

Toplu Yemek Firmalarında Uygulanan Personel Güçlendirmenin, Personel Memnuniyeti, Kurum Aidiyeti ve Kurum İçi İmaja Olan Etkisinin Belirlenmesi¹ (Determination of the Impact of Empowerment in Catering Firms on Staff Satisfaction, Corporate Loyalty and Corporate Image)

Ali KAPLAN^a Muammer BEZİRGAN^b

^aBalıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir, Türkiye. alikaplan_254@hotmail.com

^bBalıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir, Türkiye. muammerbezirgan@hotmail.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Kurumsal Aidiyet Kurum İçi İmaj Personel Güçlendirme Personel Memnuniyeti	Amaç – Edremit Körfezi’nde faaliyet gösteren toplu yemek firmalarında çalışan personele uygulanan personel güçlendirme faaliyetlerinin, personel memnuniyetine, kurum aidiyetine ve kurum içi imaja olan etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Yöntem – Araştırma evrenini Balıkesir ili Edremit Körfezi’nde faaliyet gösteren toplu yemek firmalarında çalışan personeller oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında oluşturulan anket formlarının, katılımcılara ulaştırılması ve katılımcılar tarafından geri dönüşünün sağlanması gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler 406 katılımcının verileri ile gerçekleştirilmiştir. Anket formu iki ayrı kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım; katılımcıların demografik özelliklerini ifade eden bilgilerden oluşmaktadır. Anket formunun ikinci kısmı ise, araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturan ve dört alt boyut ile ölçümlenen 12 ifadeli personel güçlendirme ölçeğinden meydana gelmiştir. Araştırma kapsamında veri tabanı oluşturulabilmesi adına edinilen veriler elektronik ortama aktarılmış ve aktarılan veriler istatistik paket programları ve yapısal eşitlik modeli ile analizlere tabi tutulmuştur. Bulgular – Araştırma katılımcılarının betimleyici özelliklerinin belirlenmesi için katılımcıların demografik özellikleri ve kaçınıcı iş yerinde çalıştıkları ve bu sektörde kaç yıldır çalıştıkları gibi önermeler açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamındaki katılımcıların % 42,6’sı kadınlardan % 57,4’ü erkeklerden oluşmaktadır. Medeni duruma bakıldığında ise %59,1’inin evli olduğu görülmektedir. Tartışma – Yapılan analizler sonucunda, personel güçlendirme alt boyutlarından anlam ve yetenek boyutlarının kurumsal aidiyet üzerinde, yetenek ve etki boyutlarının personel memnuniyeti üzerinde, yetkinlik ve etki boyutunun ise genel kurum içi imaj üzerinde olumlu ve anlamlı etkileri tespit edilmiştir. Bununla birlikte personel memnuniyetinin bireysel ve genel kurum içi imaj üzerinde, kurumsal aidiyetin de bireysel kurum içi imaj üzerinde olan anlamlı ve olumlu etkileri araştırmanın diğer bulgularındandır.
Gönderilme Tarihi 29 Temmuz 2019 Revizyon Tarihi 14 Ocak 2020 Kabul Tarihi 10 Şubat 2020	
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Corporate Loyalty Corporate Image Empowerment Staff Satisfaction	Purpose – This study aims to determine the effects of employee empowerment activities applied to the employees working in catering companies which operates in Edremit Bay on staff satisfaction, corporate loyalty and corporate image. Design/methodology/approach – The research population is composed of employees working in catering companies operating in Edremit Bay of Balıkesir province. The survey forms created within the scope of the research were delivered to the participants and had them return the forms. The analyses were carried out with the data acquired from 406 participants. The survey form consists of two separate parts. The first part includes information stating the demographic characteristics of the participants. The second part of the survey form comprises of the 12-item-staff empowerment scale forming the independent variables of the research and measured with four sub-dimensions. In order to create a database within the scope of the research, the data obtained were transferred to the electronic environment and the transferred data were analyzed with statistical package programs and structural
Received 29 July 2019 Revised 14 January 2020 Accepted 10 February 2020	

¹Bu makale, Dr. Öğr. Üyesi Muammer Bezirgan’ın danışmanlığında hazırlanan Ali Kaplan’ın 2019 yılında tamamlanan “Toplu yemek firmalarında uygulanan personel güçlendirme faaliyetlerinin personel memnuniyeti, kurum aidiyeti ve kurum içi imaja olan etkisinin belirlenmesi” isimli yüksek lisans tezinden uyarlanmıştır.

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Kaplan, A., Bezirgan, M. (2020). Toplu Yemek Firmalarında Uygulanan Personel Güçlendirmenin, Personel Memnuniyeti, Kurum Aidiyeti ve Kurum İçi İmaja Olan Etkisinin Belirlenmesi *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 413-428.

equation model.

Article Classification:

Research Article

Findings – In order to determine the descriptive characteristics of the research participants, the demographic features of the participants and the propositions such as how many workplaces they have worked in and how many years they have been working in this sector have been tried to be explained. 42.6% of the participants in the research are women and 57.4% are men. When the marital status is examined, it is seen that 59.1% are married.

Discussion- As a result of the analyses, it was determined that the meaning and ability dimensions of the employee empowerment sub-dimensions had a positive and significant effect on institutional loyalty, the ability and impact dimensions had a positive effect on the staff satisfaction and the competence and impact dimensions had a positive and significant effect on the overall corporate image. Besides, significant and positive effects of employee satisfaction on individual and general corporate image and corporate loyalty on individual corporate image are among the other findings of the research.
