

Psikolojik İklim ve Duygusal Bağlılık İlişkisinde Duygu Gösterim Kurallarının Aracılık Rolü: Oteller Üzerine Bir Araştırma

The Mediating Role of Emotional Display Rules on Relationship Between Psychological Climate and Emotional Commitment: A Research on Hotels

Yrd. Doç. Dr. Caner ÇALIŞKAN

Adıyaman Üniversitesi
Turizm Fakültesi

E-posta: ccaliskan@adiyaman.edu.tr

Orcid Id: 0000-0002-7774-1769

Arş. Gör. Dr. Bekir Bora DEDEOĞLU

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

E-posta: b.bora.dedeoglu@nevsehir.edu.tr

Orcid Id: 0000-0002-0722-3392

Öz

Örgütsel çalışma ortamı, işgörenlerin psikolojik, davranışsal ve duygusal durumlarını etkileyen ve bu durumlardan etkilenen sosyal bir etkileşim alanıdır. Özellikle örgütsel iklimin algısal boyutunu betimleyen psikolojik iklim söz konusu durumların düzlemini oluşturmaktadır. Diğer yandan duygu gösterim kuralları ve duygusal bağlılık düzeyi bu düzlemde beliren yakın ilişkili diğer kavramlar olmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı ilgili üç değişken arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaçla Nevşehir yöresinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan işgörelere toplamda 150 anket uygulanmış ve geri dönüş sağlanan anketlerden 104 tanesi anlamlı bulunarak analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modellemesinin kısmi en küçük kareler yönteminden (KEKK-YEM) yararlanılmıştır. Buna ek olarak duygu gösterim kurallarının psikolojik iklim ve duygusal bağlılık ilişkisindeki aracılık rolünün incelenmesinde B-K yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda psikolojik iklim-duygu gösterim kuralları ve duygu gösterim kuralları-duygusal bağlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunurken, psikolojik iklim ve duygusal bağlılık arasında herhangi anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. B-K analizi sonucunda ise duygu gösterim kurallarının psikolojik iklim ve duygusal bağlılık arasında tam aracılık görevi üstlendiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik iklim, Duygu gösterim kuralları, Duygusal bağlılık, Otel işletmeciliği

Abstract

Organizational work environment is a social interaction domain which affects and is by workers' psychological, behavioral and emotional conditions. Particularly, psychological climate that describes the perceptual dimension of organizational climate constitutes the background of the subject. On the other side, emotional display rules and emotional commitment are the other affined notions that occur in this background. In this regard, the purpose of this study is to analyze the relations among those three variables. For this purpose, a survey was conducted ęf on 150 employees who work at 4 and 5 stars hotels in Nevşehir Province. 104 surveys were analyzed depending on significance level. While testing hypotheses, the least-square technique of structural equation modeling is used. In addition, B-K method is used for examining ęf the mediating role of emotional display rules on relationship between psychological climate and emotional commitment. Research findings indicate that; there is a meaningful and positive relation between psychological climate-emotional display rules and emotional display rules-emotional attachment. No meaningful relation between psychological climate and emotional attachment has been observed. As a result of the analysis of the B-K method it has been seen that emotional display rules have mediating role on relationship between psychological climate and emotional commitment.

Keywords: Psychological climate, Emotional display rules, Emotional commitment, Hotels

1. Giriş

Örgütsel çalışma ortamı işgörenlerin psikolojik, sosyal ve davranışsal özelliklerine kurumsal bir zemin oluşturmaktadır (Uzunçarşılı ve Özdayı, 1997; Cemaloğlu, 2007). Diğer yandan örgüt ortamı, çeşitli davranış şekillerinin oluşmasında veya tutumların olumlu veya olumsuz şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Elbette bu durumun oluşmasında örgüt içinde hâkim olan etkileşim alanının ve bu alanın neden olduğu işgören algısının payı büyüktür. Nitekim bir örgütün sahip olduğu hedefler, amaçlar, politikalar ve bireysel ilişkiler beraberinde davranış, tutum ve hatta algılama yönünü belirleyen bir anlam da taşımaktadır (Kiewitz ve diğ., 2002; Uysal ve Aydemir, 2014: 1558). Benzer bir ifade ile çalışma ortamı, gerek örgütün sahip olduğu koşulların gerekse de işgörenlerin çeşitli açılardan sergilemiş oldukları bireysel tepkilerin sonucunda bütünlük kazanmaktadır (Covin ve Slevin, 1991; Ergeneli, 1995; Brown ve Leigh, 1996). Bu bağlamda çalışma ortamını karakterize eden bazı önemli kavramlar belirlemektedir. Örneğin duygu gösterim kuralları çalışanlar arası rol etkileşiminde belirleyici olurken (Diefendorff, ve diğ., 2006) duygusal bağlılık bu rollerin verimliliğinde etkili olabilmektedir (Chen ve Francesco, 2003). Her iki kavramdan hareketle öne çıkan psikolojik iklim ise söz konusu rollerin işaret ettiği örgütsel ortamı algısal düzlemde anlamlandırmaktadır (Schulte ve diğ., 2006).

Konuya yönetim boyutundan bakıldığında bahsi edilen üç kavramın işletme ve işgörenlerin başarısı açısından somut deliller sunduğu düşünülmektedir. Bu durumun otel işletmeleri açısından ise farklı bir anlam ve değer taşıdığı söylenebilir. Şöyle ki ana dinamiğini çalışanların duygusal, davranışsal ve psikolojik etkileşiminin nitelediği otel işletmelerinin başarısı birey temelinde başlayıp örgüt çatısında bütünleşen bir ilişki silsilesi barındırmaktadır. Dahası bu çatı altında bireysellikten takım oluşturmaya ve en nihayetinde bir çıktı oluşturmaya değin her bir aşamanın ana motivasyonu, yine çalışanların sahip olduğu söz konusu etkileşim değerleri olmaktadır. Dolayısıyla bu kavramların aynı paydada ele alınması ve aralarındaki ilişki yapısının ortaya koyularak incelenmesi önemli görülmektedir. Bu amaçla psikolojik iklim, duygu gösterim kuralları ve duygusal bağlılık arasındaki ilişki incelenerek sonuçlar ekseninde öneriler sunulmuştur.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Psikolojik İklim

Psikolojik iklim, işgörenlerin algıladıkları ve anlamlandırdıkları çalışma ortamını ifade eder (Brown ve Leigh, 1996). Taşıdığı anlamla birlikte, kavramın ilgili alanyazında çokça bahsedilen örgütsel iklimle aynı ekseninde ele alındığı görülmektedir. Örneğin Karcıoğlu (2001) psikolojik iklimi örgütsel iklim düzleminde ele almış ve örgütün algılanan ortamını ifade eden psikolojik bir terim olarak tanımlamıştır. Ancak şunu belirtmek gerekir ki örgütsel iklim örgüte özgü genel karakter bütünlüğünü yansıtırken, psikolojik iklim söz konusu karakterin çalışanlarca nasıl algılandığını betimlemektedir (Martin, Jones ve Callan, 2005; Tutar ve Altınöz, 2010; James ve Sells, 1981). Benzer söylemle psikolojik iklim, işgörenlerin bireysel özelliklerinin işaret ettiği psikolojik ve algısal unsurlarla beraber örgütsel iklimden farklılaşmaktadır (Kickul ve Liao-Troth, 2003). Buradan hareketle işgörenlerin psikolojik ve algılama düzleminde oluşan özelliklerin örgütsel iklim çerçevesinde çizildiği söylenebilir (James ve diğ., 2008; Schyns, van Veldhoven ve Wood, 2009). Ayrıca kavramın bu özelliğiyle örgütsel sorunların çözümünde önemli bir değişken olduğu düşünülmektedir. Nitekim psikolojik iklimin doğru analizi, yönetici ve işgören arasında doğru iletişimin kurulması ve olası sorunların fark edilmesi açısından öngörü sağlayabilmektedir (Çekmecelioğlu, 2006).

