

# Birey-Örgüt Uyumunun Etik Algı ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki Aracılık Etkisi: Helal Konseptli Otel İşletmelerinde Bir Araştırma\*

Cihan Seçilmiş, Nur Aybike Ceylanlar

**Öz:** Bu çalışma, otel işletmelerinde çalışanların etik algıları ile birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Etik değerlerle yakın ilişkili bir konsept olması nedeniyle örneklem olarak "helal oteller" seçilmiştir. Bu çalışma ile helal turizm kapsamında, iş gören 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. Bu çalışmada öncelikle "helal otel" kavramının içerdiği değerler ve örgütsel etik değerler ile çalışanların bireysel etik değerlerinin örtüşüp örtüşmediği araştırılmıştır. Daha sonra çalışanların, örgütsel etik ortamı nasıl algıladıkları ve bu algılarının örgüt ile uyumlarını ve örgüte bağlılıklarını etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa ne yönde etkilediği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, Türkiye'de farklı illerde faaliyet gösteren helal konseptli otellerde çalışan 394 katılımcıya anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda etik değişkeninin birey-örgüt uyumu değişkeni aracılığı ile örgütsel bağlılık değişkenini kısmi olarak etkilediği, örgütsel bağlılık ile etik algı ilişkisinde birey-örgüt uyumu dışında başka değişkenlerin de aracı olabileceği sonucuna varılmıştır. 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 ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Etik, birey-örgüt uyumu, örgütsel bağlılık, helal otel, örgütsel etik

**Abstract:** This study aims to reveal the relationship of hotel employees' perceptions of ethicality and person-organization fit with organizational commitment. As this concept is closely related to ethical values, halal hotel enterprises have been chosen for the sample. Measuring the relationship in this study among employees' perceptions of ethicality, person-organization fit, and organizational commitment within the scope of halal hotel enterprises will help human resources make better decisions, make a significant contribution to the academic literature, and provide important information to businesses and employers in this new and rapidly growing market. This study primarily investigates whether values, organization's ethical values in halal-conceptualized hotels, and the employees' individual ethical values are compatible. The study then attempts to determine how employees perceive the organization's ethical environment, whether their perceptions affect their adaptation and commitment to the organization, and if so, how. To this end, a questionnaire has been applied to 394 participants working in hotels conceived as being halal and that operate in various cities of Turkey. The analysis results reveal that ethicality partially affects organizational

\* Bu çalışma Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ tarafından proje yürütücülüğü yapılan BAP kapsamında desteklenen Nur Aybike CEYLANLAR'ın yüksek lisans tezinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

@ Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, csecilmis@ogu.edu.tr

@ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, aybikeceylanlar@hotmail.com

commitment through person-organization fit and that other variables could have an intermediary relationship between organizational commitment and perceived ethicality. At the same time, the effect of *ethicality* on *person-organization fit* has been found statistically significant, with increases in the variable of ethicality increasing the variable of person-organization fit.

**Keywords:** Ethicality, Person-organization fit, Organizational commitment, Halal hotels, Organizational ethics

## Giriş

Örgütlerin sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamaları ve hedeflerine ulaşmalarında, çalışanların davranışları büyük önem arz etmektedir. Çalışanlar, içinde buldukları örgütün değer ve amaçlarını ne kadar benimser ve içselleştirirlerse o derecede bağlılık gösterirler (Tutar, 2016). Birey-örgüt uyumu açısından bakıldığında önemli konulardan biri de örgütteki etik iklim olgusudur. Birey ile örgüt arasında etik düzey açısından farklar 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, s. 162).

Bikun'un (2011) belirttiği gibi insanlar, iş hayatı içinde her gün ahlaki konularla karşılaşmaktadır ve bu durumlarda nasıl davranacakları ile ilgili çoğu zaman bilgi sahibi olmadıkları görülmektedir. Turizm sektöründe ve otel işletmelerinde de her an etik konularla karşı karşıya kalınmaktadır. Turizm işletmelerinde sunulan turistik ürünlerin çoğunlukla hizmet olması ve hizmetlerde tam olarak standartlaşma sağlanamaması, etik sorunları da beraberinde getirmektedir (Kozak Akoğlan ve Güçlü Nergis, 2016).

Etik kavramıyla birçok noktada örtüşen ve son zamanlarda adından sıkça söz ettiren diğer bir kavram olan helal konseptli oteller de İslami kurallara ve İslam ahlakına uygun hizmet veren konaklama işletmeleridir ve genel etik ilkeleri de içeren birtakım özelliklere sahip olan bu işletmelerde etik algılar, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık kavramları önem arz etmektedir. 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. Helal turizm kapsamında, iş gören 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.

Bu amaçla çalışmada öncelikle etik ve ahlak kavramları, turizmde etik, helal turizm ve helal konseptli otel işletmeleri, birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık,

ilgili alanyazın doğrultusunda açıklanmıştır. Daha sonra yöntem ve hipotezler, son bölümde ise bulgulara ilişkin değerlendirmeler ve sonuç kısmı yer almaktadır.

## Kuramsal Çerçeve

### Turizm ve Etik

Etik, bir felsefe disiplini olarak 2500 yıllık geçmişi olan bir olgudur. Sokrates [M.Ö.469-399], Platon [M.Ö. 427-347] ve Aristo [M.Ö. 384-322] döneminde ortaya çıkan etik teorileri zamanla geliştirilmiş ve insanı idare etme düzeni ve sistematığı hâline gelmiştir (Demirçivi ve Yeşiltaş, 2015). Sökmen (2016) 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. Ahlakı değil etik ilkelerden, etik değil ahlaki davranış şeklinden söz etmek daha doğrudur. Etik, kişinin bir durum karşısında ortaya koymak istediği değerler, ahlak ise bunları eyleme dönüştürme şeklidir (Arslan, 2005; Özkalp ve Kirel, 2011). Cevzici (2012), 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.

“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” (Özen, 2015).

Etik ya da ahlak felsefesi, hayatın her alanında geçerlidir ve bu bağlamda etik türleri ortaya çıkmıştır. Etik türleri, bireysel etik ve iş etiği olarak ayrılmakla birlikte iş etiği de kendi içinde örgütsel, yönetsel, mesleki ve işletme etiği olarak sınıflandırılmaktadır. Etikten söz edebilmek için iyi ve kötü davranışlar arasındaki farkın bilincinde olan bireylere ihtiyaç vardır. 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. İş etiği, evrensel bir değerdir. İş etiği, iş dünyası içerisindeki davranışlara yön veren etik standartların

tamamıdır; dürüstlük, adil davranmak, verilen sözün tutulması, doğaya saygılı olmak gibi değerleri içerir (Özkalp ve Kırel, 2011, ss. 504-505). İş etiğine örgütsel düzeyde yaklaşılması (Kozak Akoğlan ve Güçlü Nergis, 2016) olarak da tanımlanan örgütsel etik; yasalar doğrultusunda çalışanların aynı şekilde davranış göstermelerini, örgütlerin topluma sağladığı hizmetlerde, topluma karşı birtakım sorumlulukları da yerine getirmelerini ve doğru yoldan ayrılmamalarını sağlayan ilkelere dir. İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi açısından etik konusu 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). Bu doğrultuda yönetsel etik de bir örgütte iyi ve doğru davranışlar için gereken ilkeler ile bu davranışları kesin olarak gösterme kararlılığında olunmasıdır (Sökmen, 2016, s. 39). Yöneticilerin, işletmenin büyümesi, sürdürülebilirliği ve kârlılığının 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). Fidan ve Subaşı (2014) ise meslek etiğini, meslek üyelerini, kişisel meyilleri dışında meslek kuruluşları tarafından oluşturulmuş kurallar doğrultusunda davranmaya sevk eden ilkeler olarak açıklamışlardır.

