durumuna göre farklılaştığı saptanmıştır. Öte yandan, öğretmenlerin örgütsel vatandaşlık algılarının cinsiyete ve eğitim durumuna göre farklılaşmadığı, ancak mesleki kıdeme göre farklılaştığı bulunmuştur.

Öcel, 2013 yılında yapmış olduğu makale çalışmasında kişi örgüt uyumu, örgüt kimliğinin gücü ve algılanan örgütsel prestij ile bağlamsal performans arasındaki ilişkilerde örgütsel bağlılığın rolünü bir üniversite örnekleminde incelemiş ve araştırma sonuçlarına göre duygusal bağlılık ve normatif bağlılığın kişi örgüt uyumu, örgüt kimliğinin gücü ve algılanan örgütsel prestij ile bağlamsal performans arasındaki ilişkide aracı rol oynadığını ancak devamlılık bağlılığının ise böyle bir aracı rolünün olmadığını göstermiştir. Bununla birlikte örgütün algılanan dışsal prestijinin de duygusal bağlılığı etkilediği, çalışanın algılanan dışsal prestiji yüksek bir örgütün üyesi olarak kalmaya devam etmek istediği belirtilmektedir.

Kara, 2014 yılında yapmış olduğu tez çalışmasında kurumsal kültür, kurumsal kimlik ve kurumsal imajın kurumsal itibar üzerine etkilerine yönelik bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın hedef kitlesi İstanbul ilinde bulunan büyük ölçekli bir işletmenin 124 çalışanıdır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; kurumda güçlendirmelerin olmasının kurum itibarın alt ölçeklerinden güvenilirliği pozitif yönlü ve anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte kurum kimliği, ürün ve hizmetler ölçeğini pozitif yönde etkilemektedir. Kurumda geri bildirimlerin olmasının kurum itibarının alt ölçeklerinden güvenilirliği pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkilediği ortaya konulmuştur.

Tak ve Çiftçioğlu tarafından 2009 yılında yapılan araştırmada örgütsel prestij, örgütsel bağlılık ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışma Bursa ilinde faaliyette bulunan 15 imalat işletmesi çalışanına uygulanmıştır. Çalışma sonucuna göre örgütsel prestij ile örgütsel özdeşleşme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bununla birlikte iş tatmini ve örgütsel bağlılığın aracı bir rol üstlenmeleri halinde örgütsel prestij ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Obamiro vd. tarafından 2014 yılında yapılan makale çalışmasında örgütsel imaj ile örgütsel vatandaşlık arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerinin aynı zamanda örgüt imajının gelişimine de katkı sağlayacağı belirtilmektedir.

Çetinkaya ve Çimenci, 2014 yılında yapmış oldukları araştırmada örgütsel kimlik algısının örgütsel adalet algısı ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında tam aracılık rolüne sahip olduğunu başka bir deyişle, çalışanların örgütte adaletli davranıldığına ilişkin algıları onların örgüt ile özdeşleşmelerine ve örgütsel vatandaşlık davranışları sergilemelerine yol açtığını ortaya koymuşlardır.

Mignonac, Herrbach ve Guerobo, 2006 yılında çalışmalarında kişilerin kendilerini bağlı oldukları örgütlerin kimliklerine göre kategorize ettiklerini ve şirketlerin statülerini olumlu algılamaları halinde çalışanların motive olmuş olarak hareket ettiklerini bilimsel çalışmalarla ispat etmişlerdir.

Marium ve Muthahir'in 2015 yılında örgütsel prestij ile örgütsel kimlik arasında yapmış oldukları araştırma sonucuna göre, çalışanların algılanan dışsal prestij düzeyi ile örgütsel kimlik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin bulunduğu, aynı zamanda bu iki kavram arasındaki ilişkilerin çalışanların genel performansını da pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

3. ÖRGÜTSEL PRESTİJ

Bu bölümde örgütsel prestij kavramına, örgütsel prestijin ilişkili olduğu diğer kavramlara, kavramın oluşumunda etkili olan faktörlere ve örgütsel prestijin önemine yer verilecektir.

3.1. Örgüt Kavramı

Türk Dil Kurumu örgüt kavramını; ortak bir amacı ya da işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kişilerin veya kurumların oluşturduğu birlik, teşekkül, teşkilat olarak tanımlamaktadır (20.12.2015 TDK.gov.tr).

Bir başka tanımla örgüt kavramı, belli bir iş, görev tanımı yapılarak, bir otorite ve sorumluluk düzeni içerisinde, ortak amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesi için bir grup insanın akılcı kuramlara göre bir araya geldiği sosyal sistem olarak ifade edilmektedir (Tutar, 2014: 9).

Örgüt kavramı literatürde farklı bilim dallarının araştırma konusu olmuştur ve örgüt kavramı hakkında her bilim dalı kendi yaklaşımına göre tanımlamalar yapmışlardır. Bu açıdan örgüt kavramı hakkında ortaya atılmış pek çok farklı yaklaşım bulunmaktadır. Örneğin sosyoloji bilim dalı örgütü küçük toplumlar olarak tanımlarken, psikoloji bilimi örgütü birden fazla kişinin belli bir hiyerarşi içerisinde ortak amaçları gerçekleştirmek için bir araya geldiği karmaşık sosyal sistemler olarak tanımlamaktadır. Antropoloji bilimi ise örgütü, belli bir kişiliği ve bazı gereksinimleri olan bilinçli olarak koordine edilmiş süreçlere sahip sistem olarak tanımlamıştır (Bakan vd., 2004: 6).

Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak örgüt; “belirli bir amaca hizmet etmek için iki ya da daha fazla kişinin, belli bir otorite, sorumluluk ve iş bölümü içerisinde benimsediği kurallar çerçevesinde oluşturulan sosyal ya da toplumsal birimler” olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2007: 6).

Örgütlerin tarihi oldukça eski zamanlara kadar dayanmaktadır. M.Ö. 2000–3000 yıllarında yapılan büyük anıtlar ve mabetler aslında birçok kişinin bir araya gelerek ortak çalışmalarıyla meydana getirdikleri örgütlenme olgularını göstermektedir. Bu tarihi kalıntı ve bulgular örgütlerin çok eski zamanlardan bu yana hayatımızda var olduğunu ve örgütlenmenin geçmişten günümüze sağlamlığını göstermektedir (Özkalp vd., 2009: 5).

Bir örgütün var olabilmesi için öncelikli belirli bir amaca hizmet eden kişi yada grupların olması gerekmektedir. Günümüzde küreselleşme ile artan insan ihtiyaçları kaynakların rasyonel bir şekilde kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Kaynakların rasyonel kullanımı ise ancak örgütler aracılığıyla sağlanabilmektedir. Dolayısıyla yaşantımızın büyük bir bölümünü, örgütlerde geçirdiğimiz ya da onlardan etkilenecek geçirdiğimiz söylenebilir (Cansu, 2006: 9; Akt. Akgül, 2012: 13).

Örgüt kavramının daha iyi anlaşılabilmesi açısından örgütlere neden ihtiyaç duyulduğu konusuna açıklama getirmekte fayda vardır. Bireyler tek başlarına yapamayacakları işleri yapabilmek ve başkaları ile paylaştıkları amaçlarına başarılı bir şekilde ulaşabilmek için örgütlere üye olmaktadır. Bununla birlikte, kişilerin sosyal ihtiyaçlarını karşılamak aynı zamanda yalnızlıktan kurtulmak içinde örgütlere katıldıkları görülmektedir. Bireylerin tanınma ve toplumda kabul görme ihtiyaçlarını giderme istekleri örgütlere katılmanın bir diğer gerekçesi olarak gösterilebilir (Bakan vd., 2004: 9). Bugün hayatımızın her alanında karşımıza çıkan, sürekli etkileşim içerisinde olduğumuz hastane, okul, polis teşkilatları, sağlık teşkilatı, işyeri, dernek ve

vakıflar, vs. hepsi örgüte birer örnektir. Buradan da anlaşılacağı üzere örgütler yaşamımızın önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Örgütler günümüzde artan rekabet, hızlı ilerleyen teknoloji ve ulaşılması oldukça zor olan bilgi nedeniyle sürekli karmaşık bir hal almaktadır. Bu karmaşık yapı içerisinde bulunan bireyin gerek kendi sosyal ihtiyaçları gerekse toplumsal ihtiyaçları nedeniyle bu karmaşık yapıdan etkilendiği görülmektedir. Bununla birlikte örgütlerin bu istek ve ihtiyaçları karşılamak için kurulduğu, bu amaçları karşılamının hem bir aracı hem de sonucu olduğu ifade edilmektedir (Ergeneli, 2006: 23).

İşletmelerin büyüklüklerine göre örgütlerin yapısı farklılıklar gösterebilmektedir. Ancak örgütler ne kadar karmaşık bir yapıya sahip olursa olsunlar ya da büyüklüklerine göre farklılıklar gösterebilirler, tüm örgütlerde olması gereken belli başlı koşullar bulunmaktadır. Bu koşullar; (Türkmen, 2000: 21; Akt. Demir, 2007: 17);

- Ortak bir amacın bulunması,
- Örgüt üyeleri arasında formal ve bilinçli etkileşim,
- Başkaları tarafından genel kabul görmüş belli kimliğin olması,
- Amaçları ve çalışmaların önceden belirlenmesi,
- Görev ve sorumluluklarının üyelere önceden bildirilmesidir.

3.2. Örgütsel Prestij Kavramı

Prestij kavramı literatürde saygınlık, itibar anlamlarında kullanılmaktadır. Örgütsel prestij ise; örgütlerin dış dünyada ne şekilde algılandığına yönelik örgüt üyelerinin ve dış paydaşların zihinlerinde oluşmuş fikirlerdir (Çiftçioğlu ve Tak; 2009: 101). Diğer bir ifadeyle örgütsel prestij için bireylerin ya da diğer grupların örgüt hakkında sahip olduğu düşünce veya izlenim denilebilmektedir.

Örgütsel prestij kavramı hakkında yapılan tanımlar incelendiğinde genel olarak örgütsel prestij kavramının;

- Örgüt üyeleri ve örgütün etkilediği grupların örgüte ilişkin düşünceleri,
- Örgüt üyeleri ve örgütün etkilediği grupların örgüte ilişkin izlenimleri,
- Örgüt üyelerinin ve örgütten etkilenenlerin örgüte ilişkin algı farklılıklarını ifade ettiği belirtilmektedir (Polat ve Arslan, 2015: 4).

Güçlü örgütsel prestij küresel rekabet ortamında müşteri ve güçlü yatırımcıları örgüte yönelterek çekici ve rekabet edilebilir bir ortam oluşturması bakımından oldukça önemli bir konuma gelmiştir. Örgütsel prestij kavramının başarılı bir şekilde oluşumu ve yönetilmesi örgütlerin başarısında aynı zamanda rekabetçi bir güç kazanmalarında etkin bir rol oynamaktadır (Nadiri ve Tanova, 2010: 33).

Örgütsel prestijin etkisini örgüt hakkında oluşmuş algılamalar belirlemektedir. Fombrun, işletmelerin prestiji/itibarı için şu tavsiyelerde bulunmaktadır: "Örgütsel prestijin temel değerlerini dürüstlük, güvenilirlik ve sorumluluk gibi kavramlar oluşturmaktadır. Bu anlamda örgütsel prestij kavramının iyi yönetilmesi işletmelerin itibarı için oldukça önemlidir aksi takdirde örgütsel yapının tamamının çökme tehlikesi yaşayabileceği ifade edilmektedir". Örgüt paydaşları (müşteri, tedarikçi, yatırımcılar) aynı zamanda örgüt üyeleri örgütün güvensiz, dürüst olmadığını düşünmeleri halinde örgütle olan tüm bağlarını koparacaklardır. Sonuç olarak işletmenin itibarı zedelenecek ve örgütün geleceği tehlike altına girecektir (Karaköse, 2007; Akt. Dinçel, 2012: 4).

Örgütsel prestijin güçlü olması halinde, örgütün satışlarının, yatırım fırsatlarının ve finansal desteğin bu durumdan etkilendiği görülmektedir. Örgüt çalışanları örgütsel prestiji olumlu algılamaları halinde örgütte daha fazla çalışma, örgütlerini koruyup kollama, örgütle bütünleşme gibi davranışlar sergileyeceklerdir (Küçük, 2005).

Dolayısıyla örgütlerin hedef ve amaçlarına ulaşabilmeleri, rekabette başarılı olabilmeleri, rakipleri karşısında üstünlük kazanıp, toplumda önemli bir yer edinebilmeleri bakımından güçlü bir örgütsel prestije ihtiyaç duyulmaktadır.

Yapılan araştırmalar, çalışanların ve örgüt paydaşlarının örgütsel prestij algıları arttıkça, örgütle özdeşleşme düzeylerinin arttığına dikkat çekmektedirler. İş görenler, örgütsel prestiji olumlu algılamaları halinde örgütleriyle daha çok özdeşleşmekte ve çalışanların örgütlerine olan güven duyguları artmaktadır. Örgütün dışarıdan nasıl algılandığı konusunda örgüt üyeleri hassas davranmaktadır. Dış dünyadan algılanan itibar nasıl ki bireyin toplumsal yaşamda önemli bir konuma gelmesine yardımcı olmakta ise algılanan olumlu prestijde örgüt üyelerinin örgütlerine karşı davranışlarını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Örgütsel prestij aynı zamanda örgütlerin kimliklerinin oluşumunda etkin rol oynayan faktörlerden biridir (Podnar, 2011: 1617).

Özel işletmeler ile kamu kuruluşlarının olumlu bir prestije sahip olamadıkları takdirde örgütsel yaşamda varlıklarını etkin bir şekilde devam ettiremedikleri gözlenmiştir. Örnek verecek olursak, kamu işletmelerinde önemli bir prestije sahip olan kurumun genel bütçeden daha fazla pay alabildiği ve siyasi baskılara daha az maruz kaldığı görülmektedir. Bir kurum varlığını ve gelişimini sağlıklı olarak sürdürebilmesi için toplumun onay ve desteğini sağlaması gerektiği aynı zamanda, toplumun beklentilerine karşılık vermesine bağlı olduğu ifade edilmektedir. Bu onay ve destek ise örgütlerin kendisinin, yönetiminin ve faaliyetlerinin halk tarafından olumlu algılanmasına bağlı olmaktadır (Süceddinov, 2008: 37).

Örgütsel Prestij, örgütlerin piyasaya sundukları mal ve hizmetler ile bunların sunum şekillerinin hedef kitlelerin zihinlerinde oluşan resmine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Örgüt hakkında oluşan müşteri/vatandaş memnuniyeti, endüstriyel ilişkiler ve örgütün fiziksel görünümü, örgütsel prestiji oluşturan faktörlerdir. Örgütsel prestij oluşumu ve korunması uzun vadede bir dizi faaliyet gerektirmektedir. Olumlu bir örgütsel prestij algısı oluşturmak ve bunu koruyabilmek dikkat ve özen gerektiren zorlu bir süreçtir (Tutar, 2008: 124). Örgütlerin zorlu rekabet ortamında başarılı olabilmeleri büyük oranda güçlü örgütsel prestij algısı ile mümkün olabilmektedir. Örgüt prestijinin örgüt üyeleri ya da dış paydaşlar tarafından olumsuz algılanması, örgütün hayatta kalmasını engelleyen tehlikeli bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.3. Örgütsel Prestij ile İlişkili Kavramlar

Çalışmanın bu bölümünde örgütsel prestij ile ilişkili diğer kavramlara, kavramlar arasındaki benzer yönler ve farklılıklara değinilecektir.

3.3.1. Örgütsel İmaj

Örgütsel imaj; örgüt hakkında halkın kafasında oluşan izlenimler, örgütle ilgili olarak tüketicilerin zihinlerinde yer edinen fonksiyonel ve psikolojik özellikler; kısacası bir örgüt hakkındaki hayali bilgilerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Taslak ve Akın, 2005: 265).

Örgütsel imajı daha basit bir tanımla ifade edecek olursak imaj kavramının örgütsel boyutta ifade edilmesidir. Örgütsel imaj, örgüt ile ilgili örgüt içindeki ya da dışındaki kişilerin zihinlerinde oluşan izlenimlerdir.

Örgütsel imaj kavramı hakkında yapılan araştırmalar incelendiğinde örgütsel imajın; genel olarak örgüt üyelerinin ya da örgütten etkilenenlerin örgüte ilişkin duygu

ve düşüncelerini, anlam farklılıklarını, izlenimlerini ifade ettiği görülmüştür (Polat ve Arslan, 2015: 4).

Örgütsel imaj, örgüt bünyesinde bulunan tüm planlanmış ve planlanmamış sözlü, yazılı ve görsel unsurların, gözlemleyiciler üzerinde bıraktığı izlenim olarak tanımlanmaktadır (Selame, 1980; Akt. Polat, 2015: 5).

Örgütsel imajda tıpkı örgütsel prestij gibi işletmeler açısından oldukça stratejik bir kavramdır. Örgütsel imaj olumlu olursa örgüt, toplumun güvenini kazanarak amaçlarına ulaşma konusunda güç kazanacaktır. Olumlu örgütsel imaj algısının yararları bununla da sınırlı kalmamaktadır. Bu amaçla literatürde örgütsel imaj ile bir çok kavram arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda örgüt imajının iş tatminini pozitif yönde etkilediği, aynı şekilde örgütsel imaj ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönde, anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte örgüt imajı ile çalışanların performansları arasında anlamlı bir ilişki bulunurken, işten ayrılma niyeti ve iş devir hızı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu ifade edilmektedir (Taslak ve Akın, 2005: 270). Güçlü bir örgütsel imajın örgütlere sağlayabileceği katkılar şu şekilde sıralanabilir (Bolat, 2006; Akt. Polat ve Arslan, 2015: 44).

- Örgütün uzun dönem amaçları ile ilgili olarak yöneticiler arasında bir duyarlılık yaratır.
- Hedeflere ve bunlara ulaşmak için izlenecek yollara açıklık kazandırır, örgütlerin daha geniş ve tanımlanabilir hedefleri başarabilmelerini sağlar.
- Olumlu imaj algısı, devamlı ve stratejik başarı için olanak sağlar.
- Örgüte faaliyet gösterdiği pazarda rekabet üstünlüğü kazandırır.
- Örgüt içi ve dışı iletişimi güçlendirir.
- Müşterilere, örgütün piyasadaki durumunu ve diğer örgütler karşısındaki konumunu değerlendirebilme kolaylığı sağlar.
- Müşteri memnuniyeti ve tercihleri olumlu yönde etkilenir.
- Müşterilerin örgüte olan bağlılığını güçlendirir.
- Örgüte duyulan güveni artırarak, örgütlere sermaye bulma konusunda kolaylık sağlar. Ayrıca olumlu örgütsel imaj algısı iş görenlere beklenmeyen durumlarda daha çok güvenilmesini sağlar.
- Örgütün amaçları ve bu amaçlara ulaşabilmek için kullanılan stratejilerin örgüt paydaşları tarafından daha kolay anlaşılmasını yardımcı olur.

Yukarıda ifade edilen bilgiler bize olumlu bir imaj algısının örgütlere ne kadar büyük katkılar sağlayabileceğini göstermektedir. Örgütsel imaj ile prestiji iyi şekillendiren ve yöneten işletmeler dışarıdan bakıldıklarında daha saygın, güvenilir, uzun vadede iş yapılabilir işletmeler olarak görülmektedirler. Bu açıdan bakıldığında örgütler, olumlu örgütsel imaj ve prestij oluşturma gereksinimi hissetmektedirler.

3.3.2. Örgütsel Kimlik

Albert ve Whetten örgütsel kimliği, “örgütün merkezi ayır edici ve sürdürülebilir özellikleri” olarak tanımlamışlardır. Krenier ve Ashfort’a göre ise, örgütsel kimlik; örgüt üyeleri tarafından yaygın olarak derinden paylaşılması gereken bir özelliktir. Albert ve Whetten’in yukarıda sözü edilen üç özelliğe paralel olarak araştırmacılar dikkat çekici bir örgütsel kimliğin örgütsel benlik değerinin artmasına yardımcı olduğu, benliğin ayırdediciliğini ve benlik devamlılığını sağlamaya katkıda bulunduğunu ifade etmektedirler. Araştırmacılara göre bu özellikler güçlü bir örgütsel

kimlik algısına sahip örgüt üyelerinin ve paydaşlarının örgütsel kimliği paylaşımlarına ve örgütte kalmalarına katkı sağlayacağını belirtilmektedir (Öcel, 2013: 39).

Örgütsel davranış alanında örgütsel kimlik ile ilgili yapılmış bir çok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalarda, örgütsel kimliğin örgüt üyelerinin davranışlarına etki eden güçlü bir yapı olduğu ortaya konulmuştur. Yapılan araştırmalarda örgüt kimliği ile iş tatmini, örgütsel bağlılık ve genel örgütsel etkililik gibi olumlu örgütsel çıktılar arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Brown, 1969, Lee, 1971; Akt. Duman vd., 2013: 77).

Hatch ve Schultz (2002)'a göre örgütün imajı ve örgüt itibarı, örgüt kimliğine yansımaktadır. Yansıma süreci tarafından etkinleştirilen bu durumda kimlik ve diğer örgüt değerleri, kimliği değiştirir ya da kuvvetlendirir. Örgütsel imaj ve devamında oluşan örgüt itibarı örgütsel kimlik kavramının etkin yönetimi ile oluşmaktadır. Güçlü örgütsel itibar ve örgüt imajı temel paydaş gruplarının örgütlerine yönelik algılarının olumlu olmasını sağlamaktadır. Örgüt paydaşları örgütün sunduğu hizmetlerden yararlanmakta, örgütün hisse senetlerini satın almakta, örgütle ticaret yapmakta ve çalışanlar ile sürekli iş ilişkisi içerisinde bulunmaktadır. Olumlu algılanan örgüt itibarı ve örgütsel kimlik, örgütsel başarıya katkıda bulunarak örgütlerin dış çevreleri ile olan ilişkilerinde belirgin bir avantaj yaratmaktadır. Dolayısıyla örgütsel kimlik tüm örgüt paydaşlarını birbirine bağlayarak örgütlerin yaşamının devam etmesine katkıda bulunacaktır (Tüzün ve Özdoğan, 2006: 92-93).

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde örgütsel kimlik kavramına daha ayrıntılı yer verilecektir.

3.3.3. Örgütsel İtibar

Örgütsel itibar kavramı son dönemde örgüt yazınında sıkça üzerinde durulan konulardan biri olmuştur. İtibar; örgütün bütün unsurlarıyla birlikte elde ettiği değerdir. “Örgütsel itibar; örgüt faaliyetlerin çevre tarafından onaylanma derecesini örgütün iç ve dış paydaşlarının, rakiplerinin ve tüm sosyal çevrenin örgütü algılama şekli sonucunda ortaya çıkan, örgüte atfedilen değerlerin toplamı olarak ifade edilmektedir”. Örgütsel itibar örgütün ürettiği mal ve hizmetlerin sunum şekillerinin örgütün iç ve dış müşterileri tarafından saygın olarak algılanma derecesidir. Örgüt itibarın olumlu olması örgüt paydaşlarının ve üyelerinin örgütlerine değer vermelerini, saygı göstermelerini ve örgütün yararlarını her durumda korumalarını sağlar (Tutar, 2008: 130).

1990'lı yılların başlarında idarecilerin; planlama, denetleme, örgütlenme gibi klasik işlevleri bulunmaktadır. Zamanla bu işlevlere halkla ilişkiler, yenilikçilik, değişim yöneticiliği gibi bir çok yeni kavram eklenmiştir. Günümüz şartlarında örgüt yöneticilerinin en önemli işlevlerinden bir tanesi, kamuoyu nezdinde “itibarlı saygın bir firma” görüntüsü çizebilmek ve bunu istikrarlı bir şekilde sürdürebilmek olmuştur. Örgütsel davranış alanında bu kadar büyük bir öneme sahip örgüt itibarı kavramı tutarlı işletme politikaları, çevreye duyarlılık, kalite bilinci vb. düşünce ve uygulamalarla yükseltilmelidir. Çünkü günümüz şartlarında işletmeler sadece finansal sermayeleri ile değil aynı zamanda ahlaki sermayeleri ile de anılmaktadırlar (Karatepe, 2008: 82).

Örgütsel yaşamda paydaşların örgütlerine yönelik güvenilirlik, saygınlık, sorumluluk gibi değer yargılarından oluşan örgüt itibarı kavramının çoğu zaman örgütsel kimlik ve örgüt imajı kavramlarıyla karıştırıldığı görülmektedir. Ancak örgüt itibarı kavramı örgütsel kimlik ve imajı da içerisine alan oldukça geniş bir kavramdır (Dinçel, 2012: 10). Bu açıdan örgütsel itibar, örgütsel imaj ve örgüt kimlik kavramları ile birlikte ele alınması gereken örgütsel bir değerdir. Bilindiği üzere kişisel veya

örgütsel itibarın ancak güvenilir olmakla sağlanabildiği ifade edilmektedir. Örgütlerin dış çevre tarafından tanınmasında ve çevre ile olan etkileşimlerinin altında örgütlerin itibarı/saygınlığı yatmaktadır. Örgütsel itibar, büyük yatırımcıları, tedarikçileri, satın alma gücü yüksek müşterileri işletmeye kazandırma konusunda örgütlere büyük katkılar sağlamaktadır. (Tutar, 2008: 132).

Örgütlerin güvenilir ve sağlam bir itibara sahip olmasının onlara bir takım avantajlar sağladığı görülmektedir. Fombrun; sağlam bir itibarın işletmelere kazandırmış olduğu en önemli faydanın stratejik avantaj olduğunu belirtmektedir. Sağlam bir itibara sahip işletmeler toplumun desteğini almak, nitelikli çalışanları, müşterileri ve tedarikçileri örgüte çekmek, açısından diğer örgütlere göre daha avantajlı durumdadırlar (Fombrun, 1996; Akt. Kara, 2014: 36).

3.3.4. Örgütsel İmaj, Kimlik ve İtibar Arasındaki İlişkili

İmaj kavramı çoğunlukla itibar (saygınlık/prestij) ve kimlik gibi kavramlarla karıştırılmaktadır. Bu kavramlar ne kadar birbirine benzer ve birbirinin tamamlayıcısı olsa da aslında farklı anlamlar ifade ettiği görülmektedir.

Örgütsel Kimlik, örgütün temel değeridir. Bir örgütün kimliği onun kişiliği ve onu diğerlerinden ayıran özellikler olarak tanımlanmaktadır. Örgüt kimliğini oluşturan örgüt üyelerinin davranışlarıdır ve bu davranışlar değiştikçe örgüt kimliği de değişmektedir. Örgüt kimliği örgüt imajını şekillendiren, oluşturan en önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. Örgütlerde etkin ve güçlü bir örgüt kimliği, hedef kitlelerin zihinlerinde daha iyi yer edinebilme ve kalıcı bir imaja sahip olabilme imkanı tanımaktadır. (Polat, 2015: 7).

Örgütsel İtibar, örgütün eylem ve faaliyetlerine bağlı olarak gelişmektedir. Bu eylem ve faaliyetler ise çalışanların örgütlerine ve onun temel değerlerine ilişkin algıları ile şekillenmektedir. Örgütsel kimlik kavramı, örgütün kendi üyeleri tarafından nasıl algılandığı ile şekillenirken; örgütsel itibar tam tersi örgütün dış çevresi tarafından nasıl algılandığına göre şekillenmektedir (Polat, 2015: 7).

Örgüt itibarı, örgütsel kimlik ve örgüt imajın birleşimi sonucunda ortaya çıkar. İş görenler örgütlere sadece sosyal ve fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak için değil aynı zamanda saygınlık, güvenilirlik, statü gibi psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak içinde girerler. Sağlıklı örgütlerde örgüt itibarı çalışanların psikolojik ihtiyaçlarını karşılayacak düzeydedir (Tutar, 2010: 188).

Örgütsel imaj, örgütsel kimlik ve örgütsel itibar kavramları Tablo 3.1'deki gibi tanımlanmıştır.

Tablo 3.1. Örgütsel İmaj, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel İtibar Kavramları(Polat, 2015:7).

KAVRAM	TANIMLAR
Örgütsel İmaj :	Bir bireyin, bir örgütle planlı ve plansız etkileşimleri sonucunda istemli veya istemsiz izlenimlere dayalı olarak oluşturduğu düşünceler, algılar, inançlar, tutumlar, toplamının zihindeki özet resmidir.
Örgütsel İtibar :	Tarihsel süreç içerisinde zamanla oluşan, örgütün sahip olduğu tüm özellikleri temsil eden örgütsel davranışların tümüne yönelik paydaşların geçmiş, şimdi ve geleceğe yönelik algılamalarıdır.

Örgütsel Kimlik:	Örgüt üyelerinin davranışları, kuruluşun iletişim biçimleri, felsefesi ve görsel unsurlarından oluşan; örgüt üyelerini “biz örgüt olarak biz kimiz? Biz diğer örgütlerden farklı kılan yönlerimiz nelerdir?” sorularının cevabına ulaştıran öğelerin tümüdür.
------------------	---

Örgütsel imaj, örgütsel kimlik ve örgütsel itibar kavramlarının benzerlikleri Tablo 3.2’deki gibi gösterilmiştir.

Tablo 3.2. Örgütsel İmaj, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel İtibar Kavramlarının Benzerlikleri (Polat, 2015: 7)

	BENZERLİKLER	FARKLILIKLAR
Örgütsel İmaj / İtibar	<i>Her ikisinin oluşabilmesi için paydaşların örgüt ile herhangi bir etkileşime girmesi gerekmektedir. Her iki kavram da daha çok örgütün dış çevresine yöneliktir.</i>	<i>Örgütsel imaj yaratılır. Örgütsel itibar kazanılır. Örgütsel imaj neredeyse anında yaratılabilir. Örgütsel itibar ise tarihi bir boyutu olan, örgütün algılanmasında uzun bir dönemi gerektiren bir unsurdur ve örgütsel imaj gibi çabucak şekillenemez. Örgüt imajı paydaşların örgüt hakkında sahip oldukları en son anki inançtır. Oysa itibar; örgütün geçmişteki, şimdiki ve gelecekteki olası eylemlerinden oluşan bir davranışlar kümesini baz almaktadır.</i>
Örgütsel İmaj / Kimlik	<i>İster bilinçli ister bilinçdışı her örgütün bir imajı ve bir kimliği vardır. Örgüt kimliği oluşturmaya yönelik çabalarının son hedefi imaj oluşturmaktır. Örgüt kimliği, örgütsel imajı şekillendirir. Örgütlerde etkili ve güçlü bir örgüt kimliği, hedef kitlelerin zihninde daha iyi yer edinebilme ve kalıcı bir imaja sahip olabilme olanağı tanır.</i>	<i>Örgütsel imaj, kuruluşun algılanış biçimi ile ilgilidir, daha çok zihinseldir. Örgütsel kimlik, daha çok fiziksel görünümle ilgilidir. Örgütsel kimlik, daha çok örgüt içi bir unsurdur, iç bünyede şekillenir, iç paydaşların görüşlerine dayalıdır. Örgütsel imaj, dış paydaşların görüşlerine dayalıdır. Kimlik algısı tektir, imaj algısı çokludur. Kimlik “biz ne olduğumuza inanıyoruz” sorusunun cevabını verirken; imaj” bizim ne olduğumuza dair başkaları ne düşünüyor” sorusunun cevabıdır.</i>
Örgütsel İtibar / Kimlik	<i>Örgütsel kimlik ve itibar arasında bir ilişki vardır. Olumlu örgütsel kimlik algısı itibar algısını da olumlu etkiler.</i>	<i>Örgütsel kimlik, üyeleri tarafından nasıl algılandığı ile ilişkiliyken; örgütsel itibar örgütün hem iç hem dış çevresi tarafından nasıl algılandığı ile ilişkilidir.</i>

Literatürde imaj ve itibar yönetimi kavramlarının birbirine çok karıştırıldıkları hatta çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Buna rağmen, imaj kavramının olumlu ya da olumsuz anlamda kullanılabileceği, ancak örgüt itibarı kavramından söz edilmesi halinde, sözcüğe yüklenilen olumlu anlam nedeniyle herhangi bir olumsuz çağrışıma neden olmadığı kabul edilmektedir (Peltekoğlu, 2007: 589; Akt. Karatepe, 2008: 84).

3.4. Örgütsel Prestijin Oluşumunda Etkili Olan Faktörler

Örgütün dış dünyada ne şekilde algılandığına yönelik ortak fikirler olarak ifade edilen örgütsel prestij; örgüt kültürü, örgütsel iletişim, yönetimin tutumu, örgüt iklimi rekabet anlayışı vb. gibi bir çok faktörden etkilenmektedir. Bu bölümde örgütsel prestij ile doğrudan ilişki olan örgüt kültürü, örgüt iklimi, örgütsel iletişim, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramları üzerinde durulacaktır.

3.4.1. Örgüt Kültürü

Kültür öncelikle kendini üreten paylaşılan ve geliştiren insan grubu veya toplumu ile ilgilidir. Kültürün içeriği; varsayımlar, inançlar, değerler gibi bir dizi anlamlı semboller ve uygulamaları kapsamaktadır (Demirci, 2008: 43).

Bakan, (2011) Örgüt kültürü kavramını; “belli bir grup tarafından kendisinin, gerek çevreye uyum gerekse iç bütünleşmesi sırasında öğrendiği geçerliliği kanıtlanacak düzeyde olumlu sonuç vermiş olan ve bu nedenle yeni üyelere programları algılamının, düşünmenin ve hissetmenin doğru yolu olarak öğretilen bir takım varsayımlar” olarak tanımlamaktadır (Bakan, 2011: 159).

Diğer bir tanımla örgüt kültürü, belli bir kurumda çalışma yaşamını düzenleyen değerler ve normlar dizisi olarak ifade edilmektedir. Örgüt kültürü inançlar, değerler, kurallar, tutum ve davranışlardan oluşmaktadır. Aynı zamanda örgüt üyeleri tarafından paylaşılan ve onların davranışlarını şekillendiren formel ve informal kurallar bütünüdür. Örgüt kültürü örgütlerde davranış, düşünüş, algılayış ve değerlerin ortak paylaşım biçimlerini göstermektedir. Örgüt kültürü çalışanların değerlerini yansıttığı ölçüde iş ve örgüt psikolojisine olumlu katkı sağlayabilecektir (Tutar, 2014: 3-4).

Güçlü örgüt kültürüne sahip işletmelerde çalışanların nasıl davranmaları gerektiğini belirten yerleşmiş davranışsal değişkenler bulunmaktadır. Bununla birlikte zayıf örgüt kültürüne sahip kuruluşlarda neyin nasıl yapılacağı konusu belirlenmeye çalışılırken zaman kaybedildiği görülmektedir. Kısacası, belli bir değeri, inancı, duruşu olmayan zayıf kültüre sahip örgütler, belirlenen stratejilerini gerçekleştirme konusunda güçlü kültüre sahip örgütlere kıyasla örgüt içinde ve dışında davranış çabukluğu ve ataklık sergileyemediklerinden güçlü kültüre sahip rakiplerinin gerisinde kalmaktadırlar (Eren, 2014: 166).

Gelişmiş örgüt kültürüne sahip işletmelerde olumlu örgüt imajı yaratmak zor olmamaktadır. Örgüt kültürü çalışanların örgüte olan bağlılıklarını arttıracak böylelikle çalışanlar örgütün imajını da olumlu algılayacaklardır. Birbirlerine güvenen ve bağlılığı artmış olan bir grubun, dışarıdan algılanan örgütsel itibarı da bu durumdan olumlu etkilenecektir (Süceddinov, 2008: 49).

Örgüt kültürü, o örgütte çalışan yöneticiler ve diğer personel açısından örgüte bazı yararlar sağlamaktadır. Bunlar altı ana başlıkta incelenmektedir (Eren, 2014: 168-169).

- Örgüt kültürü, çalışanların belirli standartları, normları ve değerleri anlamalarına yardımcı olarak örgütlerden beklenen başarıya ulaşabilmeleri konusunda daha kararlı ve tutarlı olmalarını sağlar. Bu durum örgüt çalışanlarının yöneticileri ile uyumlu çalışmasına yardımcı olmaktadır. Örgüt kültürü iş yapma yöntemine belli uygulamalar getirerek örgütsel verimliliğe katkıda bulunmaktadır.
- Örgüt kültürü, yeni yöneticilerin yetişme ve gelişmelerinde önemli katkı sağlayarak, yöneticilerin bilgi beceri ve davranışlarının şekillenmesine

yardımcı olur, böylelikle yöneticiler örgütlerinin temel değer ve dinamiklerine uygun biçimde yetişmiş olurlar.

- Örgüt içi iletişim ve bireyler arası ilişkilerde örgüt kültürü aktif rol oynamaktadır. Örgüt kültürü çalışanlar arasında birliktelik duygusunu geliştirerek takım ruhunun oluşumuna yardımcı olur. Bu durumda bireyler birbirlerine ve örgüte daha çok bağlanacaklar böylelikle örgüt imajı da olumlu yönde gelişecektir.
- Örgüt kültürü sayesinde örgütlerde çeşitli nedenlerle ortaya çıkan çatışmaların bazı standart uygulamalar ve süreçler yardımı ile azaltıldığı görülmektedir.
- Örgüt kültürü semboller, kahramanlar, sloganlar ve hikâyelerle nesilden nesile aktararak örgütsel yaşamı sürekli kılmaktadır. Öyle ki bazı durumlarda işletme sahibi olan yönetici ölse dahi, kültür ve buna bağlı inanç ve değerlerin devam ettiği görülmektedir. Örneğin, Hacı Bekir, Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. gibi şirketler kurucularının ölümünden sonra da aynı inanç ve değerlerini yaşatarak günümüze kadar gelmişlerdir.
- Kültür, aynı zamanda tanıtıcı bir kimliktir. Örgüt içi ve örgüt dışı ilişkilerde, örgütün tutum ve davranışlarında o kurumun kültürüne ilişkin izlere rastlamak mümkündür. Bir örgüt hakkında herhangi bir değerlendirme yapılacaksa mutlaka o örgütün kültürüyle yapılmalıdır.

