



Otel İşletmelerinde Çalışanların Kişilik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkide İş Tatmininin Aracılık Rolü (The Mediating Role of Job Satisfaction on the Relationship Between Personality Traits and Organizational Commitment)**

*Emin ARSLAN^a , Arzu KILIÇLAR^b

^aTokat Gaziosmanpaşa University, Zile Dinçerler Tourism and Hotel Management College, Department of Tourism and Hotel Management, Tokat/Turkey

^bAnkara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Travel Management and Tourism Guidance, Ankara/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:
26.09.2018

Kabul Tarihi: 30.11.2018

Anahtar Kelimeler

Otel işletmeleri
Kişilik
Örgütsel bağlılık
İş tatmini

Öz

Bu çalışmanın temel amacı, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi, bu özelliklerin, iş tatminine ve örgütsel bağlılığa etkisini incelenmesi ve işgörenlerin kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiye iş tatmininin aracılık edip etmediğini ortaya koymaktır. Araştırmada uygulanan yöntem betimsel araştırma yöntemidir. Betimsel araştırmada amaç, eldeki problemi, bu problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlayarak bir konudaki mevcut durumu araştırmak ve ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini 2016 yılı Mayıs ayında Antalya bölgesindeki 9 adet 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesinde çalışan 916 adet işgören oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu 4 bölümden oluşmaktadır, birinci bölüm demografik değişkenlerdir, ikinci bölüm “beş faktör kişilik” ölçeği, üçüncü bölüm “örgütsel bağlılık” ölçeği, dördüncü bölüm ise “Minnesota iş tatmini” ölçeğidir. Araştırma sonucu elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Bu analizler frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, faktör analizi ve çoklu regresyon analizidir. Regresyon analizi sonucunda otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin beş faktör kişilik özelliklerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde etkili olduğu ve iş tatmininin, beş faktör kişilik özelliklerinin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde aracılık rolü oynadığı tespit edilmiştir.

Keywords

Hotel businesses
Personality
Organizational commitment
Job satisfaction

Abstract

The main goal of this study is to determine the personality traits of employees in hotel businesses, to examine effects of personality traits on job satisfaction and organizational commitment and to investigate whether job satisfaction is mediated by the relationship between personality traits and organizational commitment. Descriptive research method used in the study. The aims in descriptive research is researching and presenting current status of a subject by defining the problem, about the status of this problem, variables and relation between variables. 916 hotel employees in 9 five and four star hotels in Antalya were the sample of research, in May, 2016. Questionnaire technique was used as a data collection technique. The questionnaire consisted of 4 parts, the first part is demographic variables. The second part is “big five personality traits scale”, the third part is “organizational commitment scale”, the last part is “Minnesota job satisfaction scale”. Some statical analysis made to data in the result of research. These analyses were frequency distribution, reliability analysis, factor analysis and regression analysis. As a result of regression analysis, the five factor personality traits of employees in hotel business have an impact on job satisfaction and organizational commitment. Another result of regression analysis, job satisfaction is mediated by the relationship between personality traits and organizational commitment.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: emin.arslan@gop.edu.tr (E. Arslan)

**Bu makale, Emin ARSLAN'ın Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi A.B.D. 'de yazılan “Otel İşletmelerinde Çalışanların Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Üzerine Etkisi” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

Makale Künyesi: Arslan, E. & Kılıçlar, A. (2018). Otel İşletmelerinde Çalışanların Kişilik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkide İş Tatmininin Aracılık Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 360-375.

DOI: 10.21325/jotags.2018.314

GİRİŞ

Küreselleşme, uluslararası rekabet, tüketici bilincinin ve farkındalığının artması ile müşteri beklentilerindeki değişimler gibi birçok gelişme, işletmeler ve onların bünyesindeki örgütler açısından insan kaynaklarının önemini giderek arttırmaktadır. İş dünyasında rekabet koşullarının artmasıyla beraber bir işletmenin en önemli kaynaklarından biri olan insana yönelik uygulamalar o işletmedeki örgütün devamlılığını sağlayabilmesi açısından, dikkate alınması gereken hayati bir konudur (Şimşek, 2008: 8).

Birleşmiş Milletler tarafından yürütülen “2030 Sürdürülebilir Kalkınma Programı”nın 8. maddesi “insana yakışır iş ve ekonomik büyüme” olarak belirlenmiştir. Bu madde kapsamında toplam istihdamı arttırmanın, işsizlik oranını azaltmanın yanında işgörenlerin çalışma koşullarının da iyileştirilmesi vurgulanmaktadır. Bu durumun verimliliğe ve üretkenliğe olumlu yansıtacağı ifade edilmektedir (UNDP, 2017). Böylece iş tatminine ve örgütsel bağlılığa da olumlu katkıları olabilir. İşletmelerde örgütsel bağlılığı etkileyen bir takım etkenler bulunmaktadır. Bu konuda zaman içerisinde birçok farklı sınıflandırma yapılmıştır. Ancak yine de bu farklı sınıflandırmalar kendi içinde ortak bir takım noktalara sahiptir. Bunlar kişisel, örgütsel ve dışsal (örgüt dışı) etkenler olarak sıralanabilir (Obeng ve Ugboro, 2003: 83).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kişilik kelimesi anlam bakımından incelenerek kavramın tanımı ele alındığında, literatürde kişilik kavramının farklı şekillerde tanımlandığı ve açıklandığı görülmüştür. Genel bir tanıma göre kişilik, “bir kişinin, içinde bulunduğu durumlara tepki verme biçiminde gözlenen, varoluş şeklinin göreceli olarak sabit ve genel özelliğidir” (Bloch vd. 1991). Kişilik kavramı, bireyin düşüncelerini ve duygularını anlamlandırabilmek ve tahmin edebilmek için psikoloji biliminde sahip olduğu yaşamsal rolün yanı sıra, yönetim bilimi içerisinde özellikle örgütsel davranış, örgütsel bağlılık, örgüt kültürü gibi konular açısından da önemlidir. Örgüt içerisinde faaliyet gösteren bireylerin kişilik özelliklerini anlayabilmek onların sadakati, yaratıcılık yetenekleri, rekabet anlayışı, takım çalışmasına yatkınlığı vb. nitelikleri bakımından önem arz etmektedir (Nelson, 2011: 15).

