



OCTOBER 2021 / Vol:7, Issue:45 / pp.1946-1959

Arrival Date : 15.10.2021

Published Date : 25.11.2021

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.755>

Cite As : Delihasan, E.; Özcan, A. & Erkasap, A. (2021). "İnformal İletişimin Kurumsal Bağlılık Üzerinde Etkisi: Alanya'daki 5 Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir İnceleme", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 7(45):1946-1959.

Research Article

## İNFORMAL İLETİŞİMİN KURUMSAL BAĞLILIK ÜZERİNDE ETKİSİ: ALANYA'DAKİ 5 YILDIZLI OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME <sup>1/2</sup>

Effect Of Informal Communication On Corporate Loyalty: A Review On The Employees Of 5-Star Hotels In Alanya

Ebubekir DELİHASAN

Nişantaşı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Entitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi Programı, İstanbul/Türkiye  
ORCID ID:0000-0002-3365-7223

Dr. Ali ÖZCAN

Nişantaşı Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, İstanbul/Türkiye  
ORCID ID:0000-0003-3751-8148

Dr. Ahmet ERKASAP

İstanbul Gedik Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, İstanbul/Türkiye  
ORCID ID: 0000-0002-6239-1700



### ÖZET

Globalleşen dünya konjonktüründe kurumların amaç ve hedeflerini gerçekleştirmesinde ve devamlılıklarını sağlamalarında insan kaynağı kilit rol oynamaktadır. Örgütler içerisindeki insan kaynağının birbirleri ile olan iletişimleri de kurumlara olan bağlılıklarını önemli derece etkilemektedir. Bu araştırmada farklı kültürlerin bir arada çalışmalarını sürdürdüğü konaklama sektöründeki otel çalışanlarının informal iletişim sürecinin kurumlarına olan bağlılıklarına olan etkisi incelenmiştir. Alanya'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı oteller evreninde gerçekleşen araştırma daha kurumsal bir yapı olarak düşünüldüğünden tüm departmanların ayrılaştırılmış olması sebebiyle tercih edilmiştir. Hizmet sektörü olması nedeniyle müşteri odaklı çalışılması işveren ve iş gören açısından beklentilerin de farklılaşmasının önünü açmaktadır. Alanya'daki 91 otel üzerinde gerçekleştirilen incelemeye toplamda 401 katılımcının verileri dikkate alınarak araştırma yapılmıştır. İstatistiksel analizler için SPSS 24,0 programı kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre kurumsal içerisinde iş görenler arasında kurulan informal iletişimin kurumlarına olan bağlılıkları oluşturulan demografik özellikler, İnfomal İletişim ve Kurumsal Bağlılık Ölçekleri ve alt boyutları ile ele alınmıştır. Ortaya çıkan bulgular ilgili tablolar ve şekiller ile sonuçlandırılarak açıklanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Formal iletişim, informal iletişim, bağlılık, performans

### ABSTRACT

In the globalizing world conjuncture, human resources play a key role in achieving the goals and objectives of institutions and ensuring their continuity. The communication of human resources within organizations with each other also significantly affects their commitment to their institutions. In this research, the effect of the informal communication process of hotel employees in the accommodation sector, where different cultures continue to work together, on their commitment to their institutions was examined. The research, which was carried out in the universe of 5-star hotels operating in Alanya, was preferred because all departments were separated since it was considered as a more institutional structure. Since it is a service sector, customer-oriented work paves the way for the differentiation of expectations in terms of employers and employees. The research was carried out by taking into account the data of 401 participants in total for the study carried out on 91 hotels in Alanya. For statistical analysis, the data were analyzed using the SPSS 24.0 program. According to the results of the research, the commitment of the informal communication established between the employees within the institution to their institutions was discussed with the demographic characteristics, Informal Communication and Institutional Commitment Scales and their sub-dimensions. The resulting findings are explained by concluding with the relevant tables and figures.

**Keywords:** Formal communication, informal communication, commitment, performance

<sup>1</sup> Bu çalışma, Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yüksek Lisans Programı'nda, Ebubekir Delihasan tarafından, Dr. Öğr. Üyesi Ali ÖZCAN danışmanlığında tamamlanan "İnformal İletişimin Kurumsal Bağlılık Üzerinde Etkisi: Alanya'daki 5 Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir İnceleme" başlıklı yüksek lisans tezinden Dr. Ahmet Erkasap'ın katkılarıyla üretilmiştir.

<sup>2</sup> Bu makale IERFM2021 Kongresinde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir.

## 1. GİRİŞ

Endüstri devrimi öncesinde kurumsal yapılaşmanın henüz varlığının olmaması sebebiyle insanlar kendi geçimlerini sağlamak amacıyla bireysel anlamda üretim yapmaktaydılar. Endüstri devrimi sonrası işletmecilik ve kurumsallaşma gibi kitlesel yapılaşmalar ortaya çıkarak farklı görevleri yapan çalışanların bir arada bulunduğu topluluklar meydana gelmiştir. Birçok insanın aynı kurum çatısı altında çalışarak bir bütün halinde çalışmalarını başarıyla sürdürebilmesi kurum içi iletişim ile gerçekleşmektedir. İşletme içerisinde formal ve informal olarak ilerleyen süreç kurum yönetim anlayışını belirlemede ve etkilemektedir. Formal iletişim; kurum yöneticileri tarafından belirlenen resmi prosedür ve talimatlarla belirlenen politikalar bütünüdür. Hiyerarşik düzenin yoğun olduğu kurumlarda etkisini daha az göstererek formal iletişimin açıklanmaya muhtaç durumlar ortaya çıkmaktadır. Bu noktada formal iletişimin destekleyici konumunda olan informal iletişimden destek alınması kaçınılmaz olmaktadır. İhtiyaç duyuların konuların cevaplanamaması, aydınlatılmaması durumunda çalışanların kurumlarına olan aidiyeti ve bağlılığı zedelenerek devamsızlık, işten ayrılma, düşük performans gibi olumsuz olarak etkilenmesine sebep olmaktadır. Çalışanlarından kopuk olmak yerine beklenti ve ihtiyaçlarına vakıf olan yöneticiler informal iletişimin yönünü formal iletişimin destekleyicisi olarak kurgulayarak kurumsal verimliliği arttırabileceklerdir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

### 2.1. Formal İletişim

Örgütlerin ortak bir hedef etrafında toplanarak çalışmalarını yürütmeleri aralarındaki iletişim sayesinde gerçekleşmektedir. İki farklı iletişim yönteminden birisi olan formal iletişim, organizasyon yapısına göre yatay ve çapraz ve dikey şekilde gerçekleşmektedir. Formal iletişimde üst yönetimin belirlediği politika ve hedefler doğrultusunda oluşturulan talimat ve uygulamalar yukarıdan aşağı bir şekilde uygulanır. Bu şekilde belirlenen işleyiş sayesinde her çalışan görev, yetki ve sorumluluk kapsamında sorumluluklarını yerine getirerek işletmede oluşacak karmaşık düzenin önüne geçilmektedir (Erol ve Akyüz, 2015). İşletmenin tüm kurgu ve düzeninin her detayıyla hesaplanarak ve her alışanın anlayacağı açık bir şekilde ifade edilmesi önem arz etmektedir. Üst yönetimin sağlam ve anlaşılır bir şekilde istediği politikaları yürütülmesi noktasında formal iletişimin her basamağı hesaplanarak alt kademelere ulaştırarak ve gerekli eğitim desteğiyle bilinçli bir şekilde uygulanmasını sağlanmalıdır (Karcioğlu, Timuroğlu ve Çınar, 2009).

Öncelik sorumluluğu taşıyan yönetici kademesi formal iletişimin alt yapısını kuvvetli bir şekilde oluşturarak birincil olarak bütüncül hareket etme adına disiplini sağlamalı ve ikincil olarak da motivasyon ve işbirliğinin koordine edilmesiyle hedefe odaklanmalıdır (Demirel, Seçkin ve Özçınar, 2011). Şekil ve düzeninin belirli standartlar halinde gerçekleşen bu iletişim yöntemi yazılı şekilde uygulanır (Bakan ve Büyükmeşe, 2004). Süreçlerin doğal ve kendiliğinden gelişmesine müsaade etmeyen formal iletişim, daha çok raporlar ve verilerden oluşan belge ve dokümanlar ile gerçekleşmektedir. (Karcioğlu, Timuroğlu ve Çınar, 2009). Daha çok işletmenin faydası için ihtiyaç duyulan bir iletişim şekli olan formal iletişim, duygu ve kişilik özelliklerin uzak bir tutum sergileyerek maddi bulgular üzerine inşa edilmiştir (Sungur ve Toksü, 2010).

