

**KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, HİZMET VERME YATKINLIKLARI VE SOSYAL
KAYTARMA DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER: TRAKYA BÖLGESİ
KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Çiğdem ÖZKAN¹, Gülsevim YUMUK GÜNAY², Tülay DEMİRALAY³

Öz

İşgücüne dayalı üretimin gerçekleştiği konaklama işletmelerinin hem rekabet güçlerini hem de karlılıklarını arttırabilmek için yüksek performans gösteren çalışanlara ihtiyacı vardır. Çalışanların kendilerinden beklenen performansı gösterebilmeleri kişilik özellikleri, işe yönelik yetkinlikleri ve grup ortamında gösterecekleri davranışlara göre değişebilmektedir. Özellikle de misafir ile yüzyüze iletişimin ağırlıkta olduğu konaklama işletmeleri çalışanlarının sergiledikleri davranışlar, hem çevresel hem de genetik faktörlerden etkilenecek şekilde oluşan kişilik özelliklerine göre farklılaşabilmektedir. Çalışmada konaklama işletmesi çalışanlarının kişilik özellikleri hizmet verme yetkinlikleri ve sosyal kaytarma davranışları arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Bu amaçla Trakya bölgesinde yer alan 62 konaklama işletmesinde çalışan 292 katılımcıdan elde edilen veriler analiz edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda, hizmet verme yetkinliği ile sosyal kaytarma arasında ilişkiye rastlanmamış ancak hizmet verme yetkinliği ile kişilik özellikleri (dışa dönüklük hariç) ve bazı kişilik özellikleri (nevrotiklik ve gelişime açıklık) ile de sosyal kaytarma arasında ilişkiler bulunmuştur. Path analizi sonucunda hizmet verme yetkinliğinin gelişime açıklık kişilik özelliğini olumlu yönde, nevrotik kişilik özelliğini ise olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca sosyal kaytarma bağımlı değişkeninin nedensellik ilişkisi açısından hem gelişime açıklık hem de nevrotik kişilik özelliğinden olumlu yönde etkilendiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler:Kişilik, Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Hizmet Verme Yetkinliği, Sosyal Kaytarma Davranışı, Konaklama İşletmeleri.

**THE RELATIONSHIPS BETWEEN PERSONALITY TRAITS, SERVICE
ORIENTATIONS AND SOCIAL LOAFING BEHAVIORS: A RESEARCH ON THE
ACCOMODATION ESTABLISHMENTS IN THRACE REGION**

Abstract

Accommodation establishments in which labor-intensive production occurs need high-performing employees to increase both their competitiveness and profitability. The employee's ability to show expected performance may vary according to their personality traits, professional orientations and behaviors in the group environment. The behaviors of the employees in the accommodation establishments where face-to-face communication with the

¹ T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YL. Mezunu, ccig23@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8990-8645

² T.Ü. Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü, gulsevimyumuk@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6184-0714

³ T.Ü. Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, tulaydemiralay@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8284-6699

guest is dominant may change depending on personality traits that are influenced from both environmental and genetic factors. The study examined the relationships between the personality traits, service orientations and social loafing behaviors of the employees in the accommodation establishment.

Therefore, the data obtained from 292 participants working in 62 accommodation establishments in Thrace Region were analyzed. As a result of the correlation analysis, no relationship was found between service orientation and social loafing but there were relationships between service orientation and personality traits (excluding extroversion), and some personality traits (neuroticism and openness) and social loafing. The result of the path analysis has showed that service orientation affects openness personality trait positively, but neuroticism personality trait negatively. Also, it is understood that social loafing, the dependent variable, is positively affected by both openness and neuroticism personality traits in terms the causality relation.

Key Words:Personality, Five-Factor Personality Traits, Service Orientation, Social Loafing Behaviors, Accommodation Establishments

1.GİRİŞ

Hizmet sektörünün önemli bir parçasını oluşturan konaklama işletmelerinin, rekabet üstünlüğü ve sürdürülebilirlik için günümüz teknolojik gelişmelerine ve hızlı değişime ayak uydurmaları gerekmektedir. İnsan ilişkilerinin yoğun olduğu konaklama işletmeleri kendilerinden beklenen taleplere yönelik hizmetlerin sunumunda çalışanlarına büyük sorumluluklar yüklemektedir. Soyut üretimin gerçekleştiği bu hizmet sunum süreçlerinde konaklama işletmesi çalışanlarının hem işletme içindeki davranışları hem de müşterilere yönelik hizmet kalitesi oldukça önemlidir. Çalışanların sahip olduğu bilgi, beceri ve çalışma motivasyonları, performanslarını sergilemede en önemli etkenlerin başında gelmektedir. Dolayısıyla bu bilgi, beceri ve motive olma gücü doğuştan ya da sonradan kazanılmış kişilik özellikleriyle ilgili olduğu söylenebilir.

Çalışanların kendilerine özgü kişilik yapıları bir taraftan çalışma ortamlarındaki hizmet verme yatkınlıklarına bir taraftan da grup ortamında gösterecekleri olumlu veya olumsuz davranışlara sebebiyet verebilmektedir. Özellikle konaklama işletmeleri gibi müşteri memnuniyetinin misafir ile yüzyüze çalışan insan kaynağına bağlı olduğu ortamlarda çalışanların kişilik özellikleri çok daha ön planda yer almaktadır. Bu sebeple çalışan personelin hizmet verme yatkınlığı ve grup görevlerinde yeterli çabayı gösterecek kişilik özelliklerinin aranması tercih edilen işletme politikaları haline gelmektedir.

Çalışmada ilk olarak kişilik özellikleri, hizmet verme yatkınlığı ve sosyal kaytarma davranışı kavramlarının incelendiği literatür taraması detaylı olarak ele alınmıştır. Ardından uygulamaya yönelik olarak amaç ve metodolojiye yer verilmiş ve son olarak elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanmıştır.

2. LİTERATÜR

2.1. Kişilik Özellikleri

Kişilik; duygular, sosyal bakış açısı, beklentiler, düşünce kalıpları, kişilik tasarımları, değerleri, motivasyonları ve tutumları besleyen ve etkileyen birbiriyle

tutarlı biçimde, zaman içinde sergilenen davranışlardan meydana gelmiştir. Kişilerin sahip olduğu çeşitli öğeler, nitelikler ve uyarlamalardan dolayı, psikolojinin temel direği olan kişilik, bireylerin özünü oluşturmada ve onları anlamada önemli bir görev üstlenmektedir. Dolayısıyla bireylerin kişilik kümeleri ve nitelik boyutları, kişinin evren ile nasıl bir etkileşim içerisinde olacağına göstergesidir (Bean, 2015:10).

1930'lardan günümüze kadar psikolojinin bir dalı olarak ele alınan kişilikle alakalı birçok varsayımdan sözedilebilir. Latince "persona" kelimesinden gelen kişilik kavramı, bir tiyatro oyununda bulunan aktörlerin kullandığı "maske" ile ilişkilendirilmiştir (Schultz ve Schultz, 2005:9). Yunan tiyatrosunda, aktörlerin sergileyeceği rollerin fazla oluşu sebebiyle *persona* denen maskeler kullanarak, farklı karakterleri seyircilere yansıtmışlardır (Engler, 2009:4). Günümüzde ise persona kelimesinden gelen kişilik terimi ile kişilerin topluma karşı oynadığı rol (kendini ifade etme şekli) açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda mevcut kişilik tanımında insanların bireyleri nasıl etkiledikleri, kendilerini nasıl değerlendirdikleri ve gördükleri, iç/dış ölçülebilir özelliklerinin neler olduğu ile birey-durum etkileşiminin nasıl gerçekleştiği, açıklanmak istenmiştir (Horney, 1999:56).

Kişiliğin, yaklaşık 70 yıl öncesine dayanan ve en yaygın tanımı, Gordon Allport tarafından yapılmıştır. Allport kişiliği; "çevreye özgü ayarlamalarını belirleyen psikofizik sistemlerinin bireyin içindeki dinamik organizasyonu" olarak ele almıştır. Kişilerin birbiriyle nasıl bir etkileşim içinde olacağı ve başkalarına karşı nasıl tepki vereceği gibi izlenimlerin bütünü olarak düşünülmesi, özellikle de bireyin ortaya koyduğu ölçülebilir özelliklerden kaynaklandığını göstermektedir (Akt. Robbins ve Judge, 2013:167).

