

**HELAL KONSEPTLİ OTEL
İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN ETİK
ALGILARI, BİREY-ÖRGÜT UYUMU VE
ÖRGÜTSEL BAĞLILIKLARI
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**NUR AYBİKE CEYLANLAR
(Yüksek Lisans Tezi)
Eskişehir, 2017**

**HELAL KONSEPTLİ OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN
ETİK ALGILARI, BİREY-ÖRGÜT UYUMU VE ÖRGÜTSEL
BAĞLILIKLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Nur Aybike Ceylanlar

T.C.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir, 2017

T.C.

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTİSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Nur Aybike Ceylanlar tarafından hazırlanan Helal Konseptli Otel İşletmelerinde Çalışanların Etik Algıları, Birey-Örgüt Uyumu ve Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi başlıklı bu çalışma (25.07.2017) tarihinde Eskişehir Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Dalında yüksekisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof.Dr. Yaşar SARI

Üye: Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ

(Danışman)

Üye: Yrd. Doç. Dr. Pembegül ÇAKIR

ONAY

.../ .../ 2017

(İmza)

(Akademik Unvanı, Adı-Soyadı)

Enstitü Müdürü

...../...../.....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin/projenin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

NUR AYBİKE CEYLANLAR

ÖZET

HELAL KONSEPTLİ OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN ETİK ALGILARI, BİREY-ÖRGÜT UYUMU VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIKLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

CEYLANLAR, Nur Aybike

Yüksek Lisans-2017

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Cihan Seçilmiş

Bu araştırmada, henüz niş pazar konumundaki helal turizm kapsamında faaliyet gösteren helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların etik algıları, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini Türkiye'deki farklı illerde faaliyet gösteren helal konseptli otel işletmelerinde çalışan 394 katılımcı oluşturmaktadır. Uluslararası araştırmacıların geliştirdiği ölçekler kullanılarak oluşturulan bir anket çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS istatistik programında, Croanbach Alpha, faktör analizi, KMO (Kaiser-Meyer-Olkin), Bartlett testleri, varyans (One-Way ANOVA, tukey), çoklu regresyon ve korelasyon analizleri, etik algı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin birey-örgüt uyumu aracılık etkisi ile analizi, t testleri ve helal konseptli otellerde çalışma isteği ve tercihi üzerine lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların etik algıları, birey-örgüt uyumları ve örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Helal konseptli otel işletmelerinde çalışmanın, katılımcı işgörenler açısından öncelikli iş tercihi olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışanların etik algı düzeylerinin yüksek olduğu, bireysel değerleri ile örgüt değerlerinin uyumlu olduğu, duygusal bağlılık düzeylerinin, normatif ve devam bağlılığından yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Helal Turizm, Etik Algı, Birey-Örgüt Uyumu, Örgütsel Bağlılık

ABSTRACT

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PERCEPTION OF ETHICS, PERSON-ORGANIZATION FIT AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF EMPLOYEES WORKING FOR HALAL-CONCEPT HOTELS

CEYLANLAR, Nur Aybike

Master Degree-2017

**Department of Tourism
Administration**

Danışman: Assoc. Prof. Cihan Seçilmiş

This study examines the relationships between the perception of ethics, person-organization fit and organizational commitment of employees working for halal-concept hotels operating in halal tourism industry, which is still a niche market. The sample of the study consists of 394 employees working for halal-concept hotels operating in different cities of Turkey. For the purposes of the study, a questionnaire was prepared and administered to the participants by using the surveys developed by the researchers in the field. The data obtained were applied the following analyses by using SPSS software: Croombach Alpha, factor analysis, KMO (Kaiser-Meyer-Olkin), Barlett tests, variance (One-Way ANOVA, tukey), multiple regression and correlation analyses, t-tests, and regression analysis for employees' eagerness and preferences to work for halal-concept hotels. The results of the analyses revealed that a meaningful and positive relationship was found between perceptions of ethics, person-organization fit and organizational commitment of employees working for halal concept hotels. It was also found that working for a halal-concept hotel was a priority preference for the participants. In addition, participants' perception of ethics were high and their personal values fit the organizations' values. Finally, participants' emotional commitment level were higher than normative and continuance commitment.

Key Words: Halal Tourism, Perception of Ethics, Person-Organization Fit, Organizational Commitment.

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim süresince ve tez çalışmamın her aşamasında, desteğini hiç esirgemeyen, bilgi ve deneyimleri ile yol gösteren, değerli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ'e; yüksek lisans eğitimime başlamama vesile olan sayın hocam Prof. Dr. Yaşar SARI'ya; verilerin analizi ve bulguların değerlendirilmesi aşamasında desteğini esirgemeyen hocalarım Doç. Dr. Arzu ALTIN YAVUZ ve Öğretim Görevlisi Barış ERGÜL'e; hayatımın her alanında olduğu gibi yüksek lisans eğitimimde ve bu çalışmamda bana sonsuz destek olan sevgili anneme, aileme ve anketler konusundaki destekleri için turizmci dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Nur Aybike CEYLANLAR,

Eskişehir, 2017

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
EKLER LİSTESİ.....	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

ETİK

1.1. ETİK KAVRAMI.....	4
1.2. ETİK VE AHLAK.....	5
1.3. TEMEL ETİK İLKELERİ.....	13
1.4. ETİK TÜRLERİ.....	14
1.4.1. Bireysel Etik.....	14
1.4.2. İş Etiği.....	19
1.4.2.1. Örgütsel Etik.....	22
1.4.2.2. İşletme Etiği.....	24
1.4.2.3. Yönelisel Etik.....	24
1.4.2.4. Meslek Etiği.....	26
1.5. TURİZM VE ETİK.....	28
1.6. HELAL TURİZM VE HELAL KONSEPTLİ OTEL KAVRAMLARI.....	32

2. BÖLÜM

BİREY-ÖRGÜT UYUMU

2.1. BİREY-ÖRGÜT UYUMU KAVRAMI VE ÖNEMİ.....	37
--	----

2.2. BİREY-ÖRGÜT UYUMU İLE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR	37
2.3. BİREY-ÖRGÜT UYUMU TÜRLERİ.....	42
2.4. BİREY-ÖRGÜT UYUMU KURAMLARI	44
2.4.1. Argyris'in Birey ve Örgüt Bütünleşmesi Kuramı	44
2.4.2. Schneider'in Çekim-Seçim-Çekişme (ASA) Kuramı	44
2.4.3. Chatman'ın Birey-Örgüt Uyumu Kuramı	45
2.4.4. Kristof-Brown'un Birey-Örgüt Uyumu Modeli	46
2.4.5. Cable ve Judge'ın Birey-Örgüt Uyumu Modeli	47
2.4.6. O'Reilly III Vd'nin Örgütsel Kültür Profili (OCP).....	47
2.5. ÖRGÜTLERDE BİREY-ÖRGÜT UYUMU	48
2.6. BİREY-ÖRGÜT UYUMUNUN SONUÇLARI.....	50

3. BÖLÜM

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

3.1. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMI.....	53
3.2. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN ÖNEMİ VE YARARLARI.....	54
3.3. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN BOYUTLARI.....	55
3.4. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	57
3.5. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK SINIFLANDIRMALARI	59
3.5.1. Etzioni'nin Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması.....	60
3.5.2. O'Reilly ve Chatman'ın Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması	61
3.5.3. Kanter'in Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması	61
3.5.4. Penley ve Gould'un Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması.....	62
3.5.5. Allen ve Meyer'in Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması.....	63
3.5.6. Becker'in Yan Bahis Yaklaşımı.....	63

3.5.7. Salancik'in Yaklaşımı	64
3.6. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK SÜRECİ.....	65
3.7. TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK.....	65
3.8. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN SONUÇLARI.....	66

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VE YÖNTEMİ

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	69
4.2. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	69
4.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE ÖNEMİ.....	70
4.4. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ.....	71
4.5. ÖLÇME ARAÇLARI.....	74
4.6. VERİLERİN ANALİZİ.....	75
4.7. BULGULAR VE YORUMLAR.....	75
4.7.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular.....	75
4.7.2. Ölçme Araçlarının Güvenilirlik ve Faktör Analizleri.....	80
4.7.3. Korelasyon Analizleri.....	85
4.7.4. Regresyon Analizleri.....	87
4.7.4.1. Birey-Örgüt Uyumunun Örgütsel Bağlılık ve Etik Arasındaki Aracılık Etkisi.....	91
4.7.5. T Testi Analizleri.....	93
4.8. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	100
KAYNAKÇA.....	108
EKLER.....	120

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Etik ve Ahlak Kavramları Arasındaki Farklar.....	7
Tablo 2: Etik Teorilerin Karşılaştırılması.....	13
Tablo 3: Aracı ve Sonul (amaç) Değerler Tablosu.....	41
Tablo 4: Bağlılık Düzeylerinin Olası Sonuçları.....	68
Tablo 5: Demografik Sorular İçin Frekans Dağılımı.....	76
Tablo 6: Anket Maddeleri İçin Frekans Dağılımı, Ortalama ve Standart Sapma.....	77
Tablo 7: Cronbach Alpha Katsayıları ve Güvenilirlik Dereceleri.....	80
Tablo 8: Örgütsel Bağlılık Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	80
Tablo 9: Örgütsel Bağlılık Soruları İçin Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları.....	81
Tablo 10: Birey-Örgüt Uyumu Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	82
Tablo 11: Birey-Örgüt Uyumu Soruları İçin Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları.....	82
Tablo 12: Etik Algı Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	83
Tablo 13: Etik Algı Soruları İçin Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları.....	83
Tablo 14: Örgütsel Bağlılık, Birey-Örgüt Uyumu ve Etik Soruları İçin Korelasyon Analizi.....	85
Tablo 15: Örgütsel Bağlılık Alt Boyutları İçin Korelasyon Analizi Sonuçları.....	86
Tablo 16: Helal Turizm Lojistik Regresyon Analizi Uyum İyiliği Testi.....	88
Tablo 17: Helal Konseptli Otelde Çalışma İsteği için Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları.....	89
Tablo 18: Örgütsel Bağlılık İçin Regresyon Analizi Sonuçları.....	90
Tablo 19: Birey-Örgüt Uyumu İçin Regresyon Analizi.....	90
Tablo 20: Birey Örgüt Aracı Değişkeni İçin Regresyon Analizi Sonuçları.....	92

Tablo 21: Örgütsel Bağlılık İçin Regresyon Analizi Sonuçları	92
Tablo 22: Otel yerine göre, Örgütsel bağlılık, Birey-Örgüt Uyumu ve Etik Algı soruları için Bağımsız Örneklem t testi Sonuçları	94
Tablo 23: Cinsiyete göre Örgütsel bağlılık, birey-örgüt ve etik soruları için Bağımsız Örneklem t testi Sonuçları	94
Tablo 24: Helal Turizm Sektöründe çalışma isteğine göre Örgütsel Bağlılık, Birey-Örgüt ve Etik soruları için Bağımsız Örneklem t testi Sonuçları	95
Tablo 25: Yaşa Göre Örgütsel bağlılık, Birey-Örgüt Uyumu ve Etik Algı soruları için Varyans Analizi testi Sonuçları.....	95
Tablo 26: Eğitime göre Örgütsel Bağlılık, Birey-Örgüt ve Etik Soruları için Varyans Analizi Testi Sonuçları	96
Tablo 27: Çalışma süresine göre Örgütsel bağlılık, birey-örgüt uyumu ve etik soruları için Varyans Analizi testi Sonuçları.....	97
Tablo 28: Departmana göre Örgütsel bağlılık, birey-örgüt ve etik soruları için Varyans Analizi Testi Sonuçları	97
Tablo 29: Hipotez Testi Sonuçları.....	98

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Örgütlerde Etik Davranış Modeli	23
Şekil 2: Yönetmel ve Mesleki Etiği Belirleyen Etmenler	26
Şekil 3: B. Schneider'ın Çekim-Seçim-Çekişme Yaklaşımı	45
Şekil 4: Kişi-Örgüt Uyumu Modeli	46
Şekil 5: Kişi-Örgüt Uyumu İçin İşe Alma Süreci	49
Şekil 6: Üç Bileşenli Örgütsel Bağlılık Modeli	57
Şekil 7: Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması	60
Şekil 8: Araştırma Modeli	71
Şekil 9: Temel Aracılık Modeli	91
Şekil 10: Aracılık Modeli İçin Model 4 Diyagramı	92

EKLER LİSTESİ

Ek 1: Anket Formu	120
--------------------------------	------------

KISALTMALAR

ASA	: Çekim-Seçim-Çekişme (Attraction Selection Attrition)
F&B	: Food And Beverage (Yiyecek-İçecek Departmanı)
FO	: Front Office (Önbüro Departmanı)
GR	: Guest Relations (Misafir İlişkileri Departmanı)
HK	: Housekeeping (Kat Hizmetleri Departmanı)
İK	: İnsan Kaynakları
K	: Kaiser-Meyer Olkin Katsayısı
OCP	: Örgüt Kültür Profili (Organizational Culture Profile)
SPA	: Sanus Per Aquam (Suyla Gelen Sağlık)
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
VD.	: Ve diğerleri

GİRİŞ

21. Yüzyılda örgütlerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri ve bunu sürdürebilmeleri sahip oldukları insan kaynağına bağıdır. Özellikle, müşteri odaklı çalışan turizm sektöründe örgütsel hedeflere ulaşmada işgören davranışlarının önemi bilinmektedir.

Çalışanlar içinde buldukları örgütün değer ve amaçlarını ne kadar benimser ve içselleştirirler ise o derecede bağlılık gösterirler (Tutar, 2016). Çalışanların örgüte bağlılık duyması, tüm işletme türleri açısından çok önemli ve zaruridir. Bu bağlılığın günümüzde giderek zayıflaması, önemini bir kat daha arttırmaktadır. Öyle ki, 1950'li yıllarda örgüte bağlılık göstermenin, örgütün de çalışanlarına sadakat ile yaklaşacağına dair yaklaşım, 1980'li yıllara gelindiğinde, işe girişten en fazla beş yıl sonra çalışanlarının işten ayrılmasına izleyici olan işletme yaklaşımlarına dönüşmüştür. Bu nedenle örgütler, örgütsel bağlılığa, çalışanlar da örgütlerin kendilerine sadakat göstermesine önem vermeye başlamıştır. Giderek artan bu önem, yalnızca çalışan ve örgüt açısından değil, toplumsal anlamda da etkilidir. Çünkü toplumu oluşturan bireyler eğer örgütlerine bağlı değilse, örgüt yaşamını devam ettiremeyecek, çalışanlar da temel kimlik ve bağlılık duygularını kaybettikleri için olumsuz sonuçlar ortaya çıkacaktır (Güney, 2015:276).

Örgütsel bağlılık, kişinin örgüt ile özdeşleşmesi ve birey-örgüt kimliğinin örtüşmesidir (Saldamlı, 2009). Birey-örgüt uyumu ise, örgütteki çalışanların bireysel değerleri ile örgütün değerlerinin uyumlu olmasıdır (Chatman, 1989). Yapılan çalışmalarda birey-örgüt uyumunun beraberinde örgütsel bağlılığı da getireceği belirtilmiştir (Chatman, 1989; Kristof, 1996; O'Reilly ve Chatman, 1986; Bright, 2007; Yahyagil, 2005; Kılıç, 2010).

Tüm turizm işletmelerinde olduğu gibi helal konseptli otel işletmelerinde de çalışanların örgüt ile uyumları, bireysel ve örgütsel değerlerin aynı olması önem arz etmektedir. Adaylar arasından seçim yapan yöneticilerin de örgütsel değerleri baz alarak personel işe almaları gerekmektedir (Cable ve Judge, 1995).

Türkiye'de yaklaşık olarak 200 adet helal konseptli konaklama işletmesi bulunmaktadır ve bu rakam dünyadaki toplam sayının yarısına tekabül etmektedir

(MÜSİAD, 2014). Helal konseptli otel işletmelerinin sundukları hizmetler ve bu hizmetleri talep eden misafir profilinin klasik otel işletmelerinden farklı olması, çalışanları da önemli hale getirmektedir. Etiğin temel ilkelerinin (dürüstlük, doğruluk, saygı, mükemmeliyeti aramak, sorumluluk vb.), helal kavramı ile örtüşmesi bağlamında çalışanların etik algıları ve ahlaki davranışları, helal konseptli otel işletmelerindeki hizmet kalitesi, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık için temel teşkil etmektedir.

Günümüzde, yaklaşık 1 trilyon 500 milyar dolarlık turizm pastasından en yüksek payı alabilmek için, öncelikle, sektördeki aktörlerin etik ilkelere uyması ve ahlaki çerçevede hareket etmesi gerekmektedir. Bu sebeple etik, turizm sektöründe hizmet kalitesi ve insan odaklılığın başrolündedir (Kozak, M.A., 2016). Örgütlerin sürdürülebilirliği, çalışanların etik algıları temeline dayanır. Genel anlamda tüm işletmelerde ve konaklama işletmelerinde de verimliliğin artırılması doğrudan çalışanlara bağlıdır, bu durum etik kavramının önemini ortaya koymaktadır (Sökmen, 2016:106).

İşverenleriyle uyumlu etik değerleri olan işgörenlerin, daha bütüncü bir uyumluluk gösterdikleri, kendi etik yönelimlerinin işverenlerinin yönelimleri ile uyumsuz olduğunu düşünenlere göre daha düşük düzeyde işinden ayrılma eğilimleri olduğu bilinmektedir (Coldwell vd., 2008: 611).

Birey ile örgüt arasında, etik düzeyi açısından fark olması, hem birey hem örgüt için çok ciddi problemler doğurmaktadır. Çünkü işin gerektirdiği bilgi ve beceri eğitim ve öğrenme ile edinilebilirken, bireylerin sahip oldukları ahlaki yapı, etik algı, sonradan değiştirilmesi çok zor, neredeyse mümkün olmayan olgulardır (Ulutaş, 2011:162).

Bu çalışma helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların etik algıları ile birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak, ‘‘helal otel’’ kavramının içerdiği değerler ve örgütsel etik değerler ile çalışanların bireysel etik değerlerinin örtüşüp örtüşmediğini araştırmak, çalışanların örgütsel etik ortamı nasıl algıladıklarını ve bu algılarının örgüt ile uyumlarını ve örgüte bağlılıklarını etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa ne yönde etkilediğini belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Helal turizm kapsamında, işgören etik algılarının birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık ile ilişkisinin ölçülmesinin, bu yeni ve hızla gelişen pazarda işletmelere ve işverenlere önemli bir bilgi sağlayacağı düşünülmektedir.

Helal turizm ile ilgili yapılan yerli ve yabancı çalışmalar incelendiğinde, helal ürünler, standartlar, helal kavramı, helal turizmin gelişimi, müşteri algıları üzerinde durulmuş, ancak çalışanlar açısından herhangi bir çalışma yapılmadığı görülmüştür. Alan yazındaki bu eksikliğin giderilmesine, etik kavramının özellikle turizm işletmeleri ve çalışanları açısından önemine, yeni bir kavram olan helal turizmin temelini oluşturan etiğin birey-örgüt uyumu açısından değerlendirilmesine katkı sağlama amacı, çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu amaçla çalışmanın birinci bölümünde, etik ve ahlak, teorileri, ilkeleri, turizmde etik, helal turizm ve helal konseptli otel işletmeleri açıklanmıştır. İkinci bölümde, birey-örgüt uyumu kavramı ilgili literatür kapsamında açıklanmıştır. Üçüncü bölümde etik ve birey-örgüt uyumu ile ilişkisi araştırılan örgütsel bağlılık, boyutları, sınıflandırmaları açıklanmıştır. Dördüncü ve son bölümde ise, yöntem ve bulgulara ilişkin değerlendirmeler ile araştırmacılara ve uygulamacılara yönelik öneriler sunulmuştur.

1. BÖLÜM

ETİK

Etik, bir felsefe disiplini olarak 2500 yıllık geçmişi olan bir olgudur. Sokrates [M.Ö.469-399], Plato [M.Ö. 427-347] ve Aristo [M.Ö. 384-322] döneminde ortaya çıkan etik teorileri, zamanla geliştirilmiş ve insanı idare etme düzeni ve sistematığı haline gelmiştir. Ancak etik kavramı felsefe dalına ilişkin olmasının dışında da ifade bulmakta; bazen, ahlak kelimesi gibi kullanılmakta, bazı durumlarda ise kişinin ya da grubun ahlaki kodunu belirtmek amacıyla kullanılmaktadır (Demirçivi ve Yeşiltaş, 2015)

Etik konular, bireylerin kendi değer ve ahlaki felsefeleri ile üyesi oldukları örgütün ve toplumun değerleri ve ahlaki tutumlarının örtüşmemesi halinde var olmaktadır.

Etik bir yaklaşım, problemlerin tanımlanması ve ortaya konulmasına olanak sağlar, olayların farklı bakış açısıyla değerlendirilmesini mümkün kılar ve rehber niteliği taşır (Johnson, 2006- Sabuncuoğlu s:369).

Durkheim (1949)'ın da söylediği gibi, bir toplumsal kurum, ahlak disiplini olmadan hayatta kalamaz, tersi durumunda sadece birbirleriyle çatışma halinde, çıkarlardan başka bir şey olmayacaktır.

1.1. ETİK KAVRAMI

Etik, 2500 yıl öncesine dayanan bir kavram (Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2006:31) olarak nitelendirilse de; iyi ve kötü, doğru ve yanlış değerlendirmeleri, zarar veren davranışların önüne geçmek için toplumların ödül ve ceza uygulamaları, insanlığın varoluşundan günümüze uzun bir geçmişe sahiptir. Bu bağlamda, etik ve ahlak kavramları ilk insandan beri önemini korumaktadır. Etik kavramı yeni olmasa da iş hayatı ve bu ortamdaki karmaşıklığın ve güven eksikliğinin artması, örgütlerin ahlaki sorumluluklarının olması gerekliliği, çalışanların etik değerleri ve ahlaki davranışlarının önemini ortaya çıkarmıştır.

Etik kavramı, Batı dillerinde Yunanca ‘‘karakter’’ anlamına gelen ‘‘ethos’’ sözcüğünden türetilmiştir ve farklı bilim dallarınca tanımlanmıştır (Özkalp ve Kırel, 2011:503). Etiğin en basit tanımlarından biri, insanların bireysel ve toplumsal ilişkilerinin temelindeki değerleri, doğru-yanlış, iyi-kötü şeklinde ahlaksal açıdan inceleyen bir felsefe disiplini olarak belirtilmiştir (Özkalp ve Kırel, 2011:504).

Kuçuradi (1999), günümüzde etiğin orta çağını yaşadığını, bu nedenle etik değerlerle hesaplaşma gerektiğini; eğer bu hesaplaşma yapılmazsa değerler adına değer harcamalarının çağımıza damgasını vuracağını belirtmiştir.

1.2. ETİK VE AHLAK

Türkçe’de etik, kişisel ahlak yani aktöre (morality), toplumsal ahlak olarak töre, bilim olarak da törebilim ifadeleri ile karşılık bulmuştur. Buna rağmen, Türkçe’de ahlak kavramı genelleştirilerek etik yerine de kullanılan bir kavramdır. Etik ve ahlak kavramları birbirine yakın kavramlar olmaları dolayısı ile çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Özkalp ve Kırel, 2011:504).

Ahlak diğer bir ifade ile ‘‘moral’’, Arapça ‘‘hulk’’ kökünden türetilmiştir ve bu kök töre, gelenek, görenek, alışkanlık, huy, karakter vb. anlamlarındadır. Moral (etik, ethos) sözcüğü ise Latince ‘‘mos’’ sözcüğünden gelmektedir ve töre, gelenek, görenek, alışkanlık, yerleşik hale gelmiş duygu durumu, karakter, huy, mizaç anlamlarına gelmektedir. Dolayısıyla etimolojik açıdan ahlak ve etik aynı anlamları taşımaktadır (Özlem, 2004:23).

Filozofların bir kısmı etiği ahlakın felsefi açıdan incelenmesi olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla etiğin ne olduğunu anlayabilmek için öncelikle ahlak hakkında net bir fikre sahip olmamız gerekmektedir (Feldman, 2012:12).

Etik, bireyin bir durum karşısında ifade ettiği değerler, ahlak ise bu değerleri davranışa dönüştürme şeklidir (Özkalp ve Kırel, 2011:504).

Sökmen (2016:20) etiği, ‘‘bireysel, mesleki, yönetsel ve örgütsel anlamda kişi ve grupların davranışlarına kılavuzluk eden, tercihlerinde iyi-kötü, doğru-yanlış standartlarını meydana getiren ahlaki kurallar toplamı şeklinde tanımlamıştır. Ahlakı ise şu şekilde formülleştirmiştir:

Ahlak = Töre (kaide + otorite) + Ben

Etik doğru ve yanlış davranış teorisidir, ahlak ise onun pratiğidir. Ahlaki değil etik ilkelere, etik değil ahlaki davranış şekline söz etmek daha doğrudur. Etik, kişinin bir durum karşısında ortaya koymak istediği değerler, ahlak ise bunları eyleme dönüştürme şeklidir (Arslan, M. 2005, Özkalp ve Kirel, 2011).

Cevizci (2012:5), ahlakın Arapça “huy”, “mizaç”, “karakter” anlamına gelen hulk sözcüğünden türediğini belirtmiş ve tanımını şöyle yapmıştır: Ahlak, insanın diğer varlıklar ile ilişkilerinin tümünü ve bu ilişkiler ile gerçekleşen eylemlerini düzenleyen norm, ilke, kural ve değerler birleşimidir. A. Cevizci ahlakın bir pratik, etiğin ise bu pratiğin teorisi olduğunu belirtmiştir.

Ahlak (morals, aktöre), Başaran (2000:122) tarafından toplumdaki iyi-kötü ya da doğru-yanlış ile ilgili davranış kuralları olarak tanımlanmıştır. Ve toplumun iyi veya kötü olarak nitelendirdiği davranışların zaman içinde değişim gösterebileceğini, ancak evrensel (ethics) olarak kabul edilenlerin neredeyse hiç değiştirilemeyeceğini belirtmiştir. *“Ahlak, bireylerin ve toplumların amaç ve davranışlarının belirliliği, verimliliği ve üretkenliği ya da uzun dönemde ekonomik ve dengeli kaynak kullanımları ile kalıcı gelişimlere olanak sağlayan düşünce ve davranışlar bütünlüğü olarak da tanımlanmaktadır”* (İş Ahlakı Dergisi, Özen, S., 2015).

Aktan (Can Aktan, 14 Mart 2017) ahlak biliminin incelediği konuları şöyle sıralamıştır:

- Doğru ve yanlış eylemleri belirtmek,
- İyi ve kötüyü ayırt etmek,
- Kişilerin yapması ve yapmaması gereken davranışları saptamak,
- Kişilerin yapmaması arzu edilen ya da yapmamaları beklenen davranışları saptamak.

Etik, insana dair ahlaki problemlerde doğru ve yanlış belirten bir disiplindir. Ahlak, bireylerin eylemlerini diğer insanlara ve toplumsal yaşayışa zarar vermeden gerçekleştirmeleri amacıyla ortaya çıkmıştır (Torlak vd., 2015:30). ‘‘Ahlak, ahlak tatbik edecek grubun eseridir’’ (Durkheim, Çev.Karasan;1949:24).

Felsefeci Billington'a göre, bir birey okuma-yazma bilmeden, tarihi, coğrafyayı, matematiği anlamadan hayatını devam ettirebilir. Ancak, kelime anlamından bihaber olsa dahi yaşamını etik olmadan sürdüremez. Bilerek ya da bilmeyerek, yaşamımız boyunca her an ahlaki kararlar vermekteyiz. Çünkü etik, insanların eylemleri ile ilişkilidir ve insanların yaşamları boyunca eylemde buldukları dikkate alındığında, kişilerin yapıp-etmeleri, eylemleri etik ile ilişki içinde olmaları anlamına gelmektedir (Tepe, 2011:16).

A.Pieper (1999) ahlaklı olmayı ahlakilik olarak tanımlamış ve ahlaki davranışlar sergileyen kişilerin, yaptıklarının hesabını verebileceğini, aldığı kararlar ile sadece kendisinin değil, bir arada yaşadığı diğer insanların da sorumluluğunu alabilen aydın insanlar olduklarını belirtmiştir.

“Ahlak, bir birey veya grubun belirli eylemlerinin doğruluğunu veya yanlışlığını, eylemde bulunanların iyi veya kötü yanlarını ve bu eylemlerin yönelmiş olduğu hedeflerle ilişkili olarak insanlığın refahını oluşturan unsurların neler olduğunu araştıran ve bunları teşvik etmek için gerekli davranış ve karar türlerini açıklayan standartlar, değerler, ilkeler ve kurallar bütünü” şeklinde tanımlanabilir (Özgener, 2004: 6).

Etik ve ahlak kavramlarının farkını Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz (2016:35) şöyle özetlemiştir:

Tablo 1. Etik ve Ahlak Kavramları Arasındaki Farklar

	Ahlak	Etik
Yaptırımı	Övme ya da kınama	Evrenselleşmiş ya da özel meslek gruplarına yönelik geliştirilmiş etik ilkelerine uymama halinde meslekten atılma
Biçimi	Yazılı olmayan kurallar	Yazılı hale getirilen kurallar
Kapsama Alanı	Toplumdan topluma farklılık gösterir	Farklı ahlak anlayışlarının kesiştiği noktada ortaya çıkar ve evrensel normları ifade eder. Ancak evrenselliği tartışmaya açıktır.
Dayandığı Değerler	Duygusal ve değerlerle ilgili anlamlar yüklenir	Kural ve politikalara dayalı davranışları ifade eder.

Kaynak: Turizmde Etik, Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz (2016).

Yukarıdaki tabloya ek olarak etik ve ahlak arasındaki farklardan biri de, ahlakın öğrenilmesi için fazladan bir gayret göstermeye ihtiyaç olmaz, bireyler toplumda yaşarken ahlakı öğrenir. Ancak, bilimsel ve felsefi uğraşlar sonucu ortaya çıkan etik değerler kendiliğinden öğrenilemez (Sökmen, 2016:23).

Etik ve ahlak ile ilgili teoriler, çıkar çatışmasına neden olmadan bireylerin ilişkilerinde en fazla faydayı elde etmeleri için yol gösterirler. İnceleme alanına göre etik teoriler; normatif, betimleyici ve metaetik teorileri olarak üç ana başlıkta toplanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:36-37).

Normatif Etik Teorileri: İnsana neyin iyi ve neyin kötü olduğu, bir durum veya olay karşısında nasıl davranması, yaşamını nasıl devam ettirmesi gerektiği ile ilgili konularda, eylemleri ahlaki olarak düzenleyen norm ve ilkeler ortaya koyan etik, normatif etikdir. Feldman (2012) normatif etiği, “*ahlaki olarak doğru eylem hakkındaki en temel ilkeleri keşfetme, formüle etme ve savunma girişimidir*” şeklinde tanımlamıştır. Başka bir deyişle normatif etik insanların yaşamları süresince bir yol göstericidir (Cevizci, 2008:7).

Normatif etik teorileri, yeni etik ilkeler oluşturan ve var olanları yeniden şekillendiren teorilerdir (Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2016:37). Metaetikten ayrılan en önemli tarafı, eylemlerin doğru ve yanlış olması ile ilgili standartlar belirlemesidir (Sökmen, 2016:33).

Bireylerin davranışlarını ve bu davranışları yöneten değerleri, ilkeleri inceleyen etik (ahlak felsefesi) ile birlikte “ne yapmalıyız?” sorusu ile ilgilenen ahlak metafiziği bulunmaktadır. İşte bu normatif etikdir (Arslan, M.,2005:3).

Betimsel Etik Teorileri: Betimsel etik, bir grup, bir toplum ya da bir geleneğe ait etik ilkeleri, bireylerin davranışlarının nedenlerini araştırır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:38).

Betimleyici (deskriptif) etik, normlar ve kurallar belirlemez, bunun yerine bireylerin eylemlerini inceleyerek eylemlerden doğan sonuçları tasvir eder (Cevizci, 2008:6, Arslan, M. 2005:2).

Metaetik Teorileri: Analitik veya eleştirel etik olarak adlandırılan metaetik, ahlaki kavramların ve yargıların anlamlarını dil ve ahlak temelinde araştıran, çözümleyen bir düşünüş şeklidir (Cevizci, s:10). Metaetik, ahlaki olarak neyin

doğru, neyin yanlış olduğu konusunu konuşulduğunda, bunun nasıl anlaşılacağı, nasıl düşünüleceği ve söylenmek istenenin ne olduğu üzerinde durur (Sökmen, 2016:33).

Başka bir ifade ile metaetik, doğru ve yanlış, iyi ve kötünün ne olduğunu değil, bu kavramların anlamı nedir, ahlaki kararlar objektif veya sübjektif midir sorularına cevap arar. Örneğin, erdem, ilke, ahlak, sorumluluk gibi ifadelerin ne anlam taşıdığını ve önemini inceler (Akoğlan Kozak ve Nergiz, s:38).

Etik teoriler amaçları bakımından üçe ayrılır, bunlar; sonuçsalcı (teleolojik) teoriler, ödev (deontoloji) teorileri ve görecelilik (relativist) teorileridir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:39; Sökmen, 2016).

Sonuçsalcı (Teleolojik) Teoriler: Teleoloji, Yunanca “telos” sözcüğünden türetilmiştir ve dünyanın bir amaca uygun olarak düzenlenişi yaklaşımıdır (Adjukiewicz, Çev. Cevizci, 1994:148). Bu yaklaşıma göre ahlaki bir eylemin değeri ve doğruluğunu belirleyen o eylemin amacı ve meydana getirdiği sonuçlardır. Bir eylem istenen sonucu ortaya çıkarıyorsa, ahlaki açıdan iyi ve doğru kabul edilir (Bircan, 2004; Cevizci, 1997; Özgener 2004; Singer 2015). Sonuçsalcı (Teleolojik) teoriler faydacılık, erdem ve bireyselcilik (egoizm) yaklaşımı olarak üçe ayrılır. (Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2016, Sökmen 2016, Aydın, 2012)

Faydacılık Yaklaşımı: Fayda kavramı, teleolojik etiği anlayabilmek için temeldir (Sökmen, 2016). Jeremia Bentham ve John Stuart Mill tarafından geliştirilen faydacılık yaklaşımına göre, eylemler en çok sayıda birey için mutluluk sağlıyorsa doğrudur, tersi durumunda ise yanlıştır. Başka bir deyişle faydacılık, birey yerine topluma yönelmiş ve toplumsal ahlak üzerinde durmuştur (Özgener, 2004:38-40). Bir davranışın ya da fiilin ahlaki olup olmadığı, meydana getirdiği sonucun iyi ve kötü oluşuna dayanır savını ortaya koyan bir yaklaşımdır (Cevizci, 1997:717). Bir eylemin sonuçlarının, en çok sayıda insanın en yüksek faydayı edinmesi istenir. Başka bir ifade ile bir eylem, o eylemden etkilenenlerin tümü için, herhangi başka bir seçenek olan eylemden daha fazla mutluluk sağlıyorsa doğru, sağlamıyorsa yanlıştır (Singer, 2015:21).

Faydacılık yaklaşımı, kural faydacılığı ve eylem faydacılığı olmak üzere iki alt gruba ayrılır.

Eylem Faydacılığı: Davranışsal faydacılık şeklinde de ifade edilen bu yaklaşıma göre, eylemlerin ortaya çıkardığı fayda oranı değerlendirilerek ayrı ayrı eylemler için doğru ya da yanlış yargısına varılır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:41).

Kurala Dayalı Faydacılık: Bu yaklaşımda en fazla sayıda insana en yüksek faydayı, kişilerin kendi kurallarını uygulaması ile ulaşıldığı savunulmaktadır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:41).

Bireysellik (Egoizm) Yaklaşımı: Teleolojik etiğin akımlarından biri de, Niccolo Machiavelli ve Max Weber'in öncülüğünü yaptığı ve kişinin çıkarlarını ahlakın temeli olarak gören egoizm yaklaşımıdır (Sökmen, 2016:42).

Hazcılık (Hedonizm): Hazcılık, insanın tüm amacının "hazza ulaşmak ve acıdan kurtulmak" olması gerekmektedir. Bu yaklaşıma göre hazza ulaştırılan eylemler iyi, acıya sebep olan davranışlar ise kötü olarak nitelendirilir (Özgener, 2004:34).

Ahlaki Egoizm: Ahlaki egoizm teorisine göre, bireyler zevk dışında, farklı sebeplerle de eyleme geçebilir ve istek duyabilir. Buna göre birey, kendi en büyük yararını korur, ve en büyük iyisini destekleyen eylemleri gerçekleştirmelidir (Özgener,, 2004:34).

Erdem Ahlakı: Mutluluk ahlakı olarak da adlandırılan bu görüşe göre, bireylerin davranışlarının gayesi sonuçta mutluluktur. Sokrates'e göre erdem bilgidir. Doğruyu bilen, doğru davranır. Kötülük cehaletten gelir. Eflatun ise mutluluğa ulaşmanın yegane yönteminin erdem olduğunu belirtmiştir (Özgener, 2004:35-38).

Ödev (Deontoloji) Teorileri: Deontolojinin sözlükteki karşılığı ödev bilimidir (TDK.gov.tr). Deontoloji kelimesi Yunanca kökenlidir, "deon" görev anlamına gelmektedir (Synman, 1994). Alman filozof Immanuel Kant'ın ortaya koyduğu ödev ahlakına göre, ahlaki bir eylemde bulunmak için fayda, mutluluk gibi etkenlere ihtiyaç yoktur, ahlaki davranmak her şartta, her durumda sergilenmelidir (Arslan, 2005:9). Örneğin; Kant, yalan söylemenin daima yanlış olduğunu, yalan söyleyenlerin diğer bireylerin kararlarını yanlış yönde etkilediğini ve dolayısıyla toplumsal düzeyde doğru olgusunun zedeleneceğini ya da yok olacağını belirtmiştir. Ödev teorisinde kural her insanın aynı olaylarda, ortaya koyacağı

eylemin ne olduğunu belirlemektir (Hansen 1992, aktaran Akoğlan Kozak ve Nergiz).

