



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(10): 775-786.

DOI:10.26677/TR1010.2020.549

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

İşveren Markası ile Yetenek Yönetimi İlişkisinin İşe Adanmışlık Üzerine Etkisi*

Kübra DEMİR, Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, e-posta: kdemir@ticaret.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1217-6014>

Doç. Dr. Osman BAYRAKTAR, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İstanbul, e-posta: obayraktar@ticaret.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2502-3578>

Öz

Bu makalede işveren markası ve yetenek yönetimi ilişkisinin çalışanların işe adanmışlık algısı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma modelinde, işe adanmışlık sonuç değişkeni, işveren markası ve yetenek yönetimi tahmin değişkeni olarak yer almıştır. Araştırma verileri İstanbul'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı 150 otel çalışanından toplanmıştır. Verilerin analizi için IBM SPSS Statistics 23.0 ve STATA 16 yazılımları kullanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda, işveren markası ve yetenek yönetimi katalizör puanlarının, işe adanmışlık puanları üzerinde etkileri olduğu bulgusuna erişilmiştir. Araştırma, işveren markası, yetenek yönetimi ve işe adanmışlık değişkenlerinin birlikte ele alınması ve konaklama sektöründe yapılmış olması nedenleriyle alanyazın açısından orijinaldir.

* Bu makale Kübra Demir'in İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde tamamladığı Yüksek Lisans Tezinde türetilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşveren Markası, Yetenek Yönetimi, İşe Adanmışlık.

Makale Gönderme Tarihi: 13.07.2020

Makale Kabul Tarihi: 02.10.2020

Önerilen Atıf:

Demir, K. ve Bayraktar, O. (2020). İşveren Markası ile Yetenek Yönetimi İlişkisinin İşe Adanmışlık Üzerine Etkisi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(10): 775-786.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2020, 3(10): 775-786. DOI:[10.26677/TR1010.2020.549](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.549)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası:www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

The Effect of Employer Brand and Talent Management Relationship on Employee Engagement

Kübra DEMİR, MSc. Student, İstanbul Ticaret University, Social Sciences Institute, İstanbul, e-mail: kdemir@ticaret.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1217-6014>

Associate Prof. Dr. Osman BAYRAKTAR, İstanbul Ticaret University, Faculty of Management, İstanbul, e-mail: obayraktar@ticaret.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2502-3578>

Abstract

In this article, the effect of employer branding and talent management relationship on employees' perception of commitment to work has been investigated. Commitment to work outcome variable, employer brand and talent management were included as predictive variables in the research model. The research data were collected from 150 four and five-star hotel employees operating in İstanbul. IBM SPSS Statistics 23.0 and STATA 16 software were used for data analysis. As a result of the analysis of the data, it was found that employer branding and talent management catalyst scores had effects on the commitment scores. The research is original in terms of the literature as it has been done in the hospitality sector and handles the variables of employer brand, talent management and commitment together.

Keywords: Employer Brand, Talent Management, Employee Engagement.

Received: 13.07.2020

Accepted: 02.10.2020

Suggested Citation:

Demir, K. and Bayraktar, O. (2020). The Effect of Employer Brand and Talent Management Relationship on Employee Engagement, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(10): 775-786.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.