

Örgütsel Sembolizmin Örgütsel Çekicilik Üzerinde Etkisinde Örgütsel İçermenin Aracılık Rolü

The Mediating Role of Organizational Inclusion in the Effect of Organizational Symbolism on Organizational Attractiveness

ÖZET

Bu çalışmada örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik üzerindeki etkisi ve bu etkide örgütsel içerme algısının aracılık rolü incelenmiştir. Etik kurul izni alınarak Ankara OSTİM Sanayi bölgesi çalışanları üzerine gerçekleştirilen anket çalışması ile elde edilen veriler SPSS 26, AMOS ve Proce Macro V3 veri analiz programları ile analiz edilmiştir. Frekans, faktör, korelasyon, regresyon ve aracı etki araştırma model hipotezlerine göre yorumlanmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan model içinde yer alan değişken boyut ve soru önermesi yol katsayıları istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,001$) ve ölçek güvenilirlikleri (α : ,911; ,957) aralığındadır. Araştırma çerçevesinde irdelenen söz konusu değişkenler arasında ($r = ,468$ ile $r = ,510$ $p < 0,00$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu, Bootstrap 5000 yeniden örneklem seçeneği ile değerlendirilen değişkenlerin birbirlerini (β : ,684 ile ,857) aralığında etkiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilmiş sonuçlara göre, örgütsel sembolizm, örgütsel içermeyi anlamlı ve pozitif yönde, Örgütsel içerme, örgütsel çekiciliği anlamlı ve pozitif yönde, örgütsel sembolizm, örgütsel çekiciliği anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Ayrıca Örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik üzerindeki etkisinde örgütsel içermenin aracılık rolü üstelenebileceği sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Sembolizm, Örgütsel Çekicilik, Örgütsel İçerme

ABSTRACT

In this study, the effect of organizational symbolism on organizational attractiveness and the mediating role of organizational inclusion perception in this effect were examined. The data obtained by the survey study conducted on the employees of Ankara OSTİM Industrial Zone, with the permission of the ethics committee, were analyzed with SPSS 26, AMOS and Proce Macro V3 data analysis programs. Frequency, factor, correlation, regression, and mediating effect were interpreted according to the research model hypotheses. Variable dimension and question proposition path coefficients in the model created within the scope of the research are statistically significant ($p < 0.001$) and scale reliability (α : ,911; ,957). It was found that there is a positive and significant relationship between the variables examined within the framework of the research ($r = ,468$ and $r = ,510$ $p < 0.00$). It was concluded that the variables evaluated with the Bootstrap 5000 resampling option affected each other in the range (β : ,684 and ,857). According to the results, organizational symbolism affects organizational inclusion in a meaningful and positive way, organizational inclusion affects organizational attractiveness significantly and positively, organizational symbolism affects organizational attractiveness in a meaningful and positive way. In addition, it was concluded that organizational inclusion could play a mediating role in the effect of organizational symbolism on organizational attractiveness.

Keywords: Organizational Symbolism, Organizational Attractiveness, Organizational Inclusion

GİRİŞ

18. yüzyılda İngiltere de gerçekleşen sanayi devrimi sonrası çalışma hayatı ve sosyal yaşamda önemli değişimler meydana gelmiştir. İnsan emeğine artan ihtiyaç yanında kırsaldan kentlere göçün yaşanmasını ve sanayi şehirlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bunun sonucunda ise işgücü arzında bir artış ve çeşitlilik meydana gelmiştir. Emek veya işgücü piyasası her dönem çalışma hayatında önemli bir yer tutmuştur. Örgütler iş gücü piyasası içerisinde kalifiye ve yetenekli bireyleri kendi örgütleri içerisinde barındırarak insan kaynakları açısından avantajlı konumda olmayı rekabet edebilirlik açısından her zaman önemli görmüşlerdir. İş gücü piyasasında çeşitli nedenlerle artan çeşitlilik durumları örgütlerin farklı insan kaynakları yönetim politikaları izlemelerini mecburi hale getirmiştir. Klasik yönetim anlayışından başlayarak bilimsel anlamda modern yönetim anlayışlarına kadar uzanan bu süreçte çalışanların performansını ve motivasyonunu olumlu yönde etkileyecek birçok anlayış yönetim alanında uygulanmaya başlanmıştır. Çünkü çalışma hayatında bir örgüt açısından insan sermayesi oldukça önemli ve üzerinde durulması gereken konuların başında gelmektedir. Sürekli değişim gösteren çalışma yaşamında mevcut çalışanların devamlılığını sağlamak ve örgüte olan bağlılıklarını arttırmak zaman, maliyet ve rekabet edebilirlik açısından örgüte fayda sağlamaktadır.

İnsan kaynakları yönetimi örgüte kalifiye ve yetenekli çalışanları kazandırmanın yanında örgüt içerisinde bulunan kalifiye ve yetenekli çalışanları örgüt bünyesinde kalmalarını sağlayacak çalışma ve faaliyetleri uygulamaktır.

Necmettin Gül 

How to Cite This Article

Gül, N. (2023). "Örgütsel Sembolizmin Örgütsel Çekicilik Üzerinde Etkisinde Örgütsel İçermenin Aracılık Rolü", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:8, Issue:47; pp:2508-2519. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNALS.69155>

Arrival: 16 December 2022

Published: 28 March 2023

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Bireyleri örgüte çekme ve devamlılığını ve bağlılığını sağlama konusunda örgütün izlediği politikalar, örgütün imajı, örgütsel kimliğin ve örgütün itibarının önemi kadar çalışanların örgüt içinde kalmaya iten unsurlar olan örgüt kültürü, örgütün adil ve eşitlikçi davranış değerleri, katılımcı yönetim anlayışı ve örgütün çalışanlarda uyandırdığı olumlu yönde algılar önem arz etmektedir (Gatewood vd., 1993; Hatch ve Schultz, 1997; Balay, 2000; Uçkun vd., 2013; Erçetin ve Büyükgöze, 2017; Altun ve Özgenel, 2021, Güler ve Gümüştekin, 2022). Bu yönde ilişkileri inceleyen çalışmalara ek olarak bir örgütün çekiciliğinin yeni işgücünü çekme ve mevcut işgücünün devamlılığını sağlama açısından oldukça önemli olduğu birçok çalışma tarafından ortaya konmuştur (Aiman-Smith vd., 2001; Highhouse vd., 2003; Cable ve Turban, 2003; Lievens vd., 2007; Akar, 2012; Yıldız, 2013; Beenen ve Pichler, 2014; Güler ve Basım, 2015; Yücel ve Çetinkaya, 2016). Bununla birlikte bir örgütün sembolizm açısından örgütün çekiciliğine ilişkin algıları nasıl etkileyebileceği insan kaynakları yönetimi açısından tam olarak ele alınmadığı düşünülmektedir. Araştırmalar yaratıcı çalışma alanı (Maier vd., 2022), yaratıcılık algısı (Anderson vd., 2010), marka ve logo (Kaliprasad, 2006; Brunner ve Baum, 2020), eşitlik ve adil değerler (Block vd., 2016; Vardaman vd., 2018; Waterwall ve Alipour, 2021) gibi unsurlar ile sembolleşmiş örgüt kültürlerinin ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkiyi incelerken, örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik ile olan ilişkisi tam olarak ele alınmadığı söylenebilir. Bu doğrultudan yola çıkarak örgüt kültürünün bir parçası olan örgütsel sembolizm örgütsel çekiciliği etkileme ve artırma potansiyeline sahip oldukça önemli bir strateji olarak değerlendirilebilir. İlgili literatürde bu araştırma açığını kapatmak pratik ve teorik açıdan önemli gözükmektedir. Çünkü örgütlerin mevcut çalışanlarını tutma noktasında daha fazla zorlanmaya başlamaları ve örgütsel çekiciliği arttıracak yeni yolların aranması kapsamında çalışmanın önemi vurgulanmaktadır. Daha önceki çalışmalarda örgütsel sembolizm, örgütsel çekicilik ve örgütsel içerme kavramlarının birlikte çalışmaması da çalışmanın özgünlüğünü ve çalışmaya olan ihtiyacı ortaya koymaktadır. Bu temelde, bu çalışmanın genel amacı, örgütsel sembolizmin örgütsel çekiciliği nasıl etkilediğini ve bu etkileşimde örgütsel içermenin aracılık etkisinin olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda ele alınan çalışma kavramsal çerçevenin ardından yöntem ve bulgular kısmını içermektedir. Çalışma son olarak tartışma ve sonuç kısımları ile hem çalışanlara hem de yöneticilere insan kaynakları yönetimi açısından çeşitli öneriler ve değerlendirmeler sunmaktadır. Çalışmanın ilgili literatüre ve alan çalışmacılarına gelecek çalışmalar doğrultusunda katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Örgütsel Sembolizm