Kişilik psikologları kişiliğin tanımı konusunda ortak bir görüşe sahip olmasalar da, kişiliğin karakteristik yollarla harekete geçmeye ve düşünmeye yatkınlığının bir "eğilim" olduğu konusunda ortak bir varsayımı kabul etmişlerdir. Psikologlar, kişiliği karakterize eden mizaçlarına ya da özelliklerine göre bireysel farklılıkları açıklamaya çalışmışlardır. Kişilik özelliklerine bakılarak, kişilerin çeşitli durumlar karşısında nasıl bir tavır sergileyeceği konusunda tahminler yürütülebileceği kabul edilmiştir. Bu sebeple kişilik gözlemlenemeyen bir yapıda olduğundan teorisyenler bireylerin mizaçlarını ya da kişilik özelliklerini belirlemeye çalışmışlardır (Wagstaff, 1998:7).

Coon (1997), çalışmasında dört temel kişilik kuramlarından söz etmektedir. Bunlar; psikoanalitik, hümanistik, davranışsal ve özellik kuramlarıdır. Psikoanalitik kuram, özellikle bireyin içsel mücadele ve çatışmalarına odaklanmıştır. Hümanistik kuram, özel deneyim ve kişisel gelişime yön verirken davranışçı kuramlar, dış çevre ve öğrenme ile koşullanmanın etkisi üzerine yoğunlaşmıştır. Özellik kuramları ise, kişiliği meydana getiren özelliklerin neler olduğu ve aktif davranışlarla ne şekilde ilişkilendirildiğini incelemeye almıştır (Koca, 2016:30).

Kişiliğin ölçülebilmesi ve tanımlanabilmesinde pekçok teorisyen tarafından çeşitli görüşler ortaya konulmuştur. Özellikle beş faktör kişilik modeli kişiliğin değerlendirilmesinde sıkça kullanılan yaklaşımlardandır. Beş faktör kişilik modeli özellik yaklaşımının bir alt boyutu olarak, kişilerin kendilerini ve diğer bireyleri tanımlayabilmek için kullanılan sıfatlardan oluşmuştur (Doğan, 2013:57). Bu

özellikler sorumluluk (özdisiplin), nevroitiklik (duyusal istikrar), uyumluluk, gelişime açıklık ve dışadönüklük olmak üzere beş faktörde geleneksel olarak sıfatlandırılmış ve her biri farklı kişilik özelliğini temsil etmektedir (Goldberg, 1990:1217).

Sorumluluk kişilik boyutu organize, güvenilir, sorumluluk sahibi ve yaptığı işte ısrarcı olarak değerlendirilmektedir. Bu özelliği düşük olan bireyler güvenilmez, dikkat dağınık ve dağınık olarak nitelendirilmiştir (Robbins ve Judge, 2013:170). Nevrotiklik boyutu keder, öfke, suçluluk, korku ve utanç gibi olumsuz etkilerle karşı karşıya kalmış bireylerin sergilediği özellikleri ifade eder. Nevrotikliğin üst sınırında olan bireyler, irrasyonel fikirlere sahiptirler, dürtüleri kontrol etme olasılıkları azdır ve negatif duyguların adaptasyonlarına engel olması sebebiyle stresle başa çıkabilme olasılıkları daha düşük olduğu söylenebilir. Nevrotizmin alt sınırında yer alan kişiler ise duyusal olarak daha kararlı oldukları görülmektedir (Muilenburg-Trevino, 2009:26). Uyumluluk kişilik özelliği sevecen, iyi huylu, sempatik, cömert, sıcakkanlı gibi niteliklerle ifade edilirken, alt sınırında olan bireyler için düşmanca, cimri, soğuk ve acımasız gibi sıfatlarla karakterize edilmektedirler. (Church, 993:9). Gelişime açıklık özelliklerini taşıyan bireyler ise, yeni deneyimler edinmeye, yeni düşünceler oluşturmaya ve yaratıcı özelliklere sahip olma yöneliminde olduğu söylenebilir. Evrenin sunduğu olanakları alma, işleme ve tartma arzusu taşımaktadırlar. Aynı zamanda, deneyimleme isteği yüksek bireyler diğerlerinden daha derin ve çeşitli duygulara sahip kişilerin taşıdığı özellikleri içermektedirler (Mohan ve Mulla, 2013:21). Son olarak dışadönüklük boyutu aktif, olumlu, enerjik, baskın karakterli, sosyal ve girişken özellikleri ifade etmektedir (Benet-Martinez ve John, 1998:730).

Nevrotiklik ve dışa dönüklük, her iki si de orta ile güçlü sayılabilecek genetik etkiler taşıdığını ve çevre ile etkileşiminin oldukça az olduğunu veya hiç olmadığını gösteren kapsamlı genetik araştırmaların konusu olmuştur (Kandler ve Papendick, 2017:2; Ashill, Semaan, Gibbs and Gazley, 2020:1217). Buna karşılık, açıklık, anlaşılabilirlik ve vicdanlılığın çok az genetik etkiye sahip olduğu ve daha çok sosyalleşme süreçleri ile şekillendiği gösterilmiştir (Baranczuk, 2019:225; Ashill, Semaan, Gibbs and Gazley, 2020:1217).

2.2. Hizmet Verme Yatkinlıkları

Hizmet alanında çalışmalar yürüten araştırmacıların, hizmet verme yakınlığı konusuna olan ilgileri yarım yüzyıldan daha eski bir geçmişe sahiptir. Bu kavrama ilk olarak Adair (1968) yer vermiştir. Adair'in çalışmalarını Hogan, Hogan ve Busch (1984)'un hastane çalışanlarının hizmet verme yakınlığı üzerine gerçekleştirdiği araştırmalar izlemiştir (Frimbong, 2014:54).

Hizmet verme yakınlığı, sunulan hizmetin mükemmelliğinin stratejik olarak öncelik olduğu inancını taşıyan, hizmet sunum süreçlerini, uygulamalarını ve prosedürlerini planlı bir biçimde uygulamaya koyan, hizmet sonuçlarını ödüllendiren ve sonucunda karlılık, müşteri memnuniyeti, büyüme, yaratıcılık ve rekabet avantajı yaratan bir değer olarak tanımlanmaktadır. Lytle ve Timmerman, 2006:136).

Hizmet verme yakınlığı Parkington ve Schneider (1979) tarafından ilk olarak bireysel ve örgütsel hizmet verme yakınlığı olarak iki farklı açıdan incelenmiştir (Akt. Caemmerer ve Wilson, 2011:356). Bireysel düzeyde incelenen hizmet verme yakınlığı, bazı bireylerin diğer bireylerden daha fazla hizmet odaklı oluşunu bir

kişilik ölçütü olarak değerlendirmektedir. Örgütsel düzeydeki hizmet verme yatkınlığı ise örgütün yapısı, iklimi ve kültürünün bir ögesi olarak ilişkilendirilmektedir (Homburg, Hoyer ve Fassnacht, 2002:87).

Bireysel hizmet verme yatkınlığına göre öğrenilebilir kültür, tutum ve davranışların yanında, biyolojik ve genetik olmak üzere bir takım kişilik niteliklerini, kısmende kişinin küçük yaşlardaki sosyalleşme ve öğrenme yoluyla edindiği tecrübeleri ifade ettiği görülmektedir. Kişinin kişiliğine ait nitelikleri ve öğrenilebilir tecrübeleri, hizmet verme konusunda tutum ve davranışlarına ışık tutmaktadır (Serçeoğlu, 2014:128). Bu bağlamda çoğu çalışmada bireysel hizmet verme yatkınlığı kişilik özellikleri, tutum ve davranışlar olarak ele alınmıştır (Lee ve Ok, 2015:441).

Hizmet verme yatkınlığının örgütsel açıdan incelenmesinde ise bir işletmenin çalışanları, müşterileri ve rakiplerinin yanı sıra organizasyonel faaliyetlerin kültürleri ve normlarına vurgu yapılarak (Lee ve Ok, 2015:440), oluşturulan örgüt iklimi ve örgüt kültürü kavramlarının ele alınması gerekir (Kuşluvan ve Eren, 2011:139).

Literatürdeki hizmet verme yatkınlığına ilişkin ilk çalışmalar, hizmet verme yatkınlığını bireysel düzeyde ele almış ve kişilik özelliği olarak görmüştür. Günümüzdeki çalışmalarda ise işletmenin kültürü, stratejileri ve iş felsefesi ile bağdaştırılmış olsa da personelin üstlendiği roller için sergilediği davranış ve tutumlar açısından bireysel düzeyde kavramsallaştırılmıştır (Frimbong, 2014:55; Jayawardhena, Farrell ve Sharma, 2008:5).

