



Etkileşimci Liderliğin Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisi: Adana'daki Seyahat Acenteleri Örneği

The Effects Of Transactional Leadership Upon Organizational Identification: A Case Of Travel Agencies In Adana

Sine ERDOĞAN MORÇİN

Ardahan Üniversitesi
Çıldır Meslek Yüksekokulu, Ardahan,
Türkiye
semorcin@ardahan.edu.tr

İlhami MORÇİN

Ardahan Üniversitesi
Çıldır Meslek Yüksekokulu, Ardahan,
Türkiye
ilhamimorcin@ardahan.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, A Grubu seyahat acentelerinde etkileşimci (işlevsel) liderlik davranışının örgütsel özdeşleşmeye etkisi araştırılmıştır. Doğu Akdeniz bölgesinde faaliyet gösteren A grubu seyahat acenteleri araştırılmış ve en çok acentenin bulunduğu il olan Adana uygulama yeri olarak belirlenmiştir. Adana ilinde aktif olarak faaliyet gösteren 86 adet A grubu seyahat acentesi tespit edilmiş ve veri toplama aracı, bu acentelerde görev yapan 153 işgörene uygulanmıştır. Sonuç olarak, etkileşimci liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşmeyi etkilediği ortaya çıkmıştır. T-testi ve varyans analizi sonuçlarına göre ise etkileşimci liderlik ve örgütsel özdeşleşme davranışı tutumlarının demografik özelliklere göre farklılaşmadıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etkileşimci Liderlik, Örgütsel Özdeşleşme, Seyahat Acentesi

Abstract

In this study, the effect of transactional leadership styles upon organizational identification in group A travel agencies researched. Group A travel agents operating in the Eastern Mediterranean region explored and most studied agent identified as the province is Adana with a lot of practice. 86 groups A of travel agency serving those agents are actively operating in the province of Adana have been identified and 153 employees work in these agencies applied for data collection. As a result, there is a relationship between transactional leadership and organizational identification has emerged and it effects organizational identification. According to the results of t-test and analysis of variance perspective of demographic characteristics transactional leadership and organizational identification among the undifferentiated attitudes has emerged.

Key Words: Transactional Leadership, Organizational Identification, Travel Agency

GİRİŞ

Hızlı ve sürekli değişen rekabet koşulları, işletmelerin taklit edilmesi zor alternatiflere yatırım yapmasını zorunlu kılmaktadır. Bu alternatiflerden biri önemi gittikçe artan beşeri sermayeye yapılan yatırımdır. Bu bağlamda yönetim bilimlerinde ortaya çıkan yenilikçi gelişmeler, hızlı ve sürekli değişen çevrelerde faaliyet gösteren işletmelerin de hızla işletme süreçlerine uyarlaması gereken gelişmelerdir. Seyahat acenteleri de bu değişime hızla adapte olması gereken turizm işletmelerinden biridir. Liderlik pek çok işletme için olduğu gibi, seyahat işletmeleri için de oldukça önemli bir kavramdır. Nitekim, turizm çalışanlarının yoğun ve çoğu zaman aşırı tempolu iş yaşamı söz konusu olduğunda bu kavram daha da önemli bir hale gelmektedir. Bu yoğun tempo içerisinde çalışanlardan çoğu zaman fedakârlık ve rol fazlası davranışlar (örgütsel vatandaşlık v.b) beklenmektedir. Bu fedakârlıklar ise ancak işgörenlerin kendilerini işletmeleri ile özdeşleştirmeleri sayesinde gerçekleşebilecektir. Bu araştırmada, seyahat acentesi yöneticilerinin etkileşimci liderlik davranışlarının, işgörenlerin örgütsel özdeşleşme tutumlarına etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde ilgili yazın ele alınmış; ikinci bölümünde araştırma hakkında genel bilgilere yer verilmiş; üçüncü bölümünde bulgular ortaya konmuş ve dördüncü bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

1.Kuramsal Çerçeve

Önceleri turizm sektörünün bir alt sektörü olarak değerlendirilen seyahat sektörü günümüzde başlı başına bir endüstri haline gelmiştir. Seyahat endüstrisi, kırkın üzerinde sektörle doğrudan ve/veya dolaylı olarak etkileşim halindedir (Ahipaşaoğlu ve Arıkan, 2005). Bu sektörün en önemli işletme türlerinden biri de seyahat acenteleridir. Seyahat acentesi; turistik mal ve hizmet üreten işletmelerin ürünlerinin satışını onlar adına yapan; bunun karılığında belli bir komisyon elde eden; ve/veya seyahat ile ilgili çeşitli hizmetleri bir paket içerisinde birleştirip tur organizasyonları gerçekleştiren, enformasyon, ulaşım aracı kiralamak, seyahat sigortası gibi diğer hizmetleri de sunan, çağın gerektirdiği olanaklardan yararlanarak hızla gelişen kuruluşlardır (Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2007: 11).

Türkiye’de seyahat acenteleri 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu’na göre yasal olarak A grubu, B grubu ve C grubu seyahat acenteleri olarak sınıflandırılmaktadır (Uygur ve Turgut, 2012: 60). Seyahat acenteleri, genel olarak, otel işletmeleri kadar büyük organizasyonlar olmasa da turizm sektörünün yapısı gereği profesyonelce yönetilen işletmelerdir. Dolayısıyla, bu işletmelerde modern bir yönetim tarzının uygulandığı ve günümüzde modern yönetimin bir gereği olan *liderliğin* seyahat acenteleri için de oldukça önemli bir konu olduğu söylenebilir. Liderlik, neredeyse insanlık tarihinden beri var olan bir kavramdır. Liderlik metaforu hakkında pek çok tanım geliştirilmiştir. Bu tanımlamalardan bazıları aşağıdaki gibidir:

“Liderlik, bir üstün astlarının davranışın etkileme ve onları belirli bir etkinlik dizisini izlemeye ikna etme yeteneğidir” (Barnard 1938’den Aktaran: Özsoylemez, 2009:4).

“Bir grup insanı belirli amaçlar doğrultusunda etrafında toplayabilme ve bu amaçları gerçekleştirmek için onları harekete geçirme yetenek ve bilgilerin toplamıdır” (Bass, 1999: 16).

“Liderlik, liderin kendisini takip eden izleyicilerini amaçlar doğrultusunda harekete geçirebilme yeteneğidir” (Ke ve Wei, 2005: 433).

