

**ÇALIŞMA HAYATINDA İŞ ETİĞİ VE
TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA**

Ramazan TUNÇ

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Şenol YAPRAK

Nisan, 2010

Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇALIŞMA HAYATINDA İŞ ETİĞİ VE TURİZM
SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Hazırlayan
Ramazan TUNÇ

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Şenol YAPRAK

AFYONKARAHİSAR 2010

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Çalışma Hayatında İş Etiği ve Turizm Sektöründe Bir Uygulama**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

26/04/2010

İMZA

Ramazan TUNÇ

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

İmza

Danışman Üye : Yrd. Doç. Dr. Şenol YAPRAK

Jüri Üyeleri : Yrd. Doç. Dr. Mustafa HOTAMIŞLI

: Yrd. Doç. Dr. Ahmet BAYTOK

İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Ramazan TUNÇ'un “**Çalışma Hayatında İş Etiği ve Turizm Sektöründe Bir Uygulama**” başlıklı tezi 26/04/2010 tarihinde, saat 14.00’da Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Mehmet KARAKAŞ
MÜDÜR

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZETİ

ÇALIŞMA HAYATINDA İŞ ETİĞİ VE TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Ramazan TUNÇ

**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

Nisan 2010

TEZ DANIŞMANI: Yrd. Doç. Dr. Şenol YAPRAK

Bu araştırma; turizm sektöründe çalışanların; turizm sektöründeki iş etiği uygulamaları hakkındaki görüşlerini tespit etmek ve bu görüşlerin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Amaç doğrultusunda hazırlanan anket; 2009 yılı Ağustos ayı içerisinde Antalya’da faaliyet gösteren 5 yıldızlı on otel işletmesinin 105 çalışanına uygulanmıştır.

Anketten elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 15.0 istatistiksel programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Araştırma sonucunda araştırmaya katılanların; turizm sektöründe iş etiği uygulamalarından en fazla işletmelerde etik ilkelerin benimsenmesini ve sektörde fırsat eşitliğinin sağlanmasını istedikleri görüşünde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca turizmde iş etiği uygulamalarına ilişkin görüşlerin, katılımcıların eğitim düzeyi ve ünvanlarına göre farklılaştığı, yaşları, cinsiyetleri ve çalışma yıllarına göre farklılaşmadığı sonuçlarına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik, Ahlak, İş Etiği, Turizm

ABSTRACT

WORK ETHIC IN LABOR LIFE AND AN APPLICATION IN TOURISM SECTOR

Ramazan TUNÇ

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF MANAGEMENT**

April 2010

Advisor: Assist.Prof. Dr. Şenol YAPRAK

This research has been prepared with the aim of determining the view of the employees, who work in tourist industry, about the work ethic practices in the tourist industry and determining of whether these views differentiates according to the demographic features.

The survey, which has been prepared in accordance with the aim, has been implemented on the 105 employees of the five star hotels which have been run in Antalya through August 2009.

Data, which has been gotten by the survey, has been analysed in the computer medium with the assistance of SPSS 15.0 statistical program.

As a result of the survey, it has been understood that in enterprises participators utmost want to be adopted of ethic principles and to be provided of equal opportunity, among the ethic practices. Furthermore it has been understood that views about the job ethic practices differentiate according to the participators' educational level and the appellation but the age, the sex and the working year

Key words: Ethic, Morality, Work Ethic, Tourism

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	İ
TEZ JÜRİSİ VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI.....	İ
ÖZET	İİ
ABSTRACT.....	İİİ
TABLolar LİSTESİ	Vİİ
ŞEKİLLER LİSTESİ	İX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ETİK KAVRAMI VE ETİK TEORİLERİ

1. ETİK KAVRAMI	1
2. AHLAK KAVRAMI.....	3
3. ETİK VE AHLAK ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	5
4. ETİK YAKLAŞIM TEORİLERİ.....	6
4.1. META ETİK YAKLAŞIMLARI.....	6
4.2. UYGULAMALI ETİK YAKLAŞIMLARI.....	6
4.3. NORMATİF ETİK YAKLAŞIMLARI	7
4.3.1. Teleolojik Etik Kuramlar	7
4.3.1.1 Egoizm (Bencillik).....	8
4.3.1.2 Faydacılık.....	9
4.3.1.3 Hedonizm /Hazcılık	10
4.3.2. Deontolojik Etik Kuramlar	11
4.3.2.1 Adalet Kuramı.....	12
4.3.2.2 Kant Etiği (Kural Etiği)	13
4.3.2.3 Haklara Dayalı Etik	14
5. ETİK DAVRANIŞIN TOPLUMSAL ETKENLERİ.....	14
5.1. KÜLTÜR	15
5.2. DEĞERLER.....	15

5.3.	NORMLAR VE ETİK	16
6.	TEMEL ETİK İLKELER.....	17
6.1.	ADALET	18
6.2.	DÜRÜSTLÜK	18
6.3.	DEMOKRASİ.....	18
6.4.	SORUMLULUK.....	19
6.5.	HOŞGÖRÜ	19
6.6.	SAYGI.....	19
7.	GÜNÜMÜZDE ETİK.....	20

İKİNCİ BÖLÜM

İŞ ETİĞİ

1.	İŞ ETİĞİ KAVRAMI	22
2.	İŞ ETİĞİNİN UYGULAMA ALANLARI	23
3.	İŞ ETİĞİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER.....	24
4.	İŞ ETİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	25
5.	İŞ ETİĞİNİN İŞLETMELERDEKİ ÖNEMİ	27
5.1.	TÜKETİCİ VE HALKLA İLİŞKİLERDE İŞ ETİĞİNİN ÖNEMİ.....	28
5.2.	İŞLETME İÇİ İLİŞKİLERDE ETİĞİN ÖNEMİ	29
5.3.	İŞLETMELER ARASI İLİŞKİLERDE ETİĞİN ÖNEMİ	30
6.	İŞ ETİĞİ VE KURUMSALLAŞMA.....	33

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMDE İŞ ETİĞİ

1.	TURİZM SEKTÖRÜ	37
2.	TURİZM İŞLETMELERİNDE İŞ ETİĞİ VE İŞ ETİĞİNİN ÖNEMİ.....	41
3.	TURİZM İŞLETMELERİNDE İŞ ETİĞİNE AYKIRI DAVRANIŞLARIN SEBEP OLDUĞU KAYIPLAR.....	45
4.	TURİZMDE İŞ ETİĞİ İLKELERİ	45
5.	KÜRESEL TURİZM ETİĞİ İLKELERİ.....	46

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ÇALIŞMA HAYATINDA İŞ ETİĞİ VE TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR
UYGULAMA

1. ÇALIŞMANIN AMACI	49
2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ	49
3. EVREN VE ÖRNEKLEM	50
4. ÇALIŞMANIN MODELİ.....	50
5. VERİLER VE TOPLANMASI.....	50
6. VERİLERİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ VE YORUMLANMASI.....	57
7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	58
7.1. ÖRNEKLEM GRUBUNUN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	58
7.2. TURİZMDE İŞ ETİĞİ ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULAR.....	66
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	85
KAYNAKÇA.....	90
EKLER	97
ÖZGEÇMİŞ	108

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Güvenilirlik Değeri	51
Tablo 2. Ölçeği Oluşturan Maddelerin Güvenilirliğe Etkileri	52
Tablo 3. Güvenilirlik Değeri	52
Tablo 4. Faktör Analizinden Elde Edilen Faktör Yapısı.....	53
Tablo 5. Toplam Varyans Açıklaması	56
Tablo 6. Alt Boyutların Güvenilirlik Düzeyleri	56
Tablo 7. Örneklem Grubunun Yaşa Göre Dağılımı	58
Tablo 8. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı	59
Tablo 9. Örneklem Grubunun Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımı.....	60
Tablo 10. Örneklem Grubunun Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı.....	61
Tablo 11. Örneklem Grubunun Mesleki Ünvanına Göre Dağılımı.....	62
Tablo 12. Örneklem Grubunun İş Etiği Kavramını Bilmesine Göre Dağılımı	63
Tablo 13. Örneklem Grubunun İşletmesinde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Varlığına Göre Dağılımı	64
Tablo 14. Örneklem Grubunun Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebilecekleri Ayrı Birim veya Kişi Varlığına Göre Dağılımı	65
Tablo 15. Ölçeğe İlişkin Tanımsal Bulgular	66
Tablo 16. Ölçek Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular..	68
Tablo 17. Ölçek Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	70
Tablo 18. Ölçek Alt Boyutlarının Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	71
Tablo 19. Ölçek Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	73
Tablo 20. Ölçek Alt Boyutlarının Mesleki Ünvanına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	75
Tablo 21. Ölçek Alt Boyutlarının ”Daha Önce İş Etiği Kavramını Duydunuz Mu?” Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	77
Tablo 22. Ölçek Alt Boyutlarının ”İşletmenizde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Var mı?” Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular.....	79

Tablo 23. Ölçek Alt Boyutlarının "Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebileceğiniz Ayrı Birim veya Kişi Var mı?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	81
Tablo 24. Ölçek Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	83

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Örneklem Grubunun Yaşa Göre Dağılımı.....	58
Şekil 2. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı	59
Şekil 3. Örneklem Grubunun Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımı	60
Şekil 4. Örneklem Grubunun Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı	61
Şekil 5. Örneklem Grubunun Mesleki Ünvanına Göre Dağılımı	62
Şekil 6. Örneklem Grubunun İş Etiği Kavramını Bilmesine Göre Dağılımı.....	63
Şekil 7. Örneklem Grubunun İşletmesinde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Varlığına Göre Dağılımı	64
Şekil 8. Örneklem Grubunun Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebilecekleri Ayrı Birim veya Kişi Varlığına Göre Dağılımı	65
Şekil 9. Ölçeğe İlişkin Tanımsal Bulgular.....	66
Şekil 10. Ölçek Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	69
Şekil 11. Ölçek Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Dağılımına İlişkin Bulgular.....	70
Şekil 12. Ölçek Alt Boyutlarının Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	72
Şekil 13. Ölçek Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	74
Şekil 14. Ölçek Alt Boyutlarının Mesleki Ünvanına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	76
Şekil 15. Ölçek Alt Boyutlarının "Daha önce İş Etiği Kavramını Duydunuz mu?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	78
Şekil 16. Ölçek Alt Boyutlarının "İşletmenizde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Var mı?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	80
Şekil 17. Ölçek Alt Boyutlarının "Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebileceğiniz Ayrı Birim veya Kişi Var mı?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular	82

GİRİŞ

Sanayi devriminin ortaya çıkardığı kitle üretimi hem toplumsal ilişkilerdeki dengeyi hem de doğal dengeyi alt üst etmiştir. Yirminci yüz yıl sona erdiğinde artık işletme faaliyetlerinin topluma ve doğaya en az zarar verecek özellikte olması konusunda sanayileşmiş ülkelerde bir kamuoyu oluşmuş ve iş ahlakı-iş etiği dersleri işletme bölümlerinin müfredatlarına girmiştir (Arslan, 2005:1).

İşletme faaliyetlerinin topluma zarar verecek özellikte olması ve doğal çevreyi kirli, sağlıksız ve güvensiz hale getirmesi; önemli güce sahip bir kuruluş olan işletmenin, toplumsal meşruluğunu sarsmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin sahip oldukları güç ile orantılı sorumluluklar üstlenmesi gerektiği yönündeki talepler ve baskılar giderek yoğunlaşmaktadır. İşletmelerinin işletme etiğini benimseyerek toplumda daha itibarlı, çalışanlar tarafından tercih edilen, sosyal sorumluluklarını yerine getiren birimler olması rekabet ortamında var olmaları için kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu nedenle birçok şirket daha fazla mal ve hizmet satabilmek için işletmelerinde etik ilkeler oluşturmaktadır. Etik konusunda bilinçlenen tüketiciler de etik ilkeleri benimseyen işletmeleri daha fazla tercih etmektedir.

Ayrıca işletmelerin etik konusuna önem vermeleri; halkın gözünde işletmenin yasa dışı işler yapmayan, çalışanlarına kötü davranmayan, çalışanların müşterilerine kötü davranmadığı prestijli organizasyonlar şeklinde algılanmalarını sağlamaktadır.

Turizm işletmeleri ise prestijli organizasyonlar şeklinde algılandığı müddetçe müşteri kazanmaktadır. Bu sebep ile turizm sektöründe de etik konusuna önem verilmeye başlanmıştır. İş etiğinin bu sektörde uygulanmaya başlanması; turizmde mal ve hizmet sunumunun süreklilik göstermesi, müşterilerin ve çalışanların uzun süre aynı mekânı paylaşmaları sonucu ortaya çıkan problemlere çözüm üretme ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Özellikle çalışanların uzun süre aynı mekânı paylaşmaları, birbirlerine karşı davranışlarında etik sorumlulukları dikkate almaları gerekliliğini önemli hale getirmektedir. Diğer taraftan turizm işletmelerinin sundukları mal ve hizmetin gereği olarak emek yoğun özellik arz etmeleri ve bu işletmelerde çalışan sayısının üretim işletmelerine oranla çok daha fazla olması,

bireysel ilişkilerin karmaşıklığına neden olabilmektedir. Bu karmaşıklılar ise, davranışların etik açıdan uygunluğunun önemini daha da artırmaktadır.

Bu bağlamda etik uygulamalar ile işletme çalışanları arasındaki ilişki araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Araştırma; turizm sektöründe çalışanların; sektördeki iş etiği uygulamaları hakkındaki görüşlerini belirlemek ve bu görüşlerin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Amaç doğrultusunda çalışma dört ana bölüm halinde ele alınmıştır. Birinci bölümde etik ve ahlak kavramları açıklanarak, etik ve ahlak arasındaki ilişkilerden bahsedilmiştir. Ayrıca bu bölümde etik teorilerine yer verilerek, etik davranışın toplumsal etkenlerinden bahsedilmiş ve temel etik ilkelere yer verilmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde iş etiği kavramına yer verilmiş ve iş etiğinin uygulama alanlarından, iş etiğine etki eden faktörlerden bahsedilerek, etiğin işletmelerdeki önemi üzerinde durulmuş, iş etiği ve kurumsallaşma konularına yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde turizm sektöründen bahsedilerek, turizmde iş etiğinin önemine yer verilmiştir. Ayrıca bu bölümde; turizm işletmelerinde iş etiğine aykırı davranışların sebep olduğu kayıplardan bahsedilerek, turizmde iş etiği ilkelerine ve küresel turizm etiği ilkelerine yer verilmiştir.

Araştırmanın dördüncü bölümünde Antalya'da beş yıldızlı otel çalışanları üzerinde yapılan anket çalışması hakkında bilgilere ve araştırmadan elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçların sunulmasıyla çalışma tamamlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ETİK KAVRAMI VE ETİK TEORİLERİ

1. ETİK KAVRAMI

İnsanlar kendi varlıklarını keşfetmeye başladıklarından beri içlerindeki birtakım değerleri bazı başlıklar altında toplamıştır. Bu başlıklar kimi zaman din, kimi zaman gelenek, kimi zaman kanun olmuştur. Başlık ne olursa olsun bu değerler, başta insan olmanın yani duygusal ve düşünsel bir varlık olmanın daha sonra da diğer insanlarla bir arada yaşamanın sonucunda ortaya çıkmış ve toplum içinde bazı kurallar oluşmasını sağlamıştır. Değerler sayesinde oluşan kurallar insanların kendi hayatlarını ve diğer insanlarla olan ilişkilerini düzenlemekte onlara yardımcı olmuştur. Sonuçta bu kurallar toplum içinde yazılı ve yazılı olmayan kurallar olmak üzere iki şekilde ortaya çıkmıştır. Yazılı kurallar kanun başlığı altında toplanırken ve daha somutken; yazılı olmayanlar gelenek, kültür, etik başlıkları altında toplanır ve daha soyuttur (Arıcıoğlu ve Tutan, 2008:47-76).

Yazılı olmayan kurallardan olan etik köken itibariyle Yunanca'daki ethos sözcüğünden türetilmiş olup Aristo'dan itibaren bir felsefi disiplinin adıdır ve iki farklı kullanıma sahiptir. İlk kullanımında, alışkanlık, töre, gelenek anlamını taşımakta ve hareketlerini antik kentte geçerli olan töreye uygun olarak düzenlemeye alışkın kişi, ahlak normlarına uygun davrandığı ölçüde "etiğe" uygun davranmış kabul edilmektedir. Daha dar ve ikinci kullanımında ise etiğe uygun davranan kişi, aktarılan değer ve kural ölçülerini kavrayarak ve üzerinde düşünerek iyiyi gerçekleştirmek amacıyla alışkanlığa dönüştürüdür. Böylece alışkanlık, töre, veya gelenek karakter anlamını da almakta ve etik, erdemli olanın temel tavrı olmaktadır (Pieper, 1999:22-34). Dolayısıyla, etiğin bireysel ve toplumsal iki yönü ortaya çıkmaktadır. Bireysel yönüyle etik, erdemli birey olmayı, toplumsal yönüyle ise erdemli bir toplumun kurallarını ifade etmektedir. Ayrıca literatürde etik konusunda üç ayrı görüş bulunmaktadır. Birinci görüş; etik yüzyıllar süren uzun zaman süzgecinden geçmiş güçlü, uygulanabilir ilkelerden oluşan rasyonel bir girişimdir.

İkinci görüş ise, etik; akıl yürütme, emin olunabilir gerçeklere, gerçeklerden yola çıkan mantığa, genel kabul görmüş, paylaşılan deneyimlere, içgüdülere dayanır. Belirli bir deneyim, çaba ile, birçok insan etik değerlendirme konusunda yetenek sahibi olabilir. Üçüncü görüşe göre de etik; eleştirel ve disipline edilmiş bir sorgulama olarak, düşünce yüklü bir değerlendirme, çıkarsama yapma konusundaki yargılarımıza aracılık eder (N. Ö. Büken ve E. Büken, 2002:17-20).

Yunanca'daki ethos kavramının Latince karşılığı ise "mos" sözcüğüdür ve bu sözcük hem "töre" hem de "karakter" anlamına gelmektedir. Ahlak veya töre, bir toplulukta karşılıklı ilişkilerle gelişen saygı ve benimseme süreçleri sonucunda oluşan ve norm olarak geçerli kılınan eylem modellerini içermektedir (Pieper,1999:34). Bu doğrultuda etik sözcüğü, hem geleneksel hem de günlük dildeki kullanımı ile ahlak ve töre sözcükleriyle eşanlamlı kullanılmakta ve etik ahlakın bir çalışma alanı haline almaktadır (Cooper,1994:365-369).

Etiğin ahlakın bir çalışma alanı haline gelmesi, felsefenin özel bir disiplini olan etiği nispeten genç bir disiplin olarak ortaya çıkarmaktadır. Ancak literatürde felsefi etiğin kurucusu Aristoteles'tir ve etik onun felsefi yazıları ile birlikte ortaya çıkmıştır (Ataman, 2005:19).

Etik tartışmaların temel konusu ise, insanın eylemlerini ahlaki bakımdan değerli ve değersiz kılanın ne olduğudur. Eylemi ahlaki bakımdan değerli yapan, iyiyi ortaya koyması, iyiyi yaratmasıdır. İyi nedir sorusunun cevabında ise değişik tanımlar mevcuttur. Bu tanımlarla ilgili etik kuramlarda iyi; hazdır, mutluluktur, ödevi yerine getirmektir, doğruluktur, sevgidir (Akarsu, 1965:2). Dolayısı ile iyi insan olmanın özelliklerini belirlemek ve bireyin uygun davranışlarını belirleyen kuralların oluşturulması, etik konusunun özünü oluşturmaktadır (Berkman, 2001:341).

İyinin ne olduğu etik açıdan araştırıldığında ilk bakışta istek uyandıran istekler iyi olmayabilmekte veya sonucu itibarı ile iyi olabilmektedir. Etik bu çelişen istek ve iyilerle ilgili tartışmalara odaklanmaktadır.

Çelişen istek ve iyilerle ilgili olarak etik ilkeler bireylerin hareketleriyle ve kararlarıyla ilişkilidir. Bireylerin inançlarıyla tutarlı biçimde hareket eden davranışları (laik olsa ya da ahlaki bir otoriteden kaynaklansa da) etik olarak

nitelendirilmektedir. Buna karşılık, bireyin davranışları kendi değerleriyle–doğru, iyi ve adil olma konusundaki anlayışıyla– aynı çizgide değilse, onun etik davranmadığı kanısına varılmaktadır (Navran, 2005). Etik, insanlar için neyin doğru ve iyi olduğu, amaçlarının ne olması gerektiği ile genel olarak ise belirli bireysel ve toplumsal ahlâki deneyimlerin hayattaki değerleriyle ilgilidir (De George, 1986:15). Etikte, belli tür eylemler ve uygulamalar arasındaki bağlantıları görmemize yardımcı olan, iyilik, dürüstlük, adalet, erdem, suç ve kabadayılık gibi kavramlardan oluşan akılcı bir çerçeve kurulmakta ve bu çerçeveden yola çıkarak, toplumsal uzlaşma yoluyla, söze dökülmesi gerekmeyen genel iyi ve kötü davranış kuralları koyulmaktadır (Haynes, 2002:22).

Sonuç olarak etik, Yunanca “ethos”tan, moral Latince “mostan”dan gelmekte olup, içerdiği anlamlar bakımından farklılık içermemektedir. Her iki sözcük de töresel olan, alışkanlıklar, gelenekler, örf ve adetler gibi anlamlar içermektedir (Ataman, 2005:7). Yunanca’da iyi bir “var oluş tarzı”, bilgece bir eylem yolu arayışına karşılık gelmektedir. Bundan dolayı etik, felsefenin bir parçası, pratik var oluşu iyi tasarımı etrafında düzenleyen parçasıdır (Badiou, 2004). Felsefenin ödev, yükümlülük, sorumluluk, gereklilik, erdem gibi kavramlarını analiz eden, doğruluk ya da yanlışlıkla, iyi ve kötü ile ilgili ahlaki yargıları ele alan, ahlaki eylemin doğasını soruşturan ve iyi bir yaşamın nasıl olması gerektiğini açıklamaya çalışan dalı olarak tanımlanmaktadır (French, 1994:74).

Bu araştırmada her şeyden önce istenilen, arzu edilen bir yaşamın araştırılması ve anlaşılması (Klavuz, 2003:34) olan etik; bireyin davranışlarına temel teşkil eden, yön veren ahlak ilkelerinin tümü anlamında ele alınmaktadır.

2. AHLAK KAVRAMI

Ahlak; bir kişinin bir grubun, bir halkın, bir toplumsal sınıfın, bir ulusun, bir kültür çevresinin belli bir tarihsel dönemde yaşamına giren ve eylemlerini yönlendiren inanç, değer, norm, buyruk, yasak ve tasarımlar topluluğu ve ağı olarak tanımlanmaktadır. Bu bakımdan ahlak her yanda yaşamın içindedir (Özlem, 2004:17).

Ahlâk; belirli zaman ve yerde var olan toplumsal değerlerdir (Boatright, 2000:22). Ahlak, dört farklı anlamda kullanılmaktadır. Bunlardan birincisi toplum tarafından ortaya konmuş ve benimsenmiş davranışların bütünü anlamındadır. İkincisi, belirli normlara bağlı olarak sergilenen davranışlardır. Üçüncüsü, pek nadir kullanılan törebilim anlamına gelmektedir ve sonuncusu ise, ahlak felsefesi yani ‘etik’dir (Gündüz, 2005:352).

Ahlâk, belirli bir dönemde belirli insan toplulukları tarafından benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen töresel davranış kurallarının, yasaların ve ilkelerinin toplamıdır (Arslan, 2005:1). Dolayısıyla ahlak yaşamın niteliğini ve insanın yeteneklerini geliştirme olanaklarını etkileyen her durum ve koşulu her kurum ve eylemi kapsamaktadır.

Ahlak, kültürel değerler ve idealler ile ilgili doğru ve yanlışları ve bunlara uygun olarak nasıl davranılması gerektiğini belirler. Geniş tabanlı ve nasıl davranılması gerektiğine ilişkin yazılı olmayan standartları içerir (Aydın, 2002:6). Diğer bir ifade ile, insanlığın kabul ettiği ve başka kesinlik ölçüleriyle ölçülemeyen hareketlerimize ait değerlerin toplamıdır. Buradan üç sonuca varılmaktadır (Ülken, 2001:315):

1. Ahlaki değerler, metafizik ve fizik gerçeklere indirgenemezler. Bundan dolayı özerktirler.
2. Fakat kendilerine göre bir gerçeklik alanları vardır.
3. Ahlaki gerçek gayri şahsi ve tarafsız bir bilinç tarafından işlenmiştir.

Sonuçta ahlak nasıl yaşamamız gerekir sorusuna verilecek cevapları araştıran bir felsefe disiplini olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca ahlak; hukuk, din, acı çekme, fedakârlık, basiret gibi kavramlarla aynı şey değildir. Ahlak genellikle bunlarla karıştırılmaktadır. Ahlakın çıkış noktası insan eylemlerinin toplumsal hayata zarar vermeden düzenlenmesi gibi pratik bir nedenden kaynaklanmaktadır (Arslan, 2005:1).

Ahlak kavramının tanımı din ile de karıştırılmaktadır. Ahlak ve din kavramlarının bulunduğu pek çok ortak özellikler bulunmasına rağmen, bu iki kavram birbirinden farklıdır. Din hem bu dünyayı hem diğer bir dünyaya odaklanırken

ahlakın odaklandığı şey yalnız bu dünyadır. Düzenlemek istedikleri dünyalar farklıdır.

Ahlak bilim ve teknoloji ile sıkı ilişki içindedir. Bilim ve teknoloji insanın doğal çevresi üzerindeki egemenliğinin olanaklarını genişlettikçe ahlakın alanı da genişler. Aynı zaman da ahlakın alanı insanın yoldaşları ile özellikle iyi yaşam için gerekli gereçlerin bollukların üretimi ve dağıtımı ile ilgili olan kişilerle ilişkilerinin denetim olanağıyla da artmaktadır.

Kısacası, ahlakın alanı da insanın hem doğa ile hem de toplumsal kurumlar ile durmadan artan denetleme ve yönetme yeteneği ile genişlemektedir (Selsam, 1995:25).

3. ETİK VE AHLAK ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Ahlak ile etik çoğu zaman birbiri yerine kullanılan kavram olsalar da aralarındaki farklılık şu şekilde açıklanmaktadır: “Ahlâk, genellikle insanların kendisine göre yaşadıkları bir ilkeler topluluğu, bir kurallar toplamı anlamına gelir. Böylece bir meslek ahlâkından, bir siyasal ahlâktan, hatta bir evlilik ahlâkından söz etmek mümkündür. Meslek ahlâkı, bir mesleği icra eden kişilerin, örneğin öğretmenlerin, öğrencilerine, velilere ve kendi meslektaşlarına karşı davranışlarını düzenleyen ve onlara kılavuzluk eden ilke ve kurallar bütünüdür. Etik (ahlâk felsefesi) ise ahlâktan farklı olarak bu tür davranışları felsefi olarak inceleyen ve açıklamaya çalışan felsefenin dalıdır (Arslan, 1998:119).”

Etik doğru ve yanlış davranış teorisidir. Ahlak ise onun pratiğidir (Özbek, 2003:13). Ahlaki değil de etik ilkelerden; etik değil de ahlaki davranış tarzından söz etmek daha doğru olur. Etik, bir kişinin belli bir durumda ifade etmek istediği değerlerle ilgilidir, ahlak ise bunu hayata geçirme tarzıdır (Sağnak, 2005:35).

Etik kuramlar, ahlakın özü, kökeni ve toplumsal yaşamdaki işlevinin yanı sıra, insanların bir arada yaşayabilmelerinin gerekleri, toplumsal yaşamın normları ve değerleri, kişiler ile toplum arasındaki ilişkiler, bireysel yaşamın amacı ve anlamı üstüne görüşleri dile getirir (Çalışlar, 1983:135).

Etik, insana dair etik sorunlarla ilgili doğrulanabilir ve yanlışlanabilir bilgiler ortaya koyan/koyması beklenen bir felsefe disiplini. Etik, yapılması gerekeni

söyleyen, normlar koyan bir etkinlik olarak değerlendirilemez. Bu yanı ile ahlakın felsefesi olarak karşımıza çıkan etik, kendini ahlaki eylemin bilimi olarak anlar. Demek ki etik, iyi olanı değil, bir şeyin iyi olduğu hükmüne nasıl varıldığını söyler, ahlak üretmez, ahlak üzerine konuşur (Gündüz, 2005:352).

İyi ve kötü, doğru ve yanlış a ait ilkeler ahlaki oluştururken, insanların karar ve hareketlerini yönlendiren ve bunların ahlaki bir temele göre iyi ve kötü ya da doğru veya yanlış olup olmadığının belirlenmesi etik olarak tanımlanmaktadır (Ural, 2003:7).

Kısaca felsefecilerin etik, sosyologların ise ahlak dedikleri şey, esasında iç içe geçmiştir ve söz konusu kavramları birbirinden soyutlayarak tahlil etmek güçtür.

4. ETİK YAKLAŞIM TEORİLERİ

Etik alanında üretilen teoriler neyin iyi ve doğru, neyin kötü ve yanlış olduğunu; insan yaşamının amacının ne olması gerektiğini; ahlaklı ve erdemli bir yaşamın hangi öğeleri içerdiğini araştırır. Etik, ahlak alanında geçen kavramları analiz ederek, iyinin, doğrunun anlamını açıklayıp, bir eylemi iyi ya da kötü kılan ölçütler üzerinde yoğunlaşmaktadır (Cevizci, 1999:18).

Günümüzde bir çok etik teorisi üzerinde araştırmalar yapılmakla beraber üç ana yaklaşım öne çıkmaktadır. Bunlar: Normatif etik, Meta etik ve Uygulamalı Etik teorileridir.

4.1. META ETİK YAKLAŞIMLARI

Etik ilkelerin nereden geldiğini ve ne anlama geldiğini çözmeye çalışır. İnsanın düşüncesi eylemi ve dilinde ortaya çıkan ahlaki öğelerin doğası ve anlamını çözümleyen, ahlaki kavramların anlamlarıyla ahlaki yargıları akıllandırma, temellendirme veya desteklemede kullanılan yöntemlerin mantıksal analizinden meydana gelir (Cevizci, 1999:18). Örnek olarak sorumluluklarımızın ne olduğuyla değil de sorumluluk kavramıyla ilgilenir.