Psikolojik iklimin belirgin bir özelliği de işgören davranışlarıyla olan ilişkidir. Parker ve diğerlerinin (2003) yapmış olduğu bir araştırmada kavramın işgörenlerin davranışlarıyla oldukça güçlü bir ilişkisi olduğu ortaya koyulmuştur. Buna göre psikolojik iklimin algılanmasıyla işgörenlerin davranışları arasında doğrusal bir ilişkinin bulunduğu savunulmaktadır (akt. Martin ve Bush, 2006; Larsson, ve diğ., 2008).

2.2. Duygu Gösterim Kuralları

Davranış konusunun önemli bir boyutu olan duygu gösterim kısaca, bireylerin gözlemlenebilir hisleri olarak tanımlanabilir (Becerra, Amos ve Jongenelis, 2002: 641). Bu noktada çoğu örgütler olumlu müşteri etkileşimi ve kurumsal amaçlar açısından çalışanların duygu gösterimlerini yönetme ihtiyacı duyar. Bu ihtiyaç ise duygu gösterim temelinde bazı kuralları beraberinde getirmektedir (Diefendorff, ve diğ., 2010). Özellikle işgören davranışının hizmet algısını doğrudan etkilediği örgütlerde çalışanların yönetim tarafından belirlenen bazı davranış kurallarına uyması beklenmektedir (Özdemir, Yalçın ve Akbıyık, 2013). Örneğin sunulan hizmetin soyut yapıda olduğu turizm işletmelerinde çalışanlardan beklenen en önemli özellik, müşteriye karşı samimi ve içten bir davranış sergilemeleridir. Ne var ki müşterilerin ve yöneticilerin beklentileri doğrultusunda davranış sergileyen çalışanlar, yaptıkları işe duygusal bir çaba katarak sundukları hizmetin kalitesini de artırabilmektedir (Akoğlan Kozak ve Güçlü, 2008).

Konuya işgören özelinden bakıldığında, özellikle turizm sektöründe yer alan işletmeler açısından farklı bir anlam ortaya çıkmaktadır. Buna göre duygu gösterim kuralları, işleyiş sürecinin karmaşık olduğu turistik işletmelerde aranan bir düstur olmakta ve bunu benimsemeyen işgören bir süre çalışsa dahi mevcut ortama ayak uyduramamaktadır (Eroğlu, 2010). Esasında duygu gösterim kurallarının uygulanmasında yatan anlam, çoğu örgütün müşteri ilişkileri ve sunulan hizmet açısından belirli bir standardın yakalanmasıdır. Dolayısıyla bu amaca ulaşmak için birçok yönetici duygu gösterim kurallarının oluşturulması ve uygulanması konularına önem vermektedir (Oral ve Köse, 2011).

2.3. Duygusal Bağlılık

Duygusal bağlılık, örgütler açısından önemi bilinen bir konudur. Kavram esasında örgütsel bağlılığın üç unsurundan (duygusal-devam-normatif) biri olarak kabul edilirken (Meyer ve Allen, 1991) taşıdığı anlam ve araştırma gereğince özel olarak ele alınmıştır. Duygusal bağlılık, örgüte karşı hissedilen aidiyet duygusu olarak tanımlanabilir. Benzer düzlemde, aidiyet duygusu mevcut işlere istekli katılımı ve örgütün bir üyesi olmaktan duyulan hoşnutluğu ifade eder (Allen ve Meyer, 1990). Bu anlamıyla duygusal bağlılık işgörenlerin çalıştığı yerle özdeşleşmesi anlamına gelmektedir (O'Reilly ve Chatman, 1986). Yakın söylemle, duygusal bağlılığa sahip bir işgören için işletme zorunlu bir çalışma alanı değil kendisinin bir parçası olduğu, istekle çalıştığı ve çabalarıyla değer kattığına inandığı bir yerdir (Çolakoğlu ve diğ., 2009). Buradan hareketle, çalıştığı ortamla özdeşleşen ve bu ortamın bir parçası olan işgörenlerin daha yüksek bir performansla sahip olacağı düşünülebilir (Marique ve diğ., 2012).

2.4. Psikolojik İklim, Duygu Gösterim Kuralları ve Duygusal Bağlılık İlişkisi

Alanyazın incelendiğinde psikolojik iklim, duygu gösterim kuralları ve duygusal bağlılık ilişkisini aynı paydada ortaya koyan kapsamlı bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Ancak bu kavramlar tekil veya ikili değişkenler halinde ele alındığında her birinin ortak bir etkileşim alanı oluşturduğu anlaşılmaktadır. Buna göre; psikolojik iklim örgüt içindeki

etkileşimin algısal düzleminde oluşurken diğer yandan çalışanlarda öngörülen çeşitli davranışların şekillenmesinde ve çalışanların örgüte duygusal bağlılıkları üzerinde rol oynayabilmektedir (Koys ve DeCotiis, 1991; Boshoff ve diğ., 2002).

Konunun detayına inildiğinde ise psikolojik iklim, duygu gösterim ve duygusal bağlılık arasındaki önemli nedensellik göze çarpmaktadır. Bu ekseninde psikolojik iklim çalışanların duygu gösterimleri üzerinde etkili olurken bu etkinin yönü duygusal bağlılık üzerinde doğrusallık oluşturabilmektedir (Parker ve diğ., 2003; Gürbüz, 2006). Bu noktada ise duygu gösterim kurallarının niteliği önem kazanmaktadır. Ne var ki duygu gösterim kuralları duygusal bağlılık gibi unsurların oluşumunda belirleyicilik taşıyabilmektedir (Diefendorff ve diğ., 2011). Kısaca örgütsel yapıya hâkim olan psikolojik iklim; çalışanlar için olumlu bir hava oluşmasında, çalışanların duygu ve moral durumlarının şekillenmesinde ve dolayısıyla kendilerini örgütün bir parçası olarak hissetmelerinde etkili bir rol üstlenebilmektedir (Langkamer ve Ervin, 2008; Yüceler, 2009).