2.3. Sosyal Kaytarma Davranışları

Fransız araştırmacı Max Ringelmann 1913 yılında yapmış olduğu deneylerde ekibin büyüklüğü ve sarfedilen çaba arasındaki negatif sonuçlardan hareketle sosyal kaytarmacılık davranışını ortaya çıkarmıştır (Akt. Pabico, Hermocilla, Galang ve Sagun, 2008:24). Ringelmann (1913) bu kavram ile bazı gruplardaki işlevsizlik (dysfunction) artışının nedenini, bireyin tek başına göstermiş olduğu performansı, kolektif çalışmalarda göstermemesine bağlamaktadır. Ancak “sosyal kaytarma” (social loafing) kavramının akademik çalışmalardaki ilk kullanımı Latane, Williams ve Harkins aracılığı ile 1979’da gerçekleşmiştir (Hoffmann, 1992:2). Latane vd. (1979:822) sosyal kaytarma kavramını, bireyin görevini tek başına yerine getirirken tüm çabasını kullanması, grup çalışmalarında ise bireysel çabasını azaltması olarak tanımlamışlardır. Harcum ve Badura (2001:629) da Latane ve arkadaşlarının görüşlerine paralel olarak, ekip olarak çalışan bireylerin, yalnızken çalıştığı durumdan daha az üretme eğilimi içinde olduklarını belirtmektedir.

Bireyler tek başlarına performanslarını sergilediklerinde doğru bir şekilde değerlendirildiklerine inanmışlardır. Oysaki bireyler çabalarının hesabını vermek zorunda olmadığında ve kişisel çabalarının değerlendirilmediği koşullar altında sorumluluk tüm grup üyelerine dağılmaktadır. Bu sebeple yapılan kişi sayısı çoklu deneylerde (halat çekme, bağırma ve diğerleri gibi) grupça hareket edildiğine inanıldığında doğru değerlendirilme kaygısının düştüğü söylenebilir. Bu bağlamda kalabalık içinde kaybolan ve doğru değerlendirilme endişesinin olduğu durumların sosyal kaytarma olgusunun ortaya çıkmasına neden olduğu görülmüştür (Myers, 2017:275).

Aslında sosyal kaytarma davranışı göstermenin arkasında farklı sebepler yer almaktadır. Yönetim alan yazınında bu kavramı açıklamak için farklı teorilerden yararlanılmıştır. Bunlar; beklenti-değer, sosyal değişim ve sosyal etki teorileridir (Balci, 2017:382). Bunun yanında çalışanlardaki motivasyon eksikliğine dayalı heves azalmalarının yanında çabaların gereksizliğinin düşünülmesi de sosyal kaytarmaya neden olan etmenler olarak görülebilmektedir. Diğer taraftan içsel ve dışsal motivasyon araçlarının doğrudan doğruya sosyal kaytarmayı azalttığı gibi, topluluk kimliği oluşmasında da pozitif etki yaratarak, topluluk kimliğinin sosyal kaytarmayı azaltabileceği ortaya konulmaktadır (Chang, Hou, Wang, Cui and Zhang, 2020:5).

3. KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, HİZMET VERME YATKINLIKLARI VE SOSYAL KAYTARMA DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

3.1. Kişilik Özellikleri ile Hizmet Verme Yatkınlıkları Arasındaki İlişkiler

Kişilik, psikolojide duygu ve davranışların sebeplerinin anlaşılması, tanımlanması ya da tahmin edebilmesi için önemli olan temel unsurların başında gelmektedir. İş dünyasında işe alım, sadakat, uyum, ekip çalışması, sebat etme, yaratıcılık, satış kabiliyeti ve başarıyı etkileyen önemli nitelikler, bireyin sahip olduğu kişilik özelliklerinden etkilendiği göstermektedir (Nelson, 2011:15).

İşletmelerin rekabet ortamlarında kendilerini rakiplerinden ayırmaları için kaliteli hizmet sunmaları gerekmektedir. Verilen hizmetin sonucunda, müşteri memnuniyeti ve müşterinin tekrar işletmeyi tercih etme arzusu ortaya çıkabilmektedir. Bu bağlamda müşteri memnuniyeti sağlama ve tercih edilme davranışlarının çalışanların sergilediği hizmet verme yatkınlığına göre şekillenebileceği söylenebilir. Diğer taraftan çalışanların hizmet verme yatkınlıklarının sahip oldukları kişilik özellikleri ile değişebileceği düşünülebilir (Rogelberg, Barnes-Farrell ve Creamer, 1999:422).

Çalışanların, diğer çalışanlara ve müşterilere karşı davranışlarının dikkatli ve anlayışlı olmaya yönelik hizmet verme yatkınlıkları, müşterinin ihtiyacının ne olabileceği konusundaki algıları, iletişim kurma becerileri bu sektör için önemli özelliklerdendir (Rosse, Miller ve Barnes, 1991:432). Dolayısıyla bu durum bir bireyin kişiliği ve müşterilere hizmet verme yatkınlığı arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Müşteriye yönelik hizmet vermeye yatkın bir birey, müşterinin endişelerini ve ihtiyaçlarının neler olabileceği konusunda empati kurarak, onların ihtiyaçlarına cevap verme isteği ile geri bildirim sağlamayabilmektedir (Costen ve Barrash, 2006:43).

Hizmet verme yatkınlığı bazı yazarlar tarafından ise çevre ve kişilik arasındaki etkileşim kapsamında ele alınmaktadır (Seymen, Bolat, Bolat ve Kinter, 2017:408). Bu bağlamda, Kuşluvan ve Eren (2011:142), hizmet verme yatkınlığını, 'Kişilik Hiyerarşisi Modeli'ne dayandırmışlar ve belirli çevre koşullarında ortaya çıkan kişilik özellikleri olarak nitelendirmekte ve en derinde yer alan davranışlar ile temel kişilik özellikleri arasında yer alan bir değişken olarak kabul etmişlerdir.

Kişilik özelliği ve hizmet verme yatkınlığı üzerine yapılan çalışmalarda, beş faktör kişilik özelliklerinden dışadönüklük ile hizmet verme yatkınlığı arasında büyük oranda ilişkilere rastlanmıştır. Ayrıca deneyime açıklık ve uyumluluk özellikleriyle de düşük oranda ilişkili olduğu görülmüştür. (Chait, Carraher ve Buckley, 2000:114).

Hurley (1998:115), hizmet verme yatkınlığını etkileyen kişilik özelliklerinden dışadönüklük ve uyumluluğun ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Frei and McDaniel (1998:19), çalışmalarında sorumluluk, nevroitiklik ve uyumluluk ile hizmet verme yatkınlığının yüksek düzeyde ilişkili olduğunu görmüştür. Carraher, Parnell ve Spillan (2009:251), çalışmalarında dışa dönüklük, deneyime açıklık, uyumluluk ve sorumluluk ile hizmet verme yatkınlığının ilişkili olduğu sonucuna varmışlardır. Costen ve Barrash (2006:35), hizmet verme yatkınlığı ve uyumluluk, sorumluluk, dışadönüklük kişilik özellikleriyle aralarında pozitif yönlü ilişki olduğunu çalışmalarında tespit etmişlerdir.

3.2. Kişilik Özellikleri ile Sosyal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişkiler

Her birey kendi biyolojik sisteminde belli kurallar çerçevesinde işleyen, kendine özgü davranışlarıyla hayatını ikame ettiren bir varlıktır.Çevreden etkilenen birey, davranışlarını şekillendirebilir ve bu etkileşim kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Diğer canlılara göre üstünlüğe ve davranış zenginliğine sahip olan insan, çok fonksiyonlu özelliklerle yaratılmıştır. Her birey yaşamını diğer bireylerle etkileşim içerisinde geçirmek zorunda olup, kendine ait bireysel farklılıkları olan kişilik yapısını etkileşimlerinde yansıtmaktadır (Silah, 2001:4).

Sosyal kaytarma davranışı, ortaklaşa gerçekleştirilen çalışmalarda bireysel farklılıkların olup olmadığına dikkat çekmektedir. İş ortamında ortaklaşa gerçekleştirilen görevlerde hangi çalışanın hangi bölüme daha yatkın olduğu ya da ortaklaşa yürütülen işlerde bireylerin taşınması gereken özelliklerin neler olabileceği tespit etmek olumlu sonuçlar yaratabilir. Dolayısıyla iş yerlerinde bireylerin çalışacağı alan ile ilgili doğru kişilerin seçimi, çalışanın gücünün verimli kullanılması sağlanırken bu sayede üretkenliği artırıcı ortamlar yaratılmış olacaktır (Cohen, 1988:20).