4.2. UYGULAMALI ETİK YAKLAŞIMLARI

Toplumda güncel tartışma konusu olan pratik ahlak sorunları ile ilgilidir (Klavuz, 2003):30). Daha çok kürtaj, ölüm cezası, klonlama, hayvan hakları gibi

tartışmalı özel konuları inceler. Bu yaklaşım günümüzde çoğu bilim ve sanat dalındaki etik ilişkiler ve ilkeleri somutlaştırma ile ön plana çıkmaktadır. Tıp Etiği, Sanat Etiği, Yargı Etiği üzerindeki araştırmalar dikkatleri bu yaklaşıma çevirmiştir.

4.3. NORMATİF ETİK YAKLAŞIMLARI

Doğru ve yanlış davranışı tanımlayabilecek (düzene sokabilecek) ahlaki standartlara ulaşmaya çalışır. Örneğin aç olan ailemi doyurmak için hırsızlık yapabilir miyim? Bu ve benzeri soruları cevaplayabilmek için normatif teoriler danışılacak ahlaki rehberler üretir.

Normatif Etik kuramları şu şekilde sınıflandırılmıştır (Tsalikis and Fritzsche, 1989:695):

- Bir eylemin sonuçlarıyla ilgilenen kuramlar (Teleolojik kuramlar).
- Tek kural kuramlar; bu tür kuramlar eylemin sonuçlarıyla ilgilenmezler (Deontolojik kuramlar).
- Birçok kuralı içeren kuramlar; bir eylemin sonuçlarıyla ilgilenmezler (Teleolojik ve Deontolojik kuramların karması olarak nitelendirilmektedir.)

4.3.1. Teleolojik Etik Kuramlar

Teleolojik etik, ahlaki eylemin değerini belirleyen şeyin eylemin sonucu olduğunu ileri sürer. Önemli olan eylemin sonucudur (Cevizci, 2002:13-17).

Bu teoriye göre dört üstün değer vardır; diğer bütün değerler onlardan türetilir. Bunlar aşağıdaki gibidir (Şen, 1998:161-164).

- **Basiret:** Özellikle davranışlar hususunda en uygun ve faydalı hareket tarzını belirleyebilme yeteneğidir.
- **Adalet:** Ahlaki olarak dürüst, doğru ve haktanır olma niteliğidir.
- **Metanet:** Ahlaki ve fiziki güç veya cesaret gösterebilmektir.
- **Ölçülülük:** Tahrik, tutku, arzu vb. duygular karşısında kendini sınırlayabilme yeteneğidir.

Platon'a göre ise en önemli dört erdem şunlardır: Bilgelik, cesaret, yumuşakbaşlılık ve adalettir.

Bir çok ahlaki kararlar, teleolojik yöntem kullanılarak yapılmaktadır. Bir birey ahlaki bir problemle karşılaştığında herhangi bir hareketin yararlarını ve maliyetlerini irdeleyerek, birey davranışının yansımaları ortaya çıkarabilir. Gereksiz bir şey için para harcamak yerine, yardım için bağışta bulunmak, teleolojik bir anlayış üzerine olabilir. Spor deyiminde ‘faul yok, zarar yok’ sonuç odaklıdır (Desensi ve Rosenberg, 1996:55).

Bu teoriye göre, davranışların sonuçları yoluyla o davranışın doğruluğu veya yanlışlığı anlaşılmaktadır. Üzerinde en çok konuşulan sonuçsallık teorisi faydacılık teorisi olmuştur. Faydacılık veya en büyük mutluluk ilkesine göre, bir davranış mutluluğa katkı yaptığı ölçüde doğru iken tam tersi olarak davranış mutsuzluğa neden oluyorsa yanlıştır. Faydacılık teorisi her bir bireye eşit oranda önem vermektedir (Preus, 1999:502).

Teleolojik kavramı, sonuçlar hakkında rasyonel düşünme anlamına gelir. Teleolojik etik anlayışına göre, bir eylemin sonucu, onun ahlaksal statüsünü belirler. Teleologlar geleneksel olarak “iyi” sonuç konusunu, birbiriyle ilişkili, fakat üç ayrı teoriyle açıklamıştır. Bunlar egoizm, faydacılık ve hazcılıktır.

4.3.1.1. Egoizm (Bencillik)

Egoizm, etikte insanın tüm eylemlerinin ben sevgisi ile belirlendiğini, ahlaklılığın da kendini koruma içgüdüsünün dışı vurulmasından başka bir şey olmadığını ileri süren öğretilerdir. Bireylerin uzun dönemli çıkarları üzerinde odaklanmaktadır. Buna göre, uzun dönemde diğer alternatiflerle karşılaştırıldığında bireye maksimum düzeyde yarar sağlayacak eylem tarzı, doğru ve ahlaki bir eylem olacaktır.

Bencillik taraftarları, çıkarı her bir birey için ayrıca tanımlayarak, kişisel çıkarları maksimize eden kararı etik açıdan doğru olarak kabul etmektedir. Bencil için kişisel çıkar; fiziksel iyilik, güç, şehvet olabileceği gibi tatmin edici bir kariyer, iyi bir aile yaşamı sağlık yada bunun gibi herhangi bir şey olabilir. Alternatif kararlar arasında bir seçim yapmak zorunda kalan bir egoist, bireysel çıkarımızı maksimize edecek olan alternatifini seçecektir. Bir bencil yönlendiren düşünce şeklinde

özetlenebilir, “çıkarcın açısından en fazla iyiyi sağlayan eyleme yönel” (Mengüç, 1989:334).

Bencilik yaklaşımına dayalı kararlar başkaları açısından doğuracağı sonuçlara bakmaksızın, bir çıkar grubu için en iyi sonuçları sağlamak amacıyla alınır. Bu diğer bireylerin bu karardan mutlaka zarar göreceklere anlamına gelmez. Ancak çıkar grubu dışındakilere yönelik bu faydalar, karar vericinin analizi dışındadır (Ferrel and Fraedrich, 1994:55).

Ahlak filozofları egoizmi; kişisel egoizm ve kişisel olmayan egoizm olmak üzere iki kısma ayırmışlardır (Shaw ve Barry, 1992:58).

Kişisel egoizm’i benimseyenler, uzun dönemli çıkarlarını en çoklamayı isterlerken, diğer kişilerin ne yapması gerektiği ya da ne yaptığı konularına değinmezler. Kişisel olmayan egoizmi benimsemeyenler ise olaylara daha olumlu bakan ve kendi çıkarlarını en çoklamak istemelerine karşın uzun dönemde bu amaçla, diğer bireylerin de kazanç sağlamasına olanak tanıyarak herkesin uzun dönemli çıkarlarını en çoklaması gerektiği üzerinde duran bireylerdir (Ferrel and Fraedrich, 1994:55).

Bu kuramın zayıflığı, ayrımcılık, kirlenme, güvenli olmayan ürünlerin üretimi gibidir. İş uygulamalarına karşı önlemler geliştirmemesi ve iki kişi arasındaki egoist çıkar çatışmalarını çözememiş olmasıdır (Tsalikis and Ritsche, 1989:69).

4.3.1.2. Faydacılık

Faydacılık kavramının ilk temsilcilerinden Jeremy Bentham, tek kişinin mutluluğundan çok, olabildiğince insanın mutluluğunu gösteren bu ilkeyi ahlakçılığın ölçütü sayar. Faydacılık toplumsal bir karaktere sahiptir ve bir bütün olarak toplumun refahında odaklaşır (Ural, 2003:9).

Bentham tarafından 18. yüzyılın sonlarında ortaya konan ve Mill tarafından geliştirilen anlayışa göre mutluluk, tercihlerin ya da arzuların gerçekleşmesi olarak görülür. İkisi için de geçerli olan şey mutluluğun istendiği ve mutluluk miktarı temelinde farklı sonuçlar arasında karşılaştırmaların yapılabileceğidir (Nuttal, 1997:222).

Mill ise faydacılığı ‘ en büyük mutluluk’ olarak tanımlamıştır. Eylemin doğru ya da yanlış olması, sonuçların mutluluk getirip getirmemesi ile ilgilidir (Bilington, 1997:199). Bir hareketin doğru ya da yanlış olması en fazla sayıda bireye en fazla mutluluğu vermesine bağlıdır. En fazla yararı getiren eylem doğru iken zararlı etkiler meydana getiren eylemler ise yanlıştır.

Bir eylemin en iyi sonuçlara neden olduğu sürece doğru olduğu veya kötü sonuçları dengelediği sürece doğru olduğu kuramına dayanmaktadır. Eylemlerde yer alan herkes için en iyi çıkarların olması gerektiği üzerinde durur (Snoeyenbos, Almeder, Humber, 1992:481).

Faydacıların iki alt sınıfı vardır. Bunlar davranışsal faydacılık ve kurallı faydacılıktır.

Davranışçılar, toplum için yetersiz sonuçlara neden olan eylemlerin ahlaki olmadığını savunmaktadır. Kuralcılar ise istenen sonucun gerçekleştirilmesini sağlayacak kural dizilerinin kullanılması üzerinde odaklanırlar. En çok kişi için en iyi sonuçların elde edilmesinde belirledikleri kuralları kullanırlar (Reidenbach ve Donald, 1988:871-879).

Davranışsal faydacılık kısa vadeli, kurallı faydacılık ise uzun vadeli yaklaşım olarak da görülebilir. Kurallı faydacılık yaklaşıma göre geliştirilen kurallar, en çok insan için en çok fayda yaratır ve bu nedenle etik olarak nitelendirilir (Fritzscher, 1997:47).

Faydacı kuramın önemi, resmin tümünü görme yaklaşımı ve toplumsal mutluluk için en iyi olmanın yapılmasını vurgulamasıdır. Çünkü, maliyet ve fayda analizi anlamında geleneksel işletme düşünce tarzına uygun olan bu yaklaşım, işletme yönetiminde de çok sık kullanılır. Bir işletme yöneticisi nasıl ki kar ve yatırımın geri dönüş oranını maksimize etmek arayışında ise, bu teori de mutluluğu maksimize etmeyi vurgulamaktadır (Ural, 2005:11).

4.3.1.3. Hedonizm /Hazcılık

Bana en fazla zevk/haz veren, doğrudur. Modern felsefede, genellikle tartışılan iki teleolojik teori, ‘eylemlerin sonuçlarının sadece bireyler üzerindeki mi, yoksa toplum üzerindeki sonuçları mı değerlendirilmelidir?’ sorusuyla açıklanabilir.

Bu soruya ‘birey’ yanıtını veren etik teori hazcılıktır. Soruyu, ‘toplum’ şeklinde yanıtlayan teori ise faydacılıktır (Reidenbach ve Donald, 1990:652).

Hazcı etik, özü itibariyle gerçekten iyi olanın haz olduğunu, uzak durulması gereken biricik kötünün ise acı olduğunu ileri sürer (Özlem,1990:348).

4.3.2. Deontolojik Etik Kuramlar

Deontoloji olarak da bilinen haklar teorisi Kant tarafından savunulmuştur. Buna göre belli bazı şeyler sonuçları ne olursa olsun insanlık için ahlaki olarak bağlayıcıdır. Örneğin öldürmek, tecavüz etmek, işkence etmek, soykırım yapmak sonuçları ne olursa olsun kötü eylemlerdir. Kant’ın doğal haklar teorisine göre bazı evrensel doğrular vardır ve bunlar zaman ve şartlara göre değişmezler (Stackhouse ve diğer,1995:85).

Bu teori de en önemli unsur sorumlulukların gerektirdiği etik ilkelere uymaktır. Sonuçları ne olursa olsun bu ilkeler uymak gerekir. Kurallara uygun olan ve iyi niyete dayanan eylemler ahlaki açıdan iyi eylemlerdir (Şen, 1998:86).

Her toplumda yaşlılara, hamile kadınlara, dostlara, özürlü insanlara vb. yardıma muhtaç olanlara, kendi başlarına üstesinde gelemedikleri durumlarda yardım etmek gerektiğini bildiren bir anlayış vardır. Bu anlayış üzerinde genel bir toplumsal bir uzlaşma varsa, o zaman ahlaki bakımdan böyle bir eylemde bulunmak bir zorunluluktur (Gündüz, 2005:352).

Deontolojik etikte davranışın yansımalarının iyi ya da kötü olması önemli değildir. Kişinin tek görevi, kabul edilmiş ve iyi ortaya konmuş ahlaki standartlara bağlı olmasıdır (Öztürk, 2003:24). Ahlaki eylem evrensel ölçütlere göre değerlendirilmelidir. Bu yaklaşımın öncelik verdiği değerler; adalet, eşitlik, dürüstlük gibi yüksek değerlerdir (Desensi ve Rosenberg, 1996:66).

Kant’a göre bilgide olduğu gibi etiğin temelinde de, herkes için aynı olan, herkes için geçerliliğe sahip bulunan bir temelin, bir yasanın bulunması gerekir. Kısacası, etik, ancak genel geçerli bir yasaya dayandığı takdirde biricik ve evrensel bir etik olabilir (Özlem, 1990:69).

Kant, ahlaklı bir kimsenin şu üç buyruğa göre davranması gerektiği görüşündedir (Ural, 2005:16):

- Her zaman öyle davran ki, eylemine ölçü olarak aldığın ilkeyi, herkes için genel bir yasa olarak isteyebilesin,
- Öyle davran ki, insanlığı, kendinde ve başkalarında hiçbir zaman araç olarak değil, hep bir amaç olarak göresin,
- Öyle davran ki, kendi istencini genel bir yasa koyucusu gibi saygın tutabilesin,

Kişi bu ilkelere uymalıdır. Çünkü bu ilkelere uygun olan iyidir.

Deontolojik etik kuramlar; Adalet Kuramı, Kant Etiği ve Haklara Dayalı Etik olmak üzere üçe ayrılır.

4.3.2.1. Adalet Kuramı

Adalet temelli etiği kullanan ahlak felsefecileri, yalnızca davranışların sonuçlarının faydacı sonuçları önemsemeyip etkisiz hale getireceğinin ileri sürmektedirler. Adalet temelli etik yaklaşımı savunanlar, toplumun büyük bir kısmı bir davranıştan fayda elde etse de, bazı üyeler adaletsiz bir sonuçla karşılaşıyorlarsa, bu durumda davranışı genellikle dikkate almazlar (Kirel, :2000:2).

Bu teorinin temeli eski yunan filozofu Aristo'nun öğretilerine dayanmaktadır. Aristo; 'eşitlere eşit, eşit olmayanlara eşit olmayan muamele' yap önerisinde bulunmuştur. Bu bağlamda söz konusu teorinin temel sorusu 'Bu davranış ne kadar adaletli? Herkes aynı şekilde muamele ediliyor mu veya bir ayırım veya gözetim yapılıyor mu?' dur (Velasques ve Diğerleri, 2009).

Bu etik teorisi, temelde bir toplumda mal ve hizmetlerin kazanımı ve aktarımın yalnızca insanların serbest seçimleriyle yapıldığı sürece adaletli olduğunu belirtmektedir (Champoux, 1996:54).

Adalet kuramı kendi içinde üç gruba ayrılır: dağıtım adaleti, cezalandırma adaleti ve tazminat adaletidir (Woods, 1995:380):

Dağıtım Adaleti: İnsanlar arasında dağıtılması gereken birçok yarar ve sorumluluk vardır. Yararlar gelirler, işler, servet, eğitim, boş zaman gibi. Bu yararların ve sorumlulukların toplum üyeleri arasında adil bir şekilde dağıtılması gerekir.

Cezalandırma Adaleti: Suçluların saptanması, cezaların belirlenmesi ve uygulanması süreçlerinde adil davranılması ile ilgilidir. Cezanın adil olması için öncelikle, insanın gerçekten suçlu olduğu kesin olarak ortaya çıkarılmalıdır.

Tazminat Adaleti: Yanlış karardan mağdur olan tarafın zararının karşılanması ile ilgilidir (Fritzscher, 1997:55). Mağdurun zarar görmeden önceki haline getirilmesi esastır.

Yaklaşımın karşılaştığı sorunların başında fayda ve maliyetin her zaman doğru olarak ölçülememesi gelmektedir. Bunun sebebi, birçok insanın, sosyal paylaşımdan memnun ve tatmin olmayışları ile adaletin hayat şartlarını düzeltereğine, hoşnutsuzluklarını giderebileceğine şüphe ile bakmalarıdır (Lewis ve Goodman, 1995:16). Ayrıca adalet endişesi ile yapılan bir takım uygulamalar toplum üzerinde ciddi sıkıntılar oluşturacaktır. Fakir ülkelerdeki katı yasaların uygulanması, yapılan yatırımların alt kesime geç ulaşması bu teorinin eksikliği sayılabilir.

4.3.2.2. Kant Etiği (Kural Etiği)

Ödev ahlakı olarak bilinen kant etiği, ödevin temeline ahlak yasasına saygıyı koymaktır. Buradaki ahlaki yükümlülük eylemin sonucuyla değil, niteliğiyle ilgilidir (Akarsu, 1999:7). Kant ahlakında esas olan mutluluk ya da fayda değil, mutluluğu hak etmek ve doğru olmaktır. Ahlaki davranmak için belli koşulların yerine gelmesi beklenmelidir. Ahlaki davranış her koşulda ve durum ne olursa olsun ortaya konması gereken bir davranıştır (Arslan, 1998:12).

Kant, her türlü bilgimizin merkezi olan saf akli eleştirel bir yaklaşımla inceleyerek ve bilginin bilgisini sorgulayarak işe başlamış, dogmatik körlükten kurtulmuş ancak kuşkuculuğun bataklığına da gömülmemiştir (Türkbağ, 2001:72).

Kant için tek etik davranış, görev anlayışında insanların katılımıdır. Bu nedenle ilk olarak 'iş fikrini' gözden geçirmiştir. Kant her şahsın hareketlerine yol gösteren kuralların var olması gerektiği ve bu kurallara sıkı sıkıya bağlı kalınmasını temel alır. Gerçek ahlaki sorumluluklar nedene dayanan görev hissi içerir (Desensi ve Rosenberg, 1996:70).

Kantçı anlayışta dürüstlük, tarafsızlık, adalet gibi değerler ön plandadır. Bu kavramları tanımlamak güç olsa da, vatandaşlar kendilerini yönetenlerden dürüstlük ve adil davranış görmek istemektedirler (Öztürk, 2003:206).

Sonuç olarak Kant'ın ahlak anlayışı her şeyden üstün mutlak bir yasaya dayanmaktadır. Ödev duygusundan doğan eylemler mutlak olarak doğru olacaktır.

4.3.2.3. Haklara Dayalı Etik

Haklar bir kimsenin ahlaki ya da kanuni açıdan doğru olan bir şeyi yapmasını ya da ahlaki ve kanuni açıdan bu kimse için doğru olan bir şeye sahip bir kimse olarak nitelendirilmesini sağlar. Hakların amacı, bir kimseyi başkalarının müdahalesi olmadan belli davranışları özgürce yerine getirmesini sağlamaktır.

Haklara dayalı etik yaklaşımı, insanların sırf insan oldukları için bir takım haklara sahip oldukları düşüncesine dayanır. Buna göre insanlar birbirlerinin haklarına saygı gösterme ve ihlal etmeme biçiminde karşılıklı ödevlere sahiptir. Söz konusu hakların bir kısmı devletin koyduğu yasalarca tanımlanır ve güvence altına alınır.

Haklar yaklaşımı, işletmelerin karar verme süreçlerinde koşullardan ve sonuçlardan bağımsız ve istisna tanımayan evrensel kurallar sağlar. Bunlar mutlak ödevlerdir. Hakların bireylerden esirgenmesi veya ihlal edilmesi etik olmayan davranış tarzıdır. Böyle bir davranışın bireysel çıkar sağlıyor olması, bu gerçeği değiştirmez. İşletme faaliyetleri ile ilgili başlıca altı temel hak sayılabilir. Bunlar yaşam ve güvenlik, doğru bilgi, özel hayata saygı, irade özgürlüğü, ifade özgürlüğü ve özel mülkiyet haklarıdır (Fritzscher, 1997:52).

Bu teori günümüz demokrasilerinin tüm dünyada kabul görmesi ile öne çıkmıştır. Çünkü bireyler; devlet, kurum, yöneticiler karşısında temel haklarını isteyebilmenin yanı sıra daha fazla sosyal hak da talep edebilmektedir.

5. ETİK DAVRANIŞIN TOPLUMSAL ETKENLERİ

Bireylerin etik davranışlarını toplumun çeşitli etkenleri belirler. Bu etkenler; bireyin içinde bulunduğu toplumun kültürü, sahip oldukları değerler, kabul ettikleri normlar ve standartlardır.

5.1. KÜLTÜR

Kültür kelimesinin, bakmak veya yetiştirmek manasına gelen klasik Latin fiillerinden olan “colere” veya “cultura”dan geldiği kabul edilir (Erdoğan, 1991:21). Günümüz Türkçesinde kültür, uygarlık, bir topluma özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü, düşünceyi, muhakemeyi ve eleştiri anlayışını geliştiren zevki incelten bilgilerin tümü ve bireyin belirli bir konuda veya alanda edinmiş olduğu geniş ve sistemli bilgi birikimi gibi değişik şekillerde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 1998:97).

İnsanlar doğayı değişime uğrattırken kendileri de değişmekte, dış çevre ile karşılıklı etkileşime girmekte ve bireysel değerlerden daha çok toplum kültürüne bağlı bir görünüm kazanmaktadırlar. Benzer şekilde belirli bir kültürel yapıya sahip olan toplumlarda yer alan insanların ihtiyaçlarını karşılama amacına yönelik olarak kurulmuş olan örgütlerin de, toplumda yaşamını sürdürmeye çalışan sosyal sistemler olarak var olması kültürle ilişkisini kaçınılmaz kılmaktadır. Bu kapsamda örgütleri içinde yer aldıkları toplumların birer küçük örneği olarak düşündüğümüzde, dünyadaki farklı toplum ve kültürlerle benzer biçimde örgütlerin de farklı kültürel özelliklere sahip oldukları söylenebilmektedir (Gülgün, 1998:253).

Toplumdan topluma değişen çeşitli uygulamaları vardır. Bu uygulamaları sosyal hayattan örneklendirecek olursak; Türklerde misafir geldiğinde ayağa kalkılması, büyüklerin ellerinin öpülmesi ve yer verilmesi buna örnek gösterilebilir. Örgütsel açıdan ise; üst kademe yöneticiler karşısında ceket ilikleme, konuşurken daha özenli davranmak vb. gibi davranışlar örgütsel kültürün getirdiği tipik davranış kalıplarıdır.

5.2. DEĞERLER

Değer, sözlük anlamı ile bir varlığın veya olayın insan için önemini belirleyen inançtır ve yalnız bireysel değil, örgütsel düzeyde de gelişebilmektedir (Aydın, 2002:15-16). Örgütsel ve bireysel seviyesinin ötesinde, toplumsal hayatta, toplumların kültürel özellikleriyle benzerlik taşıyan genel değerler bulunmaktadır. Genel değerler, kamusal alandan kaynaklanan, fırsat eşitliği, eşitlik, sivil ve dini özgürlükler, sorumluluk, demokrasi, insanlık ve arkadaşlık, adil kurallar içinde yarışma, vatanseverlik, teknolojik ilerleme vs. temel değerleri ifade etmektedir.

Değerler, özgün eylem ve durumların üzerindedir. Örneğin, itaatkârlık değeri, işte ya da okulda, aileyle, arkadaşlarla ya da tanımadığımız kişilerle olan ilişkilerimizin tümünde geçerlidir. Değerler, davranışların, insanların ve olayların seçilmesini ya da değişimini yönlendiren standartlar olarak işlev görürler (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000:59-76).

Bireylerin değer yargıları doğrulanması bilimsel olarak mümkün olmayan önermelerden oluşur. Toplumun özelliklerine göre değiştiği gibi, bireyden bireye de farklılık gösterir. Değerler sürekli değişim içindedir.

Kabul edilen değerler değişim ve gelişim içersindedir. Örgüt kültürü ise örgütte paylaşılan değerlerden oluşur. Örgütlerde çatışma ise; çalışanların kabul ettikleri değerlerindeki farklılıklardan kaynaklanır.

Örgütlerde yöneticilerin eylemleri kabul edilen değerlerin etkisindedir. Yöneticiler işveren tarafından ne şekilde güdülenirse eylemleri de o yönde gerçekleşir. Örneğin, şirkette en önemli olgunun ekonomi olduğu yönünde güdülenen yönetici işletmenin bu yönde ilerlemesinin önemi üzerinde dururken, sosyal sorumluluğun önemli olduğu ve bu yönde güdülenen yönetici ise çalışma koşullarının iyileşmesi, işçilerin daha sağlıklı ortamlarda çalışması gerektiği üzerinde duracaktır. Örneklerden de anlaşılacağı üzere değerler örgüt yöneticilerinin eylemlerini etkileyen temel etmenlerdir.

5.3. NORMLAR VE ETİK

Her kültürde toplumsal düzeni sağlayan, bireylere yol gösteren, doğru ve yanlış, olumlu ve olumsuz belirleyen kurallar, standartlar ve fikirler bulunur. Bütün bunlara norm adı verilir. Norm, yaptırımı olan kurallar sistemidir (Özkalp, 2003:63).

Normların genel özellikleri şu şekilde maddelenmiştir (Mc Kenna,1994:300):

- Normlar, grup üyelerinin çoğu tarafından kabul edilir.
- Normlar, grup yaşamının önemli bir bölümünü kapsar.
- Normlar, grup üyelerinin duygu ve düşüncelerinden çok ortak davranışları üzerinde odaklaşır.

- Grup üyeleri normları farklı düzeylerde benimser.
- Normlardan sapma gösteren bireylere karşı, grup üyelerinin hoşgörü derecesi farklıdır.
- Normlar, grup sürecinin işleyişini kolaylaştırır.
- Normlar yavaş gelişir ve yavaş değişir.
- Gruptaki bireylerin statüleri, normlara uyum derecesini etkiler.
- Belli normlara uymak ya da uymamaya bağlı olarak kabul edilmiş bir ödül ve ceza sistemi vardır.

Grup içinde gelişen toplumsal normların bazı amaçları vardır. Normların temel amaçları şunlardır (Mc Kenna, 1994:300):

- Normlar, grubun temel değerlerini yansıttığı için, üyelerin diğer bireylerden ayrılıklarını yansıtır.
- Normlar, grup üyelerinden beklenen davranışları basitleştirerek, kestirilebilir hale getirir. Böylece, üyelerin davranışları önceden sezilebilir ve bu da grubun işleyişini kolaylaştırır.
- Normlar, bireylerin sıkıntılı durumlara düşmelerini engeller.
- Normlar, grubun yaşamasına yardım eder.
- Normlar aracılığı ile, üyelerin sapkın davranışları reddedilerek, grubun varlığının sürdürülmesine çalışılır.

6. TEMEL ETİK İLKELER

Her meslek için ortak sayılabilecek mutlaka uyulması gereken ilkeler ve bu ilkelerin dayandığı temel kavramlar vardır (Ek: 2). Bu kavramlar: Adalet, eşitlik, dürüstlük ve doğruluk, tarafsızlık, sorumluluk, insan hakları, hümanizm, bağlılık, hukukun üstünlüğü, sevgi, hoşgörü, laiklik, saygı, tutumluluk, demokrasi, olumlu insan ilişkileri, açıklık, hak ve özgürlükler, emeğin hakkını verme, yasa dışı emirlere karşı direnmedir (Aydın, 2002:47-60).

Bu etik değerlerle oluşturulmayan örgüt yapısında verim ve etkililik beklenmesi yanlış olacaktır.

6.1. ADALET

Genel olarak adalet, eşitlere eşit davranmayı içerir. Örgüt açısından adalet, iş görenlere, örgüte katkıları oranında haklarını; kurallara aykırı davranmaları oranında da ceza verilmesidir (Başaran, 1985:105).

Yöneticiler, örgütte görevlerin, yükümlülüklerin, sorumlulukların ve yararların eşit bir şekilde dağıtılmasından sorumludurlar. Bu şekilde hak dağıtıcı adaleti yerine getirirler. Ancak hak dağıtıcı adaletin yeterince sağlanamadığı durumlarda, bu durumdan zarar gören ya da haksızlığa uğrayan iş görenler düzeltici adaletin işletilmesini ister ve beklerler (Aydın, 2002:48).

6.2. DÜRÜSTLÜK

Dürüstlük; doğrucu, içten, açık sözlü, candan olmak, çalmamak, yalan söylememek, kötülük etmemek veya kötü hareketlerde bulunmamak olarak tanımlanmaktadır (Kırel, 2000:56).

Etik davranış, başkaları ile ilişkilerde dürüst olmayı ve içtenliği gerektirir. İçten ve dürüst davranmayan yöneticiler, ilişkilerde kendi sonlarını hazırlarlar ve güven ortamı ortadan kalkar. Oysa güven ilişkilerin temel unsurudur. Örgütte politik güç kazanmanın kendisi etik dışı bir davranış değildir. Bununla birlikte politik güce ulaşmak için dürüstlükten ödün verilmesi, etik kurallarının önemli ölçüde ihlal edilmesi anlamına gelmektedir (Lamberton ve Minor, 1995:34).

6.3. DEMOKRASİ

Demokrasi, insana bir değer olarak önem veren ve insan kişiliğinin özgürce ve eksiksiz olarak geliştirilmesine olanak sağlayan bir yönetim biçimidir. Bu nedenle demokrasi eğitim süreci içinde öğretilir. Öğrenilebilmesi ve bir yaşam biçimine dönüştürülebilmesi için demokrasinin eğitime gereksinim vardır ve eğitim demokrasinin ön koşuludur.

Örgüt içinde demokratik bir ortam oluşturulmasında, yönetici tutumlarının büyük bir rolü vardır. Demokratik tutumların öğrenilebileceği en temel kurumlardan biri de okuldur. Yöneticinin demokratik tutumları eğitsel ve yönetsel açılardan çok büyük bir önem taşımaktadır (Aydın, 2002:56-57).

6.4. SORUMLULUK

Sorumluluk; kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu). Sorumluluğun temeli, yetkiyi kullanma zorunluluğudur. Sorumluluk, mesleki ve etik ölçütlere uymayı gerektirdiği kadar bu ölçülerin yaratılmasını da gerektiren bir kavramdır (Aydın, 2002:51).