3. Araştırmanın Yöntemi

3.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Hipotezleri

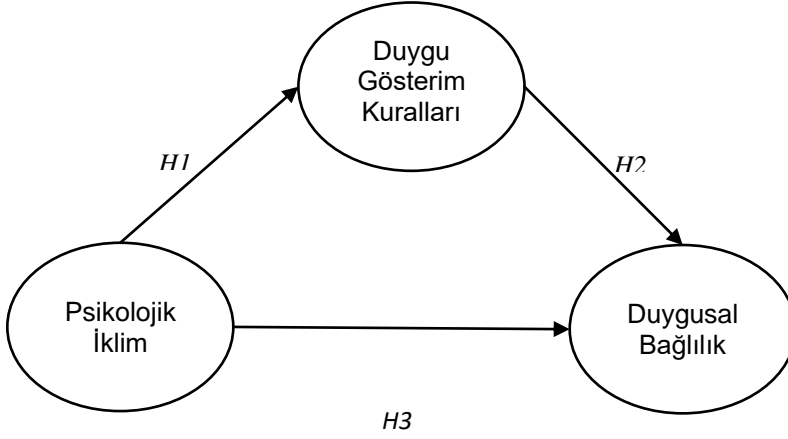
Bu araştırmanın amacı psikolojik iklim, duygu gösterim kuralları ve duygusal bağlılık kavramları arasındaki ilişkinin analiz edilmesidir. İlgili literatür incelendiğinde söz konusu ana kavramlar arasındaki ilişkiden daha çok bu kavramların örgütsel yapıda etkilediği durumlar üzerinde durulduğu görülmektedir. Örneğin psikolojik iklimin genellikle iş tatmini (Schulte ve diğ., 2006; Biswas, 2011) ve örgütsel çıktılar (Kiewitz ve diğ., 2002; Parker ve diğ., 2003; Evans ve diğ.; 2007; D'Amato ve Zijlstra, 2008) üzerindeki etkisi incelenirken, duygu gösterim kurallarının çoğunlukla çalışanların mutluluğu (Ybema ve van Dam, 2014); iş tatmini (Diefendorff ve diğ., 2011) ve hizmet performansını (Gabriel ve diğ., 2015) gibi unsurlarla olan ilişkisi araştırılmıştır. Duygusal bağlılık konusunun ise daha çok örgütsel bağlılık çatısı altında irdelendiği görülürken iş tatmini (Çekmecelioğlu, 2006); örgüt kültürü (Erdem, 2007) ve örgütsel adalet (Yazıcıoğlu ve Topaloğlu, 2009) kavramları yine bu çatı altında ele alınan konulardan bazıları olmuştur.

Çalışmanın odak kavramlarıyla ilgili araştırmalar göz önüne alındığında her bir kavramın farklı değişkenlerle olan ilişkisinin incelendiği görülürken bu araştırmanın söz konusu kavramlar arasındaki ilişkiyi incelemesiyle farklılaştığı düşünülmektedir. Diğer yandan odak unsurlardan biri olan duygusal bağlılığın nedensellik bağlamında ayrıca irdelenmesinin örgütsel bağlılık literatürüne katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Araştırmanın çıkış noktası ve ilgili alanyazına dayanarak psikolojik iklim, duygu gösterim kuralları ve duygusal bağlılık ilişkisini ölçmek amacıyla oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

- H1: Psikolojik iklim duygu gösterim kurallarını olumlu ve anlamlı şekilde etkilemektedir.*
H2: Duygu gösterim kuralları duygusal bağlılığı olumlu ve anlamlı şekilde etkilemektedir.
H3: Psikolojik iklim duygusal bağlılığı olumlu ve anlamlı şekilde etkilemektedir.
H4: Duygu gösterim kuralları psikolojik iklim ve duygusal bağlılık arasında aracılık rolüne sahiptir.

Yukarıda yer alan hipotezlere dayanarak bahsi edilen değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla oluşturulan araştırma modeli Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Mevcut çalışmada iddia edilen nedensel ilişkilerin test edilmesi için gerekli veriler araştırma tasarımı kapsamında oluşturulan anket yöntemi ile elde edilmiştir (Rugg ve Petre, 2006). Anketlerde kullanılan ölçekler ise detaylı literatür taramasına dayanarak oluşturulmuştur.

3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçek

Araştırmanın ölçmek istediği boyutlar esasınca, söz konusu çalışmalarda yer alan ölçeklerdeki ilgili boyutlar alınarak yeni bir anket oluşturulmuştur. Buna göre çalışmada psikolojik iklim ölçeğinin oluşturulmasında Brown ve Leigh'in (1996); duygu gösterim kuralları ölçeğinin oluşturulmasında Grandey'in (1999) ve son olarak duygusal bağlılık ölçeğinin oluşturulmasında Allen ve Meyer'in (1990) çalışmasından yararlanılmıştır. Psikolojik iklim boyutu 6, duygu gösterim kuralları boyutu 4, duygusal bağlılık boyutu ise 5 ifadeden oluşmuştur. Ölçekler 5li Likert şeklinde hazırlanmış olup kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), ne katılıyorum ne katılmıyorum (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5) olarak düzenlenmiştir.

3.3. Araştırmanın Örneklemi

Turizm açısından önemi nedeniyle çok sayıda otelin bulunduğu Nevşehir ili (Çoban ve Perçin, 2011) turizm araştırmaları açısından gerek yer gerek ulaşılabilirlik gerekse de sektör geçmişi açısından önemli alanlar arasında yer almaktadır. Nitekim Kapadokya ve Nevşehir özelinde yapılmış yerli ve yabancı önemli turizm araştırmalarının olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla sahanın turizm çalışmaları açısından önemli bir veri kaynağı olduğu düşünülmüştür. Bu nedenle araştırmanın evrenini Nevşehir ilinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı oteller (otel çalışanları) oluştururken, mevcut otellerin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. İde araştırma konusuna uygun 4 ve 5 yıldızlı- turizm işletme belgeli otellerden 16 tane 4; 5 tane 5 yıldızlı olmak üzere toplam 21 otel bulunmaktadır (www.nevsehirkulturizm.gov.tr/). Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde araştırmacının öznel yargılamalar ile hareket ettiği tesadüfi olmayan kolayda örneklem yönteminden yararlanılmıştır (Sarstedt ve Mooi, 2014). Mevcut araştırmanın örnekleminin kolayda örneklem yöntemi ile seçilmesinin sebebi, araştırma maliyetinin ve zamanlamasının kısıtlı olmasıdır. Buna göre bu otellerden anket yapmayı kabul eden 15'ine ulaşılmıştır. 13'ü 4; 2'si 5 yıldızlı olmak üzere her bir otelden 10'ar anket toplanmıştır. Diğer bir ifadeyle bu kapsamda otellere toplamda 150 anket bırakılmış ve 120 adet geri dönüş sağlanmıştır. Bu veriler 2015 yılında toplanmıştır. Geri dönüş