“Liderlik toplumdaki bir topluluğu herhangi bir eylem akışına uyması için etkileme sanatıdır; onları kontrol altında tutmak, yönetip yönlendirmek ve içlerinden en iyi olanı seçme hüneridir. Liderliğin en büyük bölümünü insan yönetimi oluşturur” (Adair, 2009: 24).

Liderlikle ilgili bilimsel araştırmalar 1900’lü yılların başında artmaya başlamıştır. Yapılan ilk araştırmalarda liderlik özellikleri araştırılmıştır. 1930-1940 yıllarında liderin kişisel özellikleri üzerinde durulmuştur. 1940-1960 yıllarında liderlik davranışları araştırılmıştır. 1960-1980 yıllarında araştırmacılar modern liderlerin davranışlarının nasıl olduğu üzerinde durmuşlardır. Günümüzde daha çok, yeni liderlik kuramları yani *dönüştürücü*, *etkileşimci* ve *karizmatik* liderler hakkında çalışmalar yapılmaktadır. (Deliveli 2010: 10). Dönüştürücü liderler, takipçilerini bireysel çıkarlar yerine örgütsel çıkarlar için güdüleyen ve onları önemli değişiklikler yapmaya ikna edebilmek için bir vizyon sunan liderdir (Black ve Porter, 2000: 432). Karizmatik liderler, yol gösteren, ilham ve güven veren, saygı uyandıran, geleceğe yönelik olumlu düşünmeye teşvik eden, izleyenlerin yaşamlarında gerçekten önemli olan şeyleri görmeleri için çaba gösteren liderlerdir (Oktay ve Gül, 2003: 405). Etkileşimci liderler ise, mevcut durumu korumaya odaklanan liderlerdir. Dün ve gelecek arasında değişikliğe gitmezler. Çünkü mevcut sistem içerisinde ortaya çıkan liderlerdir. Küçük yenilikler ile etkinliği artırmaya çalışırlar (Begeç, 1999: 91).

Etkileşimci liderlik, karşılıklı alış-verişe dayanan bir liderlik modelidir. Bu alışverişte izleyenler görevlerini yerine getirdiklerinde ödülle, görevlerini yerine getirmediğinde ise ceza ile karşılaşılır. Lider, izleyicilerin itaatkâr ve işe istekli olmaları için örgütsel kaynakları kullanmaktadır. Davranışları kontrol etmek ve düzeltmek için ise bir çeşit uyarım-tepki modeli sergilemektedir (Grundstein, 1999: 150). Etkileşimci liderlik geleneksel liderlik olarak da kabul edilebilir. Bu tip liderlik yaklaşımında lider-izleyen, ast-üst, çalışanlar ve yöneticiler arasında çıkar ilişkisi söz konusudur. Diğer taraftan bu tip liderliğin de örgütler açısından bir takım yararları olduğu söylenebilir. Bunlar (Sayılı, t.y.: 14):

- Astların ihtiyaçları tam ve doğru olarak belirlenir. Çaba ile ödül arasında sıkı bir bağ kurularak bu ihtiyaçlara cevap verilir.
- Çaba ve performans için astların kişisel ilgileri üzerine yoğunlaşılır.
- Kurallar açık bir şekilde lider tarafından ortaya konur.
- Astlar hangi durumda ödül hangi durumda ceza alacaklarını iyi bilirler.
- Süreç içerisinde otomatik olarak performans değerlendirmesi yapılır.
- Değerlendirme sonuçları astlar ile paylaşılır.

Pek çok araştırmada, dönüştürücü liderliğin daha olumlu bir liderlik tipi olduğu konusunda genel bir yargı vardır. Diğer taraftan, etkileşimci liderliğin, dönüştürücü liderlikten daha olumlu sonuçlar ortaya çıkardığı örgütsel çıktılar da vardır. Örneğin Zagorsak, Dimovski ve Skerlavaj (2009), 2006 yılında Slovenya’da eğitim sektöründe yaptıkları deneysel araştırmada, etkileşimci liderliğin örgütsel öğrenmeyi, dönüştürücü liderlikten daha olumlu etkilediğini ortaya koymuşlardır. Diğer taraftan İşcan (2006: 73) hem dönüştürücü hem de etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşmeyi olumlu etkilediğini ancak dönüştürücü liderliğin olumlu etkisinin daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. İşcan bu araştırmasının verilerini Erzurum ilinde KOBİNETE’ye üye olan

işyerlerinin işgörenlerine uygulamıştır. Etkileşimci liderliğin, örgütsel özdeşleşmeye etkisinin turizm ve seyahat endüstrisinde hangi düzeyde olacağı sorusu bu araştırmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Örgütsel özdeşleşme kavramı ‘çalışanların, çalıştıkları örgüt ve kurumları tanımlamakta kullandıkları kavramlarla kendilerini ne düzeyde tanımladıklarının bir göstergesi’ olarak açıklanabilir (Dutton vd., 1994: 240). Örgütsel özdeşleşme konusunda ilk çalışma Tolman’a (1943) aittir. Tolman yaptığı çalışmada üç farklı özdeşleşme türünden bahsetmiştir (Köse, 2009: 2):

- Bir kimsenin kendisinden daha yaşlı birini taklit etmesi veya örnek alması
- Bir kişinin, parçası olduğu herhangi bir gruba bağlanması
- Özdeşleşmenin, birey tarafından harekete geçirici bir unsur olarak görülmesi

Çalışmanın konuyu işletme bazında incelenmesi nedeniyle, ikinci tanımda ele alınan görüşü ele aldığımızda örgütsel özdeşleşmenin, bir örgüte bağlanma ya da ona ait olma duygusu sağlayan bir kavram olduğu söylenebilir. Yani bireyle örgüt özdeşleştiğinde, örgütü tanımlarken kullandığı kavramlar ile kendisini tanımlarken kullandığı kavramlar arasında benzerlikler görülebilir (Afgün, 2006: 106).