Sosyal bilimler alanında birçok disiplin geçmişten günümüze sembol ve sembolizm kavramları üzerine çalışmalarda bulunmaktadır. İnsan ilişkileri, etkileşim, toplumsal yapı, kültür, örgütsel yapı, örgüt kültürü vb. unsurların açıklanmasında ve anlaşılandırılmasında semboller ve sembolizm unsurları her zaman dikkat çekmiş ve çalışılmıştır. Sembol kavramı bireyler üzerinde oluşturduğu çağrışımlar kapsamında önemli bir unsur. Türk Dil Kurumuna göre sembol “*simge*”, sembolizm ise “*simgecilik*” olarak ifade edilmektedir. Simge, “*duyularla ifade edilemeyen bir şeyi belirten somut nesne veya işaret*” olarak tanımlanırken simgecilik “*olayları yorumlamaya veya inançları anlatmaya yarayan simgeler sistemi*” olarak ifade edilmektedir (<https://sozluk.gov.tr/>). Örgütsel simgeler ilk olarak 1970'lerin ikinci yarısında, örgütlerin kültürel araştırmalarına ilginin yenilediği ve hızla yayıldığı bir dönemde, örgütsel ve yönetsel çalışmalarda ortaya çıktı (Gagliardi, 2001). Bunun devamında örgütlerin sembolik açıdan ele alınması düzlemindeki çalışmalar 1980'li yıllarda örgütlerin bir anlam dünyası ortaya çıkararak sembollerle çevrelenmiş bir örgüye sahip olduğunu belirtti ve bu yaklaşım literatürde “örgütsel sembolizm, semiyotik, göstergebilim” gibi farklı nitelendirilmelerle de yer bulmaya başlamıştır (Özoğlu 2015). Örgütler açısından sembol birtakım fikirlerin, değerlerin ve duygusal anlatımların iletilmesine olanak tanıyan sosyal göstergeler olarak karşımıza çıkmaktadır (Uygun, 2011). Örgütsel semboller, anlam taşıyan olay, ilişki veya nesne gibi herhangi bir şey olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte örgütsel semboller, sözlü ifadelerin yanı sıra fiziksel nesnelere veya eserler, bireysel veya grup davranışı olabilir (Pratt ve Rafaeli, 2001). Aynı zamanda örgütsel semboller, örgüt üyelerinin ortak şekilde sahip oldukları bilinçdışı bilgi, değer, fikir ve bilişsel tasarımlarını temsil eder (Koçoğlu vd., 2016). Örgütün içinde bulunan mitler, hikayeler, ritüelleşmiş olaylar, logo, amblem, anekdotlar, şakalar vb. sembol olarak nitelendirilmiş unsurların her biri, tüm örgüt biçimlerinin ve örgüt kültürünün doğasında vardır (Dandridge vd., 1980).

Örgütsel semboller örgüt kültürü içerisinde var olan ve devamlılık arz eden unsurlardır. Gagliardi'ye (2001) göre örgütsel semboller normalde bir örgüt içindeki inançları ve kültürel değerleri ifade eden üç ana sisteme karşılık gelen üç kategoride gruplandırılır: sözel dil, davranışsal dil ve nesnelere dili. Sözel dil örgüt kültürü içerisinde sembolleşmiş jargonlardan meydana gelirken mitler, hikayeler, efsaneler, sloganlar, kişiler, olaylar ve bu unsurların anlatış biçimlerini de kapsamaktadır. Davranışsal olarak ortaya çıkan semboller ise örgüt içi kutlamalar, törenler, duygu yüklü anların davranış kalıplarına dönüşmesi olarak ifade edilebilir. Nesnelere dili olarak da örgüt kültürü içerisinde bulunan maddi eserler olan ve duyulara hitap eden binalar, mobilyalar, rozetler, bayraklar vb. unsurlar örnek olarak gösterilebilir (Trice and Beyer, 1984; Gagliardi, 1986; Gagliardi, 1990).

Örgütsel sembolizm örgüt bireylerinin zaman içerisinde içselleştirilerek anlam yükledikleri simgeler olarak örgüt kültürünün bir yansıması haline gelmektedir. Örgütsel kültür ile birlikte örgütsel kimlik üzerinde de örgütsel

semboller önemli bir etkiye sahiptir. Örgütün iç ve dış çevresinde örgütün imajı, örgütün itibarı ve örgütün bireyler üzerinde oluşturduğu algı örgütsel sembollerin taşıdığı anlamla ile bütünlük göstermektedir. Toplumsal bazda ele alındığında bir millet için bayrak, marş vb. kavramlar o milletin temsilcileri için hangi düzeyde bir önem ve değer oluşturuyorsa bir örgüt içinde kendine has ve diğerlerinden kendini ayıran semboller o düzeyde önem ve değer olarak görülmektedir. Bu özelliklerinden dolayı örgütsel semboller örgüt üyelerinde aitlik duygusunun ortaya çıkmasına da etki etmektedir. Bununla birlikte örgütün sahip olduğu semboller ve bunlara yüklenen anlamlar örgüte kalifiye ve yeni üyelerin katılması konusunda fayda sağlamaktadır. Bu kapsamda açık bir şekilde ifade edilebilir ki örgütsel semboller örgüt kültürünün ayrılmaz birer parçasıdır.

Örgütsel Çekicilik

İş çevresi giderek daha rekabetçi hale geliyor ve böylesine rekabetçi bir ortamda, yetenekli bir iş gücünü çekmek ve elde tutmak, birçok kuruluş için önemli bir stratejik öncelik haline gelmektedir (Maheshwari, 2017). Günümüz iş dünyasında insan kaynağı sermayesi oldukça önemlidir (Rynes ve Cable, 2003). İş dünyasında bulunan örgütler açısından mevcut sahip oldukları kalifiye çalışanlarını kaybetmemek, yeni örgüt üyelerine ulaşabilmek ve istihdam edebilmek oldukça önemli ve üzerinde durulması gereken başlıca faaliyetlerden biri olarak görülmektedir. Çünkü mevcut sahip olunan çalışanın kaybedilmesi birçok sürecin yeniden başlatılması ve tekrardan birçok açıdan yeni çalışana yatırım yapılması anlamına gelmektedir. Bu süreçler örgüt açısından çeşitli maliyetlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sonuçlar kapsamında kalifiye çalışanın elde tutulması veya kalifiye çalışanların örgüte kazandırılması insan kaynakları politikası açısından oldukça önemlidir.