oranı %80 olarak hesaplanmıştır. Bu yüzde, anketlerin geri dönüş oranının %70–80 arasında olması gerektiği (Büyüköztürk, 2005) dikkate alındığında yeterli sayılmıştır. Söz konusu anketler ise uygunluk açısından incelenmiş, 16 deneyeğin anketleri yeterince uygun şekilde doldurması neticesinde (Schafer, 1997), bu denekler analiz için uygun görülmemiştir. Bu nedenle 104 tane anketten elde edilen veriler analiz için kullanılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modellemesinin kısmi en küçük kareler yönteminden (KEKK-YEM) yararlanılmıştır. KEKK-YEM yapısal eşitlik modellemesinin tahminlenmesinde veri üzerinde dağılımsal varsayımları dayatmayan tekrarlı bir yöntemdir (Fornell ve diğ., 1996). Ayrıca mevcut çalışmadaki örneklem sayısının nispeten az olması nedeniyle de modelin test edilmesinde KEKK-YEM tercih edilmiştir (Hair ve diğ., 2011). Bunun yanında duygu gösterim kurallarının psikolojik iklim ve duygusal bağlılık ilişkisindeki aracılık etkisinin incelenmesinde B-K yöntemi (Baron ve Kenny, 1986) kullanılmıştır. Ancak öncelikli olarak kayıp verilerin giderilmesinde Hair ve diğ. (2014) tarafından önerilen ortalama atama yöntemi kullanılmıştır.

4. Bulgular

4.1. Ölçüm Modeli

KEKK-YEM, ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki yapıdan oluşur (Hair ve diğ., 2014). İlk olarak ölçüm modeli incelenmiş ve bu modele ilişkin yapı geçerlikleri ve güvenilirliği test edilmiştir.

Tablo 1: Ölçüm Modeli Sonuçları

Boyutlar	İfadeler	Std. Yol Katsayıları	t	BYG	OAV
Psikolojik İklim	İşime dair hedeflerimi nasıl gerçekleştirdiğim konusunda işverenim esnek davranıyor.	.639	6.020	.84	.57
	İş yükü ve beklenen sorumluluklar açık bir şekilde tanımlanır.	.799	13.071		
	Departmanımdaki performans ölçütleri iyi anlatılmıştır ve anlaşılabilir.	.847	16.127		
	İşimde kendimi işletme için faydalı hissediyorum.	.721	7.332		
Duygu Gösterim Kuralları	İş yerimiz, müşterilere belli duyguları yansıtmamız için bize eğitim verir.	.566	4.091	.75	.51
	İş yerimiz, müşteri hizmeti verirken tüm çalışanların arkadaşça ve samimi davranmalarının gerekli olduğunu dile getirir.	.774	7.985		
	İş yerimiz, müşteri hizmeti sırasında, yansıtmamız gereken duygular konusundaki kuralları açık ve net olarak bildirir.	.780	10.454		
Duygusal Bağlılık	Kariyerimin geri kalanında bu kurumda olmaktan mutluluk duyuyorum.	.888	8.209	.78	.54
	Bu kurumun problemlerini kendi problemlerim gibi hissedirim.	.631	2.886		
	Bu kurumun benim için kişisel bir anlamı var.	.660	4.737		
Ayırt Edici Geçerlik*		Duygusal Bağlılık	D. Gösterim Kuralları	Psikolojik İklim	
Duygusal Bağlılık		.735			
D. Gösterim Kuralları		.442	.714		
Psikolojik İklim		.373	.557	.756	

*Çapraz unsurlar faktörlerin OAV değerlerinin karekökünü ifade etmektedir. Çapraz olmayan unsurlar yapılar arasındaki korelasyon değerlerini göstermektedir.

Ancak ilk ölçüm modelinde psikolojik iklimden 2, duygu gösterimden 1, duygusal bağlılıktan 2 ifadenin belirtilen minimum değerlerin altında kalması sebebiyle bu ifadeler analizden çıkartılmış ve ölçüm modeli tekrardan test edilmiştir. Test sonucuna göre birleşik yapı güvenirliğine (BYG) ilişkin değerler Fornell ve Larcker (1981) tarafından önerilerin .70 değerini geçmesi sebebiyle bu güvenirliğin sağlandığı belirtilebilir. Ayrıca ortalama açıklanan varyans (OAV) değerinin ve standart faktör yük değerlerinin önerilen .50 değerini geçmesi nedeniyle, yakınsak geçerliğin de sağlandığı ifade edilebilir (Hair ve diğ., 2009). Ayırt edici geçerliğin sağlanmasında Fornell ve Larcker (1981) ölçütü dikkate alınmıştır. Buna göre ölçüm modelindeki her bir yapının ortalama açıklanan varyans değerinin karekökünün, yapı ile ilişkili diğer yapılarla arasındaki korelasyonu geçmesi nedeniyle ayırt edici geçerliğin sağlandığı söylenebilir. Sonuç olarak yapı geçerliği ve güvenirliğinin sağlandığı belirtilebilir (bkz. Tablo 1).

4.2. Yapısal Model ve Hipotezlerin Testi

Yapısal modele ilişkin sonuçlar şekil 2.B'de gösterilmiştir. Yapısal modeldeki yol katsayılarına ilişkin t değerlerinin belirlenmesi için bootstrap (önyükleme) yeniden örnekleme yöntemi kullanmış ve bu teknikteki alt örneklem değeri önerildiği gibi (Hair ve diğ., 2014; Henseler ve diğ., 2009) 5000 olarak düzenlenmiştir.