Kelman (1958) örgütsel özdeşleşme kavramını şu şekilde tanımlamıştır: ‘Özdeşleşme kendini tanımlama tepkisidir ve belirli bir ilişki içinde oluşur. Birey diğer birey veya gruplar ile tatmin edici bir kendini tanımlama ilişkisini kurmak ve sürdürmek ister ve bunun gerektirdiği etkiyi kabul eder. Özdeşleşme, özdeşleşen kimsenin diğerinin rolünü üstlenmesi olarak klasik yoldan olabileceği gibi iki kişinin karşılıklılık içinde özdeşleşmeleri de söz konusudur’ (Aktaran: Karayiğit, 2008: 20). Scott ve Lane (2000) örgütsel özdeşleşmenin bireyin psikolojik açıdan örgütü kendisinin bir parçası olarak görmesi olarak tanımlamıştır (Tüzün, 2006: 81). Tompkins ve Cheney (1985) örgütle özdeşleşme yazınının örgüt ile birey arasındaki bağı açıklamaya katkı sağladığını belirtmişlerdir (Turunç, 2010: 256). Ashfort ve Mael (1989: 22-23) ise örgütsel özdeşleşmeyi bireyin amaçlarının örgütün amaçları ile bütünleşmesi olarak açıklamışlardır.

Smidts, Pryun ve Van Riel’e (2001) göre örgütsel özdeşleşmenin temelinde sosyal kimlik teorisi yatmaktadır. Sosyal kimlik, bireyin çeşitli sosyal gruplarla ilgili bilgi, değerlendirme ve bileşenlerini içine alan bir kavramdır (Özdemir, 2007: 69). Tajfel ve Turner’ın geliştirdikleri sosyal kimlik kuramına göre; bireyler kendilerini ve diğer üyeleri örgütsel üyelik, dini bağlılık, cinsiyet ve yaş uyumu gibi sosyal kategorilerde sınıflandırır. Bu sınıflandırmalar özdeşleşmeye zemin hazırlamaktadır. Konu örgütler açısından değerlendirildiğinde ise özdeşleşme bireyin gruba olan uyumunu, işbirliğini, kolektif davranışlarını, paylaşılan normlarını ve karşılıklı etki gibi grup olgularının ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Kırkbeşoğlu ve Tüzün, 2009: 2-3). Ceylan ve Özbal (2008) örgütlerin bireylerin aidiyet duygularına ve özdeşleşmesine yönelik yürüttükleri faaliyetleri işletmelerin müşterileri için yürüttükleri ilişkisel pazarlama faaliyetlerine benzetmektedirler. Yazarlara göre her iki faaliyet türünde de uzun vadeli ve sadakati hedefleyen çalışmaların yapılması, mevcut ilişkileri ve ya cazip yeni fırsatları değerlendirip örgütün amaçlarına ulaşmak hedeflenmektedir.

Örgütsel özdeşleşme kavramı hakkında yapılan çalışmalar incelendiğinde *örgütsel özdeşleşme* ve *örgütsel bağlılık* konusunun sık sık karıştırıldığı görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin örgütsel bağlılık ölçeğinde bir alt boyut olarak ele alınması bu

karmaşayı daha da artırmaktadır. Ancak bu noktada örgütsel bağlılığın, örgütsel özdeşleşmenin bazı formlarını içerdiğini söylemek yerinde olacaktır. Ashford ve Mael örgütsel özdeşleşmenin benlikle ilgili bir kavramken bağlılığın benlikle ilgili bir kavram olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca bağlılığın, aynı değer ve inançları paylaşan başka bir örgüte taşınabilirken, özdeşleşmenin örgüte özgü olduğu söylenebilir (Günbek, 2007: 15). Örgütsel özdeşleşmenin karıştırıldığı bir diğer kavram da mesleki özdeşleşmedir. Ashford ve Mael profesyonel ve mesleki özdeşleşme ile örgütsel özdeşleşmenin farklı kavramlar olduklarından bahsetmişlerdir. Bu araştırmacılara göre örgütsel özdeşleşme, kendini örgüt çerçevesinde tanımlamayı ifade ederken, mesleki özdeşleşme kendini meslek çerçevesinde tanımlamayı içermektedir (Mustafayeva, 2007: 76).

Örgütsel özdeşleşme hem birey hem de grup bağlamında incelenebilen ve işletmeler açısından büyük önem taşıyan psikolojik bir olgudur. Örgütsel özdeşleşme değerli çalışanların elde tutulması ve çalışanların işyerindeki mutluluğunun sağlanması için önemlidir. Örgütle özdeşleşen çalışanlar örgütlerine sadık kalırlar ve işletmenin amaçlarını kendilerine amaç edinerek bu amaçlara ulaşmak için en iyi performansı göstermeye çalışırlar (Solmaz, 2010: 17). Bir üyenin örgütsel özdeşleşme düzeyi onun benliğinin örgütün üyesi olmaya ne derece bağlı olduğunu göstermektedir. Eğer örgüt üyeliği bireyin benliğinde merkezi bir yer edinmişse onun diğer sosyal gruplardaki üyeliklerinden daha önemli bir konuma gelmişse, bir örgütle yüksek derecede özdeşleşmiştir (Karabey ve İşcan, 2007: 232).

Yapılan araştırmalarda, örgütsel özdeşleşmenin işletmeler için kritik hale gelmesinin bir nedeni de örgütsel ortamlarda anlam ve duyguların öneminin yeniden keşfedilmesi olarak belirtilmiştir. İş örgütleri (işletmeler) bir kişinin ait olduğu grupların en önemlileri arasında yer almaktadır. Bunun nedeni ise insanların bu örgütlerde diğer gruplardan daha fazla zaman geçirmesidir. Ayrıca kişilerin geçimini sağlaması iş örgütlerinin geleceğine ve kişinin işteki rolünde başarılı olmasına bağlıdır (İşcan ve Naktiyok, 2005: 120). Liponnen vd. (2005) bireylerin örgütle özdeşleşme profillerinin farklılık gösterebileceğini belirtmişlerdir. Araştırmacılar kavramı çoğul özdeşleşenler (örgüt içinde her düzeyde özdeşleşenler), alt grup özdeşleşenler (çalıştığı gruba güçlü, üst düzeye düşük özdeşleşenler), üst grup özdeşleşenler (çalıştığı gruba zayıf, üst düzeye güçlü özdeşleşenler ve özdeşleşmeyenler (tüm düzeylerde zayıf özdeşleşmeye sahip olanlar) olarak ele almışlardır (Tüzün ve Çağlar, 2008: 1018).