Üretim ve tüketimin aynı anda gerçekleşmesi, çok uluslu 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. “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 hâlinindedir, 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, s. 26).

Turizm sektöründe en sık karşılaşılan etik sorunlar; mobbing, fiziksel ve cinsel taciz, çıkar çatışmaları, maaş ve ödüllendirme adaletsizliği, rüşvet, ticari sırların dı-

şarıya açıklanmasıdır (Stevens, 1997; Reynolds, 2000). 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 olduğu belirtmiştir (Coughlan, 2001; Payne ve Dimanche, 1996; Stevens, 2001; Wheeler, 1995; Whitney, 1990). 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 vad edilen ürün ve hizmetin sunulmaması anlamına gelir ve bu durum hem işletmenin hem turizm sektörünün olumsuz etkilenmesine, zarar görmesine sebep olmaktadır (Turizm Gazetesi, 2017).

Etik, insan ilişkilerinin yoğun bir şekilde yaşandığı turizm sektörü için son derece önemli bir konudur (Yılmaz ve Bahadır, 2011, s. 21). Turizm işletmeleri üzerinde etik ile ilgili yapılan araştırmalar, yönetici veya çalışanların etik davranışları üzerinde yoğunlaşmıştır (Yeung, 2004; Ross, 2002; Yeung ve Pine, 2003; Hudson ve Miller, 2005; Aslan ve Kozak, 2006; Pelit ve Güçer, 2007; Meneke, 2008; Akova ve Çalık, 2008; Pelit ve Arslantürk, 2011; Eren vd., 2013; Lee ve Tsang, 2013; Ma vd., 2013; Köroğlu ve Gezen, 2014). Bu konular; müşteri hakları, cinsel taciz, sözlü taciz, eşit söz hakkına sahip olma, dürüstlük değerleri olarak ortaya çıkmıştır (Olçay ve Sürme, 2015).

### Birey-Örgüt Uyumunu

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 birey-örgüt uyumuna ihtiyacı vardır (Saldamlı, 2009, s. 2). Özellikle üretimin insan sermayesi ile ve emek yoğun bir şekilde gerçekleştiği otel işletmelerinde nitelikli, işletme değerleri ile uyumlu personel çalıştırmak zorunlu hâle 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 iş gören devir hızının azalması, iş doyumunun artması, örgütsel bağlılık, müşteri memnuniyetinin artması gibi sonuçlar ortaya çıktığını göstermektedir (Backhaus, 2003).

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 iş gören devri ile ilişki hâlinindedir (Ostroff vd., 2005, s. 591). Bu denli fayda sağlamak için yöneticilerin örgütlerini uyum şartlarını oluşturacak hâle getirmesi gerekmektedir (Başaran, 2004, s. 357).

Birey-örgüt uyumuna ilişkin üç yaklaşım bulunmaktadır (Ulutaş, 2011, s. 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 benzerliği 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 alması ile mümkündür. Tamamlayıcı uyum ise örgütün bireylerin ihtiyaçlarını, sağladıkları görev ve kaynaklar ile karşıladıkları takdirde gerçekleşir.

### Örgütsel Bağlılık

Birey-örgüt uyumunun sonuçlarından biri olan ve örgüt ile iş gören arasında kurulan ilişkinin bir sonucu olarak ortaya çıkan örgütsel bağlılık, iş görenin örgüte karşı duyduğu bağım 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, s. 3; Northcraft ve Nale, 1996, s. 465).

Çevresel şartların hızlı değişimi, örgütsel bağlılığı daha da önemli hâle 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, s. 534).

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

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

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. Bu bağlılık türünün oluşabilmesi için birey-örgüt uyumunun göz önüne alınması önem arz etmektedir.

**Devam bağlılığı:** Devam bağımlılığı, bireylerin örgütten ayrılmaları hâlinde oluşacak maliyeti göz önüne alarak ve mecburi bir şekilde çalışmayı sürdürmeleri olarak tanımlanmıştır (Seymen, 2008, s. 136).

**Normatif bağlılık:** 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.

Mowday (1999) başlangıç ve uyum aşamasındaki faktörlerin örgütsel bağlılık üzerinde büyük bir etkisi olduğunu vurgulamışlardır. Northcraft ve Neale (1996), örgütsel bağlılığı etkileyen unsurları; kişisel faktörler, örgütsel faktörler ve örgüt dışı faktörler olmak üzere üç bölümde incelemiştir. Kişisel faktörler; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, deneyim, psikolojik sözleşme ve medeni durum iken örgütsel faktörler; örgütün büyüklüğü ve yapısı, örgüt kültürü, örgüt uyumu, ücret, ödüller, yönetim ve liderlik tarzı, takım çalışması, örgütsel adalet, mobbing, rol belirsizliği ve çatışması, denetim, işin önemi, örgütsel güven ve iletişim biçimi olmaktadır. Örgüt dışı faktörler de alternatif iş olanakları ile profesyonellik olmaktadır (Erkman ve Şahinoğlu, 2012).

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, 2009, s. 43). İş görenlerin iş tutumları ve karakterleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, konaklama işletmelerinde doğru işe doğru kişi seçilmesi için önemlidir (Silva, 2006, s. 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, işletmenin etik iklim değerlerine uygun, sosyal ve vicdan sahibi personelin örgüte seçilmesi gerekmektedir (Silva, 2006, s. 324).

### Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Etik ve birey-örgüt uyumu ile ilgili olarak alanyazında yeterince çalışma bulunmamasına karşın yapılan araştırmalarda örgütsel etik değerlerin benimsenmesinin çalışanların örgütlerine olan bağlarını artırarak (Sims-Kroeck, 1994, s. 939) örgütleri ile olan uyumunu yükselttiğini (Laufer-Robertson, 1997, s. 1032) göstermektedir. Bir örgütteki etik iklimin birey-örgüt uyumu ile pozitif ilişkili olduğu (Sims-Keon, 1997, s. 939), etik iklimin varlığının daha fazla kişi-örgüt uyumuna yol açtığı (Valentine vd., 2002, s. 349) ve çalışanların etik ilkelere sahip örgütlerde çalışmayı tercih ettiği ifade edilmektedir (Köksal vd., 2018). Jung ve arkadaşları (2010), yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların etik değerleri nasıl algıladıklarını incelemek için Güney Kore’de çalışanlar üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda çalışanların etik algıları ile işletmeye uyumu arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Ulutaş (2011, s. 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 bağlı bir iş görenin, 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, s. 611). Herrbach ve Mignonac (2007) da yaptıkları çalışmada uyum, etik değerler ve örgütsel bağlılık arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Bireyin örgütü ile uyumu, örgütsel sonuçları etkilemektedir. Uyumun yüksek düzeyde olması, performans, bağlılık, tatmin gibi sonuçları artırırken düşük düzeyde olması da performans, bağlılık ve iş tatminini azalttığı, işten ayrılma niyetini artırdığı görülmektedir.

Birey-örgüt uyumu ile iş görenlerin örgüte bağlılık duygularının ortaya çıktığı birçok araştırma ile gösterilmiştir. Mowday, Steers ve Porter, örgütsel bağlılığı iş



görenin örgüt değerleri ve amaçlarını benimsedikleri ölçüde bağlılık duyduklarını belirtmişlerdir (akt. Serin ve Buluç, 2012, s. 435). 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; Ulutaş, 2011). Erdoğan ve arkadaşları (2002), birey-örgüt uyumunu, iş doyumunu ve örgütsel bağlılığı olan çalışanları, örgütte tutmanın anahtarı olarak nitelendirmişlerdir. Posner'in (1992) "örgütsel ve bireysel değerler arasındaki ilişkiyi" araştırdıkları çalışmada, paylaşılan değerler ve örgütsel bağlılık arasında ilişki saptamışlardır. Değer uyumluluğu gösteren yöneticilerin işverenleri için uzun saatler boyunca çalıştıklarını ve gelecek beş yıl örgütte kalmayı tercih ettiklerini bulgularıyla ortaya koymuşlardır (Akbaş, 2011, s. 55). Helal otel işletmeleri, turizm tanımındaki konaklamalardan doğan ihtiyacın İslami ilke ve inanışlara uygun olarak karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir (Arpacı ve Batman, 2015) ve kendine özgü birtakım ilke ve uygulamaları bulunmaktadır. Bu nedenle helal konseptli turizm işletmelerinde çalışanların dinî hassasiyetlerinin olup olmamasının örgütlere uyumunu ve bağlılığını etkilemesi beklenmektedir.

O'Reilly ve Chatman (1986) örgütsel bağlılığı, 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 ise örgütsel bağlılığın psikolojik yönü üzerinde durulmuştur. Buna göre örgütsel bağlılık, iş görenin 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, s. 53). Hampton ve Farmer'ın (2007) araştırması da birey-örgüt uyumu ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını desteklemektedir (akt. Ulutaş, 2011, s. 121).

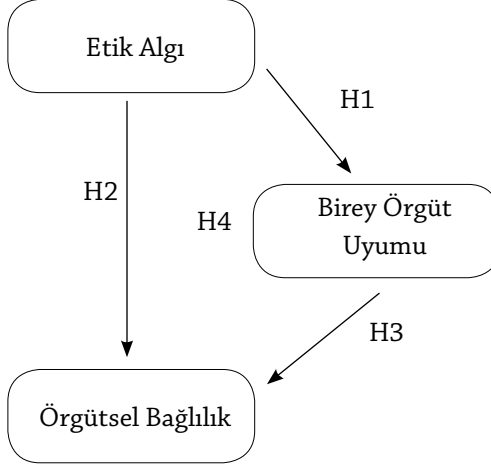
Alanyazındaki bu çalışmalara dair açıklamalar ve araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır.

H<sub>1</sub>: Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile birey-örgüt uyumu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumunun etik algıları ile örgütsel bağlılıkları arasında aracılık etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırmanın Simgesel Modeli

### Araştırmanın Kapsamı, Amacı ve Önemi

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, s. 9).

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

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 orta-

mı nasıl algıladıklarını ve bu algılarının örgüt ile uyumlarını ve örgüte bağlılıklarını etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa ne yönde etkilediğini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Yapılan bu araştırma ile helal turizm kapsamında iş gören 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.

## Araştırmanın Yöntemi

### Veri Toplama Aracı

Çalışmada, deneklerin sosyo-demografik niteliklerini belirlemek için kullanılan 7 maddelik soru formu ve iş görenlerin 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) ( $\alpha=.86$ ) tarafından Türkçeleştirilerek, geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılarak uygulanmış olan çalışmadan alınmış 5'li Likert tipi bir soru formudur.

Birey-örgüt uyumunun ölçümünde algılanan uyum yaklaşımı kullanılmıştır. Amacı, insan davranışlarına dair genel geçer "kanunlar" bulmak değil bireylerin zihinsel olarak olayları algılayışlarını, hislerini ayrıntılı analiz ederek insan davranışının anlamaya çalışmaktır (Chen vd., 2016; Denzin ve Lincoln, 2005; Gray, 2013). Bu yaklaşımda birey-örgüt uyumunu deneklere doğrudan "kendilerini örgütün değerleri ile ne ölçüde uyumlu" gördüklerini sorarak anlamaya çalışmaktadır. Denekler, uyumu kendi algıları içerisinde ve öznel tecrübeleri doğrultusunda değerlendirmeleri hedeflenmektedir (Cable ve Judge, 1996; Piasentin ve Chapman, 2006).

Bilim felsefesi açısından algılanan uyum yorumsamacı paradigmaya yakın dursa da yazında çoğunlukla ölçekler aracılığıyla değişkenlere dönüştürüldüğü post-pozitivist yaklaşım içerisinde kuram ve hipotez test etmeye yönelik olarak da kullanılmaktadır (Ünal ve Meydan, 2017).

Örgütsel Bağlılık Ölçeği: Allen-Meyer (1993) tarafından geliştirilen, Wasti (2000) tarafından Türkçeye uyarlanan, Özutku (2008) ( $\alpha=.72$ ) ve Kanbur (2015) ( $\alpha=.88$ ) tarafından çalışmalarında yararlanılan, 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 alınmış 5'li Likert tipi bir soru formudur.

### **Araştırma Evreni ve Örneklem**

Araştırma evrenini Türkiye'deki helal konseptli otel işletmelerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Resmî olarak istatistiki bir veri bulunmamasına karşın yapılan bir araştırmada (Ofaz, 2015) Türkiye'de 180 adet helal konseptli otel işletmesi bulunduğu belirtilmiştir.

Bu çalışmada örneklem olarak Alanya, Ankara, Afyon, Kütahya, Muğla illerinde faaliyet gösteren helal konseptli otel işletmelerinde çalışan iş görenler seçilmiştir. Söz konusu işletmelerde çalışan iş gören 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 dâhil edilmektedir (Coşkun vd., 2015, s. 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 üzerinden 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 örneklem çerçevesi yüksek düzeyde tatmin edici düzeydedir (Coşkun vd., 2015, s. 137).

