



Seyahat Acentelerinde İşveren Marka Algısı, Algılanan Örgütsel Destek ve İşe Adanmışlık İlişkisinin İncelenmesi (Examining the Relationship among Employer Brand Perception, Perceived Organizational Support and Work Engagement in Travel Agencies) **

* Sezai SARIİBRAHİMOĞLU^a , Paşa Mustafa ÖZYURT^b 

^a Istanbul University, Institute of Social Sciences, Istanbul/Türkiye

^b Giresun University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Giresun/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 19.03.2023

Kabul Tarihi: 29.05.2023

Anahtar Kelimeler

İşe adanmışlık

İşveren marka algısı

Örgütsel destek algısı

Hizmet sektörü

Seyahat acentesi

Öz

İşgörenlerin işe adanmışlık düzeyleri, örgütlerin performansını etkileyen önemli bir unsurdur. Bu bakımdan işgörenlerin adanmışlık düzeyleri üzerinde belirleyici olan faktörlerin anlaşılması özellikle emek yoğun işletmeler için hayati önemdedir. Bu kapsamda, bu araştırma çalışanların işe adanmışlık düzeylerini, işveren marka algısı ve örgütsel destek algısı üzerinden incelemektedir. Nicel araştırma yöntemlerine dayalı olarak yürütülen bu çalışma kapsamında, Eylül 2021- Şubat 2022 tarihleri arasında A grubu seyahat acentesi çalışanlarından 332 geçerli anket toplanmıştır. Araştırma bulguları işgörenlerin işe adanmışlık düzeylerinin örgütsel destek algısı ve işveren marka algısından yüksek düzeyde etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bulgulara göre, işveren marka algısının gelişim değeri ve uygulama değeri alt boyutlarının işgörenlerin işe adanmışlık düzeyi üzerinde en fazla etkiye sahip boyutlar olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber, algılanan örgütsel desteğin ise işe adanmışlığın dinçlik ve adanma boyutları üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel destek algısının ise işveren marka algısının tüm alt boyutları üzerinde anlamlı etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları işgörenlerin işe adanmışlık seviyelerini artırmak için örgütsel desteğin ve olumlu bir işveren marka algısı yaratmanın önemli olduğu ortaya koymaktadır.

Keywords

Work engagement

Employer brand perception

Perceived organizational support

Service industry

Travel agency

Abstract

Employees' work engagement level is an important factor affecting the performance of organizations. In this respect, it is vital to understand the factors that impact the engagement level, especially for labor-intensive businesses. In this context, the study examines the work engagement level of employees through employer brand image and perceived organizational support. A total of 332 valid questionnaires were collected from a group travel agency employees between September 2021 and February 2022 for the study that based on quantitative research methods. The research findings reveal that the level of work engagement of the employees is highly affected by the perception of organizational support and employer brand. The findings indicate that the development value and application value dimensions of employer brand perception have the most impact on the level of work engagement. In addition, the results reveal that the effects of perceived organizational support on the vigor and dedication dimensions of work engagement were significant. Finally, the effects of organizational support on employer brand perception were found to be highly significant for all sub-dimensions. The findings indicate the importance of organizational support and creating a positive employer brand perception in order to increase the level of work engagement.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: sezaisariibrahimoglu@gmail.com (S. Sariibrahimoglu)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1226

** Bu çalışma, Sezai SARIİBRAHİMOĞLU'nun Giresun Üniversitesi, Ekoturizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda, Dr. Öğr. Üyesi Paşa Mustafa ÖZYURT danışmanlığında hazırlanmış olduğu İşveren Marka Algısı, Örgütsel Destek ve İşe Adanmışlık İlişkisinin İncelenmesi: Seyahat Acentesi Çalışanları Üzerine Bir Uygulama başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.