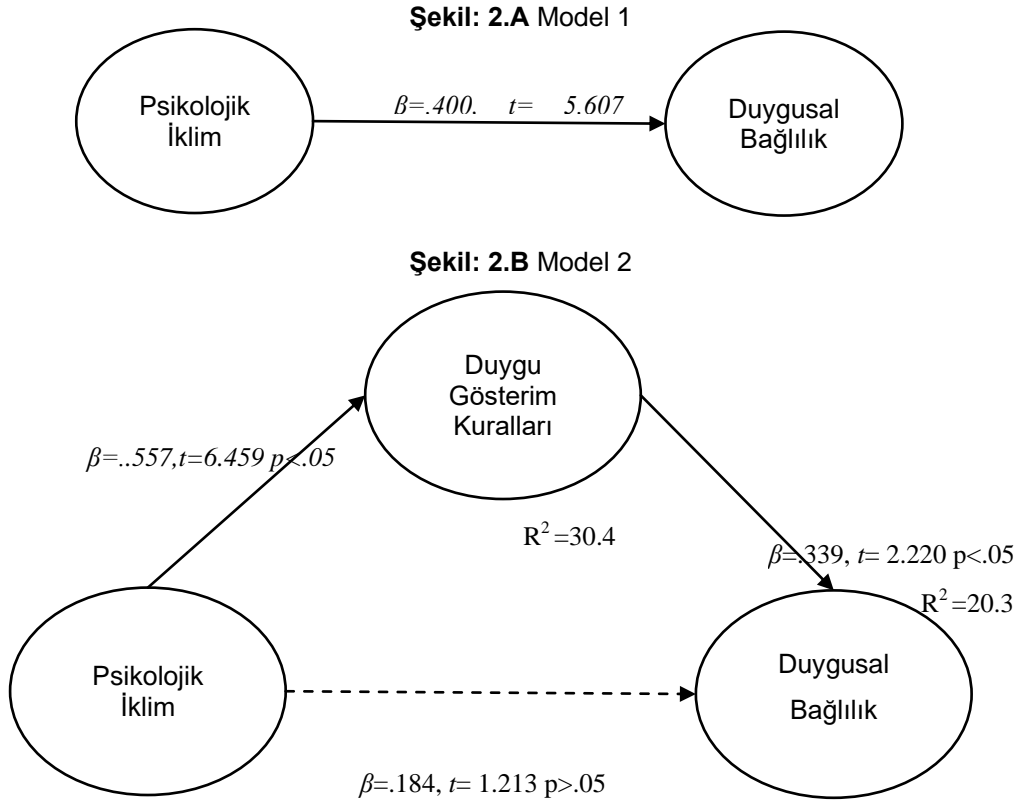
Uygulanan analiz sonucunda psikolojik iklimin duygu gösterim kurallarını ($\beta=.557$, $t= 6.459$ $p<.05$) olumlu ve anlamlı şekilde etkilediği görülürken, duygu gösterim kurallarının da duygusal bağlılığı olumlu ve anlamlı etkilediği ($\beta=.339$, $t= 2.220$ $p<.05$) tespit edilmiştir. Ancak psikolojik iklimin duygusal bağlılık üzerindeki etkisi anlamsız ($\beta=.184$, $t= 1.213$ $p>.05$) çıkmıştır. Buna göre H_1 ve H_2 desteklenirken, H_3 reddedilmiştir. Bunun yanında duygu gösterim kurallarının % 30.4'ü psikolojik iklim tarafından açıklandığı bulunurken, duygusal bağlılığın %20.3'ü öncü değişkenler tarafından açıklandığı tespit edilmiştir.

f^2 değerleri incelendiğinde ise, Cohen (1988) tarafından belirtilen f^2 değerlerine göre, psikolojik iklimin duygu gösterim kuralları üzerindeki etkisinin (.45) orta düzeyli olduğu, duygu gösterim kurallarının duygusal bağlılık üzerindeki etkisinin ise (.10) düşük düzeyli olduğu belirtilebilir.

4.3. Aracılık Analizi

Aracılık etkisinin tespit edilmesinde Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen ön koşullar incelenmiştir. Buna göre öncelikle psikolojik iklimin duygusal bağlılık üzerindeki etkisi duygu gösterim kurallarının aracılık etkisi olmadan incelenmiştir (bkz. Şekil 2.A Model 1). Daha sonra araştırmanın yapısal modelinde olduğu gibi, duygu gösterim kuralları aracı değişken olarak modele eklenmiştir (bkz. Şekil 2.B Model 2). Şekil 2.A'da görüldüğü üzere psikolojik iklimin duygusal bağlılık üzerindeki etkisi model 1'de anlamlı iken ($\beta=.400$, $t= 4.750$ $p<.05$), model 2 de bu etkinin anlamsız olduğu ($\beta=.184$, $t= 1.213$ $p>.05$) görülmektedir. Model 2'de ayrıca psikolojik iklimin duygu gösterim kurallarını ($\beta=.557$, $t= 6.459$ $p<.05$), duygu gösterim kurallarının da duygusal bağlılığı ($\beta=.339$, $t= 2.220$ $p<.05$) pozitif ve anlamlı şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Buna göre B-K yönteminin ilk üç koşulunun sağlandığı belirtilebilir. Psikolojik iklimin duygusal bağlılık üzerindeki etkisinin, duygu gösterim kurallarının aracılığıyla anlamsız hale gelmesi sebebiyle, duygu gösterim kurallarının tam aracılık yaptığı söylenebilir. Bu noktada Sobel testi uygulanarak duygu gösterim kurallarının aracılık etkisinin anlamlılığı araştırılmıştır (Baron ve Kenny, 1986; Sobel, 1982; Preacher ve Leonardelli, 2001). Sobel testi sonucuna göre ($t=2.142$, $p<.05$), duygu gösterim kurallarının psikolojik iklim ve duygusal bağlılık arasında tam aracılık görevi üstlendiği belirtilebilir.

Buna göre H4 tamamen kabul edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, araştırma hipotezleri doğrultusunda öngörülen yapısal model Şekil 2.A ve Şekil 2.B'de yer almaktadır.



Şekil 2.A ve Şekil 2.B'ye göre, çalışanların duygusal bağlılıklarının artırılmasında psikolojik iklimin etkili olabilmesi için psikolojik iklimin duygusal bağlılıktan önce duygu gösterim kurallarını olumlu etkilemesi beklenmektedir.

5. Tartışma ve Sonuç

Çalışan ve çalışılan yer arasında psikolojik, duygusal ve davranışsal unsurların olumlu etkileşimi örgüt yararına çalışmayı güdüleyen ve iş performansını artıran bir gerçeklik sunmaktadır. Çünkü bu olumlu etkileşim, çalışma ortamının işgören tarafından doğru tasvirinin yapılmasını kolaylaştırırken, diğer yandan değer paylaşımı yoluyla örgüte aidiyeti ve amaç birliğini sağlayabilmektedir (Reade, 2001). Asıl anlatılmak istenen husus, çalışan nezdinde oluşan somut bir örgüt kimliğidir. Öyle ki çalıştığı yerin kimliğini özümseyen ve bu yolla aidiyet duygusu gelişen birey bu duyguyu taşımayan bireylere göre daha somut çıktılar sağlayabilecektir (Marique ve diğ., 2012). Ancak bunun için temel öngörü, örgütsel ortamı şekillendiren bütün yönetsel süreçlerin işgören açısından kesin şekilde tanımlanmış olması gereğidir (Biswas, 2011). Benzer ifadeyle, yönetsel süreçler örgüt ortamı ve dolayısıyla işgörenlerin algısal, davranışsal ve bağlılık yapıları üzerinde etkili olabilmektedir (Ward, 1998). Bu noktada yöneticilerin araştırmaya konu olan değişkenler esasında hassas bir yaklaşım sergilemesi öncelikli görülmektedir. Ne var ki toplumsal düzende olduğu gibi örgüt yaşamında da gözlemlenen rollerin değişkenliği, iş yükü, rekabet ve beraberinde oluşan stres işgören verimliliği açısından olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Cemaloğlu, 2007: 77).