## **Araştırmanın Bulguları**

### **Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular**

Helal konseptli otel işletmelerinde çalışanların demografik özelliklerine ilişkin sorular için frekans dağılımları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1

*Demografik Sorular İçin Frekans Dağılımı*

	Frekans	%	Değişken	Frekans	%
<b>Değişken</b>					
Otel Yeri			Departman		
Kıyı	95	24,1	FO	55	14,00
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'i 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 ön büro (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 sapmalarına ilişkin bulgulara göre; 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 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 hediyeyi kabul etmem” yargısının ortalaması 4,155 ve standart sapması 0,972 olarak bulunmuştur.

### **Normallik Analizi Sonuçları**

Normallik analizi sonuçları, istatistiksel bir çalışmada, birçok testin yapılabilmesi için dağılımın normal veya normale yakın olması gerekmektedir. Tabachnick ve Fidell, çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,500 ve -1,500 değerleri arasında olduğu durumlarda dağılımın normal dağılım olarak gerçekleştiğini kabul etmektedirler. Çalışmada etik algıya yönelik ölçek ifadelerinin çarpıklık (-,618) ve basıklık (,560), birey örgüt uyumu ölçek ifadelerinin çarpıklık (-,515) ve basıklık (,595), örgütsel

bağlılık ölçek ifadelerinin çarpıklık (-,383) ve basıklık (,858) değerleri +1,500 ve -1,500 değerleri arasında olduğu için çalışmamızda dağılımın normal dağılım olduğunu söyleyebiliriz. Bundan dolayı çalışmamızda normal dağılımla yapılabilecek olan analiz çalışmaları yapılmıştır.

### Ölçeklerin Güvenilirliği

Uygulama soru kâğıdının güvenilirliğini saptamak amacıyla alpha modeli ile güvenilirlik kat sayısı olan cronbach alpha kullanılmıştır. Cronbach alpha elde edilen her faktör için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

Tablo 2

#### Örgütsel Bağlılık Anket Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach Alpha Değeri	Standartlaştırılmış Cronbach Alpha Değeri	Anket Maddelerinin Sayısı
0,830	0,833	9

Buna göre cronbach alfa değeri, 0,80-1 aralığında olduğundan örgütsel bağlılık sorularının yüksek derecede 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, s. 119).

Buradaki yeterlilik, sayısal değil ilişkiler anlamındadır. Aynı şekilde Bartlett Küresellik Test değeri için anlamlılık değeri 0,001 ( $p=0,000 < 0,005$ ) olarak bulunmuştur. Bu sonuç, anket soruları arasında ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bu da değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olacağına ilişkin  $H_0$  hipotezinin reddedileceği anlamına gelmektedir.

Tablo 3

*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 3'te 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 ölçeğinin normatif bağlılık alt boyutunu, 2. faktör altında toplanan 2 soru, devam bağlılığı, 3. faktör altında toplanan 2 soru ise duygusal bağlılık alt boyutunu oluşturmaktadır. 3 faktörlü bu yapı, toplam varyansın %74,793'ünü açıklamaktadır.

Birey-örgüt soruları için güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 4'te belirtilmiştir.

Tablo 4

*Birey-Örgüt Uyumu Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

Cronbach Alpha Değeri	Standartlaştırılmış Cronbach Alpha Değeri	Anket Maddelerinin 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 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 Testi'nin değeri 0,696 olarak bulunmuştur ve bu değer, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunun göstergesidir. Aynı şekilde Bartlett Test değeri için anlamlılık değeri 0,001 olarak bulunmuştur. Bu da değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olmayacağına ilişkin  $H_0$  hipotezinin reddedileceği anlamına gelmektedir. Temel Eksen tekniğine göre, öz değeri 1'den büyük olan 1 faktör söz konusudur.

Tablo 5

*Birey-Örgüt Uyum Soruları için Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları*

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

Tablo 5'te 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 6'da belirtilmiştir.

Tablo 6

*Etik Anket Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

Cronbach Alpha Değeri	Standartlaştırılmış Cronbach Alpha Değeri	Anket Maddelerinin Sayısı
0,936	0,940	32

Buna göre cronbach alfa değeri 0,8-1,0 aralığında olduğundan etik sorularının yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. 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 0,001 olarak bulunmuştur. Bu da değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olmayacağına ilişkin  $H_0$  hipotezinin reddedileceği anlamına gelmektedir.

### 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, s. 228).

Örgütsel bağlılık, birey-örgüt uyumu ve etik soruları arasındaki korelasyonlar Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7			
<i>Örgütsel Bağlılık, Birey-Örgüt Uyumu ve Etik Soruları için Korelasyon Analizi Sonuçları</i>			
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 7'ye 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 ( $r=0,385$ ). Bu sonuçlara göre  $H_1$ : “Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile birey-örgüt uyumu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır”,  $H_2$ : “Helal konseptli otellerde çalışanların etik algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” ve  $H_3$ : “Helal konseptli otellerde çalışanların birey-örgüt uyumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” hipotezleri kabul edilmiştir.

Araştırmadaki değişkenlerin alt boyutlar arasındaki ilişkilere yönelik olarak korelasyon analizine de bakılmış ve bulgular Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8

*Tüm Alt Boyutlar İçin Korelasyon Analizi Sonuçları*

Korelasyon	Duygusal	Devam	Normatif	BÖ Uyumu	Meslektaş iliş.	Görev İle ilg. iliş.	Müşteri iliş.	Örgüt içi iliş.
Duygusal	1,000							
Devam	0,709*	1,000						
Normatif	0,013	0,099	1,000					
BÖ Uyum	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	
Örgütiçi	0,357*	0,324	-0,097	0,316*	0,360*	0,543*	0,550*	1,000

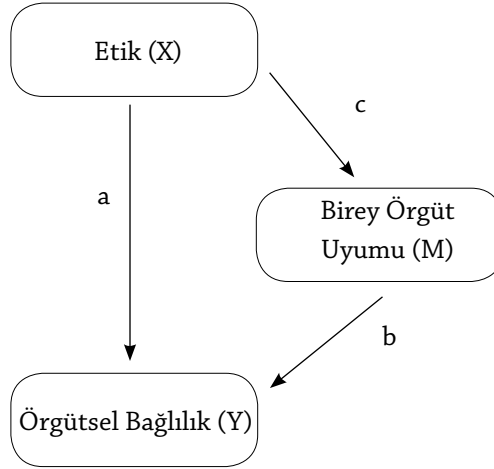
\* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tablo 8 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 mes-

lektaşlar ile ilişkiler boyutunda da pozitif yönlü ve orta şiddetli ( $r=0,543$ ) bir ilişki bulunmuştur. Yine meslektaşlar arası ilişkiler ile müşteriler arası ilişkilerde 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.