Kişilik bir çalışanın bireysel davranışını önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle büyük beş faktör kişilik modelindeki tiplerden (dışadönüklük, nevroitiklik, uyumluluk, sorumluluk ve gelişime açıklık) her biri çalışmalarında farklı davranışlar sergileyebilmektedir. Beş faktör modelindeki gelişime açıklık ve sorumluluk yönü yüksek takımlarla yaratılan çalışma ortamlarında daha yüksek performanslar sergilendiği görülmektedir. Özellikle ekip üyelerinin kişiliklerinde yer alan bir uyumsuzluğun takım için sorun yaratacağı öngörülmektedir (Robbins ve Judge, 2011:323).

Beş faktör kişilik özelliklerinden sorumluluk (Hoon ve Tan, 2008:92; Baysinger, 2011:8; Schipper, 2014:77) ve uyumluluk (Baysinger, 2011:8; Schipper, 2014:77) kişilik özelliklerinin sosyal kaytarma ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Çalışmalar sorumluluk ve uyumluluk özelliği yüksek olan kişilerin büyük bir grupla çalışıyor olsalar dahi sosyal kaytarma davranışı gösterme eğilimlerine daha az yatkın olabileceğini göstermektedir. Ziapour, Zokaei, Javid, Javid, Javid ve Pour (2015:49), çalışmalarında sosyal kaytarmayı sosyal tembellik olarak adlandırmışlar ve beş faktör kişilik özelliklerinin tüm alt boyutlarıyla ilişkili olduğu sonucuna varmışlardır.

4.ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Günümüz konaklama işletmelerinde hızlı değişimle beraber misafir beklentilerinde farklılaşmalar meydana gelmiştir. Kaliteli hizmet sunmanın yanı sıra özellikle müşteri memnuniyeti önem kazanmıştır. Dolayısıyla müşteri ile yüz yüze iletişimde olan çalışanların, verilen hizmetten memnun ayrılan müşteri profili yaratabilmeleri için üzerlerine düşen sorumluluk artmıştır. Bu bakış açısıyla çalışmada, otel işletmelerinde çalışan personelin taşıdıkları kişilik özelliklerinin neler olduğu ve hizmet verme yatkınlıkları ile kişilik özellikleri arasındaki nedensellik ilişkisi ve bu kişilik özelliklerinin sosyal kaytarma davranışları ile nedensellik ilişkisinin belirlenebilmesi amaçlanmıştır.

4.2. Araştırma Modeli ve Yöntem

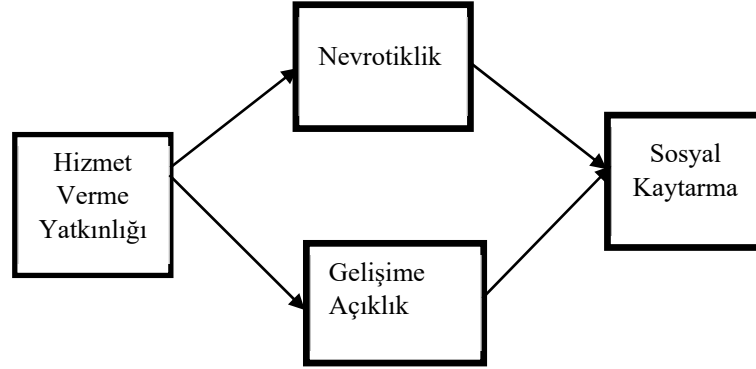
Hizmet verme yatkınlığı, kişilik tipleri ve sosyal kaytarma davranışı ile ilgili literatür incelendiğinde, literatürdeki ilk çalışmalar, hizmet verme yatkınlığını kişilik özelliği olarak görmüştür. Oysaki günümüzdeki çalışmalarda ağırlıklı olarak işletmenin kültürü ve stratejileri ile bağdaştırılmış ve personelin sergilediği davranış ve tutumlar açısından kavramsallaştırılmıştır (Frimbong, 2014:55). Kısaca hizmet verme yatkınlığı örgütsel bazda, stratejik iş felsefesi olarak, bireysel bazda ise işgörenlerin hizmetleri yerine getirirken üstlenmiş oldukları roller için gösterdiği davranışlarla ilişkilendirilmiştir (Jayawardhena, Farrell ve Sharma, 2008:5).

Bireysel hizmet vermeye yönelik yapılmış tanımlar incelendiğinde, hizmet verme yatkınlığının, öğrenilebilir kültür, tutum ve davranışların yanında, biyolojik ve genetik olmak üzere bir takım kişilik niteliklerini, kısmen de kişinin küçük yaşlardaki sosyalleşme ve öğrenme yoluyla edindiği tecrübeleri ifade ettiği görülmektedir. Bireyin kişiliğine ait nitelikleri ve öğrenilebilir tecrübeleri, hizmet verme konusunda tutum ve davranışlarına ışık tutmaktadır (Serçeoğlu, 2014:128). Bu bağlamda çoğu çalışmada bireysel hizmet verme yatkınlığı kişilik özellikleri, tutum ve davranışlar olarak ele alınmıştır (Lee ve Ok, 2015:441).

Çeşitli araştırmacılar, bir bireyin farklı sosyal durumlar arasında ne ölçüde değişiklik gösterme eğiliminde olduğunu açıklayan yapılar önermelerine rağmen (örneğin, Baird, Le ve Lucas, 2006; Donahue ve Harary, 1998; Paulhus ve Martin, 1988; Snyder, 1974), kişilik özelliklerinin ifadesindeki çeşitlilik, Fleeson ve meslektaşlarının kişilik durumlarını örnekleme metodolojisini kullanarak inceledikleri 2000’li yıllara kadar doğrudan bir çalışma odağı değildi (Fleeson, 2001; Fleeson ve Leicht, 2006; Fleeson, Malanos ve Achille, 2002). Kişilik durumları; kendisine karşılık gelen kişilik özellikleriyle aynı içeriğe sahiptir, ancak kişinin genel olarak nasıl olduğundan ziyade bir kişinin belirli bir anda nasıl olduğu ile ilgilidir (Huang ve Ryan, 2011: 452). Bu çerçevede müşteri odaklı yaklaşımı benimseyen işletmelerde hizmet verme yatkınlığı çalışanların genel yaşamları dışında sadece iş yerinde oldukları zamanda sergiledikleri davranışları kapsamaktadır. Bu açıdan ele alındığında; sonradan edinilen ve sadece iş yerinde sergilenen hizmet verme yatkınlığına yönelik tutum ve davranışların kişilik özellikleri üzerinde bir etkisi olup olmaması ve bu etkinin sosyal kaytarma davranışına yansımalarının belirlenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmada beş faktör kişilik özellikleri ölçülmüş olmakla birlikte değişkenler arası ilişkileri belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizinde hizmet verme

yatkınlığı ile ilişkisi tespit edilen iki kişilik özelliği modele dâhil edilmiştir. Literatürdeki teorik bilgiler ve değişkenler arasındaki ilişkiler çerçevesinde Şekil 1’de yer alan araştırma modeli oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Model

Araştırma modeline göre araştırmada dört hipotez belirlenmiştir.

H₁: Çalışanların hizmet verme yatkınlığı davranışları nevroitik kişilik özelliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₂: Çalışanların hizmet verme yatkınlığı davranışları gelişime açıklık kişilik özelliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₃: Çalışanların nevroitik kişilik özelliği sosyal kaytarma davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₄: Çalışanların gelişime açıklık kişilik özelliği sosyal kaytarma davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın amacı çerçevesinde gereksinim duyulan verilerin toplanmasında nicel araştırma yöntemi olan anket tekniği kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde; araştırmaya katılan çalışanların demografik özelliklerini belirlemek üzere altı adet soruya yer verilmiştir. Anketin ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerinde beşli Likert tipindeki “Beş Faktör Kişilik Envanteri”, “Müşteri Odaklılık Ölçeği” ve “Sosyal Kaytarma Ölçeği” kullanılmış ve ölçeklerdeki önermelerin değerlendirmesi “1=Kesinlikle Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3= Az Katılıyorum; 4=Katılıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde belirlenmiştir.

Kişilik özelliği kavramı ile ilgili Benet-Martiez ve John (1998) tarafından geliştirilen, Türkçe kullanıma uygunluğu, geçerliliği ve güvenilirliği Sümer, Lajunen ve Özkan (2005) aracılığıyla gerçekleştirilmiş 44 madde 5 boyuttan (özdisiplin, nevroitiklik, gelişime açıklık, uyumluluk ve dışadönüklük) oluşan “Beş Faktör Kişilik Envanteri” ölçeği kullanılmıştır.