### 2.2. İnfomal İletişim

Örgütlerin stratejik hedefleri doğrultusunda kurdukları organizasyon şeması neticesinde belirlemiş oldukları politikaların uygulanması stratejik bir süreç olan örgüt içi iletişimin katkısı sayesinde gerçekleşmektedir. Belirli kuralları olmayan ve kendi dinamikleri ile şekillenen informal iletişimin belirlenmiş bir standart kuralı bulunmamaktadır (Eğimli ve Bitirim, 2008). İnsanların birbirleri ile olan temel ihtiyacı olan iletişimin gerekliliği ile ortaya çıkan informal iletişim sosyalleşme, yardımlaşma ve paylaşma gibi dürtülerin tetiklenmesiyle gerçekleşmektedir. (Teker, Çavmak ve Söyler, 2019). Formal iletişimin örgütlerin temel altyapısını oluşturduğu varsayıldığında informal iletişim de formal iletişimin tamamlayıcı olarak kabul edilmektedir. Formal iletişimin eksik ve yetersiz kaldığı noktada informal iletişimin seviyesi yükselerek örgüt içi dedikodu ve söylentilerin artarak negatif yönde bir etki edeceği kaçınılmazdır (Bektaş ve Erdem, 2015).

Çakar'a (2019) göre informal iletişim; örgütün içerisinde var olan bireylerin kendi ihtiyaçları doğrultusunda spontane olarak kurdukları iletişimdir. Sınır ve belirli bir çerçevesi olmadan gerçekleşen informal iletişim süreci günümüzde tüm güncel ve profesyonel iletişim araçlarını ile birlikte gerçekleşmektedir. Örgüt içi çalışanların kurum içinde ve kurum dışında vakit geçirdikleri tüm zaman dilimlerinde etkileşime geçen konuşma ve diyaloglar belirli bir şekil içerisinde gerçekleşmediğini göstermektedir. Örgüt çalışanlarının öncelikle insan olduğu varsayıldığında organizasyon şemasındaki konumunun dışında kendi öz benliği adına ilişkiler kurma isteği de informal iletişim sürecine etki edebilmektedir. Bu şekilde örgüt çalışanları hem görev sorumlulukları bağlamında bilgi alış verişi hem de güncel hayata dair konular üzerine iletişim kurarak birbirleri

ile temas kurabilmektedir. Bu noktada önemli olan örgütsel yapı yöneticilerinin informal iletişim sürecini kontrol altında tutarak yönlendirebilmesidir (Mızrak, Türk ve Cevher, 2020). Örgüt içerisinde gerçekleşen problemlerin oraya çıkmasında informal iletişim önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle büyük ölçekli kurumlarda yöneticilerin alt kademeler ile arasındaki iletişimin uzak ve kopuk olmasından dolayı her detaya hakim olamamaktadırlar. Kendiliğinden gelişen informal süreçle beraber yaşanan ve görmezden gelinen problemler ortaya çıkmaktadır.

Kurumalarda belirlenen formal süreçlerin gerekliliği herkes tarafından kabul edilmektedir. Fakat formal süreçler tek başına yeterli olmayıp örgüt çalışanların taleplerine yeterli derecede cevap verememektedir. Bu taleplerin cevaplanması ve çözüm bulunması her noktada formal iletişim ile çözümlenememektedir. Çünkü formal yöntemin yapısal özelliği itibariyle katı, sert ve keskin kurallar içermesi ihtiyaçlara her zaman gerekli cevabı verememektedir. İnfomal iletişim sayesinde esnek çözümlenmeler sayesinde örgüt içi iletişim daha da kuvvetlenerek zaman, motivasyon ve iş tatmini açısından da katkı sağlayabilecektir. Bu şekilde kendi arasındaki dinamikleriyle sonuçlanan informal iletişim sayesinde aynı zamanda formal iletişimin iş yükünü azalarak kurumsal yapıya katkı sunacaktır (Solmaz, Söylenti ve dedikodu yönetimi, 2006).

Gerek toplumsal gerek kurumsal olan insan topluluklarının iç içe yaşadığı her noktada yaşanan ve yapılan her türlü faaliyetleri belirleyen ve yöneten bir topluluk olduğundan dolayı bir karar verme sürecini de durum berberinde getirmektedir. Karar verme sürecinin gerçekleşmesi için var olan yapı içerisindeki belirsizlik durumunun giderilmiş olması gerekmektedir. İnfomal iletişim sayesinde var olunan topluluktaki problem ve beklentilerin kaynağı belirlenerek karar verici mekanizmaya yardımcı olabilecektir. Söylenti, fısıltı ve dedikodu gibi informal iletişim hızlıca gerçekleştiği ortamlardaki bilgiler bütünsel olarak genel bir çerçeve çizilmesi için gerekli bilgiyi verebilecektir. Bu şekilde var olan belirsizlik kontrol altına alınarak çözüme kavuşturulur (Mert, Bekmezci ve Eroğluer, 2019).

### 2.3. Kurumsal Bağlılık

Genel olarak kurumsal bağlılık, kurum içerisindeki çalışanların kurum vizyon ve misyon politikalarını benimseyerek çalışmalarını sürdürmeleri olarak tanımlanabilir. Kurumların başarısı birlikte çalıştığı ekibiyle birlikte gerçekleşmektedir. Özellikle günümüz rekabet piyasasında çalışanların karlılık düzeylerine doğrudan etki etmesi kurum içerisindeki birlikteliğin de önemini arttırmıştır. Çalışanların kurum politikalarını benimseyerek var olan potansiyelini en üst seviyeye çıkarması kuruma olan bağlılığının göstergesi olarak görülmektedir. Kuruma olan bağlılıklarının neticesinde yapılan işi sahiplenme, kendi işi görme gibi duygularla yapılmasına yol açmaktadır.

Örgütlerin varlıklarını devam ettirmeleri adına önem verdikleri en önemli unsurlardan birisi de çalışanlarıdır. Çalışanlarının motivasyonunu yüksek seviyede tutan kurumlar gösterilen başarı ile karşılığını almaktadırlar. Literatürde birbirinden farklı olarak tanımlanan kurumsal bağlılık (Özsoy, Ergül ve Bayık, 2001)'a göre çalışmakta olduğu kurum ve kuruluşlara maddi hesapların yanında manevi olarak da sadakat besleyerek belirlenen politikaları benimseyerek çalışılması olarak tanımlanmaktadır. (Şengöz, 2019)' göre ise yöneticilerin ve çalışanların birbirlerine uyumlu olarak yürütülen faaliyetlerin içselleştirilerek yıllar boyu aynı kurum altında çalışma istekleri olarak, (Koç, 2009)'e göre ise bireylerin kişisel menfaat düşünmeksizin örgütün menfaatleri için kişisel kabiliyetlerini tam performans ile kullanarak hizmet etmesi olarak tanımlanmaktadır.