### Birey-Örgüt Uyumunun Örgütsel Bağlılık ve Etik arasındaki Aracılık Etkisi

Aracılık etkisi, örgütsel davranış araştırmalarında çoğunlukla tercih edilen bir yöntemdir. Aracı değişken, iki değişken arasındaki neden-sonuç ilişkisinin bir parçasıdır (McKinnon, Fairchild ve Fritz, 2010, s. 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, s. 116).



Şekil 2: 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, s. 547; McKinnon, Fairchild ve Fritz, 2010, s. 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 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 bağlılık bağımlı değişkeni tarafından etkilenmektedir. Birey-örgüt aracı değişkeni de sadece örgütsel bağlılık bağımlı değişkeni tarafından etkilenir. Örgütsel bağlılık bağımlı değişkeni, birey-örgüt aracılık değişkeni vasıtası ile etik bağımsız değişkenini etkilediği varsayılarak analiz yapılmıştır. Etik bağımsız değişkeni, örgütsel bağlılık bağımlı değişkeni tarafından direkt olarak etkilenir.

Tablo 9

*Birey Örgüt Aracı Değişkeni İçin Regresyon Analizi Sonuçları*

Parametre	$\hat{b}$	S.H.	T	P	R <sup>2</sup>
(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 9'da modeldeki bağımsız değişken olan etik değişkeninin aracı değişken olan birey örgüt uyumu üzerindeki etkisini gösteren regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Buna göre etik değişkeni, birey-örgüt uyumu değişkenini anlamlı bir şekilde etkilemektedir ( $\beta=0,699$ ,  $t=12,867$ ,  $p=0,001$ ). Regresyon modeli anlamlıdır ( $R^2=0,192$ ;  $p=0,001$ ). Şekil 2'deki aracı değişken modelinde "a" ile gösterilen etki doğrulanmıştır.

Tablo 10

*Örgütsel Bağlılık İçin Regresyon Analizi Sonuçları*

Parametre	$\hat{b}$	S.H.	t	P	R <sup>2</sup>
(X1) Birey-Örgüt Uyumunu	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 10 incelendiğinde, örgütsel bağlılık değişkeni bağımlı değişken ve birey-örgüt uyumu değişkeni aracı değişken olarak kullanıldığında parametre değerleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre etik değişkeni kontrol edilirken birey-örgüt uyumu değişkeni örgütsel bağlılığı anlamlı bir şekilde etkilemektedir ( $\beta=0,519$ ,  $t=9,261$ ,  $p<0,001$ ). Bu regresyon modeli de anlamlıdır ( $R^2=0,417$ ;  $p<0,001$ ). Şekil 2'deki aracı değişken modelinde "b" ile gösterilen etki doğrulanmıştır.

Etik değişkeninin örgütsel bağlılık ile olan regresyon analizi sonucunda beta katsayısının değer olarak azaldığı görülmüştür. Bu durumda kısmi aracılık etkisi olduğu görülmektedir. Modeldeki bağımsız değişkenin (etik), bağımlı değişken (örgütsel bağlılık) üzerindeki toplam etkisi, doğrudan ve dolaylı olarak görülmektedir. Modelde herhangi bir değişken yokken etik değişkeninin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi anlamlıdır ( $\beta=0,189$ ,  $t=2,931$ ,  $p<0,001$ ). Şekil 2'deki aracı değişken modelinde "c" ile gösterilen etki doğrulanmıştır. Beta değerindeki azalma miktarının anlamlılık düzeyine Sobel Testi ile bakılmıştır. Sobel Testi sonuçları  $Z=2.879$ ,  $p<0.001$  şeklindedir. Bu sonuca göre beta değerinde meydana gelen azalma anlamlıdır. Buna göre pozitif psikolojik sermaye ile yabancılaşma arasında birey-örgüt uyumunun kısmi aracı etkiye sahip olduğu 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 ve bu durum ise etik değişkeni artarken birey-örgüt uyumu değişkeni değerinin arttığını belirtmektedir ve ilk iki aşama gerçekleşmiş olmaktadır.

Kısaca örgütsel bağlılık değişkeninin birey-örgüt uyumu değişkeni kısmi aracı 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, s. 116). Bu durumda örgütsel bağlılık ile etik algı ilişkisinde birey-örgüt uyumu dışında başka değişkenlerin de aracı olabileceği sonucuna ulaşılabilir.

## Sonuç ve Öneriler

Etik hayat 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 duy-

maktadır. 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 iş görenlerin 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 hâle 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 dinî 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.

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 (Yücel ve Çetinkaya, 2016; Polatçı ve Cindiloğlu, 2013). Birey-örgüt uyumu ifadelere verilen cevaplar incelendiğinde, bireylerin kişisel değerleri ile örgüt değerlerinin uyduğu yine diğer çalışanlar ile değerler bakımından benzerlik gösterdiklerini düşündükleri ayrıca kurum kimliği ile kendi kişiliklerinin ve değer yargılarının uyduğu 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 ifadelere 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 ve bu konuda büyük oranda etik dışı davranmadıkları söylenebilir. Araştırmada ulaşılan bu sonuçlar ile Meriç'in (2013) turizm lisans eğitimi alan öğrenciler üzerinde yaptığı çalışma ile aynı doğrultudadır. Etik algı faktörlerinden görev ile ilgili sorumluluklar kapsamında dokuz ifade (29-37 nolu ifadeler) yer almaktadır. Bu ifadelere verilen cevaplar, anketteki diğer ifadeler arasında "kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum" ile en yüksek puan ortalamalarına sahiptir. Çalışmaya katılarak anketi cevaplayan çalışanlar, iş yerine alkol olarak 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 sistematik edilmemesi konularında da etik bilince sahip oldukları görülmüştür. Yılmaz ve Bahadır'ın (2010) ön büro 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; Yılmaz, 2016; Saraç ve Meydan, 2013; Meyer vd., 2010). Bu sonuçlara göre birey-örgüt uyumu ile örgütsel bağlılığın etkileşimi olumlu yönde ger-



çekleşmekte ve birey-örgüt uyumu düzeyi arttıkça örgütsel bağlılık düzeyinin de arttığı öngörülmektedir. Başka bir ifade ile kişisel değerlerinin örgütsel değerler ile uyduğuna hisseden çalışanlar, bunun bir sonucu olarak çalıştıkları işletmeye bağlılık geliştirmektedir. Valentine ve arkadaşları (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 ulaşılabılır. Yine 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, s. 357; Almiaçık vd., 2013, s. 280).

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, sahip oldukları bireysel değerler ile örgütsel değerleri özdeşleştirdikleri, örgütsel amaçları benimsedikleri ve bağlılık duygularını arttırdığı 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, s. 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 yanı sıra 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 iklimi 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 kârlılık gibi olumlu sonuçlar elde edilebilir.