3.4.2. Örgütsel İletişim

Örgütün bütün fonksiyonları açısından hayati bir öneme sahip olan iletişim en önemli örgütsel değişkenlerden biridir. İletişim, insan etkileşiminin birincil aracı olduğundan dolayı örgütlemeye önemli bir süreci ifade etmektedir. Örgütsel iletişim, bir örgütteki karşılıklı ilişkilerin kalitesi ve iletişim ile ilişkili iş görenlerin algıları olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel iletişim psikolojik iklimin en geniş yanını oluşturur ve yönetim-iş gören ilişkilerinin kabul edilebilirliğini ve örgütte yayılan bilginin güvenilirliğini kapsar. Örgütsel etkinliğin sağlanmasında pozitif iletişimin önemli rolü bulunmaktadır. Örgütsel iletişim, örgütsel özdeşleşme, örgüte olan bağlılık ve iş tatmini ile yakından ilişkilidir (Kamaşak ve Bulutlar, 2008: 136).

Örgütsel iletişim, aynı zamanda bir örgütte üyeler tarafından benimsenmiş iletişim davranışlarından oluşan iklimi ifade eder. Yatay ve dikey iletişim, bilginin açıklığı ve bilginin güvenilirliği örgütsel iletişim iklimini oluşturan temel faktörlerdir (Bakan, 2011: 138).

Örgütsel iletişim, belli bir hiyerarşi içerisinde ortaya çıkan ve adına örgütsel yapı denilen piramit içinde gerçekleşmektedir. Yapı bakımından formel ve informal iletişim olarak ikiye ayrılır (Tutar, 2014: 364).

- Formel İletişim: Örgüt kuralları ve örgütün amaçları doğrultusunda belli bir düzene göre işleyen iletişim biçimidir.
- İnfomal İletişim: Resmi yollarla kurulmayıp, yüz yüze veya telefonla örgütün farklı kademeleri arasındaki çalışanlar arasında gerçekleşen iletişim biçimidir.

Biçimsel iletişim, örgütteki hiyerarşik yetki yapısıyla ilgili olan, örgüt içindeki ve örgütle çevre arasındaki bilgi akışını sağlayan kanalları gösterir. Biçimsel olmayan diğer bir deyişle informal iletişim, biçimsel kurallar ile değil kendiliğinden kişiler arası oluşan iletişime dayanmaktadır. Eksik biçimsel yapı sonucunda, iş görenlerin ihtiyaçlarını gidermek üzere örgütlerde kendiliğinden oluşan doğal grupların belli bir

lideri, kendilerine özgü normları, ödüllendirme ve cezalandırma sistemine dayalı bir iletişim ağıları bulunmaktadır. Dedikodu ise genellikle ağızdan ağıza yayılma niteliği gösteren biçimsel olmayan iletişim ağlarının en temel şekillerinden biridir (Can vd., 2011: 368; Akt. Dinçer, 2013: 30).

Algılanan dışsal prestij ve örgüt performansına her seviyede (ast-üst arasında ya da astların kendi aralarında), resmi ya da resmi olmayan biçimde kurulabilen açık, empati ve sağlıklı iletişimin sonuçları mutlaka olumlu yansıyacaktır (Barlı, 2007; Akt. Ulu, 2011: 56).

3.4.3. Örgüt İklimi

Örgüt iklimi, bireylerarası ilişkileri, bu ilişkilerde gözlemlenen duygu, düşünce ve davranışları ifade etmektedir. Örgüt iklimi, örgütün psikolojik çevresidir ve örgüte örgüt kimliğini kazandıran, bireylerin davranışını şekillendiren ve bireyler tarafından algılanan, örgüte hakim olan bir dizi özellikler olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 1988; Terzi, 2000; Akt. Meydan, 2010: 16).

Literatürde, örgüt iklimi kavramı hakkında yapılmış pek çok tanım bulunmaktadır. Örgüt iklimi ile ilgili araştırma yapan yazarlar, bu kavramı tanımlarken çok farklı noktalara değinmektedir. Bilir ve Ay, (2007); Örgüt iklimini, “örgütün kişiliği, örgüt kültürünün örgütte yarattığı hava, grup üyelerinin örgütsel yapının özelliklerine ilişkin bireysel algılarını ve doyum düzeylerini yansıtan bir olgu” olarak tanımlamaktadır. Örgüt iklimi, örgüte belli bir kimlik kazandırarak, örgütü diğer örgütlerden ayıran, örgütteki çalışanların davranışları üzerinde etkisi olan, örgütsel, bireysel ve çevresel nitelikteki sistemler bütünüdür (Arslan, 2004: 204).

Yukarıda örgüt iklimi kavramı üzerinde yapılan tanımlamalara kısaca yer verilmiştir. Bu tanımlardan yola çıkarak örgüt iklimine ait en belirgin özellikler aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Batlis, 1980; Akt. Dinçer, 2013: 6):

- Örgüt iklimi, bireylerin, örgüt politikası, örgüt yapısı ve süreçlerle karşılıklı etkileşimi sonucunda şekillenen örgüt üzerindeki genel izlenimler sonucu oluşmaktadır.
- Örgüt iklimi iş ortamı ile ilgili koşulların algılanıp, yorumlanmasına temel oluşturarak, davranış biçimlerinin şekillenmesine kaynaklık etmektedir.
- Örgüt iklimi, lider davranışları, işle ilgili uygulamalar ve tutumlar, birey davranışları gibi örgütsel özelliklerden etkilenmektedir, bu açıdan bakıldığında örgüt faaliyetlerini yönlendiren bir kaynak olma özelliği taşımaktadır.
- Örgüt iklimi, çok yönlü bir kavramdır.

Literatürde örgüt iklimini (a) Bireysel, (b) Örgütsel ve (c) Çevresel özellikler şeklinde daha farklı boyutta inceleyen araştırmacılar da yer almaktadır. *Bireysel Özellikler*: Örgüte karşı doyum, kariyer ve ilerleme olanakları, kişiye verilen önem ve saygınlık derecesi, güven, adalet duygusu, diğer örgüt üyelerine karşı beslenen, duyarlılık, arkadaşlık ilişkileridir. *Örgütsel Özellikler*: Örgütün yapısı, örgüt politikaları, örgütlerin amaç ve büyüklükleri, çok sıkı denetim ve gözetim, tatmin edici ücret, ödül, örgütsel çatışma, örgütle bağdaşmazlık, iletişim, önderlik, kararlara katılım, örgütün gelişme olanakları, örgütsel şeffaflık ve sorumluluktur. *Çevresel Özellikler*: Sınırlayıcı çevre ve çalışma olanakları, yönetsel destek, baskı, uyum, yönetimi eleştirmektir (Bakan, 2011: 163).

Örgüt iklimi çalışanların davranışlarını şekillendirerek, örgütlerin belirlenen hedeflere ulaşması açısından büyük önem arz etmektedir. Özellikle iş görenlerin

örgütlerinin psikolojik yapılarına ilişkin algıladıkları, destek, nezaket, vicdanlılık, içtenlik, gibi algılarını dışarıya yansıtmaları sonucu örgüt içerisinde yapılacak düzenlemeler örgüt ikliminin oluşumuna etki edecektir (Zalluhoğlu vd., 2015: 213).

Aynı örgütsel ortamda bulunsalar dahi, tüm çalışanların örgüt iklimi algılamaları farklı olabilmektedir. Buna örnek olarak tıpkı aynı nehirde yıkanmanın, aynı sularda yıkanmak anlamına gelmediği gibi, aynı örgütsel ortamda bulunmakda, örgüt ikliminin aynı şekilde algılanmasını sağlamayabilir. Bu durumda örgüt iklimi algısının farklılığı, söz konusu algının yönetilmesi gereğini ortaya çıkarmaktadır. Örgütlerde demokratik ya da otoriter, destekçi veya engelleyici, çalışanlara karşı, işe karşı farklı yönetim anlayışları örgütsel kimliğin farklı algılanmasına neden olmaktadır. Örneğin başarı ve kariyer düşünen bir çalışan için hoşça vakit geçirilen örgüt iklimi tatmin edici olmayacaktır. Bu durumun tam tersini düşünmekte mümkündür. Örgütlerin psikolojik durumlarına ilişkin algı benzerlikleri örgüt iklimini belirleyen temel faktördür. Bu benzerlikler bir örgütün iklimini diğerlerinden ayıran özellikleri yansıtır. Dolayısıyla her örgütün kendine özgü iklim ya da psikolojik bir çevreye sahip olduğunu söylenebilir (Tutar ve Altınöz, 2010: 196-197). Örgüt iklimi bireyin davranışları ve amaçlarıyla karşılıklı etkileşim halindedir. Çalışanlar tarafından örgüt ikliminin nasıl algılandığı ve kavrama karşı atfedilen önem ile etkilenme düzeyi, kişinin beklentileri ve değerleriyle doğrudan etkileşim içerisinde (Dinçer, 2013: 7).

Örgütsel iklim örgütlerde çalışanların motivasyonunu etkileyen ve örgütün kendine özgü özelliklerini yansıtan önemli bir faktördür. Örgüt iklimi informal bir yapıya sahiptir ve iş görenlerin iş tatminleri üzerinde aktif rol oynamaktadır. İş tatmininin artırılması bakımından çalışma ortamının örgütsel sağlık koşulları ile kişinin performansını artırıcı nitelikte uygun tarzda düzenlenmesi gerekmektedir. (Tutar, 2014: 3). Böylelikle çalışanların örgütte daha verimli ve karlı bir şekilde faaliyette bulundukları, yetenek ve beklentileriyle uyumlu bir performans sergiledikleri söylenebilir. Aynı zamanda bu durum çalışanların örgüte daha yüksek oranda bağlılık göstereceğini ve yapılan işten daha yüksek oranda tatmin olunacağını gösterir (Dinçer, 2013: 8).

İdeal örgüt iklimleri; dürüstlük, açıklık, güvenilirlik, saygınlık, içtenlik, katılımcılık dolayısıyla beklenti ve doyum düzeylerinin oldukça yoğun olduğu gruplardır. Örgütün iç bünyesinde yaşanan olumlu gelişmeler, doğal olarak örgütsel prestij oluşumunda da etkin bir rol oynamaktadır (Süceddinov, 2008: 49).

3.4.4. Örgütsel Kimlik

Örgütsel Prestij oluşumunda etkili faktörlerden biri olan örgüt kimliği kavramına çalışmanın üçüncü başlığında kısaca değinilmiştir. Aynı kavram çalışmanın “Örgütsel Kimlik” konulu dördüncü başlığında ise detaylı olarak ele alınacağından burada tekrar değinilmeyecektir (Bakınız sayfa 10 ve 22).

3.4.5. Örgütsel Vatandaşlık

Öncelikle örgütsel prestij ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi açıklamadan örgütsel vatandaşlık davranışını tanımlamakta fayda vardır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde örgütsel vatandaşlık kavramı daha ayrıntılı ele alınacaktır.

Örgütsel vatandaşlık kavramı emir vermeye dayalı olmayan örgüte fayda sağlayan, gönüllü yardım davranışlarını içerir. Örgütsel vatandaşlık davranışı çalışanların örgüte katkı sağlamak için formel iş tanımlarının ötesinde belli rol

gereklerini aşan, gönüllü olarak sergiledikleri davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram örgütün sosyal ve psikolojik ortamına katkıda bulunarak, örgütsel hedef ve amaçlara ulaşılmasına yardımcı olan bireysel nitelikte gönüllülük esasına dayalı davranışlardır (Tutar, 2014: 330).

Yücel ve Samancı (2009) örgütsel vatandaşlık kavramını, kendisine etki eden faktörlerden ayrı düşünmenin mümkün olmadığını ifade etmişlerdir. Bu duruma göre örgütsel vatandaşlığa örgütsel bağlılık, örgüt kimliği, örgütsel güven, örgütsel adalet, kişisel özellikler ve örgütsel prestij etki etmektedir. Eğer örgüt üyesi örgütün sahip olduğu imajı olumsuz olarak algıarsa, depresyon, stres gibi olumsuz kişisel çıktılar meydana gelmesine sebep olacaktır. Aynı zamanda bu olumsuz kişisel çıktılar beraberinde örgüt çalışanları arasında rekabetin olumsuz anlamda artmasına, uzun dönemdeki görevlerin daha özensiz bir şekilde yerine getirilmesi gibi örgüt açısından olumsuz sonuçların meydana gelmesine neden olacaktır (Dutton vd., 1994: 240).

Carmeli'ye göre örgüt içerisinde ve dışında yer alan birçok paydaş (çalışan, ziyaretçi, müşteri, tedarikçi, vb.) örgütün davranışlarıyla yakından ilgilidir. Örgütsel prestij ne kadar fazlaysa örgütten elde edilen tatmin, bağlılık ve örgüte yönelik özdeşleşme de o kadar fazla olur. Bireyin örgüt içindeki motivasyonuna katkı sağlayacak en önemli faktörlerden bir tanesi de örgütün prestijinin ve ününün oldukça fazla olmasıdır. Bireyler, örgütlerinin dışarıda ne kadar pozitif düşüncelerle algılandığını bilirse örgüt içerisinde o kadar fazla arzulanan vatandaşlık davranışları sergileyecektir (Carmeli, 2005: 447-449).

Örgütlerin kendi kimliklerinin oldukça itibarlı olması bireyin kendi öz saygısına olumlu yansımaktır. Bireyin sosyal anlamda değerli bir şirket algılaması ya da gurur duyulacak bir şirkette çalıştığını düşünmesi bireyin çalıştığı örgütte daha fazla olumlu davranışlar sergilemesine neden olacaktır (Yeşiltaş vd., 2011: 171).

Algılanan dışsal prestij; kamuoyu, referans gruplarının ve işletmenin paydaşlarının çevreye sunduğu bilgi ile işletmenin işletme dışındakilerce algılanışıyla ilgili bir durumu ifade etmektedir. Algılanan dış prestij bireyin “ben bu örgüte dahil olduğum için başkaları benim hakkımda ne düşünür?” fikrine dayanmaktadır. Bu durum bireylerin belli bir süreç içinde elde ettikleri fikirler temelinde örgüt hakkında oluşan düşüncelerin yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır (Tüzün ve Kırkbeşoğlu, 2010: 579; Akt. Yeşiltaş vd., 2011: 174).

Yeşiltaş vd., 2011 yılında yapmış oldukları makale çalışmasında algılanan dışsal prestij örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkisinin belirlenmesine yönelik Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre; çalışanların algıladıkları örgütsel prestij arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışlarının da pozitif yönlü bir ilişki paralelinde arttığı, ayrıca işletmelerin tüm yıl çalışmasıyla sezonluk çalışması da çalışanların hem örgütsel vatandaşlık davranışı hem de algılanan örgütsel prestij durumlarını etkiler nitelikte olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin tüm yıl faaliyet göstermesi halinde çalışanların örgütsel prestij algıları ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının sezonluk işletmelerde çalışanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışanlar örgütün prestijini olumlu algıladıkları takdirde işlerine karşı daha fazla olumlu tutum içinde olup, örgütlerine daha yüksek bağlılıkla bağlanacaklardır. Bu durumda da örgütsel vatandaşlık davranışı sergilenmesine yardımcı olacaktır.

3.5. İyi Bir Örgütsel Prestijin İşletmeye Katkıları

Bu bölümde örgüt dışındaki insanların örgüt hakkındaki düşüncelerine ilişkin o örgütün bir çalışanının inancını ifade eden dışsal prestij algısının işletmelere olan katkılarına değinilecektir. Çalışanlar çalıştıkları işletmeye saygı gösterildiğine inandıkları takdirde örgütlerine daha çok güvenmekte ve örgütleriyle daha çok özdeşleşmektedir.

3.5.1. Örgütsel Güven

Örgütsel güven, iş görenlerin kurumlarının çalışmalarına ve yöneticilerinin söz ve eylemlerine karşı emin olma dereceleridir. Diğer bir anlamda yöneticilerin şimdiki ve gelecekteki muhtemel tutum ve davranışlarının inandırıcılık düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Tutar, 2014: 6-7).

Tüzün (2007)'e göre örgüt içi güven, örgüt içerisinde oluşan güven iklimi olup, örgütsel deneyim ve rollere dayanarak örgüt çalışanlarının, bireylerin duygu ve düşünceleri hakkındaki olumlu beklentiler olarak ifade edilmiştir (Tüzün, 2007: 105).

Hiçbir birey güven ortamının bulunmadığı bir yerde ya da grupta bulunmayı arzulamaz. İnsanların en mutlu oldukları zamanlar kendilerini güvende hissettikleri anlardır. Bu anlamda bireyde bir örgüte üye olduğu ilk andan itibaren gerek örgüt yöneticileri gerekse örgüt hakkında gerekli bilgileri edinerek örgüte ve yöneticilere ne oranda güvenmesi gerektiğini belirlemeye çalışır. Şayet edindiği bilgi ve tecrübeler örgütü ve yöneticilerini güvenilir kılmaya yönelik ise bireyin örgütüne olan bağlılığı da artmış olacaktır (Bakan, 2005: 168-169).

Örgütlere olan güvenin genellikle küçük örgütlerde örgüt yöneticilerinin kişiliğinden, büyük örgütlerde ise kurumsallaşmış yapıdan, güçlü örgüt kültürü, kimliği gibi değerlerden oluştuğu ortaya konulmuştur (Polat, 2009: 14).

Örgütsel güven, örgüt içi ilişkilerin daha sağlıklı oluşumuna ve gelişimine yardımcı olmaktadır. Örgütsel güven örgüt içinde iş görenlerin birbirleri ile olan ilişkilerinin tutarlı olması sonucu oluşan bir olgudur. Aynı zamanda çalışanların örgüte olan bağlılık derecesini ölçer. İş görenlerin örgütün amaç ve değerlerine bağlılık düzeyi arttıkça örgütlerine olan güven düzeyi de artacaktır. Örgütsel güven çalışanların duygusal bağlılıklarını olumlu bir şekilde etkileyerek, duygu ve düşüncelerin rahatça ifade edilmesini ve sadakat duygusunun güçlenmesini sağlamaktadır. Bu durumun sağlanabilmesi için örgütün çalışma çevresinin desteği şarttır. Örgütsel desteğin yüksek olması halinde bireyler arası tutum ve davranışlar, örgütsel amaç ve hedeflerle uyum içerisinde olacaktır (Demirel, 2008: 184-185).

Örgütsel güven kişisel güvenden farklıdır ve kişiye özel olmamaktadır. Daha çok üst düzey yöneticiler ve firmanın saygınlığına bağlı olarak kazanılmaktadır. Örgütsel güven, örgütün kimliğine, prestijine, imajına bağlı olarak ortaya çıkar. Örgütsel güvenin iki farklı boyutu bulunmaktadır. Bunlardan ilki, çalışanların örgütlerine duydukları güven, ikincisi ise örgütün dış çevresinin sosyal paydaşlarının ve müşterilerinin örgütlerine duydukları güvendir. Örgütün iç çevresinin (iş görenlerin) örgüte karşı güvenlerinin temelinde örgüt sağlığı, iş güvenliği, örgütsel prestij, örgütsel destek gibi uygulamalar bulunmaktadır. Örgütün dış çevresinin güveninin kaynağı ise örgütün itibarı, kimliği, imajı, bunların yanında sosyal sorumluluk ve sosyal duyarlılık konusundaki algılamaları yer almaktadır (Tutar, 2008: 143).

Örgütsel güven kavramı, örgütsel destek ve örgütsel prestij gibi algılanan bir kavram olup, gerçek durumları değil, algılanan durumları yansıtmaktadır. Bu açıdan

bakıldığında örgütün sadece güvenilir olması yetmeyip, aynı şekilde bu güvenin algılanabilmesi ve yönetilmesi gerekmektedir. Burada önemli olan husus örgütsel güven algısıdır. Bireylerin örgütlerine karşı olan güven duyguları örgütsel etkileşim, örgütsel kimlik ya da örgütsel imaj sayesinde elde edilmektedir. Olumlu örgütsel kimlik ve güçlü örgütsel prestije sahip örgütlerin daha fazla güven telkin etmeleri gerekmektedir (Tutar, 2008: 143).

3.5.2. Örgütsel Özdeşleşme

Özdeşleşme; insanları hedeflerin başarısına yöneltmeye, motive etmeye, örgüt adına daha fazla gönüllü davranışlar sergilemeye, örgüt üyeleriyle işbirlikçi ve pozitif olarak etkileşimde bulunmaya, örgüt ile psikolojik olarak bağlantılı ve örgütü koruyup kollayan davranışlar sergilenmeye sebep olmaktadır (Özbal ve Ceylan, 2008: 84).

Çalışanların örgütleri ile özdeşleşmeleri ağırlıklı olarak Sosyal Kimlik Kuramı kapsamında açıklanmıştır. Sosyal Kimlik Kuramına göre bireyler kendilerini ve diğerlerini farklı sosyal gruplar içinde sınıflandırma eğilimine girmektedir. Böylelikle kendi sosyal çevrelerini düzenlemekte; kendilerini ve diğer çalışanları bu çerçeveye içine yerleştirmektedirler. Bunun yanı sıra sosyal kimlik kuramına göre bireyler, yaptıkları sınıflandırmaya dayanarak kendilerini bir grubun gerçek bir üyesi olarak algılamakta; güçlü bir aidiyet duygusu geliştirerek, sosyal anlamda örgütleriyle özdeşleşmektedirler. Bu kapsamda örgütsel özdeşleşme, bireyin belirli bir örgüte ait olma algısı ve kendini o örgütün bir üyesi olarak tanımlaması şeklinde açıklanmaktadır (Mael ve Ashforth, 1992; Akt. Çiftçiöğlü ve Tak, 2009: 102).

Örgütsel özdeşleşme, örgütle birlik veya örgüte ait olma algısıdır; başka bir anlatımla üyenin kendisini örgütle aynı özelliklerle tanımlama derecesi olarak ifade edilmektedir. Örgütsel özdeşleşme, çalışanlar için örgütün çekiciliğini etkileyen faktörlerle güçlendirilir; bu faktörlerin başında da örgütsel güven gelmektedir. İş görenlere karşı açık ve dürüst davranan, ihtiyaçlarına karşı hassas olan ve makul performans standartları getiren örgüt yöneticileri, çalışanlar için çekici bir ortamın yaratılmasına da yardımcı olurlar. Böylece çalışanların örgütleri ile olan özdeşleşmeleri teşvik edilmiş olur. Örgütleri ile özdeşleşmiş çalışanların, örgütlerine karşı kişisel duyguları da güçlüdür, bu sayede örgütün hayatta kalmasının kendisinin de hayatta kalması anlamına geldiğini düşünmektedirler. Böylece iş gören sadece kendi çıkarına odaklanmakla kalmaz tüm örgütün faydasına olacak görevlere de odaklanır. Daha da ötesi, güçlü örgütsel özdeşleşmeye sahip çalışanlar iş sözleşmesine gerek kalmadan, örgütsel normlarla ve değerlerle, daha çok kaynaşmış olacaktırlar (Seymen ve Tokgöz, 2013: 65). Bu çerçevede örgütlerde algılanan örgütsel prestij bireyin kendi kendini sınıflandırmasında ve örgüt ile arasında aidiyet duygusunu geliştirmesinde etkin rol oynayabileceği düşünülmektedir (Tak ve Çiftçiöğlü, 2009: 102).

Algılanan dışsal prestij çoğunlukla bireyin örgüt hakkındaki düşüncesine dayanarak firmanın prestijini yorumlaması değerlendirmesi ile ilgili bireysel nitelikteki değişkenlerle ilişkilendirilmektedir. Böylece aynı örgüt üyelerin farklı dış prestij algılamaları da olağan kabul edilir. Örgüt üyelerinin dış prestij algılamalarında şeffaf bir yapının mevcut olması, grup düzeyinde bir değişken olarak algılanmasını sağlayabilir (Smitdhs ve diğerleri, 2001). Dolayısıyla örgüt üyelerinin örgüte yönelik olumlu düşünceye sahip olmalarının özdeşleşmeyi artırdığını söyleyebiliriz.

Örgütsel özdeşleşmeyi grubun hacmi, statüsü ve prestiji etkiler. Bireylerin çoğunluk gruplarına göre azınlık gruplarıyla daha fazla özdeşleştiği de görülmektedir. Yine bir örgüt ya da grubun prestiji ne kadar yüksek algılanırsa bireyin özdeşleşme

sayesinde örgütüne karşı özsaygı potansiyeli de o ölçüde artmaktadır. Kişiler arası ilişkiler ve özdeşleşme arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Benzer şekilde, örgütler ya da gruplar arası rekabet ve ayrımcılık da özdeşleşmeyi etkilemektedir. Bir anlamda özdeşleşme algısı gruplar arası rekabetle ilişkilidir. Yapılan araştırmalarda algılanan gruplar arası rekabet ile örgütsel özdeşleşme düzeyi arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Üst grup ve alt gruplar arasında algılanan gruplar arası rekabetin üst grubun özdeşleşme düzeyini düşürebileceği ve alt grubun özdeşleşme düzeyini artırabileceği ifade edilmektedir (Lipponen, 2005; Akt. Ulu, 2011: 42).

3.6. Örgütsel Prestijin Önemi

Örgütsel prestij, örgüt çalışanlarının üzerinde önemle durdukları konulardan biridir. Birey açısından örgütü hakkındaki dış çevrenin duygu ve düşünceleri önem arz etmektedir (Yeşiltaş vd., 2012: 171). Günümüz koşullarında küresel rekabet ortamında örgütlerin ayakta kalabilmeleri başarılı bir şekilde faaliyetlerine devam edebilmeleri büyük oranda prestijlerinin dış çevre üzerinde yarattığı olumlu algıya bağlı olmaktadır (Uslu, 2006: 113).

Örgütsel prestiji güçlü olan örgütler, kamuoyunda saygın, güvenilir, birlikte iş yapılabilir, gelecek vadeden vb. şeklinde görülmektedir. Toplumsal ve ekonomik kriz dönemlerinde örgütsel prestiji iyi olan kurumlar dönemin yarattığı olumsuz koşullardan diğer gruplara göre daha az etkilenirler. Çünkü güçlü örgütsel prestij sayesinde kamuoyunun desteğini arkalarına almış durumdadırlar. Örgütsel prestiji kötü olan örgütler ise kriz dönemlerinde daha fazla zarar görmektedir (Tikveş, 2001; Akt. Uslu, 2006: 112).

Örgütlerin uzun yıllar ayakta kalabilmeleri için, güçlü ve olumlu bir prestije ihtiyaç vardır. İyi yönetilen, iyi planlanan, içinde bulunduğu toplumun yararına faaliyetlerde bulunan, sanat ve kültür gibi konulara duyarlı, yardımsever, katılımcı, örgütlerin dışarıdan daha olumlu bir izlenime sahip olmaları onların güçlü bir örgütsel prestije sahip olduklarını gösterir. Bu olumlu izlenim tüketicileri ve örgütü, örgütün ürünlerine bağlayacak, örgütü her türlü zorluklara karşı koruyarak kriz dönemlerinde sorunların daha kolay ve hızlı bir şekilde çözülmesine yardımcı olacaktır (Polat ve Arslan, 2015: 45). Olumlu bir prestij, örgütün önemli paydaşlarının örgüte yönelmesini sağlayacaktır. Böyle bir durumda; örneğin, müşteriler örgütün ürünlerini ve hizmetlerini kullanmaya, bireyler örgüt için daha çok çalışmaya, yatırımcılar şirketin hisse senetlerini satın almaya ve medya örgüt hakkında olumlu görüşler belirlemeye yönelecektir. Buna karşılık olumsuz bir prestij algısı örgüte güvenilmemesine ve örgütten uzak durulmasına neden olacaktır (Karabey, 2005: 58).

Çalışanların, örgütsel prestij algısını koruma işini bir görev olarak kabul etmeleri, örgütsel prestijin öneminin anlaşılması, kavranması açısından oldukça önemlidir. Bu süreçte örgüt yönetiminin çalışanlara rollerini ve sorumluluklarını aktarması ile mümkün olabilmektedir. Güçlü bir örgütsel prestij oluşturabilmek için öncelikle iç paydaşların sürece katılmaları gerekmektedir. Aksi halde örgütsel hedef ve amaçlardan habersiz örgüte bağlı olmayan çalışanlar, örgüt paydaşlarına yönelik yanlış bir söz ya da davranışla örgütsel prestije zarar verebilmektedir (Dinçel, 2012: 23).

Örgüt yöneticileri içinde örgütsel prestij kavramı oldukça önemlidir. Güçlü, güvenilir bir prestije sahip örgütler, çevrelerinde kamuoyunda daha değerli bir imaj sergileyerek insanları daha çok etkilemektedir. Onların müşterileri hem daha sadık hem de daha güvenilirdir. Örgütün önemli paydaşı olan hissedarlar iş ve finans çevreleri, örgüte ham madde sağlayanların gözünde olumlu prestij, o örgüte olan güveni

artıracaktır. Paydaşlar örgüt ile yaptıkları çalışmalarda veya alışverişlerde kendilerini daha güvende hissederler, örgütle ilişkilerini iyileştirme ve artırma yoluna giderler (Demiröz, 2014: 54) .

Günümüzde fark yaratabilmek açısından prestij, bireyler, kurumlar, örgütler için oldukça önemli bir kavram haline gelmiştir. Özellikle günümüz organizasyonları varlıklarını sürdürebilmek ve rakipleri arasından sıyrılabilme için prestijin önemini kavramak ve konuyla ilgili stratejik çalışmalar yürütmek zorundadırlar. Çünkü bir örgütün rakiplerine göre tercih edilirliliği ve başarısı, zamanla oluşturduğu prestije bağlı olmaktadır. Bu açıdan örgütsel prestiji etkileyebilecek bütün çalışmaların önceden planlanmış belli bir strateji dahilinde sürekli olarak uygulanması gerekmektedir (Ovalıoğlu, 2007: 69).

Örgütsel prestijün oluşumunda etkili olan ve çalışanlar tarafından oluşturulan örgüt kimliği ve örgüt kültürü özellikle hızlı değişim zamanlarında ortaya çıkan zorlukların aşılmasında örgütlere kolaylık sağlamaktadır. Bu tarz örgütlerde çalışanların birlikte hareket etmesi, örgütü hedeflerine ulaştıracak ve değişim süreci de gerçekleşmiş olacaktır. Örgütsel prestij özellikle değişim dönemlerinde örgüt yöneticilerinin ellerinde bulundurdıkları en stratejik araçlardan biridir. Bu dönemde örgütsel prestij çalışanların değişime inanmalarında ve istenilen şekilde davranmalarında etkin rol oynamaktadır. Örgütsel prestij sayesinde iş görenler işletmeye güven duyacaklar, hedefe ulaşabilmek, değişimi gerçekleştirebilmek için bir arada hareket ederek çaba göstereceklerdir. Sonuç olarak, güçlü örgütsel prestij sayesinde örgütteki değişim çalışmaları büyük bir hızla ve başarıyla gerçekleştirebilecektir (Güzeltik, 1999: 171).

Dolayısıyla örgüt iyi bir prestije sahip olduğu zaman toplumun güvenini kazanarak amaçlarına ulaşma konusunda güç kazanacaktır. Örgüt ne kadar güçlü ise örgütten elde edilen tatmin, bağlılık ve örgüte yönelik özdeşleşme de o kadar fazla olacaktır.

4. ÖRGÜTSEL KİMLİK

Çalışmanın bu bölümünde örgütsel kimlik kavramının tanımına, kapsamına, özelliklerine, örgütsel kimlik modellerine, kavramın ilişkili olduğu diğer kavramlara ve örgütsel kimliklenmenin sonuçlarına yer verilecektir.

4.1. Kimlik Kavramı

Kimlik kavramı, tek bir bireyin sahip olduğu özellikler içerisinde yer alan alt kültürlerin örneğin bireyin bir toplumdaki ya da bir örgütteki kendilerine has değerleri olan, sahip oldukları tutum, davranış ve yaşam biçimleri ile farklılıklar gösteren küçük grupların kültürü gibi alt kültür sistemlerinin aşağıdan yukarıya doğru ya da aile ilişkilerinden ulusal çevreye kadar olan farklı etkileşimlerin sonucunda ortaya çıkan bir sosyal algılama ve öğrenme sürecidir (Güler, 2003: 2).

Kimlik, insan davranışlarını anlayabilmemizi sağlayan en temel kavramdır. Kimliğin belirleyici olmasında ait olduğumuz grupların ve çalıştığımız örgütün kimlikleri gibi ortak bir mücadele söz konusudur. Bu nedenle kim olduğumuzu anlamaya çalışmak sadece bireysel bir çaba değildir. Bireylerin kendilerini tanımlama çabalarının yanında örgütlerin de kendilerini tanımlama çabaları vardır. Sahip olunan kimlik, bireylerin ve toplulukların davranışlarını farklı şekillerde etkiler. Örneğin grup düzeyinde olan grup kimliği gruba ait olan üyelerin davranışlarını etkilemektedir (Sethi ve Compeau, 2002; Akt. Tüzün, 2006: 44).

Kimlik kavramını belirlerken bireysel kimlik, sosyal kimlik ve örgütsel kimlik gibi bir ayrım yapmamız mümkündür. Aşağıda bu kimlik kavramlarının açıklamalarına yer verilecektir.

4.1.1. Bireysel Kimlik

Çevremizde bulunan her bireyin kendine özgü bir kimliği bulunmaktadır. Kimilerinde bu kimlik daha belirgin iken kimilerinde daha çekiniktir. Mussen'e göre kimlik; "bireyin kendi kendisi, davranışları, ihtiyaçları, motivasyonları ve ilgileri ile belirli bir ölçüde tutarlılık gösteren, kendi kendine sadık, diğerlerinden ayrı ve farklı bir varlık gibi algılanmasını içeren bilişsel ve duygusal nitelikteki bileşik bir zihinsel yapı" olarak tanımlanmıştır (Okay, 2005: 35).

Kimliğin bireyleri diğerlerinden farklı kılma yönü de bulunmaktadır. Yukarıda ki tanımdan yola çıkarak bu konuya değinilebilir. Burada önemli olan bireyin duygu, bilgi ve bunun gibi kişisel özelliklerinden kendisini farklı hale getirenleri ön plana çıkarabilmesidir. Böylece, kimlik bireyleri farklı, başkalarıyla değiştirilemez ve karıştırılamaz hale getirecektir. Çünkü her bireyin kendine ait kendisini dışarıya çevresine tanıttığı ve tanındığı bir şahsiyeti, kimliği bulunmaktadır. Her birey kendi kimliği doğrultusunda hareket eder, böylelikle diğer insanlardan bu özellikleri ile ayrılır ve bireylerde onları kendi kimlikleri ile değerlendirirler (Süceddinov, 2008: 10).

Benlik ise bir bireyin kendisiyle ilgili düşünceleridir. Cooley (1902)'e göre, benlik bireyin içinde derin bir şekilde kök salmakta, ayrıca da değişime eğilimli bir durumda bulunmaktadır. Bu nedenle, her birey için benlik duygusu deneyimler yoluyla farklılaşmaya ve eklemelere maruz kalmaktadır. Benliği anlamak ya da görmek benliğe karşı yapılan davranışlarla mümkündür. Kimlik ise; her birey için eşsizdir ve büyük ölçüde çevre koşullarına bağlı olarak değişim göstermektedir (Çobanoğlu, 2008: 39).

4.1.2. Sosyal Kimlik

Sosyal kimlik, bir bireyin, sosyal bir gruba üye olmasından kaynaklanan, etkileşim yoluyla sahip olduğu görüştür. Bireyin birçok grubun üyesi olması durumunda, birçok sosyal kimliği de olacaktır. Sosyal kimlik, bireyin belli bir insan topluluğuna olan ilgisini algılamasıdır. Sosyal kimlik “ben kimim” sorusuna verilen cevaptır. Bireylerin dahil oldukları yaş grubu, iş bölümü gibi diğer unsurlarda sosyal kimliğin etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle bireylerin sosyal kimlikleri sadece örgütlerden kaynaklanmamaktadır. Tajfel (1982), sosyal kimliği bireyin benlik algısının, bir sosyal gruba ya da gruplara üyeliğinden edindiği bilgisinin ve bu üyeliğe yüklediği değer ve duygusal anlamların bir parçası olarak tanımlamaktadır (Akt. Gülşen, 2010: 50).

Bir bireyin benliğinin ait olduğu gruplara bağlı olarak şekillenmesinde grubun birey üzerindeki etkisi söz konusudur. “Ben kimim” sorusuna verilen cevapların büyük bir kısmında sosyal gruplara atıfta bulunulur. Özellikle toplulukçu kültürlerde yaşayan bireylerin kimliklerinin önemli bir kısmının tanımlanmasında gruplarla olan ilişkileri belirleyicidir. Öyleyse kim olduğumuzun cevabının büyük ölçüde hangi gruplara ait olduğumuzun cevabıyla çakıştığı söylenebilir. Kalabalık bir toplumda yaşayan insanlar kimliklerini kalabalıktan aldıklarını düşünürler. Kişisel kimlikten kalabalığın bir üyesi olarak paylaşılan bir sosyal kimliğe doğru değişme bulunmaktadır (Ceylan ve Özbal, 2008: 85).

Henri Tajfel ve John Turner (1985) tarafından geliştirilen Sosyal Kimlik Teorisi, sosyo-psikolojik bir bakış açısı sunar. Buna göre sosyal kimlik, belli bir insan topluluğuna aidiyetin algılanmasıdır. Bu teoriye göre, bireyler kendilerini örgüt üyesi olma, cinsiyet, yaş gibi çeşitli sosyal kriterlere göre sınıflandırır. Bu doğrultuda sosyal sınıflandırmanın iki işlevi bulunmaktadır. Birincisi, bilişsel olarak sosyal çevreyi ayırarak, bireyin diğerlerini tanımlamada sistematik anlam geliştirmesi işlevi, ikincisi ise kişinin kendini sosyal çevre içinde bir yere yerleştirmesi işlevidir (Mael ve Ashforth, 1995; Akt. Tüzün, 2006: 46).

Sosyal kimlik teorisi gruplarla özdeşleşmenin psikolojik yönden önemini inceler. Bu teoride üzerinde durulması gereken konu; bireylerin davranışlarının içinde bulundukları grupların fikir ve davranış gibi özelliklerinden etkilenmesi durumudur. Bireylerin kendileri hakkında sahip oldukları fikirler, davranışlar gibi özellikler yani bir diğer anlamda benlik kavramı da bireyin kendini özdeşleştirdiği gruplardan etkilenmektedir. Sosyal kimlik teorisinin savunduğu temel tezlerden biri insanların özgüvenlerini ve imajlarını korumaya güdülenmiş olmalarıdır. Örneğin kendimizi özdeşleştirdiğimiz bir grubun (futbol takım, siyasi parti, sınıf vs.) başarılı olması, bizi de gururlandırır (Ceylan ve Özbal, 2008: 83).