Ödev teorileri de iki alt grupta incelenir. Bunlar; kurallara dayalı deontoloji ve davranışlara dayalı deontolojidir.

Kurala Dayalı Deontoloji: Bu yaklaşıma göre, davranışların ve bireylerin etik ya da etik dışı olduğu yargısına varmak için davranışların sonucuna bakılmaz, ahlaki kurallara göre davranış sergilenmesi yeterlidir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:43).

Davranışsal Deontoloji: Davranışların etik temelinde ve ahlaki sınırlar içinde ele alınması gerektiğini belirten bir yaklaşımdır.

Davranışsal ve kurala dayalı deontoloji arasındaki fark, kurala dayalı deontolojide kurallar, davranışsal deontolojide ise kurallar yerine durumlar önemlidir ve göz önüne alınır.

Deontolojik teoriler, Kant Ahlakı, haklar yaklaşımı, adalet yaklaşımı ve relativist teoriler olarak dört başlıkta incelenmektedir.

Kant Ahlakı: Ödev ahlakının batı felsefesindeki en önemli öncüsü olan Kant (1724-1801), ahlakı pratik akıl temeli ile açıklamıştır. Kant'a göre ödevin temelini ahlak kurallarına saygı oluşturur, yani ödev yasalara olan saygı sebebi ile bir davranışı yapma yükümlülüğüdür (Özgener, 2004:42). Kant ahlakı, ahlakın temelini haz ve fayda olarak esas olan yaklaşımlara karşıdır, O'na göre insanı diğer canlılardan ayıran şey akıldır ve bu akıl ahlaki açıdan insanın vicdan ve ödev duygusunu oluşturur. Kant, ahlaki eylemlerin esasını duygu ve eğilimlerin değil, aklın oluşturduğunu savunmuştur. Önemli olan mutluluk ve fayda değildir, önemli olan mutlu olmaya hak kazanmak ve doğru olmaktır. Örneğin, sadece bizi mutlu ettiği için başkalarına yardımcı olmak ya da doğru davranmak ahlaki değildir, bu eylemleri mutluluk için değil, onları yapmamız gerektiği, görevimiz olduğu için ahlaki bir nitelik kazanırlar (Sökmen, 2016:43).

Haklar Yaklaşımı: Kant'ın savunduğu haklar (deontoloji) teorisine göre ise, tecavüz etmek, öldürmek, soykırım yapmak gibi eylemler kötü eylemlerdir ve sonuçlarının ne olduğu bu eylemlerin kötü olmasını değiştirmez (Arslan, 2005:9). Haklar yaklaşımında, hakların sürdürülebilirliği, kanuni ve hukuki olarak veya

etik normlarla belirlenmesine dayalıdır (Kırel, 2000). Örneğin, çalışanların düşündüklerini ifade etme özgürlüğü, özel hayat hakları bu yaklaşıma uygun, etik olarak doğru olgulardır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016).

Adalet Yaklaşımı: Aristo'nun savunduğu adalet yaklaşımında, eylemler kural ve sonuçlara göre değil, bireyin sahip olduğu hedefler, kişilik ve motivasyona göre ele alınır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:45).

Üç adalet türü bulunmaktadır. Bunlar; dağıtıcı adalet, usule ilişkin adalet ve etkileşimsel adalettir.

Dağıtıcı Adalet: İşle ilgili durumları içerir, örneğin; çalışanlar eğer aynı işi yapmalarına rağmen aralarından bir kısmı daha düşük maaş alıyorsa bu dağıtıcı adaletin konusudur (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:45).

Usule İlişkin Adalet: Bir örgüt usule ilişkin adalet konusunda duyarlı ise, çalışanlar yaklaşım ve eylemleri ile örgüte bağlılığı pozitif olarak etkiler (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:45).

Etkileşimsel Adalet: Çalışanların örgütteki bilgi alışverişi ile ilgilidir, bazen bireyler çıkarları doğrultusunda çalıştıkları örgüte doğru bilgi vermez, örneğin işe gitmeme sebepleri ile ilgili yanlış bilgilendirme yapabilirler (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:45).

Görecelilik (Relativist) Teorisi: Görecelilik teorisi, ahlak değerlerinin toplumdaki topluma, kişiden kişiye, zamana ve kültüre, hayat tarzlarına göre farklılık gösterdiğini savunur. Her toplumun kendine has ahlaki değerleri ve etik normları vardır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:46). Relativistler, doğru ve yanlışın ne olduğu ile ilgili, içinde buldukları grubun normları doğrultusunda yargıda bulunurlar (Gürbüz ve Şeşen, 2016:512).

Tablo 2: Etik Teorilerin Karşılaştırılması

Teori	Açıklama
Sonuçsalcı Teoriler	Davranış ve eylemlerin sağladıkları faydaya göre ahlaki açıdan doğruluğunu savunur.
<ul style="list-style-type: none">Faydacılık Yaklaşımı	Davranış ve eylemleri çok sayıda insana sağladığı faydaya göre doğru oluşuna göre nitelendirir.
<ul style="list-style-type: none">Bireycilik Yaklaşımı	Eylemlerin ve faaliyetlerin ahlakiliğini kişisel çıkarları en yüksek düzeye taşımasına göre tanımlar.
Ödev Teorileri	Eylemlerin ahlaki olup olmadığını sonuçlarına bakarak değil, bireysel hak ve amaçları gözetmesine bakarak değerlendirir.
<ul style="list-style-type: none">Haklar Yaklaşımı	Evrensel doğrular zamana, koşul ve ortama göre değişmez, insanların bu doğruları uygulaması beklenir.
<ul style="list-style-type: none">Adalet Yaklaşımı	Eylemlerden doğacak fayda ve maliyetler kişilere ve topluluklara aynı ya da adil şekilde paylaşılmalıdır.
Görecelilik Teorisi	Eylemlerin ahlaki olup olmadığı, birey ya da toplumun tecrübelerinden yola çıkarak subjektif kanıtlara dayandırılarak değerlendirilir.

Kaynak: Ferrell vd. 2005:96 (Aktaran Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:39)

1.3.TEMEL ETİK İLKELERİ

Temel etik ilkeler olan; dürüstlük, doğruluk, sözünde durmak, sadakat, adalet, başkalarına yardım etmek, başkalarına saygı göstermek, mükemmeliyeti aramak ve sorumluluk ilkeleri açıklanmıştır.

Dürüstlük: Dürüstlük, gerçekte sözlerin örtüşmesi, verilen söze sadık olmak ve istekleri gerçekleştirmektir. Davranışların etik olarak nitelendirilebilmesi için kişilerin diğer insanlarla iletişimde dürüst ve içten olması gerekmektedir. Yöneticilerin içten ve dürüst davranmaması, kendilerine zarar verir ve örgütte güven iklimi kalmaz, ilişkiler zedelenir (Aydın, 2012: 66-67). Güven, bir bireyin

başka bir bireyin sözleri, davranışları ve kararları konusunda emin olması, onların doğrultusunda davranma arzusudur (McAllister, 1995). Örgütlerde güven ortamının yaratılması, çalışanların örgüte duygusal bağlılığının ve iş tatminlerinin artmasını, işten ayrılmak istemeyen çalışanlar olmalarını sağlar (Demircan ve Ceylan 2003). Örgütsel açıdan bu denli öneme sahip dürüstlük ilkesi, hizmet sektöründeki turizm işletmeleri için de ayrı bir arz etmektedir. Hizmet olgusu satın alınmadan deneyimlenemeyen, performansa bağlı olması, müşterilerin güven ve dürüstlük konusunda daha hassas davranmalarına neden olmaktadır, turizm işletmeleri ve dolayısıyla oteller de dürüstlük ve güven üzerine daha özenli olmalıdır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:58).

Doğruluk: “Doğruluk, gerçeği söyleme, yani sözlerimizi gerçeğe uydurmaktır”. Başka bir ifade ile doğruluk, kişinin bütün yaşamını ve davranışlarını gerçekler doğrultusunda sürdürmesidir (Aydın, İ., 2012:66-67). Doğruluk ilkesi sadece bireylerin değil örgütlerin de gözetmesi gereken önemli bir etik ilkedir ve aynı zamanda bir erdemdir. Erdem, etik bakımından daima iyi ve kıymetli olan eylemleri, doğruyu temsil eder, bu nedenle davranışlar doğruluk ilkesine göre şekillenmelidir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:58).

Sözünde Durmak (Vaatlerini Yerine Getirmek): Sözünde durmak, verdiği sözü yerine getirmek, vaatlere ve sözleşme hükümlerine bağlılık, güvenilirliktir (Kırel, 2000). Örgütlerin olduğu gibi çalışanların da verdikleri sözleri tutmaları, vaatlerini yerine getirmeleri önemli etik ilkelere biridir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:59).

Sadakat (Bağlılık): Arapça kökenli bir kelime olan sadakat, içten bağlılık anlamını taşımaktadır (tdk.gov.tr). Kırel’e göre (2000), içten bağlılığı, sağlam ve güçlü dostluklar kurmayı belirten sadakat ilkesi, kişilerin ailelerine, iş arkadaşlarına içten bağlılıklarını gerektirir. Çalışanların örgüte karşı sorumlulukları sadakat bilinci ile mümkündür (İşseveroğlu, 2001).

Adalet: Aydın (2012)’a göre adalet, bütün insanların eşit imkanlar ve toplumsal şartlarda özgür, eşit hak ve sorumluluklara sahip, toplumdaki herkes tarafından sahip oldukları erdemlerin garanti edilmesini belirten etik ve hukuk ilkesidir. Çalışanlar açısından, buldukları işyerinde örgüt yönetiminin herkese adil davranması önemlidir, eğer bireyler adaletsizlik olduğu kanısına varırlarsa bu du-

rum onlarda gerilime neden olur (Akoğlan Kozak ve Nergiz; 2016:61). Bireylerin bu şekilde gerilim yaşamalarını engellemek ve motivasyonlarını arttırmak üzere ‘‘Denklik Kuramı’’ ortaya çıkmıştır (Başaran, 1985). Denklik kuramına göre, çalışanın örgüt için harcadığı emek ve karşılığında elde ettiği gelir ya da ödemenin değeri eşittir (Başaran, 1991). Dolayısıyla etik ilkeleri arasında en üstte tutulan adalet ilkesi çalışanlar ve örgütler için çok önemlidir.

Başkalarına Yardım Etmek: Kirel (2000), başkalarına yardım etmeyi kişinin yalnızca çevresinden alan değil aynı zamanda çevresine veren, düşünceli, iten, istekli olan, çevresine zara vermemeye zen gösteren, paylaşımcı olması şeklinde nitelendirmiştir.

Başkalarına yardım etmek ilkesi toplumdaki her birey gibi çalışanlar için de değerlidir, kk bir yardımda bulunmak bile insanları mutlu eden ve iletişimi kuvvetlendiren bir etkiye sahiptir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:63).

Başkalarına Saygı Göstermek: Saygı, bir bireyi kendine has kişiliği ile görebilmek ve olduğu gibi kabul edebilmektir (Fromm, 2000). Başkalarına saygı gösterme ilkesi, kişilerin özel hayatlarına, seçimlerine, haklarına saygı duymak, destekleyici, anlayışlı davranmak, kararlarında ihtiyaç duydukları bilgiyi sunmak, kimseyi kendinden kk ya da aşağıda görmemek demektir (Kirel, 2000). Toplumun her kesiminde olduğu gibi çalışan ilişkilerinde de başkalarına saygı göstermek ilkesi benimsenmelidir.

Mükemmeli Aramak: Kirel (2000), mkemmeliğin bireyin hayatındaki tüm alanlarda azimli, güvenilir, üretici, en iyiyi yapmaya çabalayan, mücadele isteğiyle çalışan ve bu istekliliği geliştiren bir ilke olarak tanımlamıştır. Cüceloğlu (2000) göre mükemmeliyeti aramak, kişinin her sözünde, her içinde mükemmel ve başarıya ulaşmış olmasıdır. İş etiği ve örgütsel açıdan üretilen hizmetlerde sıfır hata ve yüzde yüz müşteri memnuniyeti, çalışanların bu yönde performans göstermeleri üzerinde önemle durulan bir ilkedir.

Sorumluluk: Sorumluluk kelime anlamı ile, kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesidir (tdk.gov.tr.). Örgütler ve bireylerin, yapılan işlerle ilgili sorumlulukları bulunmaktadır, ayrıca iş dışında içinde yaşadıkları topluma karşı da sorumlulukları vardır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:65). Yöneticiler, örgütte

dürüstlük, güven ve sorumluluk ilkelerinin benimsenmesini sağlamalıdır (Pelit ve Güçer, 2007).

1.4. ETİK TÜRLERİ

1.4.1. Bireysel Etik

Etikten söz edebilmek için iyi ve kötü davranışlar arasındaki farkın bilincinde olan bireylere ihtiyaç vardır. Bununla birlikte, bireysel huzurun yanı sıra bireylerin toplumsal hayatlarındaki güven ve huzuru da önemlidir. Etik bireylerin toplumsal ilişkileri ile ortaya çıkmaktadır. Toplumsal yaşam olmasaydı etik ve ahlaktan söz etmek mümkün olmazdı. Bireysel etik, sosyal değerlerin bireylere aksetmesi, bireylerin bu değerleri benimsemesi ve kendi değerleri ile özdeşleştirmesidir (Özgener, 2004:7).

Bireysel etik, bireyin eylemlerinin temelini oluşturan ve onlara yön veren değer yargıları ile ilgili bilinçli olmasıdır. Bezci (2006) bireysel etiği en yalın şekilde bireysel tavır almak olarak ifade etmiştir.

İş etiğinin en önemli unsuru örgüt içindeki bireysel etik davranışlardır. İş etiğinin belirlenebilmesi için en önemli etken, bireylerin etik davranışlarının ortaya konulmasıdır. Bireylerin etik davranışları, çalışanların şu üç davranış kalıbından etkilenmektedir:

1.Çıkarıcı

2.Görevci

3.Ahlakçı

Çıkarıcı davranış kalıbı içinde hareket eden çalışanlar, kendi çıkarları doğrultusunda davranışlar ortaya koyarlar ve yönetsel etiği olumsuz etkilerler. Örneğin satış anlaşmalarını kişisel kazanç sağlamak için kullanmaları gibi.

Görevci davranış kalıbı içinde hareket eden çalışanlar, iş etiğine olumlu ya da olumsuz etki edebilirler. Örneğin, kanunlara aykırı davranışta bulunmamak etiğe olumlu yansıtacaktır. Diğer taraftan, yöneticisinin emirlerine, emirler adaletsiz ve haksız olsa dahi karşı çıkılmaması etiğin ortaya çıkışına olumsuz yansıtacaktır.

Ahlakçı davranış kalıbı içinde hareket eden çalışanlar ise, etiğin oluşmasına olumlu etki yapacaklardır. ”*Ahlakçı çalışanın temel davranış şekilleri şöyledir*” (Özkalp ve Kirel, s:506-507):

- *Ahlak ve yasa dışı işler yapmaz, yapılmasına karşı çıkar, yapanları affetmez.*
- *İşini en iyi biçimde yapar. Yapanları destekler.*
- *Çıkarcıların fark edilmesi için çalışmayı ödüllendirir.*
- *Dürüstlüğü savunur, bürokratik oyunları önlemeye çalışır.*
- *Açık ve dürüst iletişim kurar.*
- *Üstlerinin verdiği yasa ve ahlak dışı emirlere direnir.*
- *Kamu yönetiminin halka hizmet için var olduğu bilinci ile hareket eder.*
- *İmkanlarını, toplum yararı ve birey özgürlüğünü dikkate alarak kurum amaçları doğrultusunda kullanır.”*

Bireylerin etik değerlere uygun davranışlar sergilememeleri, üç nedene bağlanmaktadır. Bu nedenler; farkında olmamak, bencillik, eksik değerlendirmedir.

Farkında Olmamak ve Hassasiyetsizlik (Unawareness and Insentivity): İş görenler etik dışı eylemlerini haklı bir nedene dayandırmak ve mantıklı hale getirmek adına, davranışlarının etiğe uygun olmadığını kabul etmeme ya da öyle olduğunu bilmezlikten gelme yönünde hareket edebilirler (Kirel ve Özalp 2011:507).

Örneğin çoğu otelci, yüksek fiyat ile bir başka misafire ya da acenteye satmak üzere ellerinde müsait iyi manzaralı oda mevcut iken, misafire daha kötü manzaralı veya küçük oda verebilmektedirler. Ve bu davranışı, otelin karlılığını gerekçe göstererek satış taktiği olarak göstermektedirler.

Bencillik (Selfishness): Örgütlerde bireylerin kişisel çıkarları ve beklentileri öne geçmektedir. Bencillik üç grupta ele alınabilir. Bunlar; kendine düşkünlük, kendini koruma ve kendini haklı görmedir. Kendine düşkünlük (self-indulgenee) en çok karşılaşılan etik olmayan davranıştır, bireyler kötü bir davranış içinde olduklarını idrak edemeyebilirler. Örneğin, “bu yaptığım ailem için ya da toplum yararına yapıyorum” gibi söylemlerde bulunurlar. Kendini korumak (self

protection) ise, yalan söylemek ve kandırmak gibi davranışlara dönüşür. Örneğin, “burada olmadığımı söyle”, “bu konuda hiçbir şey bilmiyorum” gibi istememe, haksızlığa uğrama gibi endişelerle ortaya çıkan eylemlerdir. Kendini haklı görme (self-righteousness), kibir kaynaklıdır. Bireyin kendisini daima haklı bulması söz konusudur. Birey aleni bir biçimde örgüt kurallarına ya da yasalara karşı gelmese de, kendi istediği gibi davranır, yani bildiğini okur (Özkalp ve Kırel, 2011:508-509).

Bireysel etiğin temeli genel itibariyle kişinin ailesi, dini, arkadaşları, kişiliği, yaşam deneyimleri, kişisel değerleri, durumsal faktörler ve aldığı terbiyeden oluşur (Kırel 2000, Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2016). Bu çalışmanın amacına yönelik olarak bireysel etik kaynaklarından din ve kişisel değerler ele alınacaktır.

Din: Birbiriyle uyum içindeki inanç ve ilişkilerin tümü olan dinin birçok fonksiyonu vardır. Dinin insanların kendilerini güvende hissetmeleri, yaşama amacı edinmeleri, toplumdaki birlik, beraberlik ve yardımlaşmayı artırmak gibi fonksiyonları bulunmaktadır. Dinin temeli ahlaktır. Bireylerin davranışlarını iyiye ve doğruya yönlendiren din, aynı zamanda bireysel etik ilkelerini de biçimlendirmektedir (Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2016:71).

Kişisel Değerler: Değer kelimesinin sözlükteki karşılığı: (1) Bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet; (2) Bir şeyin para ile ölçülebilen karşılığı, bedel, kıymet, paha; (3) Üstün nitelik, meziyet, kıymet; (4) Üstün, yararlı, nitelikli olan kimse, (5) Bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü şeklindedir (TDK, 07 Şubat 2017). Sade bir anlatımla değer, herhangi bir şeyin diğerlerine göre önemini ve konumunun ayırımına varmayı sağlayan soyut ölçü şeklindedir (Kuçuradi, 1999).

Özgener (2004), kişilerin etik ilke ve değerlerinin en önemli kaynaklarından birinin kişisel değerler olduğunu belirtmiştir. Örneğin; mali kazanım elde etmeyi isteyen ve öncelikli olarak gören bir kişi, zenginlik arzusunun destekler şekilde bireysel etik yaklaşımı edinecektir.

Toplum, bireylerden bireysel etik ile ilgili birtakım etik değerlere uyum sağlamalarını istemektedir. Bunlar:

- Başkalarının refahını gözetme ve onlar için kaygılanma,
- Başkalarına bireysellikleri ile ilgili saygı duyma,
- Güven ve dürüstlük,
- Yasalara uyma isteği,
- Adalet,
- Haksız kazancı reddetme,
- İyiliksever olma,
- Zarar vermeme ve zarara engel olma.

Toplumun bireylerden uyum sağlamasını istediği bu ilkeler, temel etik ilkeleri ile benzeşmektedir. Aynı şekilde, temel etik ilkeleri iş etiğini meydana getiren örgütsel etik, işletme etiği, yönetsel etik ve meslek etiği ilkeleri ile benzerlik göstermekte ve buna göre düzenlenmektedir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:73).

Eksik Değerlendirme (Defective Reasoning): Eksik değerlendirme, bireylerin etik davranışın bedelinin yüksek olacağı, etik dışı davranışın bedelinin ise düşük olacağını düşünmesidir ve bencillikle ilişkilidir. Başka bir ifade ile eğer sonunda kişisel çıkar ve fayda varsa, birey bilinçli bir şekilde eksik değerlendirme yapabilmektedir. Doğru olan ise, bireylerin kısa dönemde sağlayacakları kişisel kazançlar yerine uzun dönemde ve doğru bir davranış ile diğerlerine saygı göstererek, gerçek incelemeler yapmalarıdır (Özkalp ve Kirel, 2011:509).

1.4.2. İş Etiği

Bikun'un (2011) da belirttiği gibi insanlar iş hayatı içinde her gün ahlaki konularla karşılaşmaktadır ve bu durumlarda nasıl davranacakları ile ilgili çoğu zaman bilgi sahibi olmadıkları görülmektedir.

İş etiği evrensel bir değerdir. İş etiği, iş dünyası içerisindeki davranışlara yön veren etik standartların tamamıdır. İş etiği, dürüstlük, adil davranmak, verilen sözün tutulması, doğaya saygılı olmak gibi değerleri içerir (Özkalp ve Kirel, 2011:504-505).

Bir davranışın etiğe uygun olup olmadığı, sadece kişisel değerler ve bireysel etik ile belirlenmez, örgütlerin de içinde bulunduğu toplum tarafından belirlenir (Kirel, Ç., 2011:4).

Arslan'a (2005) göre iş etiği, iş yaşamındaki bütün ahlaki problemler ile ilgilenen uygulamalı ahlak bilgisidir. İş hayatında karşılaşılan bu sorunlar, çalışanlar, çalışanlar ile yöneticiler, işletme ile iş ilişkisi içinde olanlar veya işletme ile diğer çevre faktörleri arasında ortaya çıkabilir. Başka bir tanımla, temelini doğruluk ve dürüstlüğün oluşturduğu iş etiği; genel ahlak kurallarının iş hayatında da geçerli olmasıdır, haksız rekabetten kaçınmaktır, müşterinin bağımsızlığı, sosyal sorumluluk, halkla ilişkiler gibi pek çok farklı konuyu içeren edimsel ahlak felsefesidir (Nalbant, 2005).

Etiğin uygulama alanlarından biri olan iş etiğinin temelinde işletme politikaları, etik standartlar ve nasıl hayata geçirilecekleri yer almaktadır. Drucker'ın yönetim teorisi çerçevesinde iş etiği ile ilgili üç konu üzerine önemle vurgu yapılmıştır (Schwartz, 2007):

- İşletme için kar elde etmek önemli olsa da, tek amaç bu değildir.
- İşletmeler sosyal varlıklardır ve sosyal sorumluluklara sahiptir.
- İşletmeler çalışanlarına karşı da önemli ve özel bir sorumluluğa sahiptir.

Örgütler bireylerden oluşmaktadır, dolayısıyla örgütlerin etik konusundaki yükümlülükleri aslında örgüt içindeki bireylerin yükümlülükleridir. Bu sebeple iş yaşamında karşılaşılan etik sorunlara, genel ahlaki sorunlardan farklı ve bağımsız olarak yaklaşılamaz. Örneğin genel yaşayış ilkeleri içerisinde sözünde durmamak yanlış bir davranıştır ve iş etiği de iş dünyasında bu davranışın doğru olmadığı şeklinde yaklaşım sergiler (Arslan, M., s:4).

Farklı dinlerin iş hayatındaki kültür ve değerleri ne şekilde etkilediği de iş ahlakı disiplini tarafından araştırılmaktadır (Torlak vd., s:29).

İş ahlakı ile ilgili yanılgılardan biri, bir işletmenin hukuka uygunluğu ile iş ahlakının aynı olmasıdır. Ancak yasalara uymak iş ahlakı açısından yeterli değildir. İşletmeler hukuk kuralları ile var olabilmektedir, hukuka aykırı olmak firmaların varlığı için bir tehlikedir. Bununla birlikte eğer bir hukuk kuralı ahlak açısından yanlış ise, sistem dahilinde hukuki düzenlemenin ahlaken yanlış kısmı değiştirilmelidir (Arslan, s.7 Stenberg, E.Just Business, 1994, Warner Books, London).

İş etiği neden gereklidir? Bu soruya M. Arslan sekiz madde ile cevaplandırmıştır, buna göre;

*1980'den sonra Batıdaki tüketim toplumu dayatmasına uymaya çalışan Türk toplumu, üretim ve gelir açısından bu tüketime yetişemeyince bireyler ve kurumlar seviyesinde birtakım ahlaka uygun olmayan durumlar ortaya çıkmıştır. Rüşvet, bankalardaki skandallar, hayali ihracat gibi yaşanan ahlak dışı durumlar, Türkiye'de iş ahlakının üzerinde durulması gerektiğinin somut göstergeleridir.

*Dünyadaki nüfus artışı işsizliği de beraberinde getirmekte, bu durum sosyal bir tehdit oluşturmaktadır.

*Biyolojik ve askeri teknolojiler konusunda iş dünyası tarafından sorumlu davranılmazsa tüm dünya için tehdit unsurları haline gelecektir.

*Küreselleşme ile birlikte çok uluslu şirketler ve bu şirketlerde farklı kültürlerden gelen çalışanlar ortaya çıkmıştır. Bu şirketlerde ahlaki problemlerin yaşanmaması için çaba harcanmalıdır.

*İnsan hakları doğrultusunda, iş dünyasında da dil, din, cinsiyet gibi ayrımlardan uzak durulmalıdır.

*İklim değişikliği, çevre kirliliği konularına karşı hassas ve bilinçli yaklaşmak mecburi hale gelmiştir.

*İş hayatındaki değerlerin farklı dinler tarafından ne şekilde etkilendiği iş etiğinin araştırma konularından biridir.

*Yolsuzluklara karşı savaş verilmelidir.

Wall Street Journal'daki bir makalede, çalışanların bir hafta gibi bir süre içinde hırsızlık, yalan, hile, düzenbazlık gibi etik konularla yüz yüze geldikleri belirtilmiştir (Cherrington ve Cherrington, 1993:255-265).

Andrews (2005), iş etiğini üç boyutlu olarak ele almıştır; (1) yöneticilerin etik normlarına göre ilerleme sağlaması, (2) işletmelerde iktisadi hedefler kadar etik değerlerin ve ahlaki kuralların öncelikli olması, (3) dürüst ve ahlaki stratejiler ortaya koymak, bunları gerçekleştirmek ve garanti etmek.

İş etiği ile ilgili birtakım evrensel ilkeler şöyle sıralanmıştır (Arslan, 2005:11):

- Var olan ve gelecekteki müşteriler, iş görenler, ilişki kurulan diğer şirketler ve toplumu yanıltmamak, kandırmamak,
- Bireylerin fiziki ve psikolojik olarak taciz edilmemesi,
- Çevreye duyarlı olmak, tahrip etmemek,
- Müşterilerin, iş görenlerin ve diğer tüm ortakların haklarını gözetmek,
- Rüşvet, ayrımcılık ve kayırmacılık gibi haksız ve kanunsuz işlerden uzak durmak,
- Ekonomik verim elde ederken etik normlar çerçevesinde hareket etmek.

Köse'nin (2012) çalışmasının önsözünde iş etiği ile ilişkili şu olaydan bahsedilmektedir; İsviçre'nin bir kentinde bir bahçede, bahçe sahibi bir tabelaya sebzelerin fiyatlarını yazmıştır, ayrıca bir tartı aleti ve kumbara bırakmıştır. O bahçenin ürünlerini almak isteyenler, bizzat ürünleri toplayıp, kendileri tartarak, parasını kumbaraya bırakıyor, bahçe sahibi de herhangi bir zamanda gelip parasını kumbaradan alıyormuş. İsviçre'nin pek çok kentinde buna benzer uygulamaların olduğunu belirtmiştir. Bu ve benzeri örnekler göstermektedir ki etik kavramı toplumsal bir kavramdır ve ister iş hayatı içinde ister bireysel ilişkilerde insanların genel toplum normları olarak oluşturdukları ve uydukları, böylece daha mutlu, güvenli ve uyumlu yaşamalarını sağlayan en temel rehber kavram etikdir.

İşletmeler açısından etik dört başlıkta incelemektedir. Bunlar; örgütsel etik, işletme etiği, yönetsel etik ve meslek etiğidir.

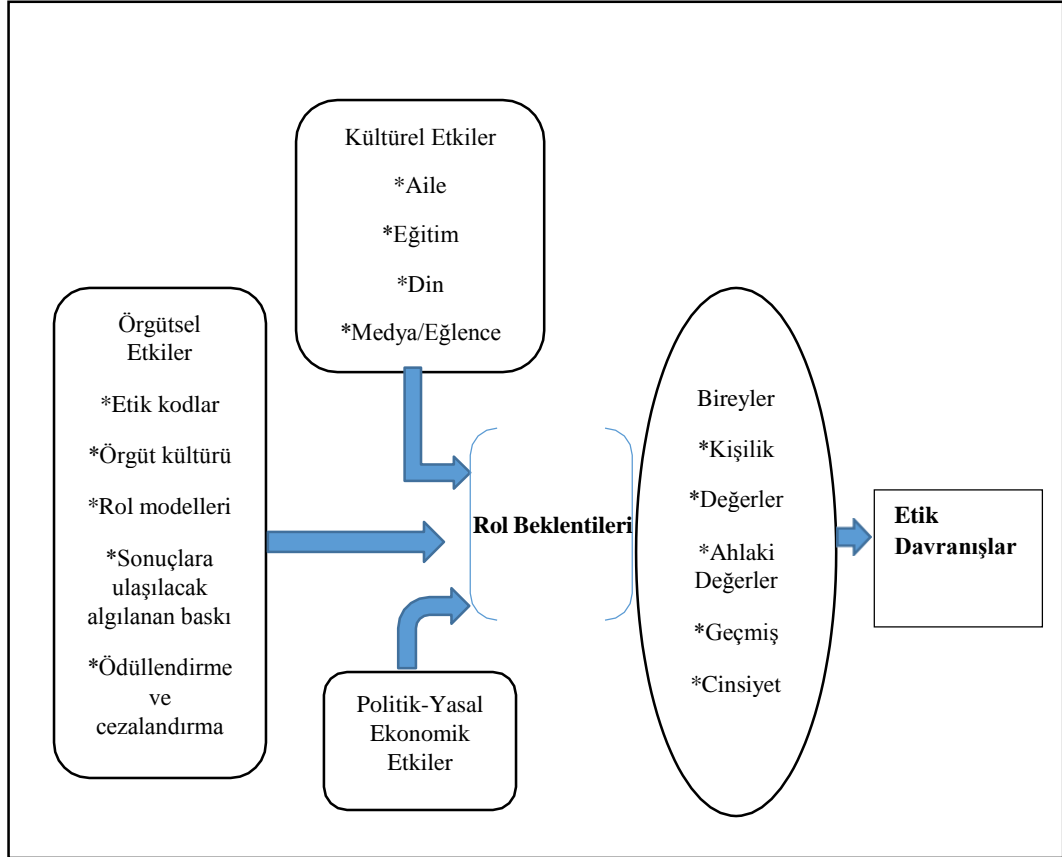
1.4.2.1. Örgütsel Etik

İş etiğinin örgütsel düzeyde ele alınması olarak nitelenen örgütsel etik, örgütte birlikte karar verme ve diğer faaliyetlerin temel etik ilkelere dayandırılması şeklinde de açıklanabilir (Çelik vd. 2003). Küreselleşme ile birlikte farklı kültürlerden insanların çok uluslu işletmelerde çalışması ahlaki sorunlara da yol açmıştır. Bu çalışma ortamlarında, bireylerin birbirlerini anlamaya ve birbirlerinin kültürel farklılıklarına saygılı olmaya özen göstermeleri gerekmektedir (Torlak vd. S:29). Bunun yanı sıra örgütsel etiğin önemli hale gelmesinin diğer sebepleri şunlardır (Çelik vd. 2003):

- Örgütlerin yıllarca kar ve rasyonelliğe önem vererek, etik ilkelere yeterince önem vermemeleri,
- İşin iyi olabilmesinin iyi ahlakla eşdeğer olduğu bilincine oluşması,
- Mükemmellik ve kalite için örgütsel etiğin gerekli olduğunun farkına varılması,
- İş hayatında bozulan değerler ve kaybedilen güvenin yarattığı sonuçların görülmesi.

Örgütsel etiğe yeterince özen ve ilgi gösterilmesi, öneminin benimsenmesi örgüt çevresinin tamamı için bir zorunluluktur. Örgütsel çevreyi oluşturanlardan en önemlileri ise çalışanlar, paydaşlar ve müşterilerdir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:76). Örgütlerde etik davranışların temeli örgütsel çevreyi oluşturan unsurlardır, örgütlerde etik davranışları belirleyen faktörler aşağıdaki şekilde özetlenmiştir (Özkalp ve Kirel, 2011:518).

Şekil 1: Örgütlerde Etik Davranış Modeli



Kaynak: Robert Kreitner, Angela Kinicki, Organizational Behaviour, Akt. Özkalp ve Kirel, 2011:518.

Etik veya etik dışı davranışlar, kişi ve durum etkenlerinden kaynaklanır, bu bağlamda örgüt etik ortamı ve ahlak kuralları üzerinde önemle durulması gereken konulardır.

1.4.2.2. İşletme Etiği

İşletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve değişimleri açısından etik çok önemlidir (Sabuncuoğlu, 2009:369). Etik olmak, işletmenin karını ve yönetsel gücünü arttıracığı ve kamuoyu imajını, çalışan ilişkilerini ilerleteceği için doğru ve önemli bir faaliyettir (Demirçivi ve Yeşiltaş, 2015:4).

İşletmenin iyi olarak nitelendirilebilmesi, kar elde etme gayesinin yanı sıra, düzeltilemeyecek toplumsal hasarlar vermekten uzak durması ya da en azından farkında olmadan verdiği hasarlar varsa onları düzeltmek için çabalaması ile mümkündür (Nash, 2005:50). İşletme etiği, örgütün kurumsal ahlakı şeklinde de nitelendirilebilir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:76).

İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi açısından etik hayati önem taşımaktadır. Etik bir yaklaşım, sorunların belirlenmesine olanak sağlamakta, sistematik düşüncüyü geliştirmekte, olayları farklı bakış açısıyla değerlendirmeyi mümkün kılmakta ve karar vermede yol göstermektedir (Johnson, 2006).

Bir işletmede etik kuralların hayata geçirilmesi için etik kuramın nitelikleri aşağıdaki gibi olmalıdır (Whetstone, 2001:106):

- Deneysel çalışmalara dayanan normatif öneriler sunmalıdır.
- Davranışlarda değişiklik yaratabilmek için değer yaratma ve geliştirme üzerine olmalıdır.
- İşin yanısıra işi yapan çalışanların da önemli olduğunu göstermelidir.
- İşletme, çevresine ve kültürel şartlara da önem vermeli ve bu unsurları gözönüne almalıdır.

1.4.2.3. Yönetmelik Etik

Yönetmelik etik, yönetimle ilgili faaliyetlerde uyulması gereken ilkeler ve kurallardır (Thompson, 1985:555). Bilgin (1997)'e göre yönetmelik etik, ahlakın, bir örgüt içinde, o örgütçe belirlenmiş kurullarla beslenerek meydana gelmesidir.

Diğer bir tanımla yönetsel etik, genel ahlak çerçevesindeki iyi ve olumlu tarafların, örgüt kültürü ve örgütsel amaçlara aksetmesidir (Kılavuz, 2002).

Yönetsel etik üç bölümde incelenmektedir (Kowalski ve Reitzug, 1993:368):

1. Kişisel Uygulamalar ve Ahlaki Problemler: Bunlar yöneticilerin kanunsuz fakat bireysel çıkar ve kazanç sağladıkları etik tercihlerini kapsar. Örneğin, cinsel taciz, örgüt kaynaklarının kötüye kullanımı, kişisel çıkar çatışmaları bu kapsamdadır (Aydın, 2012:55).