Sonuç olarak etik ilkelerin turizm işletmeleri özelinde tüm işletmelerde istenilen örgütsel sonuçlar için önemli bir olgu olduğunu ortaya koymasına dair tespitler, bu çalışmanın literatüre yaptığı katkı olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte etik değerlerin, birey-örgüt uyumu ile birlikte örgütsel bağlılık üzerinde daha etkili olduğu görülmektedir. Turizm sektörünün yapısı gereği düşük olan örgütsel bağlılığın etik değerlerin işletmelerde örgüt kültürü olarak ortaya konması ve iş gören seçiminde birey-örgüt uyumunu dikkate alması olumlu örgütsel davranış ve çıktılar için hayati önem taşımaktadır.

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 alanyazına ve uygulamacılara önemli bir katkı sağlayabilir. Ayrıca yapılan çalışmanın daha geniş ölçekte tekrarlanması özellikle yurt dışındaki 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.

# The Intermediary Effect of Person-Organization Fit and Perceived Ethicality on Organizational Commitment: The Concept of Halal Hotel Enterprises\*

Cihan Seçilmiş, Nur Aybike Ceylanlar

Employees' behaviors are of paramount importance for organizations to be able to achieve a sustainable competitive advantage and their goals. The more employees adopt and internalize the values and aims of the organization where they work, the more they show commitment (Tutar, 2016). In terms of cohesion between the individual and organization, one important issue is the organization's ethical climate. Differences between an individual's ethicality and that of the organization create very serious problems for both the individual and the organization.

For this purpose, this study first explains the concepts of ethics and morals, ethics in tourism, halal tourism, halal-conceptualized hotel management, person-organization fit, and organizational commitment in line with the related literature. The following section provides the methods and hypotheses, while the last section presents evaluations and conclusions.

## Theoretical Framework

Ethics is an extremely important issue for the tourism sector, in which human relations are intensely experienced (Yılmaz & Bahadır, 2011, p. 21). Although insufficient studies are found in the literature related to ethics and coherence between

\* This study was prepared by using the master thesis of Nur Aybike Ceylanlar which supported by BAP project conducted by Assoc. Prof. Cihan Seçilmiş.

@ Assoc. Prof., Eskişehir Osmangazi University, csecilmis@ogu.edu.tr

@ Eskişehir Osmangazi University, aybikeceylanlar@hotmail.com



individuals and the organization, studies have shown that employees who adopt the organization's ethical values increase their ties to the organization (Sims-Kroeck, 1994, p. 939) and their compliance to the organization (Laufer-Robertson, 1997, p. 1032).

An organization's ethical climate has been stated to be positively associated with person-organization fit (Sims-Keon, 1997, p. 939), the presence of an ethical climate to lead to better person-organization fit (Valentine et al., 2002, p. 349), and employees to prefer working in organizations with ethical principles (Köksal et al., 2018).

This study has been conducted with the aims of exemplifying the relationship between employees' ethical perceptions with the halal hotels where they work; investigating whether values or organizational ethical values as contained in the concept of halal hotels overlap with the employees' individual ethical values; and determining how employees perceive the organization's ethical environment, whether these perceptions affect their adaptation and commitment to the organization, and if so, how.

## Research Methodology

The target population of the study consists of all employees in the halal-conceptualized hotels in Turkey.

Between March 1 and May 6, 2017, 406 questionnaires were collected; 12 of which were not evaluated due to insufficient data and significance. Research analyses have been conducted on the remaining 394 questionnaires.

## Findings and Conclusion

As one of the results of the study, the finding of a positive and strong relationship between organizational commitment and person-organization fit is consistent with the results from other research (Moripek, 2016; Yiluzar, 2016; Saraç & Meydan, 2013; Meyer et al., 2010).

According to the research, ensuring and maintaining person-organization fit can be concluded to increase individuals' sense of organizational commitment. Perceived ethicality has also been concluded to affect organizational commitment. Employees with high levels of perceived ethicality can be said to adapt faster and more easily to the organization and to have increased levels of organizational commitment.

As the research model shows, a relationship has been assumed to exist for perceived ethicality and person-organization fit with organizational commitment and its sub-dimensions. According to the findings from the regression analyses conducted in order to determine which dimensions have relationships with which, an increase in the level of organizational commitment in this direction has been seen to cause an increase in person-organization fit and perceived ethicality levels. Sipahi and Kesen (2016) also stated normative commitment, a sub-dimension of organizational commitment, to have a positive effect on person-organization fit.

When examining the intermediary relationship of person-organization fit with perceived ethicality and organizational commitment, the variable of perceived ethicality can be said to partially affect the variable of organizational commitment through the variable of person-organization fit. An increase in the variable of person-organization fit means an increase in the variable of perceived ethicality.

As a result, the findings from this study that have suggested ethical principles to be an important phenomenon for the organizational results desired in all businesses, especially in tourism, can be evaluated as this study's contribution to the literature. In the meantime, ethical values are seen to be more effective on organizational commitment through person-organization fit. Giving the same priority to organizational commitment and ethical values, which is low in the tourism sector due to its structure, as is given to organizational culture in businesses and considering person-organization fit when hiring have vital importance for positive organizational behavior and its outcomes.

For researchers, future studies could be on the employee recruitment process in halal-conceptualized hotel businesses within the framework of individual-organization harmony or the hiring criteria of businesses in general and can make a significant contribution to the literature and practitioners. In addition, repeating this study on a larger scale, especially comparing halal-conceptualized hotel businesses abroad with similar ones in Turkey, may be useful for the sector and the academic literature.

## Kaynakça | References

- Akbaş, T. T. (2011). Algılanan kişi-örgüt uyumunun örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkisi: Görgül bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 57-81.
- Akova, O. ve Çalık, İ. (2008). Turizm eğitimi alan öğrencilerin etik algılamaları üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 1-13.
- Almaçık, E., Almaçık, Ü., Erat, S. ve Akçin, K. (2013). Does person-organization fit moderate the effects of affective commitment and job satisfaction on turnover intentions? *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 274-281.
- Arıkan, R. (2000). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015). Helal konseptli otel işletmelerinin yüksek ve düşük sezonda algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve müşteri değeri üzerine etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(3), 73-86.
- Arslan, M. (2005). *İş ve meslek ahlakı* (2. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Aslan, A. ve Kozak, M. (2006). Turizmde gelişme ve etik sorunları: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, 6(1), 49-61.
- Backhaus, K. (2003). Importance of person-job fit to job seekers. *Career Development International*, 8(1), 21-26.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Başaran, İ. E. (2004). *Yönetimde insan ilişkileri yönetsel davranış* (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bezci, B. (2006). Hegel'in felsefesinde etik, politik olan ve özgürlük. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 235-251.
- Bikun, R. İ. (2011). *İş ahlakı* (2. Baskı). A. Yaşar (Çev.). İstanbul: İGİAD Yayınları.
- 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*, 27(4).
- Cable, D. M. ve Judge, T. A. (1996). Person-organization fit, job choice decisions, and organizational entry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(3), 294-311.
- Cevizci, A. (2012). *Bilgi felsefesi* (2. Baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Chatman, J. A. (1989). Improving interactional organizational research: A model of person-organization fit. *Academy of Management Review*, 14, 333-349.
- Chen, C. C., Ünal, A. F., Leung, K. ve Xin, K. R. (2016). Group harmony in the workplace: Conception, measurement, and validation. *Asia Pacific Journal of Management*, 33(4), 903-934.