6.5. HOŞGÖRÜ

Hoşgörü; insanı, insanlığı anlamak, bilmek, saygı duymaktır. İnsanların birbirlerinden farklı duygu, düşünce, davranış, tutum, eylem biçimleri olduğunu kabul etmektir (Köknel, 1996:257). Başkalarının düşünceleri çok aykırı ve ters olsa bile, tahammül edebilmek ve bunlara özgürlük tanımak, hatta bunun da ötesinde aykırı görüş ve düşüncelere sıcak ve sevecen bir yaklaşım içinde olmak hoşgörünün çerçevesini çizer (Ateş, 1994:22).

6.6. SAYGI

İnsan her şeyden önce insan olduğu için değerlidir. İnsanın değeri ve onuru, insan ilişkilerinde köşe taşı niteliği taşır. İnsan canlı varlıklar içinde en gelişmiş olan, düşünen, akıl yürüten, iletişim kuran, gelecek için planlar yapan bir varlıktır ve bu yönleri ile saygıdeğerdir.

Saygı ise, bir çok kişinin bildiği ve beklediği gibi korkmak, çekinmek değildir. Saygılı olmak, bir insanı olduğu gibi görebilme yetisini ve onu özgün bireyselliği içinde fark edebilmeyi anlatır. Saygı, insanı bir kişi olarak olduğu gibi görmek, onun kişiliğini ve biricikliğini fark etmek demektir (Aydın, 2002:55).

7. GÜNÜMÜZDE ETİK

Bilim dünyasında genelde sağlık alanında tartışılan etik kavramı son yıllarda bilimin her dalında incelenmeye başlanmıştır. Başta mühendislik etiği olmak üzere genetik çalışmalarla ilgili etik kaygılar, sosyal etik, çevre etiği, iş etiği gibi özgün konular daha fazla gündeme gelmektedir. Özellikle herkesin şikâyet etiği akademik etik kavramı yaşanan bazı sorunlardan dolayı Türkiye’de sıkça işlenmektedir (Ortaş, 2009).

Etik kavramı Türk iş dünyası sözlüğünde de yer almaya başlamıştır. Son birkaç yılda Türkiye’de yaşanan büyük çaplı yolsuzluk davaları, bu eğilimin yerleşmesinde en önemli etken olmuştur. Bu alanda sadece lafta kalan söylemler değil, somut adımlar da gözlenmektedir (Akşam Gazetesi, 2003). Bu somut adımlar işletmelerin pazarlama ahlakına uygun hareket etmelerini sağlamakta ve tüketici tatminine katkıda bulunmaktadır. Tüketici tatmini de doğal olarak işletmelerin uzun dönemdeki kârlarını olumlu etkilemektedir. Bu nedenle işletmelerin son yıllarda ahlak kodları geliştirdikleri ve pazarlama çabaları ile faaliyet sonuçlarını bu tür kodlar çerçevesinde değerlendirmeye başladıkları gözlemlenmektedir.

Türkiye Etik Değerler Merkezi (TEDMER) ülkemizde etik değerleri güçlendirmek için çalışan bir sivil toplum kuruluşudur. Yaptırdığı Türk İşgücünün İş Etiğine Yaklaşımı araştırması, 12 ilde çeşitli büyüklükteki işyerlerinde çalışanlarla yapılan görüşmelere dayanmaktadır. Araştırmaya göre, iş ahlakına uyan firmalar 3 yılda yüzde 30'luk ciro artışı yaşarken, yabancı yatırımcılar öncelikle etik olan şirketleri gözlemektedir. Katılımcıların % 69,5’u işyerlerinin genel olarak etik kurallara uyduğunu, % 51’i ise gelecek yıllarda etikle ilgili konuların daha da önem kazanacağını düşünmektedir. Türkiye’de şirketlerin % 36’sının, yazılı, % 29’unun sözlü etik standartlara sahip olduğu anlaşılmaktadır. Çalışanlara etik eğitimi veren şirketlerin oranı ise % 23; eğitim alanların % 82’si böyle bir eğitimin yararları üzerinde birleşmektedirler. İşyerinde önemsenen etik davranışlar daha çok yasalarca suç sayılan eylemlerle ilgili olup, bu eylemler, hırsızlık, sahtekârlık, vergi ve diğer ödeme yükümlülüğünü yerine getirmemek, rüşvet vb.dir. Buna karşılık 2003’te ABD’de yapılan benzer bir araştırmada, başkalarının haklarına ya da çalışma düzenine zarar veren davranışlar ahlaka aykırı olarak vurgulanmakta: Taciz ve küçük

düşürücü davranış (% 21), çalıştığı süreyi yanıltarak bildirmek (20%), yalan söylemek (19%), bilgi saklamak (18%). Etik davranış tanımındaki bu fark, Türk çalışanlarda iş etiğinin henüz bireysel çalışma davranışına inmediği biçiminde yorumlanmaktadır¹.

¹ “Türk İşgücünün İş Etiğine Yaklaşımı”, <http://baybul.com/kadin-diger/816628-turk-ismucunun-etigine-yaklasimi-arastirmasinin-sonuclari-belli-oldu.html> (15.10.2009).

İKİNCİ BÖLÜM

İŞ ETİĞİ

1. İŞ ETİĞİ KAVRAMI

İşletme literatüründe, iş etiği “işyerine ilişkin olarak neyin doğru, neyin yanlış olduğunu bilmek ve doğru olanı yapmak” olarak tanımlanmaktadır². Ayrıca iş etiği, uygulamalı bir ahlak bilgisidir ve iş hayatında karşılaşılan tüm ahlaki sorunları incelemektedir. Bu sorunlar, çalışanlar arasında, işletme ve işletme ile alış verişte bulunanlar ya da işletme ile çevresel faktörler arasında olabilir (Arslan, 2005:4).

İş etiği, “başta işletme sahibi ve yöneticiler olmak üzere bütün çalışanlarla birlikte kuruluşlarda yürütülen faaliyetlerin genel ahlak felsefesine ve mesleki etiğe uygun yapılması” olarak tanımlanmaktadır (Filiz, 2007).

İş etiği, iş ile ilgili kararları ahlaki standartlara göre değerlendirme süreci olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda artan rekabet, maddi güçlükler ve genel anlamıyla etik problemlerin yaşandığı günümüzde iş etiği özenle irdelenmesi gereken bir konu haline gelmiş bulunmaktadır (Aşçıgil, 2001:5).

İşe ve çalışmaya karşı takınılan tavırları ve bu konudaki değerleri ifade eden iş etiği ile ilgili aynı toplumun farklı kesimlerinde değişik yaklaşımlara rastlanabilmektedir (Arslan, 2001:47). Bu rastlantılar toplumların işe yönelik tutumunda farklılık olduğunu göstermektedir.

İş gücü bünyesinde farklı ırk, din, yaş, eğitim ve sosyoekonomik statüye sahip insanlardan oluşmaktadır. İş gücündeki bu insan kaynağı çeşitliliği ve iş hayatının değişen doğası, iş yerlerinde iş etiğine duyulan ihtiyacı ön plana çıkarmaktadır. Sonuç olarak insanların sahip oldukları farklı değerler, amaçlar iş gücüne yansımaktadır (Lankard, 1991:91).

² İş Etiği, <http://ansiklopedi.turkcebilgi.com/%DD%FEİeti%F0i> (15.10.2009).

İş hayatında iş etiği ilkeleri ise meslek birlikleri tarafından ortaya konmuş, zaman içerisinde tartışılarak doğruluğu kabul edilmiş ve bir mesleğin olmazsa olmaz koşulu haline gelmiş ilkelerden oluşmaktadır. Bu ilkeler, mesleki uygulamaların niteliğini arttırmak için ortaya çıkmaktadır. Dolayısı ile iş etiği ilkelerinin amacı iş etik davranışını, mesleği uygulamada doğru ve dürüst davranmaya dönüştürmektir.

2. İŞ ETİĞİNİN UYGULAMA ALANLARI

İş etiğinin yoğunlaştığı konular üzerinde henüz bir fikir birliğine ulaşılamaması; örgüt davranışlarından hangilerinin etik açıdan doğru, hangilerinin yanlış olduğunun ortaya konmasını güçleştirmektedir. Bununla birlikte genel olarak iş etiğinin yoğunlaştığı konular şu şekilde sıralanabilir (Keiser, 2000:989).

- Yanlış yönlendirici reklâmlar,
- Ürün güvenliği,
- Tekelci fiyat uygulamaları,
- Sınırsız kar elde etme çabaları,
- Çalışanların sosyal güvenlik haklarının göz ardı edilmesi,
- Ekonomik ve çevresel kirlenme,
- Rüşvet,
- Ayırıcı kiralama politikaları, koşulları ve gelişme politikaları,
- Özel mülkiyet sınırlarına müdahale.

Bütün bunlar etik açıdan işletmelerin faaliyet alanlarına göre değişiklik gösteren konulardır.

Etik gerçek anlamda değişmeyen bir kavram silsilesidir ve bu sözcük dünyanın her yerinde aynı düşünceleri yani iyiyi kötüden, doğruyu yanlıştan ayıran değerlerdir ve bu değerlerin de her işletmede olması ve savunulması kaçınılmazdır (İlhan, 2007). Çünkü iş etiği; iş dünyasında kâr amaçlı faaliyet gösteren kurum ve kişilerin; çalışanlar, hissedarlar, müşteriler, tedarikçiler, kamu kuruluşları ve tüm toplumla ilişkilerinde ve yaptıkları işlerde öncelik verdikleri değerler ve üstlendikleri sorumluluklardır (Kaynak

Dergisi, 2003:16-19). Dolayısıyla işletmelerde iş etiğinin sağlanabilmesi için aşağıdaki maddelere önem gösterilmesi gerekmektedir:

- Sağlıklı bir istihdam politikası,
- Doğru iş, doğru eleman,
- Departmanların saptanması ve ayrışması,
- Görev tanımları,
- Departman içi ve departmanlar arası bilgi alış verişi ve şeffaflık,
- İş güvenliği ve (Departman çalışanları ve departmanlar arası güven)
- Eğitim,
- Reel bir ücret politikası,
- Denetim,
- Motivasyon ve sosyal faaliyetler...

Yukarıda belirtilen tüm maddeler iş etiği kapsamında değerlendirilmekte olup, her birisi işletme için önem taşımaktadır, içlerinden birisinde etiğe uygun olmayan davranışların olması, işletmedeki tüm çalışanları etkileyen sorunları ortaya çıkartabilmektedir.

3. İŞ ETİĞİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

İşletmelerin uluslararası niteliğinin artması, çalışanların farklılaşması, iş beklentilerinin çeşitlenmesi, toplumların ve örgütlerin kültürel eğilimlerinin değişimi, son yıllarda örgütsel değerlerin yeni biçimlerine gereksinim duyulmasına yol açmaktadır. Bu doğrultuda işletmelerin, örgütsel etik ve etik davranış kuralları konusunda, yönetsel etkiyi, denetimi ve uygulamaları artırma yönünde bir eğilim içinde oldukları gözlenmektedir. Bu eğilime yol açan faktörleri ise, şu şekilde özetlemek mümkündür (Gök, 2008:15):

- Küresel pazardaki rekabet avantajının kazanılmasında, insan tutum ve davranışlarının etkisinin artması nedeniyle iş etiğinin önem kazanması.
- Ekonomik ilişkilerde, uluslararası etik vizyonun ve ilkelerin itici gücü.

- Etik değerler ve etik değerlere dayalı davranış biçimleri ile işletme imajı ve saygınlığı arasındaki doğrusal ilişki.
- Etik ve sosyal sorumluluk konularında gerçekleştirilen etkinliklerin, işletmelerin stratejik yönetimlerinin karlılık politikalarındaki araçlardan biri olması.
- İş etiği ilkelerinin, işletmelerin ilişkide buldukları tüm işletme ve kişileri (tüketiciler, sunucu firmalar, satıcı firmalar, çalışanlar, yöneticiler, vb.) yakından ilgilendirmesi ve güven anlamını içermesi.

Bu faktörler işletme yönetimini, iş etiğinin işletme içerisinde uygulanmasına etki eden temel unsur olarak ortaya çıkarmaktadır. Dolayısı ile işletme içerisinde yönetim etiğine dikkat etmek gerekmektedir. Başlıca yönetim etiği  tanedir (Carroll, 1987:7-15);

- 1. Ahlaka Aykırı Yönetim:** Ahlaka aykırı yönetimde; kararlar, davranışlar ve yapılan tüm faaliyetler ahlaki değerler ile uyumsuzluk içerisindedir. Yönetici konumunda olan kişi ya da kişiler bütün faaliyetlerinde ve davranışlarında işletmelerinin kazanımını düşünerek, çalışanların motivasyon ve iş tatminleriyle ilgilenebilirler. Yönetimin yegne amacı, karlılık ve organizasyonel başarıdır.
- 2. Ahlaki Yönetim:** Ahlaki yönetim ise tam anlamıyla ahlaka aykırı yönetim ile zıt düşünce ve davranışları destekler. Ahlaki yönetim, ahlaki davranışların ya da bu konudaki profesyonel standartların oluşturulmasıyla ve uygulamaya alınmasıyla ilgilendirir. Böylelikle alışanların motivasyonlarında dolayısıyla da işletmenin başarısında önemli gelişmeler sağlanmaktadır.
- 3. Ahlaki Olmayan Yönetim :** Ahlaki olmayan yönetim, ahlaki yönetim ile ahlaka aykırı yönetim arasında yer alan melez bir yapı sergiler. Ahlaki olmayan yönetimin iki türünden söz edilebilir. Bunlardan birincisi, maksatlı ahlaki olmayan yönetim, ikincisi maksatlı olmayan ahlaki yönetim Őeklindedir. Her iki türde de yönetici konumunda olan kişi ya da kişiler iş faaliyetlerini etik çerçevede değerlendirmemektedir.

4. İş ETIĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İş etiği ile ilgili araştırmalar, 20. yüzyılın başlarında Avrupa ve Amerika'daki geleneksel liberal anlayışın zayıflaması ve sosyalist akımın güçlenmesiyle başlamıştır.

Sosyalist ve liberal hareket arasında artan tartışmalar, aynı zamanda işletmelerin ve işletmeciliğin amaçlarının ve topluma katkı veya zararlarının da tartışılmaya başlanmasına neden olmuş ve bu sayede, işletmecilikte etik değerler de sorgulanmaya başlanmıştır (Arslan, 2005:35). Avrupa’da ilk olarak Adam Smith (1727-1790), “Ahlaki Duyguların Teorisi” adlı eserinde ahlak biliminin ilkelerini ortaya koymaya çalışmıştır. Smith bu çalışmasıyla, ekonomi ile ahlak arasındaki ilişkileri ele almıştır. 19. yüzyılda iş ahlakı konusunda genelde dinsel bir bakış açısı hakim olmuştur (Arslan, 2005:35).

Dinin etkisi dışında 17.yy gerçekleşen diğer etiğe dayalı gelişimler ise 1962’de Kennedy’nin yayınladığı “Tüketici Hakları Bildirgesi”dir. Bu bildirmede tüketicilerin güvenlik, seçme ve haber alma hakları olduğu belirtilmiştir. O yıllarda iş hayatında gerçekleşen General Motors’un ürettiği Corvair markasının, insanların yaşamları ve güvenliklerini tehdit ettiği eleştirileri yapılmıştır.

1970’lerde ise etik üzerinde dinin etkisi görece olarak yerini iş etiği bilincine devretmiştir. Çünkü 1960’larda gelişmeye başlayan tüketici bilinci ve artan çevre kirlilikleri etik konusunu başka yönlere de çekmeye başlamıştır. Artık akademik düzeyde de incelenmeye başlanan etik görüşü konusunda 1970’lerde yapılan araştırmalarda verimlilikte düşüş, çalışanların sadakatinde azalma ve refah düzeyinde artış gözlenmiştir. Bu değişim bireylerin işlerini ikinci plana itmesini ve Protestan anlayışın yıkılmasını sağlamıştır. Ancak her ne kadar Protestan anlayış ortadan kalkmış gibi görünse de günümüzde de halen savunucuları ve uygulayıcıları mevcuttur (Tutan, 2006:18).

İş etiğinin ayrı bir disiplin olarak kabulü 1970’lere dayanmaktadır. Bu yıllardan itibaren işletmeler iş hayatındaki olaylara etik açıdan bakmaya başlamışlar, iş dünyası ve akademik çevrelerin de dikkati bu noktaya çevrilmiştir (Lozano, 1996:227-236).

İş etiği konusunda esas gelişme ise 1980’li ve 90’lı yıllarda yaşanmış ve etik iş dünyasında kurumsallaşan bir kavram haline gelmeye başlamıştır. 1980’lerde işletmeler etik komiteleri kurmaya başlamışlardır. Bu şirketlerden bazıları, General Electric, General Motors, Johnson&Johnson’dır. 1990’larda ise küreselleşme ile serbest rekabetin artmasıyla etik davranan kurumlar rekabette avantajlı konuma geçmeye başlamışlardır. 1990 yılından alınan verileri kullanan Schwartz, Almanya’daki işletmelerin % 51’inin, Fransa’daki şirketlerin ise % 30’unun etik kavramını

benimsenmiş olduğunu bildirir. Yapılan araştırmalarda 1992 yılında, Birleşik Devletlerdeki organizasyonların % 90'ının halihazırda etiğe dayalı bir uygulamayı benimsediği, 2000 yılında Kanada şirketlerinin % 86'sında etiğe dayalı bir uygulamanın benimsenmiş olduğu ortaya çıkmıştır (Tutan, 2006:18).

5. İŞ ETİĞİNİN İŞLETMELERDEKİ ÖNEMİ

İş hayatındaki etik kurallar iş hayatında başarılı bir yer edinmek için çok önemli hale gelmiştir. İş etiğinin gittikçe daha önemli hale gelmesinde, işletmelerin sosyal yapı içinde önemli konuma gelmeleriyle bir paralellik olduğu söylenebilir. Böyle bir gelişme sonucunda, işletmeleri geçmişe oranla ibadethaneler, aile, eğitim ve kamu kurumlarından daha ağırlıklı olarak çalışanlar ve yöneticilerin etik değerlerinin oluşumunda etkili duruma gelmiştir. İşletme yöneticileri de sosyal ve etik konularda etkileyici konuma yükselmiştir (Ciulla, 1997:67-86).

Çünkü bir işletmede yönetici; mamul güvenilirliği, fiyatlandırma, mal ve hizmetlerin kalitesi, tüketiciye hizmet, reklâm faaliyetleri, fırsatçılık, çevre kirliliği, ücretlendirme, çalışma şartları, özel hayatın dokunulmazlığı, haberleşme ve emeklilik gibi pek çok konuda toplum değerlerini göz önüne almaktadır (Dinçer ve Fidan, 2003:66).

İş etiğinin bu kadar önem kazanmasının arkasında “iş yaşamında” başarı faktörü rol oynamaktadır. Şirketler, gelecekte “etik” politikalara sahip olanların daha başarılı olacağına inandıkları için etik konusuna sarılmakta, “etik” yaklaşıma sahip olmadıklarını düşündükleri şirketlerden uzaklaşmaktadırlar. Bazı dev şirketler ise tedarikçilerinde benzer özellikleri aramakta, bu nedenle “etik” konusuna bir sosyal sorumluluk olarak değil, “kazandıran” unsur olarak da bakılmaktadır (Tekinay, 2003).

Etik olmanın iş hayatında firmalara kazandırdıkları ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Erdem ve Bilgin, 2007):

- Etik sistem şirkete güçlü bir kamu imajı ve sağlıklı bir halkla ilişkiler sağlamakta,
- Kurumun kamuoyu nezdindeki saygınlığını artırmakta ve pekiştirmekte,

- Müşteriler ve iş ortakları ile daha adil, dürüst, güvene dayalı, açık, sağlıklı ve uzun soluklu bir ilişki kurulmasını sağlamakta ve ilişkinin devamını getirmekte,
- Ekip çalışmasını ve verimliliği artırmakta, motivasyon ve performans artışı sağlamakta,
- Etik kod kapsamında belirlenen davranış kuralları, kararların alınmasında tereddütleri azaltmakta,
- Etik olmak şirket kültürüne uygun kararların hızlı bir şekilde alınmasına olanak sağlamakta,
- Etik program bir nevi sigorta vazifesi görmekte, politikaların yasal olduğunu denetleyerek, olabilecek ihlalleri önceden öngörülüp engellenmesi nedeniyle çeşitli yasaların ihlalini azaltmakta,
- Para cezalarının önüne geçilmesini sağlamakta,
- Etik gerek kurum içi, gerek tüm toplum açısından haksız rekabetin önlenmesinde önem kazanmaktadır.

5.1. TÜKETİCİ VE HALKLA İLİŞKİLERDE İŞ ETİĞİNİN ÖNEMİ

Toplumun çoğunluğu tarafından benimsenmiş olan etik kurallara işletmelerin uymaması, halk karşısında işletmelerin itibarını zedelemektedir. Etik kuralların işletmelere hakim kılınması ise işletmelerin halkla ilişkilerinde yarar sağlamaktadır. Dolayısı ile iş etiğinin sadece bir kavram olarak alınması değil bir değer olarak işletmeye hakim kılınması gerekmektedir. Aksi takdirde iş etiği tam aksi bir etki ortaya çıkarabilmektedir.

Ahlaki olarak kabul görmeyen işletme faaliyetleri politik baskılara, yasal kontrollere ve hatta tüketici boykotlarına maruz kalmakta ve böylece işletme imajı yara almaktadır (Ural, 2003:43).

Tüketici ve halkla ilişkilerde etik davranış öncelikle toplumsal çevre ile çatışmaya girmekten kaçınmayı sağlamaktadır (Tepe, 2000:99). Berry, Parasuraman, ve Zeithaml ABD’de hizmet kalitesine ilişkin on yıllık yoğun araştırmalara dayanarak çeşitli hizmet endüstrilerinde uygulanabilecek ve hizmetlerin iyileştirilmesi için gerekli olduğuna inandıkları unsurları şöyle sıralamaktadırlar (Öztürk, 2005:147):

- Dinlemek
- Güvenirlilik
- Temel hizmet
- Hizmet tasarımı
- Telafi etmek
- Müşterilere sürpriz yapmak
- Adil davranmak
- Ekip çalışması
- İş gören araştırması
- Hizmetkâr liderlik

Görüldüğü gibi çoğu maddeler iş etiği sayesinde oluşturulup geliştirilebilecek çalışmalardır.

5.2. İŞLETME İÇİ İLİŞKİLERDE ETİĞİN ÖNEMİ

Etik değerlerin işletmede olmaması veya tanımlanmış olup, uygulamada zaman zaman eksilikler veya hatalar olması çalışanları tereddütlere sevk edecektir. Çalışanlar karar alırken toplumu mu yoksa işletmeyi mi gözeteceklerdir? Bu sorunun net olmaması çalışanları ikilem içinde bırakacaktır. Yine işletme içerisinde çalışanlar arasındaki etkileşimin etik değerlere uygun olup olmaması çalışanların motivesini etkiler.

Çalışanlara ödenen ücret tek başına hiçbir zaman yeterli değildir. Bunun yanında çalışma koşulları, çalışanlar arası ilişkiler önemli yer tutmaktadır. Eğer verilen ücret yetersiz ise, zamanla insanlar giderek hoşnutsuzlaşacaktır. Sadece verilen ücreti artırmak (yeterli ücret düzeyinin üzerine çıkarmak) insanları işletme için daha çok çalışmaya yönlendirmeyecektir. Bireyleri teşvik için, onlara birey gibi davranıp ilgi gösterilmesi gerekmektedir (Şimşek, 1999:107).

Önce insan ilkesi içinde yönetilen bir işyerinde insan değerlidir, onurludur ve saygı gösterilir. Kendini değerli gören insan elinden geleni yaparak üretimi ve kaliteyi üst düzeyde tutar. İnsanın katkısını gören yönetim insana daha çok yatırım yapar; onun gelişimini, işyerinde anlamlı bir yaşamı olmasını ciddi olarak düşünür ve üzerinde

çalışır. Bunu gören eleman kendini üretime ve kaliteye daha çok verir (Cüceloğlu, 1999:248).

Firmalarda verimlilik artışının direkt çalışanların sorumluluğunda olduğu göz önüne alındığında iş ahlakının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Birey- firma ilişkisinde optimal verim almanın her iki tarafın iş ahlakı olgusuna bakışıyla yakından ilgili olduğu belirtilmektedir(Filiz, 2007).

Bir organizasyon kendi çalışanlarını düşünüp koruyorsa, çalışanlarda bu organizasyon için daha etkin çalışacaklardır. Çalışanlar işletmeye sadık kalarak, verimlilik ve kaliteyi arttırarak bu düşünülme ve koruma için ödenen finansal maliyetin üstünde bir yarar sağlayacaklardır (Ural, 2003:43).

Sürtüşmeyi engelleyen, mümkün olduğu yerde sınır moralini aşan işletmeye özgü davranışların, müşterileri satın almaya, ciddi yatırımcıları elverişli hisse senetlerini almaya, yakın çevreyi işletmeye memnuniyet ve gururla bakmaya teşvik edebileceği olgusu, çalışanların işletmeyle özdeşleşmesini güçlendirmektedir (Tepe, 2000:100).

Çalışanın ücretinin objektif ve adil esaslara bağlandığını bilmesi daha büyük bir güven içinde çalışmasına ve moralinin artmasına sebep olmaktadır. Bunun sonucu olarak da daha büyük moral içinde bulunan çalışanın işe bağlılığı, çalışma şevki ve verimi yükselmektedir. Bu durum ise çalışan işveren ilişkilerinin daha olumlu bir düzeye kavuşmasına yol açmaktadır (Bayraktaroğlu, 2003:194).

Özellikle aile şirketlerinin gücünü koruması, kurumların yaşayabilmesi, sermaye sahibi ile çalışan arasında benzer bir güvenin oluşması, "iş etiği"nin karşılıklı kabul görmesine bağlanmaktadır. İş etiğinin karşılıklı kabul görmediği bir işletmede sermaye sahibi, çalışan profesyonel kadrosunu gereksiz yere değiştirirse işletmede güvenin yok olmasına neden olabilmektedir. Sermaye sahibinin, çalışanı kolaylıkla değiştirdiğini gören çalışanlar, her fırsatta sermaye sahibine karşı yanlış tutum sergileyebilir ve iş değiştirebilir. Böyle bir durumda işletmede iş etiği tamamen yok olabilmekte ve işletmenin ayakta kalması güçleşmektedir (Uras, 2005).

5.3. İŞLETMELER ARASI İLİŞKİLERDE ETİĞİN ÖNEMİ

İşletmeler çoğu zaman aralarında makul, güvenilir ve dürüst bir ilişki oluşturma beklentisi içindedirler. Hile, aldatma ve hırsızlık normları baskın ise bu ilişkiyi

sürdürmek imkânsızlaşmaktadır (Ural, 2003:43). İşletmeler arası dürüst bir ilişki etik uygulamalarla sağlanabilmektedir. Dolayısı ile işletmeler arası ilişkilerde etiğin önem yadsınmamaktadır.

On yıl öncesinde Türkiye’de, iş etiği bir yenilik kabul edilmekte ve şirket yöneticileri tarafından göz ardı edilmekteydi. Arada bir yapılan eleştiriler dışında da kamuoyunun ilgisini çekmemekteydi.

İş etiğine duyulan bu ilgisizliğe karşın, değişimin yaşandığı iş dünyasında etik, başarı için sağlam bir temel oluşturmaktadır. Böylece etik değerlerin önemi sürekli artmaktadır (Ferguson, 1998:16).

Etik; yapılan işin kalitesi ile birlikte bireye özen göstererek, maliyetlerin rekabet gücünü zayıflatmamasına dikkat ederek ve kazancı arttırarak işin nasıl yürütülebileceğini tanımlayan en önemli değerlerden biridir (Ferguson, 1998:17). Etik oluşturma sürecinde şirketler aşağıda sıralanan dört kuralı uygulayabilmektedirler (Ferguson, 1998:17):

1. Uyum ile bağlılık arasında çok büyük bir fark olduğunu bilmek.
2. Bağlılığı sağlamak için yüz yüze iletişim ile insanların etik konusunu iyi anlamalarına yardımcı olmak.
3. Etiğin yalnızca ayın konusu değil, süre giden bir bağlılığın bir parçası olmasını sağlamak.
4. Etik konusunda liderliği tepede başlatmak.

Bireyler özel yaşamlarında, iş yaşamlarında ve ilişkilerinde etik değerlere uygun davranarak, etik konusunu işin temeli haline getirmeye çalışmalıdırlar. Ayrıca ulaşmaya çalışılan hedef ne olursa olsun, uzun vadede başarılı olmak için etik değerlerden ayrılmamalıdırlar.

İnsanlar doğru olanı yapmaya özen gösterdikleri halde nasıl oluyor da yanlış olanı yapabiliyorlar? Sorusunun cevabı ise, etik davranmanın genelde kısa vadede bir takım bedeller ödenmesini gerektirmesinde bulunabilir (Augustine, 1998:17).

İşletmelerin üzerinde durması gereken; kurallara uygun davranmanın bedelini ödeyerek, gerçekte daha uzun vadede daha iyi olmak için yatırım yapmaktır. Çünkü elde etmeye değer şeylere kolayca ulaşmak olanaksızdır (Augustine, 1998:17).

Bununla birlikte her zaman kendisine maddi kazanç sağlayanların yanında olduğunu açık açık belirtmekten kaçınmayan bir yöneticinin elemanları, etik olmayan davranış tarzlarına kayabilmektedir (Goldberg, 1998:20). Bunu önlemek için etkili bir raporlama sistemi oluşturarak, çalışanların etik değerlerden dışarı çıkmaması sağlanmalıdır.

İşletmelerde etik değerleri benimsetmek için; etik konusuna bakışı dile getiren bir şirket yasası hazırlayıp, bunun herkesçe bilinmesini, üst yöneticilerin şirketin etik standartlarını içtenlikle kabul etmeleri ve kişisel olarak standartlara uymaları sağlanmalıdır. Sonra da etik kuralları oluşturmalı, etik görevlilerini saptamalıdır. Yönetim tarafından açıkça desteklenen sürekli eğitim programları düzenlenmeli, performans değerlendirme sistemlerine etik kurallara uyulması konusunu da ekleyip ödüllendirmeyi buna göre yeni baştan düzenlemeli, bu kuralları ihlal edenler için ne gibi yaptırımlar uygulanacağını belirlemelidir (Goldberg, 1998:19).