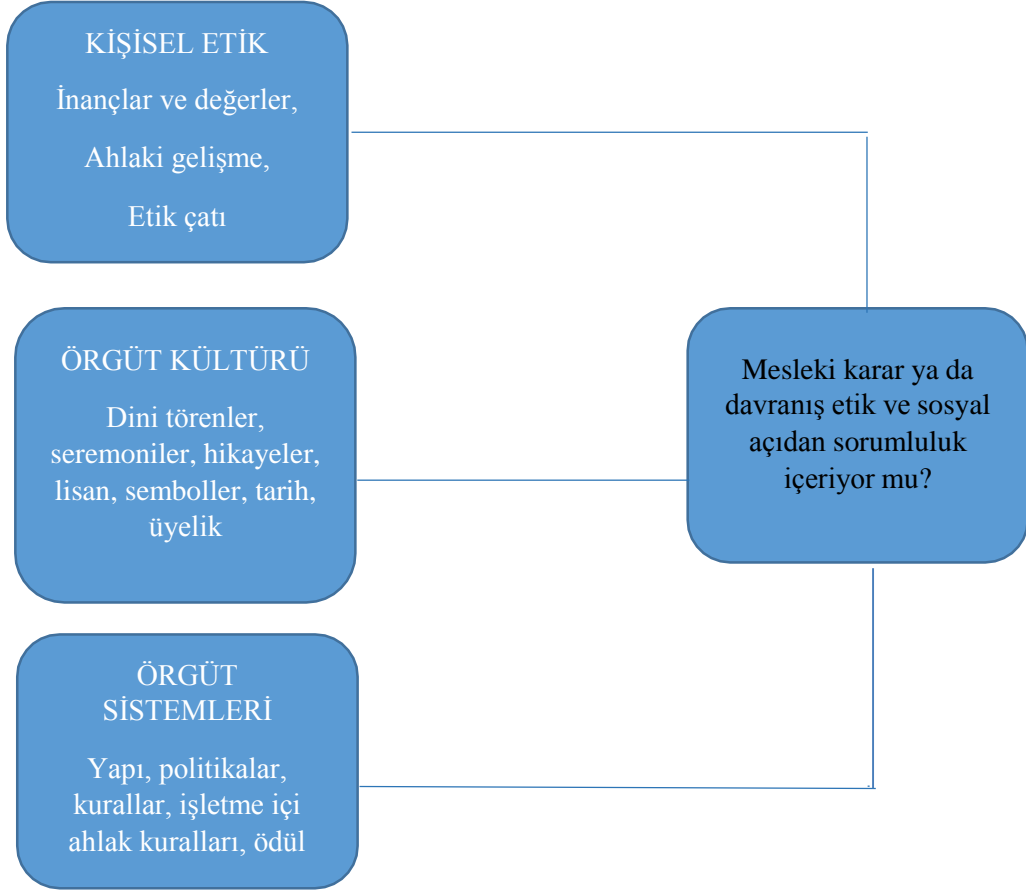
2. Mesleki Eylemler: Yöneticilerin mesleki konulardaki etik tercihlerini içerir. Örneğin, çalışanların işten çıkarılmaları, adamkayırma gibi eylemler bu kapsamdadır (Aydın, 2012:56).

3. Günlük Yönetim İşleri: Gücün adaletli kullanımı, örgüt ve bireyin yapılandırılması, doğru değerlere karar verilmesi, uygulamalardaki tercihlerin haklılığının değerlendirilmesini içerir (Aydın, 2012:56).

Yöneticiler, etik kurullara uymadıkları takdirde, çok ağır bedeller ödenebileceğini, satışların düşmesi, müşteri kaybedilmesi, şirket imajının ve markasının zedeleneceğinin bilincindedirler. Yöneticilerin etik yaklaşımları, örgüt kararları ve faaliyetlerini önemli oranda etkilemektedir. Yöneticiler, kişisel değerlerini işleri ile ilgili karar verme sürecine dahil ederler (Sökmen, 2016:65).

Yöneticilerin, işletmenin büyümesi, sürdürülebilirliği ve karlılığının artması için, iletişimde buldukları tüm gruplara karşı meslek etiği davranış ölçütlerine göre hareket etmeleri, mesleklerini icra ederken etik konusunda duyarlı olmaları gerekmektedir (Elbeyi ve Güçer, 2007).

Şekil 2: Yönetmel ve Mesleki Etiği Belirleyen Etmenler



Kaynak: Daft, 1995, aktaran Sökmen, 2016.

Şekil 1’de yönetmel ve mesleki etiği belirleyen etmenler gösterilmiştir. Buna göre, kişinin sahip olduğu bireysel etik değerler, örgüt kültürü ve yapısı, mesleki ve yönetmel etik davranışları etkilemektedir. Örneğin, bireyin ahlaki yapısı ve iş becerisi sağlamsa, çalıştığı örgütte etik davranışlar ödüllendiriliyor, etik dışı davranışlar cezalandırılıyor, personel seçiminde etik değerlere öncelik veriliyorsa, örgüt politikaları etik temelli ise, o örgütün çalışanları ve yöneticileri etik kurallar doğrultusunda davranış sergiler ya da buna mecbur olur (Sökmen, 2016:41).

1.4.2.4. Meslek Etiği

Meslek Etiği, insanoğunun ilk ticari faaliyetlerinden bu yana vardır (Bektaş ve Köseoğlu, 2008). Meslek etiğinden önce meslek kavramının

açıklanması gerekmektedir. Meslek kelimesinin sözlükteki karşılığı; belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iştir (tdk.gov.tr). Sökmen (2016) meslek kavramını, bir insanın geçimini elde etmek için profesyonel anlamda icra ettiği iş olarak tanımlamıştır. Meslek etiği, mesleklere ait ayrı kural ve ilkeler hazırlayarak, bu kural ve ilkelerin standartlaşmasına yardımcı olan uygulamalı etik alanıdır. Özellikle birebir insanlarla ilgili mesleklerde uyulması zorunlu kurallar meslek etiği olarak tanımlanabilir (Aydın, 2012:99). Fidan ve Subaşı (2014) ise meslek etiğini, meslek üyelerini, kişisel meyilleri dışında, meslek kuruluşları tarafından oluşturulmuş kurallar doğrultusunda davranmaya sevk eden ilkeler olarak açıklamışlardır. Otlu (1999), meslek etiğinin, meslek üyelerinin çalışmaları sırasında karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara karşı nasıl bir davranış ve tutum sergileyecekleri konusunda kuralları ortaya koyduğunu belirtmiştir. Bu kuralların en önemli ve temel özellikleri şunlardır:

- Meslek üyelerinin uyması gereken değerler ve davranışlar için kılavuzluk etmek,
- Meslek etiğine uymayan davranışlar için taviz vermeyen yaklaşımı belirlemek.

Türkiye’de mesleki etiğin iş ahlakının gelişimine bakıldığında, Anadolu’da XIII. Yüzyıldan bu yana meslek ahlakı ve iş ahlakı ile ilgili çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Hacı Bektaşî Veli tarafından kurulan Bektaşîlik, bir meslek disiplini olarak Türk iş tarihi açısından önemlidir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016). Eski Türk Devletlerinde toplumsal yaşam töre ve kanunlara göre düzenlenmiş, yazılı olmayan bu kurallara göre adalet, eşitlik, iyilik, verilen sözü tutmak gibi değerler benimsenmiştir. Bu sayede İslamiyet’e geçiş daha kolay gerçekleşmiştir. İş ve meslek etiği üzerinde İslam dininin etkisi önemlidir. Örneğin, iş ve ticaret toplum için faydalı kabul edilmiştir. Türkiye’deki mesleki ahlak gelişiminin en önemli dayanağı Osmanlı dönemindeki Ahilik sistemidir. Türklerde ilk meslek etiği örgütü Fütüvvet Teşkilatı’dır (Sökmen, 2016:53). Fütüvvet Teşkilatı olarak adlandırılan ve esnaf örgütlenmesi olan Ahiliklerde, çalışanların sahip olması gereken özellikler şunlardır (Karasoy, 2008):

- Alçakgönüllük,
- Cömertlik,
- Başkalarını sevmek,
- Nefsine hakim olmak,
- Kendini başkalarından üstün görmemek,
- Dünya malına önem vermemek,
- Başkalarını hoş görmek,
- Tevekkül (kanaat etme).

“Yaygın bilinen bir söylenceye göre, Fatih Sultan Mehmet’in kıyafet değiştirerek İstanbul’da tuzcu esnafını denetlemek için bir dükkana girer. Dükkan sahibi tarafından müşterisinin selamını güler yüzle aldıktan sonra “Bugün siftah ettim, komşuya bakıver” diyerek ikinciye gönderir. İkinci girdiği dükkan sahibi aynı sözü söyleyerek üçüncüye gönderir. Fatih ancak birkaç dükkana girdikten sonra ihtiyaçlarını alır. Fatih, esnafın ahlak ve fedakarlığına hayran kalır” (Çalışkan ve İkiz, 2011 Akt.Işık, 2013:151).

Kuçuradi (1988), mesleki etiğin en önemli taraflarından birinin dünyanın her yerinde, aynı mesleğe mensup kişilerin mesleki etik kurallarına uymalarının gerekliliğidir. Türkiye’de farklı mesleklerin standart meslek ilkeleri oluşturulmuştur. Bunlardan bir kısmı şunlardır; bankacılık etik ilkeleri, Turizm Taşımacıları Derneği’nin meslek ilkeleri, gazetecilik meslek ilkeleri, TÜRSAB Seyahat Acenteliği meslek ilkeleri gibi (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:80).

1.5.TURİZM VE ETİK

“Belirli bir süre kalış gerçekleştirmek ve gelir sağlayıcı herhangi bir iş yapmamak suretiyle yabancıların geçici süre kalışlarından ortaya çıkan oluş ve ilişkilerin tamamına turizm denir” (McInstosh ve Goeldner 1990). Turizm, bireyleri ve dolayısıyla toplumları içine alan ve onları etkileyen bir olgudur. Disiplinler arası olan turizm, birçok doğa ve toplum bilimi ile güçlü etkileşim halindedir, turizmin kapsamındaki çoğu konu ve problem ise etik ile ilgilidir. Sermayesi insan olan ve insan odaklı turizm olgusunun etik ilkelerden bağımsız olması mümkün değildir.

Bu çağda, turizm endüstrisinin tamamında etik öğelerin kullanılabilmesi, turizm ve etik bağlantısının üretimi ve sürdürülebilirliği de ne denli önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir (Kozak, 2016:26). Üretim ve tüketimin aynı anda gerçekleşmesi, çokuluslu şirketlerin varlığı ve yabancı turistlerin ağırlanması nedeni ile farklı kültürlerden insanların bir araya gelmesi, iletişimde bulunması, turizm faaliyetinin tüm aşamalarında doğru ve güvenilir bilgi verilmesi zorunluluğu, günümüzde müşterilerin sosyal sorumluluk ve çevre bilincine sahip olması, kaliteli ürün talep etmeleri, müşterilerin güvenlik ve huzurunun sağlanması gibi sebepler turizm-etik ilişkisinin önemini göstermektedir.

Turizm endüstrisinin ivedi bir şekilde etik standartlar oluşturması ve geliştirmesi gerektiğini ifade eden Payne ve Dimanche (1996:1001), ancak önemli bir engelle karşı karşıya kaldığını, çünkü etik standartların kültürlere has özellikler sergilediği ve ülkeler arasında farklılıklar gösterebildiğini belirtmişlerdir.

Etik ve ahlak kavramlarının tüm insan ilişkilerinin temelini oluşturan unsurlar olduğunun bilincine varılması gerekliliğini; etik ve kalitenin bir bütün olduğunu ve mükemmelliğin de kalite ve etikten oluştuğunu belirten Hall (1992:12), turizm işletmelerinin etik çalışmalarının uluslararası turizm vasıtasıyla global bir duruma geldiğini, bu durumun da yalnızca ağırlama endüstrisinin kalitesini değil, küresel ilişkileri belirleme gücüne sahip olduğunu ifade etmiştir (Demirçivi ve Yeşiltaş, 2015:4).

Konaklama İşletmelerinde Etik Sorunlar

İşletmelerde etik sorunlar çoğunlukla, bireyin değerleri ile işin standartları veya içinde bulunulan toplumun değerlerinin birbiriyle uyumlu olmamasından kaynaklanır (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:123). Şimşek (2001), işin özellikleri ve örgüt kültürü arasındaki çatışmaların da etik sorunlara neden olabileceğini belirtmiştir. Çağımızda iş hayatında kişisel çıkar, yüksek kar elde etme isteği, artan rekabet, kişisel değerler ile örgüt çıkarlarının uyuşmaması ve kültürlerarası çatışma, etik sorunlara neden olmaktadır (Frederic, 1992, aktaran Sökmen, 2016:19).

Turizm işletmelerinde sunulan turistik ürünlerin çoğunlukla hizmet olması ve hizmetlerde tam olarak standartlaşma sağlanamaması etik sorunları da

beraberinde getirmektedir (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016). Turizm işletmelerinde de diğer işletmelerdeki gibi etik sorunların genelde aşağıda belirtilen konulardaki eksikliklerden ortaya çıktığı görülmüştür (Sarıışık vd. 2006):

- * Müşteri tatmini,
- * ıkar atışmaları,
- * Yasalar ve yönetmelikler,
- * İletişim,
- * İş sözleşmesinin uygulanması,
- * Maaş ve ödüllendirme,
- * Çalışanların karakterleri,
- * Standartlar
- * Ticari sırların örgüt dışına çıkarılması,
- * Eğitim,
- * Yönetim tarzı.

Turizm sektöründeki konaklama işletmelerinde hem müşteriler hem de çalışanlar ile ilgili etik sorunlar olduğu bilinmektedir. Bu sorunların her geçen gün çoğalmasına neden olan bir takım unsurlar bulunmaktadır. Bunlar (Kılınç 2000; Valen ve Casado, 2000):

- Konaklama işletmelerinde hizmet üretilmesi,
- Üretim ve tüketimin aynı anda gerçekleşmesi,
- Müşteriler ve çalışanların aynı yerde bulunmaları,
- rnlerin sadece deneyimlenerek anlaşılması,
- Emek-yoğun ve sezonluk olması,
- Müşteri istek ve ihtiyaçlarının değişmesi,
- İş görenlerin psikolojilerinin ve motivasyonlarının hizmet kalitesine yansması.

Turizm sektöründe en fazla görülen ve en önemli etik sorunlar; mobbing, fiziksel ve cinsel taciz, çıkar çatışmaları, maaş ve ödüllendirme adaletsizliği, rüşvet, ticari sırların dışarıya açıklanmasıdır (Stevens, 1997; Reynolds, 2000). Araştırmacılar, turizm endüstrisinin yapısal özellikleri nedeni ile etik dışı durumlara (cinsel taciz, hırsızlık, yanıltıcı reklam, çifte rezervasyon, çevreye ve doğal kaynaklara zarar verilmesi, paydaşlarla kurulan etik dışı ilişkiler) çok açık olduğunu belirtmişlerdir (Coughlan, 2001; Holden, 2003; Payne ve Dimanche, 1996; Stevens, 2001; Wheeler, 1995; Whitney, 1990). Konaklama işletmelerinde, özellikle rezervasyon aşamasında müşteri-işletme ilişkisi ve müşteri hakları ile ilgili etik sorunlar oluşabilmektedir. Örneğin; tam doluluğu sağlamak üzere alınan fazla rezervasyonlar (overbooking) sonucunda, müşterilerin başka işletmelerde konaklatılması, rezervasyon aşamasında daha yüksek fiyatlandırma yapabilmek için aynı standartlardaki odaları farklı özelliklere sahipmiş gibi (konum, manzara) satmaya çalışmak, no-show terimi ile nitelendirilen ve müşterinin gelmediği halde rezervasyonunun ilk gecesini ya da belli bir oranını ödeme zorunluluğu, çalışan kaynaklı hırsızlık olayları etik sorunlara örnektir. Bu sorunlar, müşterinin işletmeye karşı güven, saygı, bağlılık duygularını zedeleyerek işletmenin müşterisi ile ilişkilerinde dürüstlük, güven, saygı ilkelerini ihlal etmesine neden olur (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:126).

Ayrıca yine çalışanlar açısından, müşteriye kötü davranmak, emirlere ve yasaklara uymamak, çalışan ve müşterileri kandırmak, işyerinde alkol ve uyuşturucu kullanmak, cinsel taciz, işin gereklerini yerine getirmemek gibi olumsuz davranışlar etik sorunlara yol açmaktadır. Otel işletmelerinde özellikle son yıllarda sıklıkla yaşanan bir diğer etik sorun, psikolojik yıldırma (mobbing) dır. Mobbing otel işletmelerinde tüm kademelerde gerçekleşebilmektedir, örneğin, yönetici yanında çalışan personelin işten ayrılması için uygulayabilmektedir ya da çalışan herhangi biri çalışma arkadaşlarını bir diğer kişiye karşı kötü davranmaya sevk edebilmektedir (Akoğlan Kozak ve Uca, 2007). Otel işletmelerinde karşılaşılan bir başka etik sorun, kat hizmetleri departmanında yaşanmaktadır. Misafir odalarındaki eşyaların çalışanlar tarafından kullanılması, oda temizliğinde hijyen şartlarına gereken özenin gösterilmemesi, örneğin; klozet fırçası ile lavabonun temizlenmesi, toz bezi ile bardak silinmesi, odanın gözetlenmesi ve dinlenmesi etik sorunlardan bazılarıdır (Akoğlan Kozak, 2006).

Konaklama işletmelerinde etik sorunlar tüm departman ve görevlerde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, işletmelerin pazarlama araçları olan broşür, tanıtım kitapçığı, ilan ve reklamlarında gerçeği yansıtmayan bilgilerin olması, müşteriye vaadedilen ürün ve hizmetin sunulmaması anlamına gelir, bu durum hem işletmenin hem turizm sektörünün olumsuz etkilenmesine, zarar görmesine sebep olmaktadır (Turizm gazetesi, 25 Şubat 2017).

İşletme-çalışan boyutundaki etik sorunların başında çalışma şartları gelmektedir. Turizm sektöründeki sezonluk otel işletmelerinde çalışanlar 3-6 ay arası çalışarak elde ettikleri kazancı tüm yıla yaymak zorundadırlar ve bu durum motivasyon eksikliği, örgütsel bağlılık düzeyinin düşüklüğü, işgücü devir hızının yüksek olması ile doğru orantılıdır. Otel işletmelerinin sezonda çalışan personele fazla mesai yaptırması, standartları düşük personel alanları sağlaması ya da hiç sağlamaması, lojman, yemek, servis gibi konularda şartların kötü olması, işletme-çalışan açısından etik sorunları oluşturmaktadır (Akoğlan ve Kozak, 1995).

1.6. HELAL TURİZM VE HELAL KONSEPTLİ OTEL KAVRAMLARI

Helal turizm ve helal otel kavramlarından önce “helal” kavramını açıklamak gerekmektedir. “Helal, yapılması dinen serbest olan fiil” dir (Diyanet İslam Ansiklopedisi, 13 Şubat 2017). Türk Dil Kurumu (TDK), helali dinin kurallarına aykırı olmayan, dinî bakımdan yasaklanmamış olan, haram karşılığı şeklinde tanımlamıştır. Helal kavramı, Müslümanların herhangi bir şeyi kullanmasında, yiyip-içmelerinde, faydalanılmasında sakınca olmadığını belirten bir kavramdır (Battour ve Ismail, 2015).

İslamiyet yalnızca bir dini değil, bir yaşam biçimini ifade etmektedir. Dolayısıyla İslamiyet’e uygun yaşayan turistler, seyahatleri ve tatilleri esnasında da inanışlarına ve Kuran’a göre hareket etmektedirler. Müslümanların yanı sıra, Müslüman olmadığı halde helal gıda tüketmek, ailelerinin rahat edeceği yerler seçmek, turizm faaliyeti süresince aldatılmamak gibi sebepler ile helal turizm, turistler tarafından öncelikli bir tercih olmaktadır (Temizkan, Ceylanlar ve Şen, 2017).

Helal turizm İslamiyet ile ters düşmeyen tüm turizm türlerini içermektedir (Hassan, 2007). TSE (Türk Standartları Enstitüsü) helal yönetim sisteminde helal turizm, Müslümanlar tarafından İslami değerler çerçevesinde dinlenmek,

giyinmek, beslenmek, eğlenmek, görmek, tanımak ve aynı zamanda ibadetlerini de rahatlıkla yapabilmek üzere düzenlenen geziler ile bir ülkeye veya bir bölgeye gezgin (turist) çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü olarak tanımlanmıştır.

İlgili alanyazın incelendiğinde helal turizm ile ilgili farklı tanımlar olduğu görülmüştür; Doğan (2010)'a göre, helal turizm, turistik kıyı bölgelerinde yer alan konaklama işletmelerinde İslami ilkelere uygun dinlenme ve eğlenme faaliyetlerinin gerçekleştirildiği turizm türünü kapsamaktadır. Hassan (2004), İslami turizm terimini kullanmış, edep ve ahlakın yüksek standartları ve İslami değerler üzerine inşa edilen turizm türü olarak tanımlamış ve bu turizm türünün yerel halkın dini yaşam tarzına, ibadethanelere, gelenek ve göreneklere, en önemlisi de sürdürülebilir turizmin unsurlarından çevreye karşı saygılı olmaya dayandığını belirtmiştir. Helal turizm, İslami değerlere bağlı bir turizm türüdür (Hassan, 2007). Din (1989)'e göre, İslami motivasyona sahip turistlerin, İslami kurallara uygun şekilde gerçekleştirdikleri turizm faaliyetidir. Helal turizm, turizm endüstrisinde İslami öğretilere göre Müslümanlar tarafından yapılmasında sakınca olmayan ya da izin verilen faaliyet ya da nesnedir (Battour ve Ismail, 2015). Carboni vd. (2014), turizm faaliyetlerinin İslamiyet'e uygun yapılması olan helal turizmin, seyahatleri süresince dini vecibelerini yerine getirme konusunda istekli dindar Müslüman turistleri içerdiğini belirtmiştir. Helal turizm, turistik ihtiyaçların İslami ilkelere uygun olarak karşılanmasıdır (Jafari ve Scott, 2014). Helal turizm, İslami kurallara uygun turistik ürünler ve konaklama faaliyetlerinden oluşmaktadır (GIFR, 2013). Duman (2012), helal turizmi Müslümanların sürekli yaşadıkları yerin dışına seyahatleri ve konaklama faaliyetlerini kapsayan bir turizm türü olarak tanımlamıştır. Arpacı ve Batman (2015) ise, turizm tanımındaki konaklamalardan doğan ihtiyacın İslami ilke ve inanışlara uygun olarak karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir, şeklinde bir tanımlama yapmışlardır.

Sıkça karıştırılan helal turizmin, inanç turizminden farkı, helal turizmde seyahat edilen yerin din ile ilgili bir bağlantısının olma zorunluluğunun bulunmamasıdır (Pamukçu ve Sarıışık, 2017).

Helal otel, ana faaliyet alanı konaklama ihtiyacını karşılamak olan, İslami kurallar doğrultusunda hizmet veren, geceleme hizmeti yanında yeme, içme ve

eğlenme ihtiyaçlarını da yine İslami kurallara uygun şekilde karşılamaya yönelik işletmelerdir. Bu konseptteki otel işletmelerinde domuz eti, alkol gibi ürünler İslam dinince yasaklı olduğu için bulunmamakta, ayrıca müşterilerin ibadetlerini yapabilecekleri imkanlar sunulmakta, kadın-erkekler için ayrı hizmetler verilen havuz, spa, plaj gibi ayrı alanlar yer almaktadır (Arpacı, 2015:5).

Helal oteli, İslami kurallara uygun, İslami hizmet sunan konaklama işletmeleri olarak tanımlayan Saad ve arkadaşları (2014), İslami kurallara tam anlamıyla uyan otel işletmelerinin çok az olması sebebi ile bu konuda bir sınıflandırma yapmışlardır. Buna göre; yalnızca alkol bulundurmeyen otellere ‘‘Dry Otel’’, kadın-erkek ayrı alanlar, mescid, helal gıda, odalarda seccade, Kuran ve kible yönü gösterir bulunduranlara ‘‘Kısmi Helal Otel’’, ve bu iki gruptaki özelliklere ilave olarak, otelin tasarımından mali yapısına kadar, yapılan tüm işlerde ve çalışmalarda İslami ilkelerin hakim olduğu otelleri ‘‘Helal Otel’’ olarak nitelendirmişlerdir.

Helal konseptli otel işletmeleri ile ilgili, bu işletmelerin sahip olması gereken özellikler, ürün ve hizmetlerinin neler olması gerektiği konusunda da uluslararası standartlar henüz ortaya konulamamıştır. Ancak, temelde bazı özellikler yapılan çalışmalarda şu şekilde belirtilmiştir (Henderson, 2010):

- Alkol bulunmaması,
- Helal gıda,
- Odalarda seccade ve Kuran’ı Kerim bulunması,
- Taharet musluğu bulunması,
- Yatak ve tuvalet yönlerinin kibleye göre ayarlanması,
- Mescid bulunması,
- Eğlence faaliyetlerinin İslami kurallara uygun olması,
- Çalışanların çoğunlukla Müslüman olması,
- Kadın ve erkekler için ayrı rekreasyon faaliyetleri,
- Katların kadın-erkek ayrı olması,
- Misafirlerin giyim kuşamlarının İslami kurallara uygun olması,
- İslami finans kaynağıdır.

Helal konseptli oteller, turizm sektöründe henüz tam anlamıyla doyuma ulaşmamış bir pazar olan helal turizm pazarında ortaya çıkan ve yeni gelişmeye

başlayan turizm işletmesi türüdür (Pamukçu ve Arpacı, 2015). Misafir profilinin istek ve ihtiyaçları, yeni bir turizm ürünü olması, pazarın büyüme hızı ve hacmi, helal konseptli otel işletmelerinde hizmet veren çalışanları da çok önemli hale getirmektedir. Bu işletmelerde çalışanların, başta helal kavramına ve turizm sektöründe var olmanın baş aktörü olan kaliteli hizmet sunumu hususuna uygun nitelikte ve bu bilinç seviyesinde hareket etmeleri gerekmektedir (Temizkan, Ceylanlar ve Şen, 2017).

Etik ve Helal Kavramları Arasındaki İlişki

Peygamber Efendimiz (sallallahü aleyhi ve sellem) *“İslam, güzel ahlaktır”* buyurmuşlardır.

Helal, yapılması dinen serbest olan eylemler olarak açıklanmaktadır. İslam felsefesinde ahlak, insanın iyi veya kötü olarak nitelendirilmesine yol açan mânevî nitelikleri, huyları ve bunların etkisiyle ortaya konan iradeli davranışlar bütünü; bu konularla ilgili ilim dalı olarak tanımlanmıştır. İslâm’ın öğretileri, Allah’ın bütün yarattıklarına karşı merhametli olmayı, insan ilişkilerinde dürüstlük ve güvenilirliği, karşılıksız sevgi ve yardımseverliği, samimiyet ve iyi niyeti, kötü eğilimlerin bastırılmasını ve daha birçok ahlaki davranışı ve yaklaşımı göstermektedir. (Diyamet İslam Ansiklopedisi, islamansiklopedisi.info, s:173-178). Bu tanımlamalar doğrultusunda helal ve etik kavramı arasında İslami açıdan yakın bir ilişki bulunmaktadır.

Arslan’a (2005) göre din ahlakın asıl ortaya çıkma noktası değildir, din olgusu var olmasa bile ahlak olgusu var olurdu. Ancak dinler ahlaki kuralları kapsar ve ahlak dinlerin pek çok ahlaki ilkesini içermektedir. Din ve ahlakın birbirinden temel ayrımını ise ahlakın sadece dünyevi ilişkileri düzenlemesi olarak belirtmiştir. Bununla birlikte dinin işletme faaliyetlerini etkilediğini, örneğin bir Müslüman’ın faiz alma üzerine kurulu bankerlik mesleğini icra edemeyeceğini vurgulamıştır.

İş hayatındakiler için İslam dininde, evrensel etik ilkeleri ile aynı doğrultuda emir ve yasaklar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları: Dürüst olmak, müşteriye aldatmamak, güvenilir olmak, yalan yere yemin etmemek, ürünü gereğinden fazla övmemek, ölçü ve tartıda hile yapmamak, karaborsacılık yapmamak, müşteriye iyi davranmak, müşteri kızıştırmamak, satış üstüne satış

yapmamak, ticari işlemleri kayıt altına almak, yanlış yollardan kazanç sağlamamak (Akar, 2011, Akt. Işık, 2013:152).

“Farklı beklenti ve istekler içinde bu hizmeti talep edenlerle, talebe yanıt verecek kesim arasındaki en önemli köprülerden birisinin etik değerler olduğu söylenebilir.” (Sarışık, Akova ve Çontu, 2006:24).

2. BÖLÜM

BİREY-ÖRGÜT UYUMU

Bireylerin davranışlarına rehberlik eden bir takım temel değerlerin var olduğu savunulmaktadır (O'Reilly, Chatman ve Caldwell, 1991) ve bu yaklaşım doğrultusunda birey-örgüt uyumu için bireysel ve örgütsel değerlerin uyuşması en önemli ve öncelikli ölçüt kabul edilmiştir (Bilsky ve Jehn, 2002:211). Alan yazındaki birey-örgüt uyumu tanımları da bu yaklaşımı destekler niteliktedir; örneğin Cable (1995) tarafından, birey ve örgüt değerleri arasındaki uygunluk olarak tanımlanan birey-örgüt uyumu daha kapsamlı bir tanımlama ile birey ve örgütün öz nitelikleri, değer yargıları ve amaçları arasındaki uyum ile bireyin kişisel özellikler ve örgüt kültürü arasındaki benzerlik şeklinde ifade edilmiştir (Kristoff, 1996).

Birey-örgüt uyumunun çalışanların davranışlarında olumlu etkileri ve yararları olduğu, birey-örgüt uyumunun artması durumunda, iş görenlerin daha mutlu, daha bağlı ve daha verimli oldukları kanıtlanmıştır (Bright, 2007).

2.1. BİREY-ÖRGÜT UYUMU KAVRAMI VE ÖNEMİ

Örgüt ya da organizasyon nedir sorusuna cevap olarak işletme terimi yerine geçen anlamı ile belirli bir amaçla kurulmuş, kendisine ait kaynakları ve özellikleri bulunan, sosyal bir canlı olarak da ifade edilen kuruluşlardır denilebilir. Örgütlerin veya diğer bir deyişle işletmelerin var olma nedeni ise, amaçların ancak birden fazla kişi ile ve grup çalışması ile hayata geçirilebilmesidir (Koçel, 2015:94-95). Grup çalışması yapabilmek ise uyumu gerekli kılmaktadır. Taylor, bilimsel yönetimin ilkelerini açıklarken bireysellik yerine, işbirliği ve anlaşmazlık yerine uyum olması gerektiğini belirtmiştir (Taylor, çev. Akın 2016:108-109).

Uyum (adjustment), parçaların bütünü oluşturması ve oluşturma arzu ve bu arzunun derecesidir (Ulutaş 2011:11). Başaran'a göre (2004:356) uyum, bireyin iç ve dış çevre ile huzurunu aksatmayacak bir biçimde iletişimde olmasıdır.

Birey-örgüt uyumu kavramı, birey (person) ve örgüt (organization) öğelerinden meydana gelmektedir (Ulutaş 2011:23). Geçmiş dönemlerde bireyler ve örgütler arasındaki etkileşim sadece örgüt yönetimi tarafından gerçekleştirilirken, günümüzde bu iletişimin çift taraflı hale gelmesi söz konusudur.

Chatman (1989) birey-örgüt uyumunu, bireyin değerleri ile örgütün değerleri ve normları arasındaki uygunluk olarak tanımlamıştır. Örgütlerin başarılı olmalarının temelinde bu uyumun derecesi önemli bir rol oynamaktadır. Örgütler personel seçme ve yerleştirme aşamalarında birey-örgüt uyumuna göre hareket etmelidirler. Artan rekabet ortamında örgütlerin, eskiden olduğundan daha fazla, örgüt-birey uyumuna ihtiyacı vardır (Saldamlı, 2009:2). Özellikle üretimin insan sermayesi ile ve emek yoğun bir şekilde gerçekleştiği otel işletmelerinde nitelikli, işletme değerleri ile uyumlu personel çalıştırmak zorunlu hale gelmiştir. Birey ve örgüt arasında yüksek düzeyde uyumun varlığı herkes için pozitif sonuçlar doğuracaktır. Yapılan çalışmalar bireylerin kişisel değerlerini yansıtan örgütlerde çalışmayı tercih ettiklerini, örgütlerin de değerleri ile uyum sağlayabilecek bireyleri işe aldıkları ve bunun sonucunda da işgören devir hızının azalması, iş doyumunun artması, örgütsel bağlılık, müşteri memnuniyetinin artması gibi sonuçlar ortaya çıktığını göstermektedir (Backhaus, 2003).

Birey-örgüt uyumuna ilişkin üç yaklaşım bulunmaktadır (Ulutaş, 2011:37);

- 1) Değerlerde uygunluk; Değerler, farklı durumlar karşısında önemli olanın ne olduğuna dair uzun süreli inançlardır. Örgütte var olan kültürel değerler ile kişilerin temel değerleri arasındaki uyumluluk, değerlerde uygunluk olarak tanımlanmaktadır.
- 2) Kişilikte uygunluk; bireyin kişilik özelliklerinin içinde bulunduğu çevredeki diğer insanların karakterleri ile uygunluğudur.
- 3) İş-çevre uygunluğu; kişilerin buldukları iş çevresi ile uygunluklarıdır.

Birey-örgüt uyumu, örgüt amaçları, kaynakları ve değerleri ile bireyin hedefleri, kabiliyetleri ve değerleri arasındaki uyumu kapsamaktadır. Birey-örgüt uyumu, bütünleştirici (supplementary) ve tamamlayıcı (complementary) şekilde elde edilmektedir. Bütünleştirici uyum; birey ve örgüte ait özelliklerin benzemesi

ile, tamamlayıcı uyum ise, birey ve örgüte ait özelliklerin birbirini tamamlaması ile sağlanır. Bütünleştirici uyumun sağlanması, örgütün kendi değer ve amaçlarına benzer değer ve hedefleri olan kişileri almaları ile mümkündür. Tamamlayıcı uyum ise, örgütün bireylerin ihtiyaçlarını, sağladıkları görev ve kaynaklar ile karşıladıkları takdirde gerçekleşir.

Başaran'a (2004) göre , örgüt ile iş görenler uyum sağlayamadıklarında, her iki taraf da bundan zarar görür, uyum durumunda ise taraflar bu durumdan fayda sağlarlar ve çalışanlar doyuma ulaşır, örgüt de çalışmaya istekli insan kaynağına erişmiş olur. Uyum aynı zamanda, iş doyumu, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı, kariyerdeki başarı ve negatif yönlü olarak işgören devri ile ilişki halindedir (Ostroff vd., 2005:591). Bu denli fayda sağlamak için, yöneticilerin örgütlerini uyum şartlarını oluşturacak hale getirmesi gerekmektedir (Başaran, 2004:357).

2.2.BİREY-ÖRGÜT UYUMU İLE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR

Değerler: Değerler, insan davranışlarının anlaşılması açısından oldukça büyük bir öneme sahiptir ve çatışmaların temelinde değerlerdeki ayrılıklar bulunmaktadır. Değerler ve ahlak, aralarında yakın alaka ve bağ olan kavramlardır, ahlak bir açıdan değerler evreninin bir bölümünü oluşturur (Sökmen, 2016:13). Bunun nedeni, iyi ve kötü gibi ahlaki yargıların, aynı zamanda değer yargıları olmasıdır (Ural, 1999).

Sosyolojik açıdan değer; bir sosyal grup ya da toplumun varlığını, bütünlüğünü, çalışmasını, devamlılığını edinmek amacıyla toplumu oluşturanların büyük bölümünce doğru ve zorunlu olarak görülen; onların paylaştıkları duygu, düşünce, hedef ve çıkarların yansıması olan, toplumda yaygın ahlaki kural ya da inançlardır (Şimşek vd., 2011:72).

Değer, kişilerin, hayatlarındaki etkenlere verdikleri önemdir (Aydın, 2012:13). Toplumsal değerlerden olan doğruluk, demokrasi, özgürlük, yurtseverlik, bağımsızlık, ulusal bayraklar, toplum üyelerinin eylem ve tutumlarını yönlendirir. (Akoğlan Kozak ve Nergiz, 2016:91).

Bireyler, çevrelerindeki obje, yaklaşım, eylem veya kavramlara değer atfederler, bu durum da aslında diğerleri içinden seçim yapmak, birini diğerine

yeğlemektir. Seçilen değerler ise, etik sorunlarla yüzyüze gelindiğinde, çözümlenmesi ve değerlendirilmesi için yol göstericidir. Bireylerin değerleri eyleme dönüştürme şekli ve yaklaşımı, etik öğelerin belirlenmesine etki eder. Etik değerler, diğer değerlere göre önemli ve öncelikli olarak görülmektedir. Bunun sebebi ise, etik değerler zedelenirse, diğer değerlerin de tehlikeye düşmesidir (Aydın, 2012:13-14).

Çalışanlar, doğru-yanlış ya da iyi-kötünün ne olduğuna dair ortak değerlere sahiptir. Örneğin, işletmelerin bazılarında ‘müşteri daima haklıdır’ ile ilgili değerler mevcuttur. Bazı işletmeler ise, çalışanlarını çok değerli görür ve müşterinin haksızlığı savunulur, iki durumda da bireylerin işletme içinde davranışlarını yönlendiren değerler bulunmaktadır.

Birey-örgüt uyumu ile ilgili araştırmalarda, iş değerleri, iç (intrinsic) değerler ve dış (extrinsic) değerler olarak sınıflandırılmıştır. İç değerler, işin türü, özerklik, kendini ifade edebilme gibi maddi olmayan konularla, dış değerler ise, ücret ve terfi gibi maddi konularla ilişkilidir (Ulutaş, 2011:25-27).

Bireysel Değerler: Bireysel değerler, kendisi için değer yüklediği ya da önemli bulduğu nesne, davranış ya da konulardır. Değer sistemi, birbiri ile sürekli etkileşimde olan değerler dinamik bir işleyiş halindedir, bu işleyiş değer sistemi olarak tanımlanır. Başka bir ifade ile, kişinin yaşam standartları, değer sisteminin ürünüdür (Ulutaş, 2011; Aydın, 2012).