Araştırmanın temellendiği kavramlar dikkate alındığında ana eksen; birey (işgören) ve çevre (iş ortamı) arasındaki bilişsel anlamlandırma süreci ve bu sürecin etkileri olmaktadır. Eş söylemle, işgören temelinde oluşan sonuçlar (iş tatmini, mutluluk, performans vb.) iş ortamını anlamlandırma sürecinin somut ifadeleri olmaktadır (Martin ve diğ., 2005). Buradan hareketle araştırma sonuçları şu maddelerle açıklanabilir:

1. Psikolojik iklimin duygu gösterim kuralları üzerinde anlamlı ve doğrusal bir etkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla örgüt ortamının olumlu algılanması, çalışanların kendilerinden beklenen duygu temelli davranışları içselleştirmesine zemin hazırlayabilecektir. Araştırmanın uygulama alanına atfen, konuya turizm kıstasında ve Türkiye özelinden bakıldığında müşteri ilişkilerinde yetersiz ve davranış yönünden bilinçlendirilmemiş çalışanların sayıca çok olması sektörün en önemli eksikliklerinden biri olarak görülmektedir (Öztürk ve Seyhan, 2005: 122). Bu eksikliğin giderilmesinde çalışma koşullarının düzenlenerek iş ortamının çalışanlar tarafından olumlu algılanması işgören tatminine ve dolayısıyla müşteri ilişkilerine olumlu yansiyabilecektir (Taşlıyan, 2007: 194).

2. Duygu gösterim kurallarının duygusal bağlılık üzerinde anlamlı ve doğrusal bir etkisi bulunmaktadır. Önceki maddede bahsedildiği üzere, duygu temelli davranışların içselleştirilmesi iş tatminine olumlu yansiyabilmektedir. Bu olumlu yansıma ise çalışanların bulunduğu örgüte olan duygusal bağlılıklarını güçlendiren bir özellik taşımaktadır (Tutar, 2007). Turizm sektörüne bakıldığında genel sorunlardan biri de işgören devir oranının yüksek olmasıdır. Açık bir söylemle sektörde, çalıştığı işletmeye karşı herhangi bir bağlılık hissetmeyen veya işten ayrılma eğiliminde olan işgören sayısı oldukça fazladır (Avcı ve Küçükusta, 2009: 34). Sorunun çözüm tarafında ise iş görende umulan tatmin düzeyinin yüksek olması ve bunun müşteri memnuniyetini sağlaması bulunmaktadır (Yew, 2007).

3. Duygu gösterim kurallarının psikolojik iklim ve duygusal bağlılık arasında aracılık etkisi bulunmaktadır. Buna göre psikolojik iklimin çalışanların duygusal bağlılıklarının artırılmasında etkili olabilmesi için öncelikle duygu gösterim kurallarını olumlu etkilemesi beklenmektedir. Oluşan durumun, önceki maddelerde yer alan ifadelerle yakınlık gösterdiği düşünülebilir. Genele bakıldığında iş tatmini ve performans üzerinde psikolojik iklimin doğrudan etkin olması beklenir (Joyce ve Slocum, 1982). Ancak araştırma sonuçlarına göre bu süreç farklılaşmaktadır. Diğer bir deyişle duygusal bağlılığın oluşmasının, psikolojik iklimin öngörülen duygu gösterimleri sağlamasına bağlı olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda duygu gösterim kurallarını benimseyen bir çalışanın algısal ve edimsel olarak iş sürecine dâhil olması kolaylaşırken (Ybema ve van Dam, 2014) bu durum örgüte olan duygusal bağlılığı da artırmaktadır (Markos ve Sridevi, 2010).

Sonuç olarak turizm sektörünün özellikleri ve sektörden gözlemlenen sorunlar ele alındığında ortak paydayı birey oluşturmaktadır. Çünkü hizmet sektörünün önemli bir kolu olan turizm, odağına insanı almakta ve bireysel temelde beliren herhangi bir olumsuzluk tüm çalışma sistemine zarar verebilmektedir (Pelit ve diğ., 2010). Araştırmanın bileşenleri dikkate alındığında turizmin beslendiği insan unsurunun algısal, psikolojik ve davranışsal özelliklerinin etki-tepki prensibine oldukça bağlı olduğu görülmektedir. Örneğin Tolay ve diğerlerinin (2012) yapmış olduğu bir araştırmada olumlu örgüt ortamının çalışanları psikolojik açıdan güçlendirdiği görülmüştür. Bu durumun ise yöneticilerin en çok istediği bağlılık türü olan duygusal bağlılığı artırdığı belirlenmiştir. Yine konuyla ilgili bir diğer araştırmada ise duygusal

emek gibi psikolojik unsurların duygu gösterim kurallarını etkilediği bunun da duygusal bağlılığı arttırdığı anlaşılmıştır (Türkay ve diğ., 2011).

Kısaca benzer araştırmalarda öne çıkan emek, performans, verimlilik, tatmin gibi değişkenlerin söz konusu prensip merkezinde şekillendiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla özellikle turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin bu değişkenleri besleyen ana nedenlere inmeleri ve çalışanlara her şeyden önce birey olarak yaklaşmaları daha somut çıktılarının oluşmasını sağlayabilecektir.

6. Sınırlılıklar

Mevcut araştırmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle araştırmanın ele aldığı konulardan duygusal bağlılık özel olarak incelenmiş ve bileşeni olduğu örgütsel bağlılık kavramının diğer iki unsuru kapsam dışında bırakılmıştır. Bu durum birinci sınırlılık olarak görülebilir. Bu nedenle gelecekte yapılacak olan çalışmalarda bağlılık kavramı daha geniş bir perspektif ile değerlendirilip Meyer ve Allen (1991) tarafından önerilen üç boyutlu yapı (duygusal, devam ve normatif) ile incelenebilir. Bağlılığın sinizm (Balıkçoğlu ve Altay, 2014), adalet (Yazıcıoğlu ve Topaloğlu, 2009) ve güven (Tekingündüz, 2012) gibi birçok öncülü olmasının yanında, iş tatmini (Çelik ve diğ., 2015), örgütsel vatandaşlık (Gürbüz, 2006) ve işten ayrılma niyeti (Poyraz ve Kama, 2008) gibi olumlu etkilediği faktörler de bulunmaktadır. Belirtilen çeşitli kavramların psikolojik iklim, duygu gösterim ve duygusal bağlılık ilişkisindeki rolünün incelenmemiş olması araştırmanın ikinci sınırlılığı olarak belirtilebilir. Üçüncü sınırlılık ise araştırmanın örneklemini Nevşehir yöresindeki otel çalışanlarının oluşturmasıdır. Araştırma modelinin farklı turizm çeşidi sunan bölgelerdeki (Örn. Antalya, Muğla) çalışanlara uygulanarak bulguların genelleştirilebilmesine katkı sağlanabilir. Dördüncü sınırlılık ise araştırma örnekleminin sayısına ilişkindir. Mevcut araştırmada yalnızca 120 çalışana ulaşılmıştır. Bu rakam elde edilen bulguların genelleştirilebilmesi açısından yeterli görülmebilir. Dolayısıyla daha geniş kapsamlı örneklem sayıları ile araştırmanın tekrarlanarak bulguların güçlendirilmesi faydalı olabilir.