4.1.3. Örgütsel Kimlik

İnsanlar, zaman içerisinde belli amaçların gerçekleştirilmesi maksadıyla bir araya gelerek örgütleri oluşturmuşlardır. Zamanla bu birliktelik insanların kendilerini bir bütün olarak ve bir kimlikle ifade etme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu anlamda böyle bir kurum kimliği, örgüt çalışanlarının örgütle özdeşleşmesini ve örgütün diğer örgütlerden farklı olmasını sağlamıştır (Çobanoğlu, 2008: 12).

Örgütsel kimlik, insanlar tarafından bir örgütün nasıl tanındığına ve insanların örgütü nasıl tanımlamasına, hatırlamasına ve anlatmasına izin verdiği anlamlar topluluğu olarak tanımlanmaktadır. Bazı yazarlara göre, örgütsel kimlik “Örgüt nedir?,

“Neyle uğraşır”, “Bunu nasıl yapar” ve “Nereye gitmektedir” sorularının cevaplarını tanımlayan ve bunlara ışık tutan tüm faktörlerin toplamıdır. Örgütteki çalışanları bir arada tutan kritik faktörlerden biri olarak görülen örgütsel kimlik, örgütlerin merkezi, kalıcı ve farklı özellikleri üzerinde çalışanların sahip olduğu paylaşılan inançlar olarak da tanımlanabilir (Akatay, 2009: 301-302). Bu doğrultuda örgütsel kimlik, çalışanlar ve onların örgütleri arasında psikolojik bir bağ ortaya çıkararak koordinasyona olanak sağlamaktadır. Çalışanların bireyler arası güven ve işbirliği duygusu artmakta, örgütsel amaçlara ulaşmalarında gereken çabayı göstermeleri için onları motive etmektedir (Tüzün ve Çağlar, 2008: 1015).

Örgütsel kimlik, bireysel kimlik kavramıyla benzerlik göstermesine rağmen, örgütsel kimlik biraz daha karmaşık bir yapıdadır. Her örgüt üyesinin zihninde tanımladığı bir örgüt tanımı vardır. Bu nedenle toplam olarak temel özellikler örgütsel kimliği oluşturur. Örgütün kimliği, onu diğer örgütlerden farklı kılan özelliğidir (Tüzün, 2006: 49).

Bireylerin örgütsel kimlik algısına etki eden ve bu algı sonucunda ortaya çıkan pek çok etmen vardır. Örgütün pozitif imajı, pozitif sosyalleşme, örgüt faaliyetlerine katılım oranı, yöneticilerin karizmatik ve dönüştürücü liderlik özellikleri, çalışanların sahip olunan mesleğe yönelik olumlu duygulara sahip olması, örgütsel iletişim vb. bireyin örgütsel kimlik algısını etkileyen belli başlı faktörlerdendir. Örneğin, çalışanlara örgütte sorumlu oldukları görevlerini ne derece iyi yaptıkları ve gerçekleştirdikleri görevler bazında örgüte sağladıkları katkı ile ilgili yeterli bilgi verilmesi, geleceğe yönelik iş fırsatları ve kariyer planlama konusunda yol gösterilmesi halinde onların örgütsel kimlik algılarının artacağı tespit edilmiştir. Çalışanların örgütsel adalet algılarının örgütsel kimlik algılarını ne şekilde etkilediğini belirlemeye yönelik yapılan bir araştırmada, çalışanların örgütte var olan adalet algılarının örgütsel kimlik algıları üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir (Ertürk, 2003; Akt. Akatay, 2009: 302).

Çalıştığı örgüt ile bütünleşen, örgütün değerlerini kendi öz değerleri gibi kabul eden iş görenler, sağlam bir örgütsel kimliğe sahip olacaklardır. Güçlü bir örgütsel kimlik de iş görenler arasındaki uyumu artırarak nezaket davranışlarının gelişmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca örgütün dışardan algılanan olumlu imajı da örgütsel kimliğin kuvvetlenmesini sağlayacaktır (Çelik, 2007: 175).

Örgütsel kimlik, kurumsal kimliğin bir bileşeni olarak örgüt üyelerinin örgütleri ile ilgili algılarını yansıtmaktadır. Bu doğrultuda kurum kimliği kavramına da değinmekte yarar vardır. Yazında, örgütsel kimlik ile kurumsal kimlik karmaşası bulunmaktadır. Kurumsal kimlik kavramı, gerçekte örgütsel kimliği de içine alan bütündür. Bu nedenle kurumsal kimliğin oluşumunda örgütsel kimlik oldukça önemlidir. Çünkü örgütün dışarıdan nasıl görüldüğü, örgütün en önemli paydaşı olan örgüt çalışanlarının örgütü nasıl gördükleri ve algıladıkları ile yakından ilgilidir (Tüzün ve Özdoğan, 2006: 4-5).

Kurum kimliği kavramı örgüt logosu, amblemi ve örgütte kullanılan renkler gibi görsel unsurları içine alan kurumsal tasarımın yanı sıra kurumsal iletişim, kurumsal davranış ve kurum felsefesi gibi unsurları da içine almaktadır. İşte bu unsurların bir örgüte özgü bir şekilde kullanılması o kurumun “kurum kimliğini” ortaya çıkarmaktadır (Okay, 2005: 39). Kurum kimliğinin, bir örgüt için yönetim tarafından belirlenen ve istenen kimlik olduğunu ve “kim olmak istiyoruz?” sorusunun yanıtı olduğunu söyleyebiliriz. Örgütsel kimlik, bir örgütteki gerçek kimliktir ve örgüt üyeleri için “biz kimiz?” sorusunun yanıtıdır (Çobanoğlu, 2008: 13).

4.2. Örgütsel Kimlik Kavramı ve Kapsamı

Albert ve Whetten'in (1985) örgütsel kimlik ile ilgili tanımı birçok araştırmacıya kaynak olmuştur. Albert ve Whetten örgütsel kimliği örgüt üyelerinin örgütün “merkezi, temel, asli, süregelen ya da var olan zaman içerisinde örgütte kalan” farklı benzersiz özelliklerine ilişkin inancı olarak tanımlamışlardır. Örgütsel kimliğin; örgüt üyelerinin, örgüt kimliğinin farklı oluşuna, merkezliğine olan inançları gibi bir takım inançlar çerçevesinde oluştuğunu açıklamışlardır. Çünkü örgüt üyelerinin örgütün özellikleriyle ilgili öznel algıları bulunmaktadır. Bu doğrultuda Dutton, Dukerich ve Harquail (1994) “algılanan örgütsel kimlik” kavramını, “örgüt üyelerinin örgüt kimliğinin ne olduğu hakkındaki öznel inançları” ya da “üyenin örgütünden farklı ya da tanımlanan nitelikleri hakkındaki inancı” olarak ifade etmişlerdir. Eğer örgüt üyeleri örgüt ile ilgili belirgin bir kimliğin, farklı ve paylaşılmış olduğu düşüncesine sahip olur ve buna inanırlarsa, davranışlarını inandıkları örgütün kimliğine uygun şekilde sergileyeceklerdir (Tüzün ve Çağlar, 2007: 525-526). Tablo 4.1. de literatürde yer alan bazı örgütsel kimlik tanımlarına yer verilmiştir.

Tablo 4.1. Örgütsel Kimlik Tanımları (Garmon, 2004; Akt. Çobanoğlu, 2008: 43).

Yazar	Tanım
Hall ve diğerleri(1970)	Örgütsel kimliği “örgüt amaçları ile örgütün bireylerinin bütünleştiği ve yakınlaştığı süreç” olarak tanımlamıştır.
Albert ve Whetten(1989)	Örgüt üyelerinin örgütün “özlük kazandıran”, “süregelen veya var olan”, “farklı” özelliklerine olan inancı
Elsbach ve Kramer(1996)	Örgütün farklı ve özlük kazandıran özellikleriyle ilgili, örgüt üyelerinin bilişsel şeması ya da algılaması
Fiol, Hatch ve Golden-Biddle(1998)	Benlik odaklanmasına kültürel içerilmişlik unsuru
Hatch (1997)	Örgüt üyelerinin örgütün bütününe yönelik inançları ve deneyimleri, örgüt üyelerinin kendilerini örgüt olarak nasıl ifade ettiği
Hatch ve Schultz(2000)	Örgüt üyelerinin örgüt ile anlamlı ilişkiler yaratan, bağlılığını oluşturan bilişsel ve duyuşsal kurulumu sağlar
Reger,(in Whettenve Godfrey,1998)	Örgüt üyelerinin “ben kimim” sorusuna verdiği farklı yanıtların hepsi
Scott ve Lane (2000)	Karmaşık, dinamik ve karşılıklı etkileşimle belirlenen bilişsel imaj durumu

Örgütsel kimliğin olumlu algılanması paydaşların, örgütsel potansiyelin, yönetim gücünün rekabetçi üstünlüğünün kısaca örgütsel yeteneğin daha erken farkına varılmasını sağlar. Örgütsel kimliğin dış çevre tarafından algılanış biçimi örgütün paydaşlarının etkileşim biçimlerini yönlendirmektedir. Örgütsel kimlik yalnızca örgütün sosyal paydaşları dış çevresi tarafından değil, iç çevresi tarafından da olumlu algılanması halinde örgütün iç ve dış paydaşlarının örgütsel hedeflerle bütünleşmelerine katkıda bulunmaktadır. Olumlu algılanan örgütsel kimlik çalışanları motive eden merkezi bir rol görevi görür. Çalışanların örgütsel kimliği onun amaç ve hedeflerini doğru algılamaları, örgüt ile aralarında amaç birliği sağlamaktadır. Böylelikle çalışanlar ile örgüt arasındaki etkileşimde kolaylaşacaktır (Tutar, 2008: 200).

Örgütsel kimliğe sahip olan ve bunu benimseyen bir çalışan yaptığı işten gurur duyar ve görevlerini zevkle yapar. O örgüte karşı aidiyet duygusu hissederek örgütü ile

bütünleşir. Böylece yaptığı işleri daha iyi şekilde gerçekleştirebilme şansı artar (Şatır, 1998: 57; Akt. Kurt, 2011: 35).

Çalışanlar eğer kendilerini iş yerlerine özdeş hissederlerse; örgütün uzun dönemde yapmayı planladığı çalışmalara ve projelere girerler. Böylece de işletme faaliyetlerini benimserler. Bunun sonucu olarak politikaların belirlenmesinde çok az çatışmalar yaşanacağından, çalışanlar yaptıkları işlerden zevk alırlar ve önemli bir iş yaptıklarını hissine kapılırlar. Aynı zamanda çevrelerindeki insanların kendi iş yerinde çalışmaları konusunda onlara rahatlıkla tavsiyelerde bulunurlar. Bu durum, örgütsel kimliği kabullenmiş çalışanların, örgütleri ile bütünleşerek ait oldukları örgütü benimsediklerinin göstergesidir (Şatır a.g.e. 58; Akt. Çelik, 2007: 94). Kısacası örgütüyle özdeşleşen çalışanların işlerini benimsedikleri söylenebilir.

4.3. Örgütsel Kimliğin Özellikleri

Örgütsel kimlik kavramını farklı bakış açılarıyla ele alan görüşleri incelediğimizde, örgütsel kimlik kavramı için şunlar söylenebilir (Van Tonder, 2004; Akt. Karabey, 2005: 47-48):

- Örgütsel kimlik *bir örgüt olarak “biz kimiz ve neyiz?”* sorusunun cevabını vererek örgütü benzerlerinden ayıran özelliklere işaret eder.
- Örgütsel kimlik belirgin olmamakla birlikte ortak bir *bilişsel şema* veya anlam yapısı şeklinde bilinç öncesi düzeyde yapılanmaktadır. Örgütsel kimlik gizli bir olgudur ve bu nedenden dolayı üyeler genelde onun varlığı ve doğasının farkına varamamaktadır.
- Örgütsel kimlik; genellikle yönetim ve planlama toplantıları, sosyal aktiviteler gibi kalabalık ortamlarda ve toplu girişimlerde ortaya çıkar. Örgütün kendisinden ve çevresinden topladığı bilgilerle oluşturularak sürekli güncellenir. Toplanan bu bilgiler analiz edilir ve örgütün yerinin belirlenmesi için endüstri lider olan çeşitli diğer örgütlerle karşılaştırılır. Böylece ulaşılan bilgiler sayesinde örgüt kendi kendini tanımlar. Bu tanımlama örgüt için kalıcı ve merkezi olan ayrıca örgütü diğer örgütlerden ayıran özellikleri ne kadar iyi açıklarsa, örgütün diğer örgütler bazında bu ölçüde ayırıcı özelliklere sahip olduğu söylenebilir.
- Örgütsel kimlik, üyelerdeki kimlik duygusu, örgütün kim ve ne olduğu ile ilgili öznel bir bilgi ve deneyim olarak örgütte bulunur. Genellikle de eksik veya örgütle ilişkilendirilmeyen bir kimlik hissi görünürde var olur. Örgütsel kimlik geçiş veya değişim dönemlerinde, örgüt açık bir kimlik kazanmak veya herhangi bir kriz dönemine girmek üzereyken ortaya çıkar. Bir kimliğin yayılması veya kimlik kaybının yoğun şekilde olmasına *kimlik krizi (problemi)* denir. Kimlik krizi, maliyeti yüksek olan yeni kimlik arayışına sebep olacaktır. Açık bir kimlik oluşturulana veya yeniden kazanılincaya kadar örgütsel kimlik bilinç düzeyinde kalacaktır. Daha sonra kimlik konusu bir kez daha bilinç öncesi bir düzeye atılacak olup burada güçlü ve gizli bir etki göstermeye devam edecektir.
- Örgütsel kimliğin tek amacı örgütü tanımlamak ve onu diğer örgütlerden farklı kılacak yönleri açığa çıkarmaktır. Böylece kimlik, örgütün çevresine ne yönde ve ne kadar uyum sağlaması gerektiğini ortaya koyacaktır. Aynı zamanda örgüt için uygun bir odak belirlenerek, örgütün kaynaklarının buraya yönelmesi imkanı doğacaktır. Sonuç olarak, örgütsel kimlik için, örgütün ve örgüt çalışanlarının düşünce, yorum, karar ve hareketlerini

şekillendiren güçlü bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Güçlü bir kimliğe sahip olan örgütlerin, değişime daha iyi başa çıkabilmesi, yüksek performans göstermesi ve daha fazla yaşaması beklenmektedir.

4.4. Örgütsel Kimlik Modelleri

Literatürde örgütsel kimlik modelleri olarak aşağıdaki modeller benimsenmiştir.

4.4.1. Hatch ve Schultz Modeli

Hatch ve Schultz (2002) örgütsel kimlik kavramının örgüt içi ve örgüt dışı tanımlarının nasıl olduğunu daha iyi kavrayabilmek için, örgütsel kimliğin imaj ve kültür ile olan ilişkisinin kurumsallaştırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Örgütsel kimlik kavramını imaj, kültür ve kimlik ile ilişkilendirilerek dört süreçten söz etmişlerdir. Bu dört sürece Örgütsel Kimlik Dinamikleri adını vermişlerdir. Söz edilen model şunlardır (Çobanoğlu, 2008: 26);

- İkizleme (mirroring), diğerlerinin imajında kimliğin ikizlenme süreci,
- Yansıtma (reflecting), kültürel anlayışa kimliğin içerilme süreci,
- Açıklama (expressing), kültürün kimliğin iddialarıyla kendini bilindir yapma süreci,
- Etkileme (impressing), kimlik ifadesinin diğerlerini etkileme sürecidir.

Aşağıda tablo 4.2 de örgüt kimliğinin dinamik modelinin ögeleri ve yorumuna yer verilmiştir.

Tablo 4.2. Örgüt Kimliğinin Dinamik Modelinin Ögeleri ve Yorumu (Tobin, 2002; Akt. Çobanoğlu, 2008: 26).

Kimlik Ögesi	Yorumu
İfade(Expression): Bir örgüt kendisi hakkında nasıl konuşur?	Reklamlar, mimari yapı, giyim gibi semboller örgütler için kendilerini ifade etmenin öncelikli araçlarıdır.
Aksetme(mirroring): Diğerlerinin yargıları ve düşünceleri sayesinde bir örgütün yansıması	Diğerlerinin tepkileri ve düşünceleri, kimliği etkiler. Kimlik, örgüt üyeleri ve örgüt hakkında geri bildirim verenler arasındaki etkileşim sayesinde yapılandırılır.
Yansıtma(Reflection): Örgüt üyelerinin kendilerini bir örgüt olarak anladıkları süreç; örgüt üyelerinin kendilerini nasıl algıladıklarının sonucu	İlişkiler, bir örgütün tarihinde kendini belli eder. Bir örgütteki varsayımları ve değerleri belirgin hale getirir.
Etkileme(Impressing): Stratejik olarak bileşenlere yansıtılan örgütün imajından söz eder.	Amaçlı iletişim, çeşitli şekillerdeki halkla ilişkilerle ve topluma açılmayla yürütülür.

Hatch ve Schultz (2002) bu dört süreç ile örgütsel kimliğin yapısının oluşup, kimliğin örgütsel kültür ve örgütsel imaj ile ilişkisinin ortaya çıktığını belirtmektedirler.

Gioia ve Thomas (1996), bir örgüte ait olan kimlik ve imajın, örgütün stratejik değişim anlarındaki hareketlerini etkileyen önemli kriterler olduğunu ifade etmişlerdir. Her ne kadar örgütler kimliklerini korumaya çalışsalar da çevresel etkenler örgütün kimliğini değiştirebilir veya bazen de bunu gerekli hale getirebilir. Gioia, Schultz, Corley (2000) de, örgütsel kimliğin imaj ile karşılıklı olarak bir etkileşim halinde olmasının örgütsel kimliği istikrarsızlaştığını açıklamaktadır (Akt. Çobanoğlu, 2008: 55).

4.4.2. Algılanan Örgütsel Kimlik ve Özdeşleşme Modeli

Kimlik algısı, bireylerin daha büyük topluluklar ve oluşumlarla kendilerini özdeşleştirerek bu varlıklarla aralarında bir bağ kurulmasını sağlayan güçlü bir eğilimdir. İnsanlar bir kurumu içselleştirdiklerinde veya bunlara karşı güçlü kimlik algısına sahip olduklarında, örgütlerinin yaptığı faaliyetler, önemli kararları ve inançları bireylere yansıtarak bireylerin örgüte olan inanç, tutum ve davranışlarını etkileyecektir (Akatay, 2009: 305).

Makro açıdan çevrenin çok karmaşık ve dinamik hale gelmesi, geleneksel örgüt yapılarının çözülerek örgütlerde daha organik yapıların ortaya çıkması, hiyerarşinin yataylaşması, örgütsel yöntemlerin kurumsallaşması gibi etkenlerden dolayı son zamanlarda “Örgütsel kimlik”, “örgütsel kimlik algısı” ve benzeri pek çok kavramın önemi artmıştır (Tüzün ve Çağlar, 2008: 1022).

Örgütsel kimlik algısı, çalışanın örgütü ilgilendiren kararlarına etki eden örgütsel amaç ve hedefleri kendi amaç ve hedefleri gibi benimsemesi, bir tutması, örgütle kendini hem sosyal hem de psikolojik olarak bütünleştirme çabasıdır. Yani kısaca çalışanın örgütle “bir bütün olma” algısını ifade etmektedir (Ertürk, 2003; Akt. Akatay, 2009: 302). Bu kapsamda örgütsel kimlik algısının, bireyin dahil olduğu örgütle bütünleşme seviyesine etki ettiği söylenebilir.

Örgüte üye olan bireyler, o örgütün ayırıcı yönlerine dair farklı düşüncelere sahip olabilirler. Bu açıdan bakıldığında örgütsel kimlik, bireylerin ait oldukları örgüte ilişkin farklı algıları neticesinde ortaya çıkan ve örgütün genel manada davranışlarını tanımlayan bireysel değerlendirmelerin bir bütünü olarak da tanımlanabilmektedir (Dutton, 1994). Paylaşılan bu kimlik algısı, üyelerin üyesi oldukları kuruma hem bilişsel hem de duygusal açıdan bağlanmaları sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Duman vd., 2013: 78).

Örgütsel kimlik ile ortaya çıkan imaj insanların aklında yer edinir. Başkalarının gözünde oluşan olumlu imaj algısı örgüt üyelerinin bu değeri benimseyerek, örgütle bütünleşmelerine yardımcı olur. Bu kapsamda çalışan bireyin, çalıştığı örgütü dış dünyaya gururla anlatması onun, örgüt kimliği ile özdeşleşmiş olduğunu gösterir (Başyigit, 2006: 67; Akt: Gündoğan, 2009: 7).

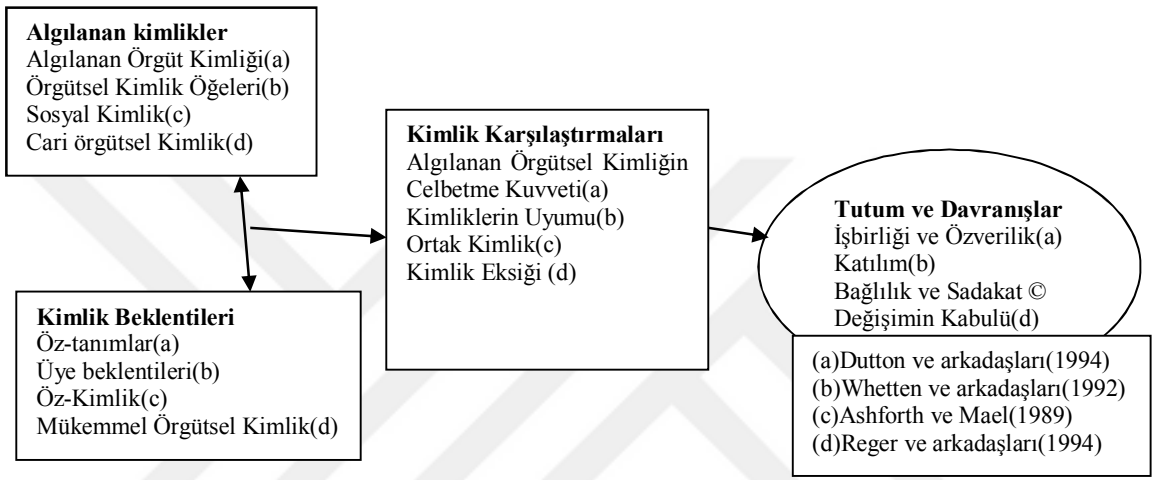
Özdeşleşme, kavramı kişinin başkalarıyla veya içinde bulunduğu örgütün ortak yanları ile etkileşimi sonucu ona ya da onlara benzemeye çalışması olarak ifade edilmektedir (Gündoğan, 2009: 7).

Örgütsel özdeşleşme ile ilgili farklı araştırmacılar tarafından pek çok farklı tanım yapılmıştır. Ancak yapılan bu tanımlarda kavram farklı şekillerde ele alınmıştır. Bu nedenle kavram hakkında görüş birliğine varıldığını söylemeyiz. Bazı tanımlara göre örgütsel özdeşleşme sosyal özdeşleşmeden oldukça uzak anlamlar taşımaktadır. Yine de araştırmacıların yaygın olarak kabul ettiği tanımların örgütsel özdeşleşmeyi bu kavramdan hareketle açıkladığı gözlenmektedir. Bireyin kendini örgütüyle dayanışma duygusu içerisinde hissetmesini, örgüte tutumsal ve davranışsal açıdan destekte bulunmasını, örgüt üyelerinin paylaştıkları ayırt edici özelliklerinin algılanmasını içermektedir (Karabey, 2005: 14).

Örgütsel özdeşleşme, kişinin şahsiyetini belirgin bir örgüt kimliğine göre tanımlamaya hazır olmasıdır. Örgütsel özdeşleşmenin seviyesini belirleyen, örgütsel kimliğe ait özelliklerin algılanmasıdır (Haslam vd., 2003; Akt. Tüzün ve Çağlar, 2008: 1014). Örgütsel kimlik ile duygusal açıdan kendisini özdeş hisseden bireyler, örgütsel kimliği destekleyen ya da tehdit eden durumlarda harekete geçme isteği taşırlar. Örgütsel kimliğin kişinin özdeşleşme seviyesini ne düzeyde etkileyeceği, örgütsel

kimliğin kişide oluşturduğu çekiciliğin etkisine göre değiştiği görülmektedir (Dutton ve diğerleri, 1994).

Ashforth ve Mael (1989), Burke (1997), Dutton ve Dukerch (1991), Dutton ve arkadaşları (1994), Reger ve arkadaşları (1994), Whetten ve arkadaşlarına göre, örgütsel özdeşleşme, bireylerin bilinçaltı düzeyinde kendi kimlikleri ile örgütsel kimliği kıyaslamaları sonucunda ortaya çıkmakta olup bu kıyaslama bireylerin örgütlerine karşı tutum ve davranışlarına etki etmektedir. Bu kıyaslamalar sonucunda bireylerin algılanan kimliklere uyum seviyesi yüksek ise, bireyin üyesi olduğu örgütle özdeşleşme seviyesi de yüksek olacaktır. Aşağıdaki şekil örgütsel özdeşleşme sürecini ortaya koymaktadır (Foreman, Whetten, 2002; Akt. Mustafayeva, 2007: 74).



Şekil 4.1. Örgütsel Özdeşleşme Süreci

Özdeşleşme, üyelerin kimlik algıları ve kimlikle ilgili beklentileri arasındaki uyumun seviyesidir. Foreman ve Whetten'a göre üyeler örgütün gerçek kimliği ile ideal kimliğe ilişkin beklentilerini karşılaştırmalıdır. Gerçek kimliğe ilişkin algılar örgütün var olan özelliklerine yönelik inançları ifade etmekte iken, ideal kimliğe ilişkin beklentiler, neyin kimlik özelliği olarak istenildiğine yönelik bireylerin öznel inançlarını ifade etmektedir (Çobanoğlu, 2008: 21). Örgütsel kimlik hiçbir zaman tarafsız değildir. Çünkü örgütsel kimlik örgüt üyelerinin yorumuna açık bir unsurdur. Örgütsel kimlik ve özdeşleşmenin ne derece bütün teşkil eden kavramlar olduğu yukarıdaki modelden anlaşılmaktadır (Tüzün, 2006: 71).

Örgütsel kimlik örgütün farklı sıkıntılarla mücadele etmesinde dümen konumundadır. Örgütsel kimliğin bir sonucu olarak örgütsel özdeşleşme, örgütsel davranış çalışmaları için önemli bir değişken durumuna gelmiştir. Özdeşleşme, çalışan ile örgüt arasındaki bağı anlamaya çalışır. Çalışan ile örgüt arasındaki ilişkinin seyri, pek çok sebepten dolayı önem arz etmektedir. Çalışan ve örgütün sahip olduğu benzerlik ve farklılık algılarını ortaya koymak, bu ilişkiyi anlayabilmenin ilk adımını oluşturur. Ayrıca çalışanın örgütle olan ilişkisini ortaya koymak, çalışanın işe yönelik tutum ve davranışları tahmin edebilmenin bir yoludur (Tüzün ve Çağlar, 2008: 1022).

Örgütsel özdeşleşme, çalışanların tutum ve davranışlarını olumlu şekilde etkileyerek onların işletmeye bağlanmasını sağlamaktadır. Örgütsel özdeşleşme, işletmenin belirlediği amaçlara daha kolay şekilde ulaşmasını sağlar. Böylece çalışanların kendilerini daha mutlu hissetmelerini sağlamaktadır. Örgütsel özdeşleşme hem grup hem de birey düzeyinde ele alınabilen örgütler açısından önemli psikolojik bir

durumu ifade etmektedir. Örgütsel özdeşleşme, örgüt için önem arz eden çalışanların örgütte tutulması ve çalışanların işyerindeki mutluluğunun sağlanması için de oldukça önemlidir. Çünkü örgütleriyle özdeşleşen çalışanlar örgütlerine sadık davranırlar ve işletmelerin amaçlarını kendilerine amaç edinerek, örgütün hedeflerine ulaşması hususunda ellerinden geleni yaparlar (Mustafayeva, 2007: 94).

4.5. Örgütsel Kimliğin İlişkili Olduğu Kavramlar

Örgütsel kimliğin belirleyicilerine odaklanan araştırmalarda örgütsel kimliğin çeşitli unsurlarla ilişkili olduğu belirlenmiştir. Örgütsel kimlik kavramını daha iyi anlayabilmek için aralarında ilişki bulunan bazı kavramlara değinmekte fayda vardır.

4.5.1. Örgütsel Kimlik ve Örgüt Kültürü

Örgüt kültürü, örgüt içinde neyin önemli veya neyin önemsiz olduğunu açıklayan ve örgütün DNA'sı olarak kabul edilen bir kavramdır. Çünkü örgüt kültürü çoğunlukla elle tutulup gözle görülmekte olup, örgüt içinde ne olup bittiğini şekillendiren son derece güçlü bir yapıdır. Peter ve Waterman'a göre örgüt kültürü "Baskın ve paylaşılan değerler bütününden oluşan, çalışanlarca sembolik anlamlarla algılanan, örgüt içerisindeki hikayeler, sloganlar, inançlar ve masallardan meydana gelen bir yapı" olarak tanımlanmaktadır (Özkalp ve Kirel, 2009: 103).

Kültür bir anlamda tanıtıcı bir kimliktir. Bir örgüt hakkındaki değerlendirmeler ancak o örgütün kültürü ile yapılabilmektedir. Davranış, örgüt içi ve örgüt dışı ilişkilerde, örgütsel yaşamdaki herhangi bir konuda örgüt kültürünün izlerine rastlamak mümkündür (Eren, 2014: 169).

Örgüt kimliği çoğu kez örgüt kültürü ile karıştırılmakla beraber kimi zaman örgüt kültürü ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Örgüt kültürü ortak değer ve normlardan meydana gelmekte iken örgüt kimliği, baskın örgüt kültürünü göz önünde bulundurmak durumunda olup bilinçli bir şekilde oluşturulmuş strateji niteliğindedir. Buna karşılık örgüt kültürünün bilinçsizce oluştuğu görülebilir. Örgüt üyelerinin kendilerini örgüt kimliği ile tanımlayabilmeleri örgütte homojen bir kültürün olmasına bağlıdır (Cansu, 2006; Akt. Akgül, 2012: 20).

Örgüt kültürünü oluşturan varsayımların, değerlerin, sembol ve uygulamaların bir yansıması olarak değerlendirilebilen örgütsel kimlik, örgüt üyelerine aşağıdaki katkıları sağlamaktadır (Tamimi, 2005: 36; Akt. Akgül, 2012: 22).

- Üyelerin örgütleri hakkında olumlu fikir edinmelerine katkı sağlama,
- Bireylerin çalıştıkları örgütte kendilerini bütünleştirme derecelerinin ifadesi,
- Çevresindekilere de kendi örgütlerinde çalışmalarına dair tavsiyede bulunma,
- Yapılan işin ne kadar verimli yapılabileceğini düşünme süreci,
- Örgüt üyelerin çalıştıkları örgüte uyum sağlama sürecini ifade edebilmeleri.

Örgüt kimliğinin, çalışanların örgüt ile bütünleşmesini sağlamak ve örgütleri diğerlerinden farklılaştırarak hatırlanabilirlik derecesini yükseltmek, olumlu bir kurum imajı oluşturmak gibi fonksiyonları bulunmaktadır. Örgüt kimliği, bir örgütün kim olduğu, ne iş yaptığı ve yaptığı işi nasıl yaptığının bir ifadesidir. Bir örgütün kimliği örgütlerin hem fiziki, hukuki yapısını hem de kültürel faktörlerini kapsar. Fiziki faktörler örgütün yönetim şekli, fiziki yapısı ve faaliyet alanı gibi unsurları kapsamaktadır. Kültürel faktörler ise örgütün tarihi, kahramanları, adetler gibi unsurları içermektedir. Örgüt kimliği örgüt kültürünün bir başarısı olarak karşımıza çıkar. Örgütlerin başarısı için mutlaka örgüt kimliği ve örgüt kültürü kavramlarının uyum

içerisinde olması gerekir. Örgüt kimliği ile örgüt kültürü arasında meydana gelebilecek tutarsızlıklar, insanların örgüte olan güven duygularını olumsuz etkileyecektir (Erdem, 2009: 18).

4.5.2. Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Vatandaşlık

Örgütsel vatandaşlık; örgütün işleyişine katkı sağlayan, biçimsel ödül sistemlerinde tanımlanmayan, iş görenlerin gönüllü olarak sergiledikleri davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel vatandaşlık örgütlere bir işi gönüllü olarak görme, katma değer yaratma gibi faydalar sağlar. Bununla birlikte örgütsel vatandaşlığın, örgütsel verimlilik, örgütsel kimlik ve örgüt kültürü üzerinde olumlu katkıları bulunmaktadır (Tutar, 2014: 330).

Örgütü ile bütünleşerek kendi kimliği ile örgüt kimliğini özdeşleştiren çalışanlar; ÖVD'nin sivil erdem ve centilmenlik boyutu gibi örgütsel vatandaşlık kapsamındaki davranışları sergilerler. Problemlerin kaynağını bildiklerinden dolayı küçük problemleri sıkıntı etmezler, sıkıntı edenlere de teselli verirler (Çelik, 2007: 177).

Kurumlarına karşı güçlü bir kimlik algısı olan çalışanların bulunduğu örgütlerde çatışmaların azaldığı, kişilerarası ve üyelerce yönetime karşı güvenin arttığı, iş gücü devir oranlarının düştüğü, örgütsel uygulamaların benimsendiği, örgütsel faaliyetlere katılımında artış sağlandığı, çalışanların motivasyonunda ve iş tatmininde artışlar olduğu gözlenmektedir. Ayrıca, çalışanların kurumlarına karşı hissettiği yüksek düzeyde örgütsel kimlik algısı onların çalıştıkları kurumların amaçlarını kendi amaçları olarak benimsemelerini sağlayarak kuruma karşı bağlılıklarını güçlendirmektedir. Benzer şekilde yüksek kimlik algısına sahip çalışanlar, kendilerini örgütleriyle sosyal ve psikolojik yönden bütünleştirmekte böylece de olumlu vatandaşlık davranışı sergilemektedirler (Akatay, 2015: 312).

Örgütlerin ortak kimliği, üyelerinin paylaştıkları ortak bir takım inançları temsil eder. Algılanan örgüt kimliği ise, örgütün üyesi olarak tek bir kişinin inançlarını yansıtır. Tüm çalışanların aynı seviyede örgütün değerlerini benimsemeleri ve ortak görüşler etrafından sosyalleşmeleri mümkün olmamaktadır. Bu açıdan algılanan örgüt kimliği ile örgütün ortak kimliği arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle, bazı çalışanlar ile örgüt arasında bir takım uyumsuzluklar yaşanabilecektir. Bu uyumsuzluklar üyelerin, dışsal örgüt imajını olduğundan farklı algılamalarından kaynaklanmakta olup, depresyon ve stres gibi olumsuz birey davranışlarına sebep olabilmektedir. Bu davranışlar da istenilmeyen örgütsel davranışları beraberinde getirecektir. Bu kapsamda bireyler arasında rekabet artacak, fonksiyonel olmayan örgütsel çatışmalar ortaya çıkacak ve iş görenlerde çekilme davranışları gibi durumlar ortaya çıkacaktır. Bunun sonucunda da çalışanlar örgütten ayrılmanın yollarını arayacaklardır (Çelik, 2007: 175).

Diğer taraftan örgütsel kimlik algısı, o kuruma özgüdür ve aktarılamamaktadır. Bu nedenle örgütsel kimlik algısı kuvvetli olan çalışanlar, kurumlarına örgütsel bağlılıktan daha sağlam bir sahiplenme duygusu geliştirmektedirler. Böylece örgütsel bağlılık ve vatandaşlık davranışı, kuvvetli bir örgütsel kimlik algısının doğal bir sonucu olarak kendini göstermektedir (Duman vd., 2013: 84).

Çalıştığı örgüt ile bütünleşen, örgütün değerlerini kendi öz değerleri gibi benimseyerek özdeşleştiren iş görenler, güçlü bir örgütsel kimliğe sahip olacaklardır. Güçlü bir örgütsel kimlik çalışanlar arasında uyumu artırarak nezaket davranışlarının gelişmesine katkıda bulunacaktır. Ayrıca örgütün dışarıya yansıttığı olumlu imaj da örgütsel kimliğin kuvvetlenmesini sağlayacaktır. Bu örgütlerde çalışan bireyler, her

ortamda örgüt ile övünecekler, örgüte ait her türlü arma, rozet vb. malzemeyi gönüllü olarak taşıyarak centilmenlik davranışı sergileyeceklerdir (Çelik, 2007: 175).

Özetle yapılan araştırmalar çalışanların içinde bulundukları örgütlerine ilişkin sahip oldukları kimlik algılarının, onların vatandaşlık davranışının oluşumunda pozitif etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Örgütsel vatandaşlık davranışının da örgütlerin performanslarında olumlu etkileri bulunmaktadır. Dolayısıyla örgüt yönetimi rekabette başarılı olabilmek ve örgütü sürekli kılabilmek için çalışanlarının örgütsel kimlik algılarını kuvvetlendirmeli ve bu yönde uygulamalarını arttırmalıdır (Akatay, 2015: 313).

4.5.3. Örgütsel Kimlik ve Örgüt Felsefesi

Felsefi düşünce; genellikle bütün bilgileri ve özellikle inançları, davranış bakımından yol gösterici olarak kabul edilen değerleri, alışkanlıkları, toplumun bize kabul ettirdiği ön yargıları özgür düşüncenin süzgecinden geçiren bir düşünce yapısıdır. Bu düşünce yapısı olaylara bakıp, inceleyip, irdelemeyi gerektirir. Burada kısaca felsefe kavramına da değinmekte fayda vardır. Felsefe; bireyin kendisi, hayatı, yaşadığı toplum, dünya üzerinde düşünerek ortaya koyduğu bilgilerle oluşan bir disiplindir (Kuşakçıoğlu, 2007; Akt. Akgül, 2012: 22).