- Chow, H. S. (1994). Organizational commitment and career of Chinese managers in Hong Kong and Taiwan. *The International Journal Of Career Management*, 6(4).
- Clark, M., Riley, M. ve Wood, R. C. (1998). *Researching and writing dissertations in hospitality and tourism*. London: International Thomson Business Press.
- Coldwell, D. A., Billsberry, J., Meurs, V. N. ve Marsh, P. J. (2008). The effects of person-organization fit on employee attraction: Towards a testable explanatory model. *Journal of Business Ethics*, 78, 611-622.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamaları* (8. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Coughlan, R. (2001). An analysis of professional codes of ethics in the hospitality industry. *Hospitality Management*, 20, 147-162.
- Demirçivi, B. M. ve Yeşiltaş, M. (2015). *Etik kodları ve turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Denzin, N. K. ve Lincoln, Y. S. (2005). *Handbook of qualitative research*. Sage Publications, Inc.
- Dinler, Z. (1998). *Bilimsel araştırma ve internet'e bağlı bilgi merkezleri*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Efeoğlu, E. İ. (2006). *İş-aile yaşam çatışmasının iş stresi, iş doyumunu ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri: İlaç sektöründe bir araştırma*. Basılmamış doktora tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Elbeyi, P. ve Güçer, E. (2007). İşletme yöneticilerinin çalışanlara karşı davranışlarının iş etiği kapsamında değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma. *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi, Bahar*, 32-49.
- Erdoğan, B., Bauer, T. N., Truxillo, D. M. ve Mansfield, L. (2012). Whistle while you work: A review of the life satisfaction literature. *Journal of Management*, 38, 1038- 1083.
- Eren, D., Özgül, E. ve Kaygısız, Ç. N. (2013). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin belirlenmesi: Nevşehir Üniversitesi örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 15-27.
- Erkman, T. ve Şahinoğlu, F. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin çalışan algıları ile örgütsel bağlılığın hizmet sektöründe incelenmesi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, XXXIII(II), 267-294.
- Erol-Fidan M. ve Subaşı, Ş. (2014). Muhasebe meslek mensubu adaylarının etik algıları: İstanbul İli örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ekim*, 111-130.
- Gray, D. E. (2013). *Doing research in the real world*. Sage.
- Güçlü, H. (2006). *Turizm sektöründe durumsal faktörlerin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi*. Yayınlanmamış doktora tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürpınar, G. ve Yahyağil, M. Y. (2007). Örgütsel adalet, lider-üye değişimi ve örgüte bağlılık kavramları arasındaki ilişki. *15. ulusal yönetim ve organizasyon kongresi bildiri kitabı* içinde (ss. 296-303).
- Herrbach, O. ve Mignonac, K. (2007). Is ethical p-o fit really related to individual utcomes? *Business & Society*, 46(3), 304-330.

- Howell, D. C. (2013). *Statistical methods for psychology* (8. Baskı). Belmont.
- Hudson, S. ve Miller, G. (2005). Ethical orientation and awareness of tourism students. *Journal of Business Ethics*, 62, 383-396.
- Johnson, C. E. (2006). *Ethics in the workplace: Tools and tactics for organizational transformation*. California, USA: Sage Publications, Inc.
- Jung, S. H., Namkung, Y. ve Yoon, H. H. (2010). The effects of employees' business ethical value on person-organization fit and turnover intent in the foodservice industry. *International Journal Of Hospitality Management*, 29(3), 538-546.
- Kanbur, A. (2015). Örgütsel bağlılığı belirleyici bir faktör olarak işyeri arkadaşlığının incelenmesi üzerine emniyet teşkilatında bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 31, 45-63.
- Koçel, T. (2015). *İşletme yöneticiliği* (16. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Kozak, Akoğlan, M. ve Nergis, Güçlü, H. (2016). *Turizmde Etik kavramlar, ilkeler, standartlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köksal, K., Kara, U. A. ve Meydan, C. H. (2018). Etik ilkeler bağlamında kişi örgüt uyumunun örgütsel ortamda sessizlik davranışına etkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 1-9.
- Kroeck, G. ve Sims, R. (1994). The influence of ethical fit on employee satisfaction, commitment and turnover. *Journal of Business Ethics*, 13(12), 939-947.
- Köroğlu, Ö. ve Gezen, T. (2014). An investigation to determine the work values of tourism students. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 131, 253-257.
- Kurnaz, N. ve Gümüş, Y. (2010). Muhasebe bölümü öğrencilerinin muhasebe mesleği ile ilgili etik dışı davranışlara ilişkin algı analizi: Dumlupınar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 46, 157-174.
- Laufer, W. S. ve Robertson, D. C. (1997). Corporate ethics initiatives as social control. *Journal of Business Ethics*, 16(10), 1029-1047.
- Lee, L. Y. ve Tsang, N. K. F. (2013). Perceptions of tourism and hotel management students on ethics in the workplace. *Journal Of Teaching In Travel & Tourism*, 13(3), 228-250.
- Ma, C. F., Ma, W. S., Dsc, L. W. ve Ma, M. M. (2013). Influence of empirical work on the job-related ethics of hotel interns: A case study of students in mainland China. *Journal Of Hospitality & Tourism Education*, 25(2), 57-66.
- Mansouri, S. (30-31 January 2014). Role of halal tourism ideology in destination competitiveness: A study on selected hotels in Bangkok, Thailand. *International Conference on Law, Education and Humanities* (Icleh'14). Pattaya, Thailand.
- McKinnon, D. P., Fairchild, A. J. ve Fritz, M. S. (2010). Mediation analysis. *Annual Review of Psychology*, 58, 593-614.
- McIntosh, R. W. ve Goeldner, C. (1990). *Tourism: Principles, practices and philosophies*. New York, NY: John Wiley and Sons Inc.