Örgütler başarının devamlılığı konusunda daha fazla kalifiye çalışana gereksinim duyulduğunda, var olan işgücü arzı içerisinde en iyi çalışanların örgütlerini tercih etme konusundaki artan rekabetin ve yapılması gerekenlerin bilincine sahiptirler (Greening ve Turban, 2000). Örgütsel çekicilik, bir örgütün hali hazırda bulunan ve örgüte katılma ihtimali bulunan potansiyel üyeler için olumlu bir tutumu ve algılamayı nitelemektedir (Demirtaş ve Çağan, 2021). Örgütsel çekicilik, bireylerin içerisinde bulunmak istedikleri örgütü tercih etme konusunda önemlidir ve bireylerin bir örgüte katılmaya karar verme sürecini etkilemektedir (Akçay, 2014). Başka bir açıdan örgütsel çekicilik, bireyin çalışma hayatında çeşitli nedenlerden dolayı örgüte katılma arzusu olarak ifade edilmektedir (Tsai vd., 2010). Örgütsel çekicilik, bireylerin belirli örgüt hakkında içerisinde olunabilecek potansiyel bir yer olmasına yönelik ve örgüte yönelik algılanan duygu ve düşüncelerdir (Highhouse vd., 2003). Örgütsel çekicilik, bireyin örgüte karşı ortaya koyduğu, örgütte çalışmak isteyebileceği veya içerisinde bulunduğu örgütten ayrılmayı tercih etmeyeceği kadar etkili olan olumlu yönden genel tutumlar veya gözlemlerdir (Aiman-Smith vd., 2001). Çalışma hayatında örgütlerin çekiciliğini etkileyen maaş politikası, örgütün lokasyonu, insan kaynakları politikaları, kariyer olanakları, örgütün imajı ve itibarı, örgütsel özellikler, işin türü, sosyal etkiler, yaratıcı çalışma alanları, iş güvenliği gibi etmenler bulunmaktadır (Kilduff, 1990; Turban ve Keon, 1993; Honeycutt ve Rosen, 1997; Highhouse vd., 1999; Cable ve Graham, 2000; Lievens vd., 2001; Carless, 2005; Chapman vd., 2005; Van Hove ve Lievens, 2007; Van Hove ve Saks, 2011; Yıldız, 2013; Maier vd., 2022). Örgüt çekiciliği bireylerin nerede çalışmak istediklerini belirleyen en önemli faktörlerden birisi olarak görülmektedir (Anderson vd., 2010).

Örgütsel çekicilik, bireylerin kendi beklenti ve arzularını karşılayacak çalışma ortamı açısından zihinlerinde oluşan algıların örgüt tarafından ne düzeyde karşılanabileceği sinyali veren bir olgudur. Örgütler açısından bireyler tarafından tercih edilebilir bir durumda olmak birçok açıdan örgüte fayda sağlamaktadır. Bu doğrultuda örgütsel çekicilik düzeyi yüksek olan örgütler, örgütsel performans ve verimlilik açısından kalifiye çalışana ulaşma ve çalışanın devamlılığını sağlama konusunda rekabetçi iş dünyasında rakiplerinden ayrılabilirler. Örgütsel çekicilik bireylerin çalışma arzuları bağlamında tercih edilebilirlik potansiyelini arttıran önemli unsurlar yer almaktadır.

Örgütsel İçerme

Çalışanların bir gruba ait olma ve aynı zamanda benzersiz bir kimliğe sahip olma ihtiyacının içerme literatürünün temelini oluşturduğu ileri sürülmektedir (Shore vd., 2011) Örgütsel içerme kavramı “Sosyal Kimlik Teorisi” (Tajfel, 1978), “Sosyal Karşılaştırma Teorisi” (Festinger, 1954; Mullen ve Goethals, 1987) ve “Optimal Ayırt Edicilik Teorisi” (Brewer, 1991) kapsamında ele alınmış ve ortaya çıkarılmıştır (Sabharwal, 2014). Bu kapsamda bireylerin kendilerini ait hissettikleri bir örgüt içinde faaliyetle bulunmaları birey performansı ve motivasyonu açısından oldukça önemlidir. Shore ve arkadaşlarına (2011) göre bireyler temel bir aidiyet ihtiyacını karşılamak için kabul edildikleri ve kendilerini güvende hissetmelerinin sağlandığı bir gruba dahil olmaya çalışmaktadırlar. Bu doğrultuda örgütsel içerme çalışanların kendilerini güvende hissettikleri ve farklı sosyal kimliklerine rağmen değer gördükleri bir çalışma ortamı sunmaya yöneliktir (Ferdman vd., 2010).

Örgütsel içerme, bireylerin örgüt faaliyetlerine katkıda bulunmalarına ve katılmalarına izin verilme derecesidir (Miller, 1998). Bilgi ve kaynaklara erişim, çalışma gruplarına katılım ve karar verme sürecini etkileme yeteneği örgütsel içerme kapsamında değerlendirilen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Mor-Barak ve Cherin, 1998). Örgütsel içerme her bir üyenin örgütsel süreçlere tanınmasını ve ait olmasını vurgular (Bernstein vd., 2020). Bununla birlikte örgütsel içerme algısal bir kavramdır. Bu doğrultuda bireyin örgütün hem resmi hem de resmi olmayan yapısı ile kendisini ne düzeyde bir parçası olarak görmesi ile bağlantılıdır (Mor-Barak, 1999). Örgütsel

içerme farklı görüş ve bakış açılarına saygının ve eşitlikçi politikaları destekleyen bir örgütün ve işveren taahhüdünün bir birleşimidir (Bendick vd., 2010). Bu birleşenin sonucunda örgütsel içerme çerçevesinde hareket eden örgütler daha iyi çıktılara sahip olacaklardır (Stewart ve Johnson, 2009). Örgütsel içerme algısı yüksek olan çalışanların iş performansı ve örgütsel bağlılıkları pozitif yönde etkilenmektedir (Mor-Barak vd., 2001; Mor-Barak ve Levin, 2002;_Cho ve Mor-Barak, 2008). Örgütsel açıdan amaçlara ulaşmak ve bu doğrultuda çalışanların motivasyonlarını yüksek tutmak adına örgütsel içerme olgusu liderler ve yöneticiler açısından oldukça önemli bir konudur. Cottrill ve arkadaşlarına (2014) göre örgütsel içerme kültürünün olduğu örgütlerde, çalışanları normal rollerinin ve görevlerinin ötesine geçmeye fazlasıyla istekli oldukları için vatandaşlık davranışlarına katılma konusunda daha isteklidirler.

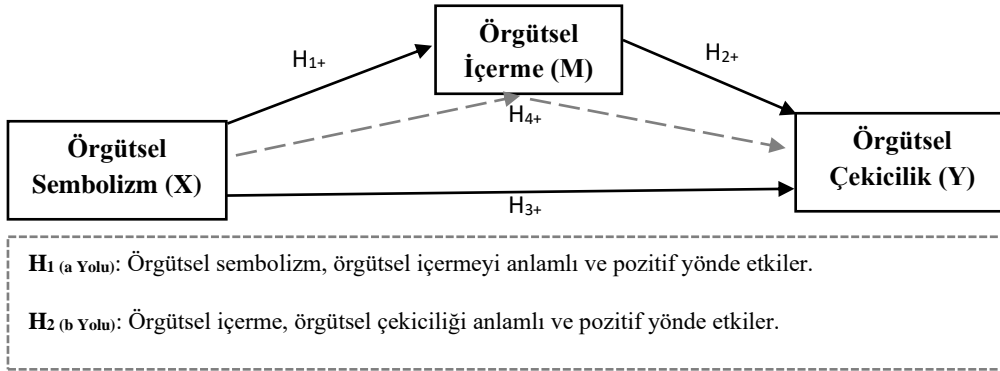
İşgücünün verimli şekilde yönetilmesi ve mevcut çalışanların örgütte devam etmesinin sağlanması açısından örgütsel içerme örgüt kültürünün önemli bir parçası olarak görülmektedir. Çalışanlar çeşitli açılardan birbirlerinden farklı hem sosyal hem kültürel hem de demografik yapıya sahiptirler. Bireyin bu farklılıklar kapsamında kendisini güvende ve değerli hissettiği çalışma ortamlarında bulunmak isteği örgütsel içerme algısı düzeyinde hem bireye hem de örgüte fayda sağlamaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik üzerinde etkisinin olup olmadığını, etkisi varsa örgütsel içermenin bu etkide aracılık rolü olup olmayacağını araştırmaktır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, elde edilen veriler anket formu ile yüz yüze toplanmıştır. Alan yazın incelemesi ile kavramsal yapısı oluşturulan çalışmanın, anket veri incelemesi ile de nicel kısmı tamamlanmıştır. Anket verilerinin değerlendirilmesinde ise AMOS, IBM SPSS Statistics 26 ve IBM SPSS Process Macro V3 eklenti programı kullanılmıştır. Frekans, Faktör ve uyum, güvenilirlik ve geçerlilik, normallik, korelasyon ve regresyon analizleri ile elde edilmiş bulgular ışığında öneri ve sonuç kısmı oluşturulmuş ve araştırma makalesi nihai haline ulaşmıştır.