Çalışanların hizmet verme yatkınlıklarını ölçmek için Brown ve arkadaşları (2002) tarafından geliştirilen, Türkçe kullanımına uygunluğu, güvenilirliği ve

geçerliliği Çoban (2017) tarafından sağlanmış, toplam 12 maddeden ve 2 boyuttan (hizmet vermekten zevk alma ve gereksinimleri karşılama) oluşan ‘Müşteri Odaklılık Ölçeği’ nden yararlanılmıştır.

Çalışmada ayrıca Liden, Wayne, Jaworski ve Bennett (2004) tarafından geliştirilen, Ilgın (2010) tarafından Türkçe kullanımına uygunluğu, güvenilirliği ve geçerliliği kanıtlanmış 13 madde ve tek boyuttan oluşan “Sosyal Kaytarma Ölçeği” kullanılmıştır.

4.4.Araştırmanın Analizi ve Bulgular

Çalışmada ilk olarak otel işletmesi çalışanlarının sosyo-demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrenim durumları, çalışılan pozisyon ve çalışma yılları) dağılımları değerlendirilmiştir. Araştırmada ulaşılabilen 292 katılımcının demografik özelliklerinin değerlendirilmesi sonucu, kadın çalışan sayısının 120 (%41,1), erkek çalışan sayısının 172 (%58,9) olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların yaş ortalamaları sırasıyla %33,6’sı, 18-25 yaş, %32,5’i 26-35 yaş, %20,9’u 36-45 yaş, 13,0’ı 46 yaş ve üzeri gruplar yer almaktadır. Sektörde çalışanlarının %54,8’inin evli ve %45,2’sinin bekâr çalışanlardan oluştuğu gözlemlenmiştir. Öğrenim durumlarına göre konaklama işletmesi çalışanlarının % 31,8’si aynı oranla lise ve lisans mezunu, %19,2’lik kısmı ilköğretim, %14,4’ünün ön lisans mezunu ve %2,7’sinin ise lisansüstü mezunlarından oluşmaktadır. Çalışmada yer alan katılımcıların %25,3’ü yiyecek içecek, %23,3’ünün ön büro, %20,2’si kat hizmetleri, %13,0’ü servis, % 5,5’i muhasebe, %2,1’i güvenlik, %4,1’i teknik servis ve diğer departmanlarda görev aldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların toplam çalışma yılları değerlendirildiğinde %80,8’inin 1-5 yıl, %12,7’sinin 6-10 yıl, %3,1’i 11-15 yıl, %1,0’ı 16-20 yıl, %2,4’ünün 20 yıl ve üzeri süredir sektörde çalıştıkları görülmektedir.

Demografik özelliklerin değerlendirilmesinden sonra araştırmada kullanılan ölçüm aracının faktör analizi yapılarak değişkenler belirlenmiştir. Faktör analizi sonucunda 292 kişiden oluşan örneklem büyüklüğünün faktör analizi kriterlerine, veri yapısının uygun olup olmadığını Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü ile test edilmiştir. KMO ölçütü kullanılabilmesi için, 0,50 değerinin üzerinde olan bir orana erişilmesi gerekmektedir. Bu oranın 0,70 değerinin üzerinde olması ise veri setinin faktör analizi yapmak için uygun olduğu anlamına gelmektedir. Çalışmada erişilen 292 kişilik örneklem grubuna ilişkin KMO ölçütü 0,890 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre çalışmaya ait veri setinin faktör analizi için oldukça uygun olduğu görülmektedir (Kalaycı, 2010:323).

Bir veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını ortaya koyan diğer bir ölçüt de Bartlett testidir. Bartlett testi, değişkenler arasında yüksek korelasyon olup olmadığını test etmek için kullanılır (Kalaycı, 2010:321). Çalışmadan elde edilen analiz sonucunda Bartlett test sonuçları ($\chi^2=7369,496$; $df=1225$, $p=0,000$; $p<0,05$)’nın anlamlı olduğu ve değişkenler arasında yüksek korelasyona rastlanmıştır. Dolayısıyla veri setinin faktör analizi için uygun olduğu anlaşılmıştır.

Ölçüm aracına uygulanan faktör analizinin açıklanabilmesinde faktörleştirme yöntemlerinden temel bileşenler analizi ve döndürme yönteminin alt kollarından dik döndürme yöntemlerinden maksimum değişkenlik (varimax) kullanılmıştır (Çokluk

vd., 2012:242). Faktörleştirme yönteminin sonucunda bir boyut hizmet verme yatkınlığı, bir boyut sosyal kaytarma ve beş boyut da beş faktör kişilik davranışlarını içerecek şekilde toplam yedi boyut elde edilmiştir.

Tablo 1. Faktör Analizi Sonuçları

Madde	Hizmet Yatkınlığı	Sosyal Kaytarma	Özdisiplin	Nevrotiklik	Gelişime Açıklık	Uyumluluk	Dışa Dönüklük
HY3	0,808						
HY4	0,807						
HY6	0,772						
HY2	0,749						
HY9	0,737						
HY1	0,732						
HY7	0,723						
HY10	0,691						
HY12	0,684						
HY11	0,679						
HY8	0,598						
HY5	0,535						
SK10		0,839					
SK7		0,816					
SK8		0,801					
SK6		0,776					
SK12		0,770					
SK3		0,704					
SK9		0,700					
SK5		0,700					
SK1		0,684					
SK11		0,661					
SK4		0,632					
KİŞİ3			0,761				
KİŞİ13			0,730				
KİŞİ43			0,659				
KİŞİ33			0,647				
KİŞİ8			0,613				
KİŞİ23			0,577				
KİŞİ18			0,557				
KİŞİ28			0,541				
KİŞİ38			0,513				
KİŞİ39				0,739			
KİŞİ14				0,703			
KİŞİ34				0,674			
KİŞİ4				0,661			
KİŞİ19				0,577			
KİŞİ29				0,562			
KİŞİ24				0,529			
KİŞİ30					0,634		
KİŞİ44					0,606		
KİŞİ35					0,602		
KİŞİ5					0,581		
KİŞİ40					0,562		
KİŞİ37						0,655	

KİŞİ2						0,605	
KİŞİ12						0,576	
KİŞİ36							0,680
KİŞİ31							0,676
Özdeğerler	10,652	6,768	2,877	2,535	1,930	1,681	1356
Varyans Açıklama Oranı (%)	21,303	13,537	5,754	5,070	3,859	3,362	2,713

KMO Örneklem Yeterlilik Ölçütü: 0,890

Barlett Testi: $\chi^2=7369,496$; $df=1225$; $p=0,000$; $p<0,05$)

Toplam Varyans Açıklama Oranı:55,595

Elde edilen bileşenler bazında veri setinde yer alan değişkenler için çok değişkenli normallik varsayımı Mardia'nın çarpıklık ve basıklık katsayısı ile değerlendirilmiş ve kurtosis değeri 2,126 ve kritik oran (c.r.) 2,622>1,96 olarak hesaplanmıştır. Çok değişkenli normallik varsayımının sağlanamaması nedeniyle path analizi için Bootstrap ML yönteminin uygulanmasına karar verilmiştir. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkilerin yönü ve derecesinin belirlenebilmesi için çok değişkenli normal dağılım sağlanamaması nedeniyle Spearman korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada araştırma değişkenleri ve bu değişkenlerin boyutları ile ilgili yapılan analiz sonucunda değişkenlerle ilgili aritmetik ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayıları Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ort.	SS.	1	2	3	4	5	6	7
Özdisiplin	4,33	0,69	1						
Nevrotiklik	2,57	0,91	-0,353**	1					
Gelişime Açıklık	3,72	0,84	0,529**	-0,136*	1				
Uyumluluk	3,60	0,83	0,422**	-0,225**	0,398**	1			
Dışadönüklük	3,01	1,05	-0,001	0,003	0,108	0,176**	1		
Hizmet Yatkınlığı	2,57	0,94	0,500**	-0,332**	0,404**	0,267**	0,003	1	
Sosyal Kaytarma	4,30	0,78	-0,003	0,321**	0,146*	0,03	-0,004	-0,067	1