Tüzün ve Çağlar (2009) örgütsel özdeşleşmenin öncülleri üzerine yaptıkları çalışmalarında örgütsel güvenin algılanan örgütsel kimliğin çekiciliği ve özdeşleşme arasında aracı etki yaptığı sonucuna ulaşmışlardır. Polat (2009) zabitler ve fabrika çalışanları üzerinde yaptığı araştırmada da benzer şekilde her iki örneklem grubu için örgütsel güvenin özdeşleşmeyi olumlu biçimde etkilediğini bulmuştur. Rol belirsizliği ise her iki örneklem için özdeşleşmeyi olumsuz yönde etkilemektedir. Olkkonen ve Lipponen ise (2006) örgütsel adaletin örgütsel özdeşleşmeyi olumlu etkilediğini ortaya koymuşlardır. Örgütsel özdeşleşme ve liderlik ilişkisinde genellikle karizmatik liderliğe vurgu yapılmaktadır. Bunun nedeni, karizmatik liderin izleyicileri etkilemede özdeşleşme ve içselleştirmeden faydalanmalarıdır (Oktay ve Gül, 2003: 409). Ancak diğer liderlik türleri ile örgütsel özdeşleşme ilişkisinin araştırılmasının da yapılacak çıkarımlar için daha geniş bir bakış açısı sağlayacağı söylenebilir.

Örgütsel özdeşleşme iş performansını artırıcı bir unsur olarak organizasyonlar açısından oldukça önemlidir. Çalışanların iş performanslarını artırıcı unsurların

araştırıldığı pek çok araştırma bulunmaktadır. Örgütsel özdeşleşme de bu araştırmalarda sıklıkla ele alınan bir konudur. Araştırmalar optimum iş performansının sağlanmasında pek çok olumlu etkenin aynı anda harekete geçirilmesi gerektiğine vurgu yapmışlardır. Bununla birlikte bu değişkenlerin farklı organizasyon yapılarında ve farklı sektörlerde araştırılmasının hem alan yazına hem de uygulayıcılara büyük katkılar sağlayacağı belirtilmiştir (Turunç, 2010: 254). Bu bağlamda örgütsel özdeşleşmeyi sağlayacak etkenlerin neler olduğunun turizm ve seyahat endüstrisi açısından da ayrıca ele alınmasının önemli olduğu söylenebilir. Bu araştırmada, daha önceki araştırmalarda pek çok öncülde (liderlik, bağlılık, iş tatmini, örgütsel güven, örgütsel adalet...) olumlu etkilenen örgütsel özdeşleşmenin, turizm sektöründe de yöneticilerin etkileşimci liderlik davranışlarından etkilenip etkilenmediği araştırılmıştır. Bu etkinin daha önce turizm sektöründe yeterince araştırılmamış olması araştırmanın önemli olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede araştırmanın amacına dayalı olarak geliştirilen hipotez şu şekildedir:

Hipotez: *Seyahat acenteleri yöneticilerinin etkileşimci liderlik tutumları, işgörenlerin örgütsel özdeşleşme düzeylerini etkilemektedir.*

2.Yöntem

Araştırma alanı olarak Adana ilindeki A grubu seyahat acenteleri seçilmiştir. Adana ilinin tercih edilmesinin nedeni araştırmacıların bölgeyi tanınması ve Adana ilinin Doğu Akdeniz bölgesinde en çok seyahat acentesinin bulunduğu il olmasıdır. A grubu seyahat acentelerinin tercih edilme sebebi ise, bu acentelerin Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirttiği tüm acentecilik faaliyetlerini yürütüyor olmalarıdır. Adana ilinde faaliyet gösteren A Grubu seyahat acentelerinin sayısı TÜRSAB'ın (<http://www.tursab.org.tr/>) internet sitesi aracılığı ile belirlenmiştir. Adana ilinde faaliyetlerine devam eden 86 adet A grubu seyahat acentesi bulunmaktadır. İşgörenlerin sayısını belirlemek amacıyla acenteler tek tek telefonla aranmış ve yetkililerine *acentenizde yöneticiler dışında kaç kişi çalışıyor?* sorusu yöneltilmiştir. Araştırma, işgörenlerin tutumlarına dayalı olduğu için, acente yöneticileri araştırma kapsamına alınmamıştır. Acente yetkilerinin, verdikleri cevap doğrultusunda, Adana ilinde A grubu seyahat acentelerinde yaklaşık 230 işgörenin çalıştığı belirlenmiştir. Bu sayı araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Evren sınırlı olduğu için, örneklem alınmamış ve tam sayım yapılmaya çalışılmıştır. Ancak örneklem alınmasa da, hangi anket sayısının evreni temsil edileceği %95 güven aralığı içinde %5'lik bir hata payı öngörülerek hesaplanmış ve 144 anketin evreni temsil edebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Acentelerin tamamına ulaşılarak toplamda 230 anket dağıtılmış ve 164 anket sayısına ulaşılmıştır. Ancak 11 anket değerlendirilmeye alınamayacak kadar eksik doldurulmuştur. Sonuçta, toplam 153 anket analize tabi tutulmuştur. Bu bağlamda, araştırma örnekleminin evreni yeterli oranda temsil ettiği söylenebilir. Analizlerde SPSS programından yararlanılmıştır.

Etkileşimci liderlik için Bass ve Avolio'nun (1990) geliştirdiği ve Hakan Dilek'in (2005) Türkçe'ye çevirdiği ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek 8 maddeden oluşmaktadır. Örgütsel özdeşleşme için, Mael ve Ashforth'un (1992) geliştirdiği ve Polat'ın (2009) Türkçe'ye çevirdiği ölçek kullanılmıştır. Ölçek 6 maddeden oluşmaktadır. Ölçeklerin tercih edilme sebebi ise alanda en çok kullanılan ölçekler olmalarıdır. Ölçeklere ilişkin veriler her iki ölçek için de 5'li likert şeklinde toplanmıştır.

3.Bulgular ve Tartışma

3.1. Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan her iki ölçek de literatürde en fazla kullanılan ölçekler olduğundan geçerlilik çalışması yapılmasına gerek görülmemiştir. Buna göre, etkileşimci liderlik ölçeğinin Cronbach's alfa değeri 0,868 örgütsel özdeşleşme ölçeğinin ise 0,896'dır. Buna göre ölçeklerin güvenilir oldukları söylenebilir.

3.2.Demografik Bulgular

Araştırmada elde edilen demografik bulgular Çizelge 1'de gösterilmiştir. Çizelge 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan işgörenlerin %51'inin kadın, % 49'unun erkek olduğu görülmektedir. Bu dağılımlar örneklem grubunun çoğunluğunu kadınların oluşturduğunu ancak cinsiyet açısından birbirine yakın sayılar göstermektedir. Buna ek olarak, örneklem grubunun çoğunluğunu, 25-39 yaş aralığında bulunan, bekâr, aylık geliri 500-999 TL arasında olan, önlisans mezunu, turizmle ilgili alanlardan mezun olan, 1-3 yıl sektör deneyimine sahip ve 1-3 yıl aralığında acentelerinde çalışan işgörenlerin oluşturduğunu göstermektedir.