7. Kaynakça

- Akoğlan Kozak, M. ve Güçlü, H. N. (2008). "Turizm İşletmelerinde Duygusal Çaba Faktörlerinin İşe Alma Sürecinde Kullanılması Üzerine Bir Araştırma". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), ss. 39-56.
- Allen, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization". *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), ss. 1-18.
- Avcı, N. ve Küçükusta, D. (2009). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), ss. 33-44.
- Balıkçoğlu, S. ve Altay, H. (2014). "Determining The Relationship Between The Attitudes of Organizational Cynicism and Commitment of The Employees in Hospitality Businesses". *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), ss. 133-157
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations". *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), ss. 1173-1182.
- Becerra, R., Amos, A. ve Jongenelis, S. (2002). "Organic Alexithymia: A Study of Acquired Emotional Blindness". *Brain Injury*, 16(7), ss. 633-645.

- Biswas, S. (2011). "Psychological Climate As An Antecedent of Job Satisfaction & Job Involvement". *Indian Journal of Industrial Relations*, 46(3), ss. 465-477.
- Boshoff, A., B. ve diğ., (2002). The Prediction of Intention To Quit By Means of Biographic Variables, Work Commitment, Role Strain and Psychological Climate". *Management Dynamics: Journal of the Southern African Institute for Management Scientists*, 11(4), ss. 14-28.
- Brown, S. P. ve Leigh, T. (1996). "A New Look At Psychological Climate and Its Relationship To Job Involvement, Effort, And Performance". *Journal of Applied Psychology*, 81(4), ss. 358-368.
- Büyükköztürk, Ş. (2005). "Anket Geliştirme". *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), ss. 133-151
- Çelik, S., Dedeoğlu, B. B. ve İnanir, A. (2015). "Relationship Between Ethical Leadership, Organizational Commitment and Job Satisfaction at Hotel Organizations". *Ege Academic Review*, 15(1), ss. 53-63.
- Cemaloğlu, N. (2007). "Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri İle Yıldırma Arasındaki İlişki". *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33: 77-87.
- Chen, Z. X. ve Francesco, A. M. (2003). "The Relationship Between The Three Components of Commitment and Employee Performance in China". *Journal of Vocational Behavior*, 62(3), ss. 490-510.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Covin, J. G. ve Slevin, D. P. (1991). "A Conceptual Model of Entrepreneurship As Firm Behavior". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1), ss. 7-24.
- Çekmecelioğlu, G. H. (2006). "Örgüt İklimi, Duygusal Bağlılık ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi: Bir Araştırma". *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi / Journal of Economics And Administrative Sciences*, 20(2), ss. 295-310.
- Çoban, S., ve Perçin, N. Ş. (2011). The Effects Of Factors Of Internal Marketing On Components Of Organizational Commitment In Four And Five Star Hotels Located In Cappadocia. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 6(2), 202-217.
- Çolakoğlu, Ü., Ayyıldız, T. ve Cengiz, S. (2009). "Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Örgütsel Bağlılık Boyutlarında Algılama Farklılıkları: Kuşadası'ndaki Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Örneği". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), ss. 77-89.
- D'Amato, A. ve Zijlstra, F. R. (2008). "Psychological Climate and Individual Factors As Antecedents of Work Outcomes". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 17(1), ss. 33-54.
- Diefendorff, J., Morehart, J. ve Gabriel, A. (2010). "The Influence of Power And Solidarity On Emotional Display Rules At Work". *Motivation and Emotion*, 34(2), ss. 120-132.
- Diefendorff, J., M., Richard, E. M. ve Croyle, M. H. (2006). "Are Emotional Display Rules Formal Job Requirements? Examination of Employee and Supervisor Perceptions". *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 79(2), ss. 273-298.
- Diefendorff, J. ve diğ., (2011). "Emotional Display Rules As Work Unit Norms: A Multilevel Analysis of Emotional Labor Among Nurses". *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(2), ss. 170-186.
- Erdem, R. (2007). "Örgüt Kültürü Tipleri İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Elazığ İl Merkezindeki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), ss. 63-79.
- Ergeneli, A. (1995). "Örgütsel Etkililik Kriteri Olarak Lider Davranışının Örgütsel İklim İle İlişkisi: Görev Karmaşıklığı Bakımından Farklılaşan İki Örgüte İlişkin Bir Uygulama". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 50(1), ss. 187-199.

- Eroğlu, E. (2010). "Örgütsel İletişimin İşgörenlerin Duygu Gösterimlerinin Yönetimine Olan Etkisi". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(3), ss.18-33.
- Evans, K. R. ve diğ., (2007). "How Sales Controls Affect Job-Related Outcomes: The Role of Organizational Sales-Related Psychological Climate Perceptions". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(3), ss. 445-459.
- Fornell, C. ve diğ., (1996). "The American Customer Satisfaction Index". *Journal of Marketing*, 60(4), ss. 7-18.
- Fornell, C.s ve Larcker, D., F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error". *Journal of Marketing Research*, 18(1), ss. 39-50.
- Gabriel, A. S, Acosta, J. D. ve Grandey, A. A. (2015). "The Value of a Smile: Does Emotional Performance Matter More in Familiar or Unfamiliar Exchanges?". *Journal of Business and Psychology*, 30(1), ss. 37-50.
- Grandey, A. A. (1999). *The Effects of Emotional Labor: Employee Attitudes, Stress and Performance*. Yayınlanmış Doktora Tezi. Colorado: Colorado State University.
- Gürbüz, S. (2006). "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), ss. 48-75.
- Hair, J. F. ve diğ., (2009). *Multivariate Data Analysis*. New York: Prentice Hall.
- Hair, J. F. ve diğ., (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M. (2011). "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet". *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), ss. 139-152.
- Henseler, J., Ringle, C. M. ve Sinkovics, R. R. (2009). "The Use of Partial Least Squares Path Modeling In International Marketing". *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing*. Eds. R. R. Sinkovics, & P. N. Ghauri, UK: Emerald Group Publishing. 277-319.
- James, L. R. ve Sells, S. B. (1981). "Psychological climate: Theoretical perspectives and empirical research". *Toward A Psychology of Situations: An Interactional Perspective*. Ed. D. Magnusson Psychology Press. 275-295.
- James, L. R. ve diğ., (2008). "Organizational and Psychological Climate: A Review Of Theory And Research". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 17(1), ss. 5-32.
- Joyce, W. F. ve Slocum, J. (1982). "Climate Discrepancy: Refining The Concepts of Psychological and Organizational Climate". *Human Relations*, 35(11), ss. 951-971.
- Karcioğlu, F. (2001). "Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi İlişkisi". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(1-2), ss. 265-183.
- Kiewitz, C. ve diğ., (2002). "The Role of Psychological Climate in Neutralizing The Effects of Organizational Politics On Work Outcomes". *Journal of Applied Social Psychology*, 32(6), ss.1189-1207.
- Kickul, J. ve Liao-Troth, M. A. (2003). "The Meaning Behind The Message: Climate Perceptions and The Psychological Contract". *American Journal of Business*, 18(2), ss. 23-32.
- Koys, D. J. ve DeCotiis, T. A. (1991). "Inductive Measures of Psychological Climate". *Human Relations*, 44(3), ss. 265-285.
- Langkamer, K. L. ve Ervin, K. S. (2008). "Psychological Climate, Organizational Commitment And Morale: Implications For Army Captains' Career Intent". *Military psychology*, 20(4), ss. 219-236.
- Larsson, S., Pousette, A. ve Törner, M. (2008). "Psychological Climate and Safety in The Construction Industry-Mediated Influence on Safety Behaviour". *Safety Science*, 46(3), ss. 405-412.