Endüstri devrimiyle makineleşmeye geçen dünya ile birlikte hayata geçen toplu çalışmalar, iş görenlerin salt emek ve bedensel gücüyle büyüme gerçekleştirmiştir. Özellikle bilgisayar, telefonun icadı ve dijitalleşme ile birlikte bireysel anlamdaki yeniliklere yerini bırakan dünya düzeni yönünü insan odaklı çalışmalara bırakmıştır. Bu şekilde ilerleyen sistem insan değerini arttırarak kurumların kalifiye çalışanlar kazanımına odaklanmasına yol açmıştır. Nitelikleri yüksek olan çalışanların fark yaratacak kabiliyetleri çalışma hayatında kendilerine kolay bir şekilde yer etmelerini sağlamaktadır. Bu durumu kendi karlılıkları adına kullanmak isteyen kurumlar ise kalifiye personelleri elde etmeleri ve devamlılığını sağlamalarını amaçlamaktadırlar. Günümüzde bünyesinde bulundurduğu çalışanları ile birlikte çalışma hayatını sürdüren kurumlar, çalışanlarını elde tutmak adına salt maaş ödemek dışında bağlılıklarını arttırmak adına çalışmalar yapmaktadır. Başarılı uygulamalarla bağlılığı artan çalışanlar kurumuna olan saygı ve sevgisinin artması sonucu performans düzeyini de arttıracaklardır. Sorunların çözümünde ve beklentilerin karşılanmasında başarılı bir performans sergileyen kurumlar çalışanlarının uzun süreli mesai yapmalarını sağlamaktadır. Sosyal anlamda çalışanın yanında bulunan kurumlar, örgütsel desteğini hissettirmesi neticesinde bir bağlılık duygusunun oluşmasına neden olacaktır. Bu şekillerde çalışan ve kurum arasındaki bağlılık duygusunun oluşması kurumsal başarının

arttırılmasında rol oynamaktadır. Aksi takdirde çalışanlar farklı iş arayışlarına geçerek iş gücü devir hızının artmasına sebep olarak kurumsal kimliğin zarar görmesine sebep olacaktır.

### 3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnsan olmanın getirmiş olduğu zaruri bir ihtiyaç olan iletişim kavramının çalışma hayatında da büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmada küreselleşen dünyada, hizmet sektörü içerisinde yer alan otel işletmelerinde iş görenlerin birbirleri ve yöneticileri ile kurmuş oldukları informal iletişimin kurumlarına olan bağlılıklara etkisi incelenmektedir.

#### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yönteminden anket tekniği kullanılmıştır. Nicel araştırma yönteminde temel amaç, olabildiğince yanlıktan uzak, nesnel, neden-sonuç ilişkisini açıklayan ve örneklemden evrene genellenebilir bilgi elde etmektir (Gall, Walter ve Joyce, 1996).

Alanya'daki 91 otel üzerinde gerçekleştirilen incelemeye toplamda 401 katılımcının verileri dikkate alınarak araştırma yapılmıştır. İstatistiksel analizler için SPSS 24,0 programı kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre kurumsal içerisinde iş görenler arasında kurulan informal iletişimin kurumlarına olan bağlılıkları oluşturulan demografik özellikler, İnfomal İletişim ve Kurumsal Bağlılık Ölçekleri ve alt boyutları ile ele alınmıştır. Ortaya çıkan bulgular ilgili tablolar ve şekiller ile sonuçlandırılarak açıklanmıştır.

#### 3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Antalya ilinde Alanya ilçesinde faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli beş yıldızlı otel personellerinden oluşmaktadır. Araştırmada beş yıldızlı otellerin seçilmesinin sebebi diğer kategorideki otel işletmelerine göre daha kurumsallaşmış ve görev ve sorunlulukların belirli bir çerçevede gerçekleşmesi varsayımına dayanmaktadır. Alanya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otellerin sayısını belirlemek için Alanya Ekonomik Raporu<sup>3</sup> verileri temel alınmıştır. Alınan verilere göre ilçede beş yıldızlı toplam 91 adet otel bulunmaktadır. Çalışan sayıları ise sezonluk, dönemlik ve otel kapasitelerine göre değişiklik gösterdiğinden dolayı çalışan sayıları ile ilgili sabit bir istatistik elde edilememiştir. Evreni belirlemek adına tesadüfi olarak seçilen 91 adet beş yıldızlı otelden 7 tanesine ulaşılarak tahmini kişi sayısı belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan birebir mülakatlar sonucunda beş yıldızlı otel işletmelerinde ortalama 250-300 personel istihdam edildiği anlaşılmaktadır. 91 otelin bulunduğu ve ortalama 250-300 personelin bulunduğu evreni toplamda ortalama 22.750 olarak öngörülmektedir.

Araştırma esnasında tüm evrene ulaşmak zaman ve maliyet unsurlarının güçlüğünden dolayı, olasılığa dayalı olan örneklem seçimlerinden, kolay da örneklem yöntemi seçilmiştir.

Bu kapsamda araştırmanın yapıldığı dönemde açık olan otellere ulaşılarak araştırma adına 19 adet otel üzerinde araştırma yapılması kararlaştırılmıştır. Toplamda çalışanlara gönderilen anket sayısı 760 adettir. 760 anketten 420 anket tamamlanmış olup, ankete katılım oranı %55,2'dir. Tamamlanmış 420 ankette verilerin fazla ve eksik olması sebebiyle 401 anketin analiz için uygun olduğu belirlenmiştir.

#### 3.4. Araştırmanın Bulguları

##### 3.4.1. Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Temel Karakteristik ve Demografik Bulgular

Tablo 1 : Cinsiyete Göre Dağılımı

	Frekans	%
Kadın	185	46,1
Erkek	216	53,9

Katılımcıların, %46,1'i (n=185) kadın, %53,9'u (n=216) erkektir.

Tablo 2 : Yaşa Göre Dağılımı

	Frekans	%
25 yaş ve altı	52	13,0
26-30 yaş	72	18,0
31-35 yaş	126	31,4
36-40 yaş	103	25,7
41 yaş ve üzeri	48	12,0

<sup>3</sup> Alanya Ekonomik Rapor 2019, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası Araştırma Yayınları, Alanya/Antalya, 2020.

Katılımcıların, %13,0'ı (n=52) 25 yaş ve altı, %18,0'ı (n=72) 26-30 yaş, %31,4'ü (n=126) 31-35 yaş, %25,7'si (n=103) 36-40 yaş ve %35,1'i (n=124) 41 yaş ve üzeri aralığındadır.

Tablo 3 : Medeni Duruma Göre Dağılımı

	Frekans	%
Bekar	191	47,6
Evli	210	52,4

Katılımcıların, %47,6'sı (n=191) bekar, %52,4'ü (n=210) evlidir.

Tablo 4 : Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

	Frekans	%
İlköğretim	51	12,7
Lise	178	44,4
Ön lisans	65	16,2
Lisans ve Lisansüstü	107	16,7

Katılımcıların, %12,7'si (n=51) ilköğretim, %44,4'ü (n=178) lise, %16,2'si (n=65) ve %16,7'si (n=107) lisans ve lisansüstü eğitim durumundadır.

Tablo 5 : Hangi Departmanlarda Çalıştıklarına Göre Dağılımı

	Frekans	%
Mutfak	103	25,7
Servis	75	18,7
Kat hizmetleri	26	6,5
Güvenlik	13	3,2
Ön büro	44	11,0
Teknik servis	17	4,2
İnsan kaynakları	38	9,5
Muhasebe-Finans	13	3,2
Satın alma	16	4,0
Satış pazarlama	23	5,7
Halka ilişkiler	15	3,7
Diğer	18	4,5

Katılımcıların, %25,7'si (n=103) mutfak, %18,7'si (n=75) servis, %6,5'i (n=26) kat hizmetleri, %3,2'si (n=13) güvenlik, %11,0'ı (n=44) ön büro, %4,2'si (n=17) teknik servis, %9,5'i (n=38) insan kaynakları, %3,2'si (n=13) muhasebe-finans, %4,0'ı (n=16) satın alma, %5,7'si (n=23) satış pazarlama, %3,7'si (n=15) halka ilişkiler ve %4,5'i (n=18) diğer departmanlarda çalışmaktadır.

Tablo 6 : Buldukları Otelde Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

	Frekans	%
1-5 yıl arası	270	67,3
6-10 yıl arası	98	24,4
11 yıl ve üzeri	33	8,2

Katılımcıların, %67,3'ü (n=270) 1-5 yıl arası, %24,4'ü (n=98) 6-10 yıl arası ve %8,2'si (n=33) 11 yıl ve üzeri sürelerde buldukları otelde çalışmaktadır.

Tablo 7: Toplam Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

	Frekans	%
1-5 yıl arası	88	21,9
6-10 yıl arası	161	40,1
11-15 yıl arası	96	23,9
16 yıl ve üzeri	56	14,0

Katılımcıların, %21,9'u (n=88) 1-5 yıl arası, %40,1'i (n=161) 6-10 yıl arası, %23,9'u (n=96) 11-15 yıl arası ve %14,0'ı (n=56) 16 yıl ve üzeri toplam çalışma süresine sahiptir.