Çizelge 1.Demografik Bulgular

Değişken	Tür	f	%
Cinsiyet	Kadın	78	51
	Erkek	75	49
Yaş	18-24	58	37,9
	25-39	83	53,6
	40+	12	8,5
Medeni Durum	Evli	54	35,3
	Bekâr	99	64,7
Aylık Gelir	500-999	90	58,8
	1000-1499	50	32,7
	1500+	13	8,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	6	4,0
	Lise	42	27,5
	Önlisans	63	41,0
	Lisans	42	27,5
Mezun Olunan Bölüm	Turizm ve Otel İşl.	47	30,7
	Konaklama İşl.	6	4,0
	Seyahat İşl.	27	17,6
	Turist Reh.	9	5,8
	Diğer	64	41,9
Sektörde çalışma süresi	1 yıldan az	20	13,1
	1-3 yıl	58	37,9
	4-7 yıl	41	26,8
	8-11 yıl	18	11,8
	11+	16	10,4
Acentedeki çalışma süresi	1 yıldan az	29	19,0
	1-3 yıl	64	41,8
	4-7 yıl	32	20,9
	8-11 yıl	18	11,8
	11+	10	6,5

Bu araştırmada kullanılan demografik değişkenler, literatürde liderlik tutumu ve örgütsel özdeşleşme tutumu üzerinde etkisi olduğu belirtilen değişkenlerdir. Önceki araştırmaların sonuçları göz önüne alındığında özellikle cinsiyet ve kıdem değişkenleri için örgütsel özdeşleşme tutumlarının farklılaşması beklenmiştir. Nitekim daha önceki

araştırmalarda kadınların örgütsel özdeşleşme düzeylerinin erkeklerden daha düşük olduğu ve işgörenlerin kıdemlerinin arttıkça örgütsel özdeşleşme düzeylerinin arttığı ortaya konmuştur (İşcan, 2006: 170; Çakınberk, 2011). Ancak, seyahat acentesi işgörenlerinin tutumlarına dayalı olan bu araştırmada böyle bir sonuç ortaya çıkmamıştır. Yapılan analizlerin sonuçları Çizelge 2’de gösterilmiştir.

Çizelge 2. t-testi ve Anova Testlerinin Sonuçları

Değişken	Analiz	Bağımlı Değişken	Anlamlılık (p)
Yaş	ANOVA	ÖÖ	0,346
Cinsiyet	t-test	ÖÖ	0,172
Medeni Durum	t-test	ÖÖ	0,955
Eğitim Derecesi	ANOVA	ÖÖ	0,981
Eğitim Alanı	ANOVA	ÖÖ	0,399
Sektördeki çalışma süresi	ANOVA	ÖÖ	0,148
Acentede Çalışma Süresi	ANOVA	ÖÖ	0,150
Gelir	ANOVA	ÖÖ	0,533

*p<0,05

Etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşme ile ilişkisini belirlemek üzere korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyi, kesin sınırlar olmamakla beraber, korelasyon katsayısının 0-0,25 olması durumunda “zayıf ilişki”, 0,50-0,69 arasında olması durumunda “orta düzeyde ilişki”, 0,70-0,89 arasında olması durumunda “kuvvetli ilişki” ve 0,90-1 arasında olması durumunda “çok kuvvetli ilişki” şeklinde yorumlanabilir. Korelasyon katsayısının r= 0 olması ise değişkenler arasında hiçbir ilişki yoktur şeklinde yorumlanmaktadır. Yukarıda belirtilen rakamlar kesin sınırları içermemekle birlikte literatürde farklı korelasyon katsayı sınıflamaları da yer almaktadır (Ural ve Kılıç, 2005: 220). Etkileşimci liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin düzeyinin orta düzeyde olduğu söylenebilir. Analize ilişkin sonuçlar Çizelge 3’te verilmiştir.. İşcan’ın (2006: 170) yaptığı çalışmada da bu çalışmada elde edilen korelasyon düzeyine yakın bir sonuç ortaya çıkmıştır (0,310**).

Çizelge 3.Etkileşimci Liderlik İle Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki

	Etkileşimci Liderlik	Örgütsel Özdeşleşme
Etkileşimci Liderlik		0,365**
Örgütsel Özdeşleşme	0,365**	

**p<0,01

Genel olarak regresyon modeli; $Y = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \dots + \beta_n.X_n + \varphi$ şeklindedir. Hipotezleri test etmek için aşağıdaki regresyon modelleri kurulmuştur.

Model: Örgütsel özdeşleşme üzerinde etkileşimci lider özelliklerinin etkileri ile ilgili regresyon modeli; $Y_1 = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2 + \varphi$ şeklindedir.

Modelde kullanılan $Y =$ Örgütsel Özdeşleşmeyi, $\beta_0 =$ Sabit Katsayıyı ($\beta_1, \beta_2 \dots$ değerlerinin sıfır olduğu durumda Y 'nin beklenen değeridir). β_1, β_2 ise değişkenlere ait parametrelerde bir birimlik değişmeye karşılık Y 'deki ortalama değişme oranını göstermektedir. X_1 ise etkileşimci liderliği göstermektedir.

Çizelge 4.Etkileşimci Liderlik İle Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki Regresyon

BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	β	t	P
EL	0,365	3,308**	0,000
F		23,180**	
R		365 ^a	
R ²		0,127	

****Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır**

Örneklerin *normal dağılıma uygunluk testi* sonuçları imkân verdiği için regresyon analizi yapılmıştır. F değerinin 23,180** olması modelin 0,01 düzeyinde anlamlı bir model olduğunu göstermektedir. Etkileşimci liderlik ile örgütsel özdeşleşme davranışı arasındaki regresyon analizlerinde görüldüğü gibi R değeri 0,365'tir. R² değeri ise bağımlı değişkendeki değişimin bağımsız değişkenler tarafından ne kadar tanımlanabildiğini gösteren bir ölçüdür. Model 1'de R² değeri 0,127 olarak ortaya çıkmıştır. Buna göre, etkileşimci liderlik ile ilgili bağımsız değişkenlerin tümü örgütsel özdeşleşmeyi % 12,7 düzeyinde açıklayabilmektedir. Etkileşimci liderlik ve örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu değişkenlerin p değerleri 0,000 olarak bulunmuştur. β değerleri ise ,365'tir. Bu sonuçlara göre *araştırma hipotezi desteklenmiştir*. Bu bağlamda, daha önce farklı sektörlerde ortaya konan etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşmeyi etkilediği sonucunun, turizm sektörü açısından da desteklendiği söylenebilir.