Bir işletmenin başarısı aynı zamanda bünyesinde varolan örgütlerin başarısı demektir. Diğer taraftan işgörenlerin örgüte bağlılığı, örgütsel başarıya ulaşmada en önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir. Örgütüne bağlı olan bireylerin, örgütün amaç ve hedeflerini benimseyecekleri, örgüt lehine davranışlarda bulunacakları, önemli bilgileri saklı tutacakları ileri sürülebilir. Örgütsel bağlılığın düşük olduğu örgütler işgören devir hızı, işten ayrılma niyeti gibi olumsuz tutum ve davranışlarla karşı karşıya kalırken; örgütsel bağlılığın yüksek olduğu örgütlerde, yüksek performans, yüksek iş tatmini, işe devamlılık gibi olumlu tutum ve davranışlar gözlemlenebilmektedir (Randall, 1990: 362).

Örgütsel bağlılık, işgörenlerin çalıştığı işletmenin hedeflerini benimsemesi ve o işletme içindeki varlığını sürdürmeyi istemesidir. Örgütsel bağlılık aynı zamanda işgörenlerin işletmesine karşı olan sadakat tutumudur ve çalıştığı işletmenin başarılı olabilmesi için gösterdiği çabadır. İşgörenlerin yüksek düzeyde örgüte bağlılığının sonuçları arasında, uzun süre örgütte kalma, daha az iş bırakma isteği, sınırlı işgören devir hızı ve yüksek iş tatmini yer almaktadır (Simons ve Hinkin, 2001: 68). İşgörenlerin işine karşı olumlu bir tutum geliştirmesi tatmin olarak

nitelendirilmektedir. İşgörenler işine verdiği emeğin karşılığında beklentilerini gerçekleştirmek ve uygun bir ortamda çalışmak ister. İşgörenlerin önemli bulduğu ihtiyaçları ne kadar yüksek oranda karşılanırsa iş tatmini de aynı oranda yüksek olacaktır (Şahin, 2007: 73).

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletme türleri genel anlamda emek-yoğun bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla bu sektördeki işletmeler açısından insan kaynakları, en önemli fonksiyonlardan birisidir. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde işgörenlerin tutumları ve davranışları, üretilen mal ve hizmetin oluşum ve sunum sürecinde tamamlayıcı ve nihai kaliteyi belirleyici öneme sahiptir. İşgörenlerin iş tatmin durumlarının ve örgüte yönelik tutumlarının ölçülmesi ve geliştirilmesi önemlidir (Alkış, 2008: 13).

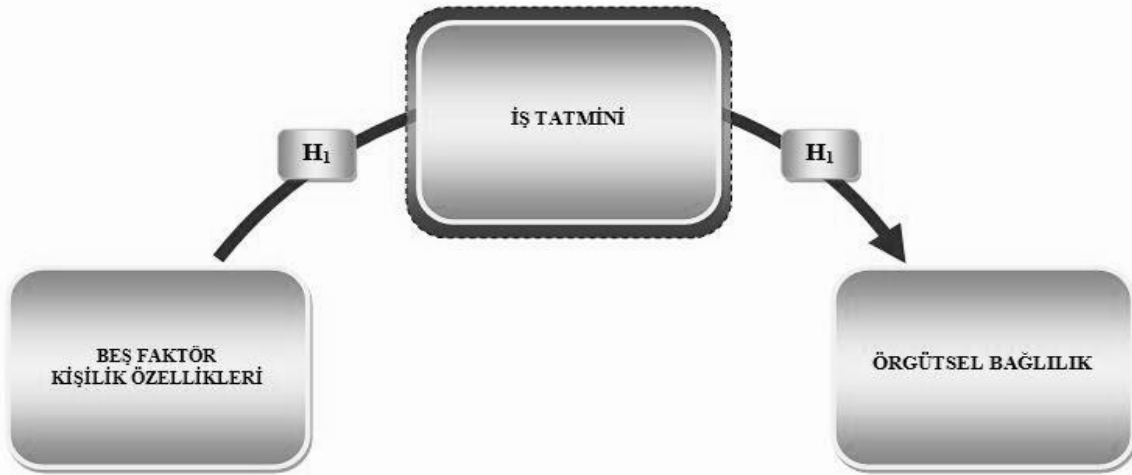
Turizm işletmelerinde, hizmet sektöründeki diğer tüm işletmeler gibi işgörenlerin tutum ve davranışları, verimlilik, hizmet kalitesi ve müşteri tatmininin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Zira işgören devir hızı diğer sektörlerle göre yüksek olan turizm sektörü emek yoğun bir sektör olup bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin ve ona bağlı örgütlerin başarısı büyük ölçüde insan gücünün etkinliğine dayanmaktadır. İşten sağlanan tatmin ile birlikte verimliliğin artması ve işgörenlerin örgüte karşı olumlu tutum geliştirmeleri örgütler açısından hayati bir öneme sahiptir (Kılıç, 2008: 60). Bu çalışma ile otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin hem örgütsel bağlılık ve iş tatmin düzeylerini tespit etmek hem de işgörenlerin kişilik özelliklerini belirleyip, örgütsel bağlılıkları ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye işgörenlerin iş tatmin düzeylerinin aracılık edip etmediğinin saptanması amaçlanmaktadır.

İşgörenlerin kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasında ilişki olduğunu tespit eden çalışmalar ilgili literatürde mevcuttur (Salgado, 2002: 121-123; Furnham vd., 2002: 1338; Srivastava, 2013; Kılıç ve Bozkaya, 2014). Öte yandan literatürde varolan birçok araştırmada da, örgütsel bağlılık ile iş tatmini arasında güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırmaların büyük bir kısmı (Alnajjar, 1999; Bluedorn, 1982; Chen, 2004; Rusbult ve Farrell, 1983; Williams ve Hazer, 1986) iş tatminini sebep örgütsel bağlılığı sonuç olarak görmektedir. Bundan dolayı, işgörenlerin kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkide iş tatmininin aracılık rolünün (mediatör değişken) olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca genel anlamda, iş tatmininin sebep örgütsel bağlılığın sonuç olduğu hususu göz önüne alındığında, nedensellik dizilimini *beş faktör kişilik özellikleri → iş tatmini → örgütsel bağlılık* şeklinde yapmak mümkündür. Bu amaçla geliştirilen H1 hipotezi aşağıda görülmektedir,

H1: Araştırmaya katılanların iş tatmin düzeylerinin, beş faktör kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkide aracılık etkisi bulunmaktadır.