- Menekşe, R. (2008). Ankara'da faaliyet gösteren a grubu seyahat acentalarında çalışmakta olan personelin tüketiciye karşı etik davranışlarını algılama düzeyleri üzerine ampirik bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 83-117.
- Meriç, S. (2013). *Girişimcilik potansiyeli ile etik algı arasındaki ilişki: akçakoca turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Düzce: Düzce Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Meyer, P. J., Hecht, D. T., Gill, H. ve Toplonysky, L. (2010). Person-organization (culture) fit and employee commitment under conditions of organizational change: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 76, 458-473.
- Moripek, İ. (2016). *Kişi örgüt uyumu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi: Havacılık sektörü örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mowday, R. T. (1999). Reflections on the study and relevance of organizational commitment. *Human Resources Management Review*, 8(4).
- Northcraft, T. ve Neale, H. (1996). *Organisation behaviour*. London: Prentice-Hall.
- Oflaz, M. (2015). *Turistik ürün çeşidi olarak helal turizm konsepti uygulayan konaklama tesislerinde müşteri algıları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı.
- Olçay, A. ve Sürme, A. M. (2015) Turizm işletmelerinde yönetici ve işgören etik davranışlarının karşılaştırılması üzerine bir araştırma. *Journal Of International Social Research*, 8(37), 1114-1131.
- O'Reilly, C. ve Caldwell, D. F. (1981). The commitment and job tenure of new employees: Some evidence of postdecisional justification. *Administrative Science Quarterly*, 26, 597-616.
- O'Reilly, C. A. ve Chatman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior. *Journal of applied psychology*, 71(3), 492.
- Ostroff, C., Shin, Y. ve Kinicki, A. J. (2005). Multiple perspectives of congruence: Relationships between value congruence and employee attitudes. *Journal of Organizational Behaviour*, 26(6), 591-592.
- Öğüt, A. ve Kaplan, M. (2011). Otel işletmelerinde etik iklim algılamaları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin analizi: Kapadokya örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 191-206.
- Özen, S. (2015). Ahlak, ahlak teorisi ve bilimi, bilim ve iş ahlakı. *İş Ahlakı Dergisi*, 8(1), 109-149.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2011). *Örgütsel davranış* (5. Baskı). Bursa: Ekin Basım-Yayım.
- Payne, D. ve Dimanche, F. (1996). An ethics model. *Journal of Business Ethics*, 15(9), 997-1007.
- Polatçı, S. ve Cindiloğlu, M. (2013). Kişi-örgüt uyumunun örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi: duygusal bağlılığın aracılık rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B Dergisi*, 18(3), 299-318.

- Özutku, H. (2008). Örgüte duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık ile iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İstanbul Üniv. İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 79-97.
- Pelit, E. ve Güçer, E. (2007). İşletme yöneticilerinin çalışanlara karşı davranışlarının iş etiği kapsamında değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma. *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1, 32-49.
- Pelit, E. ve Arslantürk, Y. (2011). Turizm işletmelerinin etiğine yönelik uygulamalarının çalışma yeri tercihindeki önemi: Turizm öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 163-184.
- Piasentin, K. A. ve Chapman, D. S. (2006). Subjective person-organization fit: Bridging the gap between conceptualization and measurement. *Journal of Vocational Behavior*, 69, 202-221.
- Posner, B. Z. (1992). Person-organization values congruence: No support for individual differences as a moderating influence. *Human Relations*, 45, 351-361.
- Razalli, M. R., Abdullah, S. ve Hassan, M. G. (2012). *Developing a model for Islamic hotels: Evaluating opportunities and challenges*. Working Paper. Universiti Utara Malaysia.
- Reynolds, P. (2000). Profit and principles: Business ethics in hotel management companies in Asia. *Australian Journal of Hospitality Management*, 7(1), 1-13.
- Ross, F. G. (2002). Ethical ideals and expectations regarding visitor, staff, and management among potential tourist industry employees. *Tourism Analysis An Interdisciplinary Journal*, 8(2), 211-215.
- Saad, H., Ali, B. ve Abdel-Ati, A. (2014). Sharia-compliant hotels in Egypt: Concept and challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 1-13.
- Sabuncuoğlu, Z. (2009). *Turizm işletmelerinde örgütsel davranış*. Bursa: MKM Yayıncılık.
- Saldamlı, A. (2009). İşletmelerde örgütsel bağlılık ve işgören performansı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Saraç, M. ve Meydan, B. (2013). Birey-örgüt uyumunun bireysel düzeydeki sonuçlarının incelenmesine yönelik boylamsal bir çalışma. *Sakarya Üniversitesi 1. örgütsel davranış kongresi bildiriler kitabı* içinde (ss. 210-214).
- Seçer, D. (2013). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Serin, M. K. ve Buluç, B. (2012). İlköğretim okul müdürlerinin öğretim liderliği davranışları ile öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 18(3), 435-459.
- Seymen, A. O. (2008). Örgütsel bağlılığı etkileyen örgüt kültürü tipleri üzerine bir araştırma. Detay Yayınları.
- Silva, P. (2006). Effects of disposition on hospitality employee job satisfaction and commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4).
- Sipahi, G. A. ve Kesen, M. (2016). Beş yıldızlı otel işletmelerinde örgütsel bağlılığın birey-örgüt uyumu ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi. 15. ulusal işletmecilik kongresi bildiri kitapçığı içinde.
- Sökmen, A. (2016). *Meslek etiği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Stevens, B. (1997). Hotel ethical codes: A content analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 16(3), 261-271.
- Taner, B. ve Elgün, R. (2015). Çalışanların etik iklim algılarının örgütsel bağlılık üzerine etkileri: İlaç sektöründe bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 99-114.
- Turizm Gazetesi*. (25 Şubat 2017). <http://www.turizm gazetesi.com/news> adresinden erişilmiştir.
- Tutar, H. (2016). *Örgütsel davranış*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- 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.
- Ünal, A. F. ve Meydan, B. T. (2017). Davranış araştırmalarında kuram, ölçüm ve analiz yöntemi birlikteliği sorunu: Birey-örgüt uyumu üzerine ampirik bir çalışma. *Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 5-48.
- Valentine, S., Godkin, L. ve Lucero, M. (2002). Ethical context, Organizational commitment, and person organization fit. *Journal Of Business Ethics*, 41, 349-360.
- Wasti, A. (2000). Meyer ve Allen'in üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi. 8. ulusal yönetim ve örgüt kongresi bildiriler kitabı içinde.
- Wheeler, M. (1995). Tourism marketing ethics: An introduction. *International Marketing Review*, 12, 38-49.
- Whitney, D. (1990). Ethics in the hospitality industry: With a focus on hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*, 9(1), 59-68.
- Yahyağıl, M. Y. (2005). Birey ve organizasyon uyumu ve çalışanların iş tutumlarına etkisi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 24, 137-149.
- Yeung, S. (2004). Hospitality ethics curriculum: An industry perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(4), 253-262.
- Yeung, S. ve Pine, R. (2003). Designing a hospitality ethics course content from the students perspective. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 3(2), 19-33.
- Yılmaz, A. ve Bahadır, S. (2011). Otel işletmelerinde önbüro çalışanlarının etik algılamalarına yönelik bir araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 21-40.
- Yılmaz, H. (2016). *Kiş-i-örgüt uyumu ile işe adanmışlık ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Sağlık sektöründe bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yücel, İ. ve Çetinkaya, B. (2016). Birey-Örgüt uyumu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide cinsiyetin rolü: Kayseri örneği. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8, 31-45.
- Yusof, M. ve Muhammad, M. (2013). Introducing shariah compliant hotels as a new tourism product: The case of Malaysia. *International Business Information Management Association* içinde (ss. 1142-1146).