Etik kurallar her ne kadar en tepede oluşturulup aşağı doğru iletiliyorsa da her düzeydeki yöneticinin bunların öneminin bilincinde olması, bunlara bağlı olduğunu açıkça ortaya koyması ve bu şekilde değerlerin şirket genelinde yayılması gerekmektedir. Değişik düzeylerdeki yöneticilerin bir araya gelip bu konuları tartışması, etik programların başarısı açısından önemli bir gerekliliktir (Goldberg, 1998:21).

Dünyada başarıya ulaşmış işadamlarının doğdukları yerleri unutmayarak, buralara yatırım yapmaları kişisel yardım bir insanlık gereğidir. Ama bu yardımların kurumsallaştırılması, işadamlarının sahip oldukları kurumların kuruluşların şirketlerin imkânlarıyla doğdukları şehirlerin sosyal ve ekonomik gücünü artırma çabalarının "gelişme projeleri"ne dönüştürülmesi, günümüzde iş etiğinin bir parçası haline gelmiştir (Uras, 2005).

Günümüzde iş dünyasında etik kurallar çok önemli bir hale gelmekte ve bu önem artarak devam etmektedir. Etik kuralların çok önemli hale gelmesinin sebebini, çoğu insanın etik kurallara riayet etmemek suretiyle diğerlerine göre daha fazla kâr elde ediyor olması oluşturmaktadır (Uğur,2009).

6. İŞ ETİĞİ VE KURUMSALLAŞMA

Kurumsallaşma, işletmelerin faaliyetlerini, kişilerin varlığına bağlı olmadan sürdürebilmesini sağlayan bir yönetim ve organizasyon yapısının varlığının olması, işletmelerin faaliyet gösterdikleri çevreleriyle olan uyum sürecini ve bu kuruluşlarda zamanla oluşan bir ilerlemeyi açıklamaktadır (Ural, 2004:27).

Kurumsallaşma, bir sistem oluşturmaktır ve bu sistemin yerleşik, tutarlı, koşullara göre değişebilecek, bilinen ilkelere göre işleyen bir sistem olması gerekmektedir. Bu bakımdan kurumsallaşma kavramı, en basit anlamıyla işletmenin hayati unsurlarının sistemleştirilerek işletmelerinin bütününe yayılması ve bireylere bağlı olmaksızın işletmelerin hayatını ve işlerliğini sürdürebilmesi, kendi varlığını koruma gücünü gösterebilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Genç, Güzel ve Pamukoğlu, 2006:575).

İş etiğinin kurumsallaşması, bir işletmenin toplumsal değerleri organizasyon yapısına uyarlaması anlamına gelmekte ve ne tür bir hareket kodunun uygulanması gerektiği ile ilgili ilkeler, değerler ve düşünceleri açıklamayı kapsamaktadır (Bıçakçı, 1996:389). Bu kapsamda iş etiğinin kurumsallaşması ekonominin işleyişini ve kamu yararını gözeten bir tarzda kanun ve düzenlemelerin yürütülmesini kolaylaştırmaya olanak tanımaktadır (Uğur, 2009).

İşletmede belirlenen kurallara uyum sağlamama durumunda yaptırımların olması, birey ve firmaya üzerinde anlaşılan kurallara bağlı olma zorunluluğu getirecektir. Bu nedenle iş ahlakına yönelik kuralların yazılı biçimde hazırlanması ve kurumsallaşması bireylerin tutum ve davranışlarını etkileyecektir (Uğur, 2009).

Kurumsal yönetim kavramı, devlet, hissedarlar, müşteriler, çalışanlar ve kreditorler nezdinde, işletmelerin mümkün olduğu ölçüde doğru bilgi vermesi ve şeffaf davranmasını amaçlamaktadır. Bazı görüşlere göre de eğer yönetim ilkeleri uygulanmış olsaydı belki de Asya ülkelerindeki ekonomik krizler ortaya çıkmayacaktı.

Genel kabul görmüş kurumsal yönetim ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Çoşkun, 2009):

- Kurumların çevreye ve topluma karşı sosyal sorumlulukları,

- Kurumların paydaşlara (hissedarlara) karşı sorumlulukları ve paydaş haklarının korunması,
- Kurumların çalışanlara karşı sorumlulukları ve haklarının korunması,
- Kurumların müşterilere karşı sorumlulukları ve müşteri odaklılık,
- Hissedarlara karşı adil olma ve eşitlik,
- Hissedarlara, müşterilere, topluma ve paydaşlara dönük olarak şeffaflık, bilgilendirme ve iletişim,
- Ölçülebilirlik,
- Paydaşlara karşı hesap vericilik ve kurumun denetlenebilmesi,
- Devamlılık, sürdürülebilirlik ve büyüme,
- Gelecek değeri yaratmak,
- Stratejik yönetim,
- Toplam kalite yönetimi,
- Sürekli değişim ve süreç yönetimi.

Kurumsal yönetim ilkeleri ile beraber sadece güven ve sadakat duygusu bir kurumun başarılı olmasına yetmemektedir.

Ahlaki değerler bir bütün olarak çok daha öne çıkmaktadır. Bir kurumda çalışan kurumuna karşı sadakat ve güven duyguları içerisinde olabilir. Ancak bu durum çalışanın işletmeye karşı etik olmayan davranışlar göstermesine engel olmayabilir. Dolayısıyla, çalışanların ahlaklı olmaları bir kurumun devamlılığında önemli bir gerekliliktir (Acar, 1998:22). Çalışanların ahlaklı olmaları yanında kurum yöneticilerinin de etik bir yönetim anlayışı sergilemeleri gerekmektedir.

Kurumsal yönetim için yönetim anlayışı ise aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Çoşkun, 2009);

- Yönetimin, şirket varlıklarından şahsi menfaat sağlamaması,
- Kısa vadeli başarı göstermek için aşırı risk almaması,

- Yönetimin atamaları işi en iyi yapacaklar yerine kendilerine en yakın olanlardan seçmelerinin engellenmesi,
- Şirket içi denetim ve kontrol mekanizmalarının sağlıklı çalışmasının sağlanması,
- Hukuka ve etik kurallara uyumun sağlanması
- Yöneticilerin yetkin ve etkili olmasının sağlanması ve başarılarının ödüllendirilmesinin sağlanması,
- Rüşvetten kaçınılması,
- Kurumsal gelişmede sürekliliğin sağlanması gibi unsurların dikkate alınması gerekmektedir.

Konunun taraflarının etik kurallarına uygun davranması yasal düzenlemeden önce, kişinin kendisinin bilinçli davranmasını gerektirmektedir. Yasalar yalnızca yapılan yanlışların yasaya aykırılığını önlemekte ancak sorunu tam olarak çözmemektedir.

Yönetim, kararını verirken hem işletmenin varlığının kabulü ve sürekliliği için hem de toplum değerlerinin canlı kalması için sosyal değerleri göz önüne almak zorundadır (Dinçer ve Fidan, 2003:66). Cicero'nun "Milletler parasızlıktan değil ahlaksızlıktan çökerler" ifadesini tersten okursak toplum olarak ahlaki değerlerimizi, bilimimiz ve bilgimize yakışır şekilde yaşatırsak toplum olarak gelişir ve gelişmiş medeniyetler düzeyine çıkabiliriz.

İşte bu nedenle, çalışanlarının farklı etkenlerle farklı etik kararlara varmalarını önlemek, etik karar ve uygulamaları bir standarda bağlamak ve bütünlük oluşturmak için her şirket kendi misyonu doğrultusunda kendi etik davranışlarını geliştirir, sektörel temelde yapılandırılan normlar ve değerler ortak bir zemin oluşturur, etik kararları kolaylaştırır ve etik ikilemlere düşülmesini önler (Dedeşayır, 2003).

Bir yöneticinin şirketinde iş etiği oluşturmak için atacağı ilk adım, kurumsal etik değerlerini belirleyerek bunları çalışanlarına yazılı olarak duyurmak olmalıdır. Ancak bazen etik değerlerin belirlenmesi tek başına yeterli olmamakta, uygulamada bunların izlenmesi de gerekmektedir. İş etiği oluşturmada ikinci adım ise etik değerlerin

uygulanmasından meydana gelmektedir. İş etiğinin uygulanacağı bu süreçte dikkat edilecek üç kural olduğu kabul edilmektedir (Silah, 2005:498):

1. Lider, etik kurallara olan bağlılığını ilan etmeli ve uygulaya konulan etik programı desteklemelidir,
2. Tepe yönetim kıdemli yöneticilerden bir 'etik komitesi' oluşturmalı ve etik kuralların uygulanması sorumluluğunu bu komiteye vermelidir,
3. Şirket büyüklüğüne göre bir 'etik yöneticisi' atanmalı ve etik yönünden çelişkili kararlarda danışmanlığa başvurmalıdır.

Kurum yönetimi, diğer şirketlerle olan ilişkilerinde gizliliğe büyük önem veren bir kurum olarak mı anılmak istiyor, dürüstlüğü ile mi tanınmak istiyor, şeffaflık konusunda öncülük mü etmek istiyor vb. konularda danışmanlık hizmeti alabilmektedir (Silah, 2005:498).

İş dünyası toplumların hayatında giderek daha belirleyici bir rol üstlenmektedir. Çünkü bireyler iş hayatının içindedir ve iş hayatından etkilenmektedir. Bireyler için de "iş", hayatı sürdürmenin yanı sıra, kendini gerçekleştirmenin temel alanıdır. Bütün bunlar göz önüne alındığında, "iş ve çalışma etiği"ni sağlam temellere oturtmak yaşamsal önem taşımaktadır. Bu süreçte en etkin yol, şirket misyonuyla uyumlu "durumlar"a odaklanmak, belirli durumlarda uygun tepkileri belirlemektir. İş dünyası da böyle bir yaklaşımı benimsemektedir. Etkin bir etik yönetimi çerçevesinde etik kodlar ve davranış kurallarının belirlenmesi ve hayata geçirilmesinin sağlanması, sonuç odaklı ve kullanılabilir çözümler sunmaktadır.

Etik konularda karar verirken sık sık birbiri ile çelişen gerçekler işin içine karıştığından, yönetim, herkesin etik standartları anlamasını sağlayacak mekanizmaları oluşturmalı ve yönetimin bunlara ne kadar bağlı olduğunu ortaya koymalıdır (Goldberg, 1998:21).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMDE İŞ ETİĞİ

7. TURİZM SEKTÖRÜ

Turizm, Türk Dil Sözlüğü'nde ilk anlamında; dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezidir. İkinci anlamında; bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu). Ayrıca turizm Latince "Tornus" kelimesinden gelmektedir. Anlamı "dönme hareketi" dir. İngilizce "tour"(tur) ve "touring" (turing) de bu kelimedenden türemiştir. "Tour" bazı yörelere yapılan ziyaretleri; iş veya eğlence amacıyla yapılan yer değiştirmeyi ifade eder.

Dünya Turizm Örgütü (WTO) ise turizmi şöyle tanımlamaktadır: "Turizm; sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşta bulunmamak şartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür."

Sonuç olarak milyonlarca insanın, gezme, görme, dinlenme, öğrenme ve eğlenme gibi sosyo-kültürel ve psikolojik gereksinimlerini karşılamak için yaşadıkları yerlerden geçici olarak ayrılıp farklı ülkelere gitmeleri turizm olarak kabul edilmektedir (Barutçugil, 1982; Kozak ve Diğerleri, 1997). "Turizm" deyimini, 19. yüzyılın sonlarına doğru kullanılmaya başlanmasına karşılık, 20. yüzyılın bir olgusu olarak gelişerek; günümüzde geniş kitleleri ilgilendiren sosyal ve ekonomik bir faaliyet haline gelmiştir.

Türkiye'de turizm sektörünün yapısal değişimi ve gelişiminin hızlanması ise 80'li yıllarda başlamış ve bu konuda son 20 yılda önemli başarılarla imza atılmıştır. 1980'li yıllardan itibaren alınan tedbirler, sağlanan teşvikler ve uygulanan politikalar ile çok sayıda turistik tesis inşa edilmiş, değişen tüketici taleplerine cevap verebilecek bir turizm sektörünün altyapısı oluşturulmaya çalışılmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2001:15).

Sektörde 1980 yılında, turizm işletmesi belgeli 56.044 yatak kapasiteli 511 konaklama tesisi varken bu sayı; 2007 yılında 532.262 yatak kapasitesine sahip 2.514 adet konaklama tesisi, 2008 yılında 325.168 yatak kapasiteli 1.824 konaklama tesisi, 2010 yılında 567.470 yatak kapasiteli 2.566 konaklama tesisi civarlarına çıkmıştır.

Türkiye yatak kapasitesinde Dünya sıralamasında 6. durumdadır. Bu sıralamada sektörde dünyanın lideri olan Fransa 4'üncü olarak yer almaktadır. Yatak kapasitesine göre Dünya sıralaması şöyledir:

1. İtalya
2. Almanya
3. İspanya
4. Fransa
5. İngiltere
6. Türkiye
7. Yunanistan
8. Avusturya

Dünya turizm pazarından %2,7, Avrupa turizm pazarından ise %5,1 pay alan Türkiye, dünyada, turist girişleri açısından 8'inci, turizm gelirleri açısından 9'uncu sırada yer almaktadır. 2008 yılında 26,3 milyon turist ve 21,9 milyar USD girdisi sağlayan sektör, 2009'da 27,2 milyon turist'ten 21,3 milyar USD gelir etmiştir. Türk turizmi ise 2009 yılını turist sayısında bir önceki seneye göre %3 artışla kapatmıştır.

Türkiye'nin dinamizmine bağlı olarak Türk turizminin 2010'da %10'lara kadar büyümesi, turist sayısında 28,5 milyon kişiyi geçmesi ve turizm gelirlerinde de 23 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir.

Sektörde 2010 yılında en az büyüme seyahat acentaları alanında olmuştur. 2000 yılında Türkiye'de sektörde 4.354 seyahat acentası faaliyet gösterirken bu rakam 2010 yılında 5.795 olmuştur. Sektörde en hızlı büyüme ise hava yolu şirketlerinde gerçekleşmiştir. 2000 yılında toplam 11.917 olan havayolu koltuk sayısı 2010 yılında 25.440'a çıkmıştır. Bu büyümeye özel havayolu şirketlerinin sayısının artması ve büyümeleri neden olmuştur (Arısoy, 2010).

Türkiye’de yıllar itibariyle yabancı turist sayısındaki büyüme oranları aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir:

- 2000 - 2001 % 12
- 2001 - 2002 % 18
- 2002 - 2003 % 4
- 2003 - 2004 % 26
- 2004 - 2005 % 20
- 2007 - 2008 % 12
- 2008 - 2009 % 2

2009 yılında dünyada %4,3 küçülen turizm sektörü, Türkiye’de %2,8 büyüme göstermiştir. Türkiye’ye en çok ziyaretçi gönderen ülkeler sıralamasında ise Almanya 4.488.350 kişi ile birinci, Rusya Federasyonu 2.694.733 kişi ile ikinci, İngiltere 2.426.749 kişi ile üçüncü sırada yer almıştır (Arısoy, 2010).

Türkiye’nin rakiplerinden İspanya, Yunanistan ve İtalya gerek turist sayısı, gerekse turizm gelirlerinde 2010 yılında % 10 dolayında bir kayıp yaşamıştır. Bu rakamlar göz önünde bulundurulduğunda, Türk turizminin 2010 yılında da başarılı bir yıl geçirdiği söylenebilmektedir.

Turizmin; döviz sağlayan, yeni istihdam alanları yaratan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan önemli toplumsal ve insancıl fonksiyonların gerçekleştirilmesini kolaylaştıran nitelik kazanması, ülkelerin dikkatinin turizm üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur.

Turizmin ülkelere önemli ölçüde gelir getirici ve döviz kazandırıcı özelliğinden dolayı da ekonomik yaklaşım yaygınlaşmıştır. Bu olumlu etkileri onun ekonomik yönünü ön plana çıkarmıştır. 20. yüzyılın sonlarında ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslar arası ekonomik sorunların çözümünde ve sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında turizm, dinamik ve ekonomik özelliği ile adeta çıkış noktasını oluşturmuştur (Maviş, 2002:61).

Özellikle gelişmekte olan ülkeler, karşılaştıkları ekonomik sorunların ve darboğazların aşılması için turizmin yarattığı dinamizmden azami ölçüde faydalanmaya çalışmıştır.

Turizm, sosyal ve kültürel boyutları olan bir olgu olsa da en fazla ekonomik yönüyle ele alınan toplumsal bir faaliyettir (Olalı ve Timur, 1988; Toskay, 1989). Bu durum turizm sektörünün üç temel özelliğinden kaynaklanmaktadır. Bunlar (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008:352);

1. Turizm sürekli büyüyen bir endüstridir.
2. Turizm pazarı tüketicilerin turistik ürünü tüketmek için üretim yerine gitmek zorunda oldukları bir pazardır.
3. Turizm birçok ülke açısından hem ekonominin hareketlenmesi hem de geleneksel ihracata bağımlılığın azaltılması anlamına gelmektedir.

Bu bağlam da turizm sektörü, yaygın biçimde gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini almıştır (Çımat ve Bahar, 2003:1-18).

Sonuç olarak turizmin ülke ekonomisine etkileri; ödemeler dengesine etkisi, gelir etkisi ve istihdam artışı etkisi olarak üçe ayrılabilir.

Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi: Uluslararası turizmin neden olduğu döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını artırıcı bir rol oynadığından, ülkelerin dış ödemeler dengesini etkilemektedir (Bulut, 2000).

Turizm, ekonomik kararlarla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, dışsattım ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan sosyo-ekonomik bir olaydır. Turizm ödemeler dengesi üzerinde etkisi olan ve görünmeyen dışsattım kalemidir. Bu alana yapılan yatırımlar oransal olarak yüksek düzeyde döviz getirisi sağlarlar. Turizm oluşturduğu uyarıcı etkiler nedeniyle istihdam ve gelir düzeyini yükseltir. Turizm bir ihracat sektörü gibi döviz sağlayarak dış dengenin oluşumuna katkıda bulunur (Dura, 1991:295).

Turizmin Gelir Etkisi: Ekonomide bir ekonomik birimin harcaması diğer bir ekonomik birimin gelirini oluşturmaktadır. Turizm sektöründe ise, turistlerin yaptıkları harcamalar sektörde çalışanların ücretlerini ve sektörle ilgili diğer gelirleri oluşturmaktadır.

Turizm sektörü bir çok faaliyet koluyla yakın ilişki içerisinde olduğundan, turizm gelirleri diğer bir çok mal ve hizmetlerin tüketimine ve ihracatına olanak sağlamaktadır. Turist bir ülkeye geldiğinde, o ülkede yaptığı her harcama sadece turizmle uğraşan kişilere değil, turistlerin harcama yaptıkları diğer sektörlerle de gelir sağlamaktadır. Dolayısıyla turizm harcamaları çarpan mekanizması ile kendisinden kat kat fazla gelir yaratılmasına neden olmaktadır.

Turizmin İstihdam Artışı Etkisi: Turizm sektörü, sadece turistik tüketim harcamalarının yapılması ve bu yolla gelir yaratılmasından oluşmamaktadır. Ayrıca turizm talebini karşılamak için işletmelerin yeni yatırımlar gerçekleştirmeleri ve dolayısıyla doğası gereği emek yoğun olan bu sektörün gelişimi, istihdamı artırarak ülke ekonomisine katkılar sağlamaktadır (Kar, Zorkirişçi, Yıldırım, 91).

Turizmdeki gelişmeler altyapıyı geliştirici ve yönlendirici bir etki göstermektedir (Tosun, Timothy ve Öztürk, 2003). Bu etkiler sayesinde de tüm sektörleri olumlu yönde hareketlendiren bir istihdam artışı meydana gelmektedir.

8. TURİZM İŞLETMELERİNDE İŞ ETİĞİ VE İŞ ETİĞİNİN ÖNEMİ

İş etiği, insan hayatında çalışanlar arasında, çalışanlarla yöneticiler arasında, işletme ile alışverişte bulunanlar ya da işletmeyle çevresel faktörler arasında olan ahlaki sorunları inceleyerek genel ilke ve kurallara ulaşmaya çalışan uygulamalı bir etikdir (Kozak, Güçlü, 2006:45).

İş etiği kavramı, önceleri işletmelerin “sosyal sorumluluğu” başlığı altında ele alınırken, 1980’lerde, özellikle ABD’deki çok sayıda büyük işletmede “etik ilkeleri”, “etik komiteleri” ve “etik programları” oluşturulmuş ve akademik alanda etik, yüksek lisans programlarında ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Görüldüğü gibi, etik kavramı, genel çerçevesinden çıkarak örgütler açısından ele alınmaya başlanmış ve iş etiği kavramı gündeme gelmiştir (Bolat ve Seymen, 2003: 69).

Turizm olayı ile ortaya çıkan gereksinimlerin karşılanması amacına yönelik olarak turistik mal ve hizmet üreten pazarlayan işletmeler yaygın olarak yerine getirdikleri fonksiyonlar açısından aşağıdaki şekilde sıralandırılabilir (Barutçugil, 1982:38):

Ulaştırma İşletmeleri: İnsanların bir yerden başka bir yere ulaşmalarını sağlamaya yönelik hizmet veren işletmelerdir.

Konaklama İşletmeleri: İnsanların sürekli ikamet ettikleri yerin dışında bir destinasyonda buldukları süre içerisinde konaklama ihtiyacına yönelik hizmet veren işletmelerdir. Otel, motel, pansiyon gibi.

Yiyecek-İçecek İşletmeleri: İnsanların beslenme ihtiyaçlarına yönelik hizmet veren işletmelerdir. Restoran ve bar gibi.

Seyahat İşletmeleri: Toptancı durumundaki tur operatörleri ile perakendeci durumunda olan seyahat acentaları oluşturmaktadır.

Rekreasyon İşletmeleri: Rekreasyon işletmelerinin sunduğu hizmetler daha çok dinlenmeye ve eğlenmeye yönelik olarak doğal, sportif, kültürel faaliyetleri içermektedir. Spor tesisleri ve animasyon işletmeleri gibi.

Diğer Turizm İşletmeleri: İnsanların turizm olayına katılmaları ile ortaya çıkan yeme-içme, konaklama, gibi seyahat gereksinimlerini doğrudan karşılayan işletmelerin yanında turizmle ilgili diğer faaliyetlere yönelik ihtiyaçları gideren başka işletmelerde bulunmaktadır. Hatıralık eşya üreten satan işletmeler gibi.

Turizm disiplinler arası bir konu olarak, birçok toplum ve doğa bilimi ile yakın bir ilişki içindedir. Turizmde, birçok konu ve sorun etik uygulamalar ile de ilgilidir. Turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel boyutları birçok karmaşık etkiye neden olabilmektedir (Aslan ve Kozak, 2006:51).

Turizm işletmelerinin etik yönü insanların tatmin hislerini, moral değerlerini karşılıklı ilişkilerin olumlu ve olumsuz sonuçlarını, iyi-kötü hakkındaki nispi düşüncelerini ve işletme faaliyetlerinin toplum ile çevre açısından doğuracağı uzun vadeli sonuçları kapsamaktadır (Uçkun, Latif, 2004:37).

Turizm işletmelerinin çıkar gruplarıyla güvene dayalı ilişkiler kurulabilmesi, onun toplum içindeki imajı ve hizmetin sağlayabileceği olumlu davranışlar ile işletme içi davranışların düzenlenmesi ve performansın artırılması açısından iş etiği oldukça önemlidir (Sucu, 2003: 290).

İş etiğine aykırı davranılması durumunda; çıkar grupları ile ilişkilerin bozulması, kaynakların düzenli, zamanlı, sürekli ve düşük bir maliyetle elde edilmesinin zorlaşması, üretilen hizmetleri alanların hızla alıcı olmaktan uzaklaşması, satışların düşmesi, kârın azalması, örgütsel bağlılık duygusunun azalması, işgücü devir hızının yükselmesi ve motivasyon eksikliğinin yaşanması sorunları ortaya çıkmaktadır (Sucu, 2003: 290, Özkalp ve Kirel, 2001: 614).

Turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel boyutları birçok karmaşık etkiye neden olabilmektedir. Tüm bu özel durumlar, turizmin etik olarak incelenmesini gerekli kılmaktadır (Fennell ve Przeclawski, 2003).

Turizm sektöründe hizmetlerin büyük oranda insan eliyle gerçekleştirilmesi ve standartlaştırmanın zor olması nedeniyle etik kurallar ve etik kodlar önem kazanmaktadır. Özellikle müşteriyle doğrudan temas halinde olan “sınır personeli”nin sürekli kontrolü her zaman mümkün olmamaktadır. Bu nedenle işletme içinde iş etiğinin tüm personel tarafından özümsemesi ve uygulanması hizmet kalitesini artıracaktır (Bektaş, 2008).

İş etiğini turizm işletmelerinde taşımakta olan unsur, işin yönetsel çerçevesi içerisinde yer alan insandır. Bir hizmet endüstrisi olan turizm işletmelerinde gerek yönetim gerekse iş gören kademelerinde insan unsurunun yoğun olması nedeniyle bu işletmelerde etik yön ağır basmaktadır (Uçkun U, Uçkun S. ve Latif, 2004:36).

Turizm sektöründe etiğin önem kazanmasının arkasındaki en önemli faktörler aşağıda özetlenmiştir (Bayraktar, 2004:75-76):

Toplam Kalite Yönetimi: Uluslararası standartlarda hizmet anlayışı, etik değerlere sahip bir işletmecilik anlayışını da zorunlu kılmaktadır. Toplam kalite yaklaşımıyla sadece ürün ve hizmetin değil bir bütün olarak yönetimin kalitesini ve verimliliğini artırmak amaçlanmaktadır. Bu yaklaşımla turizm işletmelerindeki tüm

bölümlerin verimli ve bilimsel olmalarını sağlamak, müşterilerin mevcut ve gelecekteki beklentilerini ve bunları tam istenen sürede, ekonomik ve istenen şekliyle karşılaştıran iş görenler ve işletme arasında şeffaflığı savunan bir yönetim anlayışıdır. Toplam kalite yaklaşımı, insana verdiği önemin doğal sonucu olarak etik değerlere sahip bir işletmecilik anlayışını benimsemiş bir yönetim politikası izlemek durumundadır. İşletmelerde hizmet standardının sağlanabilmesi için dürüstlük, şeffaflık, hoşgörü, saygı gibi etik değerlerin tüm çalışanlara benimsetilmesi gerekmektedir. İşletmelerde oluşturulan etik programlar yardımıyla, bireysel değerler ile örgütsel değerlerin yakınlaşması sağlanır. Bireyler arası karşılıklı güveni oluşturmaya çalışan etik değerler, toplam kalite yönetimine ve stratejik planların uygulanmasına yardımcı olurlar.

Ekonomik Faktörler: Küreselleşme olgusu ve ekonomik sınırların ortadan kalkması oldukça büyük değişikliklere neden olmuştur. İşletmeler pazar paylarını artırmak ve müşterileriyle uzun süreli ilişkiler kurabilmek için halkla ilişkilerin iyi niyetli iletişim çabalarından yararlanmak zorunda kalmışlardır. Yapılan araştırmalar-etik değerlere sahip işletme imajına sahip olan işletmelerin rakipleri karşısında avantajlı durumda olduğunu göstermektedir.

Çevre Bilinci ve Sosyal Sorumluluk Anlayışı: Yalnızca ticari kaygılarla faaliyet gösteren işletmeler artık kamuoyundan onay görmemektedir. Dış çevreye açık bir ekonomik ve sosyal sistem olan işletmelerin, toplumdaki değişimlere karşı duyarsız kalmaları mümkün değildir. Aldıkları kararların ekonomik etkileri kadar sosyal etkileri de söz konusudur. İşletmelerin sosyal sorumluluk bilinciyle faaliyet göstermeleri uzun vadeli çıkarları bakımından kendisine sorunsuz ve uzun bir yaşam sağlayacaktır. Sosyal sorumluluk, bir işletmenin yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesi, insanları memnun ve mutlu etmesine ilişkindir. Müşteri memnuniyetini hizmet anlayışlarının odağına almış olan turizm işletmelerinde çevre duyarlılığı oldukça önem kazanmıştır. Turizm endüstrisinin doğal kaynaklara bağımlı ve kirlenmiş ve bozulmuş çevreden tüm diğer sektörlerden daha fazla etkilenen bir sektör olması konunun önemini daha da artırmaktadır. Çevre bilincinin oluşması hem sosyal sorumluluk anlayışının bir sonucu hem de gelecek kuşaklara bırakılacak doğal değerler olması nedeniyle turizm eriğinin ana konusudur. Var olan kaynakların korunması ve dikkatli kullanılması hem kendi toplumumuza hem de tüm dünyaya karşı sorumluluğumuzdur.

9. TURİZM İŞLETMELERİNDE İŞ ETİĞİNE AYKIRI DAVRANIŞLARIN SEBEP OLDUĞU KAYIPLAR

İş etiği; turizm işletmesinin çıkar gruplarıyla güvene dayalı ilişkiler kurulabilmesi, onun toplum içindeki imajı ve hizmetin sağlayabileceği olumlu davranışlar ile işletme içi davranışların düzenlenmesi ve performansın artırılması açısından oldukça önemlidir (Bektaş, 2008:5). Bu çerçevede etik dışı davranışlar çok ağır bedellere sebep olmaktadır. Bu kayıplar şu şekilde sıralandırılmaktadır (Tierney, 1997).

Güvenin Kaybedilmesi: Güvenin yitilmesi iletişimin zarar görmesi kendine saygının kaybolması bağlılık duygusunun kaybolması bağlılık duygusunun kaybolması sadakatin yitilmesi ve benzeri olumsuz sonuçların ortaya çıkması anlamına gelmektedir.

Grup çalışmalarının etkinliğinin kaybedilmesi: Güven olmadığında hedefler görevler ya da projeler zarar görebilmektedir. Çünkü kişiler güvensiz ortamlarda risk almaz yaratıcı çözümlere yönelik gayret göstermez ve kendilerini geri çeker.

İletişimin Zarar Görmesi: Güven eksikliğinin yol açtığı kayıplardan birisi de iletişimde yaşana kopukluklardır. Japonlar başarılarını iletişim ve güven unsurlarındaki mükemmeliyetlerinde bağlamaktadırlar.