Rokeach (1973) değerleri son (terminal) ya da asıl ve aracı (instrumental) değerler olarak ayırmıştır (Ulutaş, 2011; Aydın 2012). Bu değerler aşağıdaki tabloda örneklendirilmiştir (Lamberton ve Minor, 1995:75):

Tablo 3: Aracı ve Sonul (amaç) Değerler Tablosu

Araç Değerler	Amaç (Sonul) Değerler
Hırs	Rahat bir yaşam
Açık fikirlilik	Heyecan verici bir yaşam
Yeterlik	Başarı
Neşe	Barışçı bir dünya
Düzen ve temizlik	Güzel bir dünya
Cesaret	Eşitlik
Bağışlayıcılık	Aile güvenliği
Yardımsızlık	Özgürlük
Hayalcilik	Mutluluk
Dürüstlük	İçsel uyum
Mantıklı	Ulusal güvenlik
Sevecenlik	Yaşamdan zevk alma
Uyum ve itaat	Kendine saygı
Nezaket	Bilgelik
Sorumluluk	Bağımsızlık
Özdenetim	Sosyal tanınma

Kaynak: Rokeach, 1973:57-58, Akt. Aydın, 2012:16.

Değerler sadece bireysel seviyede değil, örgütsel seviyede de oluşmaktadır (Aydın, 2012:15).

Örgütsel Değerler: Örgüt üyelerinin obje, durum, davranış ya da kişileri, iyi ve kötü olarak nitelendirmelerini sağlayan kriterler, örgütsel değer olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel değerler aslında kültürün soyut ve sübjektif tarafıdır ve örgüte ait genel hedefleri, düşünceleri ve standartları belirtir. Örgüt kültürünü oluşturan başlıca değerler; teknik, ekonomik, sosyal, psikolojik, politik, estetik, ahlaki ve dini değerlerdir.

Örgütler, kendi değerleri ile çalışanların değerlerinin bütünleşmesi amacıyla ödül ve ceza sistemleri uygularlar. Paylaşılan değerler, işletme ve bireyler açısından, iş yapış şekillerini, inançlarını, düşüncelerini, diğerlerinden farklılığı belirtir.

Örgütler, çalışanların ve yöneticilerin değerlerinin bir yansımasıdır (Ulutaş, 2011: 30-31).

2.3. BİREY-ÖRGÜT UYUMU TÜRLERİ

Bütünleştirici Uyum (Supplementary Fit): Bütünleştirici uyum, kişi ve örgüte ait başlıca özellikler ile ilgilidir. Örgüt açısından bu özellikler, kültür, iklim, değerler, amaçlar, kurallar iken; bireyler açısından değerler, amaçlar, kişilik ve davranışlardır. Birey ve örgüte ait bu özelliklerin benzerlik göstermesi bütünleştirici uyumu ifade eder (Yıldırımbulut, 2006).

Tamamlayıcı Uyum (Complementary Fit): Personel seçiminde örgüte uygun çalışanlar seçmek, verimlilik ve örgütsel bağlılık düzeyleri açısından temel faktördür. Bu açıdan önemli olan tamamlayıcı uyum, işgörenin özelliklerinin örgütteki eksikliği tamamlaması ya da örgüt tarafından bireyin bir ihtiyacının karşılanmasıdır. Örneğin, örgüt çalışana bir ödül (maddi ya da psikolojik) verdiğinde, çalışanın ihtiyaç ve istekleri belirdiğinde, örgüt çalışanın kabiliyet ve yeteneklerine ihtiyaç duyduğunda ve bunları bünyesine katmayı istediğinde uyum meydana gelmektedir. Yapılan çalışmalarda bu uyum, “ihtiyaçlar-karşılana uyumu” (needs-supplies fit) ve “beklenen-kabiliyet uyumu” (demands-abilities fit) olarak da adlandırılmıştır (Cable ve Edwards, 2004).

İhtiyaçlar-Karşılana Uyumu (Needs-Supplies Fit): İhtiyaçlar-karşılana uyumu, çalışanların ihtiyaçları, istekleri ve öncelikleri örgüt tarafından tatmin edildiğinde uyum olabileceği yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, çalışanların ihtiyaçları karşılanmadığında doyumuzluk meydana gelmektedir (Doruk, 2012).

Beklenen Kabiliyet Uyumu (Demands-Abilities Fit): Beklenen kabiliyet uyumu, çalışanların yetenekleri ile kendilerinden bekleneni karşılamaları, işin ihtiyacı ile çalışanın kabiliyetinin uyumudur (Doruk, 2012). Örgütler, çalışanların bağlılık, bilgi, yetenek, çaba bakımından beklentilerinin karşılanmasını isterler, bu durumun gerçekleşmesi uyumu getirmektedir (Ulutaş, 2011: 44).

Kişi-Benlik Uyumu: Kişilerin psikolojik sağlığı, iki çeşit uyumun sonucudur. Birincisi, bireyin kendisi ile uyumudur, diğeri ise çevresi ile uyumudur

ki bu uyumda kültürel, ekonomik ve toplumsal değerler çevresel huzurun kaynağıdır (Başaran, 2004:356).

Birey-Çevre Uyumu (Person-Environment Fit): Birey-çevre uyumu, birey ile bireyin bulunduğu çevrenin özellikleri arasındaki uyumdur. Bireyin iş çevresi ile uyumu mutlu olmalarını, iş tatminini, bağlılığı sağlar, iş ortamındaki uyumsuzluk ise çalışanların performansını, iş doyumunu düşürür, strese neden olur (Edwards vd.1998).

Birey-İş Uyumu (Person-Job Fit): Birey-iş uyumu, çalışanın karakter özelliklerinin, yaptığı işler ve görevler ile uyumu olarak tanımlanmaktadır. Holland'ın meslek seçim teorisi ile açıkladığı bire-iş uyumu, kişinin eğilimleri ile en uyumlu işi tercih ettiğini ifade etmektedir. Bireylerin meslek seçimleri, kariyer tercihleri, benliklerinin göstergesidir (Ulutaş, 2011).

Birey-Grup Uyumu (Person-Team Fit): Organizasyonlar aslında birer gruptur ve belli hedefleri gerçekleştirmek üzere bireylerin bir araya gelerek oluşturduğu sosyal varlıklardır. Grup, ortak bir gaye için, ortak kural ve davranış standartları doğrultusunda birbirlerini etkileyen ve iletişimde olan iki veya daha fazla kişinin oluşturduğu sosyal bir gerçekliktir (Koçel, 2015:708). Birey-grup uyumu ise, kişinin içinde bulunduğu takımın uyumudur (Ulutaş, 2011:56).

Birey-Yönetici Uyumu (Person-Supervisor Fit): Çalışanın değerleri, amaçları, karakter özellikleri ve demografik özellikleri ile yöneticisinin tüm bu özellikleri arasındaki uyum, birey-yönetici uyumudur.

Birey-Kültür Uyumu (Person-Culture Fit): Birey-örgüt uyumu, organizasyon kültürüne bağlıdır, örgüt kültürü ise iş memnuniyeti ve örgütsel bağlılığa etki eder (Siverthone, 2004). O'Reilly (1991) ve arkadaşlarına göre, kültür, örgüt içinde denetim mekanizması oluşturur ve bireylerin davranışlarının nasıl olması gerektiğini belirleyen değer ve kurallara etki ederek birey-kültür uyumunu oluşturur.

Etik İklim Uyumu (Ethical Climate Fit): Etik iklim, bireylerin etik değerlerinin oluşturduğu bir olgudur. Ancak, örgütlerde normal kabul edilen bir tutum ya da davranış, aslında ahlaken doğru olmayabilir. Yani profesyonel bir yaklaşıma göre etik kabul edilen şekilde davranmak mümkündür, fakat bu

davranış örgütteki çalışanların bir kısmı ya da toplumun bir bölümü için ahlaken doğru kabul edilmeyebilir (Ulutaş, 2011:61).

2.4. BİREY-ÖRGÜT UYUMU KURAMLARI

Birey-örgüt uyumu üzerine araştırmacılar çeşitli çalışmalar yapmış ve birçok kuram ve model geliştirmişlerdir. Bu kuram ve modeller aşağıda incelenmiştir.

2.4.1. Argyris'in Birey ve Örgüt Bütünleşmesi Kuramı

Argyris (1967)'in yaklaşımına göre, örgüt kompleks bir yapıdır ve; bireyler, gruplar, kurallar, ilkeler, değerler, yaklaşımlardan oluşan çok boyutlu bir sistemde yaşarlar. Örgütlerin şu faktörleri kapsayan yapılarıdır;

- 1) Kişisel ihtiyaç, tutum, değer ve duygular,
- 2) Grup çekimi, amaçlar, kurallar ve ilkeler,
- 3) Güç, ödül ve cezalar, iletişim ve iş süreçleri ile ilgili faaliyetler,
- 4) İşten kaytarma, ilgisizlik, bölümler arasındaki uyumsuzluk, güven eksikliği gibi durumlar.

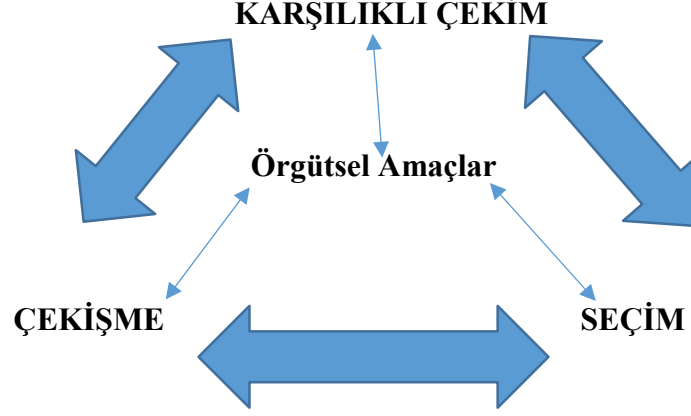
Bütün bu maddeler, birey-örgüt bütünleşmesini algılamak için önemli etkenlerdir (Ulutaş, 2011:66).

2.4.2. Schneider'in Çekim-Seçim-Çekişme (ASA, Attraction-Selection- Attrition) Kuramı

Bu yaklaşımda, örgütsel hedefler ve bu hedefler doğrultusunda meydana gelen kültür, örgütü oluşturan kişilerin bireysel tutumlarının bir sonucu olarak görülmektedir (Ulutaş, 2011:68). Birey-çevre uyum teorisi ilk kez Schneider (1987)'in örgütlere adapte etmesi ile ve birey-örgüt uyumu ASA (çekim-seçim-çekişme) teorisi çerçevesinde incelenmiştir. Bu teoriye göre bireyler, kendileri ile benzer örgütleri tercih etmektedirler, yine örgütler de yapılarına uyum gösterebilecek bireyleri işe alma yönünde hareket etmektedirler. Böylece örgüt, yapısına dahil edebildiği bireyler arasından seçim yaparken, bireyler de örgüt yapısının belirleyici öğeleri haline gelmektedir (Temizkan, Ceylanlar ve Şen, 2017).

ASA Modeli şu şekilde gösterilmektedir:

Şekil 3: B. Schneider'in Çekim, Seçim ve Çekişme Yaklaşımı



Kaynak: Benjamin SCHNEIDER, "The People Make the Place", Personel Psychology, Cilt.40, 987, s.445.

Bu modele (ASA) göre;

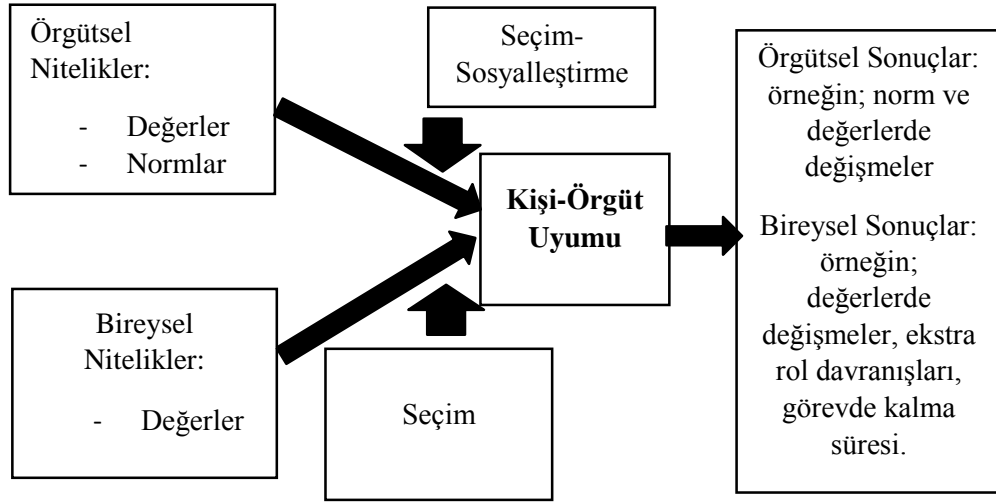
- * Bireylerin örgütelere çekilmesi, örgütlerdeki faaliyetlerin bir işlevi olarak farklı şekillerde gerçekleşir. Bu faaliyetleri ortaya koyanlar ise yine inşalar olduğundan, bireylerin örgüte çekilmesini sağlayan faaliyetler değil, insanlardır.
- * Örgütsel yapıyı oluşturan bireyler, yapıya yeni alınacak kişileri uyumlu olanlardan arasından seçerler. Seçimin amacı, yapı ile birey uyumunu yüksek kalmasını sağlamaktır.
- * Bireyler yapıya uyum sağlayamadıklarında, gönüllü olarak yapıdan ayrılırlar.
- * Modelin temelinde kurucunun hedefleri bulunmaktadır. Örneğin bir otel genel müdürü, nerede çalışacağı ile ilgili iki farklı otel işletmesi arasında seçim yaparken, hangisinin kendi değerleri ve niteliklerine uyumlu olduğuna bakacaktır.

2.4.3. Chatman'ın Birey-Örgüt Kuramı

Chatman birey-örgüt uyumunu, örgütün norm ve değerleri ile bireyin değerlerinin örtüşmesi olarak tanımlamıştır. Değerler, kişinin çevresi ile

uyumunda yardımcıdır ve davranışlarına da etki eder. Örgütteki norm ve değerler, tüm bireylerin aynı değerlere sahip olmaması halinde de grubun meydana getirdiği unsurlardır, üyelerin çoğunluğu bu norm ve değerleri kabul eder. Chatman, kişi-örgüt uyumunun öncüllerini ise, örgütün üyelerini seçim prosedürleri ve sosyalleştirme süreçleri olarak iki başlıkta incelemektedir (Chatman, 1989: 344-345).

Şekil 4: Kişi-Örgüt Uyumu Modeli



Kaynak: CHATMAN, Jennifer A., "Improving Interactional Organizational Research: A Model of Person-Organization Fit", Academy of Management Review, Cilt. 14, No.3, 1989, s.340.

2.4.4. Kristof-Brown'un Birey-Örgüt Uyumu Modeli

Kristof, birey-örgüt uyumunu iş gören ve/veya örgütün, diğerinin arzu ve ihtiyaçlarını karşılaması ya da işgören ve örgütün karakteristik özelliklerinin benzer olması olarak tanımlamıştır (Kwantes vd., 2007:96). Kristof-Brown vd.'nin, kişi-örgüt, kişi-grup, kişi-iş, kişi-yönetici uyumluluğu türlerine üzerine yaptıkları çalışmada, uyumluluğun; işe başvuranın, işverenin ve işgörenlerin kararlarını, davranışlarını ve tutumlarını etkili olduğu belirtilmektedir (Kristof-Brown vd., 2005: 325).

Kristof, birey-örgüt uyumunu, bütünleştirici ve tamamlayıcı olarak iki şekilde açıklamıştır. Buna göre, bireyin karakter özellikleri (değerler, hedefler, kişilik ve tutumlar) ile örgütün karakteristik özellikleri (kültür, iklim, değerler, hedefler, normlar)benziyorsa bütünleştirici uyum söz konusudur. Tamamlayıcı

uyum açısından da iki durum söz konusudur: örgütler, işgörenlerin talep ettiği ilerleme imkanları, görev ya da bireyler ile ilgili finansal, fiziksel ve psikolojik imkanları sağlarlar. Benzer şekilde, işgörenlerden, zaman, çaba, bağlılık, bilgi, beceri ve yeteneklerini işe katkı sağlamak için kullanmalarını talep ederler (Ulutaş, 2011:71).

2.4.5. Cable ve Judge'ın Birey-Örgüt Uyumu Modeli

Cable ve Judge, birey-örgüt uyumuna hem işgörenler hem de iş arayanlar açısından yaklaşmışlardır. İş arayanlar için birey-örgüt uyumu, örgütün özellikleri ile kişisel özellikler uyumlu olduğunda gerçekleşmekte ve bireyler bu uyumun olduğu örgütleri tercih etmektedir. Çalışanlar açısından ise, yeni işgörenin ilk iş deneyimlerini de göz önüne alması nedeniyle, çalışanın birey-örgüt uyumu algısının öncülleri ve sonuçlarının incelenmeye devam etmesi ile ortaya çıkmaktadır. Cable ve Judge, birey-örgüt uyumu konusundaki araştırmalarında örgütsel değerler ve demografik özellikler üzerinde durmuşlardır. Birey ve örgütün değerler bakımından uyum sağlaması, işle ilgili birtakım olumlu sonuçlar doğurmakta ve bu durum örgüt için çalışanın uyum algısının önemini göstermektedir. Araştırmacılar, örgüt değerlerini paylaşan bireylerin, örgütsel bağlılıklarının daha yüksek, iş memnuniyetlerinin daha fazla, işten ayrılma niyetlerinin daha düşük olduğunu ortaya koymuşlardır. (Cable ve Judge, 1996).

2.4.6. O'Reilly III Vd.'nin Örgütsel Kültür Profili (OCP)

Birey-örgüt arasındaki uyumun belirlenebilmesi amacıyla O'Reilly III, Chatman ve Caldwell (1991), Örgütsel Kültür Profili (Organizational Culture Profile-OCP) isimli bir değerlendirme ve ölçüm aracı geliştirmişlerdir. Ölçüm sonucunda, birey-örgüt uyumunun, uyum ölçümünden 12 ay sonra iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyetli üzerinde, 24 ay sonra işgören devrinde değişimler yaratacağı gözlenmiştir.

2.5. ÖRGÜTLERDE BİREY-ÖRGÜT UYUMU

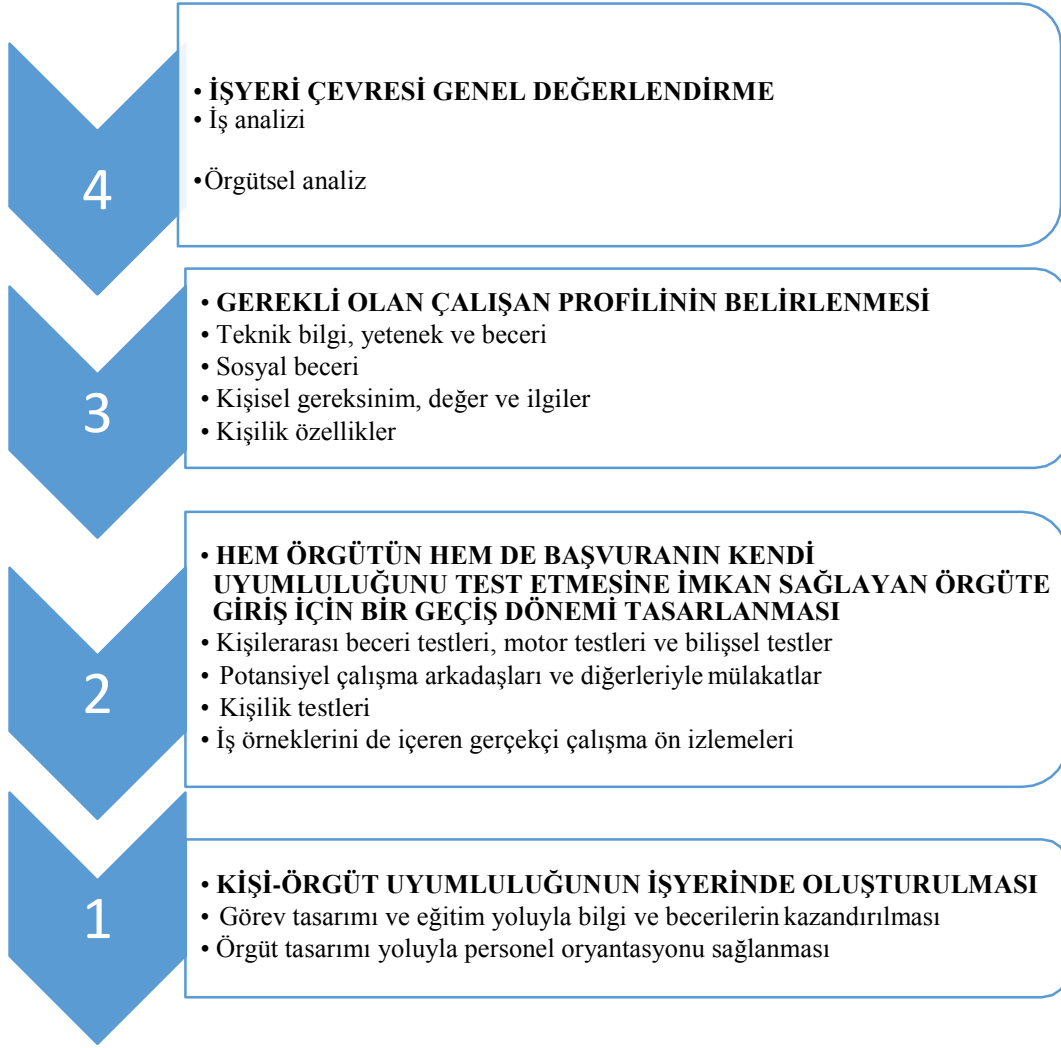
Birey-örgüt uyumu süreci iki ana başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar; işgören seçimi ve örgütsel sosyalizasyondur.

İşgören Seçme: “*Personel seçme, insan kaynakları yönetiminin personel bulma çabaları sonucunda nitelikli adaylardan oluşan bir aday grubu içinden bu işe en uygun olanın seçilmesi aşamasıdır*”. Personel seçimi sırasında işletmelerin pek çoğu örgüt ile tamamen uyumlu olabilecek bireyleri tercih etmektedir (Kozak A., M., 2016:77).

İşgören seçimi, çift taraflı bir faaliyettir; yöneticiler örgüte çalışacak bireyleri seçerken, bireyler de çalışmak istedikleri örgütü seçmektedirler. İşgören seçim sürecinin başarı ile sonuçlanması, örgütteki iş ile işe alınacak bireyin uyumu ile mümkündür (Ulutaş, 2011:75).

Örgütler, işgören seçiminde, bireylerin yetenekleri ve kişiliklerinin sadece işe değil, örgütün türüne de uygun olması yönünde işe alınmasını içeren bir sistem kullanmaktadır (Bowen vd., 1991:37).

Bowen vd. (1991), işgören seçiminde birey-örgüt uyumuna yönelik yeni bir model önermiştir. Bu modeldeki tüm aşamaların uygulanması halinde, birey-örgüt uyumu en yüksek seviyede gerçekleşebilir.



Şekil 5: Kişi-örgüt Uyumu İçin İşe Alma Süreci

Kaynak: David E. BOWEN, Gerald, E. LEDFORD, Barry R. NATHAN; "Hiring for the Organization, Not the Job", Academy of Management Executive, Cilt.5, No.4, 1991, s37.

Bu modelin kullanılmasının getireceği yararlar şu şekilde sıralanmıştır; daha fazla örgütsel bağlılık, daha fazla iş tatmini ve takım ruhu gibi istenilen iş tutumlarının oluşması, iş performansının artması, işten ayrılma ve devamsızlıkların düşmesi, istenilen örgüt kültürü ve iş dizaynına katkı sağlanması (Bowen vd. 1991).

Örgütsel Sosyalleşme (Yeni Başlayanın Uyumu)

Örgütler birer sosyal sistem, bireyler de her biri birbirinden farklı varlıklardır. Örgütte yeni başlayan, daha önceden kişisel ve iş deneyimleri ile elde

ettiği tutum ve beklentileri ile gelir. Yeni işgören, örgütün kurallarını, grup içinde nasıl davranması gerektiğini (isimler, görev ve sorumluluklar, diğer çalışanlarla iyi ilişkiler kurmak, normlar, kültür vb.) ve görevin getirdiği bilgiyi (teknik terimler, beceriler, prosedürler vb.) öğrenmekle yükümlüdür. Bu öğrenme süreci ise örgütsel sosyalizasyon ile mümkündür (Fisher, 1986:101-145).

Etzioni'ye göre (1969) örgütsel sosyalizasyon; "Örgüte yeni katılan işgörenlere ait inanışların, normların ve perspektiflerin örgüte ait inanışlarla, normlarla ve perspektiflerle aynı çizgiye getirilmesidir." (Akt.Mignerey ve Rubin, 1995:54-86).

İşe yeni başlayan bireyin, örgüte uyumu açısından önemli olan örgütsel sosyalizasyon süreci, çalışanın örgüte uyumunu sağlamanın yanında, örgütsel bağlılığın yükselmesi, rol belirsizlikleri, rol çatışması, iş gören devrinin düşmesini sağlayan bir süreçtir (Ulutaş, 2010:60).

2.6. BİREY-ÖRGÜT UYUMUNUN SONUÇLARI

Birey-örgüt uyumu sağlandığında, işgörenlerin örgüt ile ilgili algıları olumlu olacaktır, istek ve ihtiyaçlarının örgüt tarafından karşılandığı yargısına varacaklardır. Örgüt ile uyum sağlayamayan bireylerde ise örgüt algıları olumsuz olabilmektedir, dolayısıyla iş doyumları ve bağlılıkları azalmaktadır (Ulutaş, 2011:121).

Birey-örgüt uyumu, güven, iş doyumunu, bağlılık, verimlilik, kurumsal vatandaşlık davranışı ve sinerji gibi olumlu sonuçlar doğurmaktadır.

Güven: Güven, bir birey ya da örgütün doğru, dürüst ve güvenilir olduğuna inanmak ve emin olmaktır. Güven, birey-örgüt uyumunun en önemli sonuçlarından biridir ve hem çalışanın örgüte uyum sağlamasına yol açar, hem de uyumun sonucu olarak iki yönlü fayda sağlar (Ulutaş:2011:122). Tarafların birbirlerine bağlılık ve güvenleri, işbirliği davranışını da beraberinde getirir. Karşılıklı güven, belirsizliklerin azalmasına yardımcı olur (Jih vd., 2007:84).

İş Doyumu: İş tatmini (job satisfaction), çalışanların işlerinden zevk alması veya mutlu olması olarak ifade edilebilir. Bir iş yerinde işin özellikleri ile iş yapmanın

beklentilerinin bu doğrultuda uyması ile elde edilen verimlilik olarak da tanımlanabilir (Akıncı, 2002).

Kişilerin iş tutumlarından biri de iş tatminidir. İşgörenin yaptığı işin mali yönü (maaş, prim vb.), çalışmaya gösterilen değer yani işgörenin işi ile ilgili takdir görmesi, işte yükselme (terfi olanakları), işin çalışana sağladığı gelişim imkanları (işin niteliği) ve örgüte bağlılık (bir gruba ait olma, katılma) iş doyumunu sağlayan faktörlerdir (Tutar, 2016:56).

Birey-örgüt uyumu, iş doyumunu ve örgütsel bağlılığı olan çalışanları örgütte tutmanın anahtarıdır (Erdoğan vd., 2002, Akt. Ulutaş, 2011:128).

Bağlılık: Porter'a göre bağlılık kavramı, örgüt değerleri ve hedeflerini kabul etme ve onlara inanç duyma, örgütte kalmak için güçlü bir istek duymak, örgüt için çaba göstermeye gönüllü olmaktır (Clercq ve Rius, 2007:469).

Örgütsel bağlılık, örgütle özdeşleşme, örgütte tutulum ve sevgi ile ilgili ‘‘duygusal bağlılık’’, örgütte kalma ve örgütten ayrılma maliyetlerinin işgören tarafından ölçülmesi olan devam bağımlılığı, örgütte kalma konusunda işgörenin yükümlü hissetmesi olan normatif bağlılık olarak üç alt boyuta ayrılır.

Birey-örgüt uyumu, işgörenin örgüte adanmışlık duygularının oluşmasını da beraberinde getirir (Ulutaş, 2011:128).

Kurumsal Vatandaşlık Davranışı: Örgütsel vatandaşlık, biçimsel iş tanımlarının dışında, çalışanların gönüllü olarak örgüte fayda sağlamak üzere sergiledikleri, emirlere dayalı olmayan ekstra rol davranışlarıdır (Tutar, 2016:240).

Bir örgüte gönülden bağlı çalışanlar, tıpkı bir ülkenin aynı dili, kültürü, değerleri paylaşan vatandaşları gibidir ve örgütsel vatandaşlık duygusu örgütün hedefleri için gönüllü olarak fedakarlıkta bulunmayı getirir. Bu durum örgüt başarısı ile doğru orantılıdır (Ulutaş, 2011:138).

Sinerji: Birbirinden farklı varlıkların karşılıklı etkileşimi sonucu meydana getirdikleri etkinin, varlıkların ayrı haldeyken ortaya çıkaracakları etkilerin toplamından daha fazla olmasıdır. Sinerji 2+2=5 etkisi şeklinde de bilinmektedir (Mintzberg, 1989, Akt. Pınar ve Turan, 2010). Örgütlerin hayatta kalabilmesi, çalışanların vizyonu benimsemesi, organizasyonda güçlü bir kültür meydana

getirilerek çalışanların örgütte kalmasının sağlanması, takım çalışması ve örnek alınacak liderlik sergilenmesi için sinerji gerekli ve önemlidir (Pınar ve Turan, 2010).

3. BÖLÜM

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

3.1.ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMI

Örgütsel bağlılık kavramı 1980'lerden buyana örgütsel davranış çalışmalarında önemi her geçen gün artan ve ilgi gören bir kavramdır (Şimşek ve Aslan 2007:725). Örgütsel bağlılık kavramından önce bağlılık kavramının açıklanması gerekmektedir. Sözlük anlamı ile bağlılık, bağlı olma durumu, birine karşı sevgi, saygı ile yakınlık duyma ve gösterme, sadakat olarak belirtilmiştir (tdk, 24 Mart 2017). Bağlılık, değer ve amaçların da içinde olduğu, çalışanın organizasyona yaklaşımını belirten genel bir kavramdır (Uyguç, 2004:92).

Koçel (2015), bağlılık kavramını bir kişinin şartlar ne olursa olsun, başka bir kişi ya da gruba sadakat göstermesi, her zaman onlarla birlikte bulunmaya onay vermesi şeklinde tanımlamıştır. Bağlılık, bir kişi ile ilgili sevgi, saygı, yakınlık hissi ve sadakat duygusu içinde olma durumudur (Tutar, 2016:224).

Örgüt ile işgören arasında kurulan ilişkinin bir sonucu olarak ortaya çıkan örgütsel bağlılık, işgörenin örgüte karşı duyduğu bağın derecesinin ifadesidir. Örneğin Japonya'da her geçen gün artan verimliliğin, çalışanların örgütlerine hissettikleri bağlılık ve sadakat düzeyi ve gücü ile meydana geldiği belirtilmektedir (Chow, 1994:3, Northcraft ve Nale, 1990:465).

Örgütsel davranış ile ilgili kavramların birçoğunda olduğu gibi örgütsel bağlılık kavramının tanımı üzerine tam bir fikir birliğine varılamamıştır. Yapılan tanımlamalardaki farklılıklar, araştırmacıların örgütsel bağlılığı farklı açılardan değerlendirmelerinden kaynaklanmaktadır (Editör Özler, Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:2).

Porter ve diğerleri, örgütsel bağlılığı "*bireyin belirli bir örgüte adanmışlık bağıyla kendini özdeşleştirme derecesi*" olarak tanımlamışlardır (Şimşek ve Aslan 2007, s.725).

O'Reilly ve Chatman (1986), iş görenlerin örgüt amaçları ile kendi kimliklerini bir bütün olarak görmeleri, örgüte fayda sağlamak için gerekenden daha çok çaba harcamaları ve bunu gönüllü olarak gerçekleştirmeleri, örgüt kararlarına dâhil olmaları ve örgütün değerlerini benimsemeleri olarak tanımlamıştır. Yapılan araştırmaların bazılarında, örgütsel bağlılığın, psikolojik yönü üzerinde durulmuştur. Buna göre, örgütsel bağlılık, işgörenin örgüt ile kurduğu psikolojik bağ olarak tanımlanmıştır. Çalışanların psikolojik ihtiyaçları (uyum sağlama, kişisel kimlik tanımlama, içselleştirme vb.) doğrultusunda, değer, amaç ve tutumlarının, örgütün değer ve hedefleri ile uyumlu olması sonucunda bağlılık ortaya çıkmaktadır (Efeoğlu, 2006:53).

Örgütsel bağlılık, çalışanın örgüt ve örgütsel değerlere olan sadakatidir, başka bir anlatımla bireylerin örgütün hedeflerini ve iş için yapılması gerekenleri gerçekleştirmek için gönüllü olarak örgüte dahil olmalarıdır. Dolayısıyla çalışan ve örgüt arasında birebir kurulan bir bağ ve ilişki söz konusudur. Bireyin çalıştığı örgüt ile ilgili olumlu duygu ve düşünceleri olması, kendi menfaatleri ile örgütün menfaatlerini birbirinden ayrı görmemesi örgütsel bağlılığı ifade etmektedir (Tutar, 2016:224). Örgütsel bağlılık, çalışanın değişen şartlarda da örgütün bir üyesi olarak devam etmesi, örgütün amaçlarını içselleştirerek, o amaçlarla örgütte çalışmayı sürdürmesidir (Koçel, 2015:534).

Nash (1981) Harvard Business Review'da yayınlanan makalesinde tüm yöneticilerin bağlılık ile ilgili çatışma durumlarıyla karşı karşıya kaldığını belirtmiş, bireysel adalet duygusu ve iş algılarının örgüt stratejileriyle çeliştiği durumların sıklıkla görüldüğünden bahsetmiştir. Örneğin Amerika menkul kıymetler sektöründe şeffaf, güvenilir ve ahlaklı olmak çok önemlidir, ancak sektördeki iş görenler bu normlara bağlılığı benimsemez ve kendi menfaatlerinin üzerinde görmezse belirtilen ilkeler bir anlam ifade etmez.

3.2. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN ÖNEMİ VE YARARLARI

Örgütsel bağlılık, insan kaynağından en yüksek derecede faydalanılarak örgütün devamının sağlanması açısından önemlidir. İşgörenlerin örgüte bağlılığı, performans, motivasyon ve iş tatminlerinin artmasını sağlarken, işgücü devri,

devamsızlık, işten ayrılma niyetinin azalması yönünde etki etmektedir (Editör Özler, Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:2). Çevresel şartların hızlı değişimi örgütsel bağlılığı daha da önemli hale getirmektedir. Örgütsel bağlılığı yüksek iş görenlerin, örgüte katkıları da yüksek olmaktadır.

Örgütsel bağlılık, çalışanların örgütte uzun zaman çalışması ve örgütün sürdürülebilir rekabet gücünü arttırması bakımından önemlidir (Koçel, 2015:534). Örgüt çıkarları doğrultusunda özveride bulunmak, örgüt yararı için görev tanımı dışında, rol dışı çalışmak, detaylara özen göstermek, zamanı örgüt için faydalı işlere harcamak, gelişmek için çabalamak, sadakat gibi tutum ve davranışlar örgütsel bağlılığı ifade etmektedir. Örgüte değer kazandıran bu tutum ve davranışların tümü örgütsel bağlılığı göstermektedir.

Yüksek örgütsel bağlılık, iş gören açısından iş tatminini ve çalışma arkadaşları ile ilişkilerini güçlendirirken, örgüt açısından devamsızlık, işe geç gelme, personel devri gibi istenmeyen durumları ortadan kaldıracaktır. Böylece müşteri memnuniyeti sağlanacak ve genel örgüt performansı yükselecektir (Seymen, 2008:148).

3.3. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN BOYUTLARI

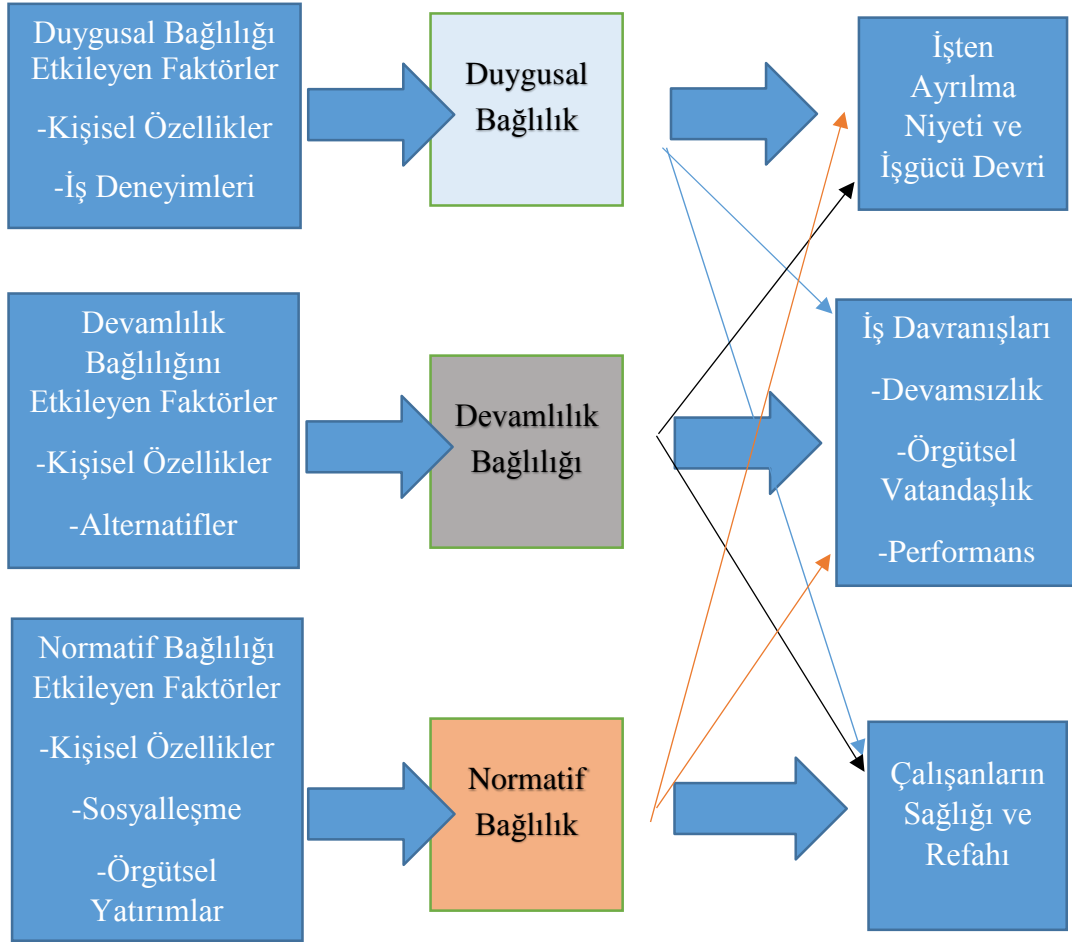
Allen ve Meyer'in yaptığı sınıflandırmaya göre bağlılığın üç boyutu bulunmaktadır ve her boyut çalışanların örgütte kalma kararlarını farklı etkilemektedir.