Tablo 8 : Kurumsal Bağlılık Ölçeğine İlişkin Soruların Dağılımı

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Meslek hayatımın kalan kısmını bu iş yerinde geçirmek beni çok mutlu eder.	11	2,7	74	18,5	174	43,4	76	19	66	16,5
Bu otelin problemlerini gerçekten kendi problemlerim gibi görüyorum.	8	2	75	18,7	32	8	198	49,4	88	21,9

Otelime karşı güçlü bir aidiyet hissetmiyorum.	106	26,4	135	33,7	118	29,4	37	9,2	5	1,2
Bu otele karşı duygusal bağlılık hissetmiyorum.	87	21,7	252	62,8	19	4,7	38	9,5	5	1,2
Bu otelde kendimi “ailenin bir parçası” gibi görmüyorum.	117	29,2	195	48,6	60	15	21	5,2	8	2
Bu otelin benim için çok özel bir yeri vardır.	4	1	23	5,7	54	13,5	242	60,3	78	19,5
Şu anda bu otelde çalışıyor olmam hem kendi isteğimden hem de şartların bunu gerektirmesindedir.	5	1,2	33	8,2	94	23,4	170	42,4	99	24,7
Otelimden ayrılmayı isteseydim dahi şu anda bu bana çok zor gelirdi.	8	2	102	25,4	143	35,7	91	22,7	57	14,2
Şu anda otelimden ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur.	14	3,5	175	43,6	98	24,4	101	25,2	13	3,2
Bu otelden ayrılmamı düşündürecek seçenekler oldukça azdır.	12	3	60	15	65	16,2	216	53,9	48	12
Eğer bu otelde kendimden çok şey katmamış olsaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim.	8	2	72	18	84	20,9	190	47,4	47	11,7
Bu otelden ayrılacak olsam, uygun alternatiflerim az olur.	14	3,5	116	28,9	113	28,2	118	29,4	40	10
Bu otelde çalışmaya devam etmek için yöneticilerime karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissetmiyorum.	4	1	175	43,6	18	4,5	146	36,4	58	14,5
Eğer bu otelden ayrılmak benim yararına olsa dahi şu anda buradan ayrılmanın doğru olmadığını düşünüyorum.	9	2,2	79	19,7	99	24,7	201	50,1	13	3,2
Otelimden şu anda ayrılacak olsam kendimi suçlu hissederim.	14	3,5	190	47,4	61	15,2	122	30,4	14	3,5
Bu otel benim sadakatimi (bağlılığımı) hak ediyor.	10	2,5	46	11,5	60	15	240	59,9	45	11,2
Bu oteldeki insanlara karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissettiğim için şu anda bu otelden ayrılmam.	15	3,7	62	15,5	83	20,7	195	48,6	46	11,5
Bu otele çok şey borçluyum.	13	3,2	100	24,9	75	18,7	202	50,4	11	2,7

#### Kurumsal Bağlılık Ölçeğine İlişkin Soruların Dağılımına Bakıldığında En Yoğun Oranda Verilen Cevaplar;

- ✓ “Bu otele karşı duygusal bağlılık hissetmiyorum.” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %62,8 oranında katılmıyorum cevabı olmuştur.
- ✓ “Bu otelin benim için çok özel bir yeri vardır.” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %60,3 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.
- ✓ “Bu otelden ayrılmamı düşündürecek seçenekler oldukça azdır.” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %53,9 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.

Tablo 9 : İnfomal İletişim Ölçeğine İlişkin Soruların Dağılımı

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Otel ortamında resmi olmayan arkadaşlık ilişkilerini önemserim.	0	0	0	0	72	18	227	56,6	102	25,4
Oteldeki infomal ilişkilerim aracılığıyla arkadaşlık ilişkilerim gelişir.	0	0	0	0	69	17,2	232	57,9	100	24,9
Otelimde arkadaşlık ilişkilerimi geliştirmek için uygun ortamlar vardır.	3	0,7	57	14,2	107	26,7	186	46,4	48	12
Mesai arkadaşlarımla iş dışı ilişkileri önemserim.	0	0	0	0	17	4,2	286	71,3	98	24,4
Arkadaş edinmek için otel iyi bir ortamdır.	0	0	0	0	72	18	206	51,4	123	30,7
Oteldeki arkadaşlarıma karşı oldukça ilgiliyimdir.	0	0	0	0	107	26,7	211	52,6	83	20,7
Oteldeki arkadaşlık ilişkilerimi otel dışına da taşıırım.	0	0	0	0	72	18	207	51,6	122	30,4
Oteldeki infomal ilişkiler arkadaşlık ilişkileri geliştirmek için önemsizdir.	3	0,7	127	31,7	75	18,7	136	33,9	60	15
Oteldeki arkadaşlarımla hoş vakit geçiririm.	0	0	0	0	57	14,2	289	72,1	55	13,7
Oteldeki arkadaşlarımla bir arada bulunmaktan hoşlanırım.	0	0	0	0	104	25,9	193	48,1	104	25,9
Oteldeki arkadaşlarımla özel günlerini onlarla birlikte paylaşmayı severim.	0	0	0	0	70	17,5	227	56,6	104	25,9
Otel arkadaşlarımla otel dışında yemek, çay, piknik gibi etkinliklerle katılmaktan hoşlanırım.	0	0	0	0	63	15,7	271	67,6	67	16,7

Oteldeki arkadaşlarımla otel dışında da zaman geçiririm.	0	0	0	0	32	8	318	79,3	51	12,7
Oteldeki meslektaşlarım hakkında duyduğum bilgiler o kişiler hakkındaki yargılarımı değiştirmeme neden olur.	0	0	53	13,2	120	29,9	166	41,4	62	15,5
Otel ortamındaki arkadaşlarımla fikirleri kendimi sorgulamamda bana yardımcı olur.	0	0	11	2,7	70	17,5	246	61,3	74	18,5
Oteldeki arkadaşlarımla boş zamanlarda bir araya gelerek yaptığım sohbetler sonucunda yeni davranışlar edinirim.	0	0	3	0,7	78	19,5	269	67,1	51	12,7
Oteldeki arkadaşlarımla iletişim biçimlerimi ben etkiler.	0	0	3	0,7	88	21,9	225	56,1	85	21,2
Oteldeki arkadaşlarımla kurduğum iletişimlerin sonucu yeni bilgiler öğrenirim.	0	0	0	0	0	0	342	85,3	59	14,7
Otel dışındaki hayatımda da otelde arkadaşlarımdan edindiğim bilgileri kullanırım.	0	0	0	0	0	0	332	82,8	69	17,2
Oteldeki informal ilişkilerim mesleki bilgilenmem için fırsatlar sunar.	0	0	0	0	73	18,2	248	61,8	80	20
Otel, hayata ilişkin bilgiler edinmemi sağlar.	0	0	0	0	12	3	280	69,8	109	27,2
Otel ortamında edindiğim bilgileri arkadaşlarımla paylaşıyorum.	0	0	0	0	50	12,5	279	69,6	72	18
Mesai arkadaşlarımla sohbet ederken bilgilenirim.	0	0	0	0	25	6,2	219	54,6	157	39,2
Mesleğimle ilgili yeni bilgileri otel informal ortamlarında öğrendiğim olur.	0	0	0	0	40	10	298	74,3	63	15,7

### İnformal İletişim Ölçeğine İlişkin Soruların Dağılımına Bakıldığında En Yoğun Oranda Verilen Cevaplar;

- ✓ “Mesleğimle ilgili yeni bilgileri otel informal ortamlarında öğrendiğim olur.” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %74,3 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.
- ✓ “Oteldeki arkadaşlarımla kurduğum iletişimlerin sonucu yeni bilgiler öğrenirim.” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %85,3 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.
- ✓ “Otel dışındaki hayatımda da otelde arkadaşlarımdan edindiğim bilgileri kullanırım.” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %82,8 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.

### 3.4.2. Kurumsal Bağlılık Ölçeği

Tablo 10 : KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,734
Chi-Square	2661,728
Df	153
Sig.	<0.000

Faktör Analizinin uygulanabilirliğinin ölçümü için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yeterlilik ölçümüne ve Bartlett's Küresellik testine bakılmıştır. (KMO) ölçümü 1'e ne kadar yakın ise eldeki veri grubuna faktör analizinin yapılmasının uygun olduğu kabul edilmektedir (Živadnović; 2004). Bu çalışmada 0,734 olarak hesaplanmış olup, veri grubuna analiz yapılmasının uygun olduğu görülmüştür.