- Marique, G. ve diğ., (2012). "The Relationship Between Perceived Organizational Support and Affective Commitment: A Social Identity Perspective". *Group & Organization Management*, 38(1), ss. 68-100.
- Martin, A. J., Jones, E. S. ve Callan, V. J. (2005). "The role of psychological climate in facilitating employee adjustment during organizational change". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 14(3), ss. 263-289.
- Martin, C. A. ve Bush, A. J. (2006). "Psychological Climate, Empowerment, Leadership Style, And Customer-Oriented Selling: An Analysis of The Sales Manager-Salesperson Dyad". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(3), ss. 419-438.
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991). "A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment". *Human Resource Management Review*, 1(1), ss. 61-89.
- Markos, S. ve Sridevi, S. M. (2010). "Employee Engagement: The Key to Improving Performance". *International Journal of Business and Management*, 5(12), ss. 89-97.
- Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, *Konaklama*, <http://www.nevsehir.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/51400,bakanliktan-belgeli-otellerpdf.pdf?0> adresinden alınmıştır.
- Oral, L. ve Köse, S. (2011). "Hekimlerin Duygusal Emek Kullanımı İle İş Doymu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma". *Süleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 16(2), ss. 463-492.
- O'Reilly, C. A. ve Chatman, J. (1986). "Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification, and Internalization on Prosocial Behavior". *Journal of applied psychology*, 71(3), ss. 492-499.
- Özdemir, G., Akbıyık, M. ve Yalçın, M. (2013). "Hizmet Sektöründe Duygusal Emek Davranışlarının Müşteri İlişkileri Üzerindeki Etkisi: Boyner Örneği". *NWSA: Humanities*, 8(3), ss. 301-320.
- Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). "Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi". *Journal of Commerce*, 1: 121-140.
- Parker, C. P. ve diğ., (2003). "Relationships Between Psychological Climate Perceptions and Work Outcomes: A Meta-Analytic Review". *Journal of Organizational Behavior*, 24(4), ss. 389-416.
- Pelit, E., Türkmen, F. ve Yarmacı, N. (2010). "Turizm Sektöründeki İşgörenlerin Kişilik Özelliklerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma". *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), ss. 9-16.
- Poyraz, K. ve Kama, B. (2008). "Algılanan İş Güvencesinin, İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), ss. 143-164.
- Preacher, K. J. ve Leonardelli, G. J. (2001). "Calculation for the Sobel Test", (<http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm/> 07 Temmuz 2015'te erişildi).
- Reade, C. (2001). "Antecedents of Organizational Identification In Multinational Corporations: Fostering Psychological Attachment to The Local Subsidiary and The Global Organization". *International Journal of Human Resource Management*, 12(8), ss. 1269-1291.
- Rugg, G. ve Petre, M. (2006). *A gentle guide to research methods*. McGraw-Hill Education (UK).
- Sarstedt, M., ve Mooi, E. (2014). *A concise guide to market research. The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics (Second Ed.)* Springer-Verlag Berlin.

- Schafer, J. L. (1997). Analysis of incomplete multivariate data. CRC press.
- Schyns, B., van Veldhoven, M. ve Wood, S. (2009). "Organizational Climate, Relative Psychological Climate and Job Satisfaction: The Example of Supportive Leadership Climate". *Leadership & Organization Development Journal*, 30(7), ss. 649-663.
- Schulte, M., Ostroff, C. ve Kinicki, A. J. (2006). "Organizational Climate Systems and Psychological Climate Perceptions: A Cross-Level Study of Climate-Satisfaction Relationships". *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 79(4), ss. 645-671.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. *Sociological Methodology*, 13: 290-312.
- Taşlıyan, M. (2007). "Turizm ve Seyahat Sektöründe Çalışanların İş Tatmini İle Müşterilerin Memnuniyeti Arasındaki İlişki: Kahramanmaraş'ta Bir Alan Çalışması". *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(9), ss. 185-195.
- Tekingündüz, S. (2012). *Örgütsel Bağlılık Üzerinde Örgütsel Güven ve İş Tatmininin Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Çalışması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tolay, E., Surgevil, O. ve Topoyan, M. (2012). Akademik Çalışma Ortamında Yapısal ve Psikolojik Guclendirme'nin Duygusal Bağlılık ve İş Doyumu Üzerindeki Etkileri. *Ege Academic Review*, 12(4), 449-465.
- Tutar, H. (2007). "Erzurum'da Devlet ve Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin İşlem Adaleti, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Durumlarının İncelenmesi". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), ss. 97-120.
- Tutar, H. ve Altınöz, M. (2010). "Örgütsel İklimin İşgören Performansı Üzerine Etkisi: Ostim İmalat İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(2), ss. 196-218.
- Türkay, O., Ünal, A. ve Taşar, O.. (2012). Motivasyonel ve yapısal etkenler altında duygusal emeğin işe bağlılığa etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 201-222.
- Uysal, H. T. ve Aydemir, S. (2014). "Örgütsel iklimin çalışma psikolojisine etkisi: sağlık sektöründe bir araştırma". *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(2), ss. 1557-1574.
- Uzunçarşılı, Ü. ve Özdayı, N. (1997). "Okul Yöneticilerinin Yaratıcılık İle Liderlik Özelliklerinin Araştırılması". *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9: 359-367.
- Ward, E. A. (1998). Managerial Power Bases and Subordinates' Manifest Needs As Influences on Psychological Climate. *Journal of Business and Psychology*, 12(3), ss. 361-378.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Topaloğlu, I. G. (2009). "Örgütsel Adalet ve Bağlılık İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1: 3-16.
- Ybema, J. F. ve van Dam, K. (2014). "The Importance of Emotional Display Rules for Employee Well-Being: A Multi-Group Comparison". *The Journal of Positive Psychology*, 9(4), ss. 366-376.
- Yew, L. T. (2007). Job Satisfaction and Affective Commitment: A Study of Employees in The Tourism Industry in Sarawak, Malaysia. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 4(1), ss. 85-101.
- Yüceler, A. (2009). "Örgütsel Bağlılık ve Örgüt İklimi İlişkisi: Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), ss. 455-489.