** p<0,01, * p<0,05

Değişkenler arası ilişkilere ait korelasyon değerleri incelendiğinde beş faktör kişilik özelliklerine ait boyutlar arasında düşük ve orta derecede ilişkiler olduğu görülmektedir. Özdisiplin kişilik özelliğinin; nevrotiklik kişilik özelliği ile arasında ters yönlü ve düşük kuvvette ($r=-0,353$, $p<0,01$), gelişime açıklık özelliği ile aynı yönlü ve orta kuvvette ($r=0,529$, $p<0,05$), uyumluluk özelliği ile arasında aynı yönlü ve ortaya yakın düzeyde ($r=0,422$, $p<0,05$) ilişkiler olduğu görülmektedir. Sosyal

kaytarma davranışı ile arasında herhangi bir ilişki ortaya çıkmazken hizmet yatkınlığı ile arasında aynı yönlü ve orta derecede ($r=0,500$, $p<0,05$) bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Nevrotiklik özelliğinin, özdisiplin özelliği dışında gelişime açıklık özelliği ile arasında ($r=-0,136$, $p<0,01$) ters yönlü ve oldukça düşük kuvvette bir ilişki olmakla birlikte uyumluluk özelliği ile arasında da ters yönlü ve düşük kuvvette ($r=-0,225$, $p<0,05$) bir ilişki mevcuttur. Hizmet yatkınlığı ile arasında düşük kuvvette ve ters yönlü ($r=-0,332$, $p<0,05$) bir ilişki varken, sosyal kaytarma ile arasında aynı yönlü ve düşük kuvvette bir ilişki söz konusudur. Gelişime açıklık özelliğinin ise uyumluluk özelliği ile arasında ($r=0,398$, $p<0,05$) aynı yönlü ve düşük kuvvette bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca hizmet verme yatkınlığı ($r=0,404$, $p<0,05$) ve sosyal kaytarma ile arasında da ($r=0,146$, $p<0,01$) düşük kuvvette ve aynı yönde ilişkiler olduğu ifade edilebilir. Uyumluluk özelliğinin de sadece dışadönüklük özelliği ($r=0,176$, $p<0,05$) ve sosyal kaytarma ($r=0,267$, $p<0,05$) arasında aynı yönlü ve düşük kuvvette ilişkiler olduğu görülmektedir. Hizmet verme yatkınlığı ve sosyal kaytarma arasında ise herhangi bir ilişki olmadığı anlaşılmaktadır.

Değişkenler arasındaki ilişkiler ve literatürdeki teorik bilgiler çerçevesinde oluşturulan araştırma modeli path analizi ile test edilmiştir. Path (yol) analizi, bağımlı bir değişken ile iki veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkileri inceleyerek nedensellik içeren modelleri değerlendirmek için kullanılan çoklu regresyon analizi biçimidir. Bu yöntemi kullanarak, değişkenler arasındaki nedensel bağlantıların hem büyüklüğü hem de önemi tahmin edilebilir. Path analizi diğer tekniklerin aksine, tüm bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemeyi gerektirdiği için oldukça kullanışlıdır.

Araştırma modeline ait hipotezlerin path analizi sonuçları Tablo 3’de yer almaktadır. Modelde değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren her bir yola ait standardize edilmiş regresyon katsayıları için elde edilen sonuçlara göre değişkenler arasında anlamlı nedensel ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Standartlaştırılmış regresyon katsayıları değerlendirildiğinde hizmet verme yatkınlığının gelişime açıklık özelliği üzerinde pozitif ve zayıf ($\beta= 0,394$) bir etkisi olduğu, öte yandan nevrotiklik özelliği üzerinde ise negatif ve zayıf ($\beta= -0,260$) bir etkisi olduğu görülmektedir. Sosyal kaytarma üzerindeki etkilere bakıldığında ise hem nevrotiklik ($\beta= 0,311$) hem de gelişime açıklık ($\beta= 0,203$) özelliklerinin sosyal kaytarma üzerinde pozitif ancak zayıf bir etkisi olduğu ifade edilebilir (Şekil 2).

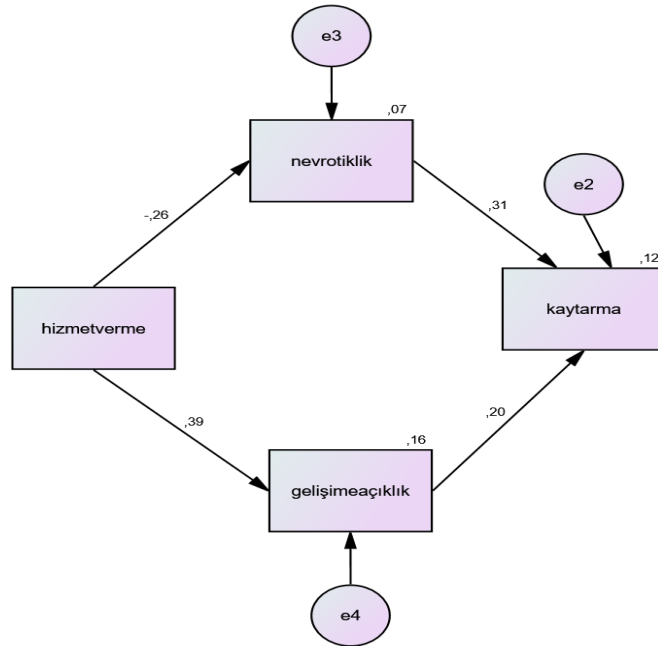
Tablo 3. Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Regresyon Matrisi ve R²

Değerleri

Değişkenler	B	β	S _h	t (Kritik Oran)	R ²
Hizmetverme → Gelişime açıklık	0,423	0,394	0,058	7,311	0,155
Hizmetverme → Nevrotiklik	-0,301	-0,260	0,066	-4,584	0,067

Nevrotiklik	→ Kaytarma	0,323	0,311	0,057	5,643	0,125
Gelişime Kaytarma	→ açıklık	0,227	0,203	0,062	3,674	

Tablo 3’de yer alan bir diğer sonuç R^2 değerleridir. Buna göre; hizmet verme yatkinliğinin gelişmesi bireylerin gelişime açıklık özelliğindeki değişimlerin %15,5, nevroitiklik özelliğindeki değişimlerin ise %6,7 gibi düşük bir oranını açıkladığı, nevroitiklik ve gelişime açıklık özelliklerinin ise sosyal kaytarma davranışı üzerindeki değişimlerin %12,5’ini açıkladığı sonucuna ulaşılabilmektedir. Elde edilen sonuçlara göre; müşteri memnuniyetini önemseyen hizmet işletmelerinde çalışanlarda hizmet verme yatkinliğinin artırılması çalışanların gelişime açıklık özelliğini olumlu yönde etkilemektedir. Buna karşılık nevroitiklik özelliğini ise olumsuz yönde etkilemektedir. Nevrotiklik ve gelişime açıklık kişilik özellikleri ise sosyal kaytarmayı artıran bir etki içerisindedir.



Şekil 2. Araştırma Modeli Path Analizi Sonucu

Path analizi sonucunda ortaya çıkan ilişkiler çerçevesinde Şekil 2’de yer alan modele ait uyum iyiliği değerleri, modelin mükemmel uyum sağlandığını göstermekte ve yapısal eşitliği doğrulamaktadır ($\chi^2/df=0,077$, RMSEA=0,000, GFI=0,999, CFI=1,000) (Tablo 4).

Tablo 4. Modelin Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model
χ^2/df (CMIN/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	0,077
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,999
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95, \geq 0,90$	1,000
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,000

Kaynak: Meydan, C. H., ve Şeşen, H. (2011). Yapısal eşitlik modellemesi ve AMOS uygulamaları. Ankara, Detay Yayıncılık.

5. TARTIŞMA

Hizmet işletmelerinde çalışan bireylerin özellikle müşteri memnuniyeti açısından hizmet verme yatkınlığının geliştirilmesi her geçen gün önem kazanmaktadır. Hizmet sektöründe müşteriler son dönemlerde genellikle çalışanların müşteriye yardımcı olabileme yeteneklerini değerlendirdiği hizmet kalitesini deneyimlemektedir. Buna karşın çalışanlarda ise sosyal kaytarma davranışının artış gösterdiği bilinmektedir. Bu çerçevede çalışanların kişilik özelliklerinin de önem arz ettiği ve özellikle kişilik-sosyal kaytarma arasındaki ilişkiler ve hizmet verme yatkınlığı ilişkileri çalışmanın temelini oluşturmuştur.

Otel işletmelerinde görev alan çalışanların sahip olduğu kişilik özellikleri ile hizmet verme yatkınlıkları ilişkisi ve sosyal kaytarma davranışları ilişkisinin açıklanabilmesi amacıyla yapılan çalışmada, Trakya Bölgesi’nde yer alan otel işletmesi çalışanlarından kullanılabilir 292 anket verisine ulaşılmıştır. Verilerin düzenlenmesi ve faktör analizi sonucunda beş faktör kişilik özellikleri çerçevesinde beş alt boyut, hizmet verme yatkınlığı ve sosyal kaytarma davranışı olmak üzere toplam yedi değişken elde edilmiştir. Literatür taramasında bu değişkenler arasındaki ilişkilere ait teorik açıklamalar ve korelasyon analizinde tespit edilen ilişkiler çerçevesinde araştırma modeli oluşturulmuştur. Korelasyon analizi sonuçlarına göre beş faktör kişilik özelliklerinden yalnızca nevroitiklik ve gelişime açıklık özelliklerinin hem hizmet verme yatkınlığı hem de sosyal kaytarma davranışı ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bu bilgiler ışığında araştırma modeli path analizi ile test edilmiştir. Path analizi sonuçları değerlendirildiğinde modelde kurgulanan nedensellik ilişkilerinin tamamı doğrulanmıştır.