Bağlılık Duygusunun Yok Olması: İşletmelerde bağlılık duygusunun kaybolması iş görenler arasındaki yardımlaşmanın ve işletmeye yönelik fedakârlıkların ortadan kalkmasına neden olacaktır.

İmajın Zarar Görmesi: Etiğe aykırı davranışlarda bulunarak çeşitli şekillerde müşteriyi kandıran işletmeler kazanılması çok büyük emekler gerektiren ve uzun zaman alan imajlarını zedeleyeceklerdir.

10. TURİZMDE İŞ ETİĞİ İLKELERİ

Turizm işletmelerinde de etik konusu diğer sektörlerde olduğu gibi her geçen gün önem kazanmaktadır. Turizm hizmetlerinin büyük oranda insan eliyle gerçekleştirilmesi ve standartlaştırmanın zor olması nedeniyle etik kurallar ve etik kodlar önem kazanmaktadır (Bektaş, 2008:4).

Etik kodlar, yapılacak işlerde belirlenen standartlarda, kabul edilebilir davranışların özelliklerini ortaya koymaktadır. Standartlar ve kodlar kabul edilebilir davranışları sistematik tanımlama gayretleri olarak da ifade edilebilir. Etik kodlar yöneticilere iyi işleri yapmak ve kötü işlerden sakınma bakımından yol göstermektedir (Öztürk, 2001:9).

Turizm işletmeleri etik değerleri bir yönetim disiplini olarak algılamaktadırlar. Farklı bireysel özellikteki iş görenlerin davranışlarını düzenleyebilmeleri ve kişisel değerlerini profesyonel değerlerinden ayırabilmeleri için her şeyden önce iş gördükleri kurumun etik değerlere sahip olması ve bu değerleri kurumun imajına yansıtması gerekmektedir. Turizm işletmeleri kurum içerisinde yaşanmakta olan etik sorunları çözmek amacıyla birçok çalışma yapmaktadırlar. Örneğin: Amerika Birleşik Devletlerinde International Institute for Quality and Service in Ethics and Tourism ve Marion Endowment for Hospitality Ethic Center otel işletmelerinde etik konusunda çalışmaktadırlar.

Amerika Birleşik Devletleri'nde ki otellerin yaklaşık %50'sinin etik kuralları gösteren listeleri vardır. Ancak bu oran diğer büyük ve orta ölçekli Amerikan şirketleri ile karşılaştırıldığında (onlarda bu oran %80-%90 arasındadır) düşük kalmaktadır. Ülkemizde de bu yönde çeşitli kuruluşlar ve akademik çevre tarafından çalışmalar yapılarak konuyu gündemde tutmaları ve evrensel niteliklere sahip etik kodlar oluşturarak otel işletmelerindeki ortaya çıkan farklı özellikteki etik sorunların çözümünde yardımcı olmaları bir gerekliliktir (Bayraktar, 2004:68-69). Ekler bölümünde otel işletmeleri ve turizm endüstrisi için hazırlanmış ve otel işletmelerinde etik alanlarının neredeyse tamamını kapsayan bir etik kurallar listesi örnek olarak verilmiştir (Ek: 2).

11. KÜRESEL TURİZM ETİĞİ İLKELERİ

Temel etik ilkelerin yanı sıra global anlamda belirlenmiş turizm endüstrisine yönelik düzen sağlayıcı bir takım ilkeler bulunmaktadır (Uçkun ve Latif, 2004:36).

Dünya Turizm Örgütü; dünya genelinde örgütlenmiş olan en büyük turizm örgütüdür ve belirlemiş olduğu etik kodlar tüm üye ülkeler için bağlayıcıdır. Turizm

hareketlerinin gelecek 20 yıl içerisinde üç katına çıkacağı tahmin edilmektedir. Buna bağlı olarak turizm hedeflenmiş olan halkın en üst seviyede fayda sağlaması, diğer taraftan da turizmin kültürel miraslarda, yerel halkın günlük yaşamında ve doğal çevrede meydana gelen olumsuz etkilerin azaltılmasına yardımcı olmak için küresel ölçekte etik standartlara ihtiyaç duyulmuştur ve bu yönde bir çalışma yapılmıştır. Bu etik kodlar evrensel niteliktedir ve turizm olgusundan maksimum faydanın sağlanmasına yöneliktir (Bayraktar, 2004:65).

Dünya Turizm Örgütü, 13. Genel Kurulu'nu gerçekleştirdiği Santiago-Şili'de, turizmin Toplum ve çevreye olumsuz etkilerini azaltmak, dünya turizminin sorumlu ve sürdürülebilir gelişimini bir dizi ilkeye bağlamak amacıyla, 1 Ekim 1999 tarihinde, üzerinde iki yıldır çalıştığı aşağıdaki Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi'ni kabul etmiştir (Ek: 3).

Bu ilkeler; turizmin toplumlararası karşılıklı anlayışa katkısı, turizmin bireysel ve kolektif yönleri, sürdürülebilir gelişmenin unsuru olarak turizm, kültürel mirası kullanan ve zenginleştiren unsur olarak turizm, ülke ve toplumların refahını artıran bir faaliyet olarak turizm, turizmin geliştirilmesinde tarafların yükümlülükleri, turizme katılma hakkı, turizm hareketinde özgürlük, turizm sektöründe çalışanların ve girişimcilerin hakları şeklinde on madde altında sıralanmaktadır³.

Birinci maddede, turizmin insanlar ve toplumlar arasındaki karşılıklı anlayışa olan katkısı; ikinci maddede turizmin bireysel ve kolektif bir tatmin aracı olmasının önemi; üçüncü maddede, turizmde sürdürülebilirliğin önemi; dördüncü maddede, turizmin kültürel mirası koruması gerektiği; beşinci maddede, turizmin yerel toplumlara ekonomik, sosyo-kültürel faydalar sağlaması gerektiği; altıncı maddede, yatırımcıların/işletmelerin turizm gelişmesi ile ilgili yükümlülükleri; yedinci maddede, herkesin turizm etkinliklerine katılma hakkı; sekizinci maddede, turistlik hareket özgürlüğü; dokuzuncu maddede, turizm çalışanları ve girişimcilerin hakları üzerinde durulmuştur. Onuncu maddede ise, bu belirtilen dokuz maddenin uygulanması gerektiği belirtilmiştir. Küresel turizm etik ilkelerinin, onuncu maddesi, belirtilen dokuz maddenin uygulanması ile ilgilidir. Bu maddelerden, yedinci ve sekizinci maddeler daha çok turist - devlet ilişkileri ile ilgilidir. Geriye kalan yedi madde ise, ana hatlarıyla

³ www.world-tourism.org

turizm endüstrisinin/işletmelerinin dört unsur ile olan ilişkisini şekillendirmeye çalışmaktadır (Arşan ve Kozak, 2006:49-61).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÇALIŞMA HAYATINDA İŞ ETİĞİ VE TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

1. ÇALIŞMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı; Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde görevli personelin, turizm sektöründeki iş etiği uygulamaları hakkındaki görüşlerini belirlemek ve bu görüşlerin demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemektir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Günümüzde gerek üretim işletmelerinde, gerekse hizmet işletmelerinde etik olmayan uygulamalara rastlamak mümkündür. Ancak, turizm işletmeleri gibi emek yoğun özelliğe sahip hizmet işletmelerinde, çalışanlar açısından etik olmayan uygulamalara sıkça rastlama olasılığının daha fazla olduğunu söylemek mümkündür (Varinli, 2004:44). Özellikle baskıcı satış veya fiyat farklılaştırma, yanıltıcı reklâm, çalışanlara veya çevreye karşı duyarsız davranma vb. gibi uygulamalar etik açıdan karşılaşılan sorunların sadece bir kaçını oluşturmaktadır.

Etik konusu hizmet işletmeleri açısından değerlendirildiğinde, bu işletmeler hem hizmetlerde hem de bu hizmetlerin sunumunda insan unsurunun ön planda olduğu bir yapı arz etmektedir. Dolayısıyla etik olmayan bazı uygulamaların diğer üretim işletmelerine oranla bu işletmelerde daha fazla olduğu genel kabul gören bir görüştür.

Turizm işletmelerinin, sundukları mal ve hizmetin gereği olarak emek yoğun özellik arz etmesi nedeniyle bu tür işletmelerde çalışan sayısı, üretim işletmelerine oranla daha fazladır. Çalışan sayısının çokluğu ise doğal olarak bireysel ilişkilerin karmaşıklığına neden olabilmektedir. Bu karmaşıklıklar ise davranışların etik açıdan uygunluğunun önemini artırmaktadır.

Yapılan literatür taraması sonucunda, turizm sektöründe iş etiği ile ilgili olarak yapılan çalışmaların sayısının çok sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmanın bu yönüyle literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Ayrıca; yapılan araştırma ile ülkemizdeki turizm işletmeleri yöneticilerinin ve çalışanlarının işlerini yerine getirirken etik davranış ölçütlerine ne ölçüde uyduklarının ortaya konması açısından önemli ölçüde veri kaynağı sağlayacaktır. Konuyla ilgili olarak değişik evrenler üzerinde ve daha ayrıntılı şekilde yapılacak çalışmalara da kaynaklık etmesi bakımından araştırma önem taşımaktadır.

3. EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırmada sektörün büyüklüğü, zaman ve ekonomik faktörler gözönüne alınarak araştırma hedeflerine ulaşmak amacıyla turizm sektörü olarak otel işletmeleri baz alınmıştır.

Araştırmanın evrenini Antalya merkezinde faaliyet gösteren 31 adet beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan tüm personel oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise kolayda örnekleme metodu ile seçilmiş beş yıldızlı on otel işletmesinin 105 çalışanı oluşturmuştur.

4. ÇALIŞMANIN MODELİ

Araştırma tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları, herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilemez. Bilmek istenen şey vardır ve oradadır. Önemli olan, onu uygun bir biçimde “gözleyip” belirleyebilmektir (Karasar, 2007:77).

5. VERİLER VE TOPLANMASI

Çalışma hayatında iş etiği ve turizm sektöründe bir uygulama başlıklı bu araştırmada, anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu oluşturulurken önemli ölçüde, (Olcay, 2002) tarafından geliştirilen turizm personeline yönelik olarak uygulanan ve (Pehlivan, 1998) tarafından eğitim yöneticilerine yönelik geliştirilen anketten

yararlanılmıştır. Ölçekte, araştırma hedefleri dikkate alınarak bazı ifadeler değiştirilmiş ve birkaç yeni ifade ilave edilmiştir.

Bu çalışmada veriler, 8 demografik soru ve toplam 22 sorudan oluşan “Turizmde iş etiği anketi” yardımıyla toplanmıştır. 1-8 arası sorular demografik, 8-30 arası sorular çalışanların iş etiği hakkındaki fikirleri, davranışları, tutumları ile ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Ankette yer alan 9-30 arası sorulara verilecek yanıtlar; beşli likert yöntemine göre kesinlikle katılmıyorum seçeneğinden kesinlikle katılıyorum seçeneğine kadar sıralanmıştır.

İki yüz anket doldurulmak üzere, personelin mesaisi dikkate alınarak bir hafta süre ile belirlenen 10 otel işletmesine bırakılmış ve süre sonunda toplanmıştır. Toplanan anketlerden 50 tanesinin doldurulmadığı, 27 tanesinde çift işaretlemeler yapılarak doldurulduğu, 18 tanesinin ise eksik doldurulduğu göz önüne alınarak, çalışmadan bu 95 anket çıkarılmıştır. Kalan 105 anket çalışmanın verilerini oluşturmuştur.

Yapılan analizlerde cevaplayıcılardan elde edilen bu 105 anket verileri kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesinde Alfa Katsayısından (Cronbach’s Alfa) yararlanılmıştır.

Tablo 1. Güvenilirlik Değeri

Cronbach’sAlfa	N
0,700	22

Ölçeğin güvenilirliği %70 olarak bulunmuştur. Ölçek güvenilirdir.

Tablo 2. Ölçeği Oluşturan Maddelerin Güvenilirliğe Etkileri

	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Bütün Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alfa
s9	69,8478	87,581	,153	,699
s10	69,1087	88,296	,102	,704
s11	69,1848	82,680	,339	,682
s12	69,4022	87,430	,157	,699
s13	69,4891	85,176	,284	,688
s14	69,2174	87,776	,160	,698
s15	69,3587	89,068	,050	,711
s16	68,7717	86,046	,180	,698
s17	68,0217	84,813	,315	,685
s18	68,2174	86,018	,201	,695
s19	67,9457	84,118	,374	,681
s20	68,2826	85,282	,241	,691
s21	67,8261	85,552	,338	,685
s22	67,9239	84,093	,357	,682
s23	67,8804	82,876	,441	,676
s24	68,4022	83,606	,286	,687
s25	67,5978	85,210	,349	,684
s26	68,0326	82,296	,358	,680
s27	68,8804	80,766	,364	,679
s28	69,5543	85,678	,194	,696
s29	69,6304	84,983	,280	,688
s30	69,1957	83,654	,289	,687

Ölçeği oluşturan maddelerin güvenilirliğe etkileri tablosunda Cronbach Alfa değerleri incelendiğinde 10 ve 15'inci maddelerin ölçeğin iç tutarlılığını olumsuz etkilediği ve ölçekten çıkartılmaları halinde güvenilirliğin artacağı belirlenmiştir. Bu çerçevede söz konusu maddeler ölçekten çıkartılarak analiz tekrarlanmıştır.

Tablo 3. Güvenilirlik Değeri

Cronbach'sAlfa	N
0,748	20

Tekrarlanan analiz sonrasında ölçeğin iç tutarlılığının $\alpha = 0,700$ 'den, $\alpha = 0,748$ 'e yükseldiği belirlenmiştir.

Anketin güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra kuramsal olarak belirlenen faktör yapısının geçerliliğini test etmek amacıyla Faktör Analizi yapılmıştır. Bu çerçevede 20 değişkenin başlangıç faktörlerinin saptanması Varimax metodu kullanılarak yapılan yönlendirme sonucunda tablo'daki şekil elde edilmiştir.

Tablo 4. Faktör Analizinden Elde Edilen Faktör Yapısı

	Faktör					
	İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesi ile İlgili Görüşler	İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler
S12	0,864					
S13	0,774					
S09	0,704					
S11	0,634					
S14	0,526					
S29		0,825				
S30		0,824				
S28		0,806				
S21			0,865			
S20			0,705			
S16			0,608			
S25			0,575			
S18				0,806		
S17				0,786		
S24					0,803	
S19					0,664	
S22					0,525	
S26						0,598
S27						0,564
S23						0,499

Turizm sektöründe iş etiği ölçeğinin Faktörleri (Alt boyutları);

Faktör 1: İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler

9. İşyerimizde Oluşan Olumsuz Davranışlara Hemen Çözüm Getirilir. (Yolsuzluk, Rüşvet, Dedikodu, Sadakatsizlik)
11. Kurumumuzda Haklı ve Adaletli Bir Terfi Sistemi Uygulanmaktadır.
12. Çalışanlar İş Yerinde Birbirlerine Karşı Dürüst ve Saygılıdır.
13. İşyerinde Güvenli ve Sağlıklı Bir İş Ortamı Vardır.
14. Dürüstlüğü Ödüllendiren Mekanizmalar Sık Sık Kullanılır.

Faktör 2: İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler

28. Çalışanların Olumlu Davranışları Üst Yöneticiler Tarafından Desteklenmektedir.
29. Haksızlıkların Düzeltilmesi İçin Çaba Gösterilir.
30. Kurallar Herkese Eşit Uygulanır.

Faktör 3: İşletmelerin İç ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler

16. İnsan Önce Kendini Düşünmeli Sonra Başkasını Düşünmelidir.
20. İşletme Yöneticileri Amaca Yönelik Olmalıdır, Amaca Ulaşmak İçin Her Yol Mubahtır.
21. İşletmenin Çıkarları Çevrenin ve Doğal Kaynakların Korunmasından Önce Gelir.
25. Turizm Sektöründe Reklâm ve Tanıtma Faaliyetlerinde Aldatma Yoluna Gidilmesinde Bir Sakınca Yoktur.

Faktör 4: İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler

18. Müşterilere Verdiği Bahşiş Oranında İlgi Göstermek Doğru Bir Davranıştır.
17. Oteldeki Döviz İşlemleri Personelin Para Kazanması Açısından İyi Bir Fırsattır.

Faktör 5: İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler

19. Çalışanların Zaman Zaman Yasal Olmayan Yollara Başvurmaları, İçinde Bulunan Ağır Ekonomik Durumlarda, Normal Sayılabilir.

22. İşçilik Maliyetlerinin Aşağı Çekilebilmesi Adına, İhtiyaçtan Daha Az Sayıda Personel Çalıştırmak Doğru Bir Yaklaşımdır.

24. Günümüz Ağır Ekonomik Koşullarında Rakip İşletmelere Yönelik Haksız Rekabet Faaliyetleri Kaçınılmaz Bir Durumdur.

Faktör 6: İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler

23. Tüketici Haklarının İhlali Kalkınmakta Olan Ekonomilerde Doğal Karşılanabilir.

26. Asıl Amacı Otelin Güvenliğinin Sağlanmasında Kullanılan Güvenlik Kameraları İle Zaman Zaman Müşterilerin İzlenilmesinde Bir Sakınca Yoktur.

27. İşletme Kamu Çıkarlarını Kendi Çıkarlarının Üstünde Tutmalıdır.

Tablo 5. Toplam Varyans Açıklaması

Bileşen	Başlangıç Değerleri			Yüklemeler Toplamı		
	Toplam	% Varyans	Toplam %	Toplam	% Varyans	Toplam %
1	4,601	23,004	23,004	2,801	14,007	14,007
2	3,683	18,413	41,417	2,776	13,878	27,884
3	1,636	8,180	49,597	2,469	12,345	40,230
4	1,323	6,614	56,211	1,977	9,884	50,114
5	1,175	5,873	62,084	1,711	8,557	58,671
6	1,013	5,066	67,151	1,696	8,480	67,151
7	,948	4,740	71,891			
8	,874	4,371	76,261			
9	,764	3,820	80,082			

6 faktör varyansın % 67,151'ini açıklamaktadır.

Tablo 6. Alt Boyutların Güvenilirlik Düzeyleri

	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	0,788	5
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	0,847	3
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	0,701	4
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	0,644	2
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	0,659	3
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	0,550	3

Ölçeğin Alt boyutlarının güvenilirlik düzeyleri %55 ile %85 arasında değişmektedir. Ayrıca işletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşler alt boyutu en yüksek güvenilirliğe sahip boyutu oluştururken işletmelerde etik sınırların aşılması ile ilgili görüşler alt boyutu en düşük güvenilirliğe sahip alt boyutu oluşturmaktadır. Sonuç olarak ise alt boyutlar orta derecede güvenilirirdir.

6. VERİLERİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ VE YORUMLANMASI

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 15.0 programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotların (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) yanı sıra niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki grup durumunda, gruplar arası karşılaştırmalarında Bağımsız örnekler (Independent samples) t testi, ikiden fazla grup durumunda parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Tek yönlü (One way) Anova testi ve farklılığa neden olan grubun tespitinde LSD testi kullanılmıştır. Ölçekler arası ilişkileri saptamak için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Ölçek için faktör analizi uygulanarak yapı geçerliliği ortaya çıkarılmış, genel güvenilirlik ve alt boyutların güvenilirliği için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Sonuçlar % 95 güven aralığında, anlamlılık $p < 0,05$ düzeyinde çift yönlü olarak değerlendirilmiştir.

7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

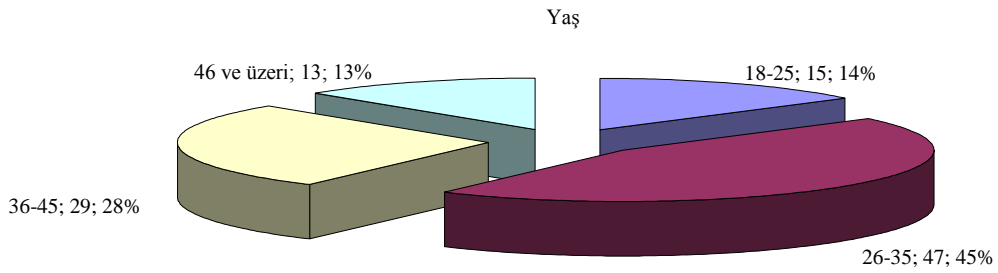
7.1. ÖRNEKLEM GRUBUNUN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Bu bölümde örneklem grubunun cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve diğer demografik özelliklerine ilişkin bulgular özetlenmiştir.

Tablo 7. Örneklem Grubunun Yaşa Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	18-25	15	14,3	14,4	14,4
	26-35	47	44,8	45,2	59,6
	36-45	29	27,6	27,9	87,5
	46 ve üzeri	13	12,4	12,5	100,0
	Toplam	104	99,0	100,0	
Cevapsız		1	1,0		
Toplam		105	100,0		

Örneklem Grubunun Yaşa Göre Dağılımı şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılanların 15’i (%14,4) 18-25 yaş; 47’si (%45,2) 26-35 yaş; 29’u (%27,9) 36-45 yaş; 13’ü (%12,5) 46 ve üzeri yaş grubundadır. Yaşa göre dağılım aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

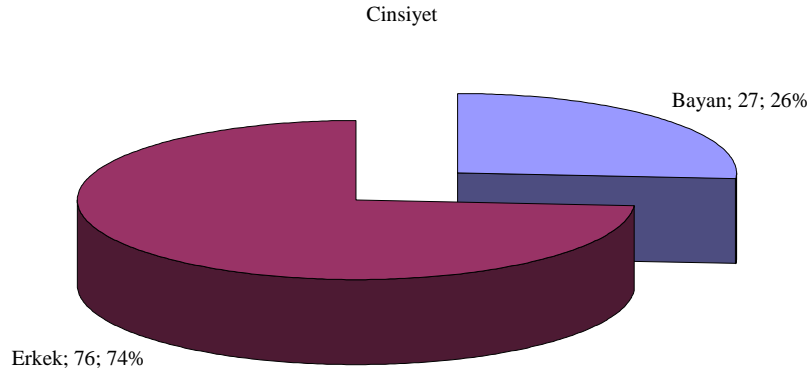


Şekil 1. Örneklem Grubunun Yaşa Göre Dağılımı

Tablo 8. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Bayan	27	25,7	26,2	26,2
	Erkek	76	72,4	73,8	100,0
	Toplam	103	98,1	100,0	
Cevapsız		2	1,9		
Toplam		105	100,0		

Araştırmaya katılanların 27'si (%26,2) bayan; 76'sı (%73,8) erkektir. Cinsiyete göre dağılım aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

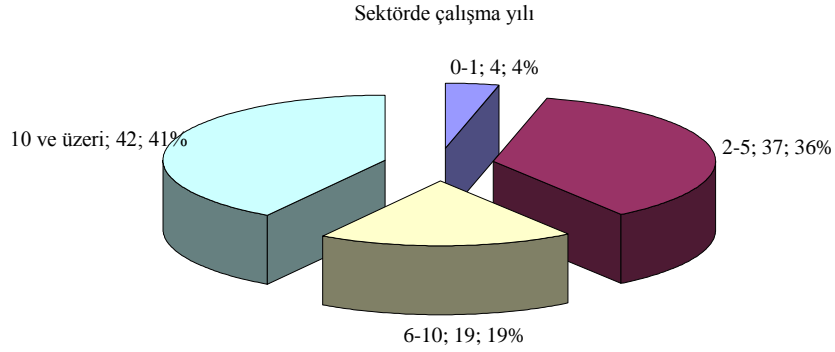


Şekil 2. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı

Tablo 9. Örneklem Grubunun Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	0-1	4	3,8	3,9	3,9
	2-5	37	35,2	36,3	40,2
	6-10	19	18,1	18,6	58,8
	10 ve üzeri	42	40,0	41,2	100,0
	Toplam	102	97,1	100,0	
Cevapsız		3	2,9		
Toplam		105	100,0		

Araştırmaya katılanların 4'ü (%3,9) 0-1 yıldır; 37'si (%36,3) 2-5 yıldır; 19'u (%18,6) 6-10 yıldır; 42'si (%41,2) 10 ve üzeri yıldır sektörde çalışmaktadır. Çalışma yılına göre dağılım aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

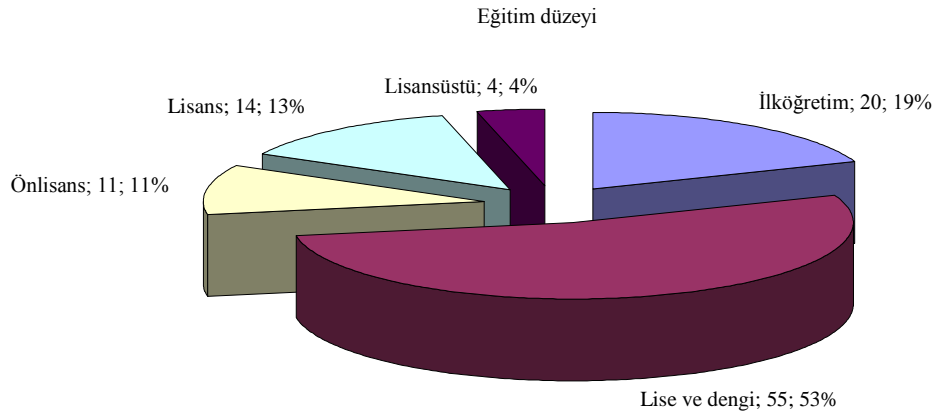


Şekil 3. Örneklem Grubunun Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımı

Tablo 10. Örneklem Grubunun Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	İlköğretim	20	19,0	19,2	19,2
	Lise ve dengi	55	52,4	52,9	72,1
	Önlisans	11	10,5	10,6	82,7
	Lisans	14	13,3	13,5	96,2
	Lisansüstü	4	3,8	3,8	100,0
	Toplam	104	99,0	100,0	
Cevapsız		1	1,0		
Toplam		105	100,0		

Araştırmaya katılanların 20'si (%19,2) ilköğretim; 55'i (%52,9) lise ve dengi; 11'i (%10,6) önlisans; 14'ü (%13,5) lisans; 4'ü (%3,8) lisansüstü eğitim düzeyindedir. Eğitim düzeyine göre dağılım aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

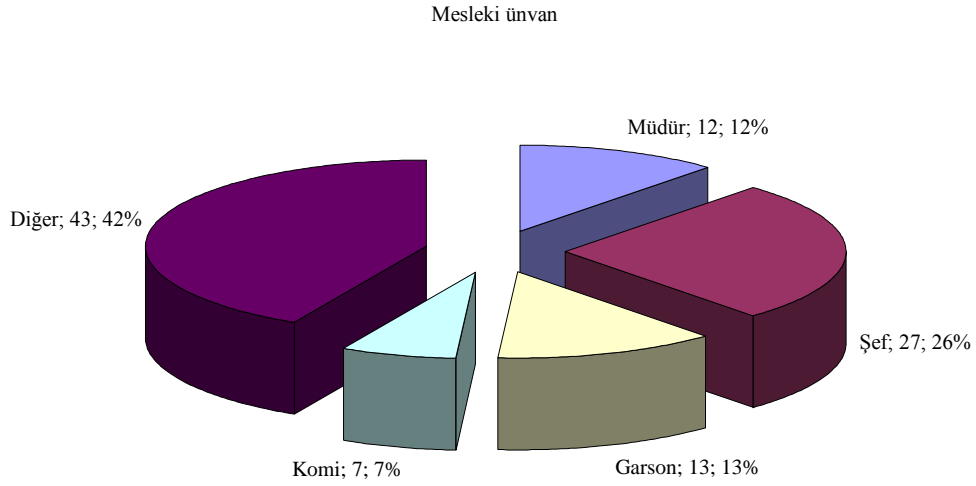


Şekil 4. Örneklem Grubunun Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı

Tablo 11. Örneklem Grubunun Mesleki Ünvanına Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Müdür	12	11,4	11,8	11,8
	Şef	27	25,7	26,5	38,2
	Garson	13	12,4	12,7	51,0
	Komi	7	6,7	6,9	57,8
	Diğer	43	41,0	42,2	100,0
	Toplam	102	97,1	100,0	
Cevapsız		3	2,9		
Toplam		105	100,0		

Araştırmaya katılanların 12'si (%11,8) müdür; 27'si (%26,5) şef; 13'ü (%12,7) garson; 7'si (%6,9) komi; 43'ü (%42,2) diğer ünvanlara sahiptir. Mesleki ünvanlara göre dağılım aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

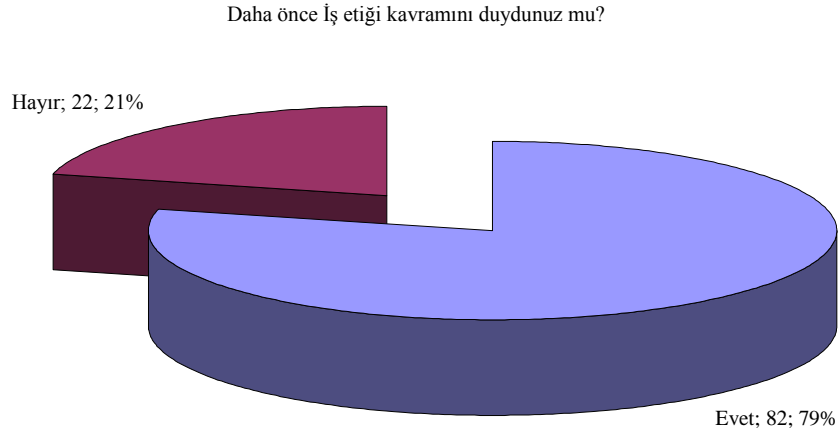


Şekil 5. Örneklem Grubunun Mesleki Ünvanına Göre Dağılımı

Tablo 12. Örneklem Grubunun İş Etiği Kavramını Bilmesine Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Evet	82	78,1	78,8	78,8
	Hayır	22	21,0	21,2	100,0
	Toplam	104	99,0	100,0	
Cevapsız		1	1,0		
Toplam		105	100,0		

Araştırmaya katılanların 82'si (%78,8) iş etiği kavramını duyduğunu; 22'si (%21,2) iş etiği kavramını duymadığını söylemiştir. Araştırmaya katılanların iş etiği kavramını bilmesine göre dağılımı aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

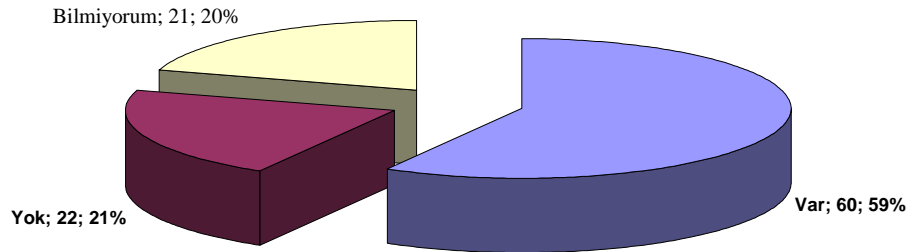


Şekil 6. Örneklem Grubunun İş Etiği Kavramını Bilmesine Göre Dağılımı

Tablo 13. Örneklem Grubunun İşletmesinde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Varlığına Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Var	60	57,1	58,3	58,3
	Yok	22	21,0	21,4	79,6
	Bilmiyorum	21	20,0	20,4	100,0
	Toplam	103	98,1	100,0	
Cevapsız		2	1,9		
Toplam		105	100,0		

İşletmenizde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliği var mı?