Model ve Hipotezler

Araştırma çerçevesinde örgütsel sembolizm, örgütsel çekicilik ve örgütsel içermeye ilişkin model aşağıda sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Evren, Örneklem ve Etik İzni

Araştırma kapsamında veri toplayabilmek için Ankara sanayi odası 2022 verileri dikkate alınmıştır, söz konusu verilere göre Ankara OSTİM Sanayi bölgesinde çalışan yaklaşık 60.000 çalışan olduğu tespit edilmiştir. Ana evren yapısı üzerinden $n = N \cdot z_2 \cdot \sigma_2 / (N-1) \cdot H_2 + z_2 \cdot \sigma_2$ formülü ile de örneklem sayısı tespit edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2013). Formül sayesinde ana evren sayısına göre hesaplanan %95 güven aralığında, %5 kabul edilebilir hata oranı ile 382 örnekleme uygulama yapılması gerektiği belirlenmiştir. Ana evrenin büyük olması sebebi ile 750 anket formu dağıtılmış olup, geri dönüşü sağlanan 561 anketten eksik ve hatalı olanlar ayıklanarak 522 anket üzerinde analiz uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen nicel araştırmada kullanılacak anket formunun uygulanabilir etik izni, 23.11.2022-174451 sayılı kurul karar ile Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır.

Anket çalışmasına katılan katılımcılarının demografik yapıları genel hatları ile incelendiğinde yaklaşık %32'sini kadınlar, %68'ini erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaklaşık %65'i evli, %35'i bekar. Yaş dağılımlarında en çok 26-30 yaş aralığında (%39) en az ise 41-45 yaş aralığında (%9) yığılma söz konusudur. Eğitim durumları açısından en çok yığılmanın lise ve orta öğretim düzeyine (%56), en az yığılmanın Lisansüstü düzeyinde (%2) olduğu, çalışma süresi açısından ise en çok yığılmanın 1-5 yıl aralığında (%33), sonrasında 6-10 yıl (20), en az yığılmanın ise 16 yıl ve üzerinde çalışma süresinde (%8) olduğu tespit edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında kullanılacak olan veriler anket tekniği kullanılarak toplanmıştır.

Örgütsel Sembolizm Ölçeği: Örgütsel sembolizm ölçeği Coşar (2018) tarafından geliştirilmiştir. Söz konusu ölçek yönetsel ve yapısal semboller ($\alpha=0,91$), hikayesel ve söylemsel semboller ($\alpha=0,91$) ve dışa yönelik semboller ($\alpha=0,95$) olmak üzere üç boyutlu ve toplam 32 ($\alpha=0,96$) soruyu kapsamaktadır.

Örgütsel İçerme Ölçeği: Örgütsel içerme ölçeğinin orijinal soru formu Sabharwal (2014) tarafından oluşturulmuştur. Sabharwal tarafından geliştirilen orijinal ölçek, yönetsel teşvik ($\alpha=0,91$), kararlara katılım ($\alpha=0,95$) ve yönetsel adalet ve eşitlik ($\alpha=0,93$) olmak üzere 3 boyutlu, toplam 23 soruyu kapsamaktadır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması ise Palalar Alkan (2019) tarafından yapılmıştır. Palalar ve Alkan tarafından yapılan çalışmada ölçeğin açılımlayıcı faktör analiz (AFA) sonucuna göre yönetsel teşvik ve adalet ($\alpha=0,967$) ve kararlara katılım ($\alpha=0,919$) olmak üzere iki boyutta toplanabileceği ifade edilmiştir. Bu ölçek analizinde orijinal ölçek boyutlandırması olan 3 alt boyut dikkate alınarak analiz yapılmıştır.

Örgütsel Çekicilik Ölçeği: Örgütsel çekicilik ölçeğinin orijinal soru formu Highhouse vd., (2003) tarafından oluşturulmuştur. Dural vd., (2014) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçek genel çekicilik ($\alpha=0,64$), takip etme niyeti ($\alpha=0,83$) ve prestij ($\alpha=0,82$) olmak üzere 3 boyutlu, toplam 15 ($\alpha=0,89$) soruyu kapsamaktadır.

Model ve Ölçek Veri Uyum Değerleri

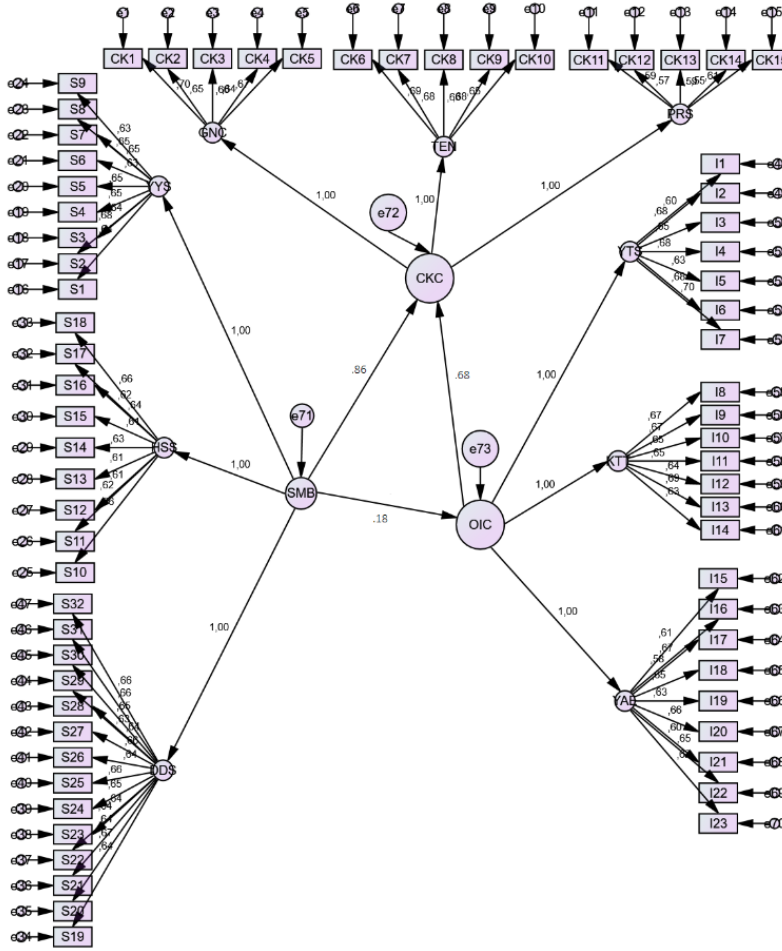
Veri çözümlenmeleri IBM AMOS V24 ile incelenmiş ve ilk adım olarak model içinde yer alan boyutlara ait ölçüm modelleri değerlendirilmiştir. Model içinde yer alan değişken boyutlarına yönelik elde edilen tüm maddelerin yol katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p<0,001$), yine standart yol katsayılarının da 0.5'in üzerinde olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle de modifikasyon indeksleri kapsamında hiçbir madde analizden çıkartılmamıştır. Elde edilen bulgular tabloda sunulmuştur (Tablo 1).

Tablo 1: Modele Yönelik Ölçeklerin Veri Uyum Değerleri

| Değişkenler (X,Y,M) | Model Uyum İndeksleri Sonucu | Mükemmel & Kabul Edilebilir Uyum İndeksleri |
|----------------------------------|------------------------------|--|
| Ki-Kare ($\Delta\chi^2$)(CMIN) | 38,804 (DF: 24, p: 0,29) | |
| CMIN/SD ($\Delta\chi^2/sd$) | 1,617 | $0 \leq \chi^2/sd \leq 2$ & $2 \leq \chi^2/sd \leq 3$ |
| GFI | ,981 | $.95 \leq GFI \leq 1.00$ & $.90 \leq GFI \leq .95$ |
| NNFI (TLI) | ,998 | $.95 \leq NNFI (TLI) \leq 1.00$ & $.90 \leq NNFI (TLI) \leq .95$ |
| NFI | ,994 | $.95 \leq NFI \leq 1.00$ & $.90 \leq NFI \leq .95$ |
| CFI | ,998 | $.95 \leq CFI \leq 1.00$ & $.90 \leq CFI \leq .95$ |
| RMSEA | 0,37 | $.00 \leq RMSEA \leq .05$ & $.05 \leq RMSEA \leq .08$ |

$\Delta\chi^2$: Ki-Kare, SD:Serbestlik Derecesi, GFI:İyilik Uyum İndeksleri, NFI: Normalleştirilmiş Uyum İndeksi, CFI: Karşılaştırılmış Uyum İndeksi, TLI: Tucker Lewis İndeksi, RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama karekökü, CMIN/SD ($\Delta\chi^2/sd$): Bağımlı Ki-Kare

Not: Tabloda yer alan mükemmel ve kabul edilebilirlik uyum indeksleri oranları yurt içi ve yurt dışı ortak kabul gören çalışmalara göre sıklıkla tercih edilen değerler olarak derlenmiştir.



Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modeline Ait Anlamli Etkiler

Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik model kapsamında, üç faktörlü modelin uyum indeksleri incelendiği zaman ki-kare değerinin ($\Delta\chi^2:38,804$, $p:0,29$) anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca $\Delta\chi^2/sd$ 'sinin (1.62) incelenmesi ile modelin geçerlilik açısından uyum ölçütlerini mükemmel derecede sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca GFI: .981; NFI: .994; CFI: .998 ve RMSEA: $0,37 \leq 0,5$ ile verilen model açısından uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo1).

Ölçek Güvenirlik Sonuçları

Ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi SPSS programı ile yapılmış olup, ölçekler ve alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik değerleri tablo halinde sunulmuştur (Tablo2).

Tablo 2: Ölçeklere Ait Güvenirlik Değerleri

| Ölçekler | Boyutlar | Cronbach's Alpha (α) | Toplam Cronbach's Alpha (α) |
|--------------------|----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Örgütsel Sembolizm | Yönetsel ve yapısal semboller | ,892 | ,957 |
| | Hikayesel ve söylemsel semboller | ,885 | |
| | Dışa yönelik semboller | ,926 | |
| Örgütsel İçerme | Yönetsel teşvik | ,865 | ,943 |
| | Kararlara katılım | ,873 | |
| | Yönetsel adalet ve eşitlik | ,893 | |
| Örgütsel Çekicilik | Genel çekicilik | ,812 | ,911 |
| | Takip etme niyeti | ,831 | |
| | Prestij | ,807 | |

Örgütsel sembolizm ölçeğinin genel Cronbach's Alpha (α : ,957) değeri ile yönetsel ve yapısal semboller (α : ,892), hikayesel ve söylemsel semboller (α : ,885) ve dışa yönelik semboller (α : ,926) alt boyutlarının güvenilirlik sonuçlarının yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel içerme ölçeğinin genel Cronbach's Alpha (α : ,943) değeri ile yönetsel teşvik (α : ,865), kararlara katılım (α : ,873) ve dışa yönelik adalet ve eşitlik (α : ,893) alt boyutlarının güvenilirlik sonuçlarının yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca örgütsel çekicilik ölçeğinin genel Cronbach's Alpha (α : ,911) değeri ile genel çekicilik (α : ,812), takip etme niyeti (α : ,831) ve prestij (α : ,807) alt boyutlarının güvenilirlik sonuçlarının yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Yapısal Modelin İncelenmesi

Tablo 3: Yapısal Modele İlişkin İnceleme Sonuçları

| Ölçüm Modeli | | Estimate | S.E | C.R | p | |
|-------------------|------|----------|------|------|--------|--------|
| Sembolizm_1.Boyut | <--- | SEMB | ,868 | | <0,001 | |
| Sembolizm_2.Boyut | <--- | SEMB | ,866 | .037 | 26,303 | <0,001 |
| Sembolizm_3.Boyut | <--- | SEMB | ,854 | .037 | 25,645 | <0,001 |
| İçerme 1.Boyut | <--- | ICRM | ,871 | | <0,001 | |
| İçerme 2.Boyut | <--- | ICRM | ,856 | .040 | 25,184 | <0,001 |
| İçerme 3.Boyut | <--- | ICRM | ,743 | .041 | 20,049 | <0,001 |
| Cekicilik_1.Boyut | <--- | CKCLK | ,874 | | <0,001 | |
| Cekicilik_2.Boyut | <--- | CKCLK | ,846 | .037 | 26,143 | <0,001 |
| Cekicilik_3.Boyut | <--- | CKCLK | ,823 | .037 | 24,847 | <0,001 |

Not: SEMB: Örgütsel Sembolizm, ICRM: Örgütsel İçerme, CKCLK: Örgütsel Çekicilik

Veri çözümlenmeleri IBM AMOS V24 ile incelenmiş ve ilk adım olarak model içinde yer alan boyutlara ait ölçüm modelleri değerlendirilmiştir. Model içinde yer alan değişken boyutlarına yönelik elde edilen tüm maddelerin yol katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p < 0,001$), yine standart yol katsayılarının da 0.5'in üzerinde olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle de modifikasyon indeksleri kapsamında hiçbir madde analizden çıkartılmamıştır.

Doğrulatoryı Faktör Analizi

Çalışmada öncelikle ölçeklerin daha önce keşfedilmiş olması yani orijinal ölçeklerin kullanılması açısından ölçeklere yönelik olarak doğrulatoryı faktör analizi (DFA) uygulanmış ve yapılan anket çalışması ile elde edilmiş verilerinin yapısal uyum gösterip göstermediği incelenmiştir (Tablo4). Bu çalışmada birincil seviye doğrulatoryı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır.

Doğrulatoryı Faktör analizi (DFA) sonucu elde edilmiş değerler aşağıda tablo halinde sunulmuştur (tablo:4).

Tablo 4: Doğrulatoryı Faktör / Yol Analizi Sonuçları

| Ölçek/Model | $\Delta\chi^2$ (CMIN) | Sd (DF) | $\Delta\chi^2/sd$ (CMIN/DFI) | RMSEA | CFI | NFI | GFI |
|--------------------|-----------------------|---------|------------------------------|-------|------|------|------|
| Örgütsel Sembolizm | 800,207 | ,461 | 1,736 | 0,38 | ,959 | ,908 | ,916 |
| Örgütsel Çekicilik | 191,711 | ,87 | 2,204 | 0,48 | ,968 | ,942 | ,953 |
| Örgütsel İçerme | 424,326 | ,227 | 1,869 | 0,41 | ,966 | ,929 | ,935 |

Serbestlik Derecesi=sd

DFA sonuçlarında $\Delta\chi^2$., SD, CMIN/SD ($\Delta\chi^2/sd$), GFI, NFI, CFI ve RMSEA değerlerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bazı çalışmalarda $\Delta\chi^2/sd$ değerinin ≤ 3 'ten küçük olması kabul edilebilir, ≤ 2 'ten küçük olması mükemmel uyum olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada $\Delta\chi^2/sd$ değeri, $1,617 \leq 2$ olarak bulunmuştur. Ayrıca GFI, NFI ve CFI değerlerinde $.95 \leq GFI, NFI$ ve $CFI \leq 1.00$ aralıklarında değer bulunması mükemmel, $.90 \leq GFI, NFI$ ve $CFI \leq .95$ aralıklarında değer bulunması halinde kabul edilebilir uyum elde edilebileceği yaygın olarak kabul görmektedir. Model değişkenlerinin almış olduğu uyum iyilikleri incelendiğinde bulguların ,916 ile ,968 aralığında olduğu, genel model uyum indeksinde se bu değerlerin ,981 ile ,998 aralıklarında olduğu tespit edilmiştir.

DFA'da RMSEA değerinin $.00 \leq RMSEA \leq .05$ aralığında olması mükemmel, $.05 \leq RMSEA \leq .08$ aralığında olması kabul edilebilir uyum indeksi olarak kabul edilmektedir. Tabachnick ve Fidel (2013:722)'e göre değerinin 0,08-0,10 aralığında olması ise vasat uyum iyiliği olarak kabul edilebileceğini öne sürmektedir. Çalışmamızda RMSEA değeri değişkenler açısından (0,38 ile ,041 aralığında), model geneli olarak ise (0,37) ile $.00 \leq RMSEA \leq .05$ mükemmel uyum sağlanabildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak elde edilmiş birincil seviye doğrulatoryı faktör analizi sonuçlarına göre modelde düşünülen ölçeklerin araştırma modelini test edebilecek düzeyde ölçek geçerliliklerine sahip olabildiği sonucuna ulaşıldığı ifade edilebilir.