Bu hipotez ışığında araştırma modeli Şekil 1'deki gibi tasarlanmıştır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



YÖNTEM

Bu araştırma betimsel niteliktedir. Betimsel modelde amaç, eldeki problemi, bu problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlayarak bir konudaki mevcut durumu araştırmak olduğu için bu araştırmanın modeli betimsel model olarak kabul edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006: 19). Bu noktadan hareketle araştırmanın uygulanması için bir ölçme aracı kullanılmıştır. Ölçme aracının oluşturulması safhasında önce konuyla ilgili yapılan çalışmalardan ve daha önce oluşturulmuş ölçeklerden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçme aracı 3 farklı ölçekten oluşmaktadır. Bu ölçekler:

Beş Faktör Kişilik Ölçeği: Psikolog, O.P. John tarafından, 1990 yılında geliştirilen ölçek, 44 adet ifadeden oluşmaktadır (John ve Srivastava, 1999: 70). Bu ölçek farklı çalışmalarda (John ve Srivastava, 1999: 62; Karaman, Doğan ve Çoban, 2010: 2359; Tekin, 2012: 176) daha önce sıklıkla kullanılmış, geçerliliği ve güvenilirliği birçok defa test edilmiştir.

Örgütsel Bağlılık Ölçeği: Meyer ve Allen tarafından 1991 yılında geliştirilen 1993 yılında revize edilen ölçek, 18 ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği alanda yapılan bazı araştırmalarda (Meyer ve Allen, 1991: 79; Boylu, Pelit ve Güçer, 2007: 62) başarıyla test edilmiştir.

Minnesota İş Tatmini Ölçeği: Weiss vd. tarafından 1967’de geliştirilen ölçek 20 ifadeden oluşmaktadır. Bu ölçek sosyal bilimler alanında en çok kullanılan ölçeklerden biridir. İş tatmini ile ilgili daha önce yapılan araştırmalarda (Weiss vd., 1967: 90; Şengül, 2008: 71; Martins ve Proença, 2012: 2; Dikili, 2012: 63) ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir.

Araştırma evrenini Türkiye’de Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan işgörenler oluşturmuştur. Antalya, sınır kapısı giriş istatistiklerine göre 2015 yılı itibariyle Türkiye’nin en fazla turist çeken ikinci ilidir. 2015 yılında yaklaşık 11 milyon turist Antalya’ya gelmiştir. Antalya aynı zamanda otel ve yatak sayısı bakımından Türkiye’de 1. Sırada yer almaktadır. 2015 yılı verilerine göre Antalya’da 441 adet 4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgeli otel bulunmaktadır.

Antalya'daki konaklama tesislerinin ve bu tesislerde çalışan işgörenlerin sayısı araştırmanın evreni ve örneklemini için oldukça yeterlidir. Bu sebeple araştırmanın yapılacağı bölge olarak Antalya seçilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2015 yılı itibarıyla Antalya'da toplam 186 adet 4 yıldızlı ve 255 adet 5 yıldızlı otel mevcuttur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). 4 yıldızlı 186 otelin yatak sayısı 91.459'dur. 5 yıldızlı 255 otelin yatak sayısı ise 217.947'dir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015). TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu) tarafından 2010 yılında turizm istihdamı üzerine yapılmış olan bir çalışmaya göre 4 yıldızlı otellerde 3,92 yatak başına 1 personel düşmektedir, 5 yıldızlı otellerde ise 3,08 yatak başına 1 personel düşmektedir (TÜROFED, 2010: 9). Tüm bu veriler ışığında Antalya'da 4 ve 5 yıldızlı otellerde yaklaşık 94.000 işgörenin istihdam edildiği hesaplanmaktadır. Araştırma örnekleminin hesaplanmasında Yamane (2001), örneklem formülü kullanılmıştır (Yamane, 2001: 116). Bu formüle göre araştırma evreni 94.000 olarak kabul edildiğinde araştırma örneklemini de %95 güven seviyesinde 383 olarak ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaya Antalya bölgesinden 2 adet 4 yıldızlı ve 7 adet 5 yıldızlı otel işletmesi katılmıştır. Bunların 3 tanesi Kemer bölgesinden, 2 tanesi Belek bölgesinden ve 4 tanesi Alanya bölgesinden katılmıştır. Araştırmaya katılan işgörenler söz konusu işletmelerden 2016 yılı Mayıs ayında kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Bu işletmelere toplamda 1200 adet anket formu bırakılmıştır. Bırakılan anketlerden 992 adedi geri dönmüştür. Bunların 916 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Geri kalan 76 adet anket ise eksik ve tutarsız olduğundan dolayı değerlendirmeye alınmamıştır. Örneklem sayısı normalde olması gereken 383 rakamının oldukça üzerinde gerçekleşmiştir.

Araştırmanın veri çözümleme sürecinde 5'li Likert şeklinde derecelendirilen ankette araştırma kapsamındaki dört ve beş yıldızlı otel işletmesinde çalışan işgörenlerin belirtilen her bir ifadeye katılım dereceleri beş faktör kişilik ve örgütsel bağlılık ölçeğinde; Hiç Katılmıyorum=1, Katılmıyorum=2, Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum=3, Katılıyorum=4 ve Tamamen Katılıyorum=5 şeklinde puanlandırılarak değerlendirilmiştir. Ancak Minnesota İş Tatmini Ölçeği'nde Hiç Memnun Değilim=1, Memnun Değilim=2, Ne Memnunum Ne Memnun Değilim=3, Memnunum=4 ve Çok Memnunum =5 şeklinde puanlandırılarak değerlendirilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, faktör analizi ve çoklu regresyon analizi gibi istatistik yöntemleri uygulanmıştır.