Örgüt felsefesi ise örgütün kendi hakkında sahip olduğu düşünceleridir. Örgüt felsefesi; örgütün değerleri, tutum ve kuralları, amaçlarından meydana gelmektedir. Örgütün ortaya çıkışı, gelişmesi, gelecek için oluşturduğu hedefleri örgüt felsefesinin kapsamındadır (Ovalıoğlu, 2007: 24). Başka bir anlatımla örgüt felsefesi; örgütün değer, tutum ve normlarından amacından ve tarihinden oluşmaktadır (Kangal, 2009: 77).

Bir kurumun kendine ve çevreye bakış açısı olarak da değerlendirilebilecek olan örgüt felsefesi, örgütlerin sahip olmayı hedefledikleri kimliğe ulaşmak için seçtikleri yol olarak da açıklanabilir. Örgüt kimliği örgütün felsefesine uygun bir şekilde yapılandırılmalı aynı şekilde örgüt felsefesi de örgütün tüm değerleri göz önünde bulundurularak oluşturulmalıdır (Kuşakçıoğlu, 2007; Akt. Akgül, 2012: 23).

İşletme yönetiminin unsurlarının en başında örgüt felsefesi bulunmaktadır. Bir işletmenin örgüt felsefesi, onun tüm yönetim davranışlarına, stratejilerine ve politikasına etki etmektedir. Örgüt felsefesi bir örgüt kimliğinin de özünü oluşturmaktadır olup diğer örgüt kimliği unsurları da örgüt felsefesine göre şekil almaktadır (Ovalıoğlu, 2007: 25). Bir örgütün kimliği belirlenirken, kimlikle felsefe arasındaki ilişkinin de belirlenmesi gerekmektedir. Bir örgütün felsefesinin tarifi, örgütün niçin var olduğunun ve ne elde etmek istediğinin açıkça belirtmesi açısından önem taşımaktadır. Örneğin Türkiye'nin önemli markalarından olan Ülker; "İnsanların yüzündeki mutluluğu görmek için çalışıyoruz" felsefesini benimseyerek müşteri odaklı anlayışıyla hizmet amaçlarını açıkça belirlemiştir. Bu nedenle örgütler sahip oldukları felsefeleriyle diğer örgütlerden olan farklarını ortaya koyabilmektedirler (Eyüboğlu, 2008: 21).

4.5.4. Örgütsel Kimlik ve Örgüt Sağlığı

Örgüt sağlığı kavramı hakkında farklı bilim dallarında farklı şekillerde yapılan incelemeler ve tanımlamalar bulunmaktadır. Eğitimciler bu kavramı okulların yönetsel ve örgütsel yapısıyla ilgili olarak kullanırken, insan kaynakları yazarları ise çalışanın verimliliği, etkinliği, iş tatmini, çalışma barışı, kurumsal bağlılık ve sadakat duygusu oluşturmaya katkı sağlayan her tür zihinsel, psikolojik ve fizyolojik koşulların

oluşturduğu bir “iyilik hali” şeklinde incelemektedir (Tsui ve Cheng, 1999: 253; Akt. Taş, 2014: 42).

Örgütsel sağlık kavramını ilk kez 1950’li yıllarda Argyis kullanmış ancak kavramı ilk defa Miles (1969) sistemli bir şekilde incelemiştir. Günümüzde ise kavram sanayi psikolojisi alanında çalışan akademisyenler tarafından farklı şekillerde ele alınmaktadır. Örgüt sağlığı; kısaca örgütte genel bir esenlik ve iyilik halini anlatmaktadır. Sağlıklı bir örgütsel yapı, örgütün fiziksel ve psikolojik (örgüt kimliği, örgüt kültürü) açıdan genel bir iyilik hali içinde olması demektir (Tutar, 2010: 184).

Örgüt sağlığı; örgütlerin etkin bir lidere sahip olması ile kendi içerisinde bir bütünlük taşıması ve belli bir kimliğinin olmasıdır. Örgüt sağlığı, örgütlerin iç ve dış çevreyle etkin bir iletişimde bulunması ve sağlıklı ürünler vererek zamanla büyüme ve gelişimine katkı sağlamayı gerektirir. Miles’e göre sağlıklı insan, kimliği hakkında açık duygulara sahip, kim olduğunu iyi bilen kendisi için konulacak amaçları gerçekleştirmeyi hedefleyen insandır. Öyle ki sağlıklı bir örgütte kim olduğunu bilir. Sağlıklı bir örgütte çalışanlar, çalıştıkları örgütten memnurluk duyarlar ve örgütlerine katkıda bulunmak için işbirliği göstererek çaba sarf ederler (Altun, 2001; Akt. Akgül, 2012: 24).

Sağlıklı örgütlerde yöneticiler yönetim etkinliğinden, çalışanlar da yaptıkları işten memnundur. Örgütte açık ve çok yönlü bir iletişim bulunmaktadır. Karara katılım kanalları açık olup; çalışanlar sadece kararlara değil, süreç sonuçları ve denetimlere de katılma olanağı bulmaktadır. Çalışanlar örgütün demokratik yönetim anlayışına ve örgütün değerlerine gönüllü olarak bağlıdır. Bireylerin kendilerini güçlü hissetmesi, örgütsel değerleri anlamlı bulması onlara bağlanması için gerekli psikolojik ve fiziksel alt yapı koşulları mevcuttur. Sonuç olarak sağlıklı örgütler iş gören yabancılaşmasına neden olabilecek bütün faktörlerden arındırılmış örgütler olarak karşımıza çıkmaktadır. (Tutar, 2010: 184).

4.6. Örgütsel Kimliklenmenin Sonuçları

Yapılan araştırmalar; örgütle kendini bağdaştıran, özdeşleştiren çalışanların; yaptıkları işlerde daha başarılı, işleriyle ilgili konularda daha ilgili, örgütü için daha çok etkinliğe katılan bireyler olduğunu ortaya koymuştur. Güçlü örgütsel kimliklenme daha çok iş birliğine dayalı davranışları içermektedir. Bu yüzden örgütsel kimliği güçlendirmek isteyen yöneticilerin, çalışanlarını yaptıkları işler karşısında kutlayıp ödüllendirmeleri gerektiği belirtilmiştir. Daha güçlü örgütsel kimliklenme, daha çok işbirliğine dayalı davranışlarla bağlantılıdır. Bu yüzden, örgütsel kimliklenmeyi güçlendirmek isteyen yöneticiler, çalışanlarını yaptıkları işler karşısında kutlar, ödüllendirir. Güçlü örgütsel kimliklenme anlayışına sahip bireyler, örgütün amaçları için, diğer bireylere bazen stres yaparak, “örgütsel kimlikler”in hızla yayılmasına neden olabilirler (Riketta, 2005; Akt. Gülşen, 2010: 52-53).

Örgüt ya da grup kimliğini, benliğinin bir parçası olarak özümsemiş bireyler örgüte anlam kazandırmakta ve örgüte olan bağlılığı sağlamaktadır. Kimikleşme ve özdeşleşme kavramları bireylerin örgüt ya da grup adına yapılabilecek eylemleri gerçekleştirmelerini ifade etmektedir. Böylelikle kimlik ve özdeşleşme motivasyon aşılıyarak bireylerin örgütlere devam etme isteklerini açıklamaya yardımcı olur (Albert ve diğerleri, 2000; Akt. Tüzün, 2006: 74). Böylelikle güçlü örgütsel kimliğe sahip örgüt üyeleri örgütte kalabilmek için çaba sarf ederler.

Örgütsel olarak kimliklenmiş bir kişi kendini örgütü ile bir ve bağlı hisseder. Bunun anlamı bireyin örgütle kimliklenmesinin örgütün amaç ve hedeflerini kendi amaç

ve hedefleri ile birleştirmesi, bireyin kendini örgütün bir parçası olarak hissetmesidir. Böyle bir durumda kimliklenme kişinin benlik kavramının içerisine yerleşir. Kişi kendini örgütü ile kimliklendirdiği ölçüde örgütün bir parçası gibi hareket edecektir (Mamatoğlu, 2008: 50).

Yapılan araştırmalarda araştırmacılar, özdeşleşme ve örgütsel bağlılık ile iş görenlerin işten ayrılma niyetleri arasında negatif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Öcel, 2013: 39).

Örgütsel kimliklenmenin, birey üzerinde sadece olumlu etkileri bulunmamaktadır. Birey bazen onur ve gurur duyguları yaşarken, bazen de utanç, endişe duygularına sahip olabilmektedir (Gülşen, 2010: 52). Örneğin; fabrika bacasından çıkan gazlar atıklar yüzünden çevrede bulunan bir çok vatandaşın hastalanmasına hatta ölmesine sebep olan ve halkın tepkisiyle karşı karşıya kalan bir şirkette çalışanlar çalıştıkları işletmeden mümkün olduğunca bahsetmek istemezler. Bununla birlikte tam tersi durumda, gerçekleştirdiği sosyal faaliyetler ile insanların kalbini kazanan işletmelerde çalışanlar şirketlerinden her zaman övgüyle söz ederler Sosyal çevre tarafından şirketlerine tanınan bu itibar çalışanlar tarafından faaliyetlerine yansıtılır. Böylelikle iş görenler firmalarını tanıtan her türlü malzemeleri zevkle kullanarak, şirketlerinin sembollerini üzerlerinde çekinmeden taşıyacaklardır. Örgüt ile çalışan arasında oluşan bu duygusal bağ, çalışanları örgütlerine daha çok bağlayacak ve çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilenmesinde etkin bir rol oynayacaktır (Çelik, 2007: 173).

5. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK

Bu bölümde işletmeler için oldukça önemli olan örgütsel vatandaşlık kavramı tanımlanmakta, kavramı ortaya çıkaran faktörler, örgütsel vatandaşlık türleri, fonksiyonları ilişkili olduğu diğer kavramlar ele alınmakta ve kavramın teorik alt yapısına değinilmektedir.

5.1. Örgütsel Vatandaşlık Kavramı ve Kapsamı

Küreselleşme; yenilikçilik, hız, değişimin yönetimi gibi yeni başarı kriterleri gündeme getirmiştir. Bu gibi faktörler, örgütlerde insan unsurunun önemini bir kez daha artırmıştır. Üretim faktörlerinden biri olan insan kaynağı kullanıldıkça kendini yenileyebilen, taklit edilmesi zor olan yetenek ve tecrübe ile işletmelere farklılık kazandıran önemli bir unsurdur. İnsan kaynakları yüksek performans ile işletmelerin değişen koşullara ayak uydurabilmesine, esnek ve hızlı davranılmasına yardımcı olmaktadır. Çalışan davranışları bütün bu kriterler açısından değerlendirildiğinde oldukça önemli bir hal almıştır (Demirci, 2008: 5).

Üretim yapılabilmesi için en belirgin şart öncelikle hammadde, işgücü, teknoloji, mali kaynak ihtiyaçlarıdır. Bunlardan hammadde temini konusunda tam rekabet şartlarında faaliyet gösteren tedarikçiler arasında da rekabetin olduğu ve aynı ürünü üreten rakiplerin küresel pazarda eşit oranda bilgilendikleri, işletmelerin hammadde girdi maliyetinde önemli bir fark bulunmadığı görülmektedir. Teknoloji, onu keşfedene kısa bir süre için avantaj sağlasa da rakip işletmelerin bu teknolojiyi satın alması veya kopyalaması ile teknolojinin avantajı belirli bir sürenin sonunda ortadan kalkmaktadır. Sermaye faaliyetleri fırsat maliyetleri açısından değerlendirildiğinde, Dünya'nın bir ülkesinde kaynak değerlendirme fırsatının aslında tüm rakipler için aynı olduğu görülmektedir. Çünkü sermaye için belirli bir sınırlama bulunmamaktadır. Sermaye de tıpkı üretim için gerekli olan teknoloji, hammadde ve mali kaynaklar gibi ülkeler arasında serbestçe dolaşabilmektedir (Akolaş, 2004: 37).

Üretimin içinde bulunan, teknolojiyi hem yaratan hem de kullanan işletmelere rekabet etme avantajı sağlayan faktörü, işgücüdür (Çelik, 2007: 98). İşgücü ise az bulunması ve sınırları zor geçmesi nedeni ile işletmeler için rekabette ayırt edici bir faktör ve kıt kaynak haline gelmiştir. Örgütsel piramidin belki de en alt kesimini oluşturan insan kaynağı faktörünü küreselleşme ve artan rekabet şartları günümüzde örgütsel vizyonun oluşturulmasında, örgütsel etkinliğin ve verimliliğin sağlanmasında örgütsel piramidin en üst noktalarına taşımıştır (İnce, 2005: 319). İşletmeler ellerindeki makinelerin kapasitelerini bildikleri için günde ne kadar üretim yapacaklarını tahmin edebilmektedir. Ancak kapasitesi tam olarak öngörülemeyen insan kaynakları farklı şartlar altında farklı performans sergileyebilmektedir. Bu açıdan insan kaynağı günümüz işletmeleri için en önemli üretim faktörü olmuştur. Birçok bilim adamı ve işletme yöneticisi işletmelere rekabet avantajı sağlayan en önemli kaynağın işletme personeli olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte başarıya ulaşabilmek için bütün personelin katılımının sağlanması gerektiğinin önemine de vurgu yapmaktadırlar (Çavuş ve Akgemci, 2008: 229).

Katz'a göre örgütlerin başarılı olabilmesinde üç hususa riayet etmeleri önemlidir. Bunlardan birincisi çalışanların görevlerinin başına zamanında gelmeleri, ikincisi çalışanların görevlerini eksiksiz, zamanında ve istenildiği şekilde yapmaları, üçüncüsü ise, çalışanların gönüllü olarak örgüt lehine sözleşme dışı faaliyette bulunmalarıdır. İşe zamanında gelme, verilen görevleri eksiksiz yapma, çalışanların

birbirleri ile dayanışma içerisinde bulunmalarına, kalite ve verimliliğe katkıda bulunmak için değişimin desteklenmesine, işle ilgili konularda bilgileri birbirleri ile paylaşmalarına, huzurlu bir ortam yaratılması konusunda gayretlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Kendilerine verilen görevleri hatta daha fazlasını hiçbir karşılık beklemeden kendiliğinden yapan, huzurlu güvenli bir iş ortamı oluşturulması için gerekli gayreti gösteren, bağlı olduğu örgüte değer veren, gönül bağı hisseden çalışan davranışları örgütsel vatandaşlık davranışlarıdır (Serinkan ve Erdiş, 2014: 72).

Örgütsel vatandaşlık davranışı kavramı, iş görenlerin tanımlanmış iş ve görev tanımlarının dışında belirlenmiş rol gerekleri ve beklentilerini aşan, örgüte faydalı olmak için gönüllü olarak gösterilen rol fazlası davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Kavram ilk olarak 1930'lu yıllarda Barnard tarafından ele alınmıştır. Barnard örgütsel vatandaşlık davranışını biçimsel rol davranışı dışında “tanım dışı davranışlar” olarak ifade etmiştir. Örgütsel vatandaşlık davranışı kavramı ilk olarak Dennis Organ tarafından yönetim bilimine kazandırılmıştır. Bu davranış biçimi örgütün işleyişine katkıda bulunan ve çalışanlar tarafından gönüllü olarak sergilenen davranışlardır (Tutar, 2014: 330).

Organ ve arkadaşları (1983) tarafından ilk defa kullanılan ÖVD kavramı, işletmelerde biçimsel rol gereğince sergilenen davranışlar dışında rol dışı davranışlar olarak da gözlemlenmektedir. Bu rol dışı davranışlar arasında olumlu davranışlar olabildiği gibi olumsuz davranışlar da bulunmaktadır (Demirci, 2008: 5).

Örgütsel vatandaşlık davranışı örgütlerde formel iş değerlemesi tarafından ölçülmeyen, formel ödül sistemi ile bağlantılı olamayan ve örgütsel olarak istenilenden daha fazlasını yapmaya yönelik ekstra rol davranışını ortaya koyduğu için literatürde bazı araştırmacılar tarafından “İyi Asker Davranışı” olarak da nitelendirilmektedir. Örnek olarak; diğer çalışanların işe gelemediği günlerde görevlerinde yardım etme; mesai saatine ve mola bitimlerinden sonra işe zamanında başlama, yeni gelen çalışanlara uyum konusunda yardımcı olma, daha az izin kullanma, gerektiğinden daha çok çalışma, örgütü yangın, hırsızlık gibi olumsuz şeylerden koruma, örgüt için öneme sahip konularda fikir beyan etme, geçici sıkıntılara tahammül edip, katlanma vb. davranışlar gösterilebilir (Akt. Demirci, 2008: 6).

Organ (1988) tarafından örgütsel vatandaşlık davranışını diğer davranışlardan ayıran belli başlı faktörler aşağıda belirtilmiştir. Bunlar kısaca (Kaplan, 2011: 26);

- Biçimsel ödül-ceza sistemi tarafından dikkate alınmaması
- Biçimsel rol davranışlarının ötesinde ve bir bütün olarak örgüt hedeflerine ulaşılması konusuna yardımcı olması
- İsteğe bağlı ve gönüllü olarak sergilenmesidir.

Örgütsel vatandaşlık davranışı, kişinin bireysel pozitif davranış sergilemesinin, örgütün hedeflerine ulaşması konusunda önemli katkı sağlayacağı temel varsayımı üzerine kuruludur (Buluç, 2008: 576). Örgütsel Vatandaşlık davranışları ile ilgili yapılan çalışmalar, iş yerinde gönüllü ve isteğe bağlı olarak gerçekleştirilen davranışların doğasını keşfetmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmaların üzerinde durduğu nokta ise iş çevresi ile ilgili sosyal durumlara ve işin teknik niteliklerinin önemine vurgu yapmaktır (Buluç, 2008: 576).

Örgütsel vatandaşlık davranışlarının özellikleri özetle şöyle sıralanmıştır (Akbaş, 2010: 164).

- Örgütsel vatandaşlık davranışı iş tanımının bir parçası değildir,
- ÖVD ödül beklentisi ve ceza korkusuyla yapılmayan davranışlardır,
- ÖVD eğitimlerle geliştirilememektedir,
- ÖVD isteğe bağlı yani gönüllü sergilenen davranışlardır,

- ÖVD'nin sınırları öznelidir,
- ÖVD örgütlerin işleyişi, örgüte katkı sağlamak bakımından önemlidir,
- ÖVD inanç ve değerleri kapsadığından insancıl değerlere dayanmaktadır.

Örgütsel vatandaşlığın son yıllarda işletmelerce çok işlenmesinin ve önem kazanmasının ise üç sebebi bulunmaktadır.

Birincisi bu davranışın sonucu ortaya çıkan performansın, terfi ve ücret uygulamalarında, çalışanların performansının değerlendirilmesinde göz önüne alınmasıdır. Yöneticiler örgütsel vatandaşlık davranışı sergilenmesi konusunda çalışanlara herhangi bir yaptırım uygulamamaktadır. Aynı şekilde çalışanlar da herhangi bir sistematik ödül beklentisi olmadan örgütsel vatandaşlık davranışı gösterirler (Serinkan ve Erdiş, 2014: 76).

İkinci sebebi ise; ÖVD'nin örgütlerin başarısı ve etkinliğine sağladığı katkıdır. Organ uzun bir zaman diliminde örgütsel vatandaşlığın örgütün etkinliğinin sağlanması ve performansının yükseltilmesinde önemli fayda sağlayacağını belirtmektedir (Erdoğan, 2010: 26).

Örgütsel vatandaşlık davranışını önemli kılan üçüncü faktör ise örgütsel bağlılık, özdeşleşme, örgüte olan güven, iş tatmini gibi kavramlarla yakından ilişkili olmasıdır. Örgütsel bağlılık, iş tatmini biçimsel rol davranışı ve ÖVD birbirleriyle ilişkilidir ve doğrudan ya da dolaylı olarak işten ayrılmaları etkileyebilmektedir (Çankır, 2010; Akt. Serinkan ve Erdiş, 2014: 77).

5.2. Örgütsel Vatandaşlığın Tarihçesi

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ilk olarak 1930'lu yıllarda Chester Barnard tarafından ele alınmıştır. Barnard tarafından literatürde biçimsel rol davranışı dışında "ekstra rol davranışları" kavramı ilk kez kullanmıştır. Barnard'ın 1976 yılında yayımladığı "The Functions of the Executive" adlı eserde, "örgüt kavramı" toplu işbirliği çabaları olarak tanımlanmıştır. Buradaki "toplulu işbirliği" kavramından kastedilen, ÖVD'de olduğu gibi, kişilerin birbirleri ile işbirliğine giderek dayanışma halinde örgütü hedeflerine ulaştırma gayreti içerisinde olmalarını ifade etmektedir. Barnard tarafından yapılan çalışmaların bir çoğunda, "gönüllülük" kavramına yer verildiği görülmektedir. Gönüllülük kavramı, örgütlerinin hedeflerine ulaşması için kişilerin fedakârlık göstermelerini, hatta bazı haklarından feragat etmelerini ve birçok sıkıntıya katlanmalarını içermektedir (Çelik, 2007: 79).

Biçimsel olmayan örgütlerin ve üyelerin sergileyecekleri gönüllü davranışların önemini ortaya Barnard, örgüt üyelerinin işbirliğine yönelik gönüllü davranışlarının, örgütlerin biçimsel otoriteyle ilgili sorunlarını önemli ölçüde azaltacağını belirtmektedir. Organ, Barnard'ın biçimsel olmayan ve gönüllülük esasına dayalı bu fikirlerinin ÖVD'nin temelini oluşturan yaklaşımlardan biri olduğunu belirtmektedir (Gülbüz, 2007: 26). Aynı zamanda birbiri ile uyum içerisinde olan bireylerin herhangi bir otorite olmadan örgütlere kendiliğinden sinerjik bir katkı sağladığını belirtmişlerdir. "İlişkiye dayalı çekicilik" kavramı kullanılarak örgütün iç ve dış paydaşlarının birbirleriyle eğitim, yaş, cinsiyet, inanç, kıdem gibi konularda uyumlu olmaları gerektiğini belirtmektedirler (Kaplan, 2011: 13).

Katz ve Kahn'a (1966) göre extra rol davranışları, örgütün sosyal mekanizmasının işleyişine katkıda bulunan her türlü jesti ve sıradan görev performansı ile doğrudan ilgili olmadığını ortaya koymuşlardır. Buna göre ekstra rol davranışı işle ilgili problemlerde çalışanlara yardımcı olmayı ufak meseleleri büyütmeden diğer çalışanların çalışma gruplarına girmeyi, örgütlerdeki bireylerarası çatışmaları azaltmayı

ve örgütsel kaynakları korumayı içerir. Katz ve Kahn (1966), bu davranışları sergileyen çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışında bulunduklarını ifade etmektedir (Ölçüm Çetin, 2004: 6).

Ayrıca örgütlerdeki açık sistemler üzerinde çalışan Katz ve Kahn örgütsel etkinliğin önemini ortaya çıkarabilmek için farklı davranış türlerine de dikkat çekmişlerdir (Keleş, 2009: 22). İlk olarak 1966 yılında Katz ve Kahn tarafından yayımlanan “The Social Psychology of Organizations” adlı eserde, açık sistem yaklaşımından hareket ederek organizasyonların davranışsal analizlerini nasıl yapılacağını açıklamışlardır. Katz ve Kahn (1978), organizasyonlar açısından oldukça önemli olan üç çalışan kategorisi geliştirmişler ve bu modelde şunları ortaya koymuşlardır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008: 358):

- Bireyler sisteme girmek ve orada kalmak konusunda ikna edilmeli;
- Kendilerine verilen biçimsel rolleri gerektiği şekilde yerine getirmeli;
- Zorunlu rollerinin dışında, rol spesifikasyonlarının önüne geçerek, örgütsel amaçların yerine getirilmesinde zorlamaya dayalı olmayan yenilikçi faaliyetler benimsenmelidir. Aynı zamanda onlarla eşanlı biçimde gelişecek yenilikçi faaliyetler desteklenmelidir.

Katz ve Kahn’ın “vatandaşlık duyarlılığı” (sense of citizenship) kavramını ilk kez kullanması ile örgütsel vatandaşlık davranışının temeli oluşmuştur. Toplumsal yaşamda “vatandaşlık duyarlılığı” olan iyi bir vatandaşın kanunlara riayet etmesinin yanı sıra ülkesine yaptığı çeşitli katkıları da bulunmaktadır. Aynı şekilde, örgütlerde de iş tanım ve sözleşmelerinin ötesinde davranış gösteren çalışanlar aynı zamanda paralel nitelikte “vatandaşlık duyarlılığı” sergilemiş olacaklardır. İyi bir vatandaş şikâyetlerde bulunmaz, toplumu yararına hareket eder. Kişilerin kendilerini vatandaş olarak hissedebilmeleri ise ancak kendilerine vatandaş gibi davranıldığına inanmaları halinde mümkün olabilmektedir, yani üyeler bir anlamda adaletli muamele ve saygı beklerler (Gürbüz, 2007: 29).

Gouldner tarafından 1960 yılında yapılan çalışmada bireylerin davranışlarını şekillendiren en önemli faktörlerden birinin yönetenlerin davranışları olduğu belirtilmektedir. Gouldner yapmış olduğu çalışmada; insanların kendilerine ne tür davranış sergilenirse bunun karşılığı olarak sergilenen davranışa göre bir tutum takınacakları belirtilmektedir. Dolayısıyla bireyler iyi davranışlar karşısında iyi davranışlar, kötü davranış karşısında ise kötü bir tavır sergileyeceklerdir. Bir kişinin, kendi sıkıntı içinde olduğu bir durumda başkasının sıkıntısını gidermeye koşması o insana verdiği değer ile orantılıdır. Yani örgütsel vatandaşlık davranışının oluşumunda, bir anlamda çalışanların patronlarına duydukları minnet duygusu etkili olacaktır (Gouldner, 1960: 169; Akt. Taş, 2014: 25). Kişi yöneticisine ya da örgütüne karşı minnet duygusu beslerse, bunun için fedakârlıkta bulunacaktır. Bu durum da ÖVD’nin ortaya çıkmasına neden olacak tetikleyici faktörlerden biri olacaktır. Birey kendisine yardım eden ekip arkadaşına minnet duygusu kendisini borçlu hissedecek ve bunu ileri ki zamanlarda davranışlarına yansıtacaktır. (Ağca, 2014: 50).

Roethlisberger ve Dickson örgütsel vatandaşlık kavramına katkısı açısından ele alınabilecek araştırmacılardan bazılarıdır. Roethlisberger ve Dickson tarafından yayımlanan “Management and The Worker” adlı eserde Hawthorne araştırmaları değerlendirilmiş, biçimsel olmayan organizasyonların örgütün tüm kademelerinde ortaya çıkacağı ve tüm yapıya etki edeceği ortaya konulmuştur (İşbaşı, 2000: 9; Akt. Akgüney, 2014: 41).

Yukarıda ifade edilen tarihsel süreçlere göre vatandaşlar iş tanımlarının dışında gönüllü olarak herhangi bir beklenti içerisine girmeden davranış sergilemektedirler ve

gönüllü olan bu davranışlar örgütün verimliliğinde, zaman içinde gelişiminde çok büyük katkı sağlamaktadırlar.

Kavramın ortaya çıkışından bu yana bileşenlerinde meydana gelen ve dönem dönem genel kabul görmüş önemli değişiklikler Tablo 5.1’de özet olarak görülmektedir.

Tablo 5.1. Örgütsel Vatandaşlık Kavramının Tarihsel Gelişim(Acar, 2006: 6)

Organ (1988, 1990)	Graham (1991)	George ve Brief (1992)	Moorman Blakely (1995)	ve Podsakoff vd. (2000)
• Diğerlerini düşünme • Nezaket tabanlı bilgilendirme • Destekleme • Barışı koruma • Gönüllülük ve centilmenlik	• Örgütsel sadakat • Örgütsel itaat	• Çalışma arkadaşlarına yardım • Diğerlerine yardım etme ve birlikte çalışma • İyi niyetin yayılması • Yapıcı önerilerde bulunma • Örgütü koruma • Kendini geliştirme	• Kişilerarası yardım • Sadakatin artışı • Personel çalışkanlığı • Bireysel inisiyatif	• Yardım davranışları • Gönüllülük ve centilmenlik • Örgütsel sadakat • Örgütsel kabullenme • Bireysel inisiyatif • Örgütün gelişimine destek verme • Bireysel gelişim
• İleri görev bilinci				
• Örgütün gelişimine destek verme				

5.3. Örgütsel Vatandaşlığın Boyutları

Çalışanlar tarafından biçimsel görev ve sorumlulukların dışında geliştirilen örgütsel vatandaşlık davranışları farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışı araştırmacıları farklı davranış şekillerini kategorize etmeye çalışsa da, örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları konusunda bir fikir birliği olmadığını belirtmektedirler (Serinkan ve Erdiş, 2014: 95).

Örgütsel vatandaşlık davranışlarının boyutlandırılmasında Katz (1964) tarafından yapılan sınıflandırma diğer sınıflandırmaların temelini oluşturmaktadır. Katz tarafından yapılan bu sınıflandırma iş arkadaşlarıyla yapılan işbirliği faaliyetleri, sistemi veya alt sistemleri koruyucu faaliyetler, gelişime açık yaratıcı fikirler, kişisel sorumluluk için kişisel eğitim, dış ve iç müşteriler için iyi bir örgütsel görünümü destekleyen hareketler olarak sıralanmıştır (Kaplan, 2011: 48).

Graham (1991), çalışmalarında örgütsel vatandaşlık davranışının 3 boyutundan söz etmektedir. Bunlar; Örgütsel itaat, örgütsel sadakat ve örgütsel katılımdır (Serinkan ve Erdiş, 2014: 95).

1. Örgütsel İtaat: Örgütsel yapının, iş tanımlarını personel politikalarını belirli kural ve yönetmeliklerini kabul etmeyi ve bunları benimsemeyi ifade etmektedir. Bu boyut hiç kimse gözetlemese ve izlemese bile, örgütün kurallarına ve düzenlemelerine uyumu içeren ve kişilerin örgütün kurallarını içselleştirmeleri şeklinde ortaya çıkan kurallar bütünüdür (Sarı, 2011: 49). Örneğin; örgütün kurallarına ve talimatlarına uyma, dakiklik ve işini zamanında tamamlama, örgüt kaynaklarını idareli kullanma gibi davranışlardır.

2. Örgütsel Sadakat: Örgütün dış çevresine karşı itibar ve imajını koruma, zor zamanlarda örgüte bağlı kalma, risklere karşı örgütü koruma anlamına gelmektedir. Aynı şekilde örgütsel sadakat, örgütte sorumluluk alma ve örgütün yüceltilmesi

demektir. Örgütün genel yararına çaba göstermek, örgütü dış tehlikelere karşı korumak ve savunmak gibi davranışlar örgütsel sadakat davranışlarıdır. Örgütü dış çevreye karşı koruma, örgütte “biz” duygusunun oluşmasına katkı sağlar (Tutar, 2014: 333).

3. Örgütsel Katılım: Örgütsel olaylarla ilgilenmek, gelişmelerden haberdar olmak, örgütün yönetiminde aktif bir şekilde sorumluluk almak olarak ifade edilmektedir (Türker, 2006: 15)

Çeşitli araştırmacılar tarafından kabul gören örgütsel vatandaşlık davranışı türleri Tablo 5.2’de sunulmaktadır.

Tablo 5.2. Örgütsel Vatandaşlığın Boyutları (Öztürk, 2010: 55).

Podsakof ve diğerleri (2000)	Smith Organ ve Near (1983)	Organ (1988-1990)	Graham (1989) Moorman ve Blakely(1995)	Graham (1991)	Williams ve Anderson (1991)	George ve Brief (1992): George ve Jones (1997)	Bormon ve Motowidlo (1993,1997)	Van Scotter ve Motowidlo (1996)
Yardım etme	Özgecilik	Özgecilik Nezaket, Uzlaştırma, Moral verme	Kişiler Arası Yardımlaşma		Kişilere yönelik vatandaşlık davranışı	Yardım etmek	Yardım etmek ve işbirliği yapmak	İşi kolaylaştırmak
Sportmenlik		Sportmenlik						
Örgütsel sadakat			Kurumu desteklemek	Örgütsel sadakat		Örgüt itibarını yaymak	Örgütsel hedefleri onaylamak desteklemek ve korumak	
Örgütsel uyum	Genel uyum			Örgütsel itaat	Örgüte yönelik vatandaşlık davranışı		Örgüt kural ve prosedürleri ni takip etmek	İşe adanma
Bireysel inisiyatif		Vicdanlılık	Kişisel gayret, bireysel inisiyatif			Yapıcı önerilerde bulunmak	İşlerini sevk ve ek çaba ile sürdürmek iş aktivitelerinde gönüllü olmak	İşe adanma
Sivil erdem		Sivil erdem		Örgütsel katılım		Örgütü korumak		
Kendini geliştirme						Kişisel gelişim		

Organ, başlangıçta ÖVD’nin genel uyum ve özgecilik olmak üzere iki boyuttan meydana geldiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte 1988 yılında yayımlanmış olduğu kitabında ÖVD’nin; Özgecilik (Literatürdeki ifadesi ile; Özgecilik, Yardımseverlik), Bilinçlilik (Literatürdeki diğer ifadeleri ile; Vicdanlılık, İleri Görev Bilinci), Nezaket, Sivil Erdem (Literatürdeki diğer ifadesi ile; Örgütsel erdem) ve Centilmenlik (Literatürdeki diğer ifadesi ile; Sportmenlik) olmak üzere beş boyuttan meydana geldiğini ortaya koymuştur (Organ, 1997: 85-97).

Çalışmamızda örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları Organ’ın sınıflandırılması temelinde incelenecektir.

5.3.1. Özgecilik

Örgütsel vatandaşlığın en bilinen türü olan özgecilik boyutu, örgüt çalışanların örgüt yararına olan işlerini kolaylaştırma, örgüt lehine faaliyetlerde bulunma, örgütsel sorunların ortaya çıkışını engelleme, aynı zamanda ortadan kaldırmaya yönelik faaliyetler olarak açıklanmıştır. Yardım davranışları bireylerin sadece örgüt yararına değil diğer çalışanlarla işbirliğine giderek ekstra rol davranışı üstlenmeleri anlamına gelmektedir. Yardım davranışlarının temelinde örgütsel sinerjinin ortaya çıkabilmesi için gönüllü çaba gösterilmesi yatmaktadır. Örgüt içerisinde bireylere dönük yardımcı olma davranışı olarak tanımlanan özgecilik, bireysel bir davranış olmasına rağmen örgütlere de fayda sağlamaktadır (Tutar, 2014: 332-333).

Hastalanan bir öğretmenin yerine onun öğrencileriyle diğer meslektaşının ilgilenmesi, işe yeni başlayan tecrübesiz bir kişiye bilgisayar programlarını nasıl daha etkin kullanabileceği konusunda yardımcı olunmaya çalışılması ya da iş yükü ağır olan ve işiyle ilgili sorun yaşayan bir arkadaşına destek olan bir üyenin davranışları özgeciliğe örnek olarak gösterilebilir (Kaplan, 2011: 31). Dolayısıyla, en sık tekrarlanan özgecilik davranış şekli bir anlamda organizasyon üyelerinin iş arkadaşlarına yardımcı olması durumudur. Aynı zamanda özgecilik davranışı yalnızca iş arkadaşlarına yönelik değil, satıcılara, tedarikçilere veya müşterilere vb. yönelik de olabilmektedir (Öztürk, 2010: 56).

5.3.2. Nezaket

Psikolojik anlaşma kriterleri, örgüt içerisinde bulunan çalışanların birbirleriyle iyi geçinmelerini gerektirir. İlk kez Organ tarafından ele alınan nezaket boyutu, örgüt içerisinde görevleri dolayısıyla sürekli etkileşim halinde olmaları gereken ve birbirlerinin kararlarını etkileyen, örgüt üyeleri tarafından sergilenen olumlu davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle organizasyon üyelerinin işle ilgili sorunları bireylerin haklarını suiistimal etmeden önlemeye ve etkisini azaltmaya dönük gönüllü olarak gösterilen davranışlardır (Serinkan ve Erdiş, 2014: 100).

Bedük (2014) nezaket boyutu için başkalarının işlerini etkileyebilecek davranışlar yapmadan, kararlar alınmadan önce, değerlendirmeyi, bilgilendirmeyi amaçlayan davranışlar olarak tanımını yapmıştır. Bu açıdan bu boyut problemlerin önlenmesinde önemli rol oynayarak, zamanın yapıcı bir şekilde kullanılmasına yardımcı olur. Nezakete dayalı davranışlar, daha çok gelecek odaklı davranışlar olarak ifade edilmiştir (Bedük, 2014: 99). Garip sesler çıkaran bir makinenin bozulmasını beklemeden yöneticilere ya da bakım ekiplerine haber verilmesi, olası bir su kesintisinin önceden tüm çalışanlara bildirilmesi gibi davranışlar, nezaket boyutu kapsamında örnek olarak gösterilebilir. Bu boyut örgütsel görev ve rollerin gereklerini fazlasıyla yerine getirmeyi gerektirir (Podsakof vd., 2000; Akt. Serinkan ve Erdiş, 2014: 101).

5.3.3. Vicdanlılık (Bilinçlilik)

Vicdanlılık, örgüt üyelerinin kendilerinden beklenen asgari rol gereklerinin üzerinde gönüllü olarak sergiledikleri tutum ve davranışlardır. Vicdanlılık boyutunda ele alınan davranışlar; katılım, kural ve düzenlemelere uymak ara vermek gibi çalışanın kendi isteğiyle asgari rol gereklerinin üzerinde geliştirdiği davranışlardır. (Öztürk, 2010: 58). Dolayısıyla örgütsel vatandaşlığın vicdanlılık boyutu için örgütsel görev ve rolleri fazlasıyla yerine getirdiği söylenebilir. Vicdanlılık boyutuna örnek olarak işe devam

etme, çalışma zamanını etkin kullanmak, iş ortamında belirlenen kurallara bağlı kalmak gibi davranışlar örnek verilebilir. Vicdanlılık bireysel çıkarlarla örgütsel çıkarların çatışması halinde örgütsel çıkarları benimseme gibi tutum ve davranışları içermektedir. Örgütlerde vicdanlılık boyutu ileri görev bilinci, örgütsel çıkarlara bağlılık, örgütsel hedeflere karşı yüksek bir sadakat durumu ve örgütsel amaçlar için bilinçli bir irade açıklaması olarak ifade edilmektedir (Tutar, 2014: 334).