Ölçekler Arası Betimleyici İstatistik ve Korelasyonlar

Tablo 5: Betimleyici istatistikler ve korelasyon bulguları

| MODEL | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Ort. | S.S | | |
|--------------------------|------|-----------|------|---------------------------|--------|------|--------|--------|--------|
| Sembolizm | <--> | İçerme | ,497 | ,037 | 13,611 | *** | 3,5623 | ,72182 | ,510** |
| Sembolizm | <--> | Çekicilik | ,433 | ,034 | 12,654 | *** | 3,5809 | ,74494 | ,468** |
| Örgütsel İçerme | <--> | Çekicilik | ,499 | ,037 | 13,818 | *** | 3,5834 | ,72776 | ,615** |
| AMOS kovaryans Sonuçları | | | | SPSS Korelasyon Sonuçları | | | | | |

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). (p < 0,01, * p < 0,05)

Ölçek değişkenleri arasında AMOS programı ile covaryans ilişki düzeyi incelendiğinde değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu, SPSS programı yolu ile incelendiğinde örgütsel sembolizm ile örgütsel içerme arasında ($r = ,510$ $p < 0,00$), örgütsel sembolizm ile örgütsel çekicilik arasında ($r = ,468$ $p < 0,00$) ve son olarak örgütsel içerme ile örgütsel çekicilik arasında da ($r = ,615$ $p < 0,00$) orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotez Test ve Model Aracılık Etki Analizleri Sonuçları

Araştırmanın bu kısmında örgütsel sembolizmin, örgütsel çekicilik üzerindeki etkisi ve bu etkide örgütsel içermenin aracılık etkisi incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda değişkenler arasında process makro analizleri yapılmıştır. Her bir hipotez sonucu ayrı ayrı ele alınmış ve daha sonrasında genel sonuçlar tablolar halinde (Tablo 6) sunulmuştur.

Tablo 6: Durumsal Etki Analiz Sonuçları

| MODEL | Yol | Sonuç Değişkenleri | | | | Örgütsel Çekicilik (Y) | | | | |
|---|-------------|------------------------------|-------|--------|-------|------------------------------|---------|--------|-------|-------|
| | | Örgütsel İçerme (M) | | | | Örgütsel Çekicilik (Y) | | | | |
| | | β | SH | %95 CI | | β | SH | %95 CI | | |
| | | LLCI | ULCI | LLCI | ULCI | | | LLCI | ULCI | |
| Örgütsel Sembolizm (X) | a | .857*** | .0233 | .8390 | .9305 | c' | .176*** | .0445 | .0885 | .2635 |
| Örgütsel İçerme (M) | - | - | - | - | - | b | .684*** | .0432 | .5999 | .7695 |
| Sabit (Constant) | \hat{I}_M | .429*** | .0847 | .2629 | .5956 | \hat{I}_Y | .504*** | .0854 | .3368 | .6723 |
| | | R ² :.734, R:.857 | | | | R ² :.731, R:.855 | | | | |
| | | F(1, 171)=1441,6586 p<.001 | | | | F(2, 519)=706,9337 p<.001 | | | | |
| * : p<.05 LLCI: Alt güven aralığı, ULCI: Üst güven aralığı, Bootstrap yeniden örnekleme=5000. | | | | | | | | | | |
| ** : p<.001 β : Beta (Standardize edilmemiş beta (b) katsayıları raporlanmıştır) | | | | | | | | | | |
| ***: p<.001 SH: Standart Hata, F: | | | | | | | | | | |

Hipotez 1: Örgütsel sembolizm, örgütsel içermeyi anlamlı ve pozitif yönde etkiler.

Bu hipotezi test etmek adına yapılmış olan analizde bağımsız değişken örgütsel sembolizmin model içinde X, aracı değişken olarak olan örgütsel içerme M olarak adlandırılmıştır. Model içindeki a yolu olarak da ifade edilen etki modelinde, (b:.857, %95CI [.8390, .9305], t:37,969, p<.001) sonucu elde edilmiş ve Standardize olmayan (β) değerinin p değerinin p<.001'den küçük olması ve (GA) güven aralıklarının 0 değerini kapsamamış olmasından dolayı iki değişken arasındaki etkileşim olduğu ve örgütsel sembolizm algısının, örgütsel içermedeki değişimi yaklaşık olarak R2 (Rsd) %73 ünü açıklayabildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç doğrultusunda Hipotez 1 desteklenmiştir.

Hipotez 2: Örgütsel içerme, örgütsel çekiciliği anlamlı ve pozitif yönde etkiler.

Hipotez 3: Örgütsel sembolizm, örgütsel çekiciliği anlamlı ve pozitif yönde etkiler.

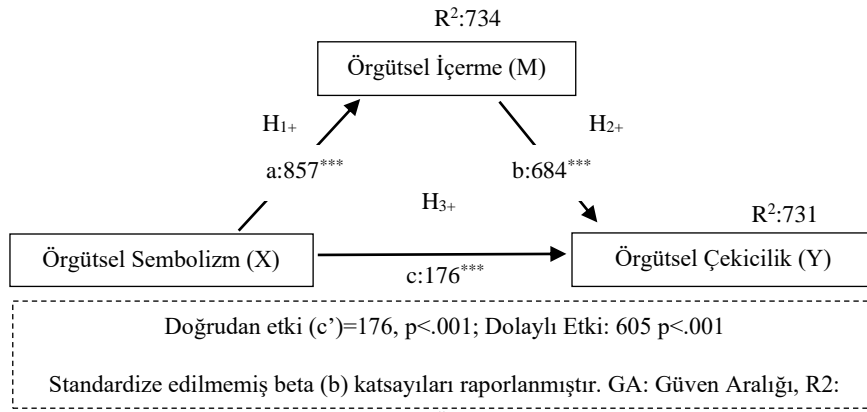
Model içinde sonuç değişkeni olarak alınmış örgütsel çekicilik (Y) üzerinde, aracı değişken olan örgütsel içerme (M) ile bağımsız değişken olan örgütsel sembolizm (X) değişkeninin birlikte etkisi c yolu ile ifade edilmiştir. Örgütsel içermenin örgütsel çekiciliği (b:.684, %95CI [.5999, .7695], t:15,865, p<.001) düzeyinde, ayrıca örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik üzerinde (b:.176, %95CI [.0885, .2635], t:3,9515, p<.001) pozitif yönde olumlu olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Aracı değişken olmadığı bir modelde, örgütsel sembolizmin (X), örgütsel çekicilik (Y) üzerindeki etkisi (c yolu) incelendiğinde toplam etkiye bakılmıştır. Burada da (b:.781, %95CI [.7269, .8366], t:28,0025, p<.001) sonucu elde edilmiş olduğundan elde edilen sonuçların H₂ ve H₃ hipotezlerini desteklediği görülmüştür.

Hipotez 4: Örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik üzerindeki etkisinde örgütsel içermenin aracılık rolü vardır.

Örgütsel sembolizmin (X) aracı değişken olan örgütsel içerme (M) vasıtası ile, örgütsel çekicilik (Y) üzerinde dolaylı ve doğrudan etkisi olup olmadığına da bakılmıştır. Bootstrap tekniği ile hesaplanan dolaysız etki derecesine göre, örgütsel içerme, örgütsel sembolizm ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkide aracılık ettiği gözlemlenmiştir. Dolaysız etki değerine bakıldığında ise, (b:.605, %95CI [.4937, .7153], t:28,0025, p<.001) sonucu ile çalışanlar arasında örgütsel sembolizm algısındaki bir birimlik yükselişin, örgütsel içerme algısının da yükseltebileceği ve dolayısı ile örgütsel çekicilik düzeyini ,605 birim artırabileceğini söylemek mümkündür. Bu sonuçların da Hipotez 4'ü desteklediğini söylemek mümkündür.

Elde edilmiş tüm bulgular model üzerinde de aşağıdaki gibi gösterilmiştir.