SONUÇ

Örgütsel özdeşleşme kavramı bireyin kendisi ile örgüt arasında kurduğu ilişkiyi inceleyen önemli bir kavramdır. Örgütsel özdeşleşme örgütsel adalet, bağlılık, tatmin, örgütsel güven gibi pek çok öncülde etkilenmektedir. Bu öncüllerden bir tanesi de, lider ile izleyen arasındaki ilişkisinin yapısını açıkça ortaya koyan ve karşılıklı bir alışverişe dayanan etkileşimci liderliktir. Önceki araştırmalar da örgütsel özdeşleşmenin etkileşimci liderlik ile ilişkisi araştırılmış fakat turizm sektöründe yapılmış bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırma da etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşmeye etkisi turizm sektörünün önemli bir aktörü olan seyahat acentelerinde araştırılmış ve *seyahat acentelerinde etkileşimci liderlik davranışının örgütsel özdeşleşmeyi etkilediği* ortaya konmuştur.

Modern işletmecilikte başarıya ulaşılabilmesi için taklit edilmesi zor alternatiflere yatırımlar yapılmalıdır. Bu, günümüzde daha çok müşteriye yapılan yatırımlar şeklinde ortaya çıksa da işletmeleri başarıya götüren ve en az müşteri

ilişkileri kadar önem arz eden bir unsur da çalışanlarla kurulan ilişkilere dir. Bu bağlamda örgütsel özdeşleşmenin çalışanlarla kurulan bağın düzeyini ve kalitesini gösteren önemli bir göstere ge olduğu söylenebilir. Örgütte çalışanlar örgütle özdeşleşmediklerinde iş tatmininin, örgütsel vatandaşlık davranışının, işten ayrılma niyetinin, çatışmaların ve tükenmişliğin etkilenebileceği söylenebilir. Nitekim örgütsel özdeşleşme kavramı, görgül olarak iş tatmini, motivasyon, performans, örgüte sadakat, işbirliği davranışı ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişki içindedir (Pratt 1998; Shamir 1990'dan akt: Shamir ve Kark, 2004: 115). Polat (2009) yukarıda bahsedilen çalışmasında bunu destekler biçimde örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyetini olumsuz, örgütsel vatandaşlık davranışını ve alt boyutlarını ise olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Literatürde örgütsel özdeşleşme ile en çok ilişkisi araştırılan demografik sorular ile yapılan t-testi ve varyans analizleri sonucunda ise örgütsel özdeşleşme tutumunun, seyahat acentesi işgörenleri örneğinde, demografik değişkenlere göre farklılaşmadığı ortaya çıkmıştır. İşcan'ın 213 işgören üzerinde yaptığı çalışmada ise, örgütsel özdeşleşmenin cinsiyete ve kıdeme göre farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Kadın işgörenlerin örgütsel özdeşleşmeleri erkeklere göre daha düşüktür; kıdem arttıkça örgütsel özdeşleşme de artmaktadır. Aynı şekilde Çakınberk ve arkadaşlarının (2011) yaptığı çalışmada da kıdem arttıkça özdeşleşme artmaktadır. Fakat bu çalışmanın sonucunda böyle bir sonuç ortaya çıkmamıştır. Bu farklılığın uygulama alanlarının farklı olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Korelasyon analizi neticesinde, etkileşimci liderlik ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Korelasyon analizi ile değişkenlerin ilişkili oldukları belirlendikten sonra hipotez testi için regresyon analizi yapılmıştır. Turizm sektörünün, en az konaklama alanı kadar önemli olan seyahat işletmeciliği alanında yapılan bu çalışmada, regresyon analizi sonucunda etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşmeyi etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu etki $r = ,127$ düzeyindedir. Bu sonuca göre etkileşimci liderliğe ait değişkenlerin tümü örgütsel özdeşleşmeyi %12,7 oranında açıklayabilmektedir. İşcan (2006) yaptığı çalışmada hem etkileşimci liderliğin hem de dönüştürücü liderliğin örgütsel özdeşleşmeyi arttırdığı sonucunu ortaya koymuştur. Bu bilgiler doğrultusunda, turizm sektörü yöneticilerine şu önerilerde bulunulabileceği düşünülmektedir:

- Regresyon analizinde elde edilen bulguya dayanarak, yöneticilere örgütsel özdeşleşmeyi sağlamak için dönüştürücü liderlik gibi olumlu ve karşılıklı güvene dayanan liderlik davranışlarının yanı sıra iş-ödül karşılıklılığına dayanan etkileşimci liderlik davranışlarını da kullanmaları önerilebilir. Nitekim Avolio'ya (1999: 14) göre dönüştürücü liderlik bir adım önde olsa da etkileşimci liderlik, dönüştürücü liderlik davranışının bir ön şartı niteliğindedir.
- Örgütsel özdeşleşmenin artması ile örgütsel bağlılık, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık, motivasyon ve performans gibi ardılların da olumlu etkilenmesi beklenebilir. Özellikle turizm sektörü gibi çok yoğun olan ve çoğunlukla çalışanlardan fedakarlık bekleyen bir iş alanında çalışanın kendisini örgütle bütünleşmiş hissetmesi çok önemli bir konudur. Çünkü, ancak bu sayede çalışanlar işyerleri için fedakarlıkta bulunabilecektir.
- Örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyeti üzerindeki olumsuz etkisi de turizm sektörü açısından çok önemlidir. Nitekim, turizm sektöründe işgören devir hızı

çok yüksektir (Aktaş ve Gök, 2010: 34). Örgütle özdeşleşmiş bir işgören işten ayrılmayı daha az düşüneceği için daha verimli çalışabilir. Bu açıdan yöneticilerin, işgörenlerin kendilerini örgütle daha fazla bütünleşmiş hissetmesi için bir yönetici-çalışan ilişkisinden çok lider-ekip ilişkisi kurmaya çalışmaları daha olumlu sonuçlar verebilir.

