

**TURİZM İŞLETMELERİNİN İŞ ETİĞİNE YÖNELİK  
UYGULAMALARININ ÇALIŞMA YERİ TERCİHİNDEKİ  
ÖNEMİ: TURİZM ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR  
ARAŞTIRMA**

**THE IMPORTANCE OF PRACTICES REGARDING  
BUSINESS ETHICS OF TOURISM ENTERPRISES ON  
WORKPLACE CHOICE: A STUDY ON TOURISM  
STUDENT**

**Yrd.Doç.Dr. Elbeyi PELİT<sup>1</sup>  
Dr.Yalçın ARSLANTÜRK<sup>2</sup>**

**ÖZET**

*Bu araştırmanın amacı, turizm sektöründeki işletmelerin iş etiğine ilişkin uygulamalarının, üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin çalışacakları işletme tercihlerindeki önem derecesini belirleyebilmektir. Bu kapsamda, Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi programlarına kayıtlı 1088 öğrenciye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler, frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma, faktör analizi, bağımsız örneklem için t testi, ANOVA, ve Tukey testleri kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, işletmelerin iş etiğine ilişkin uygulamalarının, öğrencilerin çalışmak için tercih edecekleri işletmeleri seçmede çok/tamamen önemli olduğu ve bu önem düzeyinin, öğrencilerin, cinsiyetleri, sektör tecrübelerinin olup olmama durumu ve devam etmekte oldukları sınıflara göre de farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.*

**ABSTRACT**

*This study sets out to examine the importance of the ethical consideration given by tourism establishments and the students’ perception of the consideration over the choice of workplace. As a means of data collection, questionnaire method was employed and it was administered to 1088 students at university level and receiving tourism education. Data collected were analyzed through frequency, percentage, arithmetic average, standart deviation, factor analysis, t-test, ANOVA and Tukey. The results of the study suggest that ethical applications do matter in the students’ choice of work place and this differs by age, gender, employment experience and their grades.*

Etik, iş etiği, turizm işletmeleri, turizm öğrencileri.

Ethics, business ethics, tourism business, tourism student.

<sup>1</sup> Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

## 1. GİRİŞ

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerinde, etik kuralların uygulanması ve çalışanlar arasında kabul görebilmesinin en önemli önemli etmenlerinden biri, neyin doğru neyin yanlış olduğuna ilişkin kuralların yöneticiler tarafından çalışanlara açıklanması ve uygulanmasıdır (Stevens ve Fleckenstein, 1999). Fakat yapılan araştırmalar, sektördeki yöneticilerin, genelde bir problemin çözümünde olayın etik yönlerini dikkate almadıklarını ortaya koymuştur (Whitney, 1990). Konuyla ilgili olarak yapılan bir araştırmada, turizm işletme türleri içerisinde önemli işletme türü olan otellerin, yazılı etik standartlarına sahip olmadığı, etik standartların otel çalışanlarınca net anlaşılmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Jazsay, 2002). Kwansa ve Farrar (1992)'ın yaptıkları bir araştırmada, etik uygulamalar için eğitim ve etik kodların üzerinde yoğunlaşan çalışmalara rastlanmasına