Duygusal (Affective) Bağlılık: Duygusal bağlılık, çalışanların kimliklerini örgüt ile tanımlamaları ve örgüt-birey arasındaki duygusal bağı belirtir. Bireylerin duygusal olarak örgüte bağlanma arzusudur ve duygusal bağlılık bireylerin örgütte kendi arzuları ile çalışmalarını sağlar (Seymen, 2008:136). Çalışanların duygusal bağlılığı, örgüt ile özdeşleşmelerini, örgütün bir üyesi olmaktan mutlu olmalarını sağlar (Uyguç ve Çımrın, 2004). Bu nedenle örgütler için duygusal bağlılığı olan çalışanlar çok önemlidir ve en çok istenen çalışan bağlılığı duygusal bağlılıktır (Editör Özler, Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:2).

Devam Bağlılığı: Devam bağımlılığı, bireylerin örgütten ayrılmaları halinde oluşacak maliyeti göz önüne alarak ve mecburi bir şekilde çalışmayı sürdürmeleri olarak tanımlanmıştır (Seymen, 2008:136). Devam bağlılığı yatırım ve iş alternatifi olmamasından ortaya çıkmaktadır. Bireyler örgütte çalıştıkları süre boyunca örgüte yatırım yaparlar, yatırım-maliyet dengesinde maliyetler fazla ise bireyler örgütte çalışmayı sürdürürler. Yine başka iş imkânlarının olmayışı, bireyleri örgütte kalmaya yöneltmektedir. Allen ve Meyer başka iş seçenekleri ve örgüte yapılan yatırımlar ile devam bağlılığı arasında çok önemli bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Bireyler örgütten ayrılmanın çalışmaya devam etmekten daha karlı olduğuna inandıkları noktada örgütten ayrılacaklardır (Editör Özler, Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:5).

Normatif Bağlılık: Normatif bağlılık, Wiener ve Vardi (1980)'nin bulduğu, sonrasında Allen ve Meyer'in geliştirdiği bir kavramdır. Normatif bağlılıkta bireylerin örgüte bağlılığı, bunu ahlaki bir sorumluluk olarak görmelerinden ileri gelmektedir. Normatif bağlılık, diğer bağlılık boyutlarından farklı olarak sadece bireylerin kendilerine değil, içinde yaşadıkları toplumun kültür ve değerlerine, normlarına da dayanan bir bağlılık çeşididir. Normatif bağlılığın, duygusal bağlılıktan ayrılan yönü, bireyin örgütte çalışmayı görev olarak algılaması ve örgüte olan bağlılığı doğru kabul etmesidir. Örgütten ayrılmanın meydana getireceği kayıpları hesaba almaması ise devam bağlılığından ayrılan tarafıdır (Wasti, 2000:201-202).

Şekil 6: Üç Bileşenli Örgütsel Bağlılık Modeli



Kaynak: Meyer ve diğerleri (2002 aktaran, İnce ve Gül, 2005:3)

3.4. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Bireylerin örgütsel bağlılık seviyeleri çeşitli faktörlerin etkisi ile değişmektedir. Bazı araştırmacılar bu faktörleri, *kişisel özellikler, rol ve iş özellikleri, yapısal özellikler ile iş deneyimi ve çalışma ortamı* olarak dört başlıkta sınıflandırmıştır (Boylu, Pelit ve Güçer 2007, s.59). Başka bir sınıflandırmaya göre, kişilerin geçmişteki iş yaşamları, durumsal, örgütsel-görevsel ve kişisel-demografik faktörler örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler olarak ele alınmıştır (Schwenk, 1986).

İşgörenlerin örgütsel bağlılıklarını etkileyen faktörler genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Çetin, 2004 Akt. Saldamlı, 2009:31-32):

- Yaş, cinsiyet ve deneyim
- Örgütsel adalet, güven, iş tatmini
- Rol belirliliği, rol çatışması
- Yapılan işin önemi, alınan destek
- Karar alma sürecine katılım, işin içinde yer alma
- İş güvenliği, tanınma, yabancılaşma
- Medeni durum, ücret dışında sağlanan haklar
- Çaresizlik, iş saatleri, ödüller, rutinlik
- Terfi imkanları, ücret, diğer işgörenler
- Liderlik davranışları, dışarıdaki iş olanakları, işgörelere gösterilen ilgi.

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler, çalışanların kişisel özellikleri, örgütün yapısı ve örgüt dışı etkenlerden oluşur ve örgüt üyeliğinin devamını istemede belirleyicidir (Editör Özler, Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:8).

Kişisel Faktörler: Örgütsel bağlılığa etki eden kişisel faktörler, demografik ve iş yaşamı ile ilgili faktörler olarak ikiye ayrılmaktadır. Demografik faktörler, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, kıdem, içsel güdülenme, çalışma değerleri gibi faktörlerdir. İş yaşamı ile ilgili faktörler, başarı isteği, katılımcı ve çıkarıcı değerler şeklinde belirtilmektedir (Aytemiz 2008:157-158).

Sabuncuoğlu (2009), örgütsel bağlılığı etkileyen ve belirleyen kişisel faktörleri yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum, kıdem ve deneyim, bireyin psiko- sosyal özellikleri, başarı güdüsü, kontrol odağı, içsel motivasyon, çalışma değerleri, rol belirsizliği, rol çatışması, yapılan işin önemi ve alınan destek olarak sıralamıştır (Sabuncuoğlu, Z. 2009:26).

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler ile ilgili Oliver'in (1990) çalışmasına göre, örgütsel ödül ve iş değerlerinin örgütsel bağlılığa etkilerinin, demografik faktörlere kıyasla daha yüksek çıktığı görülmüştür, dolayısıyla yüksek katılımcı değerler gösteren işgörelerin, örgütsel bağlılıklarının daha yüksek olacağı sonucuna varılmıştır (İnce ve Gül, 2005 akt. Sabuncuoğlu, 2009:26).

Örgütsel Faktörler: Örgütsel bağlılığı etkileyen ve belirleyen örgütsel faktörler şu şekilde sıralanmıştır (Sabuncuoğlu, Z. 2009:26):

- Örgütsel adalet, güven, iş tatmini
- Karar alma sürecinde katılım, işin içinde yer alma
- İş güvenliği, tanınma, yabancılaşma
- Ücret dışında sağlanan haklar
- İş saatleri, ödüller, rutinlik
- Çalışanlara gösterilen ilgi, tanınan fırsatlar
- Terfi ve kariyer geliştirme imkânları
- İşin içeriği, kapsamı
- Katılımcı yönetim, grup bilinci, öğrenme imkânı
- Yetkilendirme ve otonomi sistemleri
- Parasal ödüllendirme sistemleri
- Aşırı iş yükü, iş stresi
- Personel-yönetici ilişkileri, örgütsel iklim, müşteri odaklı örgüt ortamı, örgütün güvenilirlik düzeyi
- Örgüt büyüklüğü, formalleşme düzeyi, kontrol derecesi, örgüt imajı
- Toplam kalite yönetimi uygulamaları
- Esnek çalışma saatleri, ücret sistemi.

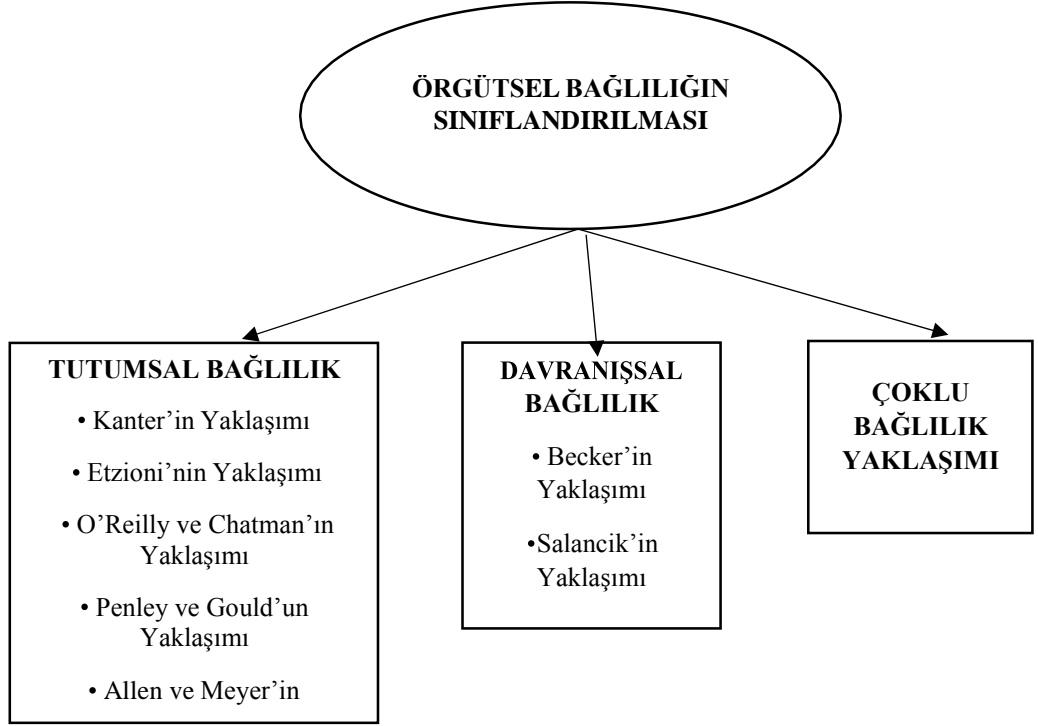
Örgüt Dışı Faktörler: Örgütsel bağlılığı etkileyen örgüt dışı faktörler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır (Sabuncuoğlu, Z. 2009:27):

- Yeni iş bulma imkanları
- Profesyonellik
- İşsizlik oranı
- Ülkenin sosyo-ekonomik durumu
- Sektörün durumu

3.5. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK SINIFLANDIRMALARI

Örgütsel bağlılık konusunda tanımında olduğu gibi sınıflandırılması ile ilgili de farklı yaklaşımlar bulunmaktadır, ancak literatürde ağırlıklı olarak üç sınıflandırma üzerinde yoğunlaşmıştır (Gül, 2007:40).

Şekil 7: Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması

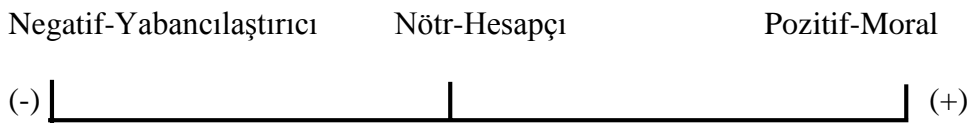


Kaynak: Gül, H. (2007). Örgütsel Bağlılıkların Mukayesesi ve Değerlendirilmesi, s.40

3.5.1. Etzioni'nin Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması

Örgütsel bağlılık sınıflandırması ile ilgili ilk çalışmalardan birini ortaya koyan Etzioni'dir (Saldamlı, 2009:16). Etzioni (1961) örgütsel bağlılığa, çalışanların örgütün kurallarına uyumu açısından yaklaşmış ve örgütsel bağlılığı örgütün talimatlarına boyun eğme olarak tanımlamıştır. Örgütlerin, çalışanlar üzerindeki güç ve otoritenin çalışanların örgüte olan ahlaki (moral involvement), hesapçı (calculative involvement) ve yabancılaştırıcı (alienative involvement) ilgilerine dayandığını belirtmiştir. Bu bağlamda, örgütsel bağlılığı; ahlaki bağlılık, hesapçı (çıkara dayalı) bağlılık ve yabancılaştırıcı bağlılık olarak üç başlıkta sınıflandırmıştır (Aytemiz 2008:166; Güney, 2015:283).

Etzioni'nin Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması



Kaynak: Balay, 2000, aktaran Sabuncuoğlu, Z., 2009:29

Yabancılaştırıcı bağlılık; bireylerin örgüte negatif yaklaşımını belirtir, örneğin cezaevlerindeki mahkumlar toplum kurallarına uymadıkları için örgütün bir üyesi olmuşlardır (Aytemiz 2008:166). Hesapçı bağlılık ise bireylerin örgüte hizmetleri ve bu hizmet ve fayda için örgütten aldıkları ödüller ile sağlanan değiş-tokuş olarak tanımlanmıştır (Aytemiz 2008:167). Son olarak ahlaki bağlılık, diğer bir ifade ile moral bağlılık ise, bireyin örgüt değerleri ve amaçları ile özdeşleşmesi, uyum sağlamasını ifade etmektedir. Örneğin bireyin bir sivil toplum kuruluşunda çalışmak istemesi ahlaki bağlılıktır (Aytemiz 2008:167). Moral bağlılıkta birey, örgüt amacı ve örgütteki işini değerli görür ve işini her şeyden önce bu nedenle yapar (Gül, 2007:43).

3.5.2. O'Reilly ve Chatman'ın Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması

O'Reilly ve Chatman örgütsel bağlılığı, işgörenlerin örgüt ile kurdukları psikolojik bağ olarak nitelendirmişlerdir. Bağlılığı örgüte karşı bireylerin tutumu olarak uyum, özdeşleşme ve içselleştirme şeklinde üç boyutlu ele almışlardır. (Aytemiz 2008:167).

Uyum bağlılığı, bireylerin ödül elde etmek ve ceza almamak amacı doğrultusunda tutum sergilemeleridir (Saldamlı, 2009:17, Aytemiz 2008:169).

Özdeşleşme bağlılığı, bireylerin diğer örgüt üyeleri ile olumlu ilişki kurmak istemeleri ile ilgilidir. Örgüt üyeleri, işin gerektirdiklerinden fazlasını yaparlar ve örgütte kalma istekleri daha fazladır (Aytemiz 2008:170). Bireyler, örgütün amaç ve değerlerini kabul ederek özdeşleştiğinde bağlılık meydana gelir (Gül, 2007:43).

İçselleştirme bağlılığı ise, kişisel değerler ile örgüt değerleri uyumludur ve örgüt üyeleri özdeşleşme bağlılığındaki gibi örgütte kalmayı isterler (Aytemiz 2008:170).

3.5.3. Kanter'in Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması

Kanter (1968), örgütsel bağlılığı, bireylerin örgütsel amaçları gerçekleştirmek için gösterdikleri efor olarak nitelendirmiş ve üç başlıkta tanımlamıştır.

Bunlar, devam, uyum ve kontrol bağılılığıdır (Aytemiz 2008:170, Saldamlı, 2009:14, Gül, 2004:42).

Devam bağılılığı, bireylerin örgütün devamını sağlamak ve örgütten ayrılmaları durumunda kendileri için oluşacak maliyet sebebi ile örgüt üyesi olarak kalmalarıdır (Aytemiz 2008:170). Diğer bir anlatımla, bireyin örgütün sürdürülebilirliği konusuna kendisini adanmasıdır, örgütte kalmak, ayrılmaktan daha karlı ise bağılılık ortaya çıkacaktır, yine eğer örgütteki bireyler fedakarlık göstermişse, örgütün devamlılığı için bağılılık gösterecektir (Saldamlı, 2009:14).

Uyum bağılılığında bireylerin örgütte kalmaları örgütteki iş ilişkilerinin kuvvetli olmasından kaynaklanır. Bu nedenle örgütler üyeleri arasındaki uyumu, birlik ve beraberliği arttırmak için çaba sarf ederler (Aytemiz 2008:171). Birleşme bağılılığı olarak da adlandırılan uyum bağılılığı, bireylerin gruba ve gruptaki sosyal ilişkilere olan bağılılığıdır (Saldamlı, 2009:15).

Kontrol bağılılığı ise, bireylerin örgüt kurallarına uygun davranmasıdır, çalışanlar örgütün normları ve değerlerine uyum gösterir ve davranışlarında etkisini hisseder (Aytemiz 2008:171). Bireyler, örgüte ait amaç, değer ve normları kendisi için oumlu ve önemli bir kılavuz olarak görüyorsa, kontrol bağımlılığı meydana gelmektedir (Saldamlı, 2009:15).

Kanter'e göre bu üç bağılılık yaklaşımı birbirinden oldukça fazla oranda etkilenmekte ve örgütler üçünü aynı zamanda kullanabilmektedir (Aytemiz 2008:171).

3.5.4. Penley ve Gould'un Örgütsel Bağılılık Sınıflandırması

Penley ve Gloud (1988) da çalışmalarında, Etzioni gibi örgütsel bağılılığı üç boyutta incelemişlerdir; ahlaki bağılılık, hesapçı bağılılık ve yabancılaştırıcı bağılılık (Zangaro 2001:15-16; aktaran Aytemiz, 2008:172; Gül, 2004:44).

Ahlaki bağılılık, bireyin örgütsel amaçları kabul ederek onlarla özdeşleşmesidir, birey kendisini, adadığı örgütün başarı ya da başarısızlıklarının sorumlusu olarak görmektedir (Saldamlı, 2009:18).

Çıkarıcı bağıllık, alışveriş temellidir, yani birey örgüte sağladıklarının karşılığında ödül ve teşvik almayı istemektedir. Birey açısından örgüt, bazı hedeflere ulaşmasında bir araçtır (Gül, 2004:44).

Yabancılaştırıcı bağıllık ise, bireyler örgütün iç çevre üzerinde kontrolünün olmadığı ya da başka iş seçeneklerinin olmadığı algısına sahiptir. Bu nedenle, örgüte yabancılaştırıcı bağıllık duymaktadır ve örgütün verdiği ödül ve cezaların performansa dayalı değil, geliş güzel verildiği yargısını taşımaktadır. Bütün bu algılar, bireyin kendini kapana kısılmış hissetmesine neden olmaktadır (Penley ve Gloud, 1988:46-47).

Bununla birlikte çok boyutlu bir yaklaşım ile örgütsel bağıllığı iki bakış açısıyla da ele almışlardır: Araçsal görüş ve duygusal görüş. Bireyin performansına karşılık verilen ödül ve ödemeler araçsal, bireyin duygusal bağıllığı ve işi yapmak için kendisini mecbur görmesi duygusal görüş olarak tanımlanmıştır. Hesapçı bağıllık araçsal olarak, ahlaki ve yabancılaştırıcı bağıllık ise duygusal bağıllık olarak ele alınmıştır (Aytemiz 2008:172).

3.5.5. Allen ve Meyer'in Örgütsel Bağıllık Sınıflandırması

Allen ve Meyer, tutumsal bağıllığı birey ve örgüt arasındaki ilişkiyi gösteren psikolojik bir olgu ve göstergesinin de bireyin örgütte kalmaya devam etmesi olarak açıklamışlardır. Üç boyutlu örgütsel bağıllık modelini geliştirmişler, Becker'in (1960) "davranışsal" olarak adlandırdığı yaklaşımını, "devamlılık bağıllığı"; Porter ve arkadaşlarının (1974) "tutumsal" yaklaşımını "duygusal bağıllık" ve Wiener'in (1982) "normatif" olarak adlandırılan yaklaşımını ise yine "normatif bağıllık" olarak tanımlamışlardır (Sabuncuoğlu, 2007:622).

3.5.6. Becker'in Yan Bahis Yaklaşımı

Becker'e (1960) göre bağıllık, bireyin bazı yan bahislere girerek tutarlı davranışları, o davranışlarla doğrudan ilgili olmayan çıkarları ile ilişkilendirmesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Aslında birey, çalıştığı örgüte duygusal olarak bağıllık hissetmemekte, örgüte bağlanmadığı takdirde kaybedeceklerini düşündüğü için örgütte çalışmaya devam etmektedir (Gül, 2002: 48).

Becker, işgörenlerin bağlılık göstermesine sebep olan bahis kaynaklarını dört maddede açıklamıştır (İlsev, 1997 akt. Saldamlı, 2009:23):

- Toplumsal beklentiler
- Bürokratik düzenlemeler
- Sosyal etkileşimler
- Sosyal roller

Bireyler, içinde yaşadıkları toplumun beklentilerinden kaynaklanan sosyal ve manevi yaptırımlar doğrultusunda davranışlarını kısıtlayan yan bahislere girebilir. Örneğin, toplumda sık iş değiştirenlere güvenilmez olarak bakılması, bu toplumsal baskılardan biridir.

Bürokratik düzenlemelere örnek olarak emeklilik için her ay maaşından kesinti yapılan çalışan, işten ayrılmak istediğinde emekli maaşı ile birikmiş kesinti arasında yan bahse girmiş olacaktır.

Yan bahis kaynaklarından bir diğeri olan sosyal etkileşimler ise, bireyin diğer kişilerle iletişimi sırasında onlarda kendisi ile ilgili oluşturduğu kanının bozulmaması amacıyla davranmasıdır, örneğin, birey kendisini sözüne güvenilir olarak tanıtmışsa, diğerlerinin bu kanaatinin değişmemesi için yalan söylememelidir. Dolayısıyla bireyde doğru ve dürüst davranışlara bağlılık gelişecektir. Yan bahis, bireyin sosyal rolüne uyum sağlaması ve alışmasında da kaynaklanmaktadır.

3.5.7. Salancik'in Yaklaşımı

Salancik, bağlılığı bireyin davranışlarına ve davranışları vasıtasıyla faaliyetlerini ve örgüte olan eğilimini kuvvetlendiren inançlarına bağlanmasıdır (Mowday, Porte ve Steers, 1982 akt. Gül, 2002:49). Bu yaklaşımın temeli tutumlar ve davranışların uyumudur. Davranış ile tutumlar arasında uyum olmadığında birey, stres yaşayacaktır, uyum ise bağlılık ile sonuçlanacaktır (O'Reilly ve Caldwell, 1981: 560).

3.5.8. Çoklu Bağlılık Yaklaşımı

Reichers, tutumsal bağlılığı geliştirerek ortaya koyduğu çoklu bağlılık yaklaşımında, diğer sınıflandırmalardan farklı olarak bağlılığın örgütün bütününe değil, örgütteki farklı ögelerin farklı düzeyde bağlılık oluşturabileceğini belirtmiştir (Reichers, 1985:465). Bu yaklaşım, bireylerin örgüte, mesleklerine, müşteri, yönetici ve çalışma arkadaşlarına karşı farklı düzeyde bağlılık gösterebilirler. Yine bir kişinin bağlılığı bir diğerinden farklı olabilir, örneğin bir kişi için kaliteli ve uygun fiyatlı ürün sunması örgüte bağlılığını sağlarken, bir başkası için çalışanlarına gösterdiği ilgi örgüte bağlılık getirebilmektedir (Reichers, 1985:467).

3.6. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK SÜRECİ

Örgütsel Bağlılık süreci işe alma ve sosyalleşme olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalarda yaşananlar, bireylerin örgüt üyeliklerini sürdürmeleri konusunda önemli rol oynamaktadır (Editör Özler, Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:9).

- **İşe Kabul Edilme Süreci:** İşe alma olarak belirtilen bu süreç, bireyin sahip olduğu bilgi, beceri ve deneyimleri ile pozisyonun gerektirdiği niteliklerin örtüşmesi aşamasıdır. Geçmişteki iş tecrübeleri ve kişisel özellikler bireylerin bağlılıklarını etkilemektedir. Bu nedenle örgütler bu süreçte bağlılık eğilimi yüksek olan bireyleri seçmeli, böylece örgüt performansına katkı sağlayacak çalışanları işe almalıdır.

- **Sosyalleşme Süreci:** Bu süreçte birey ve örgüt arasındaki tanıma aşamasıdır. Karşılıklı beklentilerin karşılanıp karşılanamayacağı ile ilgili ilk fikirlerin ortaya çıkması bu sürecin en belirgin özelliğidir.

3.7. TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

Çalışanlarda örgütsel bağlılık, hizmet sektöründe sanayi sektörüne nazaran daha fazla olumlu sonuçlar meydana getirmektedir. Örgütsel bağlılık, durağan

endüstrilerden çok hızlı değişen ve rekabetin yüksek olduğu endüstrilerde önemlidir (Mowday, 1999:398).

Konaklama endüstrisi, stresli bir iş ortamı, düşük ücretler, çalışanların iş-aile çatışmasına neden olan, uzun çalışma saatleri isteyen bir sektör şeklinde nitelendirilmektedir. Personel devrinin yüksekliği, konaklama işletmelerinde olumsuz iş davranışlarına (iş tatmini, örgütsel bağlılık) sebep olmaktadır. Müşteriye kaliteli hizmet sağlamak ve müşteri memnuniyetini arttırmak için konaklama işletmelerinde çalışanların örgütsel bağlılıkları yükseltilmelidir (Sabuncuoğlu, Z. 2009:43). İşgörenlerin iş tutumları ve karakterleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, konaklama işletmelerinde doğru işe doğru kişi seçilmesi için önemlidir (Silva, 2006:324).

Konaklama işletmelerinde çalışanların örgütsel bağlılıkları ve iş tatminleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Örgütten ayrılma ihtimalinin azalması ve daha yüksek örgütsel bağlılığa sahip olacaklarından dolayı, duygusal açıdan istikrarlı, sosyal ve vicdan sahibi personelin örgüte seçilmesi gerekmektedir (Silva, 2006:324).

3.8. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN SONUÇLARI

Örgütsel bağlılık sonuçları, bağlılık düzeyi ile orantılı olarak olumlu ya da olumsuz gerçekleşebilmektedir. Randall (1987), örgütsel bağlılığın sonuçlarını kişisel ve örgütsel açıdan, düşük, orta ve yüksek düzeyde bağlılık olarak ayrıntılı şekilde tanımlamıştır (Sabuncuoğlu, Z., 2009:37; Saldamlı, 2009:40).

Düşük Düzeyde Örgütsel Bağlılık: Düşük düzeyde bağlılık, kişisel açıdan yaratıcılık ve yeniliğin keşfedilmesi şeklinde olumlu sonuçlar meydana getirebilir, ancak olumsuz yönde bireylerin kariyerlerini etkileyebilir. Kanter (1968), yöneticilerin güven duydukları personeli seçtiklerini, bundan dolayı bağlılıklarını yeterince gösteremeyenlerin terfi almasının epey zor olduğunu belirtmiştir. Düşük düzeyde örgütsel bağlılık, performansı düşük ve örgüte zararlı işgörenin ayrılmasına neden olarak, örgüt için olumlu sonuç doğurur. Buna karşılık, düşük düzeyde örgütsel bağlılık örgüte olumsuz sonuçlar da getirebilir. Örneğin, örgüt

itibarını zedelenebilir, karlılık azalabilir, personel devir hızı artabilir (Sabuncuoğlu, Z. 2009:38).

Orta (İlmlı) Düzeyde Örgütsel Bağlılık: Orta düzeyde bağlılık, örgüte tam anlamıyla bağlılık demek değildir. Bireyler, bu düzeyde, örgütün ihtiyaçlarını karşılar ve bazı değerlerini kabul ederler ancak kendi kimlikleri ve kişisel değerleri için mücadele ederler. Başka bir ifade ile işgörenler örgüt ile özdeşleşme ve tam bağlılık göstermezler. Kısmi bağlılık olarak da ifade edilen bu düzeyde uzlaşmada sorun çıkabilir. Bireyler topluma karşı sorumlulukları ve örgüte karşı sadakat duyguları arasında çatışma yaşayabilirler (Sabuncuoğlu, 2009:38; Saldamlı, 2009:41).

İşgörenlerin sadakat ve görev duygusu, örgütler için olumlu sonuç olarak gösterilebilir. İşgören ve dolayısıyla örgüt için olumlu sonuçları ise, personel devrinin azalması, iş tatmininin artması, örgütte kalma süresinin artmasıdır. Ancak örgüte kısmen bağlı bireyler, örgüt için ekstra gayret göstermek istemezler.

Yüksek Düzeyde Örgütsel Bağlılık: Yüksek düzeyde örgütsel bağlılığın işgörenler için, örgüte sadakatleri nedeni ile ödüllendirilmeleri, kariyer ve ücretlerinde yükselme sağlamaları gibi olumlu sonuçlar getirecektir. Buna karşılık, örgüte yüksek düzeyde bağlılık çalışanların kişisel gelişim ve hareket imkanlarını kısıtlamaktadır. Ayrıca örgütsel normlara yüksek derecede bağlılık, bireyin değişime, yenilik ve yaratıcılığa karşı da engel koymasına sebep olabilir. İş ve aile rolleri birbirinden etkilenmektedir, bu bağlamda iş rolü için daha çok zaman ayıran çalışanlar aile gerginlik ve çatışma yaşayabilmektedir.

Yüksek düzeyde bağlılığı olan çalışanlar örgüt için verimlilik, devamlı iş gücü, yüksek performans sağlar. Bununla birlikte örgüt eğer ihtiyaçlarına uygun olmayan kişilerle çalışıyorsa, bu kişilerin yüksek düzeyde bağlılıkları örgüte zarar verebilir.

Tablo 4: Bağlılık Düzeylerinin Olası Sonuçları

	BİREYSEL		ÖRGÜTSEL	
	OLUMLU	OLUMSUZ	OLUMLU	OLUMSUZ
DÜŞÜK DÜZEYDE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK	Kişisel yaratıcılık, yenilik ve özgünlük, İnsan kaynaklarından daha etkin şekilde faydalanma.	Daha yavaş kariyer ilerlemesi ve terfi. Dedikodunun neden olduğu kişisel maliyetler, örgütsel amaçları ortadan kaldırmaya yönelik olası çabalar, işten çıkarma, ayrılma.	Zayıf performansla sahip kişilerin işten ayrılması, artan moral, yeni işe alımların sağlanması, söylentilerin örgüt için faydalı şekilde kullanılması.	Artan personel devri, devamsızlık, işte kalma isteğinin ortadan kalkması, düşük iş kalitesi, örgüte sadakatsizlik, örgüte karşı yasadışı eylemler, rolünün dışında davranışlar, zarar verici dedikodu, işletmenin personeli üzerindeki etkisinin azalması.
ORTA DÜZEYDE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK	Yüksek aidiyet duygusu, güvenlik, etkinlik, sadakat, görev duygularının geliştirilmesi, örgütten ayrı bir kimliğin sağlanması	Kariyer ilerlemesi ve terfi olanaklarının sınırlandırılması, kısmi bağlılıklar arasında uzlaşma zorluğu.	Çalışma sürelerinin artması, işten ayrılma düşüncesinin sınırlandırılması, personel devrinin sınırlandırılması, daha fazla iş tatmininin sağlanması.	Personelin rolünün ve aidiyet davranışının sınırlandırılması, örgüt istekleri ile iş dışı isteklerin dengelenmesi, örgütsel etkinlikte olası azalma.
YÜKSEK DÜZEYDE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK	Kişisel kariyer ilerlemesine ücretin iyileştirilmesi, davranışın örgüt tarafından ödüllendirilmesi, tutkuyla iş yapanların ortaya çıkarılması.	Hareket serbestliği için bireysel gelişme, yaratıcılık ve yenilik fırsatlarının ortadan kalkması, değişime karşı direnç, sosyal ilişkilerinde ve aile ilişkilerinde stres ve gerginlik, arkadaş dayanışmasının olmaması, iş dışı aktiviteler için sınırlı zaman ve enerji.	Güvenli ve sabit işgücü, daha fazla verimlilik için personelin örgüt isteklerini kabul etmesi, rekabetin ve performansın yüksek düzeyde olması, örgütsel amaçlara ulaşabilme.	İnsan kaynaklarından etkin şekilde faydalanamama, örgütsel esneklik, yenilik ve uyumluluğun olmaması, geçmişteki politika ve süreçlere aşırı bağlılık, çok çalışan personelin rahatsızlık ve kin duyması, örgüt adına yasadışı ve etik dışı davranışlarda bulunulması

Kaynak: Randall, 1987:462.

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi örgütsel bağlılığın sağlanması, işletmeler açısından çok önemlidir.

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VE YÖNTEMİ

Çalışmanın bu bölümünde araştırma yöntemine ilişkin bilgilere ve açıklamalara yer verilmiştir. Bu bölümde araştırma amacı ve kapsamı ile ilgili açıklamalar ve kurulan hipotezler yer almaktadır. Daha sonra araştırma ölçeğine, araştırma evreni ve örnekleme ve son olarak verilerin analizine ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışma helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların etik algıları ile birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak, ‘helal otel’ kavramının içerdiği değerler ve örgütsel etik değerler ile çalışanların bireysel etik değerlerinin örtüşüp örtüşmediğini araştırmak, çalışanların örgütsel etik ortamı nasıl algıladıklarını ve bu algılarının örgüt ile uyumlarını ve örgüte bağlılıklarını etkileyip etkilemediğini, etkiliyorsa ne yönde etkilediğini belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Bu tez ile helal turizm kapsamında, işgören etik algılarının birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık ile ilişkisinin ölçülmesinin, bu yeni ve hızla gelişen pazarda işletmelere ve işverenlere önemli bir bilgi sağlayacağı, insan kaynaklarının daha iyi kararlar almasına yardımcı olacağı, akademik literatür için de önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.2. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEM

Evren, araştırma sonucunda elde edilen bulguların genellendiği bütün (Kozak, 2014:111) ve “*araştırılan değişkenlerin gözlenebileceği bireylerden oluşan topluluktur*” (Özdamar, 2013:100).

Çalışmanın kuramsal çerçevesi alanyazın ile, ampirik uygulaması ise helal konseptli otel işletmelerinde çalışan işgörenler ile sınırlıdır. Araştırma evrenini Türkiye’deki helal konseptli otel işletmelerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Resmi olarak istatistiksel bir veri olmamasına karşın yapılan bir araştırmaya göre (Oflaz, 2015) Türkiye’de 180 adet helal konseptli otel işletmesi bulunmaktadır.

Örnekleme ise, “*bir çalışma için seçtikleri büyük grubu (evren) temsil edebilecek şekilde, grup içerisinde belli sayıda elemandan (denek) oluşan, bir alt elemanlar grubu oluşturulması sürecidir. Örneklemin amacı, araştırmacıya evren hakkında genellemeler yapabileceği (tümevarım) bilgiyi, evrenin bütününi tek tek araştırmasına gerek kalmadan sağlamaktır*” (Coşkun ve diğerleri, 2015:132-133).

Bu çalışmada örnekleme olarak Alanya, Ankara, Afyon, Kütahya, Muğla illerinde faaliyet gösteren helal konseptli otel işletmelerinde çalışan işgörenler seçilmiştir. Söz konusu işletmelerde çalışan işgören sayısı ile ilgili bir veri bulunmamaktadır. Zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Oldukça yaygın olarak kullanılan bu yöntemde, ankete cevap veren herkes örneğe dahil edilmektedir (Coşkun ve diğerleri, 2015:142).

1 Mart-6 Mayıs 2017 tarihleri arasında 406 adet anket toplanmıştır, bir kısmı yeterli veri ve anlamlılığa sahip olmadığından değerlendirmeye alınmamıştır. 394 adet anket üzerinde araştırma analizleri yapılmıştır. Klasik olarak, istatistiksel açıdan %95 güvenirlilik ve (+/- 5 hata payı ile) 1000'den çok eleman içeren evrenden en az 384 elemanın seçilmesi gerektiğinden, örnekleme çerçevesi yüksek düzeyde tatmin edici düzeydedir (Coşkun ve diğerleri, 2015:137).

4.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE ÖNEMİ

Araştırma kapsamında belirli bir konu hakkındaki olayları gözlenerek ya da sistematik bir şekilde bilgileri toplayarak ve analiz ederek belli sonuçlara varmak ve bu sonuçlar ışığında güncel sorunlara çözüm önerileri getirmek amaçlandığından, amaç ve düzey yönünden uygulama araştırmaları kapsamındadır (Dinler, 1998: 9).