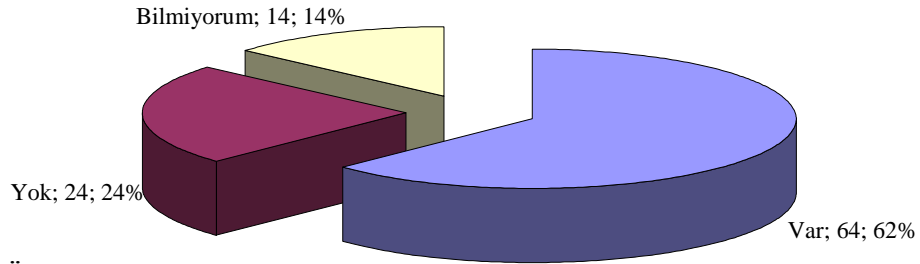
Şekil 7. Örneklem Grubunun İşletmesinde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Varlığına Göre Dağılımı

Araştırmaya katılanların 60'ının (%58,3) işletmesinde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliği olmasına rağmen, 22'sinin (%21,4) ise işletmesinde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliği yoktur. Ayrıca araştırmaya katılanların 21'inin (%20,4) işletmesinde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliğinin olup olmadığını bilmemektedir. Bulgular şekil 7'de gösterilmiştir.

Tablo 14. Örneklem Grubunun Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebilecekleri Ayrı Birim veya Kişi Varlığına Göre Dağılımı

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Var	64	61,0	62,7	62,7
	Yok	24	22,9	23,5	86,3
	Bilmiyorum	14	13,3	13,7	100,0
	Toplam	102	97,1	100,0	
Cevapsız		3	2,9		
Toplam		105	100,0		

Etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceğiniz ayrı birim veya kişi var mı?



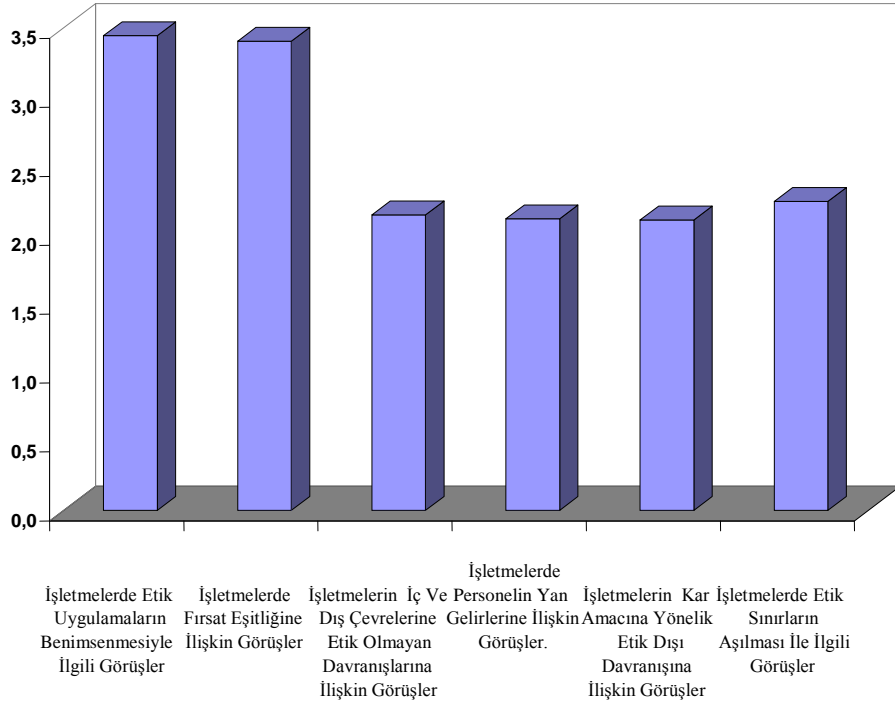
Şekil 8. Örneklem Grubunun Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebilecekleri Ayrı Birim veya Kişi Varlığına Göre Dağılımı

Araştırmaya katılanların 64'ünün (%62,7) işletmesinde etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi vardır. Katılımcıların 24'ünün (%23,5) ise işletmesinde etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi yoktur. Ayrıca katılımcıların 14'ü (%13,7) işletmesinde etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olup olmadığını bilmemektedir. Bulgular şekil 8'de gösterilmiştir.

7.2. TURİZMDE İŞ ETİĞİ ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BULGULAR

Tablo 15. Ölçeğe İlişkin Tanımsal Bulgular

	Ort	Ss	Minimum	Maksimum
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	3,44	0,86	1	5
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	3,41	1,13	1	5
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	2,14	0,82	1	5
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	2,12	0,99	1	5
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	2,11	0,89	1	4
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	2,24	0,92	1	4

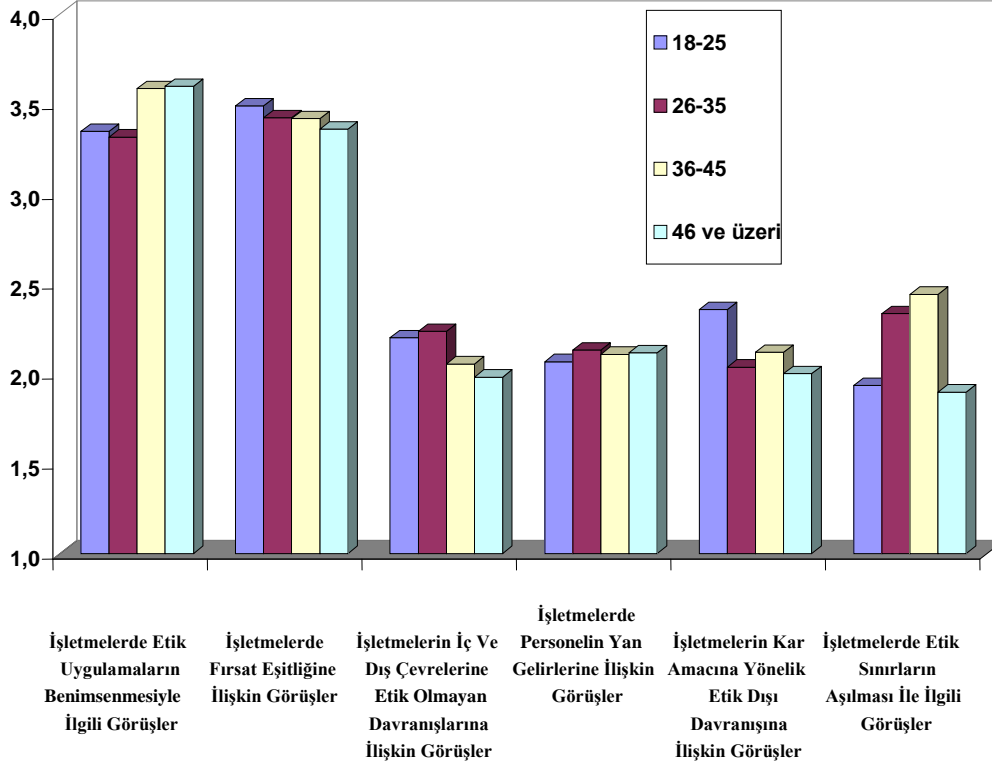


Şekil 9. Ölçeğe İlişkin Tanımsal Bulgular

Tablo 15'e göre araştırmaya katılanlar en fazla işletmelerde etik uygulamaların benimsenmesiyle ilgili görüşlere ve işletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşlere katılmaktadırlar. Araştırmaya katılanlar en az işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışlarına ilişkin görüşlere ve işletmelerde personelin yan gelirlerine ilişkin görüşlere katılmaktadırlar. Bulgular Şekil 9'da gösterilmiştir.

Tablo 16. Ölçek Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

	Yaş	N	Ort	Ss	F	P
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	18-25	15	3,35	0,58	0,82	0,485
	26-35	47	3,31	0,81		
	36-45	29	3,58	0,82		
	46 ve üzeri	13	3,60	1,24		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	18-25	15	3,49	0,84	0,03	0,993
	26-35	45	3,42	1,27		
	36-45	28	3,42	0,96		
	46 ve üzeri	13	3,36	1,32		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	18-25	15	2,20	0,84	0,49	0,688
	26-35	46	2,24	0,72		
	36-45	28	2,05	0,82		
	46 ve üzeri	13	1,98	1,13		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	18-25	15	2,07	0,86	0,02	0,997
	26-35	46	2,13	1,07		
	36-45	28	2,11	0,96		
	46 ve üzeri	13	2,12	1,06		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	18-25	15	2,36	0,96	0,53	0,660
	26-35	46	2,04	0,84		
	36-45	28	2,12	0,94		
	46 ve üzeri	13	2,00	0,99		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	18-25	15	1,93	0,61	1,78	0,157
	26-35	46	2,33	1,03		
	36-45	28	2,44	0,90		
	46 ve üzeri	13	1,90	0,80		

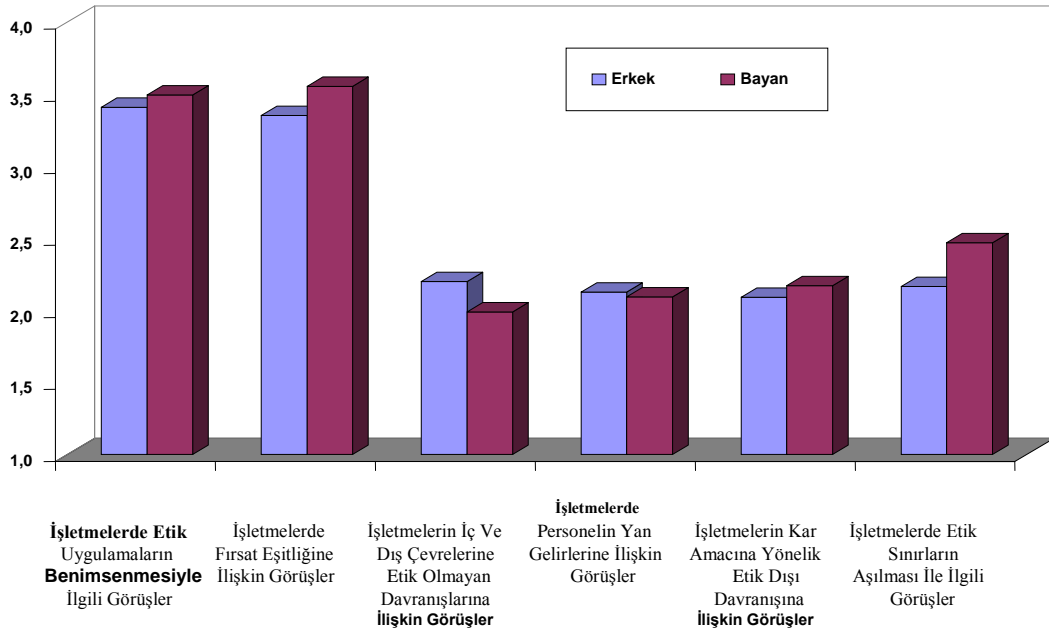


Şekil 10. Ölçek Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

Ölçek Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına göre dağılımına ilişkin varyans analizi incelendiğinde, yaştan, turizm sektöründeki görüşleri anlamlı olarak etkilemediği görülmüştür. ($p>0,05$). Ölçek alt boyutlarının yaş gruplarına göre dağılımına ilişkin bulgular yukarıdaki şekilde gösterilmiştir. Şekilde, altı alt boyutta yaş gruplarının görüşlerinin farklılık göstermediği, farklı yaşlardaki cevaplayıcıların boyutlardaki sorulara yaklaşık aynı cevapları verdiği anlaşılmaktadır. Farklı yaş gruplarının görüşleri aynıdır.

Tablo 17. Ölçek Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

	Cinsiyet	N	Ort	Ss	t	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	Bayan	27	3,50	0,88	0,45	0,65
	Erkek	76	3,41	0,85		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	Bayan	27	3,56	1,03	0,81	0,42
	Erkek	73	3,35	1,15		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	Bayan	27	1,99	0,77	-1,14	0,25
	Erkek	74	2,20	0,84		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	Bayan	27	2,09	1,10	-0,16	0,87
	Erkek	74	2,13	0,97		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	Bayan	27	2,17	0,93	0,41	0,68
	Erkek	74	2,09	0,89		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	Bayan	27	2,47	0,97	1,46	0,14
	Erkek	74	2,17	0,91		



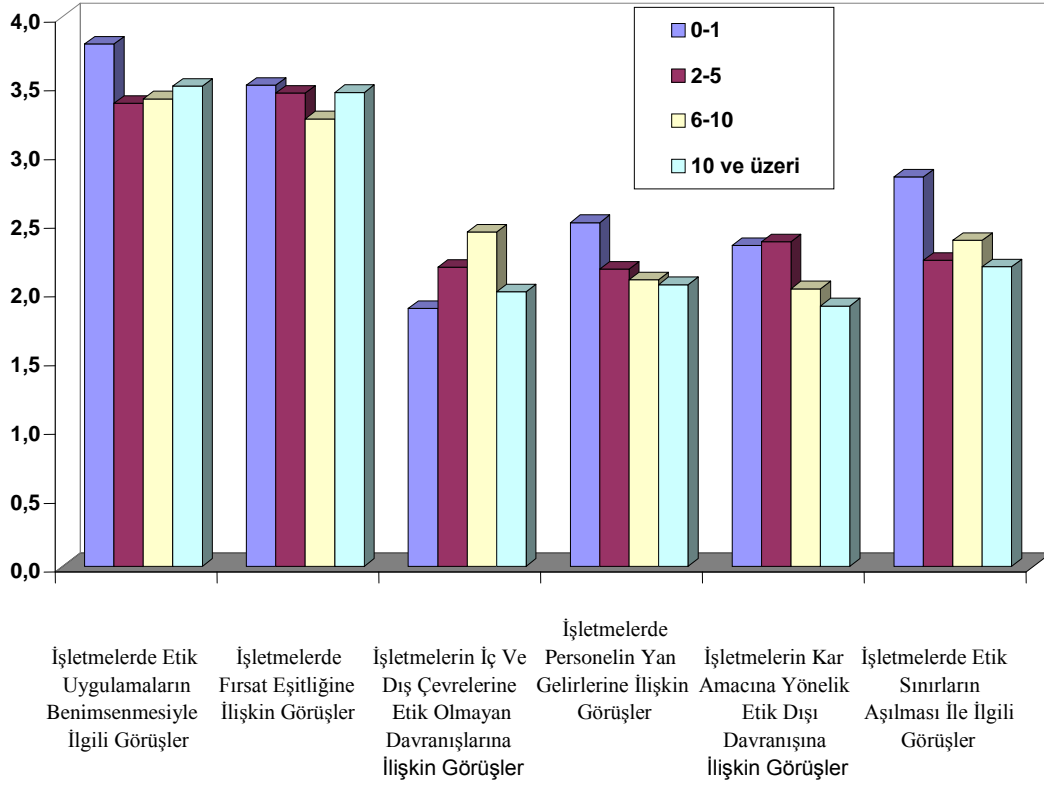
Şekil 11. Ölçek Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

Ölçek Alt Boyutlarının cinsiyete göre dağılımına ilişkin t testi incelendiğinde, cinsiyetin, turizm sektöründeki görüşleri anlamlı olarak etkilemediği görülmüştür. ($p>0,05$). Kadın ve erkek çalışanları görüşlerinin aynı olduğu şekil 11’de görülmektedir.

Tablo 18. Ölçek Alt Boyutlarının Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

	Sektörde çalışma yılı	N	Ort	Ss	F	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	0-1	4	3,80	0,54	0,39	0,759
	2-5	37	3,37	0,70		
	6-10	19	3,40	0,92		
	10 ve üzeri	42	3,49	0,96		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	0-1	4	3,50	0,79	0,13	0,939
	2-5	37	3,44	1,22		
	6-10	17	3,25	1,19		
	10 ve üzeri	41	3,45	1,08		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	0-1	4	1,88	0,43	1,37	0,257
	2-5	37	2,18	0,81		
	6-10	18	2,43	1,10		
	10 ve üzeri	41	2,00	0,68		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	0-1	4	2,50	0,41	0,29	0,835
	2-5	37	2,16	1,00		
	6-10	18	2,08	0,94		
	10 ve üzeri	41	2,05	1,07		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	0-1	4	2,33	1,05	1,91	0,132
	2-5	37	2,36	0,92		
	6-10	18	2,02	0,83		
	10 ve üzeri	41	1,89	0,88		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	0-1	4	2,83	1,23	0,70	0,553
	2-5	37	2,23	0,90		
	6-10	18	2,37	1,05		
	10 ve üzeri	41	2,18	0,89		

Ölçek Alt Boyutlarının sektörde çalışma yılına göre dağılımına ilişkin varyans analizi incelendiğinde, sektörde çalışma yılının, turizm sektöründeki görüşleri anlamlı olarak etkilemediği görülmüştür. ($p>0,05$). Sektörde çalışma süreleri farklı olanların görüşleri aynıdır.

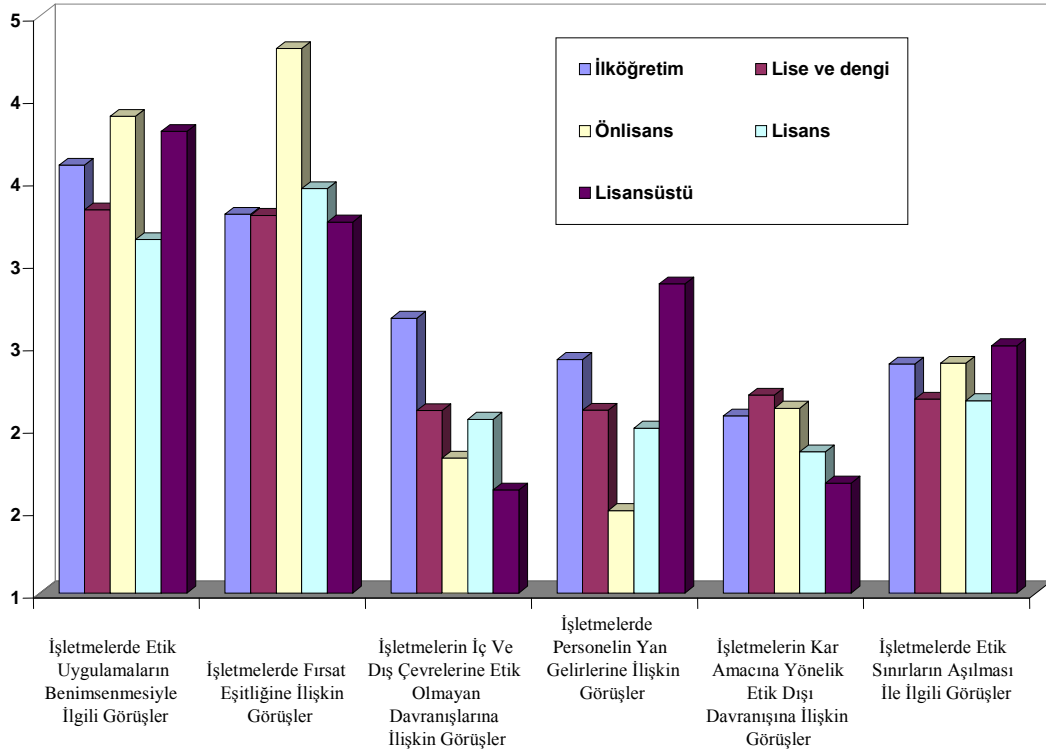


Şekil 12. Ölçek Alt Boyutlarının Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

Ölçek alt boyutlarının sektörde çalışma yılına göre dağılımına ilişkin bulgular üstteki şekil’de görülmektedir. Katılımcıların farklı çalışma yıllarına sahip olmalarına rağmen alt boyutları oluşturan anket sorularına yaklaşık cevaplar vermişlerdir. Dolayısı ile çalışma yılının, turizm sektöründeki görüşleri anlamlı olarak etkilemediği, farklı çalışma süresine sahip çalışanların görüşlerinin farklılık oluşturmadığı tablo 18 ve şekil 12’den anlaşılmaktadır.

Tablo 19. Ölçek Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

	Eğitim düzeyi	N	Ort	Ss	F	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	İlköğretim	20	3,60	0,77	1,87	0,121
	Lise ve dengi	55	3,32	0,85		
	Önlisans	11	3,89	0,72		
	Lisans	14	3,14	0,94		
	Lisansüstü	4	3,80	0,78		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	İlköğretim	18	3,30	1,21	2,04	0,095
	Lise ve dengi	54	3,29	1,16		
	Önlisans	11	4,30	0,71		
	Lisans	14	3,45	1,05		
	Lisansüstü	4	3,25	0,63		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	İlköğretim	18	2,67	0,90	2,96	0,024
	Lise ve dengi	55	2,11	0,83		
	Önlisans	11	1,82	0,62		
	Lisans	14	2,05	0,64		
	Lisansüstü	4	1,63	0,25		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	İlköğretim	18	2,42	1,18	2,18	0,077
	Lise ve dengi	55	2,11	0,90		
	Önlisans	11	1,50	0,63		
	Lisans	14	2,00	1,21		
	Lisansüstü	4	2,88	0,75		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	İlköğretim	18	2,07	0,97	0,66	0,623
	Lise ve dengi	55	2,20	0,96		
	Önlisans	11	2,12	0,91		
	Lisans	14	1,86	0,61		
	Lisansüstü	4	1,67	0,27		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	İlköğretim	18	2,39	1,03	0,35	0,844
	Lise ve dengi	55	2,18	0,89		
	Önlisans	11	2,39	1,03		
	Lisans	14	2,17	0,88		
	Lisansüstü	4	2,50	1,11		

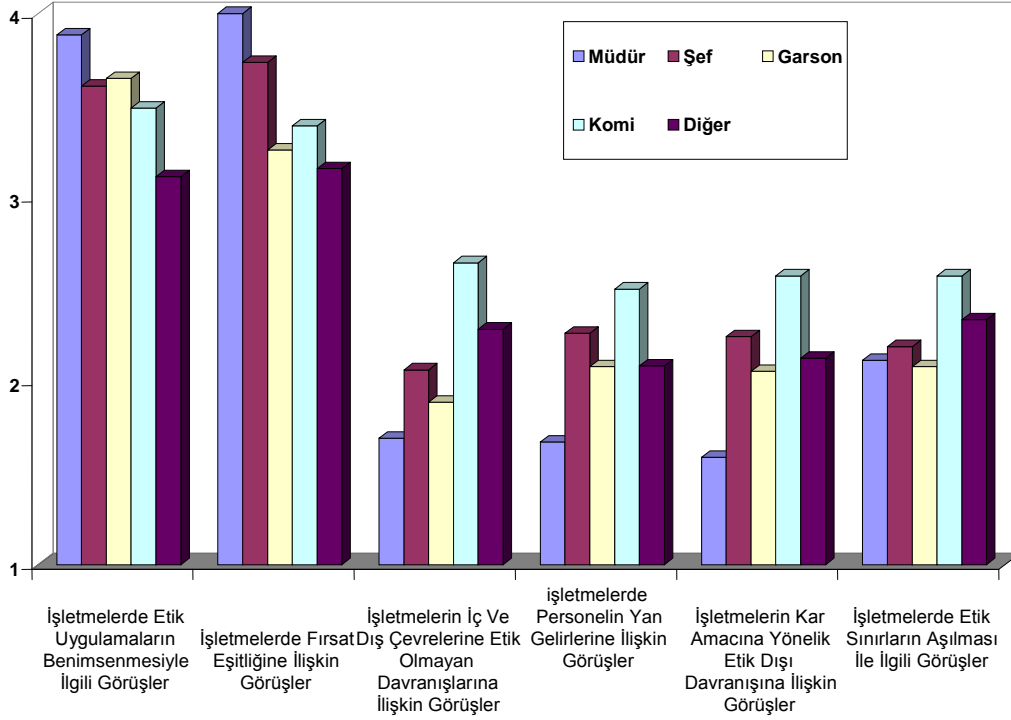


Şekil 13. Ölçek Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

Ölçek Alt Boyutlarının eğitim düzeyine göre dağılımına ilişkin varyans analizi incelendiğinde, ilköğretim mezunlarının, işletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlarına ilişkin görüşlere, önlisans mezunlarının ise işletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşlere lise ve dengi, önlisans, lisans ve lisansüstü mezunlarından daha fazla katıldıkları görülmektedir. ($p < 0,05$). Ayrıca çalışma yılının, turizm sektöründeki diğer görüşleri anlamlı olarak etkilemediği tablo 19 ve şekil 13'ten anlaşılmaktadır. ($p > 0,05$).

Tablo 20. Ölçek Alt Boyutlarının Mesleki Ünvanına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

	Mesleki ünvan	N	Ort	Ss	F	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	Müdür	12	3,88	1,05	3,06	0,020
	Şef	27	3,61	0,84		
	Garson	13	3,65	0,48		
	Komi	7	3,49	0,98		
	Diğer	43	3,11	0,80		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	Müdür	12	4,00	0,82	2,03	0,097
	Şef	25	3,73	1,07		
	Garson	13	3,26	1,16		
	Komi	6	3,39	0,71		
	Diğer	43	3,16	1,20		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	Müdür	12	1,69	0,51	2,43	0,053
	Şef	25	2,06	0,69		
	Garson	13	1,88	0,57		
	Komi	7	2,64	0,97		
	Diğer	43	2,28	0,92		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	Müdür	12	1,67	1,05	1,00	0,411
	Şef	25	2,26	1,23		
	Garson	13	2,08	0,76		
	Komi	7	2,50	1,04		
	Diğer	43	2,08	0,89		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	Müdür	12	1,58	0,47	1,67	0,164
	Şef	25	2,24	1,00		
	Garson	13	2,05	0,95		
	Komi	7	2,57	0,96		
	Diğer	43	2,12	0,88		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	Müdür	12	2,11	1,11	0,49	0,743
	Şef	25	2,19	0,91		
	Garson	13	2,08	0,86		
	Komi	7	2,57	0,99		
	Diğer	43	2,33	0,93		



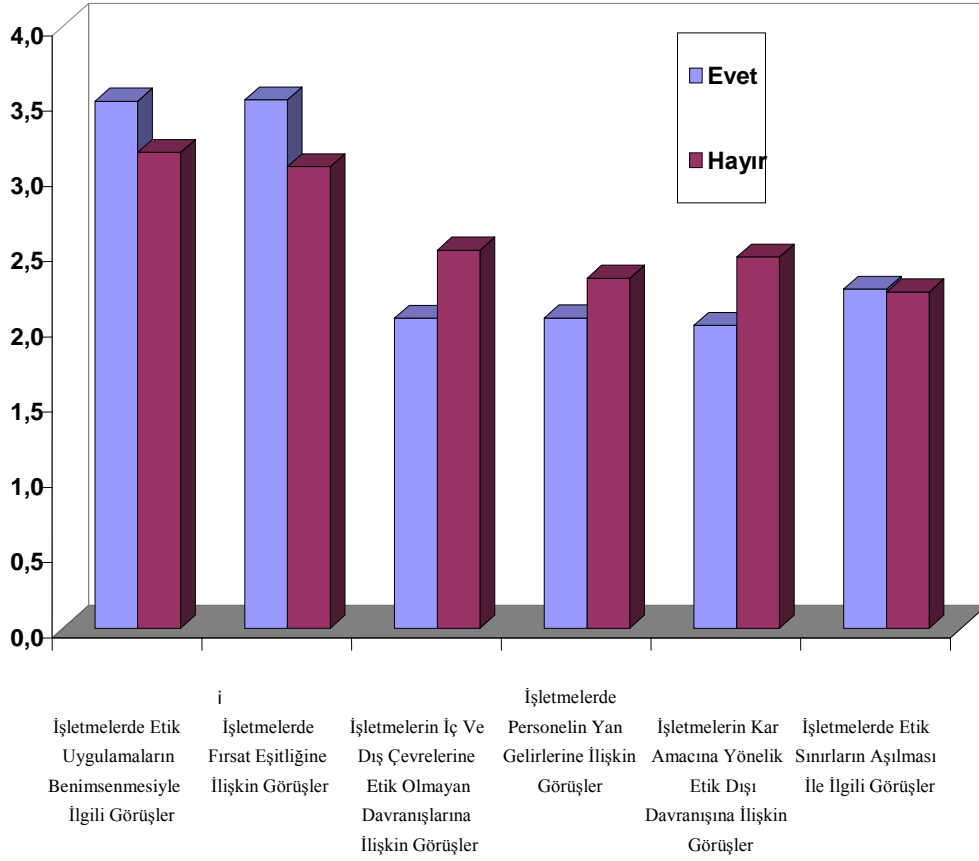
Şekil 14. . Ölçek Alt Boyutlarının Mesleki Ünvanına Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

Ölçek Alt Boyutlarının mesleki ünvan dağılımına ilişkin varyans analizi incelendiğinde, diğer mesleki ünvanlara sahip olanların, işletmelerde etik uygulamaların benimsenmesiyle ilgili görüşlere, müdür, şef ve garson mesleki ünvanına sahip olanlardan daha az katıldıkları görülmektedir. ($p < 0,05$). Ayrıca komi ünvanına sahip personelin işletmelerin iç ve dış çevrelere etik olmayan davranışlarına ilişkin görüşlere, işletmelerde personelin yan gelirlerine ilişkin görüşlere, işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışına ilişkin görüşlere ve işletmelerde etik sınırların aşılması ile ilgili görüşlere müdür, şef, garson ve diğer personelden daha fazla katılmaktadır. Bunların dışında mesleki ünvanın, turizm sektöründeki diğer görüşleri anlamlı olarak etkilemediği görülmektedir. ($p > 0,05$).