BULGULAR

Araştırmadan elde edilen veriler istatistiksel açıdan analiz edildikten sonra tablolar haline getirilmiştir. Verilerin analizlerinden elde edilen bulgular bu bölümde sunulmaktadır. Bu bölümde sırasıyla, frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, faktör analizi ve regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Frekans Dağılımı Sonuçları

Tablo 1'de araştırmaya katılanların demografik bilgilerine göre frekans dağılımı sonuçları verilmiştir. Bu sonuçlara göre araştırmaya katılanların %31,8'ini kadınlar oluştururken %68,2'sini de erkekler oluşturmaktadır. Yaş grubu olarak ise %47,2 ile en fazla 26-35 yaş grubundan katılım olmuştur. En az katılım

ise %3,6 ile 46 ve üzeri yaş grubundan sağlanmıştır. Eğitim durumlarına göre en çok katılımcı %67 ile lise mezunları arasından olmuştur. Lise mezunlarını %15,5 ile ilköğretim mezunları takip etmektedir. En az katılımı ise %0,3 ile lisansüstü mezunları yapmıştır.

Gelir düzeylerine göre en fazla katılımcı %79,1' ile aylık 1300-2000 TL arası gelir elde edenlerden oluşmaktadır. En az ise katılım ise %2 ile 4001 TL ve üzeri gelir elde eden gruptan olmuştur. Katılımcıların kademelerine göre dağılımlarına bakıldığında %76,2 gibi büyük bir oranda işçi kademesinde çalışanlar tarafından katılım göstermiştir. Üst kademe yöneticilerin oranı ise %2 olarak gerçekleşmiştir. Tecrübeye bakıldığında ise katılımcıların %53,9'u işletmede 1-5 yıl arası çalışanlardan oluşmaktadır. Öte yandan en az katılım ise %3,3 ile 10 yıl ve üzeri çalışanlar arasından olmuştur.

Tablo 1: Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine Göre Frekans Dağılımları

Cinsiyet	f	%	Yaş	f	%
Erkek	625	68,2	25 ve altı	251	27,4
Kadın	291	31,8	26-35	432	47,2
			36-45	200	21,8
Toplam	916	100,0	46 ve üzeri	33	3,6
			Toplam	916	100,0
Eğitim	f	%	Gelir (TL)	f	%
İlköğretim	142	15,5	1300-2000	725	79,1
Lise	614	67,0	2001-3000	149	16,3
Önlisans	102	11,1	3001-4000	24	2,6
Lisans	55	6,0	4001 ve üzeri	18	2,0
Lisansüstü	3	0,3	Toplam	916	100,0
Toplam	916	100,0			
Kademe	f	%	Tecrübe	f	%
İşçi	698	76,2	1 yıldan az	184	20,1
Alt kademe yönetici	125	13,6	1-5 yıl	494	53,9
Orta kademe yönetici	75	8,2	6-10 yıl	208	22,7
Üst kademe yönetici	18	2,0	10 yıldan fazla	30	3,3
Toplam	916	100,0	Toplam	916	100,0

İfadelerin Geçerlilik ve Güvenilirliği

Araştırma hipotezini test etmek amacıyla yapılan regresyon analizlerine geçmeden önce ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği ölçülmüştür. Ölçeklerde yer alan maddelerin ortalamaları alınırken olumlu ifade içeren maddeler 1'den 5'e doğru, olumsuz ifade içeren maddeler ise 5'ten 1'e doğru kodlanmıştır. Diğer bir ifade ile olumsuz ifade içeren maddeler ters kodlanmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini doğrulamak için faktör analizi yapılmıştır. Örneklem büyüklüğünün yeterliliğini gösteren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi sonuçlarında, *5 faktör kişilik ölçeği*: 0,927; *örgütsel bağlılık ölçeği*: 0,898; *iş tatmini ölçeği*: 0,933 ile ölçeklerin oldukça iyi değerlere sahip olduğu görülmektedir. Küresellik testi sonucuna göre ise $p < 0,001$ olduğu görülmektedir. Bu da verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Eroğlu, 2009: 322).

5 faktör kişilik ölçeğinin ifadelerine ait faktör yükleri 0.515-0.749 arasında yer alırken ölçek ifadeleri 5 boyut altında toplanmıştır; örgütsel bağlılık ölçeğinin ifadelerine ait faktör yükleri 0.500-0.846 aralığındadır; iş tatmini ölçeğinin ifadelerine ait faktör yükleri ise 0.518-0.801 aralığında yer almaktadır. Ölçeklere ait açıklanan varyans oranlarının ise sırasıyla %50,19; %57,17; 51,9 olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre ölçeklerin geçerliliğinin sağlandığı söylenilebilir.

Ölçeklerin güvenilirliğinin ortaya konması için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenilirlik katsayısı (cronbach's alpha) 0.00-1.00 arası bir değer almalıdır. Eğer bu değer 0.70'in üzerindeyse ölçek güvenilir olarak nitelendirilmektedir. Güvenilirlik katsayısı 1.00'a yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliği artmaktadır (Büyüköztürk, 2008: 171). Tablo 2'de ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları görülmektedir. Buna göre ölçeklerde güvenilirlik katsayısının (cronbach's alpha) 0,70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmada kullanılan ölçeklerin genel anlamda ve faktörler bazında güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Faktörler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Dışadönüklük	0,787	8
Uyumluluk	0,779	9
Sorumluluk	0,727	9
Nevrotizm	0,781	8
Açıklık	0,798	10
5 Faktör Kişilik (Genel)	0,921	44
Genel Örgütsel Bağlılık	0,868	18
Genel İş Tatmini	0,931	20

Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırmanın hipotezi olan “**H1:** Araştırmaya katılanların iş tatmin düzeylerinin, beş faktör kişilik özellikleriyle, örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkide aracılık etkisi bulunmaktadır.” ifadesini test etmek amacıyla “Regresyon Analizi” yapılmıştır. Klasik regresyon analizinde, aracılık (mediator) etkisinin ispat edilmesi aşağıda belirtilen 4 adet koşuldan hepsinin yerine getirilmesine bağlıdır (Baron ve Kenny, 1986). Bu koşullar şunlardır:

1. Bağımsız değişken (Beş Faktör), bağımlı değişkeni (Örgütsel Bağlılık) anlamlı bir şekilde etkilemelidir. Bu koşul, Baron ve Kenny tarafından bir önkoşul olarak konmuştur. Buradaki temel mantık, “eğer bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında bir ilişki yoksa zaten aracılık edilecek bir ilişki de yoktur” şeklinde ifade edilebilir.
2. Bağımsız değişkenin (Beş Faktör), aracı değişkeni (İş Tatmini) anlamlı bir şekilde etkilemesi gerekir. Bu aşama oldukça açıktır; iş tatmininin aracı değişken olabilmesi için bağımsız değişken tarafından anlamlı bir şekilde etkilenmesi gerekmektedir.