Tablo 11 : Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Faktör Yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans (%)
Duygusal Bağlılık			
Meslek hayatımın geri kalan kısmını bu okulda geçirmek beni çok mutlu eder.	0,454		
Bu otelin problemlerini gerçekten kendi problemlerim gibi görüyorum.	0,536		
Otelime karşı güçlü bir aidiyet hissetmiyorum.	0,687	4,621	25,675
Bu otele karşı duygusal bağlılık hissetmiyorum.	0,770		
Bu otelde kendimi “ailenin bir parçası” gibi görmüyorum.	0,714		
Bu otelin benim için çok özel bir yeri vardır.	0,668		
Devam Bağlılığı			
Şu anda bu otelde çalışıyor olmam hem kendi isteğimden hem de şartların bunu gerektirmesindedir.	0,504		
Otelimden ayrılmayı isteseydim dahi şu anda bu bana çok zor gelirdi.	0,704		
Şu anda otelimden ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur.	0,664	2,141	11,893
Bu otelden ayrılmamı düşündürecek seçenekler oldukça azdır.	0,565		
Eğer bu otelde kendimden çok şey katmamış olsaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim.	0,576		
Bu otelden ayrılacak olsam, uygun alternatiflerim az olur.	0,719		

Normatif Bağlılık			
Bu otelde çalışmaya devam etmek için yöneticilerime karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissetmiyorum.	0,834		
Eğer bu otelden ayrılmak benim yararına olsa dahi şu anda buradan ayrılmanın doğru olmadığını düşünüyorum.	0,526	1,851	10,286
Otelimden şu anda ayrılacak olsam kendimi suçlu hissederim.	0,746		
Bu otel benim sadakatimi (bağlılığımı) hak ediyor.	0,480		
Bu oteldeki insanlara karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissettiğim için şu anda bu otelden ayrılmam.	0,669		
Bu otele çok şey borçluyum.	0,709		

Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçeğin maddeleri, 3 faktörden oluşmaktadır. Faktörün özdeğeri ve varyans açıklama oranı Tablo 11’de verilmiştir. Toplam varyans açıklama oranı %47,854 olarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen varyans oranları ne kadar büyükse faktör yapısının o kadar güçlü olduğu ve sosyal alanlarda bu değer %40 ile %60 olmasının yeterli bulunduğu kabul edilmektedir (Karagöz, 2017).

Tablo 12 : Kurumsal Bağlılık Ölçeği Alt Boyut Puan Ortalamaları

	Ort±SS	Min-Max (Medyan)	Çarpıklık	Basıklık	Cronbach’s Alpha
<b>Kurumsal Bağlılık Ölçeği</b>					
Duygusal Bağlılık	2,87±0,36	1-4,17 (2,83)	-0,662	3,041	0,722
Devam Bağlılığı	3,34±0,63	1-5 (3,50)	-0,613	0,979	0,704
Normatif Bağlılık	3,29±0,64	1,17-5 (3,50)	-0,496	1,051	0,710
Toplam	3,17±0,39	1.56-4,28 (3,22)	-0,494	1,096	0,814

Bir dağılımın normal bir dağılım gösterip göstermediğine karar vermek için çarpıklık ve basıklık değerleri dikkate alınır. Bu noktada basıklık ve çarpıklık değerlerinin kesme noktaları (sınırları) çarpıklık (Skewness) için mutlak değer olarak 3 ve basıklık (Kurtosis) için mutlak değer olarak 10’un üzerinde olmamalıdır (Kline 2011).

Ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 ile 0,99 olması güvenilir olduğunu göstermektedir (Tavakol ve Dennick, 2011).

### 3.4.3. İnfomal İletişim Ölçeği

Tablo 23 : KMO ve Bartlett’s Test Results

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,839
Chi-Square		4400,166
Df		276
Sig.		<0.000

Faktör Analizinin uygulanabilirliğinin ölçümü için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yeterlilik ölçümüne ve Bartlett’s Küresellik testine bakılmıştır. (KMO) ölçümü 1’e ne kadar yakın ise eldeki veri grubuna faktör analizinin yapılmasının uygun olduğu kabul edilmektedir (Živadinović; 2004). Bu çalışma 0,839 olarak hesaplanmış olup, veri gruba analiz yapılmasının uygun görülmüştür.

Tablo 34 : Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Faktör Yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans (%)
<b>Arkadaşlık</b>			
Otel ortamında resmi olmayan arkadaşlık ilişkilerini önemserim.	0,541		
Oteldeki informal ilişkilerim aracılığıyla arkadaşlık ilişkilerim gelişir.	0,814		
Otelimde arkadaşlık ilişkilerimi geliştirmek için uygun ortamlar vardır.	0,744		
Mesai arkadaşlarımla iş dışı ilişkileri önemserim.	0,692	6,488	27,035
Arkadaş edinmek için otel iyi bir ortamdır.	0,721		
Oteldeki arkadaşlarıma karşı oldukça ilgiliyimdir.	0,611		
Oteldeki arkadaşlık ilişkilerimi otel dışında da taşıyorum.	0,797		
Oteldeki informal ilişkiler arkadaşlık ilişkileri geliştirmek için önemsizdir.	0,522		
<b>Eğlenme</b>			
Oteldeki arkadaşlarımla hoş vakit geçiririm.	0,665		
Oteldeki arkadaşlarımla bir arada bulunmaktan hoşlanırım.	0,689		
Oteldeki arkadaşlarımla özel günlerini onlarla birlikte paylaşmayı severim.	0,798	3,302	13,760
Otel arkadaşlarımla otel dışında yemek, çay, piknik gibi etkinlikte katılmaktan hoşlanırım.	0,672		
Oteldeki arkadaşlarımla otel dışında da zaman geçiririm.	0,431		



Etkileme			
Oteldeki meslektaşlarım hakkında duyduğum bilgiler o kişiler hakkındaki yargılarımı değiştirmeme neden olur.	0,466		
Otel ortamındaki arkadaşlarımın fikirleri kendimi sorgulamamda bana yardımcı olur.	0,850	1,805	7,521
Oteldeki arkadaşlarımla boş zamanlarda bir araya gelerek yaptığım sohbetler sonucunda yeni davranışlar edinirim.	0,656		
Oteldeki arkadaşlarımın iletişim biçimleri beni etkiler.	0,544		
Bilgi			
Oteldeki arkadaşlarımla kurduğum iletişimler sonucu yeni bilgiler öğrenirim.	0,420		
Otel dışındaki hayatımda da otelde arkadaşlarımdan edindiğim bilgileri kullanırım.	0,495		
Oteldeki informal ilişkilerim mesleki bilgilenmem için fırsatlar sunar.	0,427		
Otel, hayata ilişkin bilgiler edinmemi sağlar.	0,595	1,473	6,138
Otel ortamında edindiğim bilgileri arkadaşlarımla paylaşıyorum.	0,820		
Mesai arkadaşlarımla sohbet ederken bilgilenirim.	0,444		
Mesleğimle ilgili yeni bilgileri otel informal ortamlarında öğrendiğim olur.	0,774		

Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçeğin maddeleri, 4 faktörden oluşmaktadır. Faktörün özdeğeri ve varyans açıklama oranı Tablo 14’de verilmiştir. Toplam varyans açıklama oranı %54,454 olarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen varyans oranları ne kadar büyükse faktör yapısının o kadar güçlü olduğu ve sosyal alanlarda bu değer %40 ile %60 olmasının yeterli bulunduğu kabul edilmektedir (Karagöz, 2017).