Şekil 3: Durumsal Etki Sonuçlarının Model Üzerinde Gösterimi

Sonuç olarak örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik üzerinde etkisinin olup olmadığının test edilmesi için oluşturulan modelde bootstrapt yöntemini esas alan ve Hayes (2018) tarafından geliştirilen IBM SPSS process makro uygulaması ile regresyon analizi yapılmış olup, 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Elde edilen sonuca göre ($b: .605$, %95CI [.4937, .7153], $t: 28,0025$, $p < .001$) de model kapsamında oluşturulmuş tüm hipotezlerin desteklendiği görülmüştür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma kapsamında örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik üzerindeki etkisi ve bu etkide örgütsel içermenin aracılık rolü ortaya konulmaya çalışılmıştır. Söz konusu değişkenleri kapsayıcı veri elde edebilmek adına, Ankara ilinde OSTİM sanayi bölgesinde çalışanlardan veri elde edilmiş ve değişkenler arası etkileşim analizinde SPSS AMOS ve Process Macro V3 veri analiz programları kullanılarak aracılık etki analizleri yapılmıştır. Bu analizler sonucu da örgütsel sembolizm, örgütsel çekicilik ve örgütsel içirme ilişki ve etkileşimlerine yönelik açıklayıcı bulgular elde edilmiştir.

Veri analizleri sonucunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Örgütsel sembolizm ile örgütsel içirme arasında pozitif yönde anlamlı ($r = .510$, $p < .00$) bir ilişki vardır. Ayrıca örgütsel sembolizm örgütsel içirme algısını 85 birim değerinde etkilemektedir, bu etkinin de %73'sini açıklayabilmektedir. Daha önce bu değişkenler arasında inceleme yapılmadığı için diğer çalışmalarla elde edilmiş bulgular karşılaştırılamamıştır.

Örgütsel içirme ile örgütsel çekicilik arasında pozitif yönde anlamlı ($r = .615$, $p < .00$) bir ilişki vardır. Ayrıca örgütsel içirme örgütsel çekicilik algısını 68 birim değerinde etkilemektedir. Daha önce bu değişkenler arasında inceleme yapılmadığı için diğer çalışmalarla elde edilmiş bulgular karşılaştırılamamıştır.

Örgütsel sembolizm ile örgütsel çekicilik arasında pozitif yönde anlamlı ($r = .468$, $p < .00$) bir ilişki vardır. Ayrıca örgütsel sembolizm örgütsel çekicilik algısını 18 birim değerinde etkilemektedir. Yine daha önce bu değişkenler arasında inceleme yapılmadığı için diğer çalışmalarla elde edilmiş bulgular karşılaştırılamamıştır.

Örgütsel sembolizm, örgütsel çekicilik algısını etkilerken, örgütsel içirme aracılık rolü üstlenmektedir. Örgütsel sembolizmin örgütsel çekicilik etkisinde tam ve kısmi etki değerleri orta düzeydedir.

Bu bulgular sonucunda örgütsel sembolizm ile örgütsel içirme algısının örgütsel çekicilik algısında artış gösterebileceğini ifade etmek mümkündür. Örgütsel çekicilik algısının olumlu olarak oluşturulabildiği işletme yapılarında, çalışan performansı, etkinlik, verimlilik gibi örgütsel ve çalışan düzeydeki amaçlara ulaşılması yönünde bir ortam oluşabileceği mantıksal olarak da beklenen sonuç olarak düşünülebilir. Bu sebeple örgütsel çekiciliği artırıcı yönde örgütsel sembollere ve örgütsel içirme sağlayıcı etmenlere eşit düzeyde ağırlık verilmesi tavsiye edilebilir. Kaldı ki elde edilen bulgular da bunu düşünceyi destekler niteliktedir.

Mevcut çalışmada örgütsel sembolizm, örgütsel içirme ve örgütsel çekicilik algılarının alan yazında bir arada ele alınmamış olması çalışmanın özgünlüğü açısından önemlidir. Belirtmek gerekir ki, bu sonuçlar sadece belirli örneklem grubu üzerinde yapılmış anket verilerinin analizi ile gerçekleştirildiğinden, çalışmanın diğer sektörlerle genellemesi yapılamayacak olması araştırmanın kısıtı olarak karşımıza çıkacaktır. Ayrıca araştırma veri toplama süresini belirli zaman diliminde yapılması, anket formunun doldurulma süresinin uzun olmasından dolayı iş yoğunluğu olan çalışanlardan sağlıklı veriler elde edilememiş olması olasılığını da arttırmaktadır. Bu nedenle de çalışmanın diğer sektörlerde ve farklı örneklem gruplarında uygulanması, yapılacak diğer çalışmalar açısından öneri olarak sunulabilir.

KAYNAKÇA

- Aiman-Smith, L., Bauer, T. N. ve Cable, D. M. (2001). Are you attracted? Do you intend to pursue? A recruiting policy-capturing study. *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 219-237.
- Akar, C. (2012). Üniversite seçimini etkileyen faktörler: İktisadi ve idari bilimler öğrencileri üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), 97-120.
- Akçay, A. D. (2014). Örgütsel çekicilik bağlamında otel işletmelerini rakiplerinden ayıran özellikler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (1), 175-186.
- Altun, E. ve Özgenel, M. (2021). Örgütsel imajın örgütsel bağlılığa ve performansa etkisi: üniversite çalışanları üzerine bir inceleme. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(2), 348-359.
- Anderson, M. H., Haar, J. ve Gibb, J. (2010). Personality trait inferences about organizations and organizational attraction: An organizational-level analysis based on a multi-cultural sample. *Journal of Management, Organization*, 16 (1), 140-150.
- Balay, R. (2000). *Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık*. Nobel Yayınları.
- Beenen, G. ve Pichler, S. (2014). Do i really want to work here? Testing a model of job pursuit for MBA interns. *Human Resource Management*, 53(5), 661-682.
- Bendick, M., Lou Egan, M. ve Lanier, L. (2010). The business case for diversity and the perverse practice of matching employees to customers. *Personnel Review*, 39 (4), 468-486.
- Bernstein, R. S., Bulger, M., Salipante, P. ve Weisinger, J. Y. (2020). From diversity to inclusion to equity: A theory of generative interactions. *Journal of Business Ethics*, 167(3), 395-410.
- Block, J. H., Fisch, C. O., Lau, J., Obschonka, M. ve Presse, A. (2016). Who prefers working in family firms? An exploratory study of individuals' organizational preferences across 40 countries. *Journal of Family Business Strategy*, 7(2), 65-74.
- Brewer, M. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 475-482.
- Brunner, C. B. ve Baum, M. (2020). The impact of brand portfolios on organizational attractiveness. *Journal of Business Research*, 106, 182-195.
- Cable, D. M. ve Turban, D. B. (2003). The Value of organizational reputation in the recruitment context: A brand-equity perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(11), 2244-2266.
- Cable, D.M. ve Graham, M.E. (2000). The determinants of job seekers' reputation perceptions. *Journal of Organizational Behavior*, 21, 929-947.
- Carless, S. A. (2005). Person–job fit versus person–organisation fit as predictors of organisational attraction and job acceptance intentions: A longitudinal study, *Journal of Occupational and Organisational Psychology*, 78(3), 411-429.
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S.A., Piasentin, K. A. ve Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90, 928-944.
- Cho, S. ve Mor-Barak, M. E. (2008). Understanding of diversity and inclusion in a perceived homogeneous culture: A study of organizational commitment and job performance among Korean employees. *Administration in Social Work*, 32(4), 100-126.
- Coşar, B. (2018). *Aile şirketlerinde örgütsel sembolizmin örgütsel bağlılık ve firma performansı üzerindeki etkisi: Bir ölçek geliştirme çalışması*. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Cottrill, K., Denise Lopez, P. ve C. Hoffman, C. (2014). How authentic leadership and inclusion benefit organizations. *Equality, Diversity and Inclusion*, 33(3), 275-292.
- Dandridge, T. C., Mitroff, I. ve Joyce, W. F. (1980). Organizational symbolism: A topic to expand organizational analysis. *Academy of Management Review*, 5(1), 77–82.
- Demirtaş, Z. ve Çağan, H. (2021). Öğretmenlerin örgütsel çekicilik ile iş doyumu algıları arasındaki ilişki. *Elektronik Eğitim Bilimleri Dergisi*, 10(20), 295-309.
- Dural, S., Aslan, G., Alınç, M. ve Araza, A. (2014). Örgütsel çekicilik bir ölçek uyarlama çalışması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 15(2), 141-154.
- Erçetin, Ş. Ş. ve Büyükgöze, H. (2017). Üniversite öğrencilerinin işe başvurma niyetinde örgütsel imaj algılarının rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 61-77.
- Ferdman, B. M., Avigdor, A., Braun, D., Konkin, J., ve Kuzmycz, D. (2010). Collective experience of inclusion, diversity, and performance in work groups. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 11, 6-26.

- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Gagliardi, P. (1986). The creation and change of organizational cultures: a conceptual framework. *Organization Studies* 2, 117-134.
- Gagliardi, P. (2001). *Myths and Symbols: Organizational*. (Editör: Neil J. Smelser ve Paul B. Baltes), International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Elsevier Ltd., 10278-10281.
- Gagliardi, P. (Ed.). (1990). *Symbols and artifacts: Views of the corporate landscape*. Walter de Gruyter.
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A. ve Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate image, recruitment image and initial job choice decisions. *Academy of Management Journal*, 36(2), 414-427.
- Greening, D. W. ve Turban, D. B. (2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, 39(3), 254-280.
- Güler, M. ve Basım, H. N. (2015). Adayların kuruma katılma niyetlerinde örgütsel çekicilik ve kurumsal itibarın etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(2), 115-126.
- Güler, M. ve Gümüştekin, G. (2022). Örgüt kültürünün kadın çalışanların örgütsel bağlılığına ve performansına etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 246-260.
- Hatch, M. J. ve Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356-365.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. The Guilford Press.
- Highhouse, S., Lievens, F. ve Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986-1001.
- Highhouse, S., Zickar, M. J., Thorsteinson, T. J., Stierwalt, S. L. ve Slaughter, J. E. (1999). Assessing company employment image: An example in the fast food industry. *Personnel Psychology*, 52, 151-172.
- Honeycutt, T. L. ve Rosen, B. (1997). Family friendly human resource policies, salary levels and salient identity as predictors of organizational attraction. *Journal of Vocational Behavior*, 50 (2), 271-290.
- Kaliprasad, M. (2006). The human factor I: Attracting, retaining, and motivating capable people. *Cost Engineering*. 48(6), 20-26.
- Kilduff, M. (1990). The interpersonal structure of decision making: A social comparison approach to organizational choice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 47, 270-288.
- Koçoğlu, İ., Akgün, A. E. ve Keskin, H. (2016). The collective unconscious at the organizational level: The manifestation of organizational symbols. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 296-303.
- Lievens, F., Decaestecker, C., Coetsier, P. ve Geirnaert, J. (2001). Organizational attractiveness for prospective applicants: A person organisation fit perspective. *Applied Psychology: An International Review*, 50(1), 30-51.
- Lievens, F., Van Hoye, G. ve Anseel F. (2007). Organizational identity and employer image: Towards a unifying framework. *British Journal of Management*, 18, 45-59.
- Maheshwari, V., Gunesh, P., Lodorfos, G. ve Konstantopoulou, A. (2017). Exploring HR practitioners' perspective on employer branding and its role in organisational attractiveness and talent management. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(5), 742-761.
- Maier, L., Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Meinel, M., Eismann, T. ve Voigt, K. I. (2022). Saw the office, want the job: The effect of creative workspace design on organizational attractiveness. *Journal of Environmental Psychology*, 80, 1-15.
- Miller, F. A. (1998). Strategic culture change: the door to achieving high performance and inclusion. *Public Personnel Management*, 27(2), 151-160.
- Mor-Barak, M. E. (1999). Beyond affirmative action: Toward a model of diversity and organizational inclusion. *Administration in Social Work*, 23(3-4), 47-68.
- Mor-Barak, M. E. ve Cherin, D. A. (1998). A tool to expand organizational understanding of workforce diversity: Exploring a measure of inclusion-exclusion. *Administration in Social Work*, 22(1), 47-64.
- Mor-Barak, M. E. ve Levin, A. (2002). Outside of the corporate mainstream and excluded from the work community: A study of diversity, job satisfaction, and well-being. *Community, Work and Family*, 5(2), 133-157.
- Mor-Barak, M. E., Findler, L. ve Wind, L. (2001). International dimensions of diversity, inclusion, and commitment in work organizations. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 2(2), 72-91.
- Mullen, B., ve Goethals, G. R. (1987). *Theories of group behavior*. Springer Verlag.

- Özoğlu, E. A. (2015). *Okul kültürünün sembolik açıdan çözümlenmesi: Etnografik bir çalışma*. Doktora Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Palalar-Alkan, D. (2019). Örgütsel içerme ölçeğinin türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(2), 629-643.
- Pratt, M. G. ve Rafaeli, A., (2001), Symbols as a language of organizational relationships. *Research in Organizational Behavior*, 23, 93-132.
- Rynes, S.L. ve Cable, D.M. (2003). *Recruitment research in the twenty-first century*. In W.C. Borman, D.R. Ilgen, & R.J. Klimoski (Eds.), *Handbook of psychology: Industrial and organizational psychology, Vol. 12* (pp. 55–76). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sabharwal, M. (2014). Is diversity management sufficient? Organizational inclusion to further performance. *Public Personnel Management*, 43(2), 197-217.
- Shore, L. M., Randel, A. E., Chung, B. G., Dean, M. A., Ehrhart, K. H. ve Singh, G. (2011). Inclusion and diversity in work groups: A review and model for future research. *Journal of Management*, 37, 1262-1289.
- Stewart, M. M. ve Johnson, O. E. (2009). Leader—Member exchange as a moderator of the relationship between work group diversity and team performance. *Group & Organization Management*, 34, 507-535.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press.
- Trice, H. M. ve Beyer, J. M. (1984). Studying organizational cultures through rites and ceremonials. *Academy of Management Review*, 4, 653-669.
- Tsai, W. C. ve Yang, I. W. F. (2010). Does image matter to different job applicants? The influences of corporate image and applicant individual differences on organizational attractiveness. *International Journal of Selection and Assessment*, 18(1), 48-63.
- Turban, D. B. ve Keon, T. L. (1993). Organizational attractiveness: An interactionist perspective. *Journal of Applied Psychology*, 78(2), 184-193.
- Uçkun, G., Uçkun, S., Demir, B., Gültekin, A. ve Gültekin, A. (2013). Örgüt kültürünün yapısı ve insani ilişkiler ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi: Kocaeli Üniversitesi idari personel örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 3(3), 69-91.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. Detay Yayıncılık.
- Uygun, Z. (2011). *Örgüt kültürünün kadın çalışanların kariyer gelişimleri üzerine etkisi*. Doktora Tezi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Fırat Üniversitesi, Elâzığ.
- Van Hoye, G. ve Lievens, F. (2007). Social influences on organizational attractiveness: Investigating if and when word-of-mouth matters. *Journal of Applied Social Psychology*, 37, 2024-2047.
- Van Hoye, G. ve Saks, A. M. (2011). The instrumental-symbolic framework: Organisational image and attractiveness of potential applicants and their companions at a job fair. *Applied Psychology*, 60(2), 311-335.
- Vardaman, J. M., Allen, D. G. ve Rogers, B. L. (2018). We are friends but are we family? Organizational identification and nonfamily employee turnover. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(2), 290-309.
- Waterwall, B. ve Alipour, K. K. (2021). Nonfamily employees' perceptions of treatment in family businesses: Implications for organizational attraction, job pursuit intentions, work attitudes, and turnover intentions. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3), 1-15.
- Yıldız, M. (2013). Algılanan kişi-örgüt uyumu, tanınırlık, imaj, örgütsel çekicilik ve işe başvurma niyeti arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(1), 153-173
- Yücel, İ. ve Çetinkaya, B. (2016). Birey-Örgüt uyumu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide cinsiyetin rolü: Kayseri örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 17-30.