3. Bağımsız değişken (Beş Faktör) ve aracı değişken (İş Tatmini) birlikte kullanılarak, bağımlı değişken (Örgütsel Bağlılık) üzerindeki etkisi analiz edilir. Bu aşamada, aracı değişken bağımlı değişkeni anlamlı bir şekilde etkilemelidir.
4. İlk 3 aşamadaki tüm şartlar belirtildiği şekilde yerine gelmişse, bağımsız değişkenin (Beş Faktör), bağımlı değişken (Örgütsel Bağlılık) üzerindeki etkisinin azalması gerekmektedir. Aksi takdirde aracılık etkisinden söz edilemez. Eğer 1. Aşamada anlamlı olan bağımsız değişken, 3. aşamada artık anlamlı etkisini tamamen yitirmişse (diğer bir ifadeyle artık anlamsız ise), “tam aracılık” rolü oynamaktadır. Eğer 1. Aşamada anlamlı olan bağımsız değişken 3. Aşamada da hala anlamlı ancak etkisi azalmışsa (beta katsayısının düşmesi) “kısmi aracılık” rolü oynamaktadır.

Aşama 1: Regresyon analizi vasıtasıyla aracı değişken ispat etmenin ilk koşulunu yerine getirmek amacıyla Tablo 3’teki analiz yapılmıştır. İlk koşul: “Bağımsız değişken (Beş Faktör), bağımlı değişkeni (Örgütsel Bağlılık) anlamlı bir şekilde etkilemelidir” şeklinde ifade edilmektedir. Tabloya bakıldığında, bağımsız değişkenin (Beş Faktör), bağımlı değişkeni (Örgütsel Bağlılık) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemekte olduğu görülmektedir. (F testi değeri = 116.941, p değeri = ,000). Buna göre ilk koşul yerine getirilmiştir.

Tablo 3: Bağımsız Değişkenin (Beş Faktör Kişilik Özellikleri) Bağımlı Değişken (Örgütsel Bağlılık Düzeyleri) Üzerine Etkisi

Aşama 1 Regresyon (Beş Faktör Kişilik Özellikleri → Örgütsel Bağlılık)			
Model	Beta	t	p
Dışadönüklük	,249	6,899	*0,000
Uyumluluk	,198	4,456	*0,000
Sorumluluk	,082	2,059	*0,040
Nevrotizm	-,140	-3,499	*0,000
Açıklık	,104	3,463	*0,001
Sabit		8,278	*0,000
R		,625	
R ²		,391	
F		116.941	
p		*0,000	

*p<0,05

Aşama 2: Regresyon analizi vasıtasıyla aracı değişken ispat etmenin ikinci koşulunu yerine getirmek amacıyla Tablo 4’teki analiz yapılmıştır. İkinci koşul: “Bağımsız değişkenin (Beş Faktör), aracı değişkeni (İş Tatmini) anlamlı bir şekilde etkilemesi gerekir.” şeklinde ifade edilmektedir. Tabloya bakıldığında, bağımsız değişken (Beş Faktör), aracı değişkeni (İş Tatmini) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemekte olduğu görülmektedir. (F testi değeri = 54.203, p değeri = ,000). Buna göre ikinci koşul da yerine getirilmiştir.

Tablo 4: Bağımsız Değişkenin (Beş Faktör Kişilik Özellikleri) Aracı Değişken (İş Tatmin Düzeyleri) Üzerine Etkisi

Aşama 2 Regresyon (Beş Faktör Kişilik Özellikleri → İş Tatmini)			
Model	Beta	t	p
Dışadönüklük	,281	6,940	*0,000
Uyumluluk	-,007	-,133	0,895
Sorumluluk	,185	4,155	*0,000
Nevrotizm	-,216	-4,805	*0,000
Açıklık	,280	8,303	*0,000
Sabit		9,751	*0,000
R		,479	
R ²		,229	
F		54.203	
p		*0,000	

*p<0,05

Aşama 3: Regresyon analizi vasıtasıyla aracı değişken ispat etmenin üçüncü koşulunu yerine getirmek amacıyla Tablo 5'teki analiz yapılmıştır. Üçüncü koşul: “Bağımsız değişken (Beş Faktör) ve aracı değişken (İş Tatmini) birlikte kullanılarak, bağımlı değişken (Örgütsel Bağlılık) üzerindeki etkisi analiz edilir ve bu aşamada, aracı değişkenin bağımlı değişkeni anlamlı bir şekilde etkilemesi gerekmektedir.” şeklinde ifade edilmektedir.

Tabloya bakıldığında, aracı değişkenin (İş Tatmini), bağımlı değişkeni (Örgütsel Bağlılık) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemekte olduğu görülmektedir. (t değeri = 17.084, p değeri = ,000). Beş faktör kişilik özellikleri ve iş tatmini birlikte, örgütsel bağlılık üzerinde %53,9 düzeyinde varyans açıklama oranına sahiptir ($R^2=0,539$). Beş faktör kişilik özellikleri ve iş tatminini birlikte %73,4 oranında etkilemektedir ($R = 0,734$). Buna göre üçüncü koşul da yerine getirilmiştir. Dolayısıyla regresyon analizi vasıtasıyla aracı değişken ispat etmenin dördüncü ve son aşamasına geçilebilmesi için Baron ve Kenny (1986) tarafından belirtilen bütün koşullar yerine getirilmiştir.