Müşteri ile temas halinde olan çalışanların hizmet verme yatkınlığı ve toplum yanlısı davranışlarının geliştirilebilmesi için örgütler iş memnuniyeti, örgütsel bağlılık, personel güçlendirme, hizmet eğitimi ve hizmet ödülü gibi unsurlar konusunda iyileştirici stratejiler izlemelidir (Lee, Nam, Parkı ve Lee, 2006). Huang ve Ryan (2011)’a göre kişilik durumları; kendisine karşılık gelen kişilik özellikleriyle aynı içeriğe sahip olmakla birlikte kişinin genel olarak nasıl olduğundan ziyade bir kişinin belirli bir anda nasıl olduğu ile ilgilidir. Mechinda ve Patterson (2011)’da

hizmet verme yatkınlığının, hizmet sunumu sırasında servis personeli tarafından sergilenen belirli davranışları ifade ettiğini savunmaktadır. Hizmet verme yatkınlığı da bu çerçevede kişinin genel durumundan ziyade işyerinde sahip olması gereken ve örgütsel anlamda geliştirilebilir bir davranış olarak değerlendirilebilir. Bu durumda kişilik özelliklerinin hem genetik hem de çevresel ve sosyal ortamlardan etkilenerek şekillendiği düşünüldüğünde, kişinin durumsal bir davranış olarak sergilediği hizmet verme yatkınlığının kişilik davranışlarını da şekillendirebileceği düşünülebilir. Bu bağlamda araştırma modeli, hizmet verme yatkınlığı geliştirilen çalışanların bu gelişimin kişilik özelliklerini etkilemesi ve bu etkinin yine işyerinde oluşan sosyal kaytarma davranışına yansımaları araştırarak şekilde kurgulanmıştır.

Path analizi sonucunda hizmet verme yatkınlığı yüksek olan çalışanların gelişime açıklık davranışını olumlu yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Bu sonuca göre; hizmet verme yatkınlığı çalışanların yeni deneyimlere, görevde meydana gelebilecek yeniliklere açık olmasını sağlayacak yaratıcılıklarını geliştirecek şekilde etkileyecektir. Benzer şekilde hizmet verme yatkınlığı gelişen çalışanın nevroitiklik kişilik özelliğinde bir azalma meydana gelecektir. Hizmet verme yatkınlığı geliştikçe çalışanın karamsar bakış açısı, görev esnasında gelişebilecek stres ve endişe, sinirli ruh halinde düşük de olsa bir iyileşme meydana geleceği ifade edilebilir. Modelde yer alan sosyal kaytarma bağımlı değişkeninin nedensellik ilişkisi açısından gelişime açıklık kişilik özelliği ile birlikte artacağı, aynı şekilde nevroitiklik kişilik özelliğinin de sosyal kaytarma davranışını artıracığı yönünde bir sonuç elde edilmiştir. Bu bağlamda bireyin gelişime açıklık özelliklerinin artışının bireysel çıkarılara yönelik olarak iş dışı eğilimleri arttırabildiği ve örgüt içerisindeki sorumluluklardan kaçarak sosyal kaytarmayı arttırabildiği gözlenmektedir. Bu durumda bireysel gelişime açıklık özelliği kişinin kendini geliştirecek fırsatların peşinde koşarken üzerine düşen örgütsel görevleri iş arkadaşlarına yıkararak kaytarmasına neden olabilmektedir. Nevrotiklik özelliklerde ki artışın ise, tamamen negatif duygularla yüklü olan bireyin hem benmerkezci olması hemde sosyal etkileşimlerden çekilme eğiliminde olmaları nedeniyle sosyal kaytarma davranışı sergileyerek sorumluluklarından kaçmasının olası olduğunu göstermektedir. Mercado, Giordano ve Dilchert (2017) çalışmalarında can sıkıntısı, duygusal istikrar ve özenetim arasında güçlü ilişkiler bulmuşlardır. Varghese ve Barber (2017) çalışmalarında nevroitiklik ve sosyal kaytarma arasında pozitif bir ilişki tespit etmişlerdir.

Müşteri odaklılığı benimseyen hizmet işletmelerinde; hizmet yatkınlığı yüzeysel özellikler olarak isteyken gerçekleşen ve hizmet çalışanın müşteri yönelimini temsil eden davranışlar olarak örgütsel uygulamalarla (örgüt kültürü, örgüt içi eğitim, güçlendirici liderlik vb.) geliştirilebilir ve çalışanın kişilik özelliklerini de zaman içinde etkileyebilecektir. Ancak hizmet verme yatkınlığı geliştirilirken hizmet çalışanın kişilik değişimlerinin de izlenmesi ve bu durumun sosyal kaytarma davranışını pozitif yönde etkilememesi için gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu çerçevede personel seçim ve hizmet çalışanın eğitimi önem kazanmaktadır.

6. SONUÇ

Literatüre yapacağı katkı açısından, hizmet verme yatkınlığının gelişime açıklık kişilik özelliğini pozitif yönde etkilerken, nevroitiklik kişilik özelliğini negatif yönde etkileyerek kişiliği şekillendirebildiği, diğer taraftan hem gelişime açıklık hem de nevroitiklik kişilik özelliklerinin de sosyal kaytarma davranışlarını pozitif etkilediği araştırmanın önemli sonuçlarındandır.

Çalışma hayatı açısından ise, örgütlerdeki çalışanların hizmet sunum davranışlarının zamanla kendilerini geliştirmeye açık yönleri fazla, doyumsuz ve bencil özellikleri az olan bireylere dönüştüreceği ve örgütü beşeri sermaye açısından güçlendirebileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Aynı zamanda negatif örgütsel davranış olarak bilinen sosyal kaytarmanın da çalışanların kişilik özelliklerinden gelişime açıklık ve nevroitiklikten olumlu etkilenecek örgüte zarar verebileceği bu sebeple çalışanların kişilik özelliklerinin önemli olduğunu çalışmanın diğer sonucudur.

KAYNAKÇA

- Ashill, N. J., Semaan, R. W., Gibbs, T. and Gazley, A.(2020). "Personality trait determinants of frontline employee customer orientation and job performance: a Russian study", *International Journal of Bank Marketing*, 38(5),1215-1234.
- Baird B.M, Le K, Lucas RE. (2006). "On the nature of intraindividual personality variability: Reliability, validity, and associations with well-being". *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 512–527.
- Balcı, O. (2017).Kalabalıkta saklanma: sosyal kaytarmacılık, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 46 , 373-387.
- Baranczuk, U. (2019). "The five factor model of personality and emotion regulation: a meta-analysis", *Personality and Individual Differences*, Vol. 139 No. 1, pp. 217-227.
- Baysinger, M.A. (2011).*Workgroup climate, team ksaos, and social pereptions: when do shared perceptions and group characteristics lead to dysfunctional outcomes?*,(Purdue University, The Degree of Doctor of Philosophy), West Lafayette, Indiana.
- Bean, A.M. (2015).*Video gamers' personas: a five factor study exploring personality elements of the video gamer*, (Pasifica Graduate Institute, The Degree of Doctor of Philosophy), California.
- Benet-Martiez, V. ve John, O.P. (1998). "Los cinco grandes across cultures and ethnic groups: multitrait multimethod analyses of the big five in Spanish and English", *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 729-750.
- Caemmerer, B. ve Wilson, A. (2011). "An exploration of the service orientation discrepancy phenomenon in a public sector context", *The Service Industries Journal*, 31(3), 355–370.
- Carraher, S., Parnell, J.A. ve Spillan, J.E. (2009). "Customer service-orientation of small retail business owners in Austria", *The Czech Republic, Hungary, Latvia, Slovakia, And Slovenia, Baltic Journal of Management*, 4(3), 251-268.
- Chait, H.N., Carraher, S.M. ve Buckley, R.M. (2000). "Measuring service orientation with biodata", *Journal of Managerial Issues*, 12(1), 109-120.
- Chang, Y., Hou, Ru-J., Wang, K., Cui, A.P., and Zhang Chu-B. (2020). "Effects of intrinsic and extrinsic motivation on social loafing in online travel communities", *Computers in Human Behavior*, 109, 106309, 1-9.