Tablo 45 : İnfomal İletişim Ölçeği Alt Boyut Puan Ortalamaları

	Ort±SS	Min-Max (Medyan)	Çarpıklık	Basıklık	Cronbach's Alpha
<b>İnfomal İletişim Ölçeği</b>					
Arkadaş	3,92±0,48	2,88-5 (4)	-0,476	0,164	0,799
Eğlenme	4,03±0,43	3-5 (4)	-0,330	0,476	0,773
Etkileme	3,86±0,53	2-5 (4)	-0,698	1,090	0,703
Bilgi	4,15±0,31	3,29-4,86 (4,14)	0,302	0,419	0,710
Toplam	4,00±0,24	3,29-4,88 (4)	0,040	0,632	0,734

Bir dağılımın normal bir dağılım gösterip göstermediğine karar vermek için çarpıklık ve basıklık değerleri dikkate alınır. Bu noktada basıklık ve çarpıklık değerlerinin kesme noktaları (sınırları) çarpıklık (Skewness) için mutlak değer olarak 3 ve basıklık (Kurtosis) için mutlak değer olarak 10’un üzerinde olmamalıdır (Kline 2011).

Ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 ile 0,99 olması güvenilir olduğunu göstermektedir (Tavakol ve Dennick, 2011).

### 3.4.4. Hipotezlere Ait Bulgular

*Hipotez 1:* Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların kurumsal bağlılık düzeyi arasında ilişki vardır.

Tablo 56 : İnfomal iletişim ile çalışanların kurumsal bağlılık düzeyi arasındaki korelasyon analizi

	İnfomal İletişim	
	r	p
<b>Kurumsal Bağlılık</b>	0,203	<b>0.001**</b>
<i>r</i> =Pearson Correlation	<i>*p</i> <0,05	<i>**p</i> <0,01

İnfomal iletişim ile kurumsal bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ( $p=0.001<0.01$ ) bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Hesaplanan korelasyon katsayısına ( $r= 0,203$ ) göre informal iletişim ile kurumsal bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Hipotez 1 kabul edilmiştir.

*Hipotez 1.1:* Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların duygusal bağlılık düzeyi arasında ilişki vardır.

Tablo 67 : İnfomal iletişim ile çalışanların duygusal bağlılık düzeyi arasındaki korelasyon analizi

	İnfomal İletişim	
	r	p
<b>Duygusal Bağlılık</b>	0,063	0,207
<i>r</i> =Pearson Correlation	<i>*p</i> <0,05	<i>**p</i> <0,01

İnfomal iletişim ile duygusal bağlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür ( $p=0,207>0.05$ ). Hipotez 1.1. reddedilmiştir.

**Hipotez 1.2:** Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların devam bağlılığı düzeyi arasında ilişki vardır.

Tablo 78 : İnfomal iletişim ile çalışanların duygusal bağlılık düzeyi arasındaki korelasyon analizi

	İnfomal İletişim	
	r	p
Devam Bağlılığı	0,120	0,016*

*r*=Pearson Correlation      \**p*<0,05      \*\**p*<0,01

İnfomal iletişim ile devam bağlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ( $p=0.016<0.05$ ) bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Hesaplanan korelasyon katsayısına ( $r=0,120$ ) göre informal iletişim ile devam bağlılığı düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Hipotez 1.2. kabul edilmiştir.

**Hipotez 1.3:** Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların normatif bağlılık düzeyi arasında ilişki vardır.

Tablo 19 : İnfomal iletişim ile çalışanların duygusal bağlılık düzeyi arasındaki korelasyon analizi

	İnfomal İletişim	
	r	p
Normatif Bağlılık	0,217	0,001**

*r*=Pearson Correlation      \**p*<0,05      \*\**p*<0,01

İnfomal iletişim ile normatif bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ( $p=0.001<0.01$ ) bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Hesaplanan korelasyon katsayısına ( $r=0,217$ ) göre informal iletişim ile normatif bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Hipotez 1.3. kabul edilmiştir.

**Hipotez 2:** Cinsiyete göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 20 : Cinsiyete Göre Kurumsal Bağlılık Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	Erkek (n=216)		Kadın (n=185)		<sup>b</sup> <i>p</i>
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Duygusal Bağlılık	2,88±0,36	1,33-4,17 (2,92)	2,86±0,35	1-3,67 (2,83)	0,676
Devam Bağlılığı	3,38±0,67	1-5 (3,5)	3,29±0,59	1-4,83 (3,33)	0,173
Normatif Bağlılık	3,29±0,68	1,17-5 (3,5)	3,3±0,59	1,17-5 (3,33)	0,876
Toplam	3,18±0,42	1,78-4,28 (3,22)	3,15±0,36	1,56-4,11 (3,17)	0,436

<sup>b</sup>Independent Sample *t* Testi      \*\**p*<0,01      \**p*<0,05

Cinsiyete göre, duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık ve kurumsal bağlılık toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

**Hipotez 3:** Yaşa göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 21 : Yaşa Göre Kurumsal Bağlılık Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	25 yaş ve altı (n=52)		26-30 yaş (n=72)		31-35 yaş (n=126)		36-40 yaş (n=28)		41 yaş ve üzeri (n=48)		<sup>a</sup> <i>p</i>
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Duygusal Bağlılık	2,96±0,31	2-3,5 (3)	2,8±0,46	1-3,67 (2,83)	2,86±0,34	1,33-3,5 (2,83)	2,89±0,33	2,33-4,17 (2,83)	2,9±0,32	2,33-3,5 (3)	0,183
Devam Bağlılığı	3,26±0,62	1,5-4,5 (3,33)	3,25±0,64	1-4,17 (3,42)	3,34±0,59	1,17-4,83 (3,42)	3,42±0,64	1-5 (3,5)	3,38±0,73	1-5 (3,5)	0,388
Normatif Bağlılık	3,28±0,64	1,83-4,67 (3,42)	3,17±0,59	1,17-4 (3,33)	3,37±0,6	2,33-5 (3,5)	3,28±0,64	1,17-5 (3,33)	3,3±0,8	1,17-5 (3,5)	0,345
Toplam	3,17±0,36	2,44-3,94 (3,19)	3,07±0,39	1,78-3,67 (3,17)	3,19±0,37	2,17-4,11 (3,22)	3,19±0,37	1,89-4,28 (3,22)	3,19±0,48	1,56-4,28 (3,19)	0,269

<sup>a</sup>One-Way Anova testi      \*\**p*<0,01      \**p*<0,05

Yaşa göre, duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık ve kurumsal bağlılık toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

**Hipotez 4:** Eğitim durumuna göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 22 : Eğitim Durumuna Göre Kurumsal Bağlılık Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	İlköğretim (n=51)		Lise (n=178)		Ön lisans (n=65)		Lisans/Lisansüstü (n=107)		<sup>a</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Duygusal Bağlılık	2,88±0,36	2-4,17 (2,83)	2,82±0,36	1-3,5 (2,83)	2,88±0,35	2-3,67 (2,83)	2,95±0,34	1,33-3,83 (3)	0,036*
Devam Bağlılığı	3,38±0,54	2,17-4,33 (3,5)	3,36±0,64	1-5 (3,5)	3,31±0,64	1-4,33 (3,5)	3,3±0,66	1-5 (3,33)	0,799
Normatif Bağlılık	3,47±0,49	2,33-4,5 (3,5)	3,37±0,64	1,17-5 (3,5)	3,08±0,64	1,17-4 (3,33)	3,2±0,66	1,17-5 (3,33)	0,001*
Toplam	3,24±0,34	2,56-3,89 (3,28)	3,18±0,4	1,78-4,28 (3,17)	3,09±0,4	1,56-3,67 (3,17)	3,15±0,38	1,89-4,28 (3,17)	0,185

<sup>a</sup>One-Way Anova testi

\*\*p<0,05

\*p<0,01

Eğitim durumuna göre, devam bağlılığı ve kurumsal bağlılık toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Eğitim durumuna göre duygusal bağlılık istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,036; p<0,05). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre lise mezunu katılımcıların duygusal bağlılığı, lisans/lisansüstü mezunlardan (p=0,021) düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,05).

Eğitim durumuna göre normatif bağlılık istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre ön lisans mezunu katılımcıların normatif bağlılığı, ilköğretim mezunu (p=0,007) ve lise mezunu (p=0,013) düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,05).