- Etkileşimci liderlik davranışı, karşılıklılığın yanısıra, lider ile izleyen arasındaki yapısal ilişkinin açıkça ortaya konduğu bir liderlik tarzıdır. Dolayısıyla turizm sektörü yöneticilerine, işgörenleri ile arasındaki ilişkileri yapısal açıdan açık bir şekilde ortaya koymaları, sözgelimi hangi durumlarda ödül hangi durumlarda ceza ile karşılaşacaklarını açıkça ve önceden ortaya koymaları önerilebilir.

Gelecek araştırmalarda, etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşmeye etkisinin turizm sektörünün diğer işletmelerinde ve farklı sektörlerde de incelenmesinin literatüre önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Buna ek olarak dönüştürücü liderlik ve etkileşimci liderliğin beraber ele alındığı ve etkilerinin kıyaslandığı araştırmaların da gerekli olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Adair, John (2009). *Bir Lider Nasıl Yetiştir?*. (Çev.:Gülay Doğançalı), İstanbul: Babıali Yayıncılık.
- Afgün, S., (2006). Sanal Organizasyonlarda Yapı, Yönetim ve İletişim. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Ahipaşaoğlu, S., ve Arıkan, İ.,(2005). *Seyahat Endüstrisi İşletmeleri*, Ankara: Gazi Kitabevi,
- Aktaş,A., Gök, B., (2010). "Örgütsel Bağlılığın İşgören Başarımı Üzerindeki Etkisi: Antalya'daki A Grubu Seyahat Acentesi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", 11.Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı (Ed: Osman E. Çolakoğlu), Detay Yayıncılık, Ankara
- Ashforth, B.E. ve Mael, F. (1989). "Social Identity Theory And The Organization", *Academy Of Management Review*, 14 (1), 20-39.
- Avolio, B.J., (1999). *Full Leadership Development: Building The Vital Forces In Organizations*, USA: Sage Publications.
- Bass, M. B. (1999). "Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8 (1), 9-32.
http://www.techtied.net/wpcontent/uploads/2007/10/bass_transformationalleadership.pdf
(Erişim Tarihi: 16.09.2011).
- Begeç, S. (1999). *Modern Liderlik Yaklaşımları ve Uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknolojileri Enstitüsü, Gebze.
- Black, J.S. Ve Porter, L. (2000). *Management: Meeting New Challenges*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Ceylan,A., Özbal, S., (2008). "Özdeşleşme Yoluyla Sadakat Oluşturma Üzerine Üniversite Mezunları Arasında Yapılan Bir Çalışma", Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 9(1), 81-109.

- Çakınberk, A., Derin, N., Demirel, E.T., (2011). "Örgütsel Özdeşleşmenin Örgütsel Bağlılıkla Biçimlenmesi: Malatya ve Tunceli Özel Eğitim Kurumları Örneği", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 89-121.
- Çolakoğlu, O.,E., ve Çolakoğlu, Ü., (2007). *Seyahat Acenteleri Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Deliveli, Ö. (2010). *Yönetimde Yeni Yönelimler Bağlamında Lider Yöneticilik*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Dilek, Hakan (2005). Liderlik Tarzlarının ve Adalet Algısının; Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranış Üzerine Etkilerine Yönelik Bir Araştırma. Gebze: Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Yayınlanmış doktora tezi.
- Dutton, J.E., Dukerich, J.M. ve Harquail, C.V. (1994) 'Organizational Images and Member Identification', *Administrative Science Quarterly*, 39 (2), 239-263.
- Grundstein, R. A., (1999)."Bilateral Transformational Leadership An Approach for Fostering Ethical Conduct in Public Service Organizations". *Administration&Society*, 31(2), 247-260.
- Günbek, K., (2007). Örgütsel Özdeşleşme ve Kamu Kesim Personeli Üzerine Bir Uygulama., Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- İşcan, Ö.F., (2006). "Dönüştürücü/Etkileşimci Liderlik Algısı ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinde Bireysel Farklılıkların Rolü", *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, (11), 160-177.
- İşcan, Ö.F., Naktiyok, A., (2005).*Dijital Çağ Örgütleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karabey, C.N., İşcan, Ö.F., (2007). "Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel İmaj ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 231-241.
- Karayiğit, K.Y. (2008). Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Ke, Weiling & Wei, K. Kee (2005). "Organizational culture and leadership in ERP implementation". *Decision Support Systems*, 428-440 <http://www.pacis-net.org/file/2005/347.pdf> (Erişim Tarihi: 14.09.2011)
- Kırkbeşoğlu, E., & Tüzün, İ.K., (2009). "Bireycilik-Toplulukçuluk İkileminde Mesleki Özdeşleşme ve Örgütsel Özdeşleşme Ayrımı", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-8, ISSN: 1309-8039, http://www.sobiad.org/eJOURNALS/dergi_YBD/arsiv/ybd2009/01erdem_kirkbesoglu.pdf (Erişim Tarihi: 20.05.2012)
- Köse, C.G., (2009). Örgütsel Özdeşleşmenin Çalışanların Sürekli İyileştirme Çabalarına Katkısı: Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Mael, F. ve Ashforth, B.E. (1992). Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of The Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103 – 123.
- Mustafayeva, L., (2007). Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Oktay, Ercan & Gül, Hasan (2003). "Çalışanların Duygusal Bağlılıklarının Sağlanmasında Conger Ve Konungo'nun Karizmatik Lider Özelliklerinin