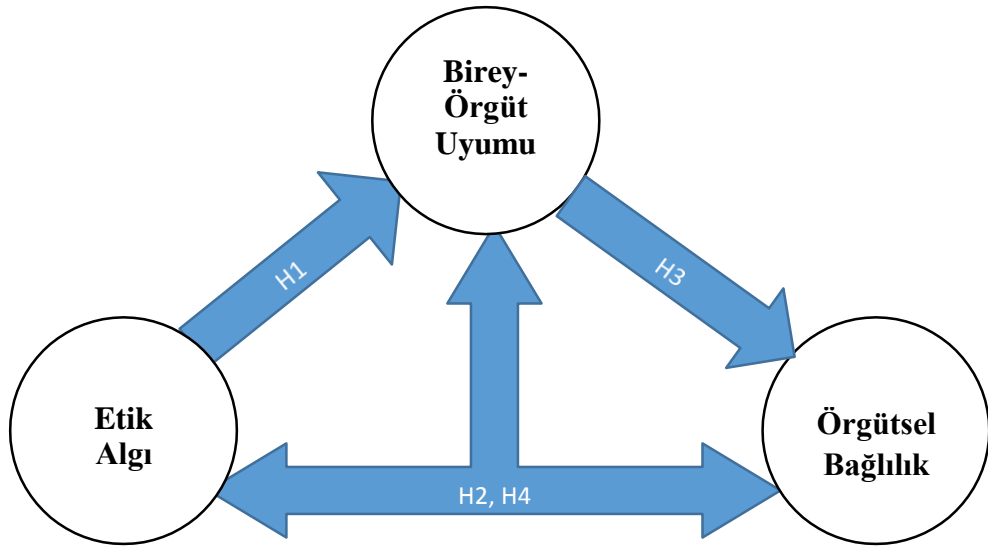
Araştırmada analiz edilen orijinal verilerin toplanması için geliştirilmiş yöntemler uygulandığı için teorik değil ampirik bir çalışmadır (Arıkan, 2000: 24). Belirlenen değişkenler arasında hipotezler kurup ilişki analizleri de yapıldığından araştırma aynı zamanda açıklayıcı özelliğe sahiptir (Clark, Riley, Wilkie ve Wood, 1998:9)

Araştırmaya konu olan çalışanların etik algısı, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık kavramları bir bütün olarak ilk kez incelendiğinden araştırma keşfedici olarak da sınıflandırılabilir.

Araştırmada katılımcılar olan helal konseptli otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin, anket formundaki soruları içtenlikle ve dürüst bir şekilde yanıtlayacakları varsayılmıştır. Araştırmaya katılan tüm çalışanların, anketleri ciddiyetle doldurdıkları, araştırma sorularına ilişkin ifadelere cevap verebilecek yeterli bilgi düzeyine sahip oldukları varsayılmıştır.

4.4. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Şekil 8: Araştırma Modeli



Etik ve birey-örgüt uyumu ile ilgili olarak alanyazında yeterince çalışma bulunmamasına karşın, yapılan araştırmalarda bu iki kavram arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ulutaş (2011:162), etik düzeyi bakımından birey ile örgüt arasında fark olmasının önemli problemler meydana getireceğini belirtmiştir. Aynı zamanda bireylerin sahip olduğu ahlaki yapının sonradan kazanılan bir olgu olmadığını, mevcut etik düzeyi açısından birey ile örgütün uyumunun sağlanmasının çift yönlü gerçekleştiğini vurgulamıştır. Örneğin yasa ve kurallara

uyumlu ve bağılı bir işgörenin, yasaları çiğneyen bir örgütte çalışabilmesi ve o örgüte uyum sağlayabilmesi mümkün değildir. Bu bulgu ile aynı şekilde örgütleri ile uyumlu etik değerleri olan bireylerin, daha çok uyumluluk gösterdikleri, kendi etik değerlerinin örgütün değerleri ile uyumsuz olduğu düşüncesindekilere göre işten ayrılma düzeylerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Coldwell vd., 2008:611). Herrbach ve Mignonac (2007) da, yaptıkları çalışmada uyum, etik değerler ve örgütsel bağlılık arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Birey-örgüt uyumu ile işgörenlerin örgüte bağlılık duygularının ortaya çıktığı birçok araştırma ile gösterilmiştir. Mowday, Steers ve Porter, örgütsel bağlılığı işgörenin örgüt değerleri ve amaçlarını benimsedikleri ölçüde bağlılık duyduklarını belirtmişlerdir (Serin, 2012:435-459). Birey-örgüt uyumunun çalışanların davranışlarında olumlu etkileri ve yararları olduğu, birey-örgüt uyumunun artması durumunda, işgörenlerin daha mutlu, daha bağılı ve daha verimli oldukları kanıtlanmıştır (Birght, 2007;Ulutaş, 2011). Erdoğan ve arkadaşları (2002), birey-örgüt uyumunu, iş doyumunu ve örgütsel bağlılığı olan çalışanları örgütte tutmanın anahtarı olarak nitelendirmişlerdir.

O'Reilly ve Chatman (1986) örgütsel bağlılığı, işgörenlerin örgüt amaçları ile kendi kimliklerini bir bütün olarak görmeleri, örgüte fayda sağlamak için gerekenden daha çok çaba harcamaları ve bunu gönüllü olarak gerçekleştirmeleri, örgüt kararlarına dâhil olmaları ve örgütün değerlerini benimsemeleri olarak tanımlamıştır. Yapılan araştırmaların bazılarında ise örgütsel bağlılığın psikolojik yönü üzerinde durulmuştur. Buna göre, örgütsel bağlılık, işgörenin örgüt ile kurduğu psikolojik bağ olarak tanımlanmıştır. Çalışanların psikolojik ihtiyaçları (uyum sağlama, içselleştirme vb.) doğrultusunda, değer, amaç ve tutumlarının, örgütün değer ve hedefleri ile uyumlu olması sonucunda bağlılık ortaya çıkmaktadır (Efeoğlu, 2006:53). Hampton ve Farmer (2007)'in araştırması da birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını desteklemektedir (Ulutaş, 2011:121).

Alanyazındaki bu çalışmalara dair açıklamalar ve araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır.

Araştırma hipotezleri:

H₁: Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile birey- örgüt uyumu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.1}: Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.2}: Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.3}: Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.4}: Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.1}: Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.2}: Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.3}: Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.4}: Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.5}: Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.6}: Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.7}: Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.8}: Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.9}: Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.10}: Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.11}: Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.12}: Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.1}: Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile duygusal bağlılıkları arasında pozitif bir ilişki vardır.

H_{3.2}: Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile devam bağlılığı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H_{3.3}: Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile normatif bağlılık arasında pozitif bir ilişki vardır.

H₄: Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumunun etik algıları ile örgütsel bağlılıkları arasında aracılık etkisi vardır.

4.5. ÖLÇME ARAÇLARI

Çalışmada, deneklerin sosyo-demografik niteliklerini belirlemek için kullanılan 7 maddelik soru formu ve işgörenlerin helal konseptli otellerde çalışma isteğini lojistik regresyon ile ölçmek için sorulan 8. soru ile birlikte etik algı, örgüte bağlılık ve birey-örgüt uyumunu ölçmek için 3 ayrı ölçek kullanılmıştır.

Birey-Örgüt Uyumu: Çalışanların bireysel algılamalarına dayalı birey-örgüt uyum düzeyi Cable ve Judge (1996) tarafından geliştirilen 3 madde ile ölçülmekte olup, Yahyagil (2005) tarafından Türkçeleştirilerek, geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılarak uygulanmış olan çalışmadan alınmış; 5’li Likert tipi bir soru formudur.

Örgütsel Bağlılık Ölçeği: Allen-Meyer (1993) geliştirdiği Arzu Watsi’nin (2001) Türkçeleştirilerek, geçerlik ve güvenilirlik analizlerinin yapıldığı ve örgüte bağlılık kavramının üç temel boyutun her birisini özgün ölçekten alınan üçer soruyla ölçen 5’li Likert tipi bir soru formudur (Gürpınar ve Yahyagil, 2007).

Etik Algı: Etik algıyı ölçmek amacıyla kullanılan 32 soru ise, Kurnaz ve Gümüş'ün (2010) konuyla ilgili yapılmış araştırmalardan ve anket formlarından yararlanarak oluşturdukları anketten alınmıştır.5'li Likert tipi soru formudur.

4.6. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada toplanan veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences/ Sosyal Bilimler İçin İstatistik Program) 18 programı yardımı ile analiz edilmiş ve araştırma sorularına cevap alınmıştır. Verileri analiz etmede, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemek için korelasyon analizi, gruplar arası farklılığı ölçmek için T testi ve One-Way ANOVA (tek yönlü varyans analizi), farklılığın nereden kaynaklandığını bulmak için Tukey HSD testleri kullanılmış ve çıkarımlarda bulunulmuştur. Katılımcılara ilişkin demografik özellikleri ortaya koymak için frekans ve yüzdeler dağılımından yararlanılmış, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tablollaştırılarak, betimlenmiştir. Ayrıca lojistik regresyon ile çalışanların helal konseptli otel işletmelerinde çalışmayı tercih edip etmedikleri araştırılmıştır.

4.7. BULGULAR VE YORUMLAR

4.7.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Helal Konseptli Otel İşletmelerinde çalışanların demografik özelliklerine ilişkin sorular için frekans dağılımları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: Demografik Sorular İçin Frekans Dağılımı

Değişken	Frekans	%	Değişken	Frekans	%
Otel Yeri			Departman		
Kıyı	95	24,1	FO	55	14,0
Şehir/Termal Otel	299	75,9	Satış	30	7,6
Cinsiyet			HK	111	28,2
Erkek	222	56,3	Muhasebe	23	5,8
Kadın	172	43,7	İK	13	3,3
Yaş			FB	66	16,8
18-25	80	20,3	Teknik	11	2,8
25-35	184	46,7	GR	21	5,3
35-50	117	29,7	Mutfak	21	5,3
50+	13	3,3	SPA	12	3,0
Eğitim Durumu			Diğer	31	7,9
İlk	67	17,0	Görev		
Lise	161	40,9	Üst Kademe	30	7,6
Önlisans	57	14,5	Orta Kademe	79	20,1
Lisans	98	24,9	Eleman	285	72,3
Yüksek Lisans/DR	11	2,7	Çalışma İsteği		
Tecrübe			Evet	268	68,0
0-1 yıl	72	18,3	Hayır	110	27,9
2-3 yıl	96	24,4	Kayıp	16	4,1
4-5 yıl	97	24,6			
6-7 yıl	63	16,0			
7+	65	16,5			
Kayıp	1	0,3			
Çalışma Süresi					
0-1 yıl	191	48,5			
2-3 yıl	136	34,5			
4-5 yıl	47	11,9			
6-7 yıl	8	2,0			
7+	12	3,0			

Anket çalışmasına katılan 394 kişinin %24,1'i kıyı otellerinde, %75,9'u şehir/termal otellerde çalışmaktadır. Benzer şekilde, anket çalışmasına katılanların %56,3'ü erkek, %43,7'si kadındır. Çalışmaya katılanların %46,7'si 25-35 yaş aralığında, %29,7'si 35-50 yaş aralığındadır. Anket çalışmasını cevaplayanların %40,9'u lise mezunu, %24,9'u lisans mezunu, %17,0'ı ilköğretim mezunudur. Bu kişilerin %24,6'sı 4-5 yıl, %24,4'ü 2-3 yıl tecrübeye sahiptir. Yine çalışmaya katılanların %48,5'i 0-1 yıl, %34,5'i 2-3 yıldır çalışmaktadır. Anket çalışmasına katılanların %28,2'si kat hizmetleri (HK) departmanında, %16,8'i yiyecek-içecek (FB) bölümünde ve %14,0'ı önbüro (FO) departmanında çalışmaktadır. İlgili çalışmaya katılanların %72,3'ü alt kademe personel statüsünde, %20,1'i orta kademe

personel olarak çalışmaktadır. Çalışmaya katılanların %68'i olan 268 kişi, helal konseptli otelde çalışmalarının öncelikli iş tercihi olduğunu belirtmişlerdir.

Anket Maddelerine verilen cevapların frekans ve yüzde analizleri ile aritmetik ortalama ve standart sapmaları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Anket Maddeleri İçin Frekans Dağılımı, Ortalama ve Standart Sapma

İfadeler	(5) Kesinlikle Katılıyorum(%)	(4) Katılıyorum(%)	(3) Kararsızım(%)	(2) Katılmıyorum(%)	(1) Kesinlikle Katılmıyorum(%)	N	Ortalama	Standart Sapma
1.Kurumuma karşı güçlü bir aidiyet duygum yok.	17,3	43,0	20,9	6,2	12,6	388	3,461	1,216
2.Bu kuruma duygusal açıdan bir bağlılık hissetmiyorum.	18,8	47,4	15,7	9,8	8,2	388	3,588	1,146
3.Bu kurumun benim için çok özel bir anlamı var.	19,3	38,6	29,5	10,2	4,2	383	3,569	1,044
4.İstesem de şu anda kurumumdan ayrılmak benim için çok zor olurdu.	17,1	29,9	35,3	10,0	7,7	391	3,389	1,115
5.Şu anda kurumumdan ayrılmak istediğime karar versem, hayatımın çoğu alt üst olur.	13,8	26,8	34,4	13,3	11,7	392	3,176	1,181
6.Eğer bu kuruma kendimden bu kadar çok vermiş olmasaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim.	12,1	23,6	37,9	17,7	8,7	390	3,126	1,109
7.Buradaki insanlara karşı yükümlülük hissettiğim için, şu an için kurumumdan ayrılmak istemiyorum	19,8	30,5	29,8	13,2	6,6	393	3,438	1,143
8.Benim için çok avantajlı olsa da, kurumumdan şu anda ayrılmamanın doğru olmadığına inanıyorum.	18,0	33,0	30,5	11,7	6,9	394	3,437	1,120
9.Kurumumdan şimdi ayrılırsam, kendimi suçlu hissederim.	15,3	29,3	30,8	16,8	7,9	393	3,272	1,147
10.Benim değerlerim (değer-yargıları), bu kurumun değerleriyle uyumaktadır	22,1	41,5	27,7	5,3	3,3	393	3,738	0,972
11.Benim değerlerimle, şu anda bu iş yerinde çalışanların değerleri birbiriyle uyumludur.	16,0	41,2	33,1	5,1	4,6	393	3,590	0,970
12.Bu kurumun kimliği ve değerleri, benim değerlerimi ve kişiliğimi yansıtmaktadır.	14,8	44,3	29,5	7,4	4,1	393	3,583	0,966
13.Bir yöneticinin, şirket kararlarından çok kişisel yarar sağlayacak, etik dışı davranışlarına göz yummam	30,6	45,2	19,1	3,6	1,5	392	3,997	0,883
14.Şirkette başarılı olabilmek için üst düzey bir yöneticinin etik anlayışını benimsemem	18,0	31,6	29,8	17,7	2,8	389	3,442	1,065

İfadeler	(5) Kesinlikle Katılıyorum(%)	(4) Katılıyorum(%)	(3) Kararsızım(%)	(2) Katılmıyorum(%)	(1) Kesinlikle Katılmıyorum(%)	N	Ortalama	Standart Sapma
15. Şirkette çalışanların, etik dışı olarak düşünebileceğim davranışlar göstermesine izin vermem	29,9	29,4	24,3	4,1	2,3	391	3,905	0,952
16. Bir yöneticinin, kişisel yararlarından çok şirkete yarar sağlayacak, etik dışı davranışlarına göz yummam	28,5	36,2	26,2	6,2	2,8	389	3,815	1,009
17. İşe eleman alırken, adayın önemli kişilere olan yakınlığı benim için belirleyici unsur değildir	24,4	37,5	30,6	6,2	1,3	389	3,776	0,929
18. İşletmede işe alınacak personelin daha önce etik dışı davranışlarının olup olmadığına bakarım	38,6	34,3	23,9	2,8	0,5	394	4,076	0,882
19. İş hacmi yüksek olan müşterilerle daha çok ilgilenirim	25,7	34,4	26,2	9,5	4,1	389	3,681	1,082
20. Bir müşteri ile iş dışı borç-alacak ilişkisine girmekten çekinirim	41,0	36,6	17,3	3,8	1,3	393	4,122	0,915
21. Müşterilerin herhangi biriyle, işletmeye zarar verecek bir ortaklık ilişkisine girmem	49,5	33,8	16,0	0,7	0,0	394	4,320	0,765
22. Müşterilerin yaptığı eleştirileri önemserim	43,0	34,6	19,1	2,5	0,8	393	4,165	0,875
23. Kişisel işler için müşterileri kullanmaktan çekinirim	41,6	34,2	20,4	3,3	0,5	394	4,130	0,885
24. İş ilişkisi içine girilen müşterilerle flört etmeyi doğru bulmuyorum	46,7	30,5	16,0	3,6	3,2	394	4,137	1,025
25. Akraba veya tanıdık müşterilere ayrıcalıklı davranmam	26,3	36,6	25,6	8,2	3,3	391	3,744	1,041
26. Kendi ideolojik görüşlerim doğrultusunda müşterileri yönlendirmekten kaçınırım	35,2	33,6	23,2	6,4	1,5	392	3,946	0,988
27. Hareketlerini tasvip etmediğim herhangi bir müşteriyi deşifre ederim	23,7	33,6	29,0	8,4	5,3	393	3,618	1,096
28. Müşterilere görev alanım dışındaki konularda yardımcı olmaya çalışırım	35,2	43,1	15,3	4,8	1,5	392	4,956	0,914
29. Çalışma saatleri içerisinde kişisel işlerle ilgilenmem	29,8	45,8	16,8	6,4	1,3	393	3,964	0,914
30. İşletmenin fiziksel kaynaklarını (malzeme, araç-gereç vb.) kişisel amaçlar için kullanmam	34,5	42,4	15,7	4,3	3,0	394	4,010	0,975
31. Geçerli mazeret dışında iş saatlerini ihlal etmekten çekinirim	42,4	41,9	12,2	2,3	1,3	394	4,218	0,839
32. Müşterilere ait gizli tutulması gereken bilgileri, diğer müşterilerin önünde açıklamam	57,9	31,7	7,6	2,0	0,8	394	4,439	0,784

İfadeler	(5) Kesinlikle Katılıyorum(%)	(4) Katılıyorum(%)	(3) Kararsızım(%)	(2) Katılmıyorum(%)	(1) Kesinlikle Katılmıyorum(%)	N	Ortalama	Standart Sapma
33. İşyerine alkol alarak veya uyuşturucu herhangi bir madde kullanılarak gelmem	64,0	28,2	3,8	3,0	1,0	394	4,510	0,795
34. Müşteri olanaklarını kişisel çıkar için kullanmaktan çekinirim	52,8	36,5	7,6	1,8	1,3	394	4,378	0,805
35. Faaliyetlerime etki edebilecek herhangi bir hediyeyi kabul etmem	43,7	37,6	12,4	3,3	3,0	394	4,155	0,972
36. Ek iş yükü getirse de müşteriye daha iyi hizmet verebilmek için farklı materyaller kullanırım	47,1	39,9	8,9	2,3	1,8	393	4,282	0,857
37. Görevimi daha iyi yapabilmek için yeni bilgi ve beceriler edinirim	52,5	38,3	7,4	1,0	0,8	394	4,409	0,737
38. Kendi yaptığım bir hatayı beni zor durumda bıraksa da meslektaşlarıma yüklemem	51,9	38,7	7,4	1,3	0,8	393	4,397	0,746
39. Meslektaşlarla ilişkilerimde, ideolojik nedenlerle araya mesafe koymam	45,0	37,9	10,4	5,3	1,3	393	4,201	0,919
40. Meslektaşlarımla ilişkilerimde cinsiyet ayrımı gözetmem	52,8	37,5	5,9	3,3	0,5	392	4,388	0,785
41. Meslektaşlarıma karşı, konuşmalarımda üstünlük sağlamaya yönelik çaba göstermem	52,0	39,6	5,8	2,0	0,5	394	4,406	0,736
42. Meslektaşımın başarısını kendime mal etmem	51,9	38,9	8,4	0,7	0,0	393	4,420	0,677
43. Meslektaşlarım hakkında olumsuz açıklamalar yapmaktan kaçınırım	52,0	37,6	7,9	2,0	0,5	388	4,386	0,761
44. Meslektaşlarıma ait gizli bilgileri açıklamaktan çekinirim	56,1	37,3	5,6	0,8	0,2	388	4,482	0,662

Anket çalışmasına katılan 394 kişiden “Kuruma karşı güçlü aidiyetim yok” yargısına, %17,3 kesinlikle katılıyorum, %43 katılıyorum, %20,9 kararsızım, %6,2 katılmıyorum, %12,6 kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. “ Müşterilerin herhangi biriyle, işletmeye zarar verecek bir ortaklık ilişkisine girmem” yargısına %49,5 kesinlikle katılıyorum, %33,8 katılıyorum, %16 kararsızım, %0,7 katılmıyorum ve %0,0 kesinlikle katılmıyorum demiştir. “ İşyerine alkol alarak veya uyuşturucu herhangi bir madde kullanılarak gelmem” ifadesi için ise, %64 kesinlikle katılıyorum, %28,2 katılıyorum, %3,8 kararsızım, %3 katılmıyorum ve %1 kesinlikle katılmıyorum cevapları verilmiştir. Anket çalışmasına katılan 388 kişi için “Kuruma karşı güçlü aidiyetim yok” yargısının ortalaması 3,461 ve standart sapması 1,216 olarak

bulunmuştur. Yine örgütsel bağlılık ile ilgili ifadelerden “Şu anda kurumumdan ayrılmak istediğime karar versem, hayatımın çoğu alt üst olur” yargısına cevap veren 392 kişi için, ifadenin ortalaması 3,176 ve standart sapması 1,181 olarak bulunmuştur. 394 kişi için “Faaliyetlerime etki edebilecek herhangi bir hediye kabul etmem” yargısının ortalaması 4,155 ve standart sapması 0,972 olarak bulunmuştur.

4.7.2. Ölçme Araçlarının Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

Güvenilirlik analizi, herhangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin (yargı, önerme, sor vb.) kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacı ile kullanılır (Görkem, 2011:98). Elde edilen katsayı, ölçeğin güvenilirlik derecesini gösterdiği için, düşük dereceli ya da güvenilir çıkmayan ölçekler; amaca hizmet etmekten uzak olarak nitelendirilir. Cronbach Alpha katsayı ve güvenilirlik dereceleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Cronbach Alpha Katsayıları ve Güvenilirlik Dereceleri

Cronbach Alpha Katsayısı	Güvenilirlik Derecesi
$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Güvenilir Değil
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Düşük Derecede Güvenilir
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Oldukça Güvenilir
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Yüksek Derecede Güvenilir

Kaynak: Özdemir, 2015:112

Bu bağlamda örgütsel bağlılık soruları için güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 8’de belirtilmiştir.

Tablo 8: Örgütsel Bağlılık Anket Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach Alfa Değeri	Standartlaştırılmış Cronbach Alfa Değeri	Anket Madde Sayısı
0,830	0,833	9

Buna göre, Cronbach Alfa değeri, 0,60-0,80 aralığında olduğundan örgütsel bağlılık sorularının oldukça güvenilir olduğu söylenebilir. Bir sonraki aşamada, örgütsel bağlılık soruları göz önüne alınarak faktör analizi uygulanmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Anket maddelerine Temel Eksen tekniği ile faktör analizi uygulanmış ve maddelerin toplandığı boyutlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Temel Eksen tekniği için KMO ve Bartlett testi yapılmıştır. KMO Testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olup- olmayacağı konusunda bilgi vermektedir. Bartlett Testi de değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olup-olmayacağı konusunda ipucu verir. KMO testinin değeri 0,846 olarak bulunmuştur ve bu değer örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunun göstergesidir. KMO değeri, 0-1 arasında bir değer olup, 0,80-0,90 arası ‘çok iyi’ düzeyde bir örneklem büyüklüğüne işaret etmektedir (Seçer, 2013:119).

Buradaki yeterlilik, sayısal değil, ilişkiler anlamındadır. Aynı şekilde Bartlett Küresellik Test değeri için anlamlılık değeri 0,000 ($p=0,000<0,005$) olarak bulunmuştur. Bu sonuç, anket soruları arasında ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bu da değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olacağına ilişkin H_0 hipotezinin red edileceği anlamına gelmektedir.

Tablo 9: Örgütsel Bağlılık Soruları için Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları

İfadeler	Faktör1	Faktör2	Faktör3
S7: Buradaki insanlara karşı yükümlülük hissettiğim için, şu an için kurumumdan ayrılmak istemiyorum	0,838		
S9: Kurumumdan şimdi ayrılırsam, kendimi suçlu hissederim.	0,835		
S6: Eğer bu kuruma kendimden bu kadar çok vermiş olmasaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim.	0,767		
S8: Benim için çok avantajlı olsa da, kurumumdan şu anda ayrılmanın doğru olmadığına inanıyorum.	0,758		
S5: Şu anda kurumumdan ayrılmak istediğime karar versem, hayatımın çoğu alt üst olur.	0,737		
S3: Bu kurumun benim için çok özel bir anlamı var.		0,828	
S4: İstesem de şu anda kurumumdan ayrılmak benim için çok zor olurdu.		0,691	
S1: Kurumuma karşı güçlü bir aidiyet duygum yok.			0,912
S2: Bu kuruma duygusal açıdan bir bağlılık hissetmiyorum.			0,856
Özdeğer	4,436	1,610	0,685
Varyans Açıklama %	49,293	17,888	7,612

Tablo 9’da ise değişkenlerin/maddelerin ifade ettiği boyutlar gösterilmiştir. Tablodaki verilere göre, faktör yükleri 0,691 ile 0,912 arasında değişmektedir. 1. Faktör altında toplanan 5 soru örgütsel bağlılık leğinin normatif bağlılık alt boyutunu, 2. Faktör altında toplanan 2 soru, devam bağlılığını, 3. Faktör altında toplanan 2 soru ise duygusal bağlılık alt boyutunu oluşturmaktadır. 3 faktörlü bu yapı, toplam varyansın %74,793’n açıklamaktadır.

Birey-rgt soruları için güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 10’da belirtilmiştir.

Tablo 10: Birey-rgt Uyum Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach Alfa Değeri	Standartlaştırılmış Cronbach Alfa Değeri	Anket Madde Sayısı
0,787	0,787	3

Buna göre, Cronbach Alfa değeri, 0,60-0,80 aralığında olduğundan birey-örgüt sorularının oldukça güvenilir olduğu söylenir. Sonraki aşamada, birey-örgüt soruları gözönüne alınarak faktör analizi uygulanmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Anket maddelerine Temel Eksen tekniği ile faktör analizi uygulanmış ve maddelerin toplandığı boyutlar tespit edilmeye çalışılmıştır. KMO Testi, rneklem faktör analizi için yeterli olup-olmayacağı konusunda bilgi vermektedir. Bartlett Testi de değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olup-olmayacağı konusunda ipucu verir. KMO testinin değeri, 0,696 olarak bulunmuştur ve bu değer örneklem faktör analizi için yeterli olduğunun göstergesidir. Aynı Şekilde Bartlett Test değeri için anlamlılık değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Bu da değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olmayacağına ilişkin H_0 hipotezinin red edileceği anlamına gelmektedir. Temel Eksen tekniğine göre, özdeğeri 1’den büyük olan 1 faktör söz konusudur.

Tablo 11: Birey-rgt Uyum Soruları için Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları

İfadeler	Faktör 1
S12: Bu kurumun kimliği ve değerleri, benim değerlerimi ve kişiliğimi yansıtılmaktadır.	0,855
S11: Benim değerlerimle, şu anda bu iş yerinde çalışanların değerleri birbiriyle uyumludur.	0,855
S10: Benim değerlerim (değer-yargıları), bu kurumun değerleriyle uyumaktadır	0,803
zdeğer	2,105
Varyans Açıklama %	70,177

Tablo 11’de görüldüğü gibi, üç sorudan oluşan tek faktörlü yapı toplam varyansın %70,177’sini açıklamaktadır ve maddelerin faktör yükleri 0,803 ve 0,855’tir.

Etik soruları için güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 12’de belirtilmiştir.

Tablo 12: Etik Anket Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach Alfa Değeri	Standartlaştırılmış Cronbach Alfa Değeri	Anket Madde Sayısı
0,936	0,940	32

Buna göre, Cronbach Alfa değeri, 0,8-1,0 aralığında olduğundan etik sorularının yüksek derecede güvenilir olduğu söylenir.

Sonraki aşamada, etik soruları göz önüne alınarak faktör analizi uygulanmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır. Anket maddelerine Temel Eksen tekniği ile faktör analizi uygulanmış ve maddelerin toplandığı boyutlar tespit edilmeye çalışılmıştır. KMO Testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olup-olmayacağı konusunda bilgi vermektedir. Bartlett Testi de değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olup-olmayacağı konusunda ipucu verir. KMO testinin değeri, 0,916 olarak bulunmuştur ve bu değer örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunun göstergesidir. Aynı şekilde Bartlett Test değeri için anlamlılık değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Bu da değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olmayacağına ilişkin H_0 hipotezinin red edileceği anlamına gelmektedir.

Tablo 13: Etik Soruları için Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları

İfadeler	1	2	3	4
S44: Meslektaşlarıma ait gizli bilgileri açıklamaktan çekinirim	0,818			
S37: Görevimi daha iyi yapabilmek için yeni bilgi ve beceriler edinirim	0,805			
S42: Meslektaşımın başarısını kendime mal etmem	0,801			
S41: Meslektaşlarıma karşı, konuşmalarında üstünlük sağlamaya yönelik çaba göstermem	0,762			
S38: Kendi yaptığım bir hatayı beni zor durumda bıraksa da meslektaşlarıma yüklemem	0,742			

İfadeler	1	2	3	4
S34: Müşteri olanaklarını kişisel çıkar için kullanmaktan çekinirim	0,687			
S40: Meslektaşlarımla ilişkilerimde cinsiyet ayrımı gözetmem	0,676			
S36: Ek iş yükü getirirse de müşteriye daha iyi hizmet verebilmek için farklı materyaller kullanırım	0,661			
S32: Müşterilere ait gizli tutulması gereken bilgileri, diğer müşterilerin önünde açıklamam	0,637			
S39: Meslektaşlarla ilişkilerimde, ideolojik nedenlerle araya mesafe koymam	0,622			
S33: İşyerine alkol alarak veya uyuşturucu herhangi bir madde kullanarak gelmem	0,537			
S22: Müşterilerin yaptığı eleştirileri önemserim		0,790		
S21: Müşterilerin herhangi biriyle, işletmeye zarar verecek bir ortaklık ilişkisine girmem		0,697		
S23: Kişisel işler için müşterileri kullanmaktan çekinirim		0,692		
S18: İşletmede işe alınacak personelin daha önce etik dışı davranışlarının olup olmadığına bakarım		0,677		
S20: Bir müşteri ile iş dışı borç-alacak ilişkisine girmekten çekinirim		0,635		
S31: Geçerli mazeret dışında iş saatlerini ihlal etmekten çekinirim		0,594		
S25: Akraba veya tanıdık müşterilere ayrıcalıklı davranmam			0,780	
S29: Çalışma saatleri içerisinde kişisel işlerle ilgilenmem			0,678	
S30: İşletmenin fiziksel kaynaklarını (malzeme, araç-gereç vb.) kişisel amaçlar için kullanmam			0,624	
S26: Kendi ideolojik görüşlerim doğrultusunda müşterileri yönlendirmekten kaçınırım			0,579	
S35: Faaliyetlerime etki edebilecek herhangi bir hediyeyi kabul etmem			0,448	
S28: Müşterilere görev alanım dışındaki konularda yardımcı olmaya çalışırım			0,437	
S24: İş ilişkisi içine girilen müşterilerle flört etmeyi doğru bulmuyorum			0,426	
S14: Şirkette başarılı olabilmek için üst düzey bir yöneticinin etik anlayışını benimsemem				0,791
S17: İşe eleman alırken, adayın önemli kişilere olan yakınlığı benim için belirleyici unsur değildir				0,712
S15: Şirkette çalışanların, etik dışı olarak düşünebileceğim davranışlar göstermesine izin vermem				0,682
S16: Bir yöneticinin, kişisel yararlarından çok şirkete yarar sağlayacak, etik dışı davranışlarına göz yummam				0,660
S13: Bir yöneticinin, şirket kararlarından çok kişisel yarar sağlayacak, etik dışı davranışlarına göz yummam				0,510
S27: Hareketlerini tasvip etmediğim herhangi bir müşteriye deşifre ederim				0,440
S19: İş hacmi yüksek olan müşterilerle daha çok ilgilenirim				0,429
Özdeğer	11,571	3,320	1,768	1,475
Varyans Açıklama %	36,159	10,374	5,526	4,608

Tablo 13’te değişkenlerin/maddelerin ifade ettiği boyutlar gösterilmiştir. 1.faktör: Meslektaşlar ile ilişkiler soruları; 2.faktör: Görev ile ilgili sorumluluklar soruları; 3.faktör: Müşteri ile ilişkiler soruları ve 4.faktör: örgüt içi ilişkiler sorularıdır. Maddelerin faktör yükleri 0,426 ile 0,818 arasında değişmektedir. 4 faktör birlikte varyansın % 56,667’sini açıklamaktadır.

4.7.3. Korelasyon Analizleri

Korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi ve ilişkinin şiddetini tanımlamaya yönelik bir analizdir. Korelasyon analizi sonucunda hesaplanan korelasyon katsayısı ‘r’ harfi ile simgelenir ve -1 ile +1 arasında değerler alabilir. Değişkenler birlikte artıyor veya azalıyor ise aralarında pozitif bir ilişki vardır. Biri artıyor, diğeri azalıyor ise, aralarındaki ilişki negatif olarak tanımlanır. Korelasyon katsayısı, 0,00-0,30 arasında ise düşük bir ilişkiyi, 0,30-0,70 arasında ise orta düzey bir ilişkiyi, 0,70-1,00 arasında ise yüksek düzeyde bir ilişkiyi göstermektedir (Coşkun vd., 2015:228).

Örgütsel bağlılık, birey-örgüt uyumu ve etik soruları arasındaki korelasyonlar Tablo 14’te gösterilmiştir.

Tablo 14. Örgütsel Bağlılık, Birey-Örgüt Uyumu ve Etik Soruları için Korelasyon Analizi Sonuçları

Korelasyon	Örgütsel Bağlılık	Birey-Örgüt	Etik
Örgütsel Bağlılık	1,000	0,628*	0,385*
Birey-Örgüt	0,628*	1,000	0,424*
Etik	0,385*	0,425*	1,000

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 14’e göre, örgütsel bağlılık ile birey-örgüt uyumu faktörleri arasında anlamlı, orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki olduğu söylenebilir ($r=0,628$). Birey-örgüt uyumu ve etik faktörleri arasında da yine orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir ($r=0,424$). Etik ve örgütsel bağlılık faktörleri arasında ise, orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki olduğu söylenebilir ($r=0,385$). H_1 hipotezi:” *Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile birey- örgüt uyumu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır*” kabul edilmiştir.

Tüm alt boyutlar arasındaki korelasyon analizi Tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15: Tüm alt boyutlar için Korelasyon Analizi Sonuçları

Korelasyon	Duygusal	Devam	Normatif	Birey- Örgüt	Meslektaş	Görev	Müşteri	Örgüt İçi
Duygusal	1,000							
Devam	0,709*	1,000						
Normatif	0,013	0,099	1,000					
Birey-Örgüt	0,605*	0,524*	0,143*	1,000				
Meslektaş	0,155*	0,191*	0,059	0,268*	1,000			
Görev	0,215*	0,314*	-0,006	0,333*	0,543*	1,000		
Müşteri	0,402*	0,427*	0,072	0,430*	0,590*	0,680*	1,000	
Örgüt İçi	0,357*	0,324	-0,097	0,316*	0,360*	0,543*	0,550*	1,000

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 15 incelendiğinde, duygusal bağlılık ile birey-örgüt arasında pozitif yönlü orta şiddetli bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r=0,605$). Duygusal bağlılık ile devam bağlılığı arasında pozitif yönlü şiddetli ($r=0,709$) bir ilişki olduğu görülmektedir. Müşteri ilişkileri ile görev sorumluluğu arasında pozitif yönlü şiddetli bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r=0,680$). Birey-örgüt uyumu ile devam bağlılığı arasında pozitif yönlü, orta şiddetli bir ilişki ($r=0,524$); görevle ilgili sorumluluklar ve meslektaşlar ile ilişkiler boyutunda da pozitif yönlü ve orta şiddetli ($r=0,543$) bir ilişki bulunmuştur. Yine meslektaşlar ile ilişkiler ile müşteriler ile ilişkiler arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli ($r=0,590$), müşteriler ile ilişkiler ve örgüt içi ilişkiler arasında da pozitif yönlü ve orta şiddetli bir ilişki olduğu görülmektedir. Tablo 15’teki bu sonuçlar doğrultusunda; $H_{1.1}$ hipotezi olan “*Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır*”, $H_{1.2}$ hipotezi “*Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır*”, $H_{1.3}$ hipotezi “*Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır*”, $H_{1.4}$ hipotezi “*Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır*”, $H_{2.1}$ hipotezi “*Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır*”, $H_{2.2}$ hipotezi “*Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır*”, $H_{2.4}$ hipotezi “*Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili*

sorumluluklar ile duygusal bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{2.5} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile devam bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{2.7} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve duygusal bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{2.8} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve devam bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{2.9} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve normatif bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{2.10} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve duygusal bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{3.1} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile duygusal bağılıkları arasında pozitif bir ilişki vardır”, H_{3.2} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile devam bağılılığı arasında pozitif bir ilişki vardır”, H_{3.3} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların Birey-örgüt uyumu ile normatif bağılılık arasında pozitif bir ilişki vardır”, H₄ hipotezi ‘Helal otellerde çalışanların birey-örgüt uyumunun etik algıları ile örgütsel bağılıkları arasında aracılık etkisi vardır” kabul edilmiştir. H_{2.3} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve normatif bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{2.6} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile normatif bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”, H_{2.11} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve devam bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” ve H_{2.12} hipotezi ‘Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve normatif bağılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” reddedilmiştir.