**Hipotez 5:** Bulunulan otelde çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 23 : Otelde Çalışma Süresine Göre Kurumsal Bağlılık Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	1-5 yıl arası (n=270)		6-10 yıl arası (n=98)		11 yıl ve üzeri (n=33)		<sup>b</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Duygusal Bağlılık	2,86±0,36	1-3,67 (2,83)	2,87±0,34	1,33-3,5 (2,83)	2,98±0,38	2,33-4,17 (3)	0,181
Devam Bağlılığı	3,36±0,62	1,17-5 (3,5)	3,26±0,65	1-4,33 (3,33)	3,39±0,65	2-5 (3,33)	0,386
Normatif Bağlılık	3,28±0,61	1,67-5 (3,33)	3,3±0,64	1,17-5 (3,5)	3,35±0,86	1,17-5 (3,5)	0,786
Toplam	3,16±0,37	1,78-4,28 (3,22)	3,15±0,4	1,56-4 (3,22)	3,24±0,46	2,11-4,28 (3,22)	0,470

<sup>b</sup>One-Way Anova testi

\*\*p<0,01

\*p<0,05

Bulunulan otelde çalışma süresine göre, duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık ve kurumsal bağlılık toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

**Hipotez 6:** Toplam çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 24: Toplam Çalışma Süresine Göre Kurumsal Bağlılık Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	1-5 yıl arası (n=88)		6-10 yıl arası (n=161)		11-15 yıl arası (n=96)		16 yıl ve üzeri (n=56)		<sup>a</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Duygusal Bağlılık	2,87±0,4	1-3,67 (2,83)	2,86±0,35	1,33-3,5 (2,83)	2,85±0,3	2,33-3,5 (2,83)	2,95±0,37	2,33-4,17 (3)	0,348
Devam Bağlılığı	3,27±0,64	1,5-4,83 (3,33)	3,36±0,6	1-4,83 (3,5)	3,46±0,55	2,33-5 (3,5)	3,18±0,78	1-5 (3,33)	0,045*
Normatif Bağlılık	3,26±0,63	1,67-5 (3,33)	3,33±0,57	1,17-5 (3,5)	3,37±0,61	1,67-5 (3,5)	3,1±0,83	1,17-5 (3,33)	0,060
Toplam	3,13±0,39	2-4,28 (3,17)	3,18±0,38	1,78-3,94 (3,22)	3,23±0,33	2,56-4,11 (3,22)	3,08±0,49	1,56-4,28 (3,11)	0,111

<sup>a</sup>One-Way Anova testi

\*\*p<0,05

\*p<0,01

Toplam çalışma süresine göre, duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve kurumsal bağlılık toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Toplam çalışma süresine göre devam bağlılığı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,045; p<0,05). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre 1-15 yıl arası toplam çalışma süresine sahip katılımcıların devam bağlılığı, 16 yıl ve üzeri toplam çalışma süresine sahip katılımcılardan (p=0,048) düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,05).

**Hipotez 7:** Cinsiyete göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 258 : Cinsiyete Göre İnfomal İletişim Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	Erkek (n=216)		Kadın (n=185)		<sup>b</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Arkadaşlık	3,94±0,48	2,88-5 (4)	3,91±0,49	2,88-4,75 (4)	0,609
Eğlenme	4,04±0,44	3-5 (4)	4,02±0,42	3-5 (4)	0,596
Etkileme	3,87±0,51	2-5 (4)	3,85±0,54	2-5 (4)	0,752
Bilgi	4,15±0,31	3,43-4,86 (4,14)	4,14±0,31	3,29-4,86 (4,14)	0,863
Toplam	4,01±0,26	3,29-4,88 (4,04)	3,99±0,23	3,38-4,79 (4)	0,478

<sup>b</sup>Independent Sample t Testi \*\*p<0,01 \*p<0,05

Cinsiyete göre, arkadaşlık, eğlenme, etkileme, bilgi ve informal iletişim toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

**Hipotez 8:** Yaşa göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 26 : Yaşa Göre İnfomal İletişim Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	25 yaş ve altı (n=52)		26-30 yaş (n=72)		31-35 yaş (n=126)		36-40 yaş (n=28)		41 yaş ve üzeri (n=48)		<sup>a</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Arkadaşlık	3,96±0,46	2,88-4,75 (4,06)	3,87±0,51	2,88-4,75 (3,88)	3,9±0,49	2,88-4,75 (4)	3,92±0,51	2,88-4,88 (4)	4,04±0,4	3-5 (4)	0,372
Eğlenme	4,08±0,43	3,2-5 (4)	3,99±0,45	3-4,8 (4)	4,02±0,44	3-5 (4)	4±0,42	3-5 (4)	4,1±0,38	3-5 (4)	0,499
Etkileme	3,76±0,49	2,5-4,75 (4)	3,95±0,53	2-5 (4)	3,88±0,46	2,5-5 (4)	3,87±0,57	2-5 (4)	3,77±0,61	2-4,75 (4)	0,242
Bilgi	4,14±0,28	3,43-4,86 (4,14)	4,23±0,35	3,43-4,86 (4,14)	4,12±0,28	3,43-4,86 (4,14)	4,12±0,29	3,29-4,86 (4,14)	4,14±0,34	3,57-4,71 (4)	0,174
Toplam	4±0,24	3,46-4,54 (4)	4,01±0,27	3,29-4,58 (4,02)	3,99±0,22	3,38-4,63 (4,02)	3,99±0,24	3,46-4,79 (3,96)	4,04±0,26	3,54-4,88 (4,02)	0,715

<sup>a</sup>One-Way Anova testi \*\*p<0,01 \*p<0,05

Yaşa göre, arkadaşlık, eğlenme, etkileme, bilgi ve informal iletişim toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

**Hipotez 9:** Eğitim durumuna göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 27 : Eğitim Durumuna Göre İnfomal İletişim Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	İlköğretim (n=51)		Lise (n=178)		Ön lisans (n=65)		Lisans/Lisansüstü (n=107)		<sup>a</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Arkadaşlık	3,88±0,42	2,88-5 (4)	3,93±0,53	2,88-4,88 (4)	3,96±0,53	2,88-4,75 (4,13)	3,92±0,39	2,88-4,75 (4)	0,834
Eğlenme	4,02±0,42	3-5 (4)	4,03±0,44	3-5 (4)	4,02±0,49	3-5 (4)	4,04±0,37	3-5 (4)	0,991
Etkileme	3,94±0,45	2,75-5 (4)	3,79±0,53	2-5 (4)	3,85±0,54	2,5-5 (4)	3,95±0,53	2,5-5 (4)	0,058
Bilgi	4,2±0,27	3,86-4,86 (4,14)	4,1±0,3	3,43-4,86 (4,14)	4,19±0,37	3,29-4,86 (4,14)	4,18±0,28	3,57-4,86 (4,14)	0,041*
Toplam	4,01±0,23	3,54-4,88 (3,96)	3,97±0,24	3,46-4,54 (4)	4,02±0,28	3,29-4,58 (4,04)	4,02±0,23	3,38-4,79 (4,04)	0,322

<sup>a</sup>One-Way Anova testi \*\*p<0,05

Eğitim durumuna göre, arkadaşlık, eğlenme, etkileme ve informal iletişim toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Eğitim durumuna göre bilgi istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,041; p<0,05). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre lise mezunu katılımcıların bilgi düzeyleri, lisans/lisansüstü mezunlardan (p=0,046) düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,05).