- Etkileri Üzerine Karaman Ve Aksaray Emniyet Müdürlüklerinde Yapılan Bir Araştırma”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 403-428. http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler/ercan%20oktay%20-%20hasan%20g%20c3%9cl/403-428.pdf (Erişim Tarihi: 14.05.2011).
- Olkonen, M.E ve Lipponen, J. (2006). “Relationship Between Organizational Justice, Identification With Organizational And Work Unit And Group Related Outcomes” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100(2), 202-215.
- Özdemir, H.Ö. (2007). *Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatminine Etkisi: Opet Çalışanlarına Yönelik Uygulama*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Özsöylemez, Orhan (2009). *Algılanan Liderlik Tarzlarının İş Tatmini Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Örgütle Özdeşleşmenin Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Polat, M. (2009). *Örgütsel Özdeşleşmenin Öncülleri ve Ardılları Üzerine Bir Saha Çalışması*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi
- Saylı, H. (t.y). “Örgütsel Değişimde Liderliğin Rolü”. <http://www.aku.edu.tr/anasayfa/Ara.aspx?q=etkile%C5%9Fimci+liderlik&sa.x=0&sa.y=0&sa=Search> (Erişim Tarihi: 15.12.2010).
- Shamir, B., Kark, R., (2004). “A Single-Item Graphic Scale For The Measurement Of Organizational Identification”, *Journal Of Occupational And Organizational Identification*, 77, 115-123.
- Solmaz, H., (2010). *Örgütsel Özdeşleşmenin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Örgütsel Adaletin Aracılık Rolü.*, Ankara: Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Turunç, Ö., (2010). “Organizasyonlarda Kontrol Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi”., *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11 (1), 251-269
- Tüzün, K., İ. (2006). *Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi: Uygulamalı Bir Çalışma*, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Tüzün, İ.K. ve Çağlar İ. (2008), “Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve İletişim Etkinliği İlişkisi” *EJournal of Yaşar University*, Vol 9, No 2.
- Tüzün, İ.K. & Çağlar, İ. (2009). Investigating The Antecedents Of Organizational Identification”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 284-293.
- Ural, A., Kılıç, İ.(2005). *Bilimsel Araştırma Süreci Ve SPSS İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık,
- Uygur, T., ve Turgut, H., (2012). *Son Değişikliklerle Turizm Mevzuatı*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Zagorsak, H., Dimovski, V., Skerlavaj, M., (2009). “Transactional and Transformational Leadership Impacts On Organizational Learning”. *Journal for East European Management Studies*, 2, 144-165 http://www.hampp-verlag.de/hampp_e-journals_JEMS.htm#209 (Erişim Tarihi:10.02.2012).

The Effects Of Transactional Leadership Upon Organizational Identification: A Case Of Travel Agencies In Adana Province

Sine ERDOĞAN MORÇİN

Ardahan University
Çıldır Vocational School, Ardahan,
Türkiye
semorcin@ardahan.edu.tr

İlhami MORÇİN

Ardahan University
Çıldır Vocational School, Ardahan,
Türkiye
ilhamimorcin@ardahan.edu.tr

Extensive Summary

1. Introduction

Fast and ever-changing competitive conditions, requires businesses to invest in alternatives that are difficult to imitate. One of these alternatives is increasing the importance of investment in human capital. In this context, management sciences innovative developments emerging, fast and ever-changing environments, business processes, adapt quickly to businesses operating in the developments. Travel agencies also need to be adapted quickly to this change is one of the tourism sector enterprises. Leadership, as well as an important concept for travel agencies as many businesses. In fact, tourism professionals, and most of the time-intensive when it comes to over-paced work environment, this concept is becoming more and more important. This is in the hectic pace, the role of sacrifice behavior more often than employees is expected. This is due to the sacrifices equating the enterprises themselves, but employees realized. In this study, the effect of travel agency employees' attitudes's effect of transactional leadershipis upon attitudes of organizational identification. The relevant literature is discussed in the In the first part of the study ; given general information about study second part of the research ; the findings put forward in the third part of and the result and recommendations are given in the fourth section.

Transactional leadership, a leadership model based on reciprocity. This shopping duties brought the audience award, fail to perform their duties in the face with no penalty. Leading the audience to be obedient and willing to work using organizational resources. To check and correct the behavior of the stimulus-response model exhibits a kind (Grunstein, 1999: 150).

The concept is analyzed studies on the subject of organizational identification and organizational commitment is often mixed. Organizational identification, organizational commitment scale be considered as a sub-dimension adds to the confusion. However, at this point, organizational commitment, organizational identification would be appropriate to say that the some of the forms. Mael and Ashford reported and organizational identification is a concept with self adherence was not a concept with self. Also commitment, sharing the same values and beliefs are portable to

another organization, identification can be said to be unique to the organization (Günbek, 2007: 15).

2. Method

To examine the effect of transactional leadership attitudes of employees identify with organizational research conducted in this research are not covered by agency managers. For this reason, Group A travel agencies operating in the province of Adana, the number of employees working through the agency officials tried to get the phone call. Investigational agents, telephone and address information Travel Agents Association of Turkey web site (<http://www.tursab.org.tr/>) were obtained through. Number of employees in accordance with the responses of the travel agent authorities designated as 230. This number is also the population consisted of study. The universe is full inventory is limited and the sample has not been made. However, some employees do not want to participate in the survey due to the 153 questionnaires were analyzed. SPSS software was used for the analysis. The scale for transactional leadership developed by Bass and Avolio(1990) and Hakan Dilek (2005) translated into were used. The scale consists of 8 items. For organizational identification, the scale of Mael and Ashforth (1992) was translated into Turkish by Polat (2009). The scale consists of six items. If the field is preferred because the scales is that they are the most commonly used scales. 5-point Likert scale for each of the scales in the form of the data collected. To regression analyse were used.

***Hypothesis:** Transactional leadership attitudes of travel agencies managers effects, organizational identification level of workers.*

3. Findings

According to the demographic findings, employees who participated in the study, 51% of women and 49% are male. These distributions women constitute a majority of the sample group, but the numbers show that close to each other in terms of gender. In addition, the majority of the sample group, in the range of 25 to 39 years of age, single, with a monthly income of between £ 500-999, associate degree graduates, who graduated from tourism-related areas, 1-3 years and 1-3 years of experience in the sector agencies working in the range of shows that employees.

Demographic variables used in this study, the effect on the attitude of the literature indicated that the identification of leadership and organizational behavior variables. However, in this study, the travel agency employees' attitudes transactional leadership and organizational identification not affected by demographic variables emerged. There is a positive relationship between transactional leadership and organizational identification, and this can be said to be a weak level of correlation.

Regression analysis between transactional leadership behavior and organizational identification, the value of R 0, 365 turned out to be. Change in the dependent variable by the independent variables in the value of R² is a measure of how much can be defined. Model 1 has emerged as an R² value of 0.127. Accordingly, the transactional leadership on organizational citizenship behavior of all the independent variables explain 12.7% of the level. There are a significant relationship between transactional leadership and organizational identification. p values of these variables, was found to be 000. β value is ,365. According to these results, research hypothesis, *has been accepted.*

In the literature, identify with organizational relationship with the most researched demographic questions and as a result of the t-test and analysis of variance identify with the organization's stance, the case of travel agency employees, not differ according to demographic variables emerged. In the survey of İşcan conducted on 213 employee, organizational identification has emerged differ according to gender and seniority. Women is lower than that of men identify with the organization, organizational identification is also increasing with increasing seniority. akınberk and colleagues (2011), same way ,did a study to identify with the increase in retirement is increasing. However, such a conclusion did not come as a result of this research. This difference is thought to be due to the fact that different areas of application.