Tablo 5: Bağımsız Değişken (Beş Faktör Kişilik Özellikleri) İle Aracı Değişkenin (İş Tatmin Düzeyleri) Bağımsız Değişken (Örgütsel Bağlılık Düzeyleri) Üzerine Etkisi

Aşama 3 Regresyon (Beş Faktör + İş Tatmini → Örgütsel Bağlılık)			
Model	Beta	t	p
Dışadönüklük	,125	3,894	,000
Uyumluluk	,101	5,194	,000
Sorumluluk	,000	,012	,990
Nevrotizm	-,135	-6,657	,000
Açıklık	-,019	-,699	,485
İş Tatmini	,438	17.084	,000
Sabit		3.794	,000
R		,734	
R ²		,539	
F		177.244	
p		*0,000	

*p<0,05

Aşama 4: Regresyon analizi vasıtasıyla aracı değişken ispat etmenin dördüncü ve son koşulunu yerine getirmek amacıyla Tablo 6'daki analiz yapılmıştır. Dördüncü koşul: “Bağımsız değişkenin (Beş Faktör), bağımlı değişken (Örgütsel Bağlılık) üzerindeki etkisinin azalması gerekmektedir. Aksi takdirde aracılık etkisinden söz edilemez. Eğer 1. Aşamada anlamlı olan bağımsız değişken, 3. aşamada artık anlamlı etkisini tamamen yitirmişse (diğer bir ifadeyle artık anlamsız ise), “tam aracılık” rolü oynamaktadır. Eğer 1. Aşamada anlamlı olan bağımsız değişken 3. Aşamada da hala anlamlı ancak etkisi azalmışsa (beta katsayısının düşmesi) “kısmi aracılık” rolü oynamaktadır.” şeklinde ifade edilmektedir.

Tabloya bakıldığında beş faktör kişilik özelliklerinin boyutlarından “sorumluluk” ve “açıklık” faktörlerinin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin azalmış (sorumluluk: Beta katsayısı = ,082 → ,000 – açıklık: Beta katsayısı = ,104 → -,019) olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan bu iki faktör, 1. aşamada anlamlı iken, (sorumluluk: p değeri = ,040 – açıklık: p değeri = ,001) 3. aşamada artık anlamlılık etkisini yitirmişlerdir (sorumluluk: p değeri = ,990 – açıklık: p değeri = ,485). Buna göre iş tatmininin “sorumluluk” ve “açıklık” faktörlerinin örgütsel bağlılığa etkisinde tam aracılık rolü söz konusudur.

Beş faktör kişilik özelliklerinin boyutlarından “dışadönüklük”, “uyumluluk” ve “nevrotizm” faktörlerinin bağımlı değişken üzerindeki etkisi azalmıştır (dışadönüklük: Beta katsayısı = ,249 → ,125 – uyumluluk: Beta katsayısı = ,198 → ,101 – nevrotizm: Beta katsayısı = -,140 → -,135). Ancak her üçü de hala anlamlılık etkisini sürdürmektedir. Buna göre iş tatmininin “dışadönüklük”, “uyumluluk” ve “nevrotizm” faktörlerinin örgütsel bağlılığa etkisinde kısmi aracılık rolü söz konusudur.

Tablo 6: Aşama 1'in ve Aşama 3'ün Karşılaştırılması

Beş Faktör Kişilik Özellikleri	Aşama 4			
	Karşılaştırma (Beş Faktör Kişilik Özellikleri → Örgütsel Bağlılık)			
	Aşama 1		Aşama 3	
	Beta	p	Beta	p
Dışadönüklük	,249	*0,000	,125	*0,000
Uyumluluk	,198	*0,000	,101	*0,000
Sorumluluk	,082	*0,040	,000	0,990
Nevrotizm	-,140	*0,000	-,135	*0,000
Açıklık	,104	*0,001	-,019	0,485

*p<0,05

Baron ve Kenny (1986) tarafından belirtilen koşullar için yapılan dört aşamalı analizin sonuçlarına göre, araştırmaya katılanların iş tatmin düzeylerinin, beş faktör kişilik özellikleriyle, örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkide kısmi aracılık (mediator) etkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla “**H1:** Araştırmaya katılanların iş tatmin düzeylerinin, beş faktör kişilik özellikleriyle, örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkide aracılık etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin beş faktör kişilik özelliklerinin, örgütsel bağlılık ve iş tatmini üzerine etkisini araştırmayı amaçlayan bu çalışmanın örneklemini Antalya'daki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 916 personelden oluşmaktadır.

Bu örneklemini oluşturan işgörenlerin %68 gibi büyük bir kısmı erkeklerden oluşurken %32 lik kesimi kadınlardan oluşmaktadır. 2014 yılında yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'de turizm sektöründe çalışan kadınların sayısının %27,3 civarında olduğu ve 2023'te bu oranın %36,5 olacağı öngörülmüştür (WTTC, 2014). Söz konusu veriler göz önüne alındığında bu çalışmadaki %32'lik kadın çalışan oranı turizm istihdamındaki güncel durumla benzerlik göstermektedir. Araştırmanın bulgularına göre yaş grupları arasında en fazla katılımın %47 ile "26-35" yaş grubundan olduğu görülmektedir. "25 ve altı" yaş grubundan ise %27, 'lik bir katılım sağlanmıştır. Turizm sektöründe çalışan "25 ve altı" yaş grubunun 2013 yılında %22 civarında olduğu, 2023 yılında ise %30 civarında olacağı öngörülmektedir (WTTC, 2014). Dolayısıyla çalışmadaki söz konusu bulgular güncel verilerle benzerlik taşımaktadır.

Araştırmada otellerde çalışan işgörenlerin, iş tatminleri ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyle ilgili bulgularda katılımcıların iş tatmin düzeylerinin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yani araştırmaya katılanların iş tatmin düzeyleri arttıkça, örgütsel bağlılık düzeyleri de artmaktadır. İşgörenlerin iş tatmin düzeylerinin yüksek olmasının örgütsel bağlılık üzerinde olumlu etkilerinin olması örgütler açısından bu konuyu önemli kılmaktadır. Yüksek düzeyde iş tatmini örgütsel bağlılığı arttırırken, işgören devir hızı ve işe devamsızlık gibi olumsuz durumları da azaltmaktadır. Geçmişte yapılmış birçok araştırmada bu durumu doğrulayan birçok araştırma mevcuttur (Alnajjar, 1999; Chen, 2004; Tett ve Meyer, 1993; Williams ve Hazer, 1986; Yang, 2010). Dolayısıyla bu araştırmada elde edilen bulgular geçmişte bu konuyla ilgili yapılmış araştırmaların bulgularını destekleyici niteliktedir.