Tablo 21.”Daha Önce İş Etiği Kavramını Duydunuz Mu?” Sorusuna Göre Ölçek Alt Boyutlarının Dağılımına İlişkin Bulgular

	Daha önce İş etiği kavramını duydunuz mu?	N	Ort	Ss	t	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	Evet	82	3,50	0,84	1,69	0,094
	Hayır	22	3,16	0,85		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	Evet	81	3,51	1,08	1,59	0,115
	Hayır	20	3,07	1,25		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	Evet	82	2,06	0,74	-2,27	0,026
	Hayır	20	2,51	1,02		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	Evet	82	2,06	1,05	-1,06	0,291
	Hayır	20	2,33	0,73		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	Evet	82	2,01	0,87	-2,06	0,042
	Hayır	20	2,47	0,94		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	Evet	82	2,25	0,93	0,08	0,936
	Hayır	20	2,23	0,94		

”Daha önce İş etiği kavramını duydunuz mu?” sorusuna göre ölçek alt boyutlarının dağılımına ilişkin t testi incelendiğinde, daha önce iş etiği kavramını duyanlar, işletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlarına ilişkin görüşlere ve turizm sektöründe işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışına ilişkin görüşlere daha az katılmaktadır. ($p>0,05$).



Şekil 15.”Daha önce İş Etiği Kavramını Duydunuz mu?” Sorusuna Göre Ölçek Alt Boyutlarının Dağılımına İlişkin Bulgular

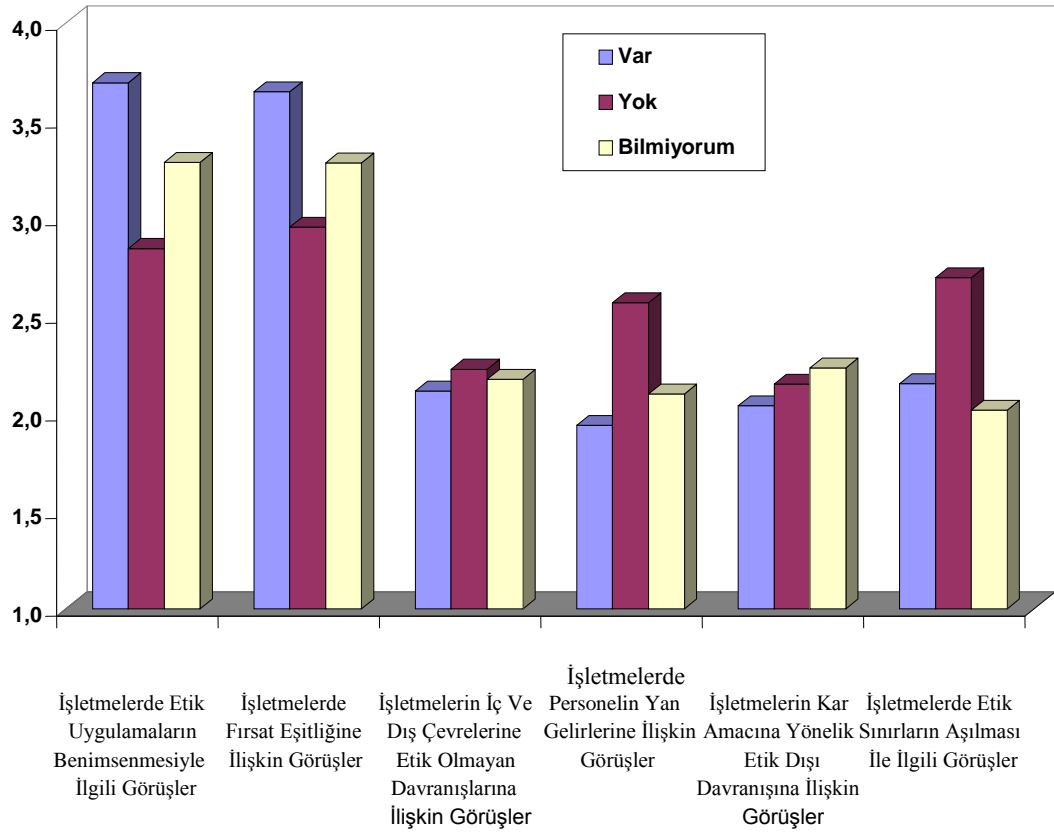
Daha önce iş etiği kavramını duyanlar işletmelerde etik uygulamaların benimsenmesiyle ilgili görüşlere ve işletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşlere daha fazla katılırken; işletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlarına ilişkin görüşlere, işletmelerde personelin yan gelirlerine ilişkin görüşlere ve işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışına ilişkin görüşlere daha az katılmaktadırlar. İş etiği kavramının daha önceden duyulmasının etik değerlerin benimsenmesini kolaylaştırdığı anlaşılmaktadır.

Tablo 22. Ölçek Alt Boyutlarının "İşletmenizde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Var mı?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

	İşletmenizde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliği var mı?	N	Ort	Ss	F	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	Var	60	3,70	0,74	9,84	0,000
	Yok	22	2,85	1,01		
	Bilmiyorum	21	3,29	0,64		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	Var	58	3,65	1,12	3,36	0,039
	Yok	22	2,95	1,10		
	Bilmiyorum	20	3,28	1,05		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	Var	59	2,12	0,79	0,15	0,857
	Yok	22	2,23	0,89		
	Bilmiyorum	20	2,18	0,86		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	Var	59	1,94	1,00	3,29	0,041
	Yok	22	2,57	1,09		
	Bilmiyorum	20	2,10	0,77		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	Var	59	2,04	0,92	0,38	0,683
	Yok	22	2,15	0,94		
	Bilmiyorum	20	2,23	0,82		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	Var	59	2,15	0,94	3,69	0,028
	Yok	22	2,70	0,90		
	Bilmiyorum	20	2,02	0,78		

Ölçek Alt Boyutlarının "İşletmenizde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliği var mı?" sorusuna göre dağılımına ilişkin varyans analizi incelendiğinde, çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği var olanlar, işletmelerde etik uygulamaların benimsenmesiyle ilgili görüşlere, çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği olmayanlar ve olup olmadığını bilmeyenlere göre daha fazla katılmaktadır. ($p>0,05$). Çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği var olanlar, işletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşlere, çalıştığı işletmede

etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği olmayanlara göre daha fazla katılmaktadır. (p>0,05).



Şekil 16. Ölçek Alt Boyutlarının "İşletmenizde Etik ve İş Davranışlarının Yazılı Yönetmeliği Var mı?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

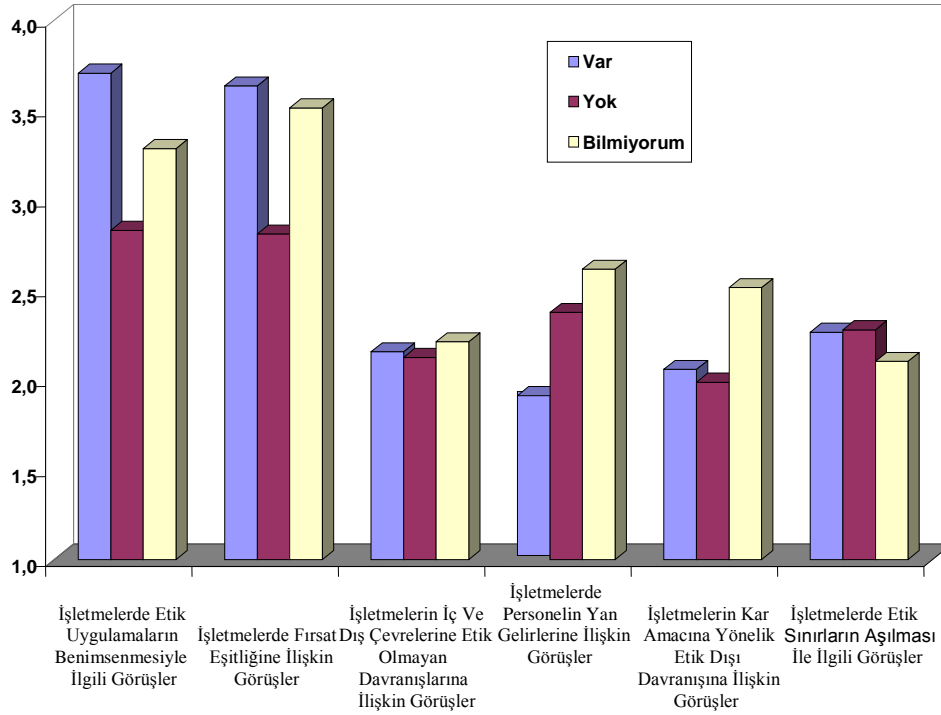
Çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği var olanlar, işletmede personelin yan gelirlerine ilişkin görüşlere, çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği olmayanlara göre daha fazla katılmaktadır. (p>0,05). Çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği olmayanlar, işletmelerde etik sınırların aşılması ile ilgili görüşlere, çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği var olanlara ve olup olmadığını bilmeyenlere göre daha fazla katılmaktadır. (p>0,05).

Tablo 23. Ölçek Alt Boyutlarının "Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebileceğiniz Ayır Birim veya Kişi Var mı?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

	Etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceğiniz ayrı birim veya kişi var mı?	N	Ort	Ss	F	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	Var	64	3,71	0,74	11,45	0,000
	Yok	24	2,83	0,98		
	Bilmiyorum	14	3,29	0,46		
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	Var	63	3,63	1,07	4,83	0,010
	Yok	23	2,81	1,31		
	Bilmiyorum	13	3,51	0,69		
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	Var	63	2,16	0,81	0,05	0,955
	Yok	24	2,13	0,88		
	Bilmiyorum	13	2,21	0,82		
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	Var	63	1,91	0,97	3,97	0,022
	Yok	24	2,38	1,01		
	Bilmiyorum	13	2,62	0,87		
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	Var	63	2,06	0,90	1,63	0,202
	Yok	24	1,99	0,89		
	Bilmiyorum	13	2,51	0,90		
İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	Var	63	2,26	0,93	0,18	0,838
	Yok	24	2,28	1,03		
	Bilmiyorum	13	2,10	0,80		

Ölçek Alt Boyutlarının "Etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceğiniz ayrı birim veya kişi var mı?" sorusuna göre dağılımına ilişkin varyans analizi incelendiğinde, çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olanlar, işletmelerde etik uygulamaların benimsenmesiyle ilgili görüşlere, çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına

uyulmadığı zaman bunu bildirebileceğiniz ayrı birim veya kişi olmayanlara göre daha fazla katılmaktadır. ($p>0,05$).



Şekil 17. Ölçek Alt Boyutlarının "Etik ve Ahlak Kurallarına Uyulmadığı Zaman Bunu Bildirebileceğiniz Ayrı Birim Veya Kişi Var mı?" Sorusuna Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

Çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olanlar, işletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşlere, çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olmayanlara göre daha fazla katılmaktadır. ($p>0,05$). Çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olanlar, işletmede personelin yan gelirlerine ilişkin görüşlere, çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olmayanlara ve olup olmadığını bilmeyenlere göre daha az katılmaktadır. ($p>0,05$).

Tablo 24. Ölçek Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		r	p
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	0,44	0,000
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	- 0,14	0,167
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	- 0,15	0,121
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	0,02	0,829
İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler	İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	0,02	0,828
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	- 0,12	0,213
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	- 0,03	0,747
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	- 0,05	0,596
İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşler	İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	0,23	0,020
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	0,30	0,002
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	0,41	0,000
İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler	İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	0,38	0,000
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	0,36	0,000
İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşler	İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	0,40	0,000
İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler	İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşler	0,35	0,000

Turizm Sektöründe, işletmelerde etik uygulamaların benimsenmesiyle ilgili görüşler ile işletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşler arasında %44 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur ($p>0,05$). İşletmelerde etik uygulamaların benimsenmesi arttıkça, işletmelerde fırsat eşitliği artmaktadır. İşletmelerde fırsat eşitliğine ilişkin görüşler ile işletmelerde etik sınırların aşılması ile ilgili görüşler arasında %23 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur ($p>0,05$). İşletmelerde fırsat eşitliği arttıkça, işletmelerde etik sınırların aşılması artmaktadır. İşletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlarına ilişkin görüşler ile personelin yan gelirlerine ilişkin görüşler arasında %30 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur ($p>0,05$). İşletmede personelin yan gelirleri arttıkça, iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlar artmaktadır. İşletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlarına ilişkin görüşler ile işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışına ilişkin görüşler arasında %41 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur ($p>0,05$). İşletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışları arttıkça, işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışı artmaktadır. İşletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlarına ilişkin görüşler ile işletmelerde etik sınırların aşılması ile ilgili görüşler arasında %38 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur ($p>0,05$). İşletmelerin iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlar arttıkça, işletmelerde etik sınırların aşılması artmaktadır. İşletmelerde personelin yan gelirlerine ilişkin görüşler ile işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışına ilişkin görüşler arasında %36 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur ($p>0,05$). İşletmelerde personelin yan gelirleri arttıkça, işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışı artmaktadır. Personelin yan gelirlerine ilişkin görüşler ile işletmelerde etik sınırların aşılması ile ilgili görüşler arasında %40 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. ($p>0,05$). İşletmelerde personelin yan gelirleri arttıkça, işletmelerde etik sınırların aşılması artmaktadır. İşletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışına ilişkin görüşler ile işletmelerde etik sınırların aşılması ile ilgili görüşler arasında %35 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur ($p>0,05$). İşletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışları arttıkça, işletmelerde etik sınırların aşılması artmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Etik insan tutum ve davranışlarının iyi ya da kötü yönden değerlendirilmesidir. Günümüzde etik kavramına verilen önem artmakta ve her iş alanında etik kuralların oluşturulmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

Farklı dinsel, felsefi ya da inançlara saygı ve hoşgörü temelinde insanlığın ortak etik değerleri turizm anlayışının hem temeli hem de sonucu olmaktadır. Bu kapsamda turizm sektöründe etik değerlerin uygulanması yaygınlaştırılmalıdır.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanların iş içindeki davranışlarının iş etiği kapsamında değerlendirilmesine ilişkin yapılan araştırmadan aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar:

- Araştırmaya katılanların %14,4'ü 18-25 yaş aralığında, %45,2'si 26-35 yaş aralığında %27,9'u 36-45 yaş aralığında %12,5'i ise 46 ve üzeri yaş grubundadır. Diğer bir ifade 26-35 yaş aralığındaki katılımcılar diğer yaş grubundaki katılımcılara göre çoğunluktadır.
- Araştırmaya katılanların %26,2'si bayan, %73,8'i erkektir. Diğer bir ifade ile araştırmada erkek katılımcılar çoğunluktadır.
- Araştırmaya katılanların %3,9'u 0-1 yıldır, %36,3'ü 2-5 yıldır, %18,6'sı 6-10 yıldır, %41,2'si 10 ve üzeri yıldır sektörde çalışmaktadır. Diğer bir ifade ile 10 ve üzeri yıldır çalışan katılımcılar, diğer çalışma süresi bulunan katılımcılara göre çoğunlukta sektörde tecrübeli bireylerdir.
- Araştırmaya katılanların %19,2'si ilköğretim, %52,9'u lise ve dengi, %10,6'sı önlisans, %13,5'i lisans, %3,8'i lisansüstü eğitim düzeyindedir. Diğer bir ifade ile araştırmaya katılanların yarıdan fazlası lise ve dengi eğitim almıştır.

- Araştırmaya katılanların %11,8'i müdür, %26,5'i şef; %12,7'si garson, %6,9'u komi, %42,2'si diğer ünvanlara sahiptir. Diğer bir ifade ile müdür, şef, garson ve komi ünvanları dışında bulunan katılımcılar çoğunluktadır.
- Araştırmaya katılanların %78,8'i iş etiği kavramını duyduğunu, %21,2'si ise iş etiği kavramını duymadığını söylemiştir. Diğer bir ifade ile turizm sektöründe çalışanların çoğunluğu iş etiği kavramından haberdardır.
- Araştırmaya katılanların %58,3'ünün çalıştığı işletmede etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliği vardır. 22'sinin (%21,4) işletmesinde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmenliği yoktur. 21'i (%20,4) işletmesinde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmenliğinin olup olmadığını bilmemektedir.
- Araştırmaya katılanların %62,7'sinin işletmesinde etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişinin bulunduğu, %23,5'inin işletmesinde etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişinin bulunmadığı, %13,7'sinin işletmesinde ise etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olup olmadığını bilmediği sonucuna varılmıştır.

Turizmde iş etiği ölçeğine ilişkin sonuçlar aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir:

- Araştırmaya katılan katılımcılar ölçekte bulunan faktörlerden en fazla “İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşlere” ve “İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşlere” katıldıkları, en az ise “İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşlere” ve “İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşlere” katıldıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Çıkan sonuç değerlendirildiğinde turizm sektörü çalışanlarının turizmde iş etiği uygulamalarını benimseye hazır oldukları söylenebilir.
- Araştırmaya katılan çalışanlar turizmde iş etiği uygulamaları hakkındaki görüşleri ile yaşları, cinsiyetleri ve çalışma süreleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varılmıştır. Diğer bir ifade ile

turizmde iş etiği uygulamaları hakkındaki görüşlerde katılımcıların yaşları, cinsiyetleri ve çalışma yılları bağımsızdır.

- Turizmde iş etiği ölçeği alt boyutlarından “İşletmelerin İç ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler” ile katılımcıların eğitim düzeyleri arasında istatistiksel açıdan $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişkinin olduğu diğer boyutlarla anlamlı bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır. Araştırmaya katılan ilköğretim lise ve dengi mezunlarının “İşletmelerin İç ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler”e, ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunlarına göre daha fazla katıldıkları sonucuna varılmıştır. Çıkan sonuçtan; turizmde iş etiği uygulamalarının yerleşmesinde personelin eğitim düzeyinin önemli olduğu söylenebilir.
- Turizmde iş etiği ölçeği alt boyutlarından “İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşler” ile katılımcıların ünvanları arasında istatistiksel açıdan $p > 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişkinin olduğu, diğer boyutlarla anlamlı bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır. Araştırmaya katılan müdür, şef ve garson ünvanlarına sahip katılımcılara göre diğer ünvan grubunda bulunan katılımcılar “İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle” İlgili Görüşlere daha az katıldıkları sonuçlarına varılmıştır
- Araştırmaya katılan katılımcıların ”Daha önce İş etiği kavramını duydunuz mu?” sorusuna verdikleri yanıtlar ile turizmde iş etiği boyutlarından “İşletmelerin İç Ve Dış Çevrelerine Etik Olmayan Davranışlarına İlişkin Görüşler” ve “İşletmelerin Kar Amacına Yönelik Etik Dışı Davranışına İlişkin Görüşler” arasında $p > 0,05$ düzeyinde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Daha önce iş etiği kavramını duyanlar, duymayanlara göre bu boyutlara ilişkin görüşlere daha fazla katıldıkları sonuçlarına varılmıştır.
- Araştırmaya katılan katılımcıların “İşletmenizde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmeliği var mı?” sorusuna verdikleri yanıtlar ile turizmde iş etiği boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkilerin bulunduğu sonucuna varılmıştır. Çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği var olanlar “İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşlere”, “İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşlere” ve

“İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşlere”, çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği olmayanlara göre daha fazla katıldıkları, bunun yanında çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği olmayanlar, “İşletmelerde Etik Sınırların Aşılması İle İlgili Görüşlere”, çalıştığı işletmede etik ve iş davranışları yazılı yönetmeliği var olanlara ve olup olmadığını bilmeyenlere göre daha fazla katıldıkları sonuçlarına varılmıştır.

- Araştırmaya katılan katılımcıların “Etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceğiniz ayrı birim veya kişi var mı?” sorusuna verdikleri yanıtlar ile turizmde iş etiği ölçeği boyutları arasında anlamlı ilişkilerin bulunduğu sonucuna varılmıştır. Çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olanlar, “İşletmelerde Etik Uygulamaların Benimsenmesiyle İlgili Görüşlere”, “İşletmelerde Fırsat Eşitliğine İlişkin Görüşlere”, çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olmayanlara göre daha fazla katıldığı, bunun yanında “İşletmelerde Personelin Yan Gelirlerine İlişkin Görüşlere”, çalıştığı işletmede etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceği ayrı birim veya kişi olmayanlara ve olup olmadığını bilmeyenlere göre daha az katıldıkları sonuçlarına varılmıştır. Çıkan sonuçtan turizm işletmelerinde etik dışı davranışlara uyulmadığı zaman bildirilebilecek bir kişi veya birimin bulunması turizmde iş etiği uygulamalarına olumlu katkı yaptığı ifade edilebilir.
- Turizmde iş etiği ölçeğinde yer alan boyutların birbirleriyle pozitif yönlü ilişkilerinin oldukları, bir boyuta ilişkin görüşler arttıkça diğer boyutlara ilişkin görüşlerinde bundan etkilenerek arttığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Buna göre;
- Turizm sektöründe çalışan personelin yan gelirleri artıkça, iç ve dış çevrelerine etik olmayan davranışlarının arttığı, işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışların arttığı ve işletmelerde etik sınırların

aşılmasının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Buradan personelin yan gelirlerinin turizmde iş etiğini olumsuz etkilediği söylenebilir.

- Turizm sektöründe yer alan işletmelerin iç ve dış çevrelerine karşı etik olmayan davranışları arttıkça, işletmelerde etik sınırların aşılması ve kar amacına yönelik etik dışı davranışların arttığı, işletmelerin kar amacına yönelik etik dışı davranışlarının artmasıyla da işletmelerde etik sınırların aşılmasının arttığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

- İş etiği konusunda turizm sektörü çalışanlarını bilgilendirmek amacıyla il turizm müdürlüklerince eğitimler ve seminerler düzenlenmelidir. Ayrıca sektördeki iş etiği uygulamalarının ne düzeyde olduğu yine il turizm müdürlüklerince düzenlenecek anketlerle belirlenebilir.
- Etik dışı davranışların işletmelere getireceği kayıplar hakkında işletme içinde personeli bilgilendirici ve eğitici hizmet içi eğitimler düzenlenebilir. Etik ilkelerin benimsenmesine yönelik kitapçıklar hazırlanarak çalışanlara iletilebilir. Sonuçta personel iş etiği konusunda bilinçlendirilebilir.
- Turizm sektöründeki işletmelerde her kademedeki çalışanlardan oluşan bir etik kurul oluşturularak şikayet ve ihbarların değerlendirilmesine yönelik mekanizmalar kurulabilir ve etik sorunlara çözüm getirilebilir. Böylece bireylerin karşılaştıkları özel durumlarda neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar verebilecekleri ve davranışlarına yön verecekleri ilkeler geliştirilebilir.
- Turizm sektöründe iş etiği konusunda yapılan çalışmaların yok denecek kadar az olması dikkat çekmektedir. Araştırmanın benzerleri farklı illerde veya farklı örneklemeler üzerinde yapılabilir.
- Araştırmanın benzerleri turizm sektörü dışındaki sektörlerde de uygulanabilir. Çıkan sonuçlar turizm sektörü ile karşılaştırılabilir. Böylelikle iş etiği konusunda genellemeye gitme olasılığı elde edilmiş olabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, A. (1998). “Çalışanları Bir Kuruma Katma Değerleri”, *Executive Excellence, Liderlik Gelişimi, Yönetim Etkinliği ve Kurumsal Üretkenlik Dergisi*, ss.22-36.
- Akarsu, B. (1965). *Ahlak Öğretileri: Mutluluk Ahlakı*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Yayın No:1444, İstanbul.
- Akarsu, B. (1999). *Ahlak Öğütleri*, 1, *Mutluluk Ahlakı*, İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Arıcioglu, A. ve Tutan A. (2008). “Etik Etkisini Geliştirme Modeli ve Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 30, s.47-76.
- Aslan, A. ve Kozak M. (2006). “Turizmde Gelişme Ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Ege Üniversitesi Akademik Bakış Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1, s.49-61.
- Arslan, A. (1998). *Felsefeye Giriş*, İstanbul: Vadi Yayınları.
- Arslan, M. (2005). *İş ve Meslek Ahlakı*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Aşçıgil, S. F. (2001). “İş Etiği: Eski Sorunlar, Yeni Kavramlar, Yeni Yaklaşımlar”, Ekonomi Forum İş Etiği: Eski Sorunlar, Yeni Yaklaşımlar, *Freidrich Ebert Vakfı Ekonomik Forum Dizisi*, İstanbul, s.5-23.
- Ataman, V. (2005). *Etik*, İstanbul: Donkişot Yayınları.
- Ateş, T. (1994). *Laiklik: Dünya’da ve Türkiye’de*. 7. Basım, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Augustine, N. R. (1998) “Etik Davranış”, *Executive Excellence, Liderlik Gelişimi, Yönetim Etkinliği ve Kurumsal Üretkenlik Dergisi*, Sayı: 19, s.17- 33.
- Aydın, İ.P. (2002). *Yönetimsel Mesleki ve Örgütsel Etik*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Badiou, A. (2004). *Kötülük Davranışı Üzerine Bir Deneme*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Barutçugil, İ. S. (1982) *Turizm İşletmeciliği*, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yay. No: 3-018-0061, Bursa.
- Başaran, İ. E. (1985). *Örgütlerde İşgören Hizmetlerinin Yönetimi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Bayraktar, S. (2004). “Otel İşletmelerinde Halkla İlişkiler Konseptinin Etik Değerler Yönünden İncelenmesi”,Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Kocaeli
- Bayraktaroğlu, S. (2003). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Bektaş, Ç. (2008). “Etik Kodların Otel Endüstrisine Katkıları ve Bir Alan Araştırması”. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1, s.5- 17.
- Berkman, Ü. (2001). *İş Ahlakı ve İşletmelerin Toplumsal Sorumluluğu Gelişimi ve Yakın Geleceği*, Yönetim ve Organizasyon (Edit. Salih Güney), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bıçakçı, U. (1996). *Başarının Olmayan Rotası*, İstanbul: Rota Yayınları.

- Bilington, R. (1007). *Felsefeyi Yaşamak*, (Çeviren, Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bir Koltuk da Etik Yöneticisine, Akşam Gazetesi, 05.01.2004, <http://www.tumgazeteler.com/?a=401773>.
- Boatright, J. R. (2000). *Ethics And The Conduct Of Business*, Prentice Hall, New Jersey
- BOLAT, T. S. ve AYTEMİZ, O. (2003), *Örgütlerde İş Etiğinin Yerleştirilmesinde Dönüştürücü Liderlik Tarzının Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme*, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:6, Sayı:9, Balıkesir.
- Bulut, E. (2000) Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosundaki Etkisi, *Gazi Üniv. İ.İ.B.F.Dergisi*, 3.
- Büken, N. Ö.ve Büken E. (2002). “Nedir Şu “Tıp Etiği” Dedikleri?”, *Sürekli Tıp Eğitim Dergisi*, Cilt: 11, Sayı:1, ss. 17-20.
- Carroll, B. A. (1987). “In Search of the Moral Manager” *Business Horizons*, March/April, s.7-15.
- Cevizci, A. (2002). *Etiği Giriş*, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Cevizci, A. (1999). *Felsefe Sözlüğü*, 3. Basım, İstanbul: Pradigma Yayınları.
- Champoux, J. E. (1996). *Organizational Behaviron Integrating Individuals, Groups and Processess*, Newyork: Publishing Comp.
- Ciulla, J. B. (1997). ‘Why Is Talking About Ethics?; Reflections on Froeign conversations’, *California Management Review*, Vol:34 No:1, s.67-86.
- Coşkun, Ş. “Kurumsal Yönetim”(Yönetişim)*Gümrük Dünyası Dergisi*, [Sayı: 46, http://www.gumrukkontrolor.org.tr/Yayinlar/Dergiler/46/6.html](http://www.gumrukkontrolor.org.tr/Yayinlar/Dergiler/46/6.html) (15.10.2009)
- Cooper, T. L. (1994). *Handbook of Administrative Ethics*. Marcel Dekker. NewYork
- Cüceloğlu, D. (1999). *İçimizdeki Biz*, İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Çalışlar, A. (1983). *Ansiklopedik Kültür Sözlüğü*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Çımat, A. ve Bahar O. (2003). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, s.1-18.
- De George, R. T. (1986). *Business Ethics*, New York: Macmillan.
- Dedehayır, H. (2003). “Doğru” ile “Doğru” Arasında Zor Seçim, *Kaynak Dergisi*, Sayı: 16, <http://www.baltas-baltas.com/kaynak/default.asp?s=kayit&m=x> (15.10.2009).
- Dedehayır, H. (2003). “Kültür, Etik ve İş Hayatı”, *Kaynak Dergisi*, Sayı:16, <http://www.baltas-baltas.com/kaynak/makaleozet.asp?sayi=16> (15.10.2009).
- Desensi, J. T and Rosenberg, D. (1996). *Ethics in Sport Management*, Fitness Information Technology inc, USA:Pepper Press
- Dinçer, Ö. ve Fidan Y. (2003). *İşletme Yönetimine Giriş*, İstanbul: Beta Yayınları.