Bir çalışanın kötü hava koşulları ve sağlık durumuna rağmen işe gelmesi, çay molalarını fazla uzatmaması, mesai ücreti almadığı halde işini bitirmek amacıyla mesaiye kalması, örgüt yararına yapılan toplantılara zamanında katılması, organizasyonun ve çalıştığı bölümün kurallarına uymaya çalışması, su elektrik ve yakıt gibi kaynakları tasarruflu kullanması vicdanlılık boyutuna örnek olarak gösterilebilir (Berber, 2010: 51).

5.3.4. Centilmenlik

Örgütsel vatandaşlığın sportmenlik/centilmenlik boyutu, iş görenlerin işe ve örgüt kimliğine ilişkin olumlu bir bakış açısı benimsemeleri aynı zamanda karşılaşılan sorunları aşarak gönüllü bir şekilde örgütte çalışmalarını anlamına gelmektedir (Sezgin, 2005: 324).

Bateman ve Organ'ın (1983) yaptıkları çalışmalarda elde ettikleri verileri değerlendirerek sportmenlik adını verdikleri yeni bir davranış boyutu tanımlamışlardır. Bu boyut organizasyon üyelerinin örgüt içerisinde gerginliğe sebep oluşturabilecek olumsuz tutum ve davranışlardan kaçınmaları olarak ifade edilmektedir. Örnek olarak iş arkadaşlarına saygısız davranışlardan kaçınan, sorunları gereksiz yere büyütüp zamanının çoğunu yakarak geçinmekten kaçınan kişinin davranışları centilmenliğe örnektir (Bedük, 2014: 100).

Psikolojik anlaşmaların en önemli şartı iyi niyettir. Centilmenlik özelliği de bu kritere bağlı olarak ortaya çıkar. Centilmen bir birey, örgüt içerisinde küçük sorunları büyütmez, zamanının büyük bir bölümünü sorunlarla geçirmek yerine işiyle ilgili faaliyetlere harcar. Çalışma arkadaşlarına saygıda kusur etmez, onların hatalarını görmezden gelerek hoşgörölü davranır (Serinkan ve Erdiş, 2014: 100).

Centilmenlik; aynı zamanda örgütsel hedef ve amaçlara olan bağlılığı da göstermektedir. Centilmenlik davranışları her türlü olumsuz koşullara rağmen pozitif tutum takınılarak, her zaman örgütün yanında olmayı hedefler. Gönüllülük ve centilmenlik davranışları örgütsel itibarın yükseltilmesini, olumlu örgütsel imaj algısı oluşturarak, örgüt lehine olumlu algılamaların ortaya çıkmasını sağlar (Tutar, 2014: 333).

Örgütlerde gönüllülük ve centilmenliğin eksikliği halinde grup üyelerinin örgüte karşı hissettikleri sadakat duygularında azalma olacak ve iş yeri atmosferinde bozulma görülecektir. Olumsuz iş yeri atmosferi ve azalan sadakat duygusu çalışanın verimini olumsuz yönde etkileyecektir (Acar, 2006: 7-8).

Örgütsel vatandaşlık davranışının geliştirilmesi için yapılması gerekenler şunlardır (Kabataş, 2010: 43).

- Örgüt içi takım çalışmalarının gelişimine katkı sağlama,
- Örgütsel adalet duygusunun oluşturulması,
- Örgütsel bağlılık duygusunun sağlanması,
- Çalışanların görev ve sorumluluklarının belirlenmesi,
- Örgüt içi terfi ve kariyer olanaklarının açıkça belirtilmesi,
- Etkin bir ödüllendirme sisteminin geliştirilmesi,

- Uygun çalışma koşullarının sağlanması,
- Örgüt içi iletişimin yaygınlaştırılması,
- Örgütsel özdeşleşme ve güvenin oluşturulması,
- Kişisel gelişim olanaklarının artırılması,
- İş yükünün makul seviyede olması,
- Örgüt içi bilgi paylaşımının artırılması yönünde çabalar sarf edilmesi önerilebilir.

5.3.5. Sivil Erdem

ÖVD'nin sivil erdem boyutu tüm yönleriyle örgüte duyulan bağlılık ve üst seviyede ilgiyi kapsamaktadır. Bu davranış, çalışanların yönetime istekli olarak katılmaları, (toplantılara katılma, örgüt politikasını belirleme, örgütün stratejilerini takip etmesi konusunda fikir beyan etmek) çevreyi tehditler ve fırsatlar açısından sürekli gözlemlemeleri, (örgütü etkileyecek endüstriyel değişimleri takip etmek) ilgi ile etrafa bakmaları (yangın tehlikesi veya şüpheli olayları rapor etme, kapıları kilitleme) şeklinde kendini ifade etmektedir. Bu davranış şekli, kişilerin kendilerini bir grubun parçası, bir örgütün elemanı olarak görmeleri ve kendilerinden beklenen sorumlulukları yerine getirmeleri şeklinde yansımaktadır (Podsakoff vd., 2000: 525; Akt. Şehitoğlu, 2010: 93).

Çalışanların örgütsel imaja katkıda bulunabilmek için örgüt faaliyetlerine katılmaları sivil erdem davranışına verilebilecek en güzel örneklerden biridir. Bu davranış örgüt ihtiyaçlarına hizmet ettiğinden örgütün gelişimin de katkıda bulunmaktadır. Burada bireysel inisiyatif söz konusudur ve çalışanların organizasyonları ile ilgili konularda oluşabilecek sorunlara çözüm önerileri getirmelerini içermektedir (Eastman, 1994: 379; Akt. Ölçüm Çetin, 2004: 21).

Kararların sadece yönetim tarafından alındığı otoriter yönetimin hakim olduğu organizasyonlarda, sivil erdem davranışlarının uygulama alanı oldukça dardır. Çünkü çalışanlar tarafından sergilenen bu tip davranışlar yöneticiler tarafından işlerine karışılmış olması olarak kabul edilmekte ve izin verilmediği görülmektedir. Yöneticiler tarafından desteklenmesi düşük olan ve çalışanlara dikkate değer maliyetler yükleyen sivil erdem davranışları sergilenmesi en zor olan vatandaşlık davranışı olarak karşımıza çıkmaktadır (Serinkan ve Erdiş, 2014: 102).

5.4. Örgütsel Vatandaşlık Türleri

Son yıllarda yapılan literatür çalışmaları incelendiğinde, temel olarak örgütsel vatandaşlık davranışlarının ikiye ayrıldığı görülmektedir. Birinci tür ÖVD örgütsel yapıya aktif bir şekilde katılım ve katkı şeklinde ortaya çıkmakta iken, ikinci tür ÖVD ise örgütsel yapıya zarar verecek davranışlardan kaçınma şeklinde ortaya çıkmaktadır (Özdevecioğlu, 2003: 119). Örgütsel vatandaşlık davranışlarını yapılan davranışların hedefleri, davranış şekilleri ve davranışların yönü olarak iki boyutta inceleyeceğiz.

5.4.1. Hedeflerine Göre Örgütsel Vatandaşlık Davranışları

Williams ve Anderson (1991), yöneldikleri hedefe göre örgütsel vatandaşlık davranışını, birey ve örgüt hedefli davranışlar olarak iki başlık altında incelemiştir (Gilbert vd., 2010: 341), bu vatandaşlık türlerini şu şekilde açıklamaktadırlar:

Örgüt Hedefli Davranışlar: Örgüt hedefli davranışlar, örgüte yönelik herhangi bir olumsuz durumun önlenmesi ve örgüte katkısı olabilecek düşüncenin dile getirilmesini içerir. Bu tip davranış örgütsel yapıya katkı sağlayacak düşüncelerin uygulanması, paylaşılması ve bireylerin örgüt faaliyetlerine katılımının aktif olarak sağlanması örgüt hedefli davranışlardır (Kalkan, 2013: 69)

Birey Hedefli Davranışlar: Kalkan, (2013); birey hedefli davranışları bireysel özellikler, kişilik yapısı, çevre ile uyum, örgütün sosyal imkânları, yürütülen faaliyetlerin niteliği gibi unsurların etkisiyle oluşan ve sonuçları itibariyle bireyler arasındaki etkileşim içerisinde yer alan örgütsel vatandaşlık davranışları olarak tanımlamıştır. Çalışanların hiçbir yardım gözetmeden birbirlerine işle ilgili konularda yardım etmeleri, işe gelemeyen arkadaşının sorumluluklarını gönüllü olarak paylaşmaları ve başkalarını etkileyecek konularda herhangi bir faaliyete başlamadan önce birbirlerine haber vermeleri bu kategoride değerlendirilmektedir (Kalkan, 2013: 69).

5.4.2. Davranış Tarzına Göre Örgütsel Vatandaşlık Davranışları

- **Olumlu Aktif Davranışlar;** çalışanların örgütün faydasına olan faaliyetler konusunda olumlu davranışlar göstermeleri ve rol fazlası görevleri gönüllü olarak yapma davranışlarını içerir. Çalışanların hiçbir baskı altında kalmadan örgütün yararına faaliyette bulundukları davranışlar olumlu aktif davranışlardır (Bingöl vd., 2003: 117, Akt. Taş, 2014: 38).

- **Olumlu Sakınma Davranışları;** örgütte meydana gelen problemleri görmezden gelerek uyumlu bir iş ortamı oluşturmak, işletme içerisinde bulunan araç gereçlerin israfından kaçınmak, verimliliğe katkıda bulunmak için sergilenen davranışlardır (Özdevecioğlu, 2003: 118).

5.4.3. Diğer Örgütsel Vatandaşlık Davranışları

- **Sahte Vatandaşlık Davranışları;** örgütlerde en sık karşılaşılan sahte vatandaşlık davranışlarından birkaçı, çalışanların belli maksatlarla patronlarına yakın davranışları, sadece patronların görebileceği zamanlarda iş yapıyormuş gibi görünmeleri, patronlarının özel işleri ile ilgilenmeleri vb. gibi durumlardır. Bu davranışlar, izleme davranışı, diğer bir tanımla yağcılık olarak nitelendirilmektedir (Lee, 2000: 19).

Çalışanlardan uzak ve tecrübesiz olan yöneticiler, bu kişilerin davranışlarını ÖVD olarak algılayarak değerlendirmeye alabilmektedir. Ancak, tecrübeli ve çalışanları ile sürekli ilgilenen, iletişim içerisinde olan yöneticiler, bu davranışların sahte vatandaşlık davranışı olup olmadığını ayırt etmekte zorluk çekmemektedirler. Bu tipteki davranışlar, örgüt yönetimi farkında olmadığı ve herhangi bir adaletsizliğe sebep oluşturmadığı sürece örgüt için faydalı davranışlar olabilmektedir. Sebebi ne olursa olsun örgüt için yapılan ilave katkıları vardır. Ancak; yöneticiler tarafından fark edilmez ve ödüllendirmede adaletsizliğe sebep olduğu takdirde, örgüt için olumsuz sonuçlar doğurabilecektir (Çelik, 2007: 118).

- **Karşı Vatandaşlık Davranışları;** Çalışanlar bazen örgüt içerisinde olumsuz sonuçlar doğurabilecek davranışlara da gönüllü olarak katılabilmektedir. Fisher ve Locke bu konuda araştırmalar yapmışlar ve örgütün etkinliğine olumsuz etki eden karşı vatandaşlık davranışlarını ortaya koymuşlardır. Bu davranışlar (Serinkan ve Erdiş, 2014: 83).

- ❖ Meydan okuma, otoriteye karşı koyma
- ❖ İntikam/misilleme
- ❖ İşten kaçma

• **Olumsuz Yardımlaşma Davranışları;** İş görenler örgüt içinde çatışma halinde oldukları konularda, örgütü karşılarına alarak birbirleri ile dayanışma içerisine olmaktadır. Ancak, bu yardımlaşma faaliyeti örgütün yararına değil, zararına olan davranış şekilleridir (Serinkan ve Erdiş, 2014: 83).

5.5. Örgütsel Vatandaşlığa Etki Eden Faktörler

Örgütsel vatandaşlık davranışı hakkında yapılan araştırmaların bir çoğu, bu davranışı ortaya çıkaran ya da bireyleri bu davranışa güdüleyen faktörlerin ortaya konulması hususunda olmuştur. Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili bu öncüllerin mevcut olması halinde çalışanların vatandaşlık davranışı sergileme olasılığının arttığı, olmaması halinde ise vatandaşlık davranışı sergilenmesinde azalma olduğu söylenebilir (Bedük, 2014: 92). Gürbüz (2006) yılında yapmış olduğu çalışmada, bireylerin ÖVD sergileme nedenlerini aşağıdaki şekilde özetlemiştir:

- Çalışanlar, çalışma ortamındaki mevcut uygulama ve süreçlerden tatmin olduklarında, üstlerinden adalet ve eşitlik algıladıklarında, örgütlerine ve yöneticilerine karşı olumlu tutum içerisinde olacak ve bunun sonucunda ÖVD sergileyeceklerdir.
- Çalışanlar psikolojik sözleşme gereği örgütteki diğer çalışanlarla olumlu ilişki kurar ve örgütün yararına davranış sergiler. Bu davranışlar örgütsel sadakat, amirlere itaat ve işbirliğine yönelik davranışlardır. Dolayısıyla eğer çalışanlar, yüksek katılım seviyesine sahiplerse ve psikolojik sözleşmeyi olumlu yönde algıyorsa yüksek seviyede bir ÖVD göstereceklerdir.
- Birey sergileyeceği davranış neticesinde sosyal onay alarak kendini kabul ettireceğine inanırsa yine ÖVD sergileyebilecektir.
- Çalışan, olumlu ve gönüllü davranışların ileride karşılıksız kalmayacağı, kariyer süreci boyunca bir şekilde sergilediği ÖVD'nin kendisine ödül ve terfi olarak geri döneceğine inandığı takdirde ÖVD sergileyebilecektir.
- Birey iş tanımını tam olarak bilmiyorsa ya da ÖVD'nin iş tanımı içerisinde yerine getirmesi gereken görev sorumluluklardan biri olarak görüyorsa ÖVD gösterebilecektir.
- Çalışan sahip olduğu kültür, değer yargıları ve inançlardan etkilenecek içinden geldiği için, karşılıksız olarak ÖVD sergilemek isteyebilecektir (Gürbüz, 2006: 54).

ÖVD'nin öncülleri konusunda ilk araştırmayı Smith, Organ ve Bateman, yapmışlardır. Yapılan araştırmaya göre ÖVD'nin en güçlü öncülünün iş tatmini olduğu ifade edilmiştir. Organ ve Ryan tarafından yapılan çalışmada ise, ÖVD'nin başlıca öncülleri, lider desteği, iş tatmini, örgütsel adalet, örgütsel bağlılık olarak ortaya konulmuştur (Akt. Gürbüz, 2014: 92). Podsakoff ve diğerlerinin yapmış oldukları ampirik araştırma sonucuna göre de ÖVD'nin belirleyicileri; çalışanların özellikleri, işin özellikleri, örgütsel özellikler, liderlik davranışları olarak dört grupta incelenmiştir (Akt. Bedük, 2014: 92) Aşağıda örgütsel vatandaşlığa etki eden belli başlı faktörlere kısaca değinilecektir.

5.5.1. Bireyin Ruhsal Durumu

Son yıllarda yapılan birçok araştırma, duyguların çalışma yaşamındaki rolüne yoğunlaşmıştır. Örneğin; Ashfort ve Humphrey (1995) duyguların örgütsel yaşamın ayrılmaz bir parçası olduğunu bu nedenle de örgütlerde çalışanların duygusal durumlarına daha fazla önem verilmesi gerekliliği üzerinde durmuşlardır (Gülbüz ve Yüksel, 2008: 174).

Organ'a göre moral faktörleri fazladan rol davranışını belirlemede etkin bir rol oynarken, iş süreçleri ve becerileri de örgütsel rol performansını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Bu konu hakkında yapılan çalışmada, çalışanların belli bir dönemdeki duygusal durumlarının onların daha çok örgütsel vatandaşlık davranışı göstermelerine neden olduğu görülmüştür. Brief ve Motowidlo'ya göre iyi bir ruh haline sahip kişi bu olumlu ruhsal durumuna bağlı olarak prososyal davranışları dolayısıyla da örgütsel vatandaşlık davranışlarını daha çok göstermektedir. Olumlu ruh haline bağlı olarak gelişen davranışlar, kişiyi harekete geçirerek olumlu ruh halinin sürekliliğini de sağlamış olurlar. George' a göre olumlu ruh haline sahip birey, örgüt içindeki olaylara ve çalışma arkadaşlarına karşı her zaman olumlu bir tutum içerisinde olacaktır. Bununla birlikte sosyal farkındalığı da artarak örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme de daha gönüllü olacaktır (İşbaşı, 2000; Akt. Güler, 2009: 23-24).

5.5.2. Kişilik Özellikleri

Bireysel özellikler ve örgütsel vatandaşlık davranışı konusunda yapılmış araştırmaların birçoğunda bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Karakter ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiye yönelik gerçekleştirilen çalışmada dışa dönük bireyin dış çevreye karşı daha duyarlı oldukları ve örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme eğilimlerinin daha fazla olduğu ifade edilmektedir. İçe dönük bireyler ise genellikle kendi endişeleriyle meşgul olduklarından örgütün gereklilikleriyle yeteri kadar ilgilenemedikleri ve örgütsel vatandaşlık davranışı gösteremedikleri belirtilmektedir (Serinkan ve Erdiş, 2014: 106).

Olumlu ruh haline sahip bireyler, örgüt içinde gerçekleşen olaylara ve çalışma arkadaşlarına karşı olumlu bir tutum içerisinde dirler. Bu durum aynı zamanda çalışanların sosyal farkındalığın yanında sosyal temelli davranışları göstermedeki gönüllüğünün artmasına yardımcı olacaktır (Akt. Erken, 2011: 11).

Organ ve arkadaşlarına göre dışa dönük özelliğe sahip bireyler, dış etkenlere ve sosyal çevrelerine karşı daha duyarlı olduklarından, örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeye daha çok yatkındırlar (Organ vd., 1983; Akt. Kaplan, 2011: 51).

5.5.3. İş Karşı Tutumlar ve İş Tatmini

İş tatmini çalışanların iş ve işin sağladığı maddi ve manevi olanaklara ilişkin ifade edilen doyum düzeyidir. Söz konusu algıya ilişkin bireylerin verdikleri tepki, onun iş tatmininin şeklini ve boyutunu belirlemektedir. İş tatmini bireylerin işlerine karşı duydukları güven, haz duygusu, çalışanların örgütlerinden ve yönetim anlayışlarından duydukları memnunluk düzeyi olarak ifade edilmiştir (Tutar, 2014: 4).

İş tatmininin birey açısından önemi: İş tatmini, genelde bireylerin yaşama bakış açılarını belirlemektedir. İş tatmini yüksek olan birey fizik ve ruh sağlığı iyi, psikolojik rahatsızlıkları oldukça azdır aynı zamanda iş arkadaşlarıyla yardımlaşma, uyum ve işbirliğini artırmışlardır (Bedük, 2014: 93)

Örgüt açısından önemi: Performans, iyi örgütlerde etkindir. Verimlilik, dengeli bir çalışma temposu, gruplar arası ilişkileri göstermektedir. İş tatmini sonucu örgütlerde işe devamsızlık, iş gücü devri gibi örgütsel problemler azalmaktadır (Ölçüm Çetin, 2004: 70-71).

ÖVD'nin literatüre girişinden bugüne kadar birbirinden bağımsız yapılan pek çok araştırmada ÖVD ile iş tatmini ve motivasyon arasında güvenilir istatistiksel sonuçlara göre anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya konulmuştur. Çalışma sonucuna göre diğerlerini düşünme ile iş tatmini arasında güçlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Ancak, ileri görev bilinci ve iş tatmini arasında diğerlerinden farklı olarak ters yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Günümüze kadar yapılan tüm araştırmalarda ortaya çıkan farklı sonuçlara rağmen iş tatmini halen ÖVD'nin gözlemlemek için kullanılan en önemli faktörlerden birisi olarak kabul edilmektedir (Acar, 2006: 10).

5.5.4. Liderlerin Özellikleri ve Buna Bağlı Olarak Duyulan Güven

Lider, grubun bir üyesi olarak öteki üyeler üzerinde olumlu etkide bulunan kişidir. Başka bir tanımla lider, grup üyelerinin yeterliliklerini ortaya çıkaran, yetersizliklerini gidermeye çalışan kişi olarak tanımlanmaktadır (Akt. Tan, 2012: 31).

Çalışanlar ve çalışmanın önündeki engelleri kaldırarak bireylerin başarılarını sürdürmelerini sağlamak liderin en önemli görevidir. Örgütler ileri görüşlü liderliğin yeni biçimlerine her zaman ihtiyaç duymaktadır. Liderler arzulanan sonuçlara ulaşmada planları geliştirip uygulayarak örgütsel başarıya katkı sağlarlar (Keçecioğlu, 2011: 3).

Lider davranışları, ÖVD'leri saptamada kilit rol oynamaktadır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, lider davranışlarının hemen hemen hepsi, çalışanların vatandaşlık davranışlarıyla tutarlı bir ilişki göstermektedir. Lider davranışlarının vatandaşlık davranışını etkilediği mekanizmalar genelde açık değildir. Söz konusu davranışlardan bazıları örneğin, destekleyici lider davranışları öncelikle karşılıklı kurallar içerisinde ÖVD'yi etkilemektedir. Liderlerinden bireysel destek alan çalışanlar, onlara karşılık olarak ekstra çaba olan örgütsel vatandaşlık davranışı türünü göstererek yardım etmek isteyecektir (Ölçüm Çetin, 2004: 428). Böylelikle lider hem çalışanlara yardımda bulunarak, iş birliğini sağlayarak, ekstra sorumluluk alarak, iş yerini temsil ederek, örgütsel vatandaşlık davranışlarında bulunacak hem de kendisini örnek alan iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışına katkı sağlama olanağını artırmış olacaktır (Smith vd., Akt. Karaman ve Aylan, 2012: 42).

5.5.5. Kararlara Katılım

Günümüzde örgüt üyeleri, işletmelerde, kamuda, sendikalar ve mesleki kuruluşlarda çalışanlar basit birer çalışan olmak yerine çalıştıkları örgütte yönetici pozisyonunda görev almak isterler. Bu katılımın bir dilekten ibaret kalmaması için gerekli formal düzenlemelerin yapılması, verilen eğitimler ile katılım yolları yöntemlerinin çalışanlara gösterilmesi ve tüm bu söylenenlerin gerçekten istenilir olduğunu gösteren, yönetsel tavırların ortaya konması gerekmektedir. İnsan kaynakları işe alma aşamasında sorumluluk almaya yatkın, gerekli iş bilgisine sahip, kendini geliştirmeye açık elemanlar seçerek, katılımı sağlamada uygun bir ortam yaratmaya yardımcı olmaktadır. Öte taraftan verilen eğitim ve seminerlerle çalışanlar gelişmelerden sürekli haberdar edilmeli, bunlar için gerekli toplantı, yayın vb. gibi iletişim ortamının sağlanması söz konusu durum için destekleyici olabilmektedir (Bedük, 2014: 94).

5.5.6. Stres

Örgütlerde iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyebilmeleri örgütteki stresin yoğunluğuna bağlıdır (Ölçüm Çetin, 2004: 93).

Bazı uzmanlar, ılımlı bir stresin örgütte yüksek performansa etki edeceğini belirtmektedir. İlimli bir strese sahip çalışan daha yüksek performans sergileyebilmektedir. Uzmanlara göre yararlı aktiviteler ve yeni yöntemlerin kazanılmasında makul düzeydeki stres gerekli olup motive edici olabilmektedir. Ancak aşırı stres halinde özellikle karar verme, yargı, zihinsel yetenek gibi beceri gerektiren işlerde dikkatin azalması sonucunda, işletme için zararlı sonuçlar ortaya çıkabilmektedir (Ölçüm Çetin, 2004: 103). Tüm bunlardan stresin belirli düzeye kadar olması durumunda örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu yönde, belirli bir düzeyin üstüne çıkması durumunda ise olumsuz yönde etkilediğini söyleyebiliriz.

5.6. Örgütsel Vatandaşlığın İlişkili Olduğu Kavramlar

Örgütsel vatandaşlık davranışının belirleyicilerine odaklanan araştırmalarda örgütsel vatandaşlık davranışının çeşitli unsurlarla ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bunlardan bazıları; liderlik, güven, adalet, örgütsel bağlılık, iş tatmini, motivasyon ve örgüt kültürüdür. Bu başlık altında örgütsel vatandaşlığın ilişkili olduğu kavramlara kısaca yer verilecektir.

5.6.1. Örgütsel Vatandaşlık ve Liderlik

Arslantaş ve Pekdemir (2007) tarafından yapılan çalışma sonucuna göre yöneticilerin sergiledikleri dönüşümcü liderlik davranışı (karizma/ilham verme, zihinsel teşvik, bireysel düzeyde ilgi) ile çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Dönüşümcü liderler izleyicilerini etkin bir vizyonla harekete geçirerek, onların bireysel gelişim faaliyetlerine önem vererek, kendilerine güvenilmelerini sağlamakta ve onları yaptıkları işin önemli olduğuna inandırmaktadır. Dönüşümcü liderler belirledikleri vizyonu izleyicilere kabul ettirerek, değişim ve yenilenmeyi gerçekleştirerek örgütün üstün performansa ulaşmasında yardımcı olurlar. İzleyicilerin amaçlara ulaşma konusunda kendilerine güven duymaları sağlanır. Dönüşümcü liderler bakımından çalışanların rollerini gerektirdikleri performansa ulaştırmalarından ziyade örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeleri daha önemlidir. Çünkü dönüşümcü liderler sayesinde örgütsel vatandaşlık davranışı pekişmektedir. Dönüşümcü liderler çalışanın motivasyonuna katkı sağlayarak örgütte beklenilenin üzerinde performans sergilenmesine yardımcı olurlar (Arslantaş ve Pekdemir, 2007; Akt. Serinkan ve Erdiş, 2014: 103).

Bu liderler, çalışmalarında yüksek ahlaki ve manevi yönetim değerlerine uyarlar. Bu güçle iş görenlerden ve diğer personelden beklenilen sıradan görevleri kendi kişisel kazançları için değil, örgüt için yapılması gerektiği anlayışını oluştururlar. Liderler tarafından telkin edilen davranışlarla, motivasyon ile çalışanlarına amaç ve hedef değişiklikleri sağlanır. Onların şevki, iyimser düşüncelerini, amaç birlikleri, takım ruhu ve paylaşılmış vizyonları artırılır. Dönüştürücü liderler, iş görenlerin gerçekleştirecekleri hedefleri açıkça ifade etmektedirler. Bu liderler mantıksal teşvik bilincini geliştirerek çalışanların varsayımlarını sorgulayarak yaratıcı ve verimli bir şekilde düşüncelerine yardımcı olurlar. Bunun sonucunda problemleri, çalışanları

yeniden gözden geçirme ve eski bir sorunun çözümüne yeni yollardan çözüm bulma yoluna giderler (Demirci, 2008: 49).

Dilek (2005)'in çalışmasında liderlik tarzlarının örgütsel vatandaşlık davranışına olan etkisi incelenmiş ve liderlik tarzlarından dönüştürücü liderliğin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Dilek, 2005: 46-48).

5.6.2. Örgütsel Vatandaşlık ve Güven

Güven kavramı insanın sosyal yaşamda kurmuş olduğu ilişkilerin temeli olup, aynı zamanda örgütsel yaşamda da büyük bir öneme sahiptir. Örgütlerin içinde bulundukları dış çevre koşullarındaki belirsizlik ve dinamizm, örgütlerin çalışanlarına iş garantisi sağlayamamasına neden olmaktadır. Üyelerde gerek eğitim eksikliği gerekse iletişim kolaylığı gibi nedenlerle meydana gelen örgütsel bağlılıktaki azalma eğilimi, ancak örgütlerde oluşturulacak güven ortamının sağlanması ile mümkün olabilmektedir (Kalkan, 2013: 100).

Örgütsel güven, örgüt ilişkilerinde ve etkileşimlerinde örgüt üyelerinin yöneticiye ve örgüte güveninden oluşan örgütsel ilişkiler ve davranış ağı olarak tanımlanmaktadır. Literatürde yapılan çalışmalardan hareketle örgütsel güven kavramı, “belirli amaçların gerçekleşmesi için örgüt üyelerinin birbiri ile olan ilişkilerinde ve örgüt yapısı içerisinde doğruluk, samimiyet, inanç, bağlılık, gibi değerlerin oluşturulduğu ve oluşturulan bu değerlerin davranışlarla somutlaştığı bir süreç olarak ifade edilmiştir (Baş ve Şentürk, 2011: 35).

Yapılan araştırmalarda bireyler arası güven duygusunun oluşmadığı iş ortamlarında insanların enerjilerini kişisel gelişimleri yerine, çalışma arkadaşlarını engelleme gibi davranışlar sergileyerek kullandıklarına dair gözlemler edinilmiştir. Örgütlerde güven ortamının oluşmadığı takdirde insanlar enerjilerini başkalarını çekistirmek, politika yapmak, şahsi çatışmalar sergilemek, birinin arkasından iş çevirmek, sırtını kollamak, rekabet etmek gibi davranışlar sergiledikleri görülmüştür. Güven olmayan ortamlarda insanlar işlerini yapmaktadır; ancak bunu yaparken fikirlerini, coşkularını ve ruhlarını ortaya koymamaktadırlar. Bir cümle ile ifade etmek gerekirse, güvensizlik zaman ve enerji kaybına neden olan stratejik bir durumdur (Demirci, 2008: 50).

Deluga (1988), liderlere olan güven duygusunun örgütsel vatandaşlık davranışıyla da ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Çalışanların liderlerine olan güven duygularının yüksek olması halinde örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme eğilimleri de yüksek olacaktır. Çalışanlar ve yöneticileri arasındaki ilişki bireylerin davranışlarının belirleyicisi olmaktadır. Bireyler üstlerinden gördükleri davranışların olumlu olduğunu algılasa rol sınırları genişleterek olumsuz olduğunu algılamaları halinde ise rol sınırları içerisinde davranarak yanıt vereceklerdir. Yapılan çalışmalarda çalışanların psikolojik sözleşmelerin suistimal edildiğine inanmaları halinde, örgütlere olan güven duygusunun eksikliği, örgütsel vatandaşlık davranışlarının azalacağı da saptanmıştır (Deluga, 1998; Akt. Demirci, 2008: 50). ÖVD'nin güven boyutu ile ilgili erdemleri;

- Hassasiyeti riske etme istekliliği,
- Yardımseverlik,
- Güven duyulma,
- Yeterlik,
- Dürüstlük,
- Açıklık,

- Liderlik olarak sıralanabilir.

5.6.3. Örgütsel Vatandaşlık ve Adalet

Örgüt yönetiminde örgütsel adalet kavramı önemlidir. Otiz (2000), bir örgütte örgütsel vatandaşlık davranışı var olduğu sürece örgütsel adaletinde olacağını belirtmektedir (Ölçüm Çetin, 2004: 64)).

İş görenlerin örgüt adaletine ilişkin algıları örgüt üyelerine adil davranıp davranılmadığına ilişkin duygu ve düşünceler olarak ifade edilmiştir. İş görenlerin örgütsel adalet algıları bireylerin iş yerindeki birçok tutum ve davranışına etki etmektedir. Örgütsel adalet kavramı örgüt içerisinde çalışanlara ne kadar adil davranıldığı konusundaki algılar ve bu algılar sonucu ortaya çıkan örgüte bağlılık, iş tatmini, güven gibi örgütsel kavramların nasıl etkilendiğini ortaya koyan bir kavramdır (Serinkan ve Erdiş, 2014: 103).

Örgütsel adalet kavramı iki açıdan ele alınmaktadır. Bunların birincisi dağıtım adaleti ikincisi ise işlem adaletidir. Dağıtım adaleti, gelir, prim, terfi ve sosyal haklar gibi örgütsel kazanımların örgüt genelindeki dağıtımına ilişkin bireylerin algılamış oldukları adillik derecesidir. İşlem adaleti ise örgüt tarafından kararların alınmasında kullanılan süreçlere ilişkin algılar olarak ifade edilmektedir (Altıntaş, 2006: 21).

Örgütsel vatandaşlık davranışını etkileyen faktörlerin incelendiği çalışmalarda en çok vurgulanan kavram olan bilişsel faktör, yine çalışanların adaletle ilişkin algılamalarıdır. Örgüt üyeleri tarafından adalet şeklinin olumsuz algılanması halinde, iş performanslarının ve iş kalitesinin düştüğü ve gönüllü vatandaşlık davranışlarını sergilemedikleri, bunun yanı sıra çalışma ortamında daha az işbirliği yaparak gergin davranışlar ortaya koydukları ifade edilmiştir (Erdoğan, 2010: 37). Örgüt içerisinde örgütsel adaletin varlığına ilişkin pek çok örnek verilebilir. Aynı eğitim durumuna sahip, aynı statüde çalışan, yaptıkları iş birbiri ile paralellik gösteren iki çalışanın birbirinden çok farklı ücret kazanmaları çalışanları örgüt içinde adalet duygusunun olmadığı sonucuna götürebilir ve böyle bir durumda kişinin örgütüne karşı sergileyeceği vatandaşlık davranışının da daha az sergileneceği ya da hiç sergilenmeyeceği ifade edilmektedir (Kurt, 2011: 34-35).

Bir örgütte örgütsel adaletin eksik olması çalışanların örgüt refahını artırmaya yönelik hizmet eden vatandaşlık davranışında ekstra rol sergilemelerini azaltmaktadır. Bir başka anlayışa göre örgütsel adaletin şekillerinden olan prosedürdeki adalet ve yayılımcı adalet kendilerini daha fazla örgütsel destek alıcısı olarak algılayan çalışanlar arasındaki örgütsel vatandaşlık davranışını beslemek daha kolay olmaktadır. Bu ilişkiye göre, gerçekte çalışanlar kendilerine örgütte adaletli davranıldığına inanmaları halinde, kendilerinin gereksinimlerinin de geliştirmeye istekli oldukları ifade edilmektedir. İş görenler adil olmayan muamelelerle karşılaştıklarında muhakkak ki resmi rollerinin dışına çıkacak, örgütsel davranış sergileme konusunda daha az istekli olacaklardır (Demirci, 2008: 51). Bir örgütün çalışanları örgütün yetkili denetçileri tarafından kendilerine adaletsiz davranıldığına inanmaları halinde, kendileri ile yapılmış anlaşmaların ihlal edildiğine inanırlar. Eğer çalışanlar örgütle devam etmelerinin bedelinin ağır geldiğine inanırlarsa muhtemelen örgütlerinden ayrılacaklardır (Marium ve Mutahir, 2015: 616).

Sonuç olarak, “iş görenler örgüt kaynaklarından eşit düzeyde faydalanarak hem görevlerini başarıyla tamamlamak hem de ortaya çıkan sonuçlardan performansları oranında faydalanmak isterler” (Bakan, 2011: 194).

5.6.4. Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Bağlılık

Bağlılık, birine karşı saygı, sevgi yakınlık, sadakat anlamlarına gelmektedir. Bunun yanında bir düşünce, bir kişiye, bir örgüte bağlılık gösterme söz konusu tutum objelerine karşı sadakat duygusu içinde olmak anlamlarına da gelmektedir. Örgütsel bağlılık çalışanların örgütün bir üyesi olarak amaçlar, hedefler ve işin gerektirdiklerine karşı gönüllü ve uzun süreli katılımı olarak ifade edilmektedir. Örgütsel bağlılık bir kişinin belirli bir örgüt ile kimliği içerisine girerek oluşturduğu güç birliği, çalışan ile örgüt arasındaki doğrudan ya da bağlantılı ilişki olduğu ifade edilmektedir (Tutar, 2014: 335-336). Örgütsel bağlılıkla ilgili literatürde yapılmış ortak tanımlara göre “örgütsel bağlılık, örgüte inanmak, örgütün hedef ve amaçlarını değerlerini benimsemek, örgütün bir parçası olmak için çaba sarf etmek ve bireylerin kendini ailenin bir üyesi olarak hissetmesi” şeklinde tanımlanmıştır (Taştan vd., 2014: 125).

Örgütsel bağlılık, bireyin örgütte kalma, sadakat, örgütsel değerlere inanç gibi unsurları içeren psikolojik bağlılığını ifade etmektedir. Aynı zamanda örgütsel bağlılık bireyin örgütle özdeşleşmesini ve örgüte katılımının gücünü yansıtır. Bireyin çalıştığı örgütün hedeflerini benimsemesi, örgütün amaçlarına ve temel değerlerine güçlü bir şekilde bağlı olması ve onları kabullenmesi, örgüt yararına daha fazla çaba harcamaya isteği ve örgüt üyeliğini sürdürmek için güçlü bir istek duymasına neden olacaktır. Örgütün yaşaması örgüt içindeki bireylerin örgütten ayrılmamalarına bağlıdır. Bireylerin örgüte bağlılığı ne derece fazlaysa örgütte o derece güç kazanır. Çalışanın yüksek seviyede örgüte bağlılığı genelde hem örgüt hem de çalışan için olumlu bir etkidir (Güven, 2006: 4).

Örgütsel bağlılık, bireylerin kişisel istek ve amaçlarına katkı sağlamayı onların gerçekleşmesine yardımcı olan örgütün amaçlarına sadakatle hizmet etme, örgütün lehine özverili olma, bireyin kendini örgüte adanmış gibi tutum ve davranışlarına denilmektedir. Örgütüne bağlı olan birey örgütün değer ve amaçlarına katkıda bulunur, örgüt yararına hizmet eder, onu her platformda savunur. Örgütsel bağlılık, örgütü gönülden benimseme onun amaç ve kurallarına stratejilerine kültürüne sahip çıkma, saygı gösterme onu destekleme davranışlarını gerektirir (Eren, 2014: 555).

Örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme olasılığı örgüte karşı bağlılık geliştirmiş bireylerde, geliştirmemişlere oranla daha fazla olduğu söylenmektedir. Günümüz koşullarında örgütlerin, iş hayatında, formal iş gereklerinin ötesinde davranış sergileyerek örgütün performansına olumlu katkı sağlayan çalışanlarına daha çok bağımlı hale geldiği iddia edilmektedir. Çünkü örgütler için değişen şartlar ve durumlar altında çalışmak artık yeni ekonomi anlayışının en önemli özelliği haline gelmiştir. Bu bağlamda, iş gereklerinin dışında kalan ancak örgütlerin hayatta kalmaları için önemli olan davranışlar yani örgütsel vatandaşlık davranışı, ön plana çıkmaya başlamıştır. Sosyal mübadele teorisi gereği, çalışanların iş arkadaşlarına ve çalıştıkları örgüte yönelik olarak örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeleri, her şeyden önce çalıştıkları işlerine karşı olumlu tutum içinde olmaları ve örgütte kalma arzularına bağlı olabilecektir. Bir başka deyimle, bireylerin sergileyeceği örgütsel vatandaşlık davranışları örgütsel bağlılığı önemli ölçüde etkileyecektir (Gürbüz, 2006: 61-69).

Örgütsel bağlılıkla ilgili değişik boyutlarda gerçekleştirilen çalışmalar günümüzde giderek önem kazanmıştır. Bunun birçok nedeni vardır. Bunlar: (Özmen vd., 1997; Akt. Demirci, 2008:57).

- Örgütsel bağlılığın, arzu edilen çalışma davranışı ile ilişkisi,
- Örgüte bağlılığın işten ayrılma nedeni olarak, iş doyumundan daha etkili olduğunun yapılan araştırmalarca ortaya konması,

- Örgütsel bağlılığı yüksek olan kişilerin, düşük olanlara göre daha iyi performans sergilemeleri,
- Örgütsel bağlılığın, örgütsel etkililiğin yararlı bir göstergesi olması,
- Örgütsel bağlılığın, fedakarlık ve dürüstlük gibi örgütsel vatandaşlık davranışının bir ifadesi olarak dikkat çekmesidir.

Örgütsel bağlılığa etki eden üç temel faktör bulunmaktadır. Birincisi, örgütün amaç ve değerlerine bağlanarak onları kabullenmektir. İkincisi, örgütsel bağlılık çalışanın örgüt içerisindeki diğer işe yönelik davranışları etkilemektedir. Üçüncüsü, örgütsel bağlılık çalışanın örgütteki üyeliğini devam ettirme isteğini pekiştirmektedir. Örgütsel bağlılık davranışı gönüllü olarak sergilenmesi gereken isteğe bağlı bir davranıştır. İnsanlar bu davranışı isteyerek gösterdikleri takdirde bir anlam kazanmaktadır aksi halde emretmek ya da zorlamak suretiyle yapılırsa tamamen yanlış bir strateji izlenmiş olacaktır. Örgütüne bağlı çalışan bireyler, örgütün en zor anlarında dahi örgütün yanında yer alır, görevini düzenli, gönüllü, verimli bir şekilde yerine getirirler. Örgütün hedeflerini kendi hedefleri gibi benimser ve örgütün varlığını korumayı bir borç bilirler (Bakan, 2011: 287-288).

Varlı 2014 yılında yapmış olduğu tez çalışmasında örgütsel bağlılık ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bu konuda önemli sonuçlara ulaşmıştır. Elde edilen bulgulara göre, örgütsel bağlılık düzeyi arttıkça, çalışanların daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyecekleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırma bulguları örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde en etkili bağlılık boyutunun duygusal bağlılık olduğunu ifade etmektedir (Varlı, 2014: 108).

5.6.5. Örgütsel Vatandaşlık ve İş Tatmini

İş tatmini, çalışanların işlerine karşı gösterdikleri genel bir tutum olarak ifade edilmektedir. Bireyin işine karşı göstereceği tutum olumlu olduğu takdirde iş tatmini sağlanmış olur, tam tersi olumsuz ruh hali ise iş tatminsizliğidir. İş tatmini genel olarak bireyin iş deneyimleri sonucu ortaya çıkmaktadır (Kılınç, 2014: 20).

Bir örgütte iş tatmini önemli ölçüde sağlandığı takdirde bireyler de kendilerine iyi davranışta bulunanlara karşılık gönüllü davranışlar sergileme içerisine girerler. Çalıştıkları örgütte iş tatmini sağlanmış iş gören bu etkiyi çevresine yansıtmaktadır. Çalışanlar iş yerinden memnun oldukları takdirde ve işyerini kendisini mutlu eden bir ortam olarak görmesi halinde çevresindekilere daha yardımsever davranmaya yönelecektir (Atalay, 2010: 45; Akt. Kılınç, 2014: 20).

İş tatmini, birey ve örgüt açısından önemli faydalar sağlamaktadır. Örgüt içerisinde iş tatmini sağlanmış bir bireyin başka iş arama eğilimi azalacaktır. İş tatmini yüksek olan bireyin fizik ve ruh sağlığı yerindedir ve iş arkadaşlarıyla uyumlu, kişisel güven ve yardımlaşma içerisinde faaliyette bulunmaktadır. İş tatmini büyük ölçüde sağlanmış birey yeni görevleri hızla öğrenebilir ayrıca, iş kazaları da oldukça düşüktür. Örgütlerde iş tatmini örgütün nitelikli eleman bulmasına yardımcı olur, iş gücü devri düşüklüğü, işe devamsızlık gibi problemlerin daha az görülmesini sağlar (Ölçüm Çetin, 2004: 70-71).

Örgütlerde iş tatmini, verimlilik, yüksek performans sağlıklı insan ilişkilerinin bulunduğu örgütlerde ortaya çıkmaktadır. Örgütlerde insan yönetiminin temelinde verimliliği sağlayabilmek, olumsuz tavırları ortadan kaldırmak, kişisel ihtiyaçları anlayıp çözüm üretebilmek, insanları daha iyi çalışmalarını konusunda motive ederek uygun çalışma ortamı sağlamak vardır. Bütün bunlar ise ancak örgütte çalışanların emeklerinin etkin bir şekilde yönetilmesi, insan enerjilerinin sinerji yaratacak şekilde

örgütlenmesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda örgütlerde çalışanlara güvenmek, yetki ve sorumluluk vermek, kişisel gelişimleri ve eğitim konusunda destek sağlamak ve insan ilişkilerini başarılı bir şekilde yönetmek gerekmektedir (Tutar, 2014: 4-5).

5.6.6. Örgütsel Vatandaşlık ve Motivasyon

Motivasyon, “belli bir amaç ve hedefe ulaşma doğrultusunda gösterilen çabaya odaklanma, hedef ve istikrar” olarak tanımlanmaktadır (Acar, 2014: 21).

Motivasyon, eyleme güdü sağlayan bireysel ihtiyaçlar, arzu ve isteklerden kaynaklandığından, bu yönüyle insanların çaba harcamalarının bir nedeni olarak görülebilmektedir (Demirci, 2008: 46).

Sosyal psikoloji alanında yapılmış çalışmalarda olumlu ruhsal özelliklere sahip kişilerin daha çok örgütsel vatandaşlık davranışı sergiledikleri ve iş görenlerin olumlu ruh hallerinin sağlandığı durumlarda kişilerin diğergam davranışlarında artma olduğu gözlenmiştir (Demirci, 2008: 34). Eğer çalışanların motivasyonları yüksek ise bu durum örgütsel vatandaşlık davranışlarını etkileyecektir.

Motivasyon ile örgütsel vatandaşlık arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Çalışanlar, örgütlerinde motivasyonları sağlandığı takdirde kendilerine verilen görevleri en iyi şekilde yerine getirmektedirler. Motivasyon örgütsel vatandaşlık üzerinde doğrudan etkili değildir. Ancak, motivasyon yaratmak için örgüt tarafından alınan kararlar örgüt kimliğini ve ÖVD’yi etkilemektedir. Çalışanların işlerine yönelik oluşturdukları olumlu motivasyonları örgütsel vatandaşlık davranışı sergilenmesinde en önemli faktörlerden biri olmaktadır (Çelik, 2007: 113).

5.6.7. Örgütsel Vatandaşlık ve Örgüt Kültürü

Literatürde örgüt kültürüne ilişkin çok çeşitli tanımlamalar bulunmaktadır. Bu kavramsal çeşitliliğin sebebi, kültür kavramının örgüt ve yönetim kuramlarında birden fazla anlama gelen bir özellik göstermesinden kaynaklanmaktadır. Schein tarafından örgüt kültürü; “örgütün dış çevreyle olan adaptasyonu ve iç bütünleşmesi sırasında yarattığı ve geliştirdiği, örgüte katılan yeni üyelere en doğru algılama, düşünme ve hissetme olarak aktardığı varsayımlar modeli” olarak tanımlanmıştır (Durğun, 2006: 114).

“Örgüt kültürü, örgüt üyelerini bir arada tutan, değerler, tutumlar, inançlar, örgütün hafızasında yer edinmiş bilgiler, normlar ve ortak değerler toplamı olarak ifade edilmektedir. Örgüt kültürü örgütsel yaşamı düzenler, örgütün geleceğini belirler” (Beşiktaş, 2009: 73).

Başka bir tanımla Örgüt kültürü; “bir örgütte işlerin yapılma biçimi” olarak tanımlanmaktadır. Örgüt kültürü o örgütün liderinden, inanç ve değer yargılarından, çalışanların örgüte yönelik olumlu tutum ve algılarından etkilenmektedir. Örgütsel vatandaşlık ise, çalışanların örgütüyle bütünleşmesinden aralarındaki duygusal bağlılıktan kaynaklanan rol fazlası davranışlar olarak ifade edilmektedir. Bu bağın oluşumunda; örgütün değer yargıları, kuralları, çalışanların örgüte yönelik algıları ve davranışları, yöneticilerin tutumları, çalışanların yaptıkları işe karşı duydukları güven gibi bir çok faktör etkili olmaktadır (Çelik, 2007: 157).

Görüldüğü gibi örgüt kültürü, birçok değişkenin etkileşimi sonucu ortaya çıkan, örgüt kararlarının, plan ve politikaların oluşturulmasında önemli etkileri bulunan stratejik bir kavramdır. Bununla birlikte örgüt kültürü, örgüt üyeleri arasında ortak

duygu ve düşünce oluşturmaktadır, böylelikle örgütün istikrarlı bir şekilde varlığını sürdürebilmesinde ve günümüz koşullarında rekabet edebilmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda çalışanların sosyal bir birey olmasını sağlayan örgüt kültürü, ortaya çıkan problemleri çözerek, çalışanların davranışlarını daha makul ve anlamlı kılmaktadır (Schein, 1992; Akt. Çetin, 2011: 116).

Örgüt kültürünün oluşumunda dikkat edilmesi gereken beş ana nokta vardır (Demirci, 2008: 45-46):

- Örgüt kültürünün değiştirilmesi için ilk ihtiyaç duyulan örgütün gelecekteki yönünü ifade eden açık bir vizyon ve bu vizyona ulaşabilmek için ihtiyaç duyulan değerler ve normların belirlenmesidir.
- Kültür değişimi üst yönetim tarafından desteklenmelidir. Takım düşüncesini açılmalı, takım için sorumluluk ve otoriteden ödün vermeye hazırlanmalıdır.
- Üst yöneticiler davranışları ile astları için yeni kültürün modeli olmalıdırlar. İstenilen beklentiler, değerler ve davranışları sergilemelidirler.
- Örgütün yapısı, yönetim tarzı, uygulamaları ve insan kaynakları sistemleri örgütün benimsediği kültürü destekleyecek şekilde değiştirilmelidir.
- Örgüt paydaşlarının yeni oluşturulacak kültüre uyum sağlamaları konusunda gerekli eğitim, bilgilendirme toplantıları gibi önlemler alınmalıdır.

Örgüt kültürü güçlü olan işletmelerde, çalışanların nasıl davranmaları gerektiğini açıklayan yerleşmiş belli başlı davranışsal parametreler bulunmaktadır. Ancak, zayıf örgüt kültürüne sahip işletmelerde çalışanlar ne yapmaları, bunu nasıl yapmaları gerektiğini bilmezler ve bunu belirlemeye çalışırken de zaman kaybederler. Kısacası, paylaşılan ortak değer, inanış, davranışlara sahip olmayan örgüt kültürü gelişmemiş işletmeler belirlenen örgüt stratejisini yürütme aşamasında güçlü kültüre sahip işletmelere kıyasla örgüt içi ve çevre ile olan ilişkilerinde davranış çabukluğu gösteremeyeceklerinden güçlü kültüre sahip rakiplerinin gerisinde kalacaklardır (Eren, 2014: 166).

Kişisel sorumluluğun yüksek olduğu, özverili, çalışanlarını yönlendirebilen, günümüz koşullarına ayak uydurabilen, daha hızlı kolay karar alıp esnek davranabilen, hiyerarşiyi önemli ölçüde ortadan kaldırmış örgütler, sahip oldukları güçlü örgüt kültürü ve örgüt kimliği ile çalışanların yüksek düzeyde örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerinde etkili olmaktadır (Çelik, 2007: 157-191).

Aşağıdaki Tablo 5.3’de örgüt kültürü ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi içeren araştırmalara yer verilmiştir.

Tablo 5.3. Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık İlişkisi (Akt. Çıtak, 2010: 106).

Araştırmacılar	Yıl	Araştırma Sonuçları
Eisenberger, Fasolo ve Lamastro	1990	İş görenlerin aldıkları örgütsel desteğin ÖVD boyutlarından özgecilik üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.
YperenveBerg	1999	Örgüt kültürü boyutlarından kararlara katılma boyutunun ÖVD boyutları ile ilişkili olduğu, en yüksek korelasyonun özgecilik ve bireysel özerklik arasında olduğu sonucuna varılmıştır.
Tarsky	1993	Örgüt kültürü boyutlarından adaletin özgeciliği diğer boyutlar göre daha fazla etkilediği görülmüştür.
Graham	2000	Yönetim ve iletişimi kolaylaştıran örgüt yapısı boyutunun sivil erdem boyutu üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.
Moore ve Love	2005	İş görenlerin etkileşim adaleti ile nezaket boyutu arasında ilişki tespit edilmiştir.

5.7. Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Fonksiyonları

Örgütsel vatandaşlığın fonksiyonları konusunda birçok araştırmacının çalışmasına rastlamak mümkündür. Çalışmanın bu bölümünde örgütsel vatandaşlığın belli başlı fonksiyonları olan; çalışanların performansını artırma, örgüt kaynaklarının verimli kullanılmasına katkı sağlama, iş tatminini artırma, çalışanları kişisel gelişimleri konusunda teşvik etmek, örgütün çevreye ve değişime karşı uyum kabiliyetini artırma gibi işlevlerine yer verilecektir.

5.7.1. Çalışanların Performansını Artırma

Organ tarafından ÖVD, örgütte çalışanların işlerini gerçekleştirdikleri sosyal ve psikolojik çevredeki performansı artıran davranışlar olarak açıklanmaktadır. İş görenlerin bulundukları örgütün resmi sorumluluklarının ötesinde çalışma istekliliği öteden beri etkili örgütler için gerekli bir etken olmuştur (Ölçüm Çetin, 2004: 10). Başarılı örgütler tanımlanmış görevlerden daha fazlasını yapacak ve beklenilenden fazla performans gösteren çalışanlara ihtiyaç duyacaktır (Choi ve Yu, 2014: 6).

Çalışanların kendilerine verilen görevleri yerine getirirken özverili olması gereken miktarda çaba sarf ediyor olması; çalışanın, kendisine verilen işi istenen standartlarda yerine getirebilmesi bununla birlikte örgütün, çalışanlara bireysel destek sağlayabilecek şekilde örgütlenmiş olması gerekmektedir. Bunların yanı sıra, çalışanların talebin en yüksek ve en düşük olduğu durumlara karşı her zaman hazırlıklı olacak şekilde örgütlenmiş olmaları da örgütsel başarıda önemlidir. Örgütlerde yönetici pozisyonunda görev yapan kişilerin en önemli sorumluluklarından birisi de çalışan performansının artırılmasıdır. Yöneticiler işgücünü mümkün olabildiğince en etkin ve verimli bir şekilde kullanmalıdır (Boylu ve Sökmen, 2002: 162).

Çekmecelioğlu (2007)'nin örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili yaptığı araştırmada, yönetimin destekleyici tutum ve davranışlarının çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemesinde özellikle özgecilik ve vicdanlılık ile pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin çalışanlarını destekleyici yönetim tarzı benimsemeleri, çalışanların katılımına dayalı aynı zamanda örgüt yararına davranışlarda bulunmaları, örgüt üyelerinin iş arkadaşlarına iş ile ilgili problemlerde yardımcı olmaları, örgütsel vatandaşlık davranışlarının alt boyutu olan özgecilik ve vicdanlılığı artırmaktadır. Ayrıca araştırmanın bir diğer sonucuna göre yönetimin çalışanları destekleyici tutum sergilemelerinin iş performansını da artırdığı görülmektedir (Çekmecelioğlu, 2007: 190).

5.7.2. Örgüt Kaynaklarının Verimli Olarak Kullanılmasına Katkı Sağlama

Günümüz rekabet şartlarında işletmeler, iş dünyasında ön plana çıkmak, değişen ve gelişen koşullara ayak uydurabilmek, rekabet edebilmek için elinde bulunan her türlü kaynağı en yüksek verimlilikte kullanmak zorundadırlar (Kaplan, 2011: 43).

Örgütsel vatandaşlık davranışı örgüt içerisinde birçok sınırlı kaynağın daha verimli kullanılması ve örgüt içerisinde ortaya çıkabilecek çatışmaları önleyerek çalışanlar arası uyum düzeyinin artmasına yardımcı olmaktadır. Bu durum yöneticilerin iş yüklerinin hafiflemesine neden olacaktır. İş yükü azalan yöneticiler örgütsel faaliyetlere daha fazla zaman ayırmaktadır. Ayrıca, daha büyük hasarların ortaya çıkmasının engellenmesi amacıyla yönetim, ortaya çıkacak problemler konusunda

uyarılmalı, işletmeye ait araç ve gereçler (makine, teçhizat) gibi özenle korunup kullanılarak kaynak tasarrufu sağlanmalıdır (Çelik, 2007: 145).

Çalışanlar tarafından sergilenen örgütsel vatandaşlık davranışı örgüt açısından maddi bir değer ifade etmekte ve örgütü ilave birçok masraftan korumaktadır. Çalışanlar tarafından sergilenen gönüllü birçok davranışın yapılmaması halinde işletmeler bu maliyetleri kendileri karşılamak zorunda kalırlar. İşletmeye ait her türlü malzemenin gerekli dikkat ve özen gösterilerek kullanılması, ortaya çıkabilecek problemler konusunda yönetimin önceden uyarılması ile ortaya çıkabilecek sorunlar engellenmiş olacak böylelikle kaynakların tasarruflu bir şekilde kullanılması sağlanacaktır (Kaplan, 2011: 43).

Sonuç olarak; örgüt yöneticilerinin ve çalışanların kıt olan kaynakları en uygun şekilde değerlendirmeleri, problemleri kendi aralarında anlaşılarak çözüme kavuşturmaları, yönetime katılarak, fikirlerini beyan etmeleri karar alma süreçlerini hızlandırmaları, örgüte ait her türlü makine ve hammaddeyi kendi malları gibi kullanmaları maddi açıdan tasarruf sağlamaktadır. Kısacası; örgütsel vatandaşlık davranışı örgütler için tasarruf aracıdır ve rekabet yarışının kazanılmasında önemli rol oynamaktadır (Çelik, 2007: 141).

5.7.3. İş Tatminini Artırma

Örgütsel vatandaşlık ve iş tatmini temel iş tutumlarından biridir. İş tatmini bireyin işini tüm yönleri ile değerlendirmesi sonucunda oluşan ve duygulara dayanan bir tutumdur. Organ'a göre iş tatmini örgütsel vatandaşlık davranışının en önemli belirleyicisi olarak ifade edilmiştir. Bunun nedeni ise iş tatmini yüksek olan çalışanların iş yerlerinde onlara iyi davranan yöneticilerine en güzel şekilde karşılık vermeleridir. İş tatmini yüksek olan çalışanların hem iş tanımlarının gereklerini yerine getirdikleri hem de gönüllü ekstra davranışlarda bulundukları belirtilmektedir (Demirci, 2008: 10-11).

Demirel ve Özçınar (2009) örgütsel vatandaşlık davranışının iş tatmini üzerindeki etkisini araştırmaya yönelik farklı sektörlere yönelik yaptıkları araştırma sonuçlarında; çalışanların iş tatmininin artırılmasında örgütsel vatandaşlık davranışının önemli olduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte sektör farkı gözlemlenmeden örgütsel vatandaşlık davranışının benimsenmesinin ve bu konuda yapılacak çalışmaların desteklenmesinin, çalışanların iş tatminini olumlu yönde etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır (Demirel ve Özçınar, 2009: 142).

5.7.4. Çalışanları Kişisel Gelişimleri Konusunda Teşvik Etmek

Çalışanların örgüt için daha faydalı olabilmek ve verimliliklerini artırabilmek amacıyla, gönüllü olarak kendilerini geliştirme çabası içinde olmaları, bu amaçla zaman ve kaynak ayırmaları ÖVD olarak ifade edilmektedir. Burada önemli olan, çalışanların herhangi bir baskı altına girmeden kişisel gelişimleri konusunda gönüllü olarak kendiliğinden bu gayret içerisine girmeleridir (Çelik, 2007: 145). Örneğin, tecrübeli çalışanlar örgüte yeni katılan çalışanlara gönüllü olarak yardımda bulunarak bu çalışanlarda kısa zamanda hızlı bir şekilde verimli birer çalışan olmasını sağlayabilirler. Bu durum ise örgütlerin başarısında ve örgütsel etkinlik ve verimliliğin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Aynı şekilde çalışanları kişisel gelişimleri konusunda desteklemek zaman içinde örgütlerde alışıldık bir mekanizma haline gelmelidir (Acar, 2006: 11).

Zamanla meydana gelen teknolojik değişimler ve gelişmeler nedeniyle, işlerini kaybetme korkusunun yönlendirdiği davranışlar, ÖVD olarak kabul edilmemektedir. Ancak araştırmacıların ÖVD literatüründe kabul etmediği “kendini geliştirme davranışları”, kavramsal olarak diğer boyutlardan ayrıldığından, örgütsel verimliliğe diğer boyutlar gibi katkı sağladığından ve isteğe bağlı olarak gerçekleştiğinden vatandaşlık davranışının bir boyutu olarak kabul edilmiştir. Bu yönüyle çağı yakalamış ve daha bilgili çalışanların, ÖVD’nin bu boyutu sonucunda ortaya çıktığı görülmektedir (Çelik, 2007: 145).

5.7.5. Örgütün Çevreye ve Değişime Karşı Uyum Kabiliyetini Artırma

ÖVD temelinde örgütteki bireyler arası iletişim oldukça önemlidir. ÖVD’nin en önemli boyutu olarak nitelendirilen özgecilik, örgütteki bireylerin birbirlerine yardımcı olmaları sorunlar karşısında birbirlerini desteklemeleri gibi davranışlardan oluşmaktadır. Bireyler arasındaki bu tip yardımsever davranışlar sosyal iletişimi güçlendirerek örgüt içerisindeki uyumu artırarak örgüt içi çatışmaları da azaltmaktadır. Zor zamanlarında çalışma arkadaşlarından yardım gören bireyler bunu minnet saymakta ve çatışmadan kaçınmaktadırlar (Ağca, 2014: 65).

Çalışanların örgütlerini temsil etme konusundaki gönüllü davranışları ve hassasiyetleri de örgütün çevre ile olan ilişkilerini güçlendirmekte ve saygınlığını artırmakta, imajına olumlu katkıda bulunmaktadır (Ölçüm Çetin, 2004: 21).

Sonuç olarak ÖVD, çevre ile örgüt arasında bir köprü görevi görmek ve çalışanlar arası iletişimin sağlıklı bir şekilde yürütülmesine yardımcı olmaktadır. Örgütün çevreye uyumu sayesinde, çevrenin talepleri konusunda bilgiler elde edilebilmektedir. Çalışanların örgüt yönetimine gönüllü katkıları ile; çevrenin taleplerine en kısa sürede cevap verilebilmekte ve örgüt pazar payını yükseltebilmektedir (Çelik, 2007: 147).

5.8. Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Sonuçları

Örgütün amaçlarına ulaşırken, bireyleri amaçlarına ulaştırması, bireylerin kendi amaçların ulaşırken örgütü de amaçlarına ulaştırması örgüt hayatının temel gereklerinden biri olmuştur. Bu bakımdan örgütsel vatandaşlık bireysel ve örgütsel amaçlara ulaşmada dengeleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Nasıl ki bir toplumun gelişmesi ve gelişen çağa ayak uydurabilmesi o toplumda yaşayan insanların sorumluluğunda ise, aynı şekilde bir örgütün gelişmesi ve başarılı olabilmesi de o örgütte yaşayan insanların sorumluluğuna bağlı olmaktadır. Örgütlerin rekabet avantajı elde edebilmeleri, bir kimliğe, prestije sahip olabilmeleri ve çevresine ayak uydurabilmeleri bireylerinin sadakatine, çalışmasına, özverisine ve örgütlerine olan bağlılıklarına bağlıdır (Demirci, 2008: 39).

Örgütsel vatandaşlık davranışı temel olarak üç noktada örgütsel yaşama etki etmektedir. Bunlardan ilki bireylerin göstermiş oldukları vatandaşlık davranışlarının örgüt içerisinde yardımlaşma eğilimini artırmasıdır. İkinci önemli etkisi, çalışanların sorumluluk duygularının gelişmesine yardımcı olmasıdır. Üçüncü etki ise, çalışanların sergiledikleri pozitif tutumla ilgilidir. Bu pozitif düşüncenin örgüt içinde bireylerin iş başarımlarını düzeylerini etkileyeceği belirtilmektedir (Özdevecioğlu, 2003: 119).

Genel olarak, örgütsel vatandaşlık davranışı sergilenen bir örgütte, sosyal mekanizmaların işleyişinin kolay olduğu ve çalışanlar arasındaki çatışmaların daha az görüldüğü gözlemlenmektedir. Böylece örgütün etkinliği artarken, örgütsel performans

da olumlu yönde gelişme gösterir. Kendini işene adanmış iş görenler örgütte daha uzun süreli kalırlar, daha kaliteli üretim yaparlar ve örgütün başarısına pek çok yönden önemli katkılar sağlarlar. Örgütsel vatandaşlık davranışının bir örgütte yayılması örgüt içinde daha güzel bir iş ortamı oluşturur ve bu durumda çalışan bağlılığı, yüksek verimlilik ve düşük iş gücü devri ile sonuçlanır (Bedük, 2014: 102).

Örgütsel vatandaşlık davranışının verimliliğe, performansa ve dolayısıyla örgütsel başarıya yadsınamayacak derecede önemli katkıları bulunmaktadır. Tüm bunlar ve çeşitli araştırmalar dikkate alınarak, örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel başarıya katkıları şu şekilde sıralanabilir (Serinkan ve Erdiş, 2014: 108):

- Yardım edilen ve yardım eden çalışanların iş tatmininin artırılmasına yardımcı olur.
- İş yerine olan bağlılığı artırır.
- Motivasyonu artırır.
- Kaliteli ve dikkatli işçilikle fireler devamlılık ve dikkat ile zaman kayıplarını azaltır, buna bağlı olarak da maliyetleri azalır, veriler artar.
- Çalışanların bağlılığı ve yeni çalışanlar için caziplik artar.
- Çalışanların sorumluluk duygularını gelişimine yardımcı olur.
- Yönetimsel karar ve değerlendirmeler üzerinde etkindir.
- İş tatminini artırır.
- Takım çalışmasını destekler.
- Kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlar.
- Örgütün çevresel değişime uyumunu artırır.
- Çalışanlar için örgütü cazip bir yer haline getirerek nitelikli iş gücünü örgüte çekme ve elinde tutma potansiyelini artırır.
- Çalışanların verimliliğini yükseltir.
- Birimler arası takım üyeleri ve çalışma grupları arasındaki aktiviteleri koordine eder. Örgütün iç ve dış çevrede değişikliklerine gelişen teknolojiye uyum sağlama yeteneğini artırarak, örgüt performansının sürekliliğine katkıda bulunur.

5.9. Örgütsel Prestij, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Vatandaşlık Arasındaki İlişki

Örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramlarının tümünü birleştiren çalışmalara literatürde rastlanmamıştır. Ancak örgütsel prestij, örgütsel vatandaşlık; örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiye dikkat çeken çalışmalara rastlamak mümkündür. Çalışmanın araştırma kısmında bu üç kavramı bütünleştiren bir model önerisinde bulunulacaktır. Bu anlamda çalışmanın bu kısmında modeli daha iyi anlatabilmek için bu kavramlar arası ilişkilere değinen çalışmalara yer verilecektir.

Örgütsel prestij ile ilgili literatürde sınırlı sayıda çalışma ÖVD ile ilişkilendirilmiştir. Bu konu üzerinde çalışma yapanlar örgütsel prestijin örgüt içindeki bireyin davranışları üzerinde doğrudan etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Örgütsel prestij örgüt çalışanlarının örgüt hakkındaki duygu ve düşüncelerinin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır (Yeşiltaş vd., 2011: 172).

Yücel ve Samancı (2009) örgütsel vatandaşlık davranışını kendisine etki eden faktörlerden ayrı düşünmenin pek mümkün olmadığını ifade etmişlerdir. Buna göre örgütsel vatandaşlığa; örgütsel bağlılık, örgütsel prestij, örgütsel kimlik, örgütsel adalet, örgütsel güven etki etmektedir. Eğer örgüt üyesi örgütün sahip olduğu kimliği, imajı

olumsuz algılsa, depresyon, stres gibi olumsuz çıktılar meydana gelmesine sebep olacaktır. Aynı zamanda bu olumsuz kişisel çıktılar beraberinde örgüt çalışanları arasında rekabetin olumsuz anlamda artmasına neden olacaktır. Uzun dönemde görevlerin daha etkisiz bir şekilde yerine getirilmesinin örgüt açısından olumsuz sonuçlar doğuracağı belirtilmektedir (Dutton vd., 1994: 240).

Örgüt içerisinde ve dışında bulunan pek çok paydaş (çalışan, işveren, müşteri, tedarikçi, ziyaretçi vb.) örgütün davranışlarıyla yakından ilgilidir. Örgütün prestiji ne kadar fazlaysa örgütten elde edilen tatmin, bağlılık, örgüte yönelik özdeşleşme o kadar fazla olacaktır. Örgütsel prestij ve örgüt ününün oldukça fazla olması örgüt içindeki bireyin motivasyonuna katkı sağlayacak önemli unsurlardan bir tanesidir. Örgüt içerisindeki bireyler örgütlerinin dışarıdan ne kadar pozitif düşüncelerle algılandığını düşünürlerse içeride o kadar fazla gönüllü vatandaşlık davranışı sergileyeceklerdir (Carmeli, 2005: 447-449).

Örgütsel vatandaşlık davranışı birçok farklı faktörün sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu faktörlerden biride çalışanların örgütle özdeşleşmesini sağlayan örgütsel kimlik algısıdır. Örgütsel kimlik çalışanın örgütle ilgili kararlarını belirler. Bireylerin örgütsel amaç ve hedefleri kendi amaç ve hedefleri yerine koyması, onları benimsemesi ve örgütle kendini sosyal ve psikolojik açıdan bütünleştirmesi örgütsel kimlik algısı olarak tanımlanmaktadır. Bireyler örgütlerine karşı güçlü kimlik algısı beslediklerinde, örgütlerin gerçekleştirdiği faaliyetler önemli sayılacak, bu tutum ve inançlar bireyler üzerine yansyarak bireylerin davranışlarını etki edecektir. Örgütsel kimlik algısı güçlü olan bireylerin örgütleriyle özdeşleşmeleri de güçlü olmaktadır. Örgütsel özdeşleşme çalışanlar arasında dayanışmayı sağlamaktadır. Böylelikle çalışanların olumlu vatandaşlık davranışı sergilemelerinde artış gözlenecektir (Akataş, 2009: 305-306).

Kişilerin kendilerini bağlı oldukları örgütlerin kimliklerine göre kategorize ettikleri ve şirketin statülerini olumlu algıladıklarında motive olmuş olarak hareket ettikleri bilimsel çalışmalarla ispat edilmiştir (Mignonac, Herrbach ve Guerrebo, 2006: 2).

Akataş (2009) yapmış olduğu makale çalışmasında çalışanların örgütsel kimlik algılarının örgütsel vatandaşlık davranışını ne şekilde etkilediğini araştırmıştır. Araştırmanın hedef kitlesi üniversitede görev yapan akademisyenlerdir. Çalışma sonuçlarına göre; çalışanların örgütsel kimlik algılarının örgütsel vatandaşlık davranışını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca örgütsel vatandaşlığın alt boyutlarının tek tek modele katılması ile elde edilen sonuçlar incelendiğinde ise örgütsel kimlik algılamalarının ÖVD'nin alt boyutlarından olan diğergamlık, sivil erdem, vicdanlılık, centilmenlik, nezaket arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yeşiltaş vd. (2011) yapmış oldukları makale çalışmasında otel işletmelerinde algılanan dışsal prestijin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışmaya katılan otellerdeki çalışanların algıladıkları örgütsel prestij arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışlarının da pozitif yönlü bir ilişki paralelinde arttığı gözlenmiştir. Ayrıca işletmelerin tüm yıl çalışmasıyla sezonluk çalışması da iş görenlerin hem örgütsel vatandaşlık davranışı hem de algılanan örgütsel prestij durumlarını etkilediği, tüm yıl faaliyet gösteren işletme çalışanlarının örgütsel prestij algıları ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının sezonluk işletmelerde çalışanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kara (2014) çalışmasında kurumsal kültür, kurumsal kimlik ve kurumsal imajın kurumsal itibar üzerine etkilerine yönelik bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın hedef kitlesi İstanbul ilinde bulunan büyük ölçekli bir işletmenin 124 çalışanıdır. Araştırma

sonucuna göre kurumda güçlendirmelerin olmasının kurum itibarının alt ölçeklerinden güvenilirliği pozitif yönde ve anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Kurumda geri bildirimlerin olmasının kurum itibarının alt ölçeklerinden güvenilirliği pozitif yönden etkilediği ifade edilmektedir.

Marium ve Mutahir (2015) yapmış oldukları çalışmalarında örgütsel kimlik, algılanan dışsal prestij ve örgütsel adalet arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışma sonucuna göre; çalışanların algılanan dışsal prestij düzeyi ile örgütsel kimlik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin bulunduğu, aynı zamanda bu iki kavram arasındaki ilişkinin çalışanların genel performansını da pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Obamiro vd. (2014) tarafından yapılan araştırma sonucunda örgütsel imaj ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerinin aynı zamanda örgüt imajının gelişimine de katkı sağlayacağı ifade edilmektedir.

Buraya kadar literatürde örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişki sonucu ortaya konulan bulgular kısaca özetlenmiş oldu. Bu özetten tüm örgütlerin bir kimliği olduğu ve o kimliğin bir anlamda örgütlerin imzası özelliği taşıdığı söylenebilir. Bununla birlikte; örgütsel prestijin güçlü olması halinde çalışanların örgüte daha bağlı oldukları, örgütleriyle özdeşleştikleri ve beklentilerinin ötesinde performans sergileyerek örgütsel vatandaşlık davranışlarında bulundukları sonucuna ulaşılabilir. Örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasında anlamlı bir ilişki vardır. Örgütsel prestiji yüksek olan örgütlerin örgüt kimliği onları en iyi şekilde yansıtmaktadır. Güçlü örgütsel kimlik ve örgütsel prestij üyelerin örgütlerine daha sadık, uyumlu, katılımcı ve itaatkar olmalarını sağlamaktadır.

6. ÖRGÜTSEL PRESTİJ, ÖRGÜTSEL KİMLİK, ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK; UYGULAMALI BİR ÇALIŞMA

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın amacı, yöntemi, örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama araçları hakkında bilgi verilecektir.

6.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı; Kahramanmaraş'ta imalat, hizmet, satış ve pazarlama sektöründe faaliyet gösteren (tekstil, metal mutfak eşyası, dondurma) firma çalışanlarının örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramlarına ilişkin algıları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Küreselleşme, artan rekabet şartları işletmelerde verimliliği maksimum seviyeye getirmeyi zorunlu hale getirmiştir. Örgütsel prestij işletmelerde sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlayabilmek için stratejik bir unsur olarak benimsenmiştir. Örgütsel prestij hem müşteri hem çalışan bağlılığını etkileyen bir kavram olarak değerlendirilmesi örgütsel başarı ve süreklilikte önem arz etmektedir.

Rekabet şartlarına uyum konusunda örgütlerde çalışanların performansları önemlidir. Günümüzde örgütlerde başarısının artırılabilmesi için çalışanların belirlenen performanslarının ötesine geçerek, başka bir deyişle örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeleri gerekmektedir.

Örgütsel vatandaşlık davranışının sergilenmesinde çalışanların örgütlerine karşı geliştirdikleri tutum ve davranışlar, örgütsel kimlik, örgütsel prestij algıları oldukça önemlidir. Dolayısıyla bu çalışma, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemesinde örgütsel prestij ve örgütsel kimliğin etkisini belirlemesi açısından önemlidir.

İmalat, hizmet, satış ve pazarlama sektörlerinde gerçekleştirilen araştırmada; örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonucu ortaya çıkan bulguların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

6.2 Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkileri incelemek üzere yapılan bu çalışma Kahramanmaraş ilinde imalat, hizmet, satış ve pazarlama gibi çeşitli sektörlerinde faaliyet gösteren 20 küçük ve büyük ölçekli firmaları kapsamaktadır. Araştırmanın ana noktasını bu 20 firmada çalışan üst, alt ve orta dereceli çalışanları oluşturmaktadır. 500 sayıda anket dağıtılmış dağıtılan anketlerde 60 anket geri dönmemiş, 24 adet anket geçersiz sayılmış ve çalışma 416 katılımcıya ait anket verileri ile gerçekleştirilmiştir. Anket 20 küçük ve büyük ölçekli firmalarda bulunan 5'i üst, orta ve alt yönetici, 10'u diğer personel olmak üzere her firmadan en az 15 kişiye doğrudan uygulanmıştır.

İşletmelerden alınan anket cevaplarına göre bulgular yorumlanmıştır. Çalışmanın küçük bir kesitten oluşması, anket dışındaki veri toplama tekniklerinden yararlanılmaması bu çalışmanın önemli bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Çalışmanın farklı sektörlerle uygulanması yoluyla genel yargılara ulaşılacağı düşünülmektedir.