**Hipotez 10:** Bulunulan otelde çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 28 : Otelde Çalışma Süresine Göre İnfomal İletişim Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	1-5 yıl arası (n=270)		6-10 yıl arası (n=98)		11 yıl ve üzeri (n=33)		<sup>b</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Arkadaşlık	3,94±0,48	2,88-4,88 (4)	3,84±0,5	2,88-4,75 (4)	4,02±0,4	3-5 (4)	0,108
Eğlenme	4,03±0,42	3-5 (4)	3,97±0,47	3-5 (4)	4,18±0,36	3,6-5 (4,2)	0,064
Etkileme	3,84±0,51	2-5 (4)	3,92±0,51	2,5-5 (4)	3,84±0,69	2-5 (4)	0,487
Bilgi	4,13±0,31	3,29-4,86 (4,14)	4,17±0,29	3,57-4,86 (4,14)	4,18±0,35	3,57-4,86 (4,14)	0,450
Toplam	4±0,24	3,38-4,58 (4)	3,98±0,26	3,29-4,79 (4)	4,07±0,25	3,71-4,88 (4,04)	0,193

<sup>b</sup>One-Way Anova testi      \*\*p<0,01      \*p<0,05

Bulunulan otelde çalışma süresine göre arkadaşlık, eğlenme, etkileme, bilgi ve informal iletişim düzeylerinin toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

**Hipotez 11:** Toplam çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 29 : Toplam Çalışma Süresine Göre İnfomal İletişim Düzeylerinin Değerlendirilmesi

	1-5 yıl arası (n=88)		6-10 yıl arası (n=161)		11-15 yıl arası (n=96)		16 yıl ve üzeri (n=56)		<sup>a</sup> p
	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	Ort±Ss	Min-Max (Median)	
Arkadaşlık	3,95±0,41	2,88-4,75 (4)	3,9±0,51	2,88-4,75 (4)	3,91±0,55	2,88-4,88 (4)	,98±0,37	3-5 (4)	0,667
Eğlenme	4,09±0,39	3,2-5 (4)	3,99±0,43	3-5 (4)	4±0,49	3-5 (4)	,09±0,36	3-5 (4)	0,194
Etkileme	3,84±0,5	2,5-5 (4)	3,89±0,47	2-5 (4)	3,86±0,58	2-5 (4)	,83±0,61	2-5 (4)	0,827
Bilgi	4,16±0,29	3,43-4,86 (4,14)	4,14±0,3	3,29-4,86 (4,14)	4,15±0,31	3,43-4,86 (4,14)	,13±0,35	3,57-4,86 (4)	0,967
Toplam	4,02±0,23	3,46-4,54 (4)	3,99±0,22	3,29-4,58 (4)	3,99±0,28	3,38-4,79 (4,04)	,02±0,26	3,54-4,88 (4)	0,626

<sup>a</sup>One-Way Anova testi      \*\*p<0,05      \*p<0,01

Toplam çalışma süresine göre arkadaşlık, eğlenme, etkileme, bilgi ve informal iletişim düzeylerinin toplamı istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Tablo 30 : Hipotez Sonuçları

Hipotez	Durum
Hipotez 1: Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların kurumsal bağlılık düzeyi arasında ilişki vardır.	Kabul
Hipotez 1.1: Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların duygusal bağlılık düzeyi arasında ilişki vardır.	Ret
Hipotez 1.2: Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların devam bağlılığı düzeyi arasında ilişki vardır.	Kabul
Hipotez 1.3: Otel işletmelerinde kurum içerisindeki informal iletişim ile çalışanların normatif bağlılık düzeyi arasında ilişki vardır.	Kabul
Hipotez 2: Cinsiyete göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.	Ret
Hipotez 3: Yaşa göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.	Ret
Hipotez 4: Eğitim durumuna göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.	Kabul
Hipotez 5: Bulunulan otelde çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.	Ret
Hipotez 6: Toplam çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların kurumsal bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.	Kabul
Hipotez 7: Cinsiyete göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.	Ret
Hipotez 8: Yaşa göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.	Ret
Hipotez 9: Eğitim durumuna göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.	Kabul
Hipotez 10: Bulunulan otelde çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.	Ret
Hipotez 11: Toplam çalışma süresine göre otel işletmelerinde kurum içerisindeki çalışanların informal iletişim düzeyleri arasında farklılık vardır.	Ret

#### 4. SONUÇ

Bu çalışmada Alanya'daki 5 Yıldızlı otellerdeki çalışanların arasındaki informal iletişimin kurumlarına olan bağlılıklarına olan etkisi incelenmiştir. Çalışma Alanya bölgesindeki 91 otelde toplamda 401 çalışan üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın bulguları incelendiğinde Alanya’da bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinin daha çok yaz döneminde yoğunlaşması, bu duruma bağlı olarak da ilçenin dış il ve ilçelerden göç alması kaçınılmaz olmaktadır. Bu duruma bağlı olarak da iş görenlerin turizm sektöründe çalışmalarını sezonluk olarak görmelerine sebep olmaktadır. Sezonluk dönemde otellerde çalışmalarını da iş yaşamlarına bakış açılarını etkilemektedir. Dönemsel olarak çalışmalarını kurumlarına olan bağlılıklarını ve kurum içerisindeki iletişimlerini de etkilemektedir.

Yapılan araştırma sonucunda ulaşılan bulgulara göre de kurum içerisinde iş görenler tarafından kurulan iletişimin kurumsal bağlılığa etkisi olduğu görülmektedir. Genel hayatın genel akışını da uyan bu durum araştırma sonucuyla tutarlılık göstermektedir. Bu sebeple insan hayatının olmazsa olmazı olan iletişim faktörünün kurumlar içerisinde yönlendirilmesi ve kontrol altında tutularak kurum yararına sonuçlandırılması önerilmektedir. Yapılan işe alımlarda araştırma bulgularında da görüleceği üzere iş görenlerin eğitim durumlarının kurumsal bağlılığa ve informal iletişim noktalarında anlamlı etkileşimle sonuçlandığı görülmektedir. Bu sebeple insan kaynakları çalışanlarının ihtiyaç duyulan departmanlara iş gören alımı yaparken aynı seviye eğitim durumuna sahip çalışanları ile görüşüp değerlendirmeleri tavsiye edilmektedir. Bir diğer husus ise turizm sektöründe kurum içerisinde işleyen informal iletişimin gelecek sezonlarda çalışanların kurumlarda çalışma isteklerini etkilediklerinden dolayı kurum yöneticilerinin devamlılık sağlayan iş görenlere kurumsal bağlılıklarını arttıracak politikalar belirleyerek uygulamaya alması kurumları için pozitif yönde etki sağlayacaktır.

### KAYNAKÇA

- Bakan, İ. ve Büyükmeşe, T. (2004). Örgütsel İletişim İle İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(7), 1-30.
- Bektaş, M. ve Erdem, R. (2015). Örgütlerde İnfomal İletişim Süreci: Kavramsal Bir Çerçeve. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(1), 125-139.
- Demirel, Y., Seçkin, Z. ve Özçınar, M. F. (2011). Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(2), 33-48.
- Eğinli, A. T. ve Bitirim, S. (2008). Kurumsal Başarının Önündeki Engel: Zehirli (Toksik) İletişim. Selçuk İletişim, 5(3), 124-140.
- Erol, Y. ve Akyüz, M. (2015). Dünyanın En Eski Medyası: Dedikodunun Örgüt Düzeyindeki İşlevleri Ve Algılanışı: Sağlık Örgütlerinde Bir Alan Araştırması. Journal of World of Turks, 7(2), 149-166.
- Gall, M. D., Walter R., B. ve Joyce P., G. (1996). Educational research: An introduction. Longman Publishing.
- Karcıoğlu, F., Timuroğlu, M. K. ve Çınar, O. (2009). Örgütsel İletişim ve İş Tatmini İlişkisi -Bir Uygulama-. Yönetim: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi(67), 59-76.
- Koç, H. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Sadakat İlişkisi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(28), 200-211.
- Mert, İ. S., Bekmezci, M. ve Eroğlu, K. (2019). Gayri Resmi İletişimin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 7(1), 1-27.
- Mızrak, K. C., Türk, A. ve Cevher, M. F. (2020). İşletmelerde İnfomal İlişkilerin Yönetilmesine Farklı Bir Bakış Açısı: Havacılık Sektöründe Bir Uygulama. Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 29-44.
- Özsoy, S. A., Ergül, Ş. ve Bayık, A. (2001). Bir Yüksekokul Çalışanlarının Kuruma Bağlılık. Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi, 17(3), 1-16.
- Solmaz, B. (2006). Söylenti ve dedikodu yönetimi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 565-575.
- Sungur, E. ve Toksü, F. (2010). İç İletişim “İçerde” Kalabilir mi? Online İletişim Ortamlarının Kurum İç İletişim İçin Oluşturduğu Fırsat ve Tehditler. International Conference on New Media, 28-30.
- Şengöz, M. (2019). Çalışanların Liderlik Algısı ve Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki. Ankara: Astana Yayınları.
- Teker, C., Çavmak, D. ve Söyler, S. (2019). İnfomal Grupların Çalışan Algıları Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Bir Sağlık İşletmesi Uygulaması. International Anatolia Academic Online Journal Social Sciences Journal, 5(2), 104-115.