4.7.4. Regresyon Analizleri

Lojistik regresyon analizi, son dönemlerde özellikle sosyal bilimler alanında kullanımı yaygınlaşan bir yöntemdir ve çoklu regresyonun özel bir çeşididir. Neden sonuç ilişkilerinin ortaya konulması amacıyla yapılan çoğu sosyo-ekonomik araştırmada, incelenen değişkenlerden bazıları, olumlu-olumsuz; başarılı-başarısız; evet-hayır; memnun-memnun değil şeklinde iki düzeyli verilerden oluşmaktadır. Bu türde bağımlı değişkenin iki düzeyli ya da çok düzeyli kategorik verilerden oluşması durumunda; bağımlı değişken ile bağımsız değişken/değişkenler arasındaki neden-

sonuç ilişkisinin incelenmesinde, lojistik regresyon analizi önemli bir yere sahiptir. Amaçlarından birisi sınıflandırma, diğeri ise bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri araştırmak olan lojistik regresyon analizinde, bağımlı değişken kategorik veri oluşturmakta ve kesikli değerler almaktadır. Lojistik regresyon analizi, sınıflama ve atama işlemi yapmaya yardımcı olan bir regresyon yöntemidir. Normal dağılım varsayımı, süreklilik varsayımı önkoşulu yoktur. Bağımlı değişken üzerinde bağımsız değişkenlerin etkileri olasılık olarak elde edilerek, risk faktörlerinin olasılık olarak belirlenmesi sağlanır. Lojistik regresyon, bağımlı değişkenin sonucunu tahmin edebilecek en sade modeli oluşturmaktır (Coşkun vd., 2015:249-254, İslamoğlu ve Alınacı, 2014:376-377). Bu çalışmada, helal konseptli otel işletmelerinde çalışma isteği değişkenini iki kategorili bağımlı değişken olarak tanımlayıp, bunu etkileyeceği düşünülen eğitim, tecrübe, departman, görev, örgütsel bağlılık, birey-örgüt ve etik değişkenleri de bağımsız değişken olarak alınıp lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Uyum iyiliği analizi sonuçları Tablo 16’da gösterildiği gibidir.

Tablo 16: Helal Turizm Lojistik Regresyon Analizi Uyum İyiliği Testi

Uyum İyiliği	Değer	s.d.	P
Hosmer and Lemeshow Test	5,897	8	0,659
-2 Log-Likelihood	387,994		
Doğru Sınıflandırma	72,900		
Nagelkerke R ²	0,121		

Tablo 16’ya göre, helal turizm konseptinde otelde çalışma değişkenini açıklamak için oluşturulan en iyi modelin uyum iyiliğini test etmek için Hosmer ve Lemeshow test istatistiği (Model Ki-Kare İstatistiği) ve -2 Log Likelihood değeri kullanılmaktadır. Helal konseptli otelde çalışma isteğini etkileyecek bağımsız değişkenler ile bağımsız değişken ekleyip çıkarılarak oluşturulan son modelin anlamlılık sınaması Hosmer-Lemeshow ve -2 Log Likelihood testleri ile test edilir. Hosmer-Lemeshow testi için elde edilen p olasılık değeri 0,05 anlamlılık düzeyinden büyük olduğundan anlamlı olduğuna karar verilir. Ayrıca hesaplanan -2 Log Likelihood değeri 5,897 olarak elde edilmiştir. Bu değer, $\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde 1 serbestlik dereceli ki-kare tablo değeri olan 3,84 karşılaştırıldığında, kurulan modelin genel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranı olarak bilinen Nagelkerke R² değeri 0,121 olarak bulunmuştur. Modelin (Helal konseptli otelde çalışmak öncelikli iş tercihiniz midir? Evet, Hayır, sorusu) doğru sınıflandırma oranı %72,9 olarak bulunmuştur.

Lojistik regresyonun avantajlarından biri, bağımlı değişken olarak bir ikilemi tanımlamak için, sadece bir olayın olma ya da olmama durumunu bilmeye ihtiyaç olmasıdır. Lojistik dönüştürme kullanılarak bu veriler analiz edilmekle birlikte, lojistik regresyon ve katsayılarının, doğrusal regresyon analizinden biraz farklı düşünülmesi gerekir. Kestirim sürecinde katsayıların, gerçekte olasılık oranına ilişkin değişim ölçüleri olduğu bilinmektedir. Katsayıların anlamlılık sınamaları Tablo 17'deki gibidir.

Tablo 17: Helal Konseptli Otelde Çalışma İsteği için Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

	<i>b</i>	S.E.	Z
Sabit Terim	-1,999	1,394	2,056
Eğitim	0,452	0,126	12,830*
Tecrübe	0,192	0,108	3,165*
Departman	0,002	0,043	0,002
Görev	0,592	0,240	6,062*
Örgütsel Bağlılık	-0,389	0,227	2,922*
Birey-Örgüt Uyumu	-0,217	0,197	1,209
Etik	-0,038	0,283	0,018

*.İstatistiksel olarak anlamlı ($z > 1,96$)

Buna göre, sabit terim, eğitim, tecrübe, görev ve örgütsel bağlılık değişkeni için parametre değerlerinin anlamlı olduğuna karar verilmiştir. Anlamlı bulunan parametre değerleri koyu renk ile gösterilmiştir. Helal konseptli otelde çalışma isteğini beta katsayılarının işaretini pozitif olması nedeni ile eğitim düzeyi, tecrübe ve görev değişkenleri artırırken, negatif olması nedeni ile de örgütsel bağlılık değişkeni azaltıcı yönde etkilemektedir. Birey-örgüt uyum ($Z=1,209 < 1,96$) ve etik ($Z=0,018 < 1,96$) değişkenlerine bakıldığında ise helal konseptli otelde çalışma isteğini etkilemedikleri görülmektedir.

Örgütsel bağlılık değişkenini bağımlı değişken olarak tanımlayıp, bunu etkileyeceği düşünülen birey-örgüt uyumu ve etik değişkenleri de bağımsız değişken olarak alınıp regresyon analizi yapılmıştır. Analizi sonuçları Tablo 18'de gösterildiği gibidir.

Tablo 18: Örgütsel Bağlılık İçin Regresyon Analizi Sonuçları

Parametre	<i>b</i>	S.E.	t	P	R ²
(X₁) Birey-Örgüt Uyumu	0,519	0,040	12,867	0,000*	0,417
(X₂) Etik	0,188	0,064	2,931	0,004*	
Sabit Terim	0,739	0,242	3,050	0,002*	

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 18'e göre, birey-örgüt uyumu ve etik değişkenlerinin örgütsel bağlılık değişkenini açıklama oranı %41,7 olarak bulunmuştur. Analiz sonucunda, Sabit terim, birey-örgüt uyumu ve etik değişkenleri için elde edilen parametre değerleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Örgütsel bağlılık değişkenindeki 1 birimlik artış, etik değişkeni sabit iken birey-örgüt uyumu değişkeninde 0,519 birimlik artışa sebep olmaktadır. Örgütsel bağlılık değişkenindeki 1 birimlik artış, birey-örgüt uyumu değişkeni sabit iken etik değişkeninde 0,188 birimlik artışa neden olmaktadır.

Birey-örgüt uyumu değişkenini bağımlı değişken olarak tanımlayıp, bunu etkileyeceği düşünülen alt boyutlar da bağımsız değişken olarak alınıp regresyon analizi yapılmıştır. Analizi sonuçları Tablo 19'da gösterildiği gibidir.

Tablo 19: Birey-Örgüt Uyumu İçin Regresyon Analizi Sonuçları

Parametre	<i>b</i>	S.E.	t	P	R ²
(X₁) Birey-Örgüt Uyumu	0,492	0,040	12,260	0,000*	0,446
(X₂) Meslektaş Sor.	-0,072	0,065	-1,113	0,266	
(X₃) Görev Sor.	-0,126	0,063	-2,008	0,045*	
(X₄) Müşteri İlişkisi	0,276	0,067	4,139	0,000*	
(X₅) Örgüt İçi İlişki	0,105	0,055	1,890	0,060	
Sabit Terim	0,958	0,250	3,834	0,000*	

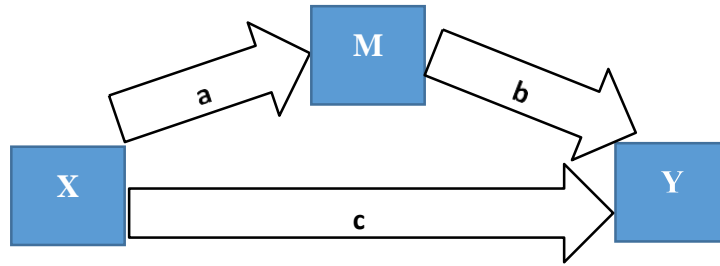
* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 19'a göre, alt boyut değişkenlerinin birey-örgüt uyumu değişkenini açıklama oranı %44,6 olarak bulunmuştur. Analiz sonucunda, sabit terim, birey-örgüt uyumu, görev sorumluluğu ve müşteri ilişkileri değişkenleri için elde edilen parametre değerleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

4741. Birey-Örgüt Uyumunun Örgütsel Bağlılık ve Etik arasındaki Aracılık Etkisi:

Aracılık etkisi, örgütsel davranış araştırmalarında çoğunlukla tercih edilen bir yöntemdir (Taylor vd, 2007). Aracı değişken, iki değişken arasındaki neden-sonuç ilişkisinin bir parçasıdır (McKinnon, Fairchild ve Fritz, 2010:594). Aracılık ilişkisi aşağıdaki şekilde gösterilen bir modelle test edilir. Bu şekilde X bağımsız değişkeni, Y bağımlı değişkeni ve M aracı değişkeni temsil eder. Ayrıca, c yolu bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki etkiyi, a yolu bağımsız değişken ile aracı değişken arasındaki etkiyi, b ise aracı değişken ile bağımlı değişken arasındaki etkiyi göstermektedir (Baron ve Kenny, 1986:116).

Şekil 9: Temel Aracılık Modeli



Aracı değişkenli regresyon analizi üç adımda gerçekleşir:

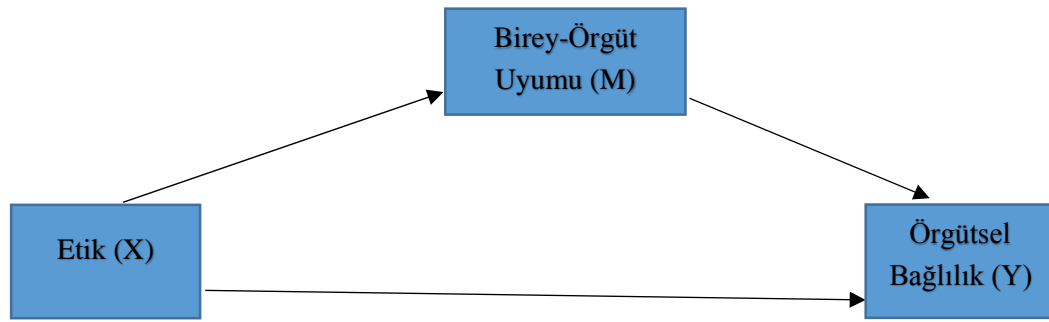
Aşama 1: Bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde etkisi olmalıdır.

Aşama 2: Bağımsız değişken bağımlı değişkeni etkilemelidir.

Aşama 3: Aracı değişken, ikinci adımdaki regresyon analizine dâhil edildiğinde; bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasında anlamlı olmayan ilişki ortaya çıkarsa yani, regresyon analizi beta katsayılarında anlamsızlık olursa tam aracılık etkisinden; bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında kurulan model için beta katsayılarında azalma meydana gelirse kısmi aracılık etkisinden söz edilebilir (Howell, 2013: 547; McKinnon, Fairchild ve Fritz, 2010: 594). Tam olması durumunda aracılık etkisine sahip modelin uygun model olduğunu, kısmen olması durumunda ise kurulan modeli kısmen açıkladığı anlamına gelmektedir.

Etik değişkenini bağımsız değişken olarak tanımlayıp, bundan etkilenen örgütsel bağlılık değişkenini de bağımlı değişken ve birey-örgüt uyumu değişkenini

aracı değişken olarak alınarak aracı değişken regresyon analizi yapılmıştır. Aracı model regresyon için Model 4 kullanılarak analiz yapılmıştır. Etik bağımsız değişkeni hem birey-örgüt aracı değişkeni hem de örgütsel bağıllık bağımlı değişkeni tarafından etkilenmektedir. Birey-örgüt aracı değişkeni de sadece örgütsel bağıllık bağımlı değişkeni tarafından etkilenir. Örgütsel bağıllık bağımlı değişkeni, birey-örgüt aracılık değişkeni vasıtası ile etik bağımsız değişkenini etkilediği varsayılarak analiz yapılmıştır. Etik bağımsız değişkeni, örgütsel bağıllık bağımlı değişkeni tarafından direkt olarak etkilenir. Model 4 bu durumu belirtmektedir.



Şekil 10: Aracı Model için Model 4 diyagramı

Analizi sonuçları Tablo 20-Tablo 21’de gösterildiği gibidir.

Tablo 20: Birey Örgüt Aracı Değişkeni İçin Regresyon Analizi Sonuçları

Parametre	<i>b</i>	S.H.	t	P	R ²
(X₁) Etik	0,699	0,076	9,261	0,000*	0,192
Sabit Terim	0,764	0,314	2,429	0,016*	

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 21: Örgütsel Bağlılık İçin Regresyon Analizi Sonuçları

Parametre	<i>b</i>	S.H.	t	P	R ²
(X₁) Birey-Örgüt Uyumu	0,519	0,040	12,867	0,000*	0,417
(X₂) Etik	0,189	0,064	2,931	0,004*	
Sabit Terim	0,739	0,242	3,050	0,002*	

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 20 ve Tablo 21 incelendiğinde, örgütsel bağıllık değişkeni bağımlı değişken ve birey-örgüt uyumu değişkeni aracı değişken olarak kullanıldığında parametre değerleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Birey-örgüt uyumu

değişkeni ve etik değişkeni birlikte artarken, örgütsel bağlılık değişkeni değeri de artmaktadır. Aynı zamanda, etik değişkeninin birey-örgüt uyumu değişkeni üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş, bu durum ise etik değişkeni artarken birey-örgüt uyumu değişkeni değerinin arttığını belirtmektedir ve ilk iki aşama gerçekleşmiş olmaktadır. Etik değişkeninin örgütsel bağlılık ile olan regresyon analizi sonucunda beta katsayısının değer olarak azaldığı görülmüştür. Bu durumda, kısmi aracılık etkisi olduğu görülmektedir. Birey-Örgüt Uyumu aracı değişkeninin etki değeri, 0,363 olarak bulunmuş ve bu değer istatistiksel olarak anlamlıdır. Örgütsel Bağlılık değişkeninin etik değişkeni üzerindeki etki değeri, 0,189 olarak bulunmuş ve bu değer de istatistiksel olarak anlamlıdır. Kısaca, örgütsel bağlılık değişkeninin birey-örgüt uyumu değişkeni kısmi aracılık etkisi ile etik değişkenini etkilediği söylenebilir. Kısmi aracılık etkisinin var olması bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında başka bir değişkenin de aracılık yapabileceğini göstermektedir (Baron ve Kenny, 1986: 116). Bu durumda, örgütsel bağlılık ile etik algı ilişkisinde birey-örgüt uyumu dışında başka değişkenlerin de aracı olabileceği sonucuna ulaşılabilir.

4.7.5. T Testi Analizleri

Otel yeri bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 22’de gösterilmiştir. Anlamlı bulunan soru grupları koyu olarak verilmiştir. Buna göre, otel yeri bakımından örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumu soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir. Örgütsel bağlılık sorularında, şehir otellerinin ortalaması (3,465), kıyı otellerinin ortalamasına (3,185) göre daha yüksek bulunmuştur. Birey-örgüt uyumu sorularında da yine şehir otellerinin ortalaması (3,726), kıyı otellerinin ortalamasına (3,354) göre daha yüksektir. Etik sorularında ise, otel yeri bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 22: Otel yerine göre, Örgütsel Bağlılık, Birey-Örgüt Uyumu ve Etik Algı soruları için Bağımsız Örneklem t testi Sonuçları

Helal Turizm Anket Soruları		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
1) Örgütsel Bağlılık	Kıyı	85	3,185	0,728	-3,137	0,002*
	Şehir	291	3,465	0,722		
2) Birey-Örgüt U.	Kıyı	94	3,354	1,005	-3,322	0,001*
	Şehir	299	3,726	0,720		
3) Etik	Kıyı	83	4,209	0,570	1,527	0,128
	Şehir	290	4,114	0,485		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Cinsiyet bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 23’te gösterilmiştir. Buna göre, cinsiyet bakımından örgütsel bağlılık, birey-örgüt ve etik soruları puan ortalamaları arasında farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 23: Cinsiyete göre Örgütsel bağlılık, birey-örgüt uyumu ve etik soruları için Bağımsız Örneklem t testi Sonuçları

Helal Turizm Anket Soruları		N	Ortalama	Standart Sapma	t	P
1) Örgütsel Bağlılık	Erkek	212	3,389	0,734	-0,400	0,689
	Kadın	164	3,419	0,731		
2) Birey-Örgüt	Erkek	221	3,619	0,844	-0,472	0,637
	Kadın	172	3,659	0,770		
3) Etik	Erkek	215	4,129	0,502	-0,273	0,785
	Kadın	158	4,143	0,513		

Helal turizm sektöründe çalışma isteği bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 24’te gösterilmiştir. Anlamlı bulunan soru grupları koyu olarak verilmiştir. Buna göre, helal turizm sektöründe

çalışma isteği bakımından örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumu soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 24: Helal Turizm Sektöründe çalışma isteğine göre Örgütsel bağlılık, birey-örgüt ve etik soruları için Bağımsız Örneklem t testi Sonuçları

Helal Turizm Anket Soruları		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
1) Örgütsel Bağlılık	Evet	259	3,488	0,705	3,708	0,000*
	Hayır	105	3,178	0,766		
2) Birey-Örgüt	Evet	267	3,719	0,801	3,308	0,001*
	Hayır	110	3,415	0,834		
3) Etik	Evet	256	4,149	0,529	0,856	0,393
	Hayır	103	4,098	0,473		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Yaş bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 25’te gösterilmiştir. Buna göre, yaş bakımından soruların puan ortalamaları arasında farklılık olmadığı görülmektedir. Yaş bakımından puan ortalamaları arasında fark olmadığından Tukey testi yapılmamıştır. Bundan sonraki analizlerde de puan ortalamalarında farklılık olmayan boyutlar için çoklu karşılaştırma yapılmamıştır. Farklılık yaratan boyutlar için Tukey testi uygulanmıştır.

Tablo 25: Yaşa Göre Örgütsel bağlılık, Birey-Örgüt Uyumu ve Etik Algı soruları için Varyans Analizi testi Sonuçları

Helal Turizm Anket Soruları		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	P
1) Örgütsel Bağlılık	Gruplar Arası	4,033	3	1,344	2,540	0,056
	Gruplar İçi	196,863	372	0,529		
2) Birey-Örgüt	Gruplar Arası	2,581	3	0,860	1,309	0,271
	Gruplar İçi	255,628	389	0,657		
3) Etik	Gruplar Arası	0,632	3	0,211	0,822	0,482
	Gruplar İçi	94,598	369	0,256		

Eğitim bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 26’da gösterilmiştir. Anlamli bulunan soru grupları koyu olarak verilmiştir. Buna göre, eğitim bakımından etik soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görölmektedir. Etik için çoklu karşılaştırma yapıldığında, ilkokul mezunları ile lise, ilkokul mezunları ile önlisans, ilkokul mezunları ile lisans ve ilkokul mezunları ile yüksek lisans mezunları arasında farklılık bulunmuştur.

Tablo 26: Eğitime göre Örgütsel Bağlılık, Birey-Örgüt ve Etik Soruları için Varyans Analizi Testi Sonuçları

Helal Turizm Anket Soruları		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	P
1) Örgütsel Bağlılık	Gruplar Arası	4,068	4	1,017	1,917	0,107
	Gruplar İçi	196,829	371	0,531		
2) Birey-Örgüt	Gruplar Arası	3,156	4	0,789	1,200	0,310
	Gruplar İçi	255,053	388	0,657		
3) Etik	Gruplar Arası	6,370	4	1,592	6,595	0,000*
	Gruplar İçi	88,860	368	0,241		

Çalışma süresi bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 27’de gösterilmiştir. Anlamli bulunan soru grupları koyu olarak verilmiştir. Buna göre, çalışma süresi bakımından örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumu soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görölmektedir. Örgütsel bağlılık için çoklu karşılaştırma (tukey) yapıldığında, 0-1 yıl süre çalışan ile 4-5 yıl çalışanlar arasında ve 0-1 yıl süre çalışan ile 4-5 yıl çalışanlar arasında farklılık bulunmuştur. Birey-örgüt uyumu için çoklu karşılaştırma yapıldığında da benzer bir durum ile karşılaşılmıştır.

Tablo 27: Çalışma süresine göre Örgütsel bağlılık, birey-örgüt uyumu ve etik soruları için Varyans Analizi testi Sonuçları

Helal Turizm Anket Soruları		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	P
1) Örgütsel Bağlılık	Gruplar Arası	25,549	4	6,387	13,514	0,000*
	Gruplar İçi	175,348	371	0,473		
2) Birey-Örgüt	Gruplar Arası	9,974	4	2,493	3,897	0,004*
	Gruplar İçi	248,236	388	0,640		
3) Etik	Gruplar Arası	2,342	4	0,585	2,319	0,057
	Gruplar İçi	92,888	368	0,252		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Departman bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 28’de gösterilmiştir. Anlamlı bulunan soru grupları koyu olarak verilmiştir. Buna göre, departman bakımından örgütsel bağlılık, birey-örgüt uyumu ve etik soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir. Örgütsel bağlılık için çoklu karşılaştırma yapıldığında, FO ile mutfak ve FO ile diğer departmanların farklılığına sebep olduğu görülmüştür. Birey-örgüt uyumu için benzer sonuca ulaşılmıştır. Etik için çoklu karşılaştırma yapıldığında ise, FO ile HK ve FO ile F&B departmanları farklılığına sebep olmuştur.

Tablo 28. Departmana göre Örgütsel bağlılık, birey-örgüt ve etik soruları için Varyans Analizi Testi Sonuçları

Helal Turizm Anket Soruları		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	P
1) Örgütsel Bağlılık	Gruplar Arası	14,601	10	1,460	2,861	0,002*
	Gruplar İçi	186,295	365	0,510		
2) Birey-Örgüt	Gruplar Arası	13,543	10	1,354	2,114	0,023*
	Gruplar İçi	244,666	382	0,640		
3) Etik	Gruplar Arası	8,069	10	0,807	3,351	0,000*
	Gruplar İçi	87,161	362	0,247		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 29: Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez Numarası	Kuramsal Hipotezler	Kabul/Red
H₁	Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile birey- örgüt uyumu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{1,1}	Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{1,2}	Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{1,3}	Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{1,4}	Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve birey-örgüt uyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H₂	Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2,1}	Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2,2}	Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2,3}	Helal konseptli otellerde çalışanların meslektaşları ile ilişkileri ve normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL EDİLE- MEDİ
H_{2,4}	Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2,5}	Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL

H_{2.6}	Helal konseptli otellerde çalışanların görevle ilgili sorumluluklar ile normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL EDİLE- MEDİ
H_{2.7}	Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2.8}	Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2.9}	Helal konseptli otellerde çalışanların müşteriler ile ilişkileri ve normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2.10}	Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve duygusal bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2.11}	Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve devam bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL EDİLE- MEDİ
H_{2.12}	Helal konseptli otellerde çalışanların örgüt içi ilişkileri ve normatif bağlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL EDİLE- MEDİ
H₃	Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{3.1}	Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile duygusal bağlılık arasında pozitif bir ilişki vardır.	KABUL
H_{3.2}	Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile devam bağlılığı arasında pozitif bir ilişki vardır.	KABUL
H_{3.3}	Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumu ile normatif bağlılık arasında pozitif bir ilişki vardır.	KABUL
H₄	Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumunun etik algıları ile örgütsel bağlılıkları arasında aracılık etkisi vardır.	KABUL

SONUÇ VE ÖNERİLER

Etik hayatın her alanında olduğu gibi iş ve meslek alanında da oldukça stratejik bir öneme sahiptir. Turizm ürününün soyut olma özelliği sebebi ile etik problemlerin ortaya çıkması çok daha fazla gerçekleşmektedir. Dolayısıyla turizm sektörü etik değerlere, etik algısı ve değer yargıları yüksek düzeyde çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Helal konseptli otel işletmeleri de tüm turizm işletmelerinde olduğu gibi örgüt değerleri ve çalışan değerlerinin örtüşmesi ile başarılı olabilecektir. Hizmet sektöründeki otel işletmeleri için bir diğer önemli konu; önceden tahmin edilemeyen müşteri taleplerini karşılayacak olan işgörenlerin davranışlarına yön veren örgütsel bağlılıktır (Güçlü, 2006).

Helal konseptli otel işletmelerinin sundukları hizmetler ve bu hizmetleri talep eden misafir profilinin klasik otel işletmelerinden farklı olması, çalışanları da önemli hale getirmektedir. Etiğin temel ilkelerinin (dürüstlük, doğruluk, saygı, mükemmeliyeti aramak, sorumluluk vb.), helal kavramı ile örtüşmesi bağlamında çalışanların etik algıları ve ahlaki davranışları, helal konseptli otel işletmelerindeki hizmet kalitesi, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık için temel teşkil etmektedir. Helal turizm kapsamında hizmet veren otel işletmelerinde, verilen hizmet ve helal kavramı ile örtüşen bir çalışan profili oluşturulmalıdır. Helal turizm üzerine yapılan araştırmalarda da otel misafirlerinin çalışanlar ile ilgili beklentileri arasında Müslüman olmaları ya da dini hassasiyetlere sahip olmaları, İslamiyet'in gerektirdiği şekilde bir hizmet anlayışına sahip olmaları ve bu doğrultuda hizmet vermeleri gerektiği belirtilmiştir (Yusof ve Muhammad, 2013; Mansouri, 2014; Razalli vd., 2013; Saad vd., 2014). Araştırmada öncelikli olarak, bu konseptteki işletmelerin çalışanlarının etik algı düzeyleri nedir, etik algıları, örgütsel bağlılıklarını, birey-örgüt uyumu aracılık ilişkisi ile etkiliyor mu; değerler bakımından çalışanlar ve helal konseptli otel işletmeleri arasında uyum söz konusu mu? Sorularına cevap aranmıştır.

Yapılan analiz sonuçlarına göre, helal konseptli otellerde çalışanların etik algı, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılıkları cinsiyete göre farklılaşmamaktadır. Özkaya, Kocakoç ve Karaa (2006) örgütsel bağlılık ile cinsiyet faktörü arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaların birbiri ile çelişen sonuçlar ortaya koyduğunu, bu iki faktör arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu belirtmişlerdir. Mathieu ve Zajac'ın (1990) araştırması ise bireyin örgütü algılaması açısından cinsiyet faktörünün etkili olduğu yönündedir. Çetinkaya (2016) da çalışmasında cinsiyet ile örgütsel bağlılık faktörleri

arasında pozitif yönde, ancak oldukça zayıf bir ilişki bulunmuştur. Araştırma kapsamındaki helal konseptli otellerde çalışanların cinsiyet bakımından etik algı, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılıkları arasında bir fark bulunmayışı diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir. Bu sonuç, araştırmanın çalışma alanını oluşturan helal konseptli otel işletmeleri ile ilgili bir farklılık olabilir.

Helal konseptli otel işletmelerinin buldukları yere göre (kıyı şeridi veya şehir), çalışanların anket sorularına verdikleri cevaplarda örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumlarının anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur. Otel yeri bakımından etik algı soruları puan ortalamalarında ise anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bu bulgulara göre, otel yerinin etik algıyı etkilemediği, ancak örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumunu etkilediği ifade edilebilir. Helal konseptli otellerde çalışma isteği bakımından örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumu ifadeleri puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir. Yaşa göre soruların puan ortalamaları farklılık göstermezken, eğitim bakımından etik soruları puan ortalamalarında farklılık olduğu görülmektedir. Etik için çoklu karşılaştırma yapıldığında, ilköğretim mezunları ile lise, ilköğretim mezunları ile önlisans, ilköğretim mezunları ile lisans mezunları arasında farklılık bulunmuştur. Eğitim düzeyi arttıkça, etik algı düzeyi de artmaktadır. Etik algı, eğitim düzeyi ile ilişkilidir, bu nedenle helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların eğitim düzeylerine önem verilmelidir. Yine analiz sonuçları, çalışma süresinin birey-örgüt uyumunu ve örgütsel bağlılığı etkilediğini göstermektedir.

Örgütsel bağlılık için çoklu karşılaştırma (tukey testi) yapıldığında, 0-1 yıl süre çalışan ile 4-5 yıl çalışanlar arasında farklılık bulunmuştur. Birey-örgüt uyumu için çoklu karşılaştırma yapıldığında da benzer bir durum ile karşılaşmıştır. Bu sonuç Gümüş, Hamarat ve Erdem'in (2003:997) araştırma sonuçlarından biri olan çalışma süresine göre bağlılığın arttığına dair bulguları ile örtüşmektedir. Örgütte çalışma süresinin uzamasının, çalışanların duygusal bağlılık düzeylerini arttıracığı yapılan diğer çalışmalarla da desteklenmiştir (Allen ve Meyer, 1984; Dyne vd., 1994). Ancak birey-örgüt uyumu açısından Yılmaz (2016)'ın Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi çalışanları üzerine yaptığı araştırmasına göre, çalışma süresi bakımından birey-örgüt uyumunda anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Çalışılan departman, etik, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılığı etkilemektedir. Önbüro departmanında çalışanlar, mutfakta ve diğer departmanlarda

çalışanlara göre örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumu düzeyleri bakımından farklılık göstermiştir. Etik algı düzeyi açısından da yine önbüro departmanı çalışanları ile yiyecek-içecek ve kat hizmetleri çalışanları arasında farklılık söz konusudur. Bu sonucun, önbüro departmanında çalışanların eğitim düzeylerinin daha yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Araştırmada kullanılan anket maddeleri frekans dağılımları incelendiğinde, örgütsel bağlılık ile ilgili ilk dokuz maddeye verilen cevaplara göre, araştırmaya katılan çalışanlar aidiyet ve duygusal bağlılık ile ilgili ifadelere olumlu yanıtlar vermiştir. Ancak devam bağlılığı ve normatif bağlılık sorularında çoğunlukla orta düzey katılım gösterilmiştir. Bu sonuçlar diğer araştırmacıların bulgularını destekler niteliktedir (Çetinkaya, 2016; Polatçı ve Cindiloğlu, 2013). Birey-örgüt uyumu ifadelerine verilen cevaplar incelendiğinde, bireylerin kişisel değerleri ile örgüt değerlerinin uyuştugu, yine diğer çalışanlar ile değerler bakımından benzerlik gösterdiklerini düşündükleri, ayrıca kurum kimliği ile kendi kişiliklerinin ve değer yargılarının uyuştugu yönünde bir sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, yapılan diğer araştırma bulguları ile örtüşmektedir (Çetinkaya, 2016; Moripek, 2016; Ulutaş, 2010). Etik algı faktörlerinden olan ‘‘şirket içi ilişkiler’’ ile ilgili olarak altı ifade (13-18 nolu ifadeler) bulunmaktadır, çalışanların bu altı ifadeye verdikleri cevaplar, başarılı olabilmek için dahi bir yöneticinin etik dışı davranışlarını benimsemediklerini ve diğer çalışanların etik dışı davranışlarına göz yummadıklarını göstermektedir. Ancak işe bir eleman alınırken, o adayın önemli kişilere yakınlığı konusunda orta düzey katılım oranı daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuç üzerine, şirket içi ilişkilerde çalışanların önemli kişiler ile yakınlıklarının etkili olduğu söylenebilir. Etik algı faktörlerinden ‘‘müşteriler ile ilişkiler’’ kapsamında on ifade (19-28. Nolu ifadeler) bulunmaktadır. Bu ifadeler verilen cevaplara göre, bir müşteri ile iş dışı borç-alacak ilişkisine ve işletmeye zarar verecek bir ilişkiye girmediklerini belirtmişlerdir. Müşterilerle flört etmeyi doğru bulmadıklarını ifade etmişler, görev ve sorumluluk alanları dışında da müşterilere yardımcı olmaya çalıştıkları ifadelerine yüksek oranda katılmışlardır. Helal konseptli otel işletmelerinde, müşteriler ile ilişkiler konusunda, ankete katılan çalışanların etik düzeylerinin yüksek olduğu, bu konuda büyük oranda etik dışı davranmadıkları söylenebilir. Araştırmada ulaşılan bu sonuçlar ile Meriç’in (2013) turizm lisans eğitimi alan öğrenciler üzerinde yaptığı çalışması ile aynı doğrultudadır. Etik algı faktörlerinden ‘‘görev ile ilgili sorumluluklar’’ kapsamında dokuz ifade (29-37 nolu ifadeler) yer almaktadır. Bu ifadeler verilen cevaplar, anketteki diğer ifadeler

arasında, ‘kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum’ ile en yüksek puan ortalamalarına sahiptir. Çalışmaya katılarak anketi cevaplayan çalışanlar, işyerine alkol alarak ve herhangi bir uyuşturucu madde kullanarak gelmeme konusunda en yüksek yüzde ile katılım sağlamışlardır. Görevlerini daha iyi yapabilmek için yeni bilgi ve beceriler edinmeye istekli oldukları görülmektedir. Ayrıca müşterilere ait gizli bilgiler, işletme kaynakları ve çalışma saatlerinin suistimal edilmemesi konularında da etik bilince sahip oldukları görülmüştür. Bahadır (2010)’ın önbüro çalışanları üzerine yaptığı çalışmada da müşterilere ait bilgilerin saklanması ile ilgili aynı sonuca ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılanların, Meriç’in (2013) çalışması ile farklı olarak, faaliyetlerine etki edebilecek herhangi bir hediyeyi kabul etme konusunda da etik bilinç düzeylerinin yüksek çıktığı görülmektedir. Helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların görev bilinci bakımından etik davrandıkları, müşterilerden gelen ve yaptıkları işi etkileyecek bir hediyeyi kabul etmedikleri, müşteri olanaklarını kendi kişisel çıkarları için kullanmaktan uzak durdukları sonucuna ulaşılabilir. Katılımcılara, etik algı faktörlerinden olan ‘meslektaşlarla ilişkiler’ üzerine yedi ifade (38-44 nolu ifadeler) sunulmuştur. Bu ifadelere verilen cevaplar çok yakın yüzdelerle kesinlikle katılıyorum olmuştur. Bu sonuca göre, helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların, genel olarak çalışma arkadaşları ile ilişkilerinde etik davrandıkları söylenebilir.

Araştırma sonuçlarından örgütsel bağlılık ve birey-örgüt uyumu arasındaki pozitif yönlü ve güçlü ilişki diğer araştırmacıların elde ettiği sonuçlarla örtüşmektedir (Moripek, 2016; Yıluzar, 2016; Saraç ve Meydan,2013; Aykut, 2007; Meyer vd., 2010). Bu sonuçlara göre birey-örgüt uyumu ile örgütsel bağlılığın etkileşimi olumlu yönde gerçekleşmekte ve birey-örgüt uyumu düzeyi arttıkça, örgütsel bağlılık düzeyinin de arttığı öngörülmektedir. Başka bir ifade ile kişisel değerlerinin örgütsel değerler ile uyduğunu hisseden çalışanlar, bunun bir sonucu olarak çalıştıkları işletmeye bağlılık geliştirmektedir. Valentine vd. (2002), kişi-örgüt uyumunun örgütsel bağlılığı ne düzeyde etkilediğini araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre kişi-örgüt uyumu, doğrudan bireyleri pozitif yönde etkilemektedir. Bu etkilerin başında örgütsel bağlılık gelmektedir. Araştırmada kişi-örgüt uyumunun sağlanması ve devam ettirilmesinin, bireylerin çalıştıkları örgüte karşı örgütsel bağlılık duygularını arttırdığı sonucuna ulaşılabilir.

Araştırmada etik algının, örgütsel bağlılığı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Etik algı düzeyi yüksek çalışanların, örgüt ile daha hızlı ve rahat uyum gösterdiği, dolayısıyla örgütsel bağlılık düzeylerinin de arttığı söylenebilir. Bu sonuç, diğer araştırmacıların (Öğüt ve Kaplan, 2011; Taner ve Elgün, 2015) bulguları ile uyumaktadır.

Araştırma modelinde de görüldüğü gibi, etik algı, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılığın, alt boyutları ile birlikte bir ilişki içerisinde olduğu varsayılmıştır. Bu doğrultuda, hangi boyutların diğerleri ile ilişki içinde olduğunun belirlenebilmesi amacı ile yapılan regresyon analizlerine ilişkin bulgulara göre; örgütsel bağlılık düzeyinin artması, birey-örgüt uyumunda ve etik algı düzeyinde artışa sebep olduğu görülmüştür. Sipahi ve Kesen (2016) de çalışmalarında örgütsel bağlılığın alt boyutu olan normatif bağlılığın birey-örgüt uyumunu olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Kişisel değerleri ile örgütün değerleri uyumlu olan çalışanların bağlılıkları, uyumlu olmayanlara göre daha yüksektir. Araştırmacıların bulgularına göre, örgütsel bağlılık ile birey-örgüt uyumu arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Valentine vd., 2002:357; Alnaçık vd., 2013:280).