6.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada öncelikle örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramlarının literatür taramasına yer verilmiştir. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Örnekleme oluşturabilecek imalat, hizmet, satış ve pazarlama gibi çeşitli sektörde faaliyet gösteren firmalarla görüşülüp firma yöneticilerinden izin alındıktan sonra hazırlanan anketler uygulanmıştır. Hazırlanan anket 2 ana bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde demografik 15 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde araştırma modelinde yer alan üç temel değişkene yönelik sorular yer almaktadır. Bunlardan ilk olarak, örgütsel kimlik değişkeni Van Dick ve arkadaşları (2004) tarafından geliştirilmiş olup, Van Dick ve arkadaşları (2008) tarafından 6 soruluk ölçek kullanılmıştır. İkinci olarak örgütsel prestij değişkeni için öncelikle Luhtanen ve Crocker (1992) tarafından geliştirilen, Dukerich, Golden, Shortell (2002), Garmon (2004) tarafından kullanılıp Çobanoğlu (2008) tarafından uyarlanan 5 soruluk ölçek ile Mael ve Ashforth (1992) tarafından tasarlanmış, Johnson ve Ashforth (2008) tarafından geliştirilmiş ve Ulu (2011) tarafından da Türkçeye uyarlanan 4 soruluk ölçek olmak üzere toplamda 9 soruluk ölçek uyarlanarak kullanılmıştır. Üçüncü olarak örgütsel vatandaşlık değişkeni ise Nadiri ve Tanova (2010)'nın Organ ve Konovsky (1989)'den alarak uyarladıkları 19 soruluk ölçekle ölçülmüştür.

Örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık ölçekleri bir bütün olarak tek bölümden oluşmaktadır. Ankette yer alan her bir önerme için “1. Kesinlikle Katılmıyorum”, “2. Katılmıyorum”, “3.Kararsızım”, “4. Katılıyorum”, “5. Kesinlikle Katılıyorum” ölçeklerinden oluşan 5 aşamalı Likert ölçeği ile değerlendirilme yapılmıştır.

Demografik veri olarak katılımcılara cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, eğitim durumları, iş yerlerinin hukuki yapısı, kaç yıldır şu anki pozisyonda çalıştıkları, işletmeni personel sayısı, işletmenin kuruluş şekli gibi sorular sorulmuştur.

Toplanan verilen SPSS istatistik paket programında değerlendirilmiştir. Öncelikle anketler güvenirlik testine tabi tutulmuş Cronbach's alfa güvenirlik katsayısı bulunmuştur. Daha sonra kişiye ve işletmeye ilişkin tanımlayıcı istatistikler ortaya konulmuştur. Devamında değişkenlerle ilgili ortalamalar ve standart sapmalardan oluşan tanımlayıcı istatistikler hesaplanmıştır. Korelasyon testi ile önermeler arasındaki ilişki düzeyi ve yönü belirlenmiştir.

6.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Hazırlanan anket 2 ana bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü demografik 15 sorudan oluşmaktadır. İkinci bölümde 19 adet örgütsel vatandaşlık, 6 adet örgütsel kimlik, 9 adet örgütsel prestij ölçeği bulunmaktadır. Örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık ölçekleri bir bütün olarak tek bölümden oluşmaktadır. 15 adet demografik sorular hariç 34 sorudan oluşan ankette yer alan her bir önerme için “1. Kesinlikle Katılmıyorum”, “2. Katılmıyorum”, “3.Kararsızım”, “4. Katılıyorum”, “5. Kesinlikle Katılıyorum” ölçeklerinden oluşan 5 aşamalı Likert ölçeği ile değerlendirilme yapılmıştır.

6.5. Verilerin Analizi

416 katılımcıdan alınan veriler SPSS paket programına giriş yapılmıştır. Öncelikle güvenirlilik analizi yapılarak anketlerin güvenirlilik düzeyi belirlenmiştir. Demografik verilerle ilgili istatistikler elde edildikten sonra örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlığa ilişkin bulgular önermeler düzeyinde ayrı ayrı veri olarak alınmıştır. Bu verilerde önermelerin ortalama ve standart sapmaları ortaya çıkarılmıştır. Örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek için korelasyon testi yapılmıştır. Korelasyon testi sonucunda örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramları arasında hangi yönde ve şiddette ilişkili oldukları veri olarak bulunmuştur. Bütün bu veriler, yapılan analizler neticesi alındıktan sonra verilerin kendi içinde incelenmesi yapılmış ve ortaya çıkan bulgular yorumlanarak çalışmanın sonucu ortaya konulmuştur.



7. BULGULAR

Çalışmada örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca demografik değişkenlerle bu kavramların arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Yapılan çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. 416 katılımcıya uygulanan anketler SPSS programına girildikten sonra, araştırmanın güvenilirliği test edilmiş ve güvenilir olduğu doğrulanmıştır. Anket verilerine göre kişilere ilişkin tanımlayıcı istatistiklerden olan demografik değişkenler ve işletmeye ilişkin tanımlayıcı istatistikler belirlenmiştir. Anket uygulamasının verilerine göre örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramları arasındaki ilişkilere ilişkin bulgular SPSS programında anket verilerinin analizleri yapılarak ortaya çıkarılmıştır. Üzerinde çalıştığımız konu olan örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramları arasındaki ilişkiyi, ilişkinin yönü ve şiddetini belirleyebilmek için korelasyon testi kullanılarak bulgular elde edilmiştir. Korelasyon testi neticesinde bütün değişkenlerin kendi arasındaki ilişki yönü ve düzeyi ortaya çıkarılmıştır. Tüm bu analizler neticesinde çalışmada amaçlanan verilere ulaşılmış olup çalışma, verilerin değerlendirilip yorumlanması ile şekillendirilmiştir.

7.1. Araştırmanın Güvenilirliği

Ölçeklerin güvenilirliğinin test edilmesinde Cronbach's Alfa kullanılmıştır. Literatüre göre alfa değeri 0,70 veya üzerinde bir değere sahip ($0,70 \leq \alpha \leq 1$) ise ölçek güvenilir kabul edilmektedir. 0,80 ile 1 aralığında çıkan alfa katsayıları yüksek derecede güvenilir kabul edilmektedir.

Tablo 7.1. Araştırmada Yer Alan Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Scales (Ölçekler)	N of Items (Önerme Sayısı)	Cronbach's Alpha
Örgütsel Vatandaşlık	19	0,899
Örgütsel Kimlik	6	0,905
Örgütsel Prestij	9	0,918

Güvenilirlik analizine ilişkin sonuçlar Tablo 7.1'de yer almaktadır.

Örgütsel Vatandaşlık ile ilgili 19 sorudan oluşan ölçeğin güvenilirlik analizi sonucu (α) değeri 0,899; Örgütsel Kimlik ile ilgili 6 sorudan oluşan soruların güvenilirlik analiz sonucu (α) değeri 0,905; 9 soruluk örgütsel prestij ile ilgili ölçeğin güvenilirlik analizi sonucu ise (α) değeri 0,918 olarak bulunmuştur. Araştırmada tüm ölçekler güvenilirlik sınırı olan 0,70'in oldukça üzerinde ve hatta 1'e oldukça yakın oldukları görülmüştür. Dolayısıyla çalışmanın güvenilirlik düzeyi oldukça yüksektir.

7.2. Kişilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Kişilere ilişkin tanımlayıcı bilgiler anket uygulanan bireylerin demografik verileri ile çalıştıkları işletmelere ait verilerden oluşmuştur. Kişilere ait demografik veriler; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, işletmedeki pozisyonları, kaç yıldır aynı pozisyonda çalıştıkları, gelir düzeyleri, aldığı ücretten tatmin olup olmadıkları, mesleklerini severek mi yaptıkları, çalıştıkları işletmenin mesleki açıdan beklentilerini karşılayıp karşılamadığı yer alırken işletmeye ait demografik bilgiler ise; işletmenin hukuki yapısı, işletmede çalışan personel sayısı, işletmenin kuruluş şekli, işletmenin

üretim tipi soruları yer almaktadır. Kişilere ait tanımlayıcı verilerle anket uygulanan kişilerin analizi ortaya çıkmakta ve bu özellikleri ile araştırma konuları arasında ilişkili olup olmadığı da incelenebilmektedir.

7.2.1. Demografik Değişkenler İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerini ortaya koymak amacı ile katılımcılara çeşitli sorular yöneltilmiş ve sonuç Tablo 7.2’de verilmiştir.

Tablo 7.2. Katılımcıların ve İşletmelerin Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı

Genel Bilgiler	Sayı	%	Genel Bilgiler	Sayı	%
1.Cinsiyet			9. Aylık Gelir Düzeyi		
Kadın	138	33,2	1000-1500 TL Arası	135	32,5
Erkek	278	66,8	1501-2000 TL Arası	107	25,7
			2001-2500 TL Arası	49	11,8
			2501-3000 TL Arası	53	12,7
			3001-3500 TL Arası	25	6,0
			3501-4000 TL Arası	21	5,0
			4001-4500 TL Arası	2	0,5
			4501-5000 TL Arası	10	2,4
			5501-6000 TL Arası	6	1,4
			6501-7000 TL Arası	3	0,7
			7001-7500 TL Arası	4	1,0
			7501-8000 TL Arası	1	0,2
Toplam	416	100,0	Toplam	416	100,0
2.Yaş			10. Meslekte Çalışma Yılı		
20-25 Yaş Arası	65	15,6	1 Yıldan Az	22	5,3
26-30 Yaş Arası	137	32,9	1-2 Yıl	56	13,5
31-35 Yaş Arası	103	24,8	3-4 Yıl	64	15,4
36-40 Yaş Arası	61	14,7	5-6 Yıl	67	16,1
41-45 Yaş Arası	30	7,2	7-8 Yıl	45	10,8
46-50 Yaş Arası	13	3,1	9 Yıl ve Üzeri	162	38,9
51-55 Yaş Arası	5	1,2			
56 Yaş ve Üstü	2	0,5			
Toplam	416	100,0	Toplam	416	100,0
3.Medeni Durum			11.Mesleği Seviyor Musunuz?		
Evli	264	63,5	Evet	391	94,0
Bekar	152	36,5	Hayır	25	6,0
Toplam	416	100,0	Toplam	416	100,0
4.Eğitim Durumu			12. Firmada Çalışma Yılı		
İlköğretim	43	10,3	1 Yıldan Az	29	7,0
Lise ve Dengi Okullar	108	26,0	1-2 Yıl Arası	98	23,6
Meslek Yüksek Okulu	61	14,7	3-4 Yıl Arası	88	21,2
Üniversite	181	43,5	5-6 Yıl Arası	80	19,2
Yüksek Lisans	21	5,0	7-8 Yıl Arası	35	8,4
Doktora	2	0,5	9 Yıl ve Üzeri	86	20,7
Toplam	416	100,0	Toplam	416	100,0
5.İşletmedeki Pozisyonunuz			13.Aldığınız ücret tatminkar mı?		
Üst Kademe Yönetici	26	6,3	Evet	207	49,8
Orta Kademe Yönetici	70	16,8	Hayır	209	50,2
Alt Kademe Yönetici	39	9,4			

Teknisyen	21	5,0		
Uzman	54	13,0		
Uzman Yardımcısı	36	8,7		
Memur	19	4,6		
Muhasebeci	14	3,4		
Personel	58	13,9		
İşçi	75	18,0		
Mühendis	4	1,0		
Toplam	416	100,0	Toplam	416 100,0

6.Kaç Yıldır Şuanki Pozisyondasınız?			14.Çalıştığınız İşletme mesleki açıdan beklentilerinizi karşıladı mı?		
1 Yıldan Az	53	12,7	Evet	299	71,9
1-3 Yıl	111	26,7	Hayır	117	28,1
4-6 Yıl	111	26,7			
7-9 Yıl	72	17,3			
10 Yıl ve Üstü	69	16,6			
Toplam	416	100,0	Toplam	416	100,0

7.Sektörler			15.İşletmenin Üretim Tipi		
İmalat	273	65,6	Sürekli Üretim	107	25,7
Hizmet	61	14,7	Siparişe Göre Üretim	50	12,0
Satış Pazarlama	71	17,1	Sipariş ve Sürekli Üretim	237	57,0
Lojistik	4	1,0	Hizmet	16	3,8
Finans	7	1,7	Satış- Pazarlama	6	1,4
Toplam	416	100,0	Toplam	416	100,0

8.İşletmelerin Hukuki Yapıları					
A.Ş.	334	80,3			
Ltd.Şti.	38	9,1			
Şahıs İşletmesi	39	9,4			
Kooperatif	2	0,5			
Holding	3	0,7			
Toplam	416	100,0			

Tablo 7.2’de de görüldüğü üzere;

Cinsiyet açısından; katılımcıların % 33,2’si kadınlardan, % 66,8’i erkeklerden oluşmaktadır.

Yaş aralığı açısından; katılımcıların % 15,6’sı 20-25 yaş arası, % 32,9’u 26-30 yaş arası, % 24,8’i 31-35 yaş arası, % 14,7’si 36-40 yaş arası, % 7,2’si 41-45 yaş arası, % 3,1’i 46-50 yaş arası, % 1,2’si 51-55 yaş arası ve % 0,5’i 56 yaş ve üzeri şeklinde oluşmuştur. En yüksek oran 26-30 yaş aralığında % 32,9 oranla ortaya çıkmıştır. Katılımcılar 26-35 yaş aralığında % 56 oranla yoğunlaşmıştır.

Medeni durum açısından; katılımcıların % 63,5’i evli, %36,5’i bekaardır.

Eğitim durumu açısından; katılımcıların % 10,3’ü ilköğretim, % 26’sı lise ve dengi okul, % 14,7’si meslek yüksek okulu, % 43,5’i üniversite, % 5’i yüksek lisans ve % 0,5’i doktora veya üstü eğitim düzeyindedirler. Lisans seviyesinde mezunlar % 43,5 gibi bir oranla en yüksek değeri almışken, doktora düzeyinde eğitim almış olanlar % 0,5 gibi çok küçük bir değere sahiptir.

İşletmedeki pozisyonlar açısından; katılımcıların % 6,3’ü üst kademe yönetici, % 16,8’i orta kademe yönetici ve % 9,64’ü alt kademe yönetici, % 5’i teknisyen, % 13’ü uzman, % 8,7’si uzman yardımcısı, % 4,6’sı memur, % 3,4’ü muhasebeci, % 13,9’u personel, % 18’i işçi ve % 1’i mühendislerden oluşmaktadır.

İşletmedeki şuanki pozisyon açısından; katılımcıların % 12,7'si 1 yıldan az süredir, % 26,7'si 1-3 yıldır, % 26,7'si 4-6 yıldır, % 17,3'ü 7-9 yıldır, % 16,6'sı 10 yıl ve üstü süredir şuanki pozisyonlarında görev yapmaktadırlar.

Gelir düzeyi açısından; katılımcıların % 32,5'i 1000-1500 TL arası, % 25,7'si 1501-2000 TL arası, % 11,8'i 2001-2500 TL arası, % 12,7'si 2501-3000 TL arası, % 6'sı 3001-3500 TL arası, % 5'i 3501-4000 TL arası, % 0,5'i 4001-4500 TL arası, % 2,4'ü 4501-5000 TL arası, % 1,4'ü 5501-6000 TL arası, % 0,7'si 6501-7000 TL arası, % 1'i 7001-7500 TL arası ve % 0,2'si 7501-8000 TL üzeri maaş almaktadırlar.

Meslekte çalışma yılı açısından; katılımcıların % 5,3'ü 1 yıldan az, % 13,5'i 1-2 yıl arası, % 15,4'ü 3-4 yıl arası, % 16,1'i 5-6 yıl arası, % 10,8'i 7-8 yıl arası ve % 38,9'u 9 yıl ve üzeri yıldır bu meslekte çalışmakta olduklarını söylemişlerdir.

Bulundukları firmada çalışma yılı açısından; katılımcıların % 7'si 1 yıldan az, % 23,6'sı 1-2 yıl arası, % 21,2'si 3-4 yıl arası, % 19,2'i 5-6 yıl arası, % 8,4'ü 7-8 yıl arası ve % 20,7'si 9 yıl ve üzeri bulundukları firmada çalışmakta olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların, “mesleğinizi severek mi yapıyorsunuz?” önermemize % 94'ü evet cevabını verirken % 6'sı hayır cevabını vermişlerdir.

Katılımcıların, “aldığınız ücret tatminkar mı?” önermemize % 49,8'i evet cevabını verirken % 50,2'si hayır cevabını vermişlerdir.

Katılımcıların, “çalıştığınız işletme mesleki açıdan beklentilerinizi karşıladı mı?” önermemize %71,9'u evet cevabını verirken % 28,1'i hayır cevabını vermişlerdir.

7.2.2. İşletmelere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 7.2'de görüldüğü üzere;

Katılımcıların; % 65,6'sı imalat sektöründe çalışırken, % 14,7'si hizmet sektöründe, % 17,1'i satış ve pazarlama, % 1'i lojistik ve % 1,7'si finans sektöründe çalışmaktadır.

Katılımcıların; % 80,3'ü A.Ş., % 9,1'i Ltd.Şti., % 9,4'ü Şahıs İşletmesi, % 0,5'i Kooperatif ve % 0,7'si ise Holding tipi işletmelerde çalışmaktadır.

Katılımcı işletmelerin üretim tiplerinin dağılımına bakıldığında; % 25,7'si sürekli üretim, % 12'si siparişe göre üretim, % 57'si sipariş+sürekli üretim, % 3'ü hizmet ve % 1,4 'ü satış ve pazarlama şeklindedir.

7.3. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

Araştırmada değişkenler örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık olmak üzere 3 ana başlık altında incelenmiştir. Ankette değişkenleri ölçen her önerme için katılımcılardan “1.Kesinlikle Katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3.Kararsızım, 4.Katılıyorum, 5.Kesinlikle Katılıyorum” seçeneklerinden birini işaretlemeleri istenmiştir. Analiz sonuçlarında ortalama değer 5'e yaklaştıkça katılımcıların belirtilen ifadeye katıldıkları, 1'e yaklaştıkça katılmadıkları anlaşılabacaktır.

7.3.1. Örgütsel Prestije İlişkin Bulgular

Tablo 7.3. Örgütsel Prestije İlişkin Bulgular

Önermeler	1 N %	2 N %	3 N %	4 N %	5 N %	A.O S
1. Genelde, çevremdeki insanlar çalıştığım firmaya saygı duyar.	11 2,6	9 2,2	62 14,9	196 47,1	138 33,2	4,06 0,896
2. Genelde, çalıştığım firma diğer insanlar tarafından iyi bir firma olarak düşünülür.	8 1,9	9 2,2	47 11,3	199 47,8	153 36,8	4,15 0,847
3. Genelde çalıştığım firma diğer insanlar tarafından başarılı bir firma olarak düşünülür.	8 1,9	12 2,9	46 11,1	198 47,6	152 36,5	4,13 0,864
4. Firmamızda çalışan insanların büyük bir kısmı bu firmanın bölgedeki diğer firmalardan etkili olduğunu düşünür.	7 1,7	12 2,9	41 9,9	212 51,0	144 34,6	4,13 0,832
5. Çalıştığım firma çevremde bir çekim merkezi olarak algılanır.	12 2,9	12 2,9	73 17,5	211 50,7	108 26,0	3,93 0,899
6. Firmanın sektördeki konumundan memnunum.	5 1,2	18 4,3	44 10,6	193 46,4	156 37,5	4,14 0,861
7. Bu firmanın bir çalışanı olduğum için toplumda önemli bir prestije sahip olduğum düşünülmektedir.	12 2,9	16 3,8	68 16,3	194 46,6	126 30,3	3,97 0,938
8. Diğer firma sahipleri ve çalışanları çalıştığım firmayı küçümsemezler.	7 1,7	10 2,4	42 10,1	211 50,7	146 35,1	4,15 0,823
9. Tecrübelerime dayanarak söylemeliyim ki çalıştığım firma sözünde durur.	15 3,6	9 2,2	61 14,7	176 42,3	155 37,3	4,07 0,962
1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum						

Araştırma sonuçlarına göre tablo 7.3.'te örgütsel prestije ilişkin bulgular görülmektedir. Bu bulgulara göre;

“Genelde, çevremdeki insanlar çalıştığım firmaya saygı duyar.” önermemize katılımcıların; % 2,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 2,2'si katılmıyorum, % 14,9'u kararsızım, % 47,1'i katılıyorum, % 33,2'si ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Genelde, çalıştığım firma diğer insanlar tarafından iyi bir firma olarak düşünülür.” önermemize katılımcıların; % 1,9'u kesinlikle katılmıyorum, % 2,2'si katılmıyorum, % 11,3'ü kararsızım, % 47,8'i katılıyorum, % 36,8'i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Genelde çalıştığım firma diğer insanlar tarafından başarılı bir firma olarak düşünülür.” önermemize katılımcıların; % 1,9'u kesinlikle katılmıyorum, % 2,9'u katılmıyorum, % 11,1'i kararsızım, % 47,6'sı katılıyorum, % 36,5'i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmamızda çalışan insanların büyük bir kısmı bu firmanın bölgedeki diğer firmalardan etkili olduğunu düşünür.” önermemize katılımcıların; % 1,7'si kesinlikle katılmıyorum, % 2,9'u katılmıyorum, % 9,9'u kararsızım, % 51'i katılıyorum, % 34,6'sı ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Çalıştığım firma çevremde bir çekim merkezi olarak algılanır.” önermemize katılımcıların; % 2,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 2,9’u katılmıyorum, % 17,5’i kararsızım, % 50,7’si katılıyorum, % 26’sı ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmanın sektördeki konumundan memnunum.” önermemize katılımcıların; % 1,2’si kesinlikle katılmıyorum, % 4,3’ü katılmıyorum, % 10,6’sı kararsızım, % 46,4’ü katılıyorum, % 37,5’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Bu firmanın bir çalışanı olduğum için toplumda önemli bir prestije sahip olduğum düşünülmektedir.” önermemize katılımcıların; % 2,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 3,8’i katılmıyorum, % 16,3’ü kararsızım, % 46,6’sı katılıyorum, % 30,3’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Diğer firma sahipleri ve çalışanları çalıştığım firmayı küçümsemezler.” önermemize katılımcıların; % 1,7’si kesinlikle katılmıyorum, % 2,4’i katılmıyorum, % 10,1’i kararsızım, % 50,7’si katılıyorum, % 35,1’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Tecrübelerime dayanarak söylemeliyim ki çalıştığım firma sözünde durur.” önermemize katılımcıların; % 3,6’sı kesinlikle katılmıyorum, % 2,2’si katılmıyorum, % 14,7’si kararsızım, % 42,3’ü katılıyorum, % 37,3’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

Yukarıda yer verilen tablo 7.3.’de Örgütsel Prestij ile ilgili verilen önermelerden “Diğer firma sahipleri ve çalışanları çalıştığım firmayı küçümsemezler” önermesi ve “Genelde çalıştığım firma diğer insanlar tarafından iyi bir firma olarak düşünülür” önermeleri 4.15 ortalama ile katılımın en yüksek olduğu önermelerdir. “Çalıştığım firma çevremde bir çekim merkezi olarak algılanır önermesi” ise 3.93 ortalama ile en düşük oranda değer alan önermedir. Sonuçlara göre katılımcıların çalıştıkları firmaların örgütsel prestijlerinin yüksek olduğu söylenebilir.

7.3.2. Örgütsel Kimliğe İlişkin Bulgular

Tablo 7.4. Örgütsel Kimliğe İlişkin Bulgular

Önermeler	1	2	3	4	5	A.O S
	N %	N %	N %	N %	N %	
1. Kendimi içinde bulunduğum firmanın bir üyesi olarak tanımlarım.	10 2,4	10 2,4	57 13,7	204 49,0	135 32,5	4,06 0,878
2. Firmanın bir üyesi olmak benim kişiliğimi gayet iyi yansıtır.	11 2,6	25 6,0	62 14,9	195 46,9	123 29,6	3,94 0,960
3. Firmam için çalışmayı seviyorum.	7 1,7	11 2,6	49 11,8	195 46,9	154 37,0	4,14 0,851
4. Firmamın menfaatlerini her zaman ön planda tutar ve düşünürüm.	4 1,0	6 1,4	32 7,7	206 49,5	168 40,4	4,26 0,744
5. Her zaman bu firmanın bir üyesi olmaktan gurur duyarım.	6 1,4	12 2,9	62 14,9	186 44,7	150 36,1	4,11 0,862
6. Firmaya daha fazla katkı sağlayabilmek için daima aktif olmayı tercih ederim.	3 0,7	5 1,2	37 8,9	192 46,2	179 43,0	4,29 0,738

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Araştırma sonuçlarına göre tablo 7.4.'te örgütsel kimliğe ilişkin bulgular görülmektedir. Bu bulgulara göre;

“Kendimi içinde bulunduğum firmanın bir üyesi olarak tanımlarım.” önermemize katılımcıların; % 2,4’ü kesinlikle katılmıyorum, % 2,4’ü katılmıyorum, % 13,7’si kararsızım, % 49’u katılıyorum, % 32,5’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmanın bir üyesi olmak benim kişiliğimi gayet iyi yansıtır.” önermemize katılımcıların; % 2,6’sı kesinlikle katılmıyorum, % 6’sı katılmıyorum, % 14,9’u kararsızım, % 46,9’u katılıyorum, % 29,6’sı ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmam için çalışmayı seviyorum.” önermemize katılımcıların; % 1,7’si kesinlikle katılmıyorum, % 2,6’sı katılmıyorum, % 11,8’i kararsızım, % 46,9’u katılıyorum, % 37’si ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmamın menfaatlerini her zaman ön planda tutar ve düşünürüm.” önermemize katılımcıların; % 1’i kesinlikle katılmıyorum, % 1,4’ü katılmıyorum, % 7,7’si kararsızım, % 49,5’i katılıyorum, % 40,4’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Her zaman bu firmanın bir üyesi olmaktan gurur duyarım.” önermemize katılımcıların; % 1,4’ü kesinlikle katılmıyorum, % 2,9’u katılmıyorum, % 14,9’u kararsızım, % 44,7’si katılıyorum, % 36,1’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmaya daha fazla katkı sağlayabilmek için daima aktif olmayı tercih ederim.” önermemize katılımcıların; % 0,7’si kesinlikle katılmıyorum, % 1,2’si katılmıyorum, % 8,9’u kararsızım, % 46,2’si katılıyorum, % 43’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

Yukarıda yer verilen tablo 7.4.’de Örgütsel Kimlik ile ilgili verilen önermelerden “Firmaya daha fazla katkı sağlayabilmek için daima aktif olmayı tercih ederim” önermesi 4,29 ve “Firmamın menfaatlerini her zaman ön planda tutar ve düşünürüm” önermesi 4,26 ile katılımın en yüksek oranda olduğu önermelerdir. “Firmanın bir üyesi olmak benim kişiliğimi gayet iyi yansıtır” önermesi 3,94 ortalama ile katılımın en düşük oranda olduğu önermedir. Sonuçlara göre katılımcıların örgütsel kimlik algılarının yüksek olduğu söylenebilir.

7.3.3. Örgütsel Vatandaşlığa İlişkin Bulgular

Çalışmamızın bu başlığında örgütsel vatandaşlığa ilişkin 19 soruluk önermeler iki tablo halinde sunulacaktır.

Tablo 7.5. Örgütsel Vatandaşlığa İlişkin Bulgular

Önermeler	1 N %	2 N %	3 N %	4 N %	5 N %	A.O S
1. İşleri yoğun olan meslektaşına gönüllü olarak yardım ederim.	12 2,9	30 7,2	49 11,8	180 43,3	145 34,9	4,00 1,008
2. İş yerinde bulunmayan meslektaşına yardım ederim.	16 3,8	34 8,2	65 15,6	178 42,8	123 29,6	3,86 1,053
3. Daha fazla üretkenlik elde etmek için diğer meslektaşlarıma da yardım ederim.	14 3,4	22 5,3	64 15,4	197 47,4	119 28,6	3,92 0,975

4. Görevim olmamasına rağmen işe yeni başlayanlara yardımcı olurum.	21 5,0	13 3,1	46 11,1	197 47,4	139 33,4	4,01 1,013
5. Meslektaşına yardımı olacak ise, personelimi de paylaşırım.	13 3,1	31 7,5	69 16,6	182 43,8	121 29,1	3,88 1,012
6. Başkalarının kişisel haklarına ve tercihlerine saygı duyarım.	8 1,9	4 1,0	34 8,2	148 35,6	222 53,4	4,37 0,829
7. Başkaları üzerinde etki yaratacak kararları onlara danışmadan almam.	6 1,4	15 3,6	44 10,6	162 38,9	189 45,4	4,23 0,884
8. Herhangi bir karar almadan önce ilgili kişilere danışırım.	8 1,9	9 2,2	43 10,3	166 39,9	190 45,7	4,25 0,870
9. Firmada yaşanan küçük olaylar, önemli olaylarmış gibi gösterilerek şikayet konusu yapılmaz.	15 3,6	21 5,0	54 13,0	144 34,6	182 43,8	4,10 1,042
10. Firma içinde alınan kararlar genelde herkes tarafından kabul görür.	19 4,6	31 7,5	89 21,4	178 42,8	99 23,8	3,74 1,046
1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum						

Araştırma sonuçlarına göre tablo 7.5.'te örgütsel vatandaşlığa ilişkin bulgular görülmektedir. Bu bulgulara göre;

“İşleri yoğun olan meslektaşına gönüllü olarak yardım ederim.” önermemize katılımcıların; % 2,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 7,2’si katılmıyorum, % 11,8’i kararsızım, % 43,3’ü katılıyorum, % 34,9’u ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“İş yerinde bulunmayan meslektaşına yardım ederim.” önermemize katılımcıların; % 3,8’i kesinlikle katılmıyorum, % 8,2’si katılmıyorum, % 15,6’sı kararsızım, % 42,8’i katılıyorum, % 29,6’sı ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Daha fazla üretkenlik elde etmek için diğer meslektaşlarıma da yardım ederim.” önermemize katılımcıların; % 3,4’ü kesinlikle katılmıyorum, % 5,3’ü katılmıyorum, % 15,4’ü kararsızım, % 47,4’ü katılıyorum, % 28,6’sı ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Görevim olmamasına rağmen işe yeni başlayanlara yardımcı olurum.” önermemize katılımcıların; % 5’i kesinlikle katılmıyorum, % 3,1’i katılmıyorum, % 11,1’i kararsızım, % 47,4’ü katılıyorum, % 33,4’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Meslektaşına yardımı olacak ise, personelimi de paylaşırım.” önermemize katılımcıların; % 3,1’i kesinlikle katılmıyorum, % 7,5’i katılmıyorum, % 16,6’sı kararsızım, % 43,8’i katılıyorum, % 29,1’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Baskalarının kişisel haklarına ve tercihlerine saygı duyarım.” önermemize katılımcıların; % 1,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 1’i katılmıyorum, % 8,2’si kararsızım, % 35,6’sı katılıyorum, % 53,4’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Baskaları üzerinde etki yaratacak kararları onlara danışmadan almam.” önermemize katılımcıların; % 1,4’ü kesinlikle katılmıyorum, % 3,6’sı katılmıyorum, %

10,6'sı kararsızım, % 38,9'u katılıyorum, % 45,4'ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

"Herhangi bir karar almadan önce ilgili kişilere danışırım." önermemize katılımcıların; % 1,9'u kesinlikle katılmıyorum, % 2,2'si katılmıyorum, % 10,3'ü kararsızım, % 39,9'u katılıyorum, % 45,7'si ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

"Firmada yaşanan küçük olaylar, önemli olaylarmış gibi gösterilerek şikayet konusu yapılmaz." önermemize katılımcıların; % 3,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 5'i katılmıyorum, % 13'ü kararsızım, % 34,6'sı katılıyorum, % 43,8'i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

"Firma içinde alınan kararlar genelde herkes tarafından kabul görür." önermemize katılımcıların; % 4,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 7,5'i katılmıyorum, % 21,4'ü kararsızım, % 42,8'i katılıyorum, % 23,8'i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

Tablo 7.6. Örgütsel Vatandaşlığa İlişkin Diğer Bulgular

Önermeler	1	2	3	4	5	A.O S
	N %	N %	N %	N %	N %	
1. Firmada yapılan yeniliklerden dolayı çalışanlar kendilerini güvende ve mutlu hisseder.	19 4,6	23 5,5	105 25,2	177 42,5	92 22,1	3,72 1,015
2. Kişisel problemlerin çözümüne öncelik verilir.	37 8,9	47 11,3	97 23,3	163 39,2	72 17,3	3,45 1,164
3. Firmaya ilişkin dokümanlar ve broşürler dikkatlice okunur.	15 3,6	23 5,5	70 16,8	205 49,3	103 24,8	3,86 0,972
4. Firmada çalışanlar dakiktir.	17 4,1	31 7,5	126 30,3	168 40,4	74 17,8	3,60 0,995
5. Firmada yer alan programlara katılım ortalamanın üzerindedir.	13 3,1	28 6,7	89 21,4	196 47,1	90 21,6	3,77 0,965
6. Yeterli katılım olmazsa, programa katılamayan kişiler konu hakkında bilgilendirilir.	17 4,1	37 8,9	95 22,8	178 42,8	89 21,4	3,68 1,034
7. Firmada işlerin daha düzenli yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler yapılabilmektedir.	19 4,6	27 6,5	73 17,5	196 47,1	100 24,0	3,87 1,760
8. Firmada yapılan toplantılara yeterli düzeyde katılım sağlanır.	12 2,9	23 5,5	61 14,7	216 51,9	104 25,0	3,91 0,93
9. Firmada yapılan toplantılarda herkes özgürce fikirlerini beyan eder.	27 6,5	25 6,0	81 19,5	187 45,0	96 23,1	3,72 1,084

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Araştırma sonuçlarına göre tablo 7.6.'da örgütsel vatandaşlığa ilişkin diğer bulgular görülmektedir. Bu bulgulara göre;

"Firmada yapılan yeniliklerden dolayı çalışanlar kendilerini güvende ve mutlu hisseder." önermemize katılımcıların; % 4,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 5,5'i katılmıyorum, % 25,2'si kararsızım, % 42,5'i katılıyorum, % 22,1'i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Kişisel problemlerin çözümüne öncelik verilir.” önermemize katılımcıların; % 8,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 11,3’ü katılmıyorum, % 23,3’ü kararsızım, % 39,2’si katılıyorum, % 17,3’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmaya ilişkin dokümanlar ve broşürler dikkatlice okunur.” önermemize katılımcıların; % 3,6’sı kesinlikle katılmıyorum, % 5,5’i katılmıyorum, % 16,8’i kararsızım, % 49,3’ü katılıyorum, % 24,8’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmada çalışanlar dakiktir.” önermemize katılımcıların; % 4,1’i kesinlikle katılmıyorum, % 7,5’i katılmıyorum, % 30,3’ü kararsızım, % 40,4’ü katılıyorum, % 17,8’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmada yer alan programlara katılım ortalamanın üzerindedir.” önermemize katılımcıların; % 3,1’i kesinlikle katılmıyorum, % 6,7’si katılmıyorum, % 21,4’ü kararsızım, % 47,1’i katılıyorum, % 21,6’sı ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Yeterli katılım olmazsa, programa katılamayan kişiler konu hakkında bilgilendirilir.” önermemize katılımcıların; % 4,1’i kesinlikle katılmıyorum, % 8,9’u katılmıyorum, % 22,8’i kararsızım, % 42,8’i katılıyorum, % 21,4’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmada işlerin daha düzenli yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler yapılabilmektedir.” önermemize katılımcıların; % 4,6’sı kesinlikle katılmıyorum, % 6,5’i katılmıyorum, % 17,5’i kararsızım, % 47,1’i katılıyorum, % 24’ü ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmada yapılan toplantılara yeterli düzeyde katılım sağlanır.” önermemize katılımcıların; % 2,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 5,5’i katılmıyorum, % 14,7’si kararsızım, % 51,9’u katılıyorum, % 25’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

“Firmada yapılan toplantılarda herkes özgürce fikirlerini beyan eder.” önermemize katılımcıların; % 6,5’i kesinlikle katılmıyorum, % 6’sı katılmıyorum, % 19,5’i kararsızım, % 45’i katılıyorum, % 23,1’i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir.

Yukarıda yer verilen tablo 7.5. ve 7.6.’da Örgütsel Vatandaşlık ile ilgili verilen önermelerden “Başkalarının kişisel haklarına ve tercihlerine saygı duyarım” önermesi 4,37 ortalama, “Herhangi bir karar almadan önce ilgili kişilere danışırım” önermesi 4,25 ortalama ile en çok katılımın olduğu önermeler olarak gerçekleşmiştir. “Firmada çalışanlar dakiktir” önermesi 3,60 ortalama ve “Kişisel problemlerin çözümüne öncelik verilir” önermesi 3,45 ortalama ile en az katılımın olduğu önermelerdir. Sonuçlara göre katılımcıların örgütsel vatandaşlık davranışını hissettikleri söylenebilir. Diğer önermelere verilen cevaplar dikkate alındığında işletmelerde örgütsel vatandaşlığa ilişkin algılarının katılma düzeyinde olduğu görülmektedir.

7.4. Örgütsel Prestij, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Vatandaşlığın Korelasyon Değerleri

Korelasyon testi değişkenlerin bağımlı veya bağımsız olması dikkate alınmaksızın aralarındaki ilişkinin şiddetini ve yönünü belirlemek amacıyla kullanılır. Çalışmada “örgütsel prestij, örgütsel kimlik, örgütsel vatandaşlık” arasında ilişki olup olmadığını ve ilişkinin yönünü araştırmak amacıyla korelasyon testi kullanılmıştır.

Tablo 7.7. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Tablosu

Correlations		Örgütsel	Örgütsel	Örgütsel
Değişkenler		Vatandaşlık	Kimlik	Prestij
Örgütsel Vatandaşlık	Pearson Correlation	1		
	Sig. (2-tailed)			
	N	416		
Örgütsel Kimlik	Pearson Correlation	0,675**	1	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	416	416	
Örgütsel Prestij	Pearson Correlation	0,660**	0,706**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	416	416	416

* $P \leq 0.05$: Korelasyon 0.05 düzeyi için anlamlıdır.