- Church, M.K. (1993). *Investigation and measurement of personality structure in a non-western culture: relating indigenous philippine dimensions to the big five model*, (Washington State University, The Degree of Doctor), ABD.
- Cohen, C.J. (1988). *Social loafing and personality: the effects of individual differences on collective performance*, (Fordham University, The Department Of Psychology, The Degree of Doctor Philosophy), New York.
- Costen, W.M., ve Barrash, D.I. (2006). "ACE-ing the hiring process: a customer service orientation model", *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 5(1), 35-49.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*, Pegem Akademi, 2.Baskı.
- Doğan, T. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Niğde Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, 14 (1), 56-64.
- Donahue E.M. ve Harary K.(1998). "The patterned inconsistency of traits: mapping the differential effects of social roles on self-perceptions of the big five", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 610-619.
- Engler, B. (2009). *Personality theories*, Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 8. Baskı, New York.
- Fleeson W. (2001). "Toward a structure- and process-integrated view of personality: traits as density distributions of states". *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 1011-1027.
- Fleeson W., Leicht C. (2006). "On delineating and integrating the study of variability and stability in personality psychology: interpersonal trust as illustration". *Journal of Research in Personality*, 40, 5-20.
- Fleeson W., Malanos A.B. ve Achille N.M. (2002). "An intraindividual process approach to the relationship between extraversion and positive affect: is acting extraverted as "good" as being extraverted?", *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1409-1422.
- Frei, R.L. ve McDaniel, M.A. (1998). "Validity of customer service measures in personnel selection: a review of criterion and construct evidence", *Human Performance*, 11(1), 1-27.
- Frimbong, K. (2014). "Service orientation in delivery: perspectives from employees, customers, and managers", *Taylor ve Francis Group, Services Marketing Quarterly*, 35,54-67.
- Goldberg, L.R. (1990). "An alternative "description of personality": the big-five factor structure", *Journal of Personality and Social Psychologs*, University of Oregon and Oregon Research Institute, 59(6), 1216-1229.
- Harcum, R.E., ve Badura, L.L. (2001). "Social loafing as response to an appraisal of appropriate effort, the college of william and mary", *The Journal Of Psychology*, Williamsburg, 124(6), 629-637.
- Hoffman, R.G. (1992). "Overcoming social loafing through goal setting and feedback", (Hofstra University, The Degree of Psychology), New York.
- Homburg, C., Hoyer, W.D. ve Fassnacht, M. (2002). "Service orientation of a retailer's business strategy: dimensions, antecedents, and performance outcomes", *Journal of Marketing*, 66(4), 86-101.
- Horney, K. (1999). *Psikanalizde yeni yollar*, Budak, Selçuk (Çeviren), Öteki Psikoloji Dizisi, Ankara.
- Huang, J.L. ve Ryan, A.M. (2011). "Beyond personality traits: a study of personality states and situational contingencies in customer service jobs", *Personnel Psychology*, 64(2), 451-488.

Hurley, R.F. (1998). "Customer service behavior in retail settings: a study of the effect of service provider personality", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (2), 115-127.

Jayawardhena, C., Farrell, A.M., ve Sharma, A. (2008). "The impact of employees' customer orientation and service orientation behaviors on customers' service evaluation", *Academy of Marketing Science Conference (AMS)*, Vancouver, 1-20.

Kandler, C. ve Papendick, M. (2017). "Behavior genetics and personality development: a methodological and meta-analytic review", in Specht, J. (Ed.), *Personality Development Across The Lifespan*, Elsevier Academic Press, San Diego, CA, pp. 473-495.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım.

Koca, E. (2016). *Okul yöneticilerinin kişilik özellikleri ile mesleki doyum düzeyleri arasındaki ilişki*, (Marmara Üniversitesi, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Kuşluvan, S. ve Eren, D. (2011). "İşgörenlerin kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığı ve ölçümü: bir literatür taraması", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 139-153.

Latane, B., Williams, K. ve Harkins, S. (1979). "Many hands make light the work: the causes and consequences of social loafing", *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(6), 822-832.

Lee, J.H.J. ve Ok, C.M. (2015). "Examination of factors affecting hotel employees' service orientation: an emotional labor perspective", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(4), 437-468.

Lee, Y., Nam, J., Park, D. ve Ah Lee, K. (2006). "What factors influence customer-oriented prosocial behavior of customer-contact employees?", *Journal of Services Marketing*, 20(4), 251-264.

Lytle, R.S. ve Timmerman, J.E. (2006). "Service orientation and performance: an organizational perspective", *Journal Of Services Marketing*, 20(2), 136-147.

Mechinda, P. and Patterson, P.G. (2011). "The impact of service climate and service provider personality on employees' customer-oriented behavior in a high-contact setting", *Journal of Services Marketing*, 25(2), 101-113.

Mercado, B.K., Giordano, C. and Dilchert, S. (2017). "A meta-analytic investigation of cyberloafing", *Career Development International*, 22(5), 546-564.

Meydan, C. H., ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi ve AMOS uygulamaları*. Ankara, Detay Yayıncılık.

Mohan, G. ve Mulla, Z.R. (2013). "Openness to experience and work outcomes: exploring the moderating effects of conscientiousness and job complexity", *Great Lakes Herald*, 7(2), 18-36, Mumbai.

Muilenburg-Trevino, E.M. (2009). *A psychometric study of work engagement in an American sample*, (Oklahoma University, The Degree Of Psychology), United States.

Myers, D.G. (2017). *Social psycology*, Akfırat, Serap (Çeviren), Nobel Yayınları, 10. Basımdan Çeviri, Mc Graw Hill.

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*, (The Degree Doctor of Philosophy, Capella University), USA.

Pabico, J. P., Hermocilla, J. A. C., Galang, J. P. C. ve De Sagun, C. D. (2008). "Perceived social loafing in undergraduate software engineering teams", *Philippine Information Technology Journal*, (1)2, 22-28.

- Paulhus, D.L., and Martin, C.L. (1988). "Functional flexibility: a new conception of interpersonal flexibility", *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(1), 88-101.
- Robbins, S.P. ve Judge, T. (2013). *Organizational Behavior*, 15. Edition, England.
- Rogelberg, S.G., Barnes-Farrell, J.L. ve Creamer, V. (1999). "Customer service behavior: the interaction of service predisposition and job characteristics", *Journal Of Business And Psychology*, 13(3), 421-435.
- Rosse, J. G., Miller, H. ve Barnes, L. K. (1991). "Combining personality and cognitive ability predictors for hiring service-oriented employees", *Journal Of Business And Psychology*, 5(4), 431-445.
- Schippers, M.C. (2014). "Social loafing tendencies and team performance: the compensating effect of agreeableness and conscientiousness", *Academy of Management Learning & Education*, 13(1), 62-81.
- Schultz, D.P. ve Schultz, S.E. (2005). *Theories of personality*, 8. Edition, America.
- Serçeoğlu, N. (2015). *Konaklama işletmelerinde çalışan personelin işkoliklik eğilimleri ile hizmet odaklılık ilişkisi: TRAI bölgesinde bir araştırma*, (Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi), Erzurum.
- Seymen, O., Bolat, T., Bolat, O.İ. ve Kinter, O. (2017). "Turizm sektöründe çalışma koşulları algısı, hizmet verme yatkınlığı ve mesleki yabancılaşma ilişkisi: turizm eğitimi alan öğrenciler açısından bir değerlendirme", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 401-430.
- Silah, M. (2001). *Çalışma psikolojisi*, Selim Kitabevi, 1. Baskı, Ankara.
- Snyder, M. (1974). "Self-monitoring of expressive behavior". *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 526-537.
- Tan, H. H. ve Tan, M.L. (2008). "Organizational citizenship behavior and social loafing: the role of personality, motives, and contextual factors", *The Journal of Psychology; Provincetown*, 142(1): 89-108.
- Varghese, L., ve Barber, L.K. (2017). A preliminary study exploring moderating effects of role stressors on the relationship between big five personality traits and workplace cyberloafing, *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(4).
- Wagstaff, J.B. (1998). *Personality: a cognitive approach*, psychology focus, London, New York.
- Ziapour, A., Zokarei, A.H., Javid, N.M., Javid, P.M., Javid, N.M. ve Pour, B.H. (2015). "Association between personality traits and social laziness: (Case Study: Staff of Kermanshah University of Medical Sciences in 2014)", *Technical Journal of Engineering and Applied Sciences*, 5 (1), 49-54.