Araştırmayı turizm alanındaki diğer çalışmalardan farklı kılan husus, kişilik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide iş tatmininin aracılık (mediator) rolünün olup olmadığının test edilmesidir. Daha önce de belirtildiği gibi kişilik özelliklerinin iş tatminini ve örgütsel bağlılığı etkilediği bilinmektedir. İş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında bir ilişkinin olduğu da bilinmektedir. Dolayısıyla bu ikili ilişkiler dizisinde bir aracılık (mediator) olabileceği hususu araştırmanın en temel amacını oluşturmaktadır. Daha önce yeterli miktarda ve benzer nitelikte olmasa da farklı alanlardaki bazı uluslararası çalışmalarda (Aghdasi vd. 2011; Srivastava, 2013) ve ulusal çalışmalarda (Şengül, 2008; Çelik, 2013) bu etki araştırılmıştır. Söz konusu araştırmaların bulgularına bakıldığında, bu araştırmanın bulgularıyla benzeştiği görülmektedir.

Sonuç olarak bu araştırma ile turizm alanında daha önce üzerinde ayrı ayrı çalışılmış kişilik, iş tatmini ve örgütsel bağlılık kavramlarını bir arada ele alıp alandaki bir boşluğu doldurmak, oluşan farklı bir durumu ortaya koyarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Öte yandan bu çalışma ile gelecekte turizm alanında yapılacak olan benzer nitelikteki çalışmalara bir kapı açmak ve bu konudaki daha spesifik araştırmalara temel teşkil etmek hedeflenmiştir.

Araştırmanın bulguları ışığında, sektörde faaliyet gösteren otel işletmelerine, kamu kurumlarına ve alandaki araştırmacılara yönelik şu öneriler geliştirilmiştir:

İşletmelerin insan kaynakları birimleri tarafından işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş tatmin düzeyleri periyodik olarak ölçülmeli ve olumsuz durumlar tespit edilerek (ödül, ceza, terfi, çalışma koşullarını iyileştirme, daha iyi sosyal haklar vb.) gerekli önlemler alınmalıdır. Örgüt içerisinde işgörenlerden daha fazla verim alınması açısından işgörelere verilen yetkiler ve sorumluluklar ile işgörelere sahip oldukları kişilik özellikleri uyumlu olmalıdır.

Kamu imkânlarıyla turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yöneticilerine ve işgörelere kişilik, örgütsel davranışlar ve iş tatmini gibi konuların önemi hususunda farkındalık sağlanmalıdır. Özellikle personel seçiminde kullanılması amacıyla bu veya benzer araştırmalardaki yöntemlerin uygulanmasının ne derece faydalı olduğu konusunda yöneticilerin bilinçlendirilmesi sağlanabilir.

Araştırmada kullanılan ölçekler yöntem kısmında da belirtildiği gibi alanda en çok kullanılan ölçekler arasından seçilmiştir. Ancak özellikle kişilik konusunda birbirinden farklı noktalara odaklanan ölçekler mevcuttur. Gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı ölçek tipleri, farklı araştırma modelleri ve kritik olay yöntemi, görüşme gibi farklı veri toplama yöntemleri kullanılabilir. Bu sayede daha farklı bulgular elde edilerek daha farklı analizler yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Aghdasi, K. I., Kiamanesh, A. R., ve Ebrahim, A. N. (2011). Emotional Intelligence and organizational commitment: testing the mediatory role of occupational stress and job satisfaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29, 1965-1976.
- Alkış, H. (2008). *Frederick Herzberg'in çift etmen (hijyen –motivasyon) kuramının işgörelere iş tatminine etkisi ve otel işletmelerinde bir uygulama*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Alnajjar, A. (1999). The impact of selected psycho-social variables upon employees' organizational commitment in the united arab emirates. *Social Behavior and Personality*, 27(5), 523-530.
- Bloch, H., Chemama, R., Gallo, A., Leconte, P., Leny, J.F., Postel, J., Moscovici, Reuchlin, M. ve Vurpillot, E. (1991). *Grand dictionnaire de la psychologie*. Paris: Larousse.
- Bluedorn, A.C. (1982). A unified model of turnover from organizations. *Human Relations*, 35, 135-153.
- Boylu, Y. Pelit, E. ve Güçer, E., (2007). Akademisyenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerine bir araştırma. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 44(511), 55-74.
- Büyüköztürk, Ş. (2008). *Veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem.
- Chen, L.Y. (2004). Examining the effect of organization culture and leadership behaviors on organizational commitment, job satisfaction, and job performance at small and middle sized firms of Taiwan. *Journal of American Academy of Business*, 5(5), 432-438.

- Çelik, G. (2013). *Türk inşaat sektörü çalışanlarının kişilik özelliklerinin, örgütsel bağlılık ve iş tatmini ile ilişkisi*. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Dikili, A. (2012), *Psikolojik sözleşme ile iş tatmini ilişkisi: bir örnek olay çalışması*, Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Eroğlu, A. (2009). Faktör Analizi. Şeref Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde (ss. 321-331) Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Furnham, A., Petrides, K.V., Jackson, C.J. ve Cotter, T. (2002). Do personality factors predict job satisfaction? *Personality and Individual Differences*, 33(8), 1325-1342.
- John, O.P. ve Srivastava: (1999). The big-five trait taxonomy: history, measurement, and theoretical perspectives. In *Handbook of Personality: Theory and Research* (2nd ed.). Pervin, L. and John, O.P. (Eds.), New York: The Guilford.
- Karaman, N.G., Doğan, T. ve Çoban, A.E. (2010). A Study to Adapt the Big Five Inventory to Turkish. *Procedia Social and Behavioral Sciences* (2). 2357-2359.
- Kılıç, R. ve Bozkaya, E. (2014). Örgüt çalışanlarının kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20,153-178.
- Kılıç, G. (2008). *Kariyer yönetimi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Martins, H. ve Proença, T. (2012). Minnesota Satisfaction Questionnaire – Psychometric Properties and Validation in a Population Of Portuguese Hospital Workers. *Research Work in Progress*. (n. 471). 1-20.
- Meyer, J.P. ve Allen, N.J. (1991). A three-components conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Nelson, K. W. (2011). *Motivation and personality: An examination of the big five personality trait factors and their relationship with sales performance in a non-cash incentive program*. Doctoral Dissertation, Capella University, Minnesota.
- Obeng, K. ve Ugboro, I. (2003). Organizational commitment among public transit employees: An assessment study. *Journal of the Transportation Research Forum*. 57(2), 83.
- Randall, D. M. (1990). The consequences of organizational commitment: methodological investigation. *Journal of Organizational Behavior*, 11, 361-378.
- Rusbult, C.E.ve Farrell, D. (1983). A longitudinal test of the investment model: the impact on job satisfaction, job commitment, and turnover of variations in rewards, costs, alternatives, and investment. *Journal of Applied Psychology*,68, 429-438.