- Dura, C. (1991), “*Türkiye Ekonomisi*”, No:19, Kayseri: Erciyes Üniversitesi Yayınları.
- DPT, (2001). Turizm Özel Komisyon Raporu, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara: DPT Yayınları.
- Erdem, F. ve Bilgin N. (2007). “İş Ahlakı Ciroyu Artırıyor”,
<http://www.ekocerceve.com/haberDetay.asp?HaberID=15564&Kategori=13>
(15.10.2009).
- Erdoğan, İ. (1991). *İşletmelerde Davranış*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, İstanbul, No:242, s.121.
- Etik Sözlüğü, (2003). *Kaynak Dergisi*, Sayı: 16, s.16-19.
- Fennell, D. A. ve Przeclawski, K. (2003): Generating Goodwill in Tourism Through Ethical Stakeholder Interactions. (İçinde) D.J. Singh ve R.K.S. Timothy Tourism and Host Communities (Der.) ss.135–152. Dowling: Cabi Publishing.
- Ferrel, O.C and Fraedrich J. (1994). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases, Second Edition*, New Jersey, USA: Houghton Mifflin Company
- Filiz, A. (2009). “İş Etiği”,
http://erpakademi.blogspot.com/2007_08_01_archive.html (15.10.2009).
- French, W. (1994). *Hman Resource Management*, Thidtd Edititon, Boston: Houghton Mifflin Company.
- Fritzscher, David J. (1997). *Business Ethics*, New York: Mc Graw-Hill international Editions.
- Genç, N. Güzel A., Pamukoğlu E. (2006) “Aile İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanımında Sahip Yönetici Personel Yönetici Arasındaki Tutum Farkları”, 2. *Aile İşletme Kongresi Kongre Kitabı*, (Editör Tamer KOÇEL), İstanbul.
- Goldberg, B. (1998). Etik Bir Kültür Yaratmak, Executive Excellence, *Liderlik Gelişimi, Yönetim Etkinliği ve Kurumsal Üretkenlik Dergisi*, S.19, s.20-50.
- Gök, S. (2008). “İş Etiği İle İş Ahlakı Arasındaki İlişki ve Çalışma Yaşamında İş Etiğini Etkileyen Faktörler”. *Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi*. Cilt:5, Sayı:1, s.2- 19.
- Gülgün, A. (1998). “Örgüt Kültürü ve Değişimi Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”, VI. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri*, Eskişehir.
- Gündüz, M. (2005). *Ahlak Sosyolojisi*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Hamitoğulları, B. (1968) Türkiye’de Turizm ve İktisadi Kalkınma, *Ankara Üniv., S.B.F. Dergisi*, Cilt:XXIII, No:3, 79-131.
- Haynes, F. (2002). *Eğitimde Etik*. (Çev. Akbaş, K.S), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=sorumluluk&ayn=tam>
(15.10.2009).
- İlhan, A. Ü. (2007). İş Etiği, www.emakale.com/authors/9/Ahmet-Üveysi-İlhan
(15.10.2009).

- İş Etiği, <http://ansiklopedi.turkcebilgi.com/%DD%FEİeti%F0i> (15.10.2009).
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Keiser, R. J. (2000). *Principles and Practices of Management In The Hospitality Industry*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Mc Kenna, E. (1994). *Business Psychology And Organisational Behavior*, East Sussex: Lawrence Earlbaum Associataes Ltd.
- Kılavuz, R. (2003). *Kamu Yönetiminde Etik ve Bir Sorun Alanı Olarak Yozlaşma*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kırel, Ç. (2000). *Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması*, No. 1211, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal E. (2008). “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:13, Sayı:2, s.352-360.
- Köknel, Ö. (1996). *Bireysel ve Toplumsal Şiddet*, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Kuşdil, E. ve Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). “Türk Öğretmenlerinin Değer Yönelimleri ve Scwartz Değer Kuramı”, *Türk Psikoloji Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 45, s.59-76.
- Lamberton, H. L. and Minor L. (1995). *Human Relations: Strategies For Success*, Chicago: Irwin Mirror Pres,
- Lankard, B. A. (1991). “Resolving Ethical Dilemmas İn The Workplace A New Focus For Career Development”, *Eric Clearinghouse*, Vol: 3, No: 058749, s.91.
- Lewis, P. S. and Goodman, S. H. (1995). *Management: Challenges in the 21. Century*, St.Paul, USA: West Publishing Com
- Lozano, J. M.(1996). “Ethics andManagement: a Controversial Issue” *Journal Of Business Of Business Ethics*, Vol: 15, s.227-36.
- Maviş, F., Ahıpaşaoğlu S. ve Kozak N. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Mengüç, B. (1989). “Organizational Consequences Marketings Ethics And Sales Force Supervision: Further Emprical Evidence”, *Journal Of Business Ethics*, Number:17, s.334-352.
- Navran, F. J.(2009). Etik İlkeler, Ahlaki Değerler ve Değerler Arasındaki Fark Nedir?, www.ugurzel.com/dosyalar/doc.../30-deger-etik-ve-ahlak.html - (15.10.2009).
- Norman R. A. (1998). “Etik Davranış”, *Executive Excellence, Liderlik Gelişimi, Yönetim Etkinliği ve Kurumsal Üretkenlik Dergisi*, S.19, s.17.
- Nuttal, J. (1997). *Ahlak Üzerine Tartışmalar*, (Çeviren, Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Olçay, A. (2002). “Turizm İşletmelerinin Ahlâki ve Soysal Sorumluluklarında Personel Eğitiminin Önemi Üzerine Bir Alan Araştırması (Ankara Örneği)”, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

- Ortaş, İ. (2009). *Üniversitelerde Akademik Etik Kurulları*, <http://www.turkstudent.net/content/article/3828/universitelerde-akademik-etik-kurullari.html> (15.10.2009).
- Özbek, O. (2003). *Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Mesleki Etik İlkeleri ve Bu İlkelere Uyuma Düzeyleri*, (Yayınlanmamış Doktora Tez), Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Özgener, S. (2004). *İş Ahlakının Temelleri Yönetimsel Bir Yaklaşım*, İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Özgener, Ş. (2009). Organizasyonlarda İş Ahlakının Kurumsallaşması, <http://www.igiad.com/isahlaki/makaleler/sevkiozgener.htm> (15.10.2009).
- Özkalp, E. (2003). *Davranış Bilimlerine Giriş*, Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özlem, D. (2004). *Etik: Ahlak Felsefesi*, İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Özlem, D. (1990). *Günümüzde Felsefe Disiplinleri*, İstanbul: Ara Yayınları.
- Öztürk, N. K. (2003). *Etik ve Kamu Yönetimi*, Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar, (Ed.: Balcı), A., Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Öztürk, N. K. “Yolsuzluklarla Mücadelede İtalya’ dan Ders Alınabilir mi?”. *Amme İdare Dergisi*, Cilt: 34 Sayı:1, s.1- 13.
- Öztürk, S. A. (2005). *Hizmet Pazarlaması*, Ankara: Ekin Kitabevi.
- Payne, D. and Dimanche, F. (1996). “An Ethics Model”, *Journal of Business Ethics*, Vol: 15, Issue:9, s.997-1007
- Pehlivan, İ. (1998) “Eğitim Yöneticilerinin Etik Davranışları Üzerine Bir Araştırma”. Ankara: A.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.Prof.Dr. Ziya Bursalıoğlu’na Armağan Dergisi.
- Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş*. Çev. Veysel Atayman- Gönül Sezer, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Preuss, L. (1998). “On The Ethical Theory In Auditing”, *Managerial Auditing Journal*, Vol: 13, Number:9, s.500-514.
- Reidenbach, E. and Donald, R. (1988). “Some Initial Steps Toward The Measurement Of Ethical Evaluations Of Marketing Activities”, *Journal Of Business Ethics*, No: 7, s.871-879
- Reidenbach, E. and Donald, R. (1990). “Toward the Development of a Multidimensional Scalefor Improving Evaluations of Business Ethics”, *Journal of Business Ethics*, Vol:9,Issue:8, s.652-664.
- Sağnak, M. (2005). “Etik İklimlerin Örgütsel Temelleri”, *Çağdaş Eğitim Dergisi*, Cilt: 30, Sayı:319, s.35-40.
- Selsam, H. (1995). *Etik Yeni Değerler Ve Özgürlük*, Ankara: Yaba Yayınları.
- Shaw, H. W. and Barry, V. (1992). *Moral Issues in Business*, (Fifth Edition), Colofornia: Wadsworth Inc.

- Silah, M. (2005). *Endüstride Çalışma Psikolojisi*, Ankara: Seçkin Kitabevi.
- Snoeyenbos, M., Almeder R. and Humber, J. (1992). *Business ethics, Business Ethics*, New York: Buffalo
- Stackhouse, M., Mccann, D. and Roels, S. J. (1995). *On Moral Business*, Michigan: Eerdmans Publishing Company
- Şahin, M. (2009). “İş Ahlakı Bağlamında Çevre Kirliliği”, <http://www.haliccevre.com/isahlak.html> (15.10.2009).
- Şen, M. L. (1998). “Kamu Yönetiminde Yozlaşmanın Önlenmesinde Yönetmelik Etik Yaklaşımı”, (Basılmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İzmir.
- Şimşek, B. (1999). *Yöneticilerin Çalışanlara Karşı İş Etiğine Yönelik Değerlerin Tespit ve Analizine İlişkin Bir Çalışma*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Eskişehir.
- Tekinay, N. A. (2009). *Etik İş Kazandırır*, <http://www.Capital.Com.Tr/Haber.Asp?HbrKod=976>, (15.10.2009).
- Tepe, H. (2000). *Etik ve Meslek Etikleri*, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Tierney, E. (1997). *İş Ahlakı*, Çev: Günhan Günay, İstanbul: Rota Yayınları.
- Torlak, Ö. (2001). *Pazarlama Ahlakı*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Tosun, C., Timothy, D. J. ve Öztürk, Y. (2003) Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey, *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2&3), 133-161.
- Tsalakıs, J and Fritzsche, D.J. (1989). “Business Ethics: A Literature Review With a Focus On Marketing Ethics”, *Journal of Business Ethics*, Vol:8, Number: 9, s.695-743.
- Türk İşgücünün İş Etiğine Yaklaşımı, <http://baybul.com/kadin-diger/816628-turk-ısgucunun-etigine-yaklasimi-arastirmasinin-sonuclari-belli-oldu.html> (15.10.2009).
- Tutan, A. A. (2006). “İşletmelerde İş Etiğinin Değerlendirilmesi ve Bir Kamu Kurumunda Uygulanması”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
- Türkbağ, A. U. (2001). *Immanuel Kant'ta Özgürlük, Ahlak, Hukuk ve Devlet*, Hukuk Felsefesi Sosyolojisi Arşivi 2. Kitap, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Türkçe Sözlük. (1998)., Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Uçkun, G., Uçkun S. ve Latif H. (2004). *Turizmde Etik*, İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Uğur, A. (2009). *İş Hayatında Etik Kuralların Önemi*, <http://www.gidasanayii.com/modules.php?name=News&file=article&sid=9336> (15.10.2009).
- Ural, T. (2003). *İşletme ve Pazarlama Etiği*, Ankara: Detay Yayıncılık

- Ural, A. (2004). *Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma Sendromu*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Uras, G. (2005). “İşveren Çalışana Sahip Çıkmazsa”, Milliyet Gazetesi, http://www.kobifinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/0206/6355 16.05.2005
- Varinli, İ. (2004). “Hizmet İşletmelerinde Çalışanların Etik Olmayan Davranışlara İlişkin Değerlendirmeleri Otel İşletmelerinde Bir Uygulama”, Ege Akademik Bakış, Cilt: 4, Sayı:1-2, s.44- 54
- Velasques, M., Claire, A., Shanks, T. and Micheal, J. M. (2009). ‘Thinking Ethically: A Framework for Moral Decision Making, <http://www.scu.edu/ethics/publications/iee/v7n1/thinking.html> (15.10.2009).
- Woods, R. H. (1995). *Human Resources Management*, USA: Educational Institute of The American Hotel & Motel Association
www.world-tourism.org , (15.10.2009)

EKLER DİZİNİ

Ek 1: Anket Formu.....	98
Ek 2: Etik Kurallar Listesi.....	102
Ek 3: Turizmde Global Etik İlkeler.....	103

Ek 1: Anket Formu

Değerli katılımcılar,

Çalışma hayatında iş etiği hakkında yapılan bu anket tamamen bilimsel amaçlıdır. Verilen cevaplar herhangi bir sorumluluk getirmeyecek ve araştırma sonuçlarının yayınlanmasında işletme ve kişi adı kullanılmayacaktır. Sonuçların isabetli olması için verdiğiniz yanıtlarda samimi olmanızı rica ederiz.

Ankete katıldığınız için teşekkürler.

RAMAZAN TUNÇ

(A. KOCATEPE. ÜNİ.SOS.BİL.ENS.YÜK. LİS.ÖĞRENCİSİ)

1. Yaşınız?

18–25 26–35 36–45 45 ve üzeri

2. Cinsiyetiniz?

Bayan Erkek

3. Kaç yıldır bu sektörde çalışıyorsunuz?

0–1 2–5 6–10 10 ve üzeri

4. Öğrenim durumunuz

İlköğretim Lise ve dengi Ön Lisans Lisans Lisans Üstü

5. Mesleki ünvanınız

Müdür Şef Garson Komi Diğer...

6. Daha önce İş etiği kavramının duydunuz mu?

Evet Hayır

7. İşletmenizde etik ve iş davranışlarının yazılı yönetmenliği var mı?

Var Yok Bilmiyorum

8. Etik ve ahlak kurallarına uyulmadığı zaman bunu bildirebileceğiniz ayrı birim veya kişi var mı?

Var Yok Bilmiyorum

9. İşyerimizde oluşan olumsuz davranışlara hemen çözüm getirilir. (yolsuzluk, rüşvet, dedikodu, sadakatsizlik)

Kesinlikle katılıyorum Katılıyorum Kararsızım Katılmıyorum
 Kesinlikle katılmıyorum

10. İşletme etiği davranışları ile ilgili kaygılarımı raporlarsam yönetimde problem çıkarıcı olarak görülürüm.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

11. Kurumumuzda haklı ve adaletli bir terfi sistemi uygulanmaktadır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

12. Çalışanlar iş yerinde birbirlerine karşı dürüst ve saygılıdır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

13. İşyerinde güvenli ve sağlıklı bir iş ortamı vardır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

14. Dürüstlüğü ödüllendiren mekanizmalar sık sık kullanılır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

15. İş hayatında terfi etmenin yolu çok çalışmaktan ve tecrübeden ziyade, ince hesaplar yapmaktan ve torpilden geçer.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

16. İnsan önce kendini düşünmeli sonra başkasını düşünmelidir.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

17. Müşterilere verdiği bahşış oranında ilgi göstermek doğru bir davranıştır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

18. Oteldeki döviz işlemleri personelin para kazanması açısından iyi bir fırsattır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

19. Çalışanların zaman zaman yasal olmayan yollara başvurmaları, içinde bulunan ağır ekonomik durumlarda, nor.mal sayılabilir.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

20. İşletme yöneticileri amaca yönelik olmalıdır, amaca ulaşmak için her yol mubahtır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

21. İşletmenin çıkarları çevrenin ve doğal kaynakların korunmasından önce gelir.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

22. İşçilik maliyetlerinin aşağı çekilebilmesi adına, ihtiyaçtan daha az sayıda personel çalıştırmak doğru bir yaklaşımdır.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

23. Tüketici haklarının ihlali kalkınmakta olan ekonomilerde doğal karşılanabilir.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

24. Günümüz ağır ekonomik koşullarında rakip işletmelere yönelik haksız rekabet faaliyetleri kaçınılmaz bir durumdur.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

25. Turizm sektöründe reklâm ve tanıtma faaliyetlerinde aldatma yoluna gidilmesinde bir sakınca yoktur.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

26. Asıl amacı otelin güvenliğinin sağlanmasında kullanılan güvenlik kameraları ile zaman zaman müşterilerin izlenilmesinde bir sakınca yoktur.

() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

- 27. İşletme kamu çıkarlarını kendi çıkarlarının üstünde tutmalıdır.**
() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum
- 28. Çalışanların olumlu davranışları üst yöneticiler tarafından desteklenmektedir.**
() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum
- 29. Haksızlıkların düzeltilmesi için çaba gösterilir.**
() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum
- 30. Kurallar herkese eşit uygulanır.**
() Kesinlikle katılıyorum ()Katılıyorum ()Kararsızım () Katılmıyorum
()Kesinlikle katılmıyorum

Ek 2: Etik Kurallar Listesi (Woods, 1995:390)

- Biz törelerimizi ve etiği, iş yapmanın ayrılmaz unsurları olarak kabul ediyoruz ve dürüstlük, yasallık, adillik, cezadan muaf olma ve bilincin en yüksek standartlarının karşısındaki her kararı test edeceğimizi belirtiyoruz.
- Biz, kendimizi kişisel olarak veya topluca her zaman hizmet ve konaklama endüstrisine büyük çapta güven sağlamak için yönlendireceğiz.
- Zamanımızı, enerjimizi ve kaynaklarımızı kendi ürünümüzün ve hizmetlerimizin gelişmesine yoğunlaştıracamız ve kendi başarımızın ortaya konmasındaki rekabetimize leke sürmeyeceğiz.
- Bütün müşterilerimize ırk, din, millet ve inanç ve cinsiyetine bakmaksızın eşit davranacağız.
- Her müşterimize hizmetin ve ürünün bütün standartlarını tam bir tutarlılıkla taşıyacağız.
- Bütün çalışanlar ve müşteriler için her zaman tamamen güvenli ve hijyenik bir ortam sağlayacağız.
- Konuklar, müşteriler, işverenler, çalışanlar ve halk arasında büyük çaplı anlayış, dürüstlük ve güvenin en yüksek seviyesini elde etmek ve geliştirmek için yaptıklarımız, uygulamalarımız ve sözlerimizle sürekli çaba göstereceğiz.
- Her çalışmamıza duyurduğumuz standartlarımıza göre bu standartları gerçekleştirmede gerekli olan eğitim, araç-gereç ve motivasyon sağlayacağız.
- Her seviyedeki bütün çalışanların görevlerini gerçekleştirme ve yükselme için aynı fırsata sahip olacağını ve aynı veya benzer görevleri yapan çalışanların aynı standartla değerlendirileceğinin garantisini vereceğiz.
- Yaptığımız her şeyde doğal çevre ve doğal kaynakların korunması ve muhafaza edilmesi için bilinçli ve aktif olarak çalışacağız.
- Adil ve dürüst kar için çalışacağız! Ne fazlası ne azı için.

Ek 3: Turizmde Global Etik İlkeler

Madde 1: Turizmin Toplumlararası Karşılıklı Anlayışa Katkısı

1. Felsefi ve ahlaki değerler ile kültürel ve dini değerlerin çeşitliliğini kavramak ve bunlara saygı göstermek, sorumlu turizmin temeli ve sonucudur. Turizmin gelişmesinde etkili olan taraflar ve bizatihi turistler, ulusal azınlıklar ve yerli halk da dahil tüm insanların sosyal ve kültürel değerlerine önem vermelidir.
2. Turizm faaliyetleri, ev sahibi bölge ve ülkenin özellik ve gelenekleriyle uyum içinde, alışkanlık ve yasalarına saygı gösterilerek gerçekleştirilmelidir.
3. Ev sahibi topluluk ve yerel profesyoneller, bölgelerine gelecek turistlerin yaşam şekli, beklentileri ve damak zevklerine saygı göstermelidir.
4. Turist ve beraberindeki eşyanın güvenliğinden kamu görevlileri sorumludur. Turistin her türlü zarardan korunması için kamu görevlileri gerekli önlemleri almalıdır. Turistik tesislerin ve kültürel / doğal mirasın korunması milli yasalarla güvence altına alınmalıdır.
5. Başka yöreleri ziyaret eden turistler, her türlü suç, yanlış davranış ya da yerel halkı incitici veya küçük düşürücü davranışlardan kaçınmalıdır.
6. Turist, hangi destinasyonu ziyaret ediyorsa orayla ilgili sağlık, güvenlik başta olmak üzere asgari bilgileri edinmekle yükümlüdür.

Madde 2: Turizmin Bireysel ve Kolektif Yönleri

1. Genelde dinlenme, spor ve kültürle ilgili bir faaliyet olan turizm, bireysel ve kolektif organizasyonun bir unsuru olarak açık görüşlülükle gerçekleştirildiğinde, kendini eğitime ve toplum / kültürler arası farkları öğrenmek açısından önemli fırsattır.
2. Turizm faaliyeti insan haklarının, özellikle de çocuk, yaşlı, engelli, etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların bireysel haklarının gelişmesine katkı sağlamalıdır.
3. Hangi şekilde olursa olsun insan sömürsü, özellikle cinsel açıdan ve çocuklara uygulandığında, turizmin temel amaçlarına karşıdır. Bu turizmin bir eksikliğidir. Tüm ülkeler tarafından gerekli yasal önlemler alınarak, yasaklanmalı ve cezalandırılmalıdır.

4. Din, sağlık, eğitim, kültür, dil öğrenme amaçlı seyahatler, turizmin yararlı türleridir ve teşvik edilmelidir
5. Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel faydalarının ve getirdiği risklerin ülkelerin eğitim programlarına alınması desteklenmelidir.

Madde 3: Sürdürülebilir Gelişmenin Unsuru Olarak Turizm

1. Turizmin gelişmesinde bütün taraflar, sağlam, sürekli ve sürdürülebilir ekonomik büyüme perspektifinde doğal çvreyi korumakla yükümlüdür. İhtiyaçların giderilmesinde gelecek nesiller dikkate alınmalıdır.
2. Kaynak tasarrufu, özellikle de su ve enerji tasarrufu sağlayan ve atık azaltan yöntemlere öncelik tanıyan turizm türleri, ulusal / bölgesel / yerel kamu yetkililerince teşvik edilmelidir.
3. Okul tatilleri gibi turist akışının arttığı dönemler, turizmin çvre üzerindeki etkisini azaltacak şekilde düzenlenmelidir.
4. Turizm altyapısı ve faaliyetleri, ekosistem, bioçşitlilik ve vahşi yaşamın korunmasını sağlayacak şekilde hazırlanmalıdır.
5. Doğa turizmi ve eko turizm, turizmin gelişmesi ve zenginleşmesinde rol oynayan temel unsurlar olarak kabul edilmelidir.

Madde 4: Kültürel Mirası Kullanan ve Zenginleştiren Unsur Olarak Turizm

1. Turizm eserleri, insanoğlunun ortak mirasıdır.
2. Turizm politikası ve turizm faaliyetleri, sanatsal / arkeolojik / kültürel mirasa sayđı içinde gelecek nesiller dikkate alınarak yürütülmelidir. Müzeler, anıtlar, tarihi kalıntılar özel korumaya alınmalıdır. Özel mülke ait kültürel mirasın halka aılması, sahiplerinin izniyle, desteklenmelidir.
3. Kültürel alanların ziyaretinden elde edilen gelirin en azından bir bölümü, bu alanların korunması ve geliştirilmesi için kullanılmalıdır.
4. Turizm faaliyetleri, geleneksel kültürel ürünlerin bozulması ya da standardize edilmesi yerine, yaşaması ve gelişmesine olanak verecek şekilde programlanmalıdır.

Madde 5: lke ve Toplumların Refahını Artıran Bir Faaliyet Olarak Turizm

1. Yerel nüfus, turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarından, özellikle de turizmin yarattığı doğrudan ve dolaylı istihdamdan yararlanmalıdır.

2. Turizm politikaları, ziyaret edilen bölgedeki yaşam standardının yükseltilmesine katkıda bulunacak şekilde uygulanmalıdır. Turizm tesislerinin planlanması, mimarisi ve işletilmesi yerel ekonomik ve sosyal dokuya entegre olacak şekilde yürütülmelidir. Yetenekler eşit olduğunda, yerel işgücü tercih edilmelidir.
3. Sorunlu kıyı bölgeleri, adalar, kırsal alanlar gibi ekonomik faaliyetlerin yeterince gelişmediği bölgelerde turizm, refah yaratan bir araç olarak dikkate alınmalıdır.
4. Turizm yöneticileri, özellikle yatırımcılar, gerçekleştirecekleri projelerin çevre ve doğal yaşama etkisini inceleyen araştırmalar yapmalıdırlar. Şeffaflık ve nesnellik içinde, yapmayı planladıklarını yerel halkla paylaşmalı, projelerin olası sonuçları hakkında halkı bilgilendirmelidirler.

Madde 6: Turizmin Geliştirilmesinde Tarafların Yükümlülükleri

1. Turizm yöneticileri, turistlere gidecekleri yer, seyahat koşulları, konaklama tesisi hakkında gerçekçi bilgiler sağlamakla yükümlüdür. Kontratta taahhüt edilen doğa, fiyat ve hizmet kalitesiyle ilgili herhangi bir ihlal durumunda, ödenecek tazminatla ilgili açık ve anlaşılır hükümler bulunmalıdır.
2. Turizm yöneticileri, kamu görevlileriyle işbirliği yaparak, turistlerin güvenliği ve sağlığını güvence altına almakla yükümlüdür. Bu amaçla bir sigorta ve acil yardım sistemi kurulmasına ihtiyaç vardır. Bu konulardaki eksiklikler maddi tazminat ödenmesini gerektirir.
3. Turizm yöneticileri, turistlerin kültürel ve dini vecibelerini yerini getirmesine yardımcı olmalıdırlar.
4. Turist gönderen ve ağırlayan ülkelerin kamu görevlileri, turizm yöneticileri ve onların üye oldukları organizasyonlarla işbirliği içinde, tur düzenleyen firmanın iflası durumunda turistlerin ülkelerine dönmelerini sağlamalıdır.
5. Hükümetler, vatandaşlarını dünyanın değişik bölgelerinde meydana gelen olaylar hakkında bilgilendirmek, uyarmak hakkına / görevine sahiptir. Ancak bu bilgilendirme önyargı ve abartmadan uzak olmalı, destinasyon ülkelerine ya da kendi tur operatörlerine zarar verecek nitelik taşımamalıdır. Seyahat danışmanları ilgili ülkenin yetkilileriyle görüşerek, (varsa) tehlikenin gerçek

boyutları hakkında uyarılarda bulunmalı veya normal şartlara dönüldüğü açıklanmalıdır.

6. Basın, özellikle de turizm basını, dünyadaki turizm hareketlerini değiştirecek olaylar hakkında doğru ve dengeli bilgi vermelidir. Sürekli gelişen iletişim teknolojisi ve elektronik ticaret de, bu doğruluk ve güvenilirlik ilkesine sadık olmalıdır.

Madde 7: Turizme Katılma Hakkı

1. Dünyanın sahip olduğu değerler, tüm insanlara açıktır. Yerel ve uluslararası turizm hareketine katılmak boş zaman değerlendirmesinin en iyi şekli olarak görülmeli ve her türlü engelleyici unsur ortadan kaldırılmalıdır.
2. Turizm hareketine katılmak, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde belirtilen dinlenme, çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli izin hakkının bir sonucu olarak değerlendirilmelidir.
3. Sosyal turizm, özellikle de gruplar halinde yapılan turizm, kamu görevlilerinin desteğiyle geliştirilmelidir.
4. Aile, gençlik, öğrenci, 3. yaş ve özürülülerin turizm hareketine katılımı kolaylaştırılmalı ve teşvik edilmelidir.

Madde 8: Turizm Hareketinde Özgürlük

1. Turist, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi uyarınca kendi ülkelerinde ya da ülkelerarası seyahat etme özgürlüğüne sahiptir. Transit geçiş, konaklama ve kültürel alanları ziyaret sırasında gereksiz formalite ve farklı muamele görmemeleri gerekir.
2. Turist, yerel ya da uluslararası iletişim kurma, idari, adli, sağlık hizmetlerinden yararlanma, diplomatik kurallar gereği kendi ülkesinin dış temsilcilikleriyle bağlantı kurma haklarına sahiptir.
3. Turiste, ziyaret ettiği ülkede, kendisiyle ilgili özel bilgilerin gizliliği konusunda güvence verilmelidir.
4. Sınır geçişlerinde uygulanan vize, sağlık, gümrük işlemleri, uluslararası anlaşmalar dikkate alınarak mümkün olduğunca basitleştirilmeli; bu konuda ülkeler arasında ortak bir yöntem geliştirilmelidir. Turizm, sektördeki rekabeti baltalayan vergi ve harçlardan arındırılmalıdır.

5. Turist, uluslararası konvertibiliteye sahip para birimini kullanma hakkına sahip olmalıdır.

Madde 9: Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları

1. Turizm sektöründe ücretli veya kendi adına çalışanların temel hakları, sektörün mevsimsel, esnek ve uluslararası olma özellikleri de dikkate alınarak, yerel ve ulusal yönetim birimlerinin gözetiminde garanti altına alınmalıdır.
2. Turizmde ücretli ve kendi adına çalışanlar, eğitim, sosyal güvenlik, iş güvencesi, yaşam koşullarını iyileştirme gibi haklara sahip olmalıdır.
3. Gerekli yetenek ve donanıma sahip kişiler, ulusal yasal çerçevede dahilinde profesyonel anlamda turizmde faaliyet gösterme hakkına sahiptirler. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin sektöre girişinde yasal ve idari sınırlamalar asgariye indirilmelidir.
4. Turizmde çalışanlar arasında bilgi / deneyim alışverişi, sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası yasa ve anlaşmalarla söz konusu alışveriş kolaylaştırılmalı ve yaygınlaştırılmalıdır.
5. Turizmde faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerin sektörü kontrol etmesi önlenmeli, bu şirketlerin bölgesel turizmin kalkınmasına yönelik yatırımlara yönelmeleri sağlanmalıdır.
6. Turist gönderen ve alan ülkelerde faaliyet gösteren firmaların ortaklıkları veya dengeli ilişkileri, sektörün sürdürülebilir gelişimine ve kazancın hakça dağılımına önemli katkı sağlamaktadır.

Madde 10: Turizmde Global Etik İlkelerin Uygulanması

1. Etik ilkelerin uygulanmasında kamu ve özel sektör işbirliği içinde olmalıdır.
2. Turizm sektöründeki tüm taraflar, turizmin geliştirilmesi, insan hakları, çevre, sağlık gibi konularda, uluslararası hukukun prensipleri dahilinde, başta Dünya Turizm Örgütü olmak üzere, uluslararası örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarını tanımaları ve izlemeleri gerekir.
3. Aynı taraflar, Turizmde Global Etik İlkelerin yorumlanması ve uygulanmasında ortaya çıkacak sorunların giderilmesinde bağımsız bir organ olan Turizmde Etik İlkeler Dünya Komitesi'ni tanımalıdır.

ÖZGEÇMİŞ

RAMAZAN TUNÇ
İŞLETME ANABİLİM DALI
Yüksek Lisans

Kişisel Bilgiler

Doğum Yeri ve Yılı : Antalya, 25 Kasım 1982

Eğitim

Lisans: 2005 Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
(İİBF) İşletme Bölümü

Lise: 2001 Özel Fatih Sultan Lisesi, Sayısal bölüm

İş/İstihdam

2009- Müfettiş Yardımcısı. Sağlık Bakanlığı Teftiş Kurulu

Yabancı Dil

İngilizce, KPDS - 2009 Mayıs: 63