Helal konseptli otelde çalışma isteğini lojistik regresyon ile ölçmek üzere cevabı evet veya hayır olan, ‘‘ Helal konseptli otelde çalışmak öncelikli iş tercihiniz midir?’’ sorusu sorulmuştur. Bu soruya 268 kişi evet cevabı verirken, 110 kişi hayır cevabını işaretlemiş ve 16 kişi de bu soruyu cevaplandırmamıştır. Sorulan bu soru ile doğru bir sınıflandırma yapıldığı görülmüştür. Bu sınıflandırmaya göre, araştırmaya katılan çalışanların çoğunun işyeri seçiminde ilk tercihlerinin helal konseptli oteller olduğu söylenebilir. Helal konseptli otelde çalışma isteği değişkenini iki kategorili bağımlı değişken olarak tanımlayıp, bunu etkileyeceği düşünülen eğitim, tecrübe, departman, görev, örgütsel bağlılık, örgüt-birey ve etik değişkenleri de bağımsız değişken olarak alınıp lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre, eğitim düzeyi, görev, iş tecrübesi ve örgütsel bağlılığın helal konseptli otel işletmelerinde çalışma isteğini etkilediği belirlenmiştir. Araştırmanın temel sorusu olan ‘‘etik algı, helal konseptli otellerde çalışma isteğini etkiliyor mu’’ sorusunun cevabı olarak lojistik regresyon bulgularına göre, etkilemediği söylenebilir. Ayrıca birey-örgüt uyumu da helal konseptli otellerde çalışma tercihi açısından anlamlı değildir.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarından bir diğeri de birey-örgüt uyumundaki artışın, örgütsel bağlılık üzerinde de oldukça yüksek bir artışa sebep olmasıdır. Çalışanların değerlerinin, amaçlarının örgüt değerleri ve amaçları ile uyuşması, örgütsel bağlılıklarını da arttırmaktadır. Bu sonuç diğeri araştırmacıların bulguları ile örtüşmektedir (Ulutaş, 2011; Piasentin ve Chapman, 2007). Etik algı düzeyindeki artış, birey-örgüt uyumunda artışa sebep olmaktadır. Çalışanların etik algı düzeyini yüksek hissetmesi, birey-örgüt uyumunu da anlamlı düzeyde arttırmaktadır. Birey-örgüt uyumu, etik algı ve örgütsel bağlılık alt boyutları ile incelendiğinde; birey-örgüt uyumu artarken, duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık, görevle ilgili sorumlulukların da arttığı görülmüştür. Örgütsel bağlılığın etik algı alt boyutları ve birey-örgüt uyumu ile regresyon analizi yapıldığında ise, örgütsel bağlılık artarken, birey-örgüt uyumu, görev ile ilgili sorumluluklar ve müşteriler ile ilişkilerde de anlamlı düzeyde artış bulunmuştur.

Birey-örgüt uyumunun etik algı ve örgütsel bağlılık arasındaki aracılık ilişkisine bakıldığında, etik değişkeninin birey-örgüt uyumu değişkeni aracılığı ile örgütsel bağlılık değişkenini kısmi olarak etkilediği söylenebilir. Birey-örgüt uyumu değişkeni ve etik değişkeni birlikte artarken, örgütsel bağlılık değişkeni değeri de artmaktadır. Aynı zamanda, etik değişkeninin birey-örgüt uyumu değişkeni üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş, bu durum ise etik değişkeni artarken birey-örgüt uyumu değişkeni değerinin arttığını belirtmektedir. Buna göre, çalışanların etik algı düzeylerinin yüksek olması sonucunda, sahip oldukları bireysel değerler ile örgütsel değerleri özdeşleştirdikleri, örgütsel amaçları benimsedikleri ve bağlılık duygularının arttığı söylenebilir. Etik değişkeninin örgütsel bağlılık ile olan regresyon analizi sonucunda beta katsayısının değer olarak azaldığı görülmüştür. Bu durumda, kısmi aracılık etkisi olduğu görülmektedir. Kısmi aracılık etkisinin var olması bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında başka bir değişkenin de aracılık yapabileceğini göstermektedir (Baron ve Kenny, 1986: 116). Bu durumda, örgütsel bağlılık ile etik algı ilişkisinde birey-örgüt uyumu dışında başka değişkenlerin de aracı olabileceği sonucuna ulaşılabilir. Demografik verilerde göze çarpan bir sonuç olarak, çalışmaya katılan örnek kitlenin eğitim düzeyinin düşük olduğu görülmüştür, bu sonucun katılımcılardan büyük çoğunluğun kat hizmetleri departmanında çalışıyor olması ile ilişkisi olduğu söylenebilir, ancak daha fazla nitelik gerektiren satış ve misafir ilişkileri gibi departmanlarda da aynı durum ile karşılaşmıştır. Eğitim seviyesi, etik algıyı etkileyen bir değişken olarak saptanmıştır. Bu bağlamda helal

konseptli otel işletmelerinin personel seçiminde, eğitim seviyesini öncelikli kriterlerden biri olarak belirlemeleri gerekmektedir. Bunun yanısıra eğitimin, sadece personel seçimi aşamasında dikkat edilmesi gereken bir konu olmadığı, işe alımdan sonraki süreçte de eğitim faaliyetlerinin işletmeler tarafından programlanması ve ihtiyaç olduğu belirlenen konu ve durumlar ile ilgili eğitimler verilmesi gerektiği üzerinde durulmalıdır. Böylece, örgütsel etik iklime ve evrensel turizm etik kodlarına daha kolay uyum sağlayabilecek çalışanlar sayesinde daha yüksek misafir memnuniyeti, daha yüksek bağlılık ve birey- örgüt uyumu, daha az personel devri, daha yüksek karlılık gibi olumlu sonuçlar elde edilebilir.

Araştırma bulgularına göre çalışma süresi, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık düzeylerini etkilemektedir, personel devir hızı helal konseptli otel işletmelerinin üzerinde durması gereken bir konudur; turizm sektörünün dinamik yapısı ve özellikle kıyı şeridindeki sezonluk çalışanlar gözönüne alındığında, öncelikle; örgütsel bağlılığı artırmak ve birey-örgüt uyumunu sağlamak için sosyalizasyon süreçlerini doğru uygulamak, personele eğitimler vermek, bir sonraki sezonda yine aynı personel ile çalışmaya özen göstermek başlıca dikkat edilmesi gereken faaliyetler olmalıdır. Tüm bu çalışmalardan önce de, personel seçiminde etik algı düzeyleri ölçülmeli, helal turizm kavramını bilen ve kişisel değerleri etik ve helal kavramı ile uyumlu adaylar işe alınmalıdır.

Turizme dair evrensel etik ilkeler olmasına karşın, çalışanların meslek etiğine dair algı düzeylerinin yükselmesi ve etik konusunda rehber niteliği taşıması açısından, sektör paydaşlarının “turizm meslek etiği el kitapçığı” oluşturmaları gerekmektedir. Yine turizm liselerinin ve üniversitelerin turizm eğitimi veren bölümlerinin dersleri arasına meslek etiği ile ilgili zorunlu ders müfredatına ilave edilmelidir. Helal konseptli otel işletmelerinde ise, insan kaynakları departmanı tarafından hizmet içi eğitim şeklinde ve işe ilk girişteki oryantasyon eğitimleri ve sosyalizasyon sürecinde “helal turizm”, “helal otel” konularında ayrıntılı eğitim programları uygulanmalıdır. Sertifika (helal otel) şartlarında da bu eğitimler periyodik olarak zorunlu kılınmalıdır. Ayrıca, çalışanların etik algı düzeylerinin yükselmesi için örgütsel etik standartlar belirlenmeli, bu standartlara uymayanların nasıl bir yaptırımla karşılaşacakları belirtilmelidir. Çalışanların iş ile ve örgütle ilgili konularda görüşlerine değer verilmeli, etik dışı bir davranış ya da durum ile karşılaşan personel, konuyu korkmadan yönetime ya da belirlenmiş bir departman/birime (insan kaynakları gibi)

iletebilmelidir. En önemlisi de çalışanların rol model alabileceği yöneticilerin ya da örgütteki liderlerin etik konusunda örnek davranış ve yaklaşımlar sergilemeleridir.

Araştırma helal konseptli otel işletmelerindeki çalışanların etik algıları, örgüte bağlılıkları ve örgüt ile uyumlarını ve yine bu doğrultuda çalışanların çalışma isteği bakımından helal konseptli otel işletmelerine yönelik düşüncelerini ortaya koymuş olması nedeni ile başta helal konseptli otel işletmelerinin yöneticileri ve diğer sektör paydaşları için önemli değerlendirmeler sunmuştur. Çalışanlara yönelik yapılan ilk çalışma olması sebebi ile de helal oteller ve helal turizm konusunda çalışmak isteyen diğer araştırmacılara da yol gösterici ve katkı sağlayıcı olacaktır.

Araştırmacılar için gelecek akademik çalışmalarda helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların birey-örgüt uyumu çerçevesinde işe alım süreçleri, işletmelerin personel seçim kriterleri ile ilgili bir çalışma alan yazına ve uygulamacılara önemli bir katkı sağlayabilir. Ayrıca yapılan çalışmanın daha geniş ölçekte tekrarlanması, özellikle yurtdışındaki helal konseptli otel işletmeleri ile Türkiye'dekilerin karşılaştırılması, sektör ve akademik alanyazın açısından faydalı olabilir. Aynı çalışma, helal turizm kapsamında faaliyet gösteren diğer işletme türleri için (acenteler, restoranlar vb.) de yapılabilir. Son olarak, örgütsel bağlılık ile etik algı ilişkisinde birey-örgüt uyumu dışında başka değişkenlerin de aracı olabileceği sonucu doğrultusunda, örgütsel adalet, psikolojik sözleşme gibi farklı değişkenlerin aracılık etkisi araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Adjukiewicz, K. (Çeviren:Ahmet Cevizci) (1994). *Felsefeye Giriş Temel Kavramlar ve Kuramlar*, Gündoğan Yayınları, Ankara, 2. Baskı, 1994, s: 148.

Akıncı, Z. (2002). ”Turizm Sektöründe İş gören İş Tatminini Etkileyen Faktörler: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama”, *Akdeniz İİBF Dergisi*, 2002, Cilt:2, No:4, s:1-25.

Akoğlan Kozak, M.(2006). *Otel İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi*, 5. Basım, Detay Yayıncılık, Ankara.

Akoğlan Kozak, M. (2016). *Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar*. Ankara: Detay Yayıncılık, 6. Baskı, s: 77.

Akoğlan Kozak, M. Ve Kozak, N. (1995). “Otel İşletmelerinde Personel Kullanım Alanları Üzerine Bazı Gözlemler”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:6, sayı:2, s:36-39.

Arslan, M. (2005). *İş ve Meslek Ahlakı*, Siyasal Kitabevi, 2. Baskı, Mart 2005, Ankara.

Backhaus, K. (2003). “Importance of Person-Job Fit to Job Seekers”, *Career Development International* 8(1):21-26, February 2003

Battour, M., Ismail, M. N. (2015). “Halal tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future”, *Tourism Management Perspectives*.

Başaran, İ.E. (2000). *Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü*, Ankara, 3. Basım, s:120-122

Başaran, İ.E. (2004). *Yönetimde İnsan İlişkileri Yönetimsel Davranış*, Nobel Yayın Dağıtım, 3. Baskı, Mart 2004, Ankara.

Bektaş, Ç. Ve Köseoğlu, M.A. (2008). “İş Etiği ve İş Etiğinin Yayılım Süreci”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13, 128-145.

Bezci, B. (2006). “Hegel’in Felsefesinde Etik, Politik Olan ve Özgürlük”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 21, Sayı:2, Yıl:2006, ss.235-251.

Bircan, H.H. (2004). ‘‘Teleolojik ve Deontolojik Açıdan "Li-Vechillah" Teriminin Kur'an'ın Ahlak Değerleriyle İlişkisi’’, *M.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 27 (2004/2), 65-86.

Bikun, R.İ. (2011). *İş Ahlakı*, İgiad Yayınları (Çeviren Ahmet Yaşar), İstanbul, 2. Baskı, Ocak 2011.

Bilgin, K.U. (1997). ‘‘Kamu Yönetiminde Yönetmelik Etiğinin Yönetim Ölçeğinde Değerlendirilmesi’’, *21. Yüzyılda Nasıl Bir Kamu Yönetimi Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Ankara, TODAİ, 12-26.

Boğan, E., Batman, O. Ve Sarıışık, M. (2016). ‘‘Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi Ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme’’, *3rd International Congress of Tourism & Management Researches*, 20-22 Mayıs, Antalya.

Boylu, Y., Pelit, E., Güçer, E. (2007). ‘‘Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma’’, *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, C.44, No:511, ss: 55-74

Bowen, David E., Ledford, Gerald E., Nathan, Barry R.; ‘‘Hiring for the Organization not the Job’’, *Academy of Management Executive*, Cilt.5, No.4, 1991, s.35-51.

Bright, L. (2007). ‘‘Does Person-Organization Fit Mediate Relationship Between Public Service Motivation and the Job Performance of Public Employees’’, *Review of Public Personnel Administration*, Volume 27, Number 4, Sage Pub., December 2007.

Cable, Daniel M.; Edwards, Jeffrey R.; ‘‘Complementary and Supplementary Fit: A Theoretical and Empirical Integration’’, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 89, No. 5, 2004, pp. 822-834

Cable, D.M., Judge, T.A.(1995), ‘‘The Role of Person-Organization Fit in Organizational Selection Decisions’’, (CAHRS Working Paper:95-07). *Ithaca, NY: Cornell University, School of Industrial and Labor Relations, Center for Advanced Human Resource Studies*. <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cahrswp/197>

Cable, D. M., Judge, T. A. (1996). "Person-Organization Fit, Job Choice Decisions, and Organizational Entry", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 67, No. 3, September 1996, pp. 294-311

Can Aktan, <http://canaktan.org/din-ahlak/ahlak/ahlak-felsefesi/ahlak-nedir.htm>, 14 Mart 2017.

Carboni, M., Perelli, C., Sistu, G. (2014). "Is Islamic tourism a Viable Option for Tunisian Tourism? Insights from Djerba", *Tourism Management Perspectives*, 11, s. 1-9.

Cevizci, A. (1997). *Felsefe Sözlüğü*. 2. Basım, Ekin Yayınları, Ankara.

Cevizci, A. (2008) *Etiğe Giriş*, Paradigma Yayınları, 2. Basım, 2008, İstanbul.

Chatman, J.A. (1989). "Improving interactional organizational research: A model of person-organization fit". *Academy of Management Review*, 14, 333-349.

Cherrington, J.O. ve Cherrington, D.J. (1992), "A Menu of Moral Issues: One Week in the Life of the Wall Street Journal", *Journal of Business Ethics*, Vol. 11 (1992): 255-265.

Clercq, D.D. ve Rius, I.B. (2007). "Organizational Commitment in Mexican Small and Medium Sized Firms: The Role of Work Status, Organizational Climate and Entrepreneurial Orientation", *Journal of Small Business Management, ABI/Inform Global*, p.469.

Coşun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS UYGULAMALARI*, Sakarya Yayıncılık, 8. Baskı, Mart 2015, Sakarya.

Cüceloğlu, D. (2000). *İçimizdeki Çocuk*, 24. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Çelik, A., Akgemci, T. Ve Aydoğan, E. (2003). "Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Etik: Yönetim Kuramları Açısından Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım", *Etik 2003: 1. Türkiye Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi Bildiri Kitabı*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi (HÜEM):574-588.

Demircan, N. Ve Ceylan, A.(2003), ‘‘Örgütsel Güven Kavramı: Nedenleri ve Sonuçları’’, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt:10, Sayı:2, s:139-150.

Demirçivi, B.M. ve Yeşiltaş, M. (2015). *Etik Kodları ve Turizm*, Ankara, 2015, 1. Baskı, Detay Yayıncılık.

Din, K. H. (1989). ‘‘Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options’’. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 542-563.

Doğan, M. (2010). ‘‘Türkiye’de İslami Turizm’in Gelişimi: 2002–2009’’. *Political Economy, Crisis And Development (Politik İktisat, Kriz Ve Kalkınma)*, s. 471-478.

Donyadide, A. (2010). ‘‘Ethics in Tourism’’, *European Journal of Social Sciences – Volume 17, Number 3 (2010)*

Doruk U. I. (2012). ‘‘İş Yerinde Birey-Çevre Uyumu: Kuramsal yaklaşımlar ve Örgüt Psikolojisindeki Yeri’’, *Türk Psikoloji Yazıları*, C. 15, S. 30, Aralık 2012, s. 12-22

Durkheim,E. (Çev.Mehmet Karasan) (1949). *Meslek Ahlakı* , Fransız Klasikleri:164, Milli Eğitim Basımevi, Ankara.

Edwards, J. R., Caplan, R. D., & Harrison, R. V. (1998). *Person-environment fit theory: Conceptual foundations, empirical evidence, and directions for future research*. In C. L. Cooper (Ed.), *Theories of organizational stress* (pp. 28-67). Oxford: Oxford University Press

Efeoğlu, E.İ. (2006). ‘‘İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi, İş Doyumu Ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma’’, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi, Adana.

Elbeyi, P. Ve Güçer, E. (2007). ‘‘İşletme Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Davranışlarının İş Etiği Kapsamında Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma’’, *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, Bahar, 32-49

Erol Fidan, M. Ve Subaşı, Ş. (2014). ‘‘Muhasebe Meslek Mensubu Adaylarının Etik Algıları: İstanbul İli Örneği’’, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ekim 2014.

Ersoy, S. ve Bayraktaroğlu S. (2010). Örgütsel Bağlılık. (Editör: Derya Ergun Özler). *Örgütsel Davranışta Güncel Konular*. İstanbul, Ekin Yayın Evi, 2010.

Etik Zirvesi, <http://www.etikzirvesi.com/erişim> 01.04.2017

Feldman, F. (2012). *Etik Nedir?*, (Çev.Ferit Burak Aydar), Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 1. Baskı, Eylül 2012, İstanbul.

Fisher, C.D. (1986). "Organizational Socialization: an integrative review. In K.M. Rowland and G.R. Ferris (Eds) Research in personel in human resources management", 4. *Greenwich, C.T. : JAI Press*, pp.101-145.

Fromm, E. (2000). *Sevme Sanatı*, (Çeviren I.Gündüz), Say Kitap Yayınları, İstanbul.

GIFR (Global Islamic Finance Report), http://www.gifr.net/gifr2013/ch_13.PDF

GİMDES Helal Otel ve Konaklama Hizmeti genel şartnamesi.

Güçlü, H. (2006). "Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi."(Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.

Gül, H. (2002). Örgütsel Bağlılık Yaklaşımlarının Mukayesesi Ve Değerlendirmesi (Çevrimiçi) http://www.onlinedergi.com/makaledosyaları/51/pdf2002_1_4.pdf, s:37-55.

Güney, S., *Örgütsel Davranış*, Nobel Yayınları, 3.Basım, Mart 2015, s:275-293, Ankara.

Gürbüz, S. Ve Şeşen, H. (2016). *Yönetimde Güncel Konular*, Beta Basım A.Ş., 1. Baskı, Temmuz, 2016, İstanbul.

Gray, J.W. (2011). Notes On Business Ethics, <https://ethicalrealism.files.wordpress.com>, 2 Mart 2017.

Hassan,A.R.(2007). *Islamic Tourism Revisited*,<http://islamictourism.com>.
<http://www.islamictourism.com/PDFs/Issue%2032/English/2.pdf>. Erişim Tarihi: 08.12.2016.

Henderson, J.C. (2010). "Sharia-Compliant Hotels". *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246-254.

Howell, David C. (2013) “Statistical Methods for Psychology”, Wadsworth, Cengage Learning, 8.Edt., Belmont.McKinnon, D. P., Fairchild, A. J. ve Fritz, M. S. (2010). “Mediation Analysis”, *Annual Review of Psychology*, 58, 593–614.

Işık, M. (2013). *İletişim ve Etik*, Eğitim Yayınevi, Konya, Ocak 2013.

İş Ahlakı Dergisi, <http://isahlakidergisi.com/wp-content/uploads/2016/-ozen-full.pdf>
8 Şubat 2017.

İşseveroğlu, G. (2001), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik”, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt:8, Sayı:2, s.55-67.

Jafari, J., Scott, N. (2014). “Muslim World and Its Tourisms”. *Annals of Tourism Research*, 44, s.1-19.

Jih, W.K. ve Lee, Y.T., “Effects of Service Quality and Shared Value on Trust and Commitment: An Emprical Study of 3CS Product Customerr In Taiwan”, *International Journal of Business Studies*, Vo.15, No:22, 2007, p.84

Johnson, C.E. (2006), *Ethics in the Workplace: Tools and Tactics for Organizational Transformation*, First Edition, Sage Publications, Inc:California, USA.

Karasoy, Y., Ahi Kelimesi ve Türk Kültüründe Ahilik. <http://sutad.selcuk.edu.tr>.
(Erişim tarihi: 06.03.2017).

Kılavuz, R. (2002). “Yönetsel Etik ve Halkın Yönetsel Etik Oluşumuna Etkileri”, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık 2002, Cilt:26, No:2, s:255-266.

Kılıç, K. C. (2010). “Bireysel ve Örgütsel Değerler Arasındaki Uyumun Çalışanların İş davranışlarına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 19, S. 1, 2010, s. 20-35

Kılınc, İ. (2000). “İş Etiği Kapsamında Otel Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Etik Sorumluluklarının İzmir’de Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Öğrenimi Gören Öğrencilerin Bakış Açuları İle Değerlendirilmesi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3.

Kırel, Ç. (2000), *Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları: no.1211, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları; no.168

Koçel, T. (2015). *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınları, İstanbul, 16. Baskı, Eylül 2015, s.534.

Köse, S. (2012). *İslam İş ve Ticaret Ahlakı, İGİAD Yayınları*, 12, 5, İstanbul.

Kristof-Brown, Amy L., Zimmerman, Ryan D., Johnson, Erin C.; “Consequences of Individuals’ Fit at Work: A Meta-Analysis of Person-Job, Person-Organization, Person-Group, and Person-Supervisor Fit”, *Personnel Psychology*, Cilt.58, 2005, s.281-342.

Kuçuradi, İ. (1999). *Etik*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayını, Ankara.

Kwantes, C. T., Boglarsky, C. Ve Arbour, S. (2007). “Organizational Culture Fit and Outcomes in Six National Contexts: An Organizational Level Analysis”, *Journal of Organizational Culture, Communication and Conflict*, ABI, Inform Global, 2007.

Mcallister, D.J.; (1995). “Affect And Cognition Based Trust As Foundadtions Of nterpersonal Cooperation n Organizations”, *Academy Of Management Journal*, 38: 24-59

McIntosh, R. W. ve Goeldner, C. (1990). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*, New York, NY: John Wiley and Sons Inc.

Mignerey, J.T.; Rubin, R.B. (1995). “Organizational Entry: An Investigation of Newcomer Communication Behaviour and Uncertainty”, *Communication Research*. Feb 1995, Vol:22 Issue:1.

MESS (Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası), Çeviren Engin, C.(2005). *Harvard Business Review, Şirket Ahlakı*, BZD Yayın, Yayın no:466, İstanbul, Eylül 2005.

Mowday, R.T. (1999). “Reflections on the Study and Relevance of Organizational Commitment”, *Human Resources Management Review*, 8 (4).

Nalbant, E. (2005). “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, cilt:12, sayı:1, s:193-201.

O'Reilly, C. ve Caldwell, D.F. (1981), "The Commitment and Job Tenure of New Employees: Some Evidence of Postdecisional Justification", *Administrative Science Quarterly*, C. 26, ss. 597- 616.

O'Reilly III, Charles, Chatman, Jennifer, Caldwell, David F. (1991). "People and Organization Culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit", *Academy of Management Journal*, Vo.34, No.3, 1991.

Ostroff, C., Shin, Y. Ve Kinicki, A.J. (2005). "Multiple Perspectives of Congruence: Relationships Between Value Congruence and Employee Attitudes", *Journal of Organizational Behaviour*, John Wiley & Sons Ltd., 2005, s.591-592.

Otlu, F. (1999). "Muhasebe Mesleğinde Meslek Ahlakının Yeri ve Önemi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı:4, s:125-142.

Özdamar, K. (2013). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Pelikan Yayıncılık, Nisan Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.

Özgener, Ş., (2004). *İş Ahlakının Temelleri Yöneltil Bir Yaklaşım*, Nobel Yayın, Yayın No:642, Ankara.

Özkalp, E., Kirel, Ç. (2011). *Örgütsel Davranış*, Ekin Basım-Yayım, Ekim 2011, 5. Baskı, s:503-540), Bursa.

Özlem, D.(2004). *Etik -Ahlâk Felsefesi*, İstanbul, İnkılâp Kitapevi, Anka Basım, 2004.

Pamukçu, H. Ve Arpacı, Ö. (2015). "Helal Konseptli Otel İşletmeleri: Türkiye'deki Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma", 1.Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, Kasım 2015.

Payne, D. Dimanche, F. (1996), "An ethics model". *Journal of Business Ethics*, 15 (9), ss. 997–1007.

Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş*, çev. Veysel Atayman, Gönül Sezer, Ayrıntı Yayınları: 265, 1. Basım, İstanbul.

Pelit, E. Ve Güçer, E. (2007). "İşletme Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Davranışlarının İş Etiği Kapsamında Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma", *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, Nisan 2007.

Penley, L.E. ve Gould, S. (1988), “Etzioni’s Model of Organizational Involvement: A Perspective for Understanding Commitment to Organizations”, *Journal of Organizational Behavior*, Cilt 9, ss.43-59.

Pınar, H.A. ve Turan, M. (2010). “Sinerjik Yönetmel Uygulamaların Strateji Bileşenleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Bir Araştırma”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 19, Sayı 2, 2010, Sayfa 427 – 449

Randall, D. (1987). “Commitment and the Organization: The Organization Man Revisited”, *Academy of Management Review Journal*, 10(3).

Reichers, A.E. (1985): “A Review and Reconceptualization of Organizational Commitment”, *Academy of Management Review*, Cilt 10, Sayı 3, ss.465-476

Reynolds P. (2000). “Profit and Principles: Business Ethics in Hotel Management Companies in Asia”, *Australian Journal of Hospitality Management*, 2000; 7(1):1-13.

Saad, H., Ali, B., Abdel-Ati, A. (2014). “Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges”, *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), s. 1-13.

Sabuncuoğlu, E. (2007). “Eğitim, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”, *Ege Akademik Bakış*, Y.7, s.2.

Sabuncuoğlu, Z. (2009). *Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış*, MKM Yayıncılık, Şubat 2009, Bursa.

Saldamlı, A. (2009), *İşletmelerde Örgütsel Bağlılık ve İşgören Performansı*, Ankara: Detay Yayıncılık, 1.Baskı.

Sarıışık, M., Akova, O., Çontu, M., (2006), “Otel Yöneticilerinin Etik Politika ve Yöntemlere Yaklaşımları Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1, Bahar: 22-34.

Sayım, F. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Tez Yazım Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Birinci Baskı, Yayın No:145, Ankara, Eylül 2011.

Schneider, B. (1987). “The people make the place”. *Personnel Psychology*, 40, 43753. http://www.benschneiderphd.com/People_Make_the_Place_PP_1987.pdf Erişim tarihi:21.12.2016.

Schwartz, M. (2001). "The Nature of The Relationship Between Corporate Codes of Ethics and Behaviour", *Journal of Business Ethics*, 32, pp:247-262.

Serin, M.K. ve Buluç, B.(2012), "İlköğretim Okul Müdürlerinin Öğretim Liderliği Davranışları ile Öğretmenlerin örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Cilt 18, Sayı 3, 2012, s. 435-459.

Silva, P. (2006). "Effects of Disposition on Hospitality Employee Job Satisfaction and Commitment", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4).

Silverthone, C. (2004). "The Impact of Organizational Culture and Person-Organization Fit on Organizational Commitment and Job Satisfaction in Taiwan", *The Leadership and Organizational Development Journal*, Vol.25, No.7, 2004, pp.592-599, Emerald Group Publishing Limited, 2004, USA.

Singer, P. (2015). *Pratik Etik*, (Çev. Nedim Çatlı), İthaki Yayınları, 1. Baskı, Ekim 2015, İstanbul.

Sipahi, G.A. ve Kesen, M. (2016). "Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılığın Birey-Örgüt Uyumu ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi", *15. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Kitapçığı*, İstanbul Üniversitesi, 26-28 Mayıs 2016, İstanbul.

Seymen A., O. (2008). *Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Örgüt Kültürü Tipleri Üzerine Bir Araştırma*, Detay Yayınları 235, 1. Baskı, Haziran 2008.

Stevens B. (1997). "Hotel Ethical Codes: a Content Analysis", *International Journal of Hospitality Management*, 1997; 16(3): 261-271.

Synman, C. (1994). "Media Ethics: A Deontological Approach", *Ecquid Novi*, 15(1), 43-72.

Şimşek, B. (2001). "İşletmelerde Çıkar Çatışmasından Kaynaklanan Etik Sorunlar", *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 2001, Cilt:3, Sayı:1, Sıra:3, No:98

Şimşek, M.Ş., Akgemci, T., Çelik, A. (2011). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Gazi Kitabevi, 7. Baskı, Ankara, Eylül 2011.

Taylor, W.F. (2016). *Bilimsel Yönetimin İlkeleri (Principles of Scientific Management)*, Çeviren Bahadır Akın, Adres Yayınevi, Ankara, 8. Baskı, Şubat 2016, s.108-109

Temizkan, R., Ceylanlar, N.A., Şen, B. (2017). ‘‘Helal Otel Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Personel Seçim Kriterleri Ve Klasik Otel İşletmeleri İle Karşılaştırılması’’, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi 7-9 Nisan 2017, Alanya.

Tepe, H. (2011). *Etik ve Metaetik*, Türkiye Felsefe Kurumu Türk Felsefesi Dizisi:2, 2.Baskı, Ankara.

Thompson, D. F., (1985). ‘‘The Possibility of Administrative Ethics’’, *Public Administration Review*, September-October, pp.555-61

TSE Türk Standartları Enstitüsü, *Helal Yönetim Sistemi-Oteller*, TS 13683, Şubat 2016.

Turizm Gazetesi, <http://www.turizmgazetesi.com/news>, 25 Şubat 2017.

Tutar, H. (2016). *Örgütsel Davranış*, Detay Yayıncılık, 1.Baskı, Ankara, 2016, s:223-230

Türk Dil Kurumu, <http://www.tdk.gov.tr> , 5 Şubat 2017, 20 Şubat 2017

Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,

<http://www.diyantislamansiklopedisi.com/helal/13> Şubat 2017.

Tüsiad, <http://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/3675-dunyada-ve-turkiyede-is-etigi-ve-etik-yonetimi>, 9 Mart 2017.

Ulutaş, M. (2010). ‘‘Birey Örgüt Uyumu Kuramı ve Dalaman Havalimanı Çalışanları Üzerine Bir Alan Araştırması’’, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi.

Ulutaş, M. (2011). *Harmonik Yönetim (Birey-Örgüt Uyumu)*, Ulvita Yayıncılık, 1.Basım, Haziran 2011.

Ural, Ş. (1999). ‘‘Etik Kurallar Oluşturulurken’’, *Doğu Batı Düşünce Dergisi, Felsefe Sanat ve Kültür Yayınları*, Sayı:4, s:33-46.

Uyguç, N. (2004). ‘‘DEÜ Araştırma ve Uygulama Hastanesi Merkez Laboratuvarı Çalışanlarının Örgüte Bağlılıklarını ve İşten Ayrılma Niyetlerini Etkileyen Faktörler’’, *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, Y.19,s.1

Valen, G. Ve Casado, M. (2000). ‘‘Ethical Principles for the Hospitality Curriculum’’, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(2): 44-51.

Wasti A. (2000), ‘‘Meyer ve Allen’in Üç Boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi’’, 8. *Ulusal Yönetim ve Örgüt Kongresi Bildiriler Kitabı*, Nevşehir; 25-27 Mayıs.

Yıldırımbulut, E. (2006). ‘‘The Effects of Person-Job Fit Person-Organization Fit and Social Support on Job Stress: A Study in Call Centers’’, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul, 2006.

Ekler

Ek 1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda hazırlanmakta olan “**HELAL KONSEPTLİ OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN ETİK ALGILARI, BİREY-ÖRGÜT UYUMU VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIKLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**” isimli yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Çalışmadan elde edilen bilgiler kesinlikle bilimsel amaçlar için kullanılacaktır ve gizli tutulacaktır. Sonuçların sağlıklı bir şekilde analiz edilebilmesi için bütün soruları cevaplamanız büyük önem taşımaktadır.

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Cihan Seçilmiş

Tezi Hazırlayan

Nur Aybike Ceylanlar

ANKET

1. Cinsiyetiniz: Erkek Kadın

2. Yaşınız: 18-25 Yaş 25-35 Yaş 35-50 Yaş 50 Yaş ve üzeri

3. Eğitim Düzeyiniz: İlkokul Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans

4. Turizm Sektöründeki Tecrübeniz: 0-1 Yıl 2-3 Yıl 4-5 Yıl 6-7 Yıl 7 Yıl ve üzeri

5. Bu İşletmedeki Çalışma Süreniz: 0-1 Yıl 2-3 Yıl 4-5 Yıl 6-7 Yıl 7 Yıl ve üzeri

6. Çalıştığınız Departman: Önbüro Satış Kat Hizmetleri Muhasebe İnsan Kaynakları Yiyecek-İçecek Teknik Servis Misafir İlişkileri Mutfak SPA Diğer

7. Bu İşletmedeki Göreviniz: Üst düzey yönetici (koordinatör, müdür) Orta kademe yönetici (şef, supervisor, shift lideri, sorumlu) Departman Görevlisi

8. Helal konseptli otelde çalışmak öncelikli iş tercihiniz midir?

Evet Hayır

Lütfen aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı X işareti koyarak ve katılım düzeylerinden sadece birini seçerek belirtiniz.

	(5) Kesinlikle Katılıyorum	(4) Katılıyorum	(3) Kararsızım	(2) Katılmıyorum	(1) Kesinlikle Katılmıyorum
1.Kurumuma karşı güçlü bir aidiyet duygum yok.					
2.Bu kuruma duygusal açıdan bir bağlılık hissetmiyorum.					
3.Bu kurumun benim için çok özel bir anlamı var.					
4.İstesem de şu anda kurumumdan ayrılmak benim için çok zor olurdu.					
5.Şu anda kurumumdan ayrılmak istediğime karar versem, hayatımın çoğu alt üst olur.					
6.Eğer bu kuruma kendimden bu kadar çok vermiş olmasaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim.					
7.Buradaki insanlara karşı yükümlülük hissettiğim için, şu an için kurumumdan ayrılmak istemiyorum					
8.Benim için çok avantajlı olsa da, kurumumdan şu anda ayrılmamanın doğru olmadığına inanıyorum.					
9.Kurumumdan şimdi ayrılırsam, kendimi suçlu hissederim.					
10.Benim değerlerim (değer-yargıları), bu kurumun değerleriyle uyumaktadır					
11.Benim değerlerimle, şu anda bu iş yerinde çalışanların değerleri birbiriyle uyumludur.					
12.Bu kurumun kimliği ve değerleri, benim değerlerimi ve kişiliğimi yansıtmaktadır.					
13.Bir yöneticinin, şirket kararlarından çok kişisel yarar sağlayacak, etik dışı davranışlarına göz yummam					
14.Şirkette başarılı olabilmek için üst düzey bir yöneticinin etik anlayışını benimsemem					
15. Şirkette çalışanların, etik dışı olarak düşünebileceğim davranışlar göstermesine izin vermem					
16. Bir yöneticinin, kişisel yararlarından çok şirkete yarar sağlayacak, etik dışı davranışlarına göz yummam					
17. İşe eleman alırken, adayın önemli kişilere olan yakınlığı benim için belirleyici unsur değildir					
18. İşletmede işe alınacak personelin daha önce etik dışı davranışlarının olup olmadığına bakarım					
19. İş hacmi yüksek olan müşterilerle daha çok ilgilenirim					
20. Bir müşteri ile iş dışı borç-alacak ilişkisine girmekten çekinirim					
21.Müşterilerin herhangi biriyle, işletmeye zarar verecek bir ortaklık ilişkisine girmem					
22.Müşterilerin yaptığı eleştirileri önemserim					

23. Kişisel işler için müşterileri kullanmaktan çekinirim					
24. İş ilişkisi içine girilen müşterilerle flört etmeyi doğru bulmuyorum					
25. Akraba veya tanıdık müşterilere ayrıcalıklı davranmam					
26. Kendi ideolojik görüşlerim doğrultusunda müşterileri yönlendirmekten kaçınırım					
27. Hareketlerini tasvip etmediğim herhangi bir müşteriyi deşifre ederim					
28. Müşterilere görev alanım dışındaki konularda yardımcı olmaya çalışırım					
29. Çalışma saatleri içerisinde kişisel işlerle ilgilenmem					
30. İşletmenin fiziksel kaynaklarını (malzeme, araç-gereç vb.) kişisel amaçlar için kullanmam					
31. Geçerli mazeret dışında iş saatlerini ihlal etmekten çekinirim					
32. Müşterilere ait gizli tutulması gereken bilgileri, diğer müşterilerin önünde açıklamam					
33. İşyerine alkol alarak veya uyuşturucu herhangi bir madde kullanarak gelmem					
34. Müşteri olanaklarını kişisel çıkar için kullanmaktan çekinirim					
35. Faaliyetlerime etki edebilecek herhangi bir hediyeyi kabul etmem					
36. Ek iş yükü getirirse de müşteriye daha iyi hizmet verebilmek için farklı materyaller kullanırım					
37. Görevimi daha iyi yapabilmek için yeni bilgi ve beceriler edinirim					
38. Kendi yaptığım bir hatayı beni zor durumda bıraksa da meslektaşlarıma yüklemem					
39. Meslektaşlarla ilişkilerimde, ideolojik nedenlerle araya mesafe koymam					
40. Meslektaşlarımla ilişkilerimde cinsiyet ayrımı gözetmem					
41. Meslektaşlarıma karşı, konuşmalarımda üstünlük sağlamaya yönelik çaba göstermem					
42. Meslektaşımın başarısını kendime mal etmem					
43. Meslektaşlarım hakkında olumsuz açıklamalar yapmaktan kaçınırım					
44. Meslektaşlarıma ait gizli bilgileri açıklamaktan çekinirim					