** $P \leq 0.05$: Korelasyon 0.01 düzeyi için anlamlıdır

Araştırmanın bu kısmında yapılan analizler sonucunda elde edilen veriler tablo 7.7’de yer almaktadır. Tablo 7. 7’e göre;

- Örgütsel vatandaşlık ile örgütsel kimlik arasında 0,675 katsayısı, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel prestij arasında 0,660 katsayısı ile yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir.
- Örgütsel kimlik ile örgütsel prestij arasında ise 0,706 katsayısı ile yüksek seviyede ve pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Korelasyon analizi sonucuna göre örgütsel prestij ile örgütsel kimlik arasında daha yüksek oranda ilişkinin olduğu söylenebilir.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küresel pazarda gittikçe şiddetlenen yüksek rekabet şartları, sürdürülebilir bir başarı ve rekabet üstünlüğüne ulaşabilmeleri için işletmeleri farklı arayışlara yöneltmektedir. Bu anlamda literatürde birçok yeni kavram ve ilke geliştirilmektedir. Bu çalışmada bunlar içerisinde en çok tartışılan üç kavram olan örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişki incelenmiştir.

Örgütlerin başarısı için çalışanlarının olumlu vatandaşlık davranışı sergilemeleri önemlidir. Beklentilerin ötesinde gönüllü olarak sergilenen bu davranış şeklinde ise işletmelerin iki faktörü göz ardı etmemeleri gereklidir, bunlar çalışanların örgütsel kimlik ve örgütsel prestij algılarıdır. Örgütsel kimlik bireyin örgütle bütünleşmesini sağlayarak örgütsel başarıya katkıda bulunacaktır. Aynı zamanda örgütsel kimlik o kuruma özgüdür ve örgütsel kimlik algısı güçlü olan birey örgütüne daha çok bağlanacak bu durumda örgütsel vatandaşlık davranışını beraberinde getirecektir. Dolayısıyla örgüt yöneticileri günümüz koşullarında rekabet edebilmek, sürdürülebilir bir işletme başarısına ulaşabilmek ve örgütün sürekliliğini sağlayabilmek için çalışanlarının örgütsel kimlik ve örgütsel prestij algılarını kuvvetlendirecek uygulamalara önem vermelidir.

Çalışanların örgütleriyle bütünleşme, örgütlerine güven duymalarını belirleyen faktörler arasında onların örgütün prestijiyle ilgili algıları yer almaktadır. Birey örgütün dışarıdaki itibarını olumlu olarak değerlendirirse bu durumda duygusal bağlılığına yansımakta ve bunun sonucunda da rol dışı davranışlar (ÖVD) artmaktadır. Çalışanların örgütsel prestij algıları arttıkça işletmelerinde gönüllü olarak örgütsel vatandaşlık davranışı sergiledikleri gözlenmiştir. Tüm bu sonuçlar paralelinde kurumsallaşmış işletme çalışanlarının kendilerini daha fazla örgütsel vatandaş hissettikleri ve örgütleri hakkında algıladıkları prestijin daha fazla olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Eğer işletme yöneticileri çalışanlarının gözünde örgütsel prestij algılarını kuvvetlendirmek istiyorsa öncelikle çalışanlarına örgütsel vatandaşlık davranışı kazandıracak uygulamalara yer vermelidir (Yeşiltaş vd., 2011: 186).

Bu çalışma Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren imalat, hizmet, satış ve pazarlama vb. sektörlerde çalışan bireylerin örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık kavramları arasındaki ilişkileri saptamaya yöneliktir. Bu sektörlerde faaliyet gösteren firmalarda anketler yapılarak veriler toplanmıştır. Çalışma sonuçları işletmelerin ve işletme yöneticilerinin göz önünde bulundurması gereken önemli bilgiler içermektedir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen sonuçlar bundan sonra, örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık hakkında yapılacak çalışmalara veri oluşturabilecek ve yol gösterici olabilecektir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre ulaşılan sonuçlar şöyledir;

- Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda tüm boyutların değerleri 0,70 noktasının üzerinde tespit edilmiştir.
- Örneklemin büyük bir kısmını 26 ila 35 yaş arası çalışanların oluşturmakta olduğu görülmektedir. İşletmelerin yapısı incelendiğinde genç ve dinamik nüfusa sahip oldukları görülmektedir.
- Örnekleme dahil olan katılımcıların büyük bir kısmını erkekler oluşturmaktadır.
- Yine örneklemin büyük bir bölümünü evli çalışanlar oluşturmaktadır.
- Örneklemin eğitim seviyesi incelendiğinde oransal olarak birine yakın bir dağılım göstermekle birlikte çalışanların büyük bir çoğunluğunun üniversite

düzeyinde eğitim alması örgütün süreçlerindeki kaliteyi ve devamlılığı etkileyecektir.

- Örnekleme oluşturan çalışanların büyük bir kısmını alt ve orta düzey kademe yöneticileri ve uzmanlar oluşturmaktadır.
- Örnekleme oluşturan sektörler içerisinde imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmeler % 65,6 gibi önemli bir oranına sahiptir.
- İşletmelerin hukuki yapıları % 80,3 oranı ile A.Ş. olup, işletmelerin üretim tipi % 57 oranı ile sipariş ve sürekli üretimdir.
- Örnekleme oluşturan katılımcıların gelir düzeyleri 1000 ile 2000 TL arasındadır ve % 50,2'lik bir oranla aldıkları ücretten tatmin olmadıkları tespit edilmesine karşın % 49,8 oranında da aldıkları ücretten tatmin olanların olduğu gözlemlenmektedir.
- Örnekleme oluşturan çalışanların % 94'lük oranla çok büyük bir kısmının mesleklerini severek yaptıkları görülmektedir.
- Çalışanlar bulundukları işletmenin mesleki açıdan beklentilerini % 71,9 oranı ile karşıladıklarını düşünmektedirler.
- Örgütsel Prestij, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel vatandaşlığa dair veriler incelendiğinde hemen hemen tüm değerlerin 4 orta noktasının üzerinde olduğu görülmektedir.

Yapılan korelasyon analizi sonucuna göre;

- Örgütsel vatandaşlık ile örgütsel prestij ve örgütsel kimlik kavramlarının birbirlerini kesin olarak etkilediği ve etkileşim ise biri artarken diğeri de artması şeklinde olacağı söylenebilir.
- Örgütsel kimlik ve örgütsel prestij kavramları arasında da pozitif yönlü kuvvetli bir ilişki olduğu görülmüştür.

Örgütsel kimlik, örgütsel prestij ve örgütsel vatandaşlık kavramları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların sonuçları karşılaştırıldığında elde edilen bulguların birbirini desteklediği görülmektedir. Mignonac, Herrbach ve Guerobo, (2006) çalışmalarında kişilerin kendilerini bağlı oldukları örgütlerin kimliklerine göre kategorize ettiklerini ve şirketlerin statülerini olumlu algılamaları halinde çalışanların motive olmuş olarak hareket ettiklerini bilimsel çalışmalarla ispat etmişlerdir. Akatay, (2009) yapmış olduğu araştırmasında çalışanların örgütsel kimlik algılarının örgütsel vatandaşlık davranışını pozitif yönde etkilediğini ifade etmektedir. Marium ve Mutahir'in (2015) örgütsel prestij ile örgütsel kimlik arasında yapmış oldukları araştırma sonucuna göre, çalışanların algılanan dışsal prestij düzeyi ile örgütsel kimlik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin bulunduğu, aynı zamanda bu iki kavram arasındaki ilişkilerin çalışanların genel performansını da pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlarda yukarıda sözü edilen çalışmalarla paralellik göstermektedir. Dolayısıyla yapılan çalışmalardan anlaşılabileceği üzere, örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık hem çalışanlar hem işletmeler açısından büyük önem taşımaktadır. Çalışanın örgütü ile özdeşleşmesi onun yaptığı işi daha anlamlı bulmasını sağlar ve onu motive eder. Bu sebeple de çalışanlar kendi istekleriyle örgütlerini destekleyici davranışlara yöneleceklerdir.

Çalışma sonucunda öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- İşletmelerde örgütsel prestijin güçlenmesi için örgütsel kimlik önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle işletme yöneticilerinin bu kavramlara yönelik çalışmalar yürütmeleri önemli olmaktadır. Örgütsel kimlik ve örgütsel

prestijin güçlenmesinde çeşitli sosyal içerikli kampanyalarda yer alabilirler. Ayrıca örgütsel kimliğin güçlenmesinde şirket içi organizasyonların gerçekleştirilmesi önemli olmaktadır.

- Literatürde örgütsel prestij ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışma sayısı oldukça azdır, bu kapsamda söz konusu iki kavram arasındaki ilişkiyi inceleyecek çalışmaların yapılması gelecekte bu boşluğu doldurabilecektir.
- Diğer bir öneri olarak örgütsel prestijin algılanması konusunda da çalışmalar yapılabilir. Çünkü örgütsel prestij soyut bir kavram olduğundan araştırmalarla uzun dönemli olarak incelenmesi, farklı araştırma metotlarının kullanılması, örgütsel prestije ilişkin algılarındaki değişimin ortaya konması yararlı olabilir.
- Bu çalışmada örgütsel kimlik, örgütsel prestij ve örgütsel vatandaşlık davranışının işletmeler üzerindeki etkileri araştırılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda örneklem büyütülerek farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketlere anket uygulanabilir ve sonuçlar karşılaştırılabilir.

Bu çalışmada bu üç kavram arasındaki ilişki bütünleşik bir modelde ele alınmıştır. Bu çalışma ve diğer çalışmalardan elde edilen bilgilere göre güçlü örgütsel prestij ve örgütsel kimlik algısının çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemesinde, örgütsel başarı ve sürekliliğin oluşumunda temel itici gücü oluşturduğuna yönelik bulgular geliştirilmiştir. Böylelikle çalışanların örgütsel kimlik ve örgütsel prestij algılarının yüksek olduğu hallerde örgütlerine daha bağlı oldukları, örgütleriyle özdeşleştikleri ve beklenilenin ötesinde performans sergileyerek daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışında bulundukları sonucuna ulaşılmıştır.

Örgütsel prestij ve örgütsel kimlik işletmeler için stratejik bir varlıktır ve bu kavramların iyi yönetilmesi örgütte istenilen olumlu sonuçların elde edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Çalışmamızda örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

- ACAR, D. 2014. "Çalışanlarda Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Motivasyonun İşten Ayrılma Niyetine ve İş Tatminine Etkileri ve Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ACAR, Z. 2006. "Örgütsel Yurttaşlık Davranışı: Kavramsal Gelişimi ile Kişisel ve Örgütsel Etkileri", Doğu Üniversitesi Dergisi, 7(1), ss.1-14.
- AĞCA, Y. 2014. "Liderlik Davranışlarının Örgütsel Vatandaşlığa ve Alt Boyutlarına Etkisi: Perakende Sektöründe Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- AKATAY, A. 2009. "Çalışanların Örgütsel Kimlik Algılarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi", S.Ü. İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16, ss.300-315.
- AKBAŞ, T. T. 2010. "Örgütsel Etik İklim, Kişi-Örgüt Uyumu, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi; Görgül Bir araştırma", Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- AKGÜL, S. 2012. "İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Kimlik Algıları ile Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki", Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- AKGÜNEY, E. 2014. "Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Algılamaları ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- AKOLAŞ, A. 2004. "Bilişim Sistemleri ve Bilişim Teknolojisinin Küreselleşme Olgusu ve Girişimcilik Üzerine Yansımaları", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12, ss. 29-43
- ALTINBAŞ, B. 2008. "Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Arasındaki İlişki ve Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ALTINTAŞ, F. Ç. 2006. "Bireysel Değerlerin Örgütsel Adalet ve Sonuçları İlişkisinde Yönlendirici Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Analiz", Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 7(2), ss. 19-40.
- ARSLAN, N. T. 2004. "Örgütsel Performansı Belirleyici Bir Etmen Olarak Örgüt Kültürü ve İklimi Hakkında Bir Değerlendirme", Süleyman Demirel Üniversitesi İBBF Dergisi, 9(1), ss.203-228.
- BAKAN, İ., BÜYÜKBEŞE, T. ve BEDESTENCİ, Ç. 2004. "Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü", Aktüel Kitabevi, İstanbul, 249s.
- BAKAN, İ. 2011. Örgütsel Stratejilerin Temeli: Örgütsel Bağlılık, Gazi Kitabevi, Ankara, 343s.
- BALTAŞ, A. 2002. Ekip Çalışması ve Liderlik, Remzi Kitabevi, İstanbul, 72s.
- BAŞ, G. ve ŞENTÜRK, C. 2011. "İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Adalet, Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Güven Algılamaları", Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 17(1), ss.29-62.
- BEDÜK, A. 2014. Örgütsel Psikoloji, Atlas Akademi Yayıncılık, Konya, 312s.
- BERBER, A. 2010. "Çalışanların Örgütsel Adalet Algılamaları ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.

- BEŞİKTAŞ, İ. 2009. “İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki” Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- BİLİR, P. ve AY, Ü. 2007. “Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünün Örgüt İklimi ve Çalışanların Katılımla İlgili Algılamaları”, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 5(1), ss.43-50.
- BOYLU, Y. ve SÖKMEN, A. 2002.“Sınır Birim İşgörenlerinin Performans Değerlendirme Kriterlerine Bakışı: Ankara’daki Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, ss.167-182.
- BULUÇ, B. 2008. “Ortaöğretim Okullarında Örgütsel Sağlık ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişki”, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 6(4), ss.571- 602.
- CARMELİ, A. 2005. Perceived External Prestige, Affective Commitment, and Citizen Ship Behaviors, Organization Studies, 26(3), pp.443-464.
- CEYLAN, A. ve ÖZBAL, S. 2008. “Özdeşleşme Yoluyla Sadakat Oluşturma Üzerine Üniversite Mezunları Arasında Yapılan Bir Çalışma”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 9(1), ss.81-89.
- CHOİ, Y. ve YU, Y. 2014. “The Influence Of Perceived Corporate Sustainability On Employees and Organizational Performance”, Open Access Sustainability, pp.348-364.
- ÇAVUŞ, M. F. ve AKGEMCİ, T. 2008. “İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayisinde Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20, ss.229-244.
- ÇELİK, M. 2007. “Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bir Uygulama”, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- ÇEKMECELİOĞLU, H. G. 2007, “Yönetim Desteği, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İş Performansı Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi”, 15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, Sakarya Üniversitesi, ss.185-192.
- ÇETİN, F. 2011. “Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Açıklanmasında Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini, Kişilik ve Örgüt Kültürünün Rolü”, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- ÇETİN ÖLÇÜM, M. 2004. Dönüşümcü Liderlik Bağlamında Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Adalet, Nobel Yayınları, Ankara, 175s.
- ÇETİNKAYA, M. ve ÇİMENÇİ, S. 2014. “Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü: Yapısal Eşitlik Modeli Çalışması”, Yönetim Bilimleri Dergisi, 12(23), ss.237-278.
- ÇITAK, Z. 2010. “Motivasyon ve İş Tatmininin Örgütsel Vatandaşlık Davranışın Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- ÇİFTÇİOĞLU, A. ve TAK, B. 2009. “Algılanan Örgütsel Prestij ile Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Akdeniz Üniversitesi İ.B.F.F. Dergisi, 18, ss.100-116.
- ÇOBANOĞLU, K. F. 2008. “İlköğretim Okullarında Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Etkinlik (Denizli İli Örneği)”, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- DEMİR, P. 2007. “Aile Şirketlerinde Örgütsel Vatandaşlık: Gaziantep Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- DEMİRCİ, M. K. 2008. İşletmelerde Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Gazi Kitabevi, Ankara. 84s.

- DEMİREL, Y. 2008. "Örgütsel Güvenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Tekstil Sektörü Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma", Celal Bayar Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2), ss.179-194.
- DEMİREL, Y. ve ÖZÇINAR, M. F. 2009. "Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Tatmini Üzerine Etkisi: Farklı Sektörlere Yönelik Bir Araştırma", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(1), ss.129-145.
- DEMİRÖZ, S. 2014. "Öğretmenlerin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları, Örgütsel İmaj Algıları ve Öğrenci Başarıları Arasındaki İlişki", Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Ankara.
- DICK, R. V., KNIPPENBERG, D. V., KERSCHREITER, R., HERTEL, G., WIESEKE, J. 2008. Interactive Effects of Work Group and Organizational Identification on Job Satisfaction and Extra-Role Behavior. Journal of Vocational Behavior, 72, pp.388-399.
- DİLEK, H. 2005. "Liderlik Tarzlarının ve Adalet Algısının; Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkilerine Yönelik Bir Araştırma", Doktora Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmit.
- DİNÇEL, G. 2012. "Kurumsal İtibar ile Örgütsel Kıvanç, Duygusal Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Bir Araştırma", Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- DİNÇER, E. 2013. "Örgüt İklimi ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Kamu Kurumunda Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- DUKERİCH, J. M., GOLDEN B. R., SHORTELL S. M. 2002. Beauty is in the eyes of the beholder: the impact of organizational identification, identity and image on the cooperative behaviors of physicians, Administrative Science Quarterly, 47, pp.507-533.
- DUMAN, Ş. A., PAŞAMEHMETOĞLU, A. ve POYRAZ, A. B. 2013. "Örgütsel Kimlik Algısı, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", JOBEPs, 2(4), ss.75-89.
- DURĞUN, S. 2006. "Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim", Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(2), ss.112-132.
- DUTTON, J. E., DUKERİCH, J. M. ve HARGUAIL, C. V. 1994. "Organizational Commitment Images and Member Identification." Administrative Science Quarterly, 39, pp.239-263.
- ERDEM, O. 2009. "Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Örgüt Kültürüyle İlişkisi ve Türk Telekomünikasyon A.Ş. Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- EREN, E. 2014. Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Basım A.Ş., İstanbul, 642s.
- ERGENELİ, A. 2006. Örgüt ve İnsan, Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri Basımevi, Ankara, 264s.
- ERDOĞAN, İ. 2010. "Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- ERKEN, B. 2010. "Çalışma Ahlakının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.

- EYÜBOĞLU, E. 2008. “Kurumsal Kimlik Tanıtımını Etkileyen Faktörler: Türkiye’nin İlk 500 Kurumuna Yönelik Bir Alan Araştırması”, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- GARMON, M. 2004. The relation between organizational learning, culture, image, 238 identity and identification: An empirical study, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Touro University, California.
- GİLBERT, S. L., HEATHER, K. S. and LEİTER, M. 2010. The mediating effect of burnout on the relationship between structural empowerment and organizational citizenship behaviours, *Journal of Nursing Management*, 18, pp.339-348.
- GÖKMEN, A. 2011. “İlköğretim Öğretmenlerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ve Bu Davranışların Okul Etkililiği Üzerindeki Etkisine İlişkin Algıları”, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Denizli.
- GÜLER, A. 2003. “Dünya ile Bütünleşmede Evrensel Kimlik Sorunu”, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(1), ss.1-7.
- GÜLER, B. 2009. “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgüt İçi Çatışma Arasındaki İlişki: Sağlık Sektörü Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GÜNDOĞAN, T. 2009. “Örgütsel Bağlılık Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Uygulaması”, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Ankara.
- GÜLŞEN, U. M. 2010. “Örgütsel Adalet ve Kimliklenme”, Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- GÜRBÜZ, S. 2006. “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), ss.48-75.
- GÜRBÜZ, S. 2007. “Yöneticilerin Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının İş Tatmini ve Algıladıkları Örgütsel Adalet İle İlişkisi”, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GÜRBÜZ, S. 2010. “Algılanan Kurumsal İmajın Yöneticilerin Bazı Tutum ve Davranışlarına Etkisi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, ss.229-240.
- GÜRBÜZ, S. ve YÜKSEL, M. 2008. “Çalışma Ortamında Duygusal Zeka: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), ss.174-190.
- GÜVEN, M. 2006. “Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GÜZELCİK, E. 1999. Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı, Sistem Yayıncılık, 253s.
- HATCH, M. ve SCHULTZ, M. 2002. “The Dynamics Of Organizational Identity”, *Human Relations*, 55(8), pp.989-1005.
- İNCE, M. 2005. “Değişim Olgusu ve Örgütlerde İnsan Kaynakları Yönetiminin Değişen Fonksiyonları”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14, ss.319-339.
- JOHNSON, S. A. ve ASHFORTH, B. E. 2008. “Externalization of Employment in a Service Environment: The Role of Organizational and Customer Identification”, *Journal of Organizational Behavior*, 29, pp.287–309.

- KABATAŞ, A. 2010. “Örgütsel Sinizim ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi ve Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- KALKAN, A. 2013. “Algılanan Örgüt Kültürünün Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: Kurumsal ve Görgül Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- KAMAŞAK, R. ve BULUTLAR, F. 2008. “The Impact of Communication Climate and Job Satisfaction in Employees External Prestige Perceptions”, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 15(2), ss.133-144.
- KANGAL, E. 2009. “Kurumsal Kimlik ve İmaj Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi: Sivas Belediyesi Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- KAPLAN, İ. 2011. “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İş Tatmini İlişkisi; Konya Emniyet Teşkilatı Üzerinde Bir Uygulama”, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- KARA, A. İ. 2014. “Kurumsal Kültür, Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İmajın Kurumsal İtibar Üzerine Etkileri, Bir İşletme Örneği”, Yüksel Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KARABEY, N. C. 2005. “Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel İmaj ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- KARAMAN, A. ve AYLAN, S. 2012. “Örgütsel Vatandaşlık” K.Maraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), ss.35-48.
- KARATEPE, S. 2008. “İtibar Yönetimi Halkla İlişkilerde Güven Yaratma”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7(23), ss.77-97.
- KEÇECİOĞLU, T. 2011. Örgüt Teorisinde Yenilikler, Nobel Yayın Dağıtım A.Ş., 140s.
- KELEŞ, Y. 2009. “İş görenlerin Eğitim Düzeylerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- KILINÇ, S. 2014. “Örgütsel Adaletin, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgütsel Sinizm Tutumlarına Etkisi (Malatya İli Öğretmenleri Üzerine Bir Uygulama)”, Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- KURT, E. 2011. “Örgüt Kültürünün Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Bir Kamu Kurumu Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Eskişehir.
- KÜÇÜK, F. 2005. “İnsan Kaynakları Açısından Kurumsal İmaj”. Elazığ Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(2), ss.247-266.
- LEE, K. 2000. “Job Affect As a Predictor Organizationl Citizenship Behavior and Workplace Deviance”, Doktora Tezi, Faculty of Graduate Studies theUniversity of Western Ontorio, London.
- LUHTANEN, R. & CROCKER, J. 1992. “A collective self-esteem scale: Self evaluation of one.s social identity”, Personality and Social Psychology Bulletin, 18, pp.302-318.
- MAEL, F. ve ASHFORTH, B. E. 1992. “Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of The Reformulated Model of Organizational Identification”, Journal of Organization Behavior, 13, pp.103-123.

- MAMATOĞLU, N. 2008. "Öğretmenlerde Kimliklenme ve Kimliklenmenin İşe Yönelik Tutum ve Algıları Yordayıcılığı", Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türk Psikoloji Yazıları, 11(22), ss.47-62.
- MARIUM, H. ve MUTAHİR, H. 2015. "Role Of Perceived External Prestige and Organizational Justice İn Organizational Identification", European Online Journal of Natural and Social Science, 4(3), pp.611-625.
- MEYDAN, H. C. 2010. "Örgüt Kültürü, Örgütsel Güç ve Örgütsel Adalet Algılarının Bireyin İş Tatmini ve Örgüte Bağlılığı Üzerine Etkisi: Kamuda Bir Araştırma", Doktora Tezi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- MIGNONAC, K., HERRBACH, O. ve GUERROBO, S. 2006. "A Matter Of Prestige Examining The Role Of Perceived Organizational İmage İn Turnover İntentions Of Key People", Conference Internationale de Management Strategique, Annecy/Geneve, 13(16), pp.1-25.
- MUSTAFAYEVA, L. 2007. "Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- OBAMİRO, J. K., OGUNNAİKE, O. and OSİBANJO, A. O. 2014. "Organizational Citizenship Behaviour, Behaviour, Hospital Corporate Image and Performance", Journay of Competitiveness, 6(1), pp.36-49.
- ORGAN, D. 1997. "Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time", Human Performance, 10(2), pp.85-97.
- OKAY, A. 2005. Kurum Kimliği, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul, 291s.
- OVALIOĞLU, N. 2007. "Kurumlarda Kimlik ve İmaj Değişim Süreci: Arçelik Firması Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- ÖCEL, H. 2013. "Örgüt Kimliğinin Gücü, Algılanan Prestij ve Kişi Örgüt Uyumu ile Bağlamsal Performans Arasındaki İlişkiler: Örgütsel Bağlılığın Aracı Rolü", Türk Psikoloji Dergisi, 28(71), ss.37-53.
- ÖZBAL, S. ve CEYLAN, A. 2008. "Özdeşleşme Yoluyla Sadakat Oluşturma Üzerine Üniversite Mezunları Arasında Yapılan Bir Çalışma", C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), ss.81-111.
- ÖZDEVECİOĞLU, M. 2003. "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle Üniversite Öğrencilerinin Bazı Demografik Özellikleri Ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20, ss.117-135.
- ÖZKALP, E. ve KIREL, Ç. 2009. Örgütsel Davranış, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 295s.
- ÖZTÜRK, S. Ö. 2010. "Psikolojik Sözleşmenin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerine Etkileri", Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- PODNAR, K. 2011. "Perceived External Prestige, Organizational Identification And Organizational Commitment: An Empirical Examination" Teorija In Praksa, pp.1611-1627.
- POLAT, S. 2009. Örgütsel Güven, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 127s.
- POLAT, S. ve ARSLAN, Y. 2015. Örgütsel Yaşamda İmaj: İmaj Geliştirme ve Yönetimi, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 122s.
- SABUNCUOĞLU, Z. ve TÜZ, M. 2008. Örgütsel Psikoloji, Alfa Aktüel Yayıncılık Bursa, 424s.

- SARI, Ç. 2011. “Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi ve Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- SERİNKAN, C. ve ERDİŞ, Y. 2014. Dönüşümcü Liderlik Bağlamında Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Adalet, Nobel Yayıncılık, Ankara, 237s.
- SEZGİN, F. 2005. “Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: Kavramsal Bir Çözümleme ve Okul Açısından Bazı Çıkarımlar”, Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25(1), ss.317-339.
- SMITDHS, A., PRYUN, A. and C.B.M. VAN RIEL. 2001. “The Impact Of Employee Communication And Perceived External Prestige On Organizational Identification”, Academy of Management Journal, 44(5), pp.1051-1062.
- SÜCEDDİNOV, Ş. 2008. “Kurumsal Kimlik, Kurumsal İmaj Oluşturma Süreci ve Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ŞEHİTOĞLU, Y. 2010. “Örgütsel Sessizlik Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Algılanan Çalışan Performans İlişkisi”, Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- TAN, Ç. 2012. “İlköğretim Okul Yöneticilerinin Takım Liderlik Davranışlarının Öğretmenlerin İş Doyumu, Örgütsel Adanmışlık ve Örgütsel Vatandaşlık Düzeylerine Etkisi”, Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- TANOVA, C. ve NADİRİ, H. 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, pp.33-41.
- TASLAK, S. ve AKIN, M. 2005. “Örgüt İmajı Üzerinde Etkili Olan Faktörlere Yönelik Bir Araştırma: Yozgat İli Emniyet Müdürlüğü Örneği”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(19) ss.263-294.
- TAŞ, F. 2014. “Örgütsel Adalet, Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Sağlık Kavramları Arasındaki İlişki; Bir Alan Araştırması”, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- TAŞTAN, S., İŞÇİ, E. ve ARSLAN, B. 2014. “Örgütsel Destek Algısının İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Bağlılığa Etkisinin İncelenmesi: İstanbul Özel Hastanelerinde Bir Araştırma”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 19, ss.121-138.
- TOKGÖZ, E. ve SEYMEN AYTEMİZ, O. 2013. “Örgütsel Güven Örgütsel Özdeşleşme Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma”, Balıkesir Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Öneri Dergisi, 10(39), ss.61-76.
- TUĞCU, F. 2009. “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Motivasyon Arasındaki İlişki: Bir Anket Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- TUTAR, H. 2008. Simetrik ve Asimetrik İletişim Bağlamında Örgütsel Algılama Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 269s.
- TUTAR, H. 2010. “İş gören Yabancılaşması ve Örgütsel Sağlık İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65(1), ss.175-204.
- TUTAR, H. ve ALTINÖZ, M. 2010. “Örgütsel İklimin İş gören Performansı Üzerine Etkisi: Ostim İmalât İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65(2), ss.195-218.

- TUTAR, H. 2014. Örgütsel Psikoloji, Detay Yayıncılık, Ankara, 392s.
- TÜRKER, M. 2006. “Çalışanların Rol Tanımlamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TÜZÜN, İ. K. ve ÖZDOĞAN, F. B. 2006. “Örgütsel Kimliğin Pazar Odaklılıktaki Rolü”, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 6, ss.88-98.
- TÜZÜN, İ. K. 2006. “Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi, Uygulamalı Bir Çalışma”, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- TÜZÜN, İ. K. ve ÇAĞLAR, İ. 25-27 Mayıs 2007. “Güven, Örgütsel Kimlik Özellikleri ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi; Görgül Bir Çalışma”, XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Sakarya Üniversitesi, Sakarya. ss.525-533.
- TÜZÜN, İ. K. 2007. “Güven, Örgütsel Güven ve Örgütsel Güven Modelleri”, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13, ss.93-118.
- TÜZÜN, İ. K. ve ÇAĞLAR, İ. 2008. “Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve İletişim Etkinliği İlişkisi”, Journal Of Yaşar University, 3(9), ss.1011-1027.
- ULU, S. 2011. “Örgütsel Hizmet Odaklılık ve Algılanan Dışsal Prestijin Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- USLU, P. 2006. “Kurumsal Kimlik Oluşturmada Halkla İlişkilerin Önemi Özdilek Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- VARLI, H. 2014. “Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkiler”, Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- WILLIAMS, L. J. and ANDERSON, S. E. 1991. “Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role”, behaviors Journal of Management, 17(3), pp.601-617.
- YEŞİLTAŞ, M., TÜRKMEN, F. ve AYAZ, N. 2011. “Otel İşletmelerinde Algılanan Örgütsel Prestijin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkileri”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12(2), ss.171-189.
- YÜCEL, C. ve SAMANCI (Kalaycı), G. 2009. “Örgütsel Güven ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(1), ss.113-132.
- ZALLUHOĞLU, A. İ., TATARLAR, C. D., TURHAN, R., KESKEN, J. ve CAN, D. G. 14-16 Mayıs 2015. “Örgüt İkliminin İşletmelerin İnovatif Düşünme Eğilimleri Üzerindeki Etkileri: Bir Aile İşletmesi Uygulaması”, 23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla. ss.212-215.

[http:// www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) (Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü) (20.12.2015)

ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı – Soyadı :İbrahim KAYA
Doğum Yeri ve Tarihi :Gaziantep/İslahiye- 1979

Eğitim Durumu

Ön Lisans Öğrenimi :1998 Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Muhasebe
Lisans Öğrenimi :2003 Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
İşletme Bölümü
Bildiği Yabancı Diller :İngilizce

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar :1998-2005 Defterdarlık Memur
2005-2014 Vergi Müfettişi (Malatya,
Kahramanmaraş)
2014 Kahramanmaraş KOÖM Grup Başkanlığı
Grup Başkan Yardımcısı
2014 Hatay KOÖM Grup Başkanı
2015 Kahramanmaraş Vergi Dairesi Başkanı

İletişim

E-Posta Adresi :İbrahim_kaya@hotmail.com
Tel :03442242860

EKLER

EK 1 ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket, örgütsel prestij, örgütsel kimlik ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkileri ortaya koymak amaçlıdır. Elde edilen veriler sadece bilimsel amaçlı olarak kullanılacak olup üçüncü şahıslarla asla paylaşılmayacaktır.

Anket sorularının doğru ve samimi cevaplanması, araştırmanın geçerliliği ve doğru sonuçlara ulaşılması açısından önem taşımaktadır. Değerli zamanınızı bu çalışmaya ayırdığınız için şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Prof. Dr. İsmail BAKAN
ibakan63@hotmail.com

Doç. Dr. Burcu ERŞAHAN
bersahan@hotmail.com

Arş. Gör. Buket SEZER
buketsezer86@gmail.com

İbrahim KAYA
KSÜ/YLS Öğrencisi

Anket Soruları

Demografik Sorular

1) Cinsiyetiniz: (a) Kadın (b) Erkek

2) Yaşınız:

3) Medeni durumunuz: (a) Evli (b) Bekâr

4) Eğitim durumunuz:

(a) İlköğretim (b) Lise ve dengi okullar (c) Meslek yüksekokulu

(ç) Üniversite (Lisans) (d) Yüksek lisans (e) Doktora veya Üstü

5) İşyerinizin hukuki yapısı nedir?

(a) A.Ş. (b) Ltd.Şti. (c)Şahıs İşletmesi (ç) Kooperatif (d) Diğer Belirtiniz;...

6) Kaç yıldır şuanki pozisyonunuzda çalışıyorsunuz?

(a) 1 yıldan az (b) 1-3 Yıl (c) 4-6 Yıl (d) 7-9 yıl (e) 10 yıldan veya üstü

7) İşletmedeki pozisyonunuz?

(a) Üst Kademe Yönetici (b) Orta kademe Yönetici (c)Alt kademe yönetici

(ç) Teknisyen (d) Uzman (e) Uzman Yardımcısı (f) Diğer (lütfen belirtiniz).....

8)İşletmeniz hangi sektörlerde faaliyet göstermektedir?

a) İmalat b) Hizmet c) Satış-Pazarlama ç) Lojistik d)Finans

9) İşletmenizin üretim tipini aşağıdakilerden hangisi olarak tanımlarsınız?

()Sürekli Üretim ()Siparişe Göre Üretim

()Sipariş+Sürekli Üretim ()Diğer (Belirtiniz).....

10) Aylık gelir düzeyiniz (döner sermaye, ek ödemeler dahil):.....

11) Kaç yıldır bu meslekte çalışıyorsunuz?

12) Kaç yıldır bu firmada çalışıyorsunuz?

13) Mesleğinizi severek mi yapıyorsunuz? (a)Evet (b)Hayır

14) Çalıştığınız işletmeden aldığınız ücret tatminkâr mı? (a)Evet (b)Hayır

15)Çalıştığınız işletme mesleki açıdan beklentilerinizi karşıladı mı?(a)Evet (b)Hayır

Aşağıda yer alan ifadelere ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

Ölçek: 1. Kesinlikle Katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3. Kararsızım
4.Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum

ÖD1. İşleri yoğun olan meslektaşına gönüllü olarak yardım ederim.	1	2	3	4	5
ÖD2. İş yerinde bulunmayan meslektaşına yardım ederim.	1	2	3	4	5
ÖD3. Daha fazla üretkenlik elde etmek için diğer meslektaşlarıma da yardım ederim.	1	2	3	4	5
ÖD4. Görevim olmamasına rağmen, işe yeni başlayanlara yardımcı	1	2	3	4	5

olum.					
ÖD5. Meslektaşına yardımı olacak ise, personelimi de paylaşıyorum.	1	2	3	4	5
ÖD6. Başkalarının kişisel haklarına ve tercihlerine saygı duyarım.	1	2	3	4	5
ÖD7. Başkaları üzerinde etki yaratacak kararları onlara danışmadan almam.	1	2	3	4	5
ÖD8. Herhangi bir karar almadan önce ilgili kişilere danışırım.	1	2	3	4	5
ÖD9. Firmada yaşanan küçük olaylar, önemli olaylarmış gibi gösterilerek şikayet konusu yapılmaz.	1	2	3	4	5
ÖD10. Firma içinde alınan kararlar genellikle herkes tarafından kabul görür.	1	2	3	4	5
ÖD11. Firmada yapılan yeniliklerden dolayı çalışanlar kendilerini güvende ve mutlu hissederler.	1	2	3	4	5
ÖD12. Kişisel problemlerin çözümüne öncelik verilir.	1	2	3	4	5
ÖD13. Firmaya ilişkin dokümanlar veya broşürler dikkatlice okunur.	1	2	3	4	5
ÖD14. Firmada çalışanlar dakiktir.	1	2	3	4	5
ÖD15. Firmada yer alan programlara katılım, ortalamanın üstündedir.	1	2	3	4	5
ÖD16. Yeterli katılım olmazsa, programa katılamayan kişiler konu hakkında bilgilendirilir.	1	2	3	4	5
ÖD17. Firmada işlerin daha düzenli yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmaktadır.	1	2	3	4	5
ÖD18. Firmada yapılan toplantılara yeterli düzeyde katılım sağlanır.	1	2	3	4	5
ÖD19. Firmada yapılan toplantılarda herkes özgürce fikirlerini beyan eder.	1	2	3	4	5
Oİ20. Kendimi içinde bulunduğum firmanın bir üyesi olarak tanımlarım.	1	2	3	4	5
Oİ21. Firmanın bir üyesi olmak benim kişiliğimi gayet iyi yansıtır.	1	2	3	4	5
Oİ22. Firmam için çalışmayı seviyorum.	1	2	3	4	5
Oİ23. Firmamın menfaatlerini her zaman ön planda tutar ve düşünürüm.	1	2	3	4	5
Oİ24. Her zaman bu firmanın bir üyesi olmaktan guru duyarım.	1	2	3	4	5
Oİ25. Firmaya daha fazla katkı sağlayabilmek için daima aktif olmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
OP26. Genelde, çevremdeki insanlar çalıştığım firmaya saygı duyar.	1	2	3	4	5
OP27. Genelde, çalıştığım firma diğer insanlar tarafından iyi bir firma olarak düşünülür.	1	2	3	4	5
OP28. Genelde, çalıştığım firma diğer insanlar tarafından başarılı bir firma olarak düşünülür.	1	2	3	4	5
OP29. Firmamızda çalışan insanların büyük bir kısmı bu firmanın bölgedeki diğer firmalardan daha etkili olduğunu düşünür.	1	2	3	4	5
OP30. Çalıştığım firma çevremde bir çekim merkezi olarak algılanır.	1	2	3	4	5
OP31. Firmanın sektördeki konumundan memnunum.	1	2	3	4	5
OP32. Bu firmanın bir çalışanı olduğum için toplumda önemli bir prestije sahip olduğum düşünülmektedir.	1	2	3	4	5
OP33. Diğer firma sahipleri ve çalışanları çalıştığım firmayı küçümsemezler.	1	2	3	4	5
OP34. Tecrübelerime dayanarak söylemeliyim ki çalıştığım firma her zaman sözünde durur.	1	2	3	4	5

TEŞEKKÜRLER...