- Salgado, J. F. (2002). The big five personality dimensions and counterproductive behaviors. *International Journal of Selection and Assessment*, 10(1), 117-125.
- Simons, T. ve Hinkin, T. (2001). The effect of employee turnover on hotel profits: a test across multiple hotels. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42 (4), 65-69.
- Srivastava: (2013). Job satisfaction and organizational commitment relationship: effect of personality variables. *The Journal of Business Perspective*, 17(2), 159-167.
- Şahin, N. (2007). *Personel güçlendirmenin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerine etkisi: dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Şengül, C.M. (2008). *Örgüt çalışanlarının kişilik, iş tatmini ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Şimşek, M.Ş. (2008). *Yönetim ve organizasyon*. Konya: Adım.
- Tekin, Ö.A. (2012). *Yabancılaşma ve beş faktör kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler: antalya kemer'deki beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanları üzerinde bir uygulama*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Tett, R.P. ve Meyer, J.P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover, intention and turnover: path analysis based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293.
- TÜROFED, (2010). *Turizm Raporu*. Ekin Grubu Araştırma Birimi. Ekim. s. 2. İstanbul.
- UNDP, (2017). Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı. *2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri*.
- <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/post-2015/sdg-overview/goal-8.html>, sayfasından 03.02.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Weiss, D. J. , Dawis, R. V. England, G. W. ve Lofquist, L. H. (1967), *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire*. Vol. 22, Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation, Minneapolis: University of Minnesota, Industrial Relations Center.
- Williams, L.J. ve Hazer, J.T. (1986). Antecedents and consequences of satisfaction and commitment in turnover models: a reanalysis using latent variable structural equation methods. *Journal of Applied Psychology*, 71, 219-231.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri*. (1. Baskı). (Çev. A. Esin, M. A. Bakır, C. Aydın ve E. Gürbüzsel). Literatür Yayıncılık. İstanbul.

The Mediating Role of Job Satisfaction on the Relationship Between Personality Traits and Organizational Commitment

Emin ARSLAN

Tokat Gaziosmanpaşa University, Zile Dinçerler Tourism and Hotel Management College, Tokat/Turkey

Arzu KILIÇLAR

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Turkey

Extensive Summary

The concept of personality plays an important role in the science of psychology to understand and predict an individual's thoughts and emotions. In management science, it is also important in terms of organizational behavior, organizational commitment and organizational culture. To understand the personality traits of individuals in the organization; they are important in terms of their loyalty, creativity abilities, competitive understanding, and their suitability for team work (Nelson, 2011: 15).

The success of a business also means the success of the existing organizations. On the other hand, employees' commitment to the organization is seen as one of the most important factors in achieving organizational success. Individuals connected to the organization; adopts the aims and objectives of the organization, acts in favor of the organization, can keep important information confidential. In organizations with low organizational commitment; negative attitudes and behaviors such as employee turnover rate and intention to leave work are more common. In organizations with high organizational commitment, positive attitudes and behaviors such as high performance, high job satisfaction and job attendance are more common (Randall, 1990: 362).

The main goal of this study is to determine the personality traits of employees in hotel businesses, to examine effects of personality traits on job satisfaction and organizational commitment and to investigate whether job satisfaction is mediated by the relationship between personality traits and organizational commitment. Some studies have found in the literature that, there is a relationship between the personality traits of the employees and the organizational commitment and job satisfaction (Salgado, 2002: 121-123; Furnham vd., 2002: 1338; Srivastava, 2013; Kılıç ve Bozkaya, 2014). On the other hand, in many studies in the literature, there is a strong relationship between organizational commitment and job satisfaction. According to most of these studies; job satisfaction is the cause of organizational commitment (Alnajjar, 1999; Bluedorn, 1982; Chen, 2004; Rusbult ve Farrell, 1983; Williams ve Hazer, 1986). Therefore, it may play a mediator role (mediator variable) in the relationship between employees' personality traits and their organizational commitment. Thus, it is possible to make the causality sequence in the form of *personality traits* → *job satisfaction* → *organizational commitment*. The H1 hypothesis developed for

this purpose is: H1: The level of job satisfaction of the participants is mediating role in the relationship between personality traits and organizational commitment.

When the frequency distribution of the participants according to the demographic information was examined, 31.8% of the participants were women and 68.2% of the participants were men. When the age groups were examined, the highest participation rate was in the age group 26-35 with 47.2%. Minimum participation rate was the group of 3,6% and 46 age and over. According to the educational status, the highest number of participants was high school graduates with 67%. High school graduates are followed by primary school graduates with 15.5%. The lowest participation was made by graduate graduates with 0.3%. According to the income level status, the highest number of participants was between monthly 1300-2000 TRY with %79.1. The lowest participation was from the group of "4001TRY and higher income" with 2%. According to the level of the participants, 76.2% of them work at the level of the worker. The ratio of top level managers is only 2%. According to the experience, 53.9% of the participants are employees in the enterprise between 1-5 years. The lowest participation rate was between "10 years and over" with 3.3%.

Descriptive research method used in the study. The aims in descriptive research is researching and presenting current status of a subject by defining the problem, about the status of this problem, variables and relation between variables. 916 hotel employees in 9 five and four star hotels in Antalya were the sample of research, in May, 2016. Questionnaire technique was used as a data collection technique. The questionnaire consisted of 4 parts, the first part is demographic variables, The second part is "big five personality traits scale", the third part is "organizational commitment scale", the last part is "Minnesota job satisfaction scale". Some statical analysis made to data in the result of research. These analyses were frequency distribution, reliability analysis, factor analysis and regression analysis. According to the results of the analysis, job satisfaction levels of the participants have a partial mediator role in the relationship between personality traits and organizational commitment.

As a result of regression analysis, the five factor personality traits of employees in hotel business have an impact on job satisfaction and organizational commitment. To determine the role of mediation, a four-stage regression analysis model developed by Baron and Kenny (1986) was applied. According to the results of the analysis, job satisfaction levels of the participants have a partial mediator role in the relationship between personality traits and organizational commitment. Therefore; "H1: The level of job satisfaction of the participants is mediating role in the relationship between personality traits and organizational commitment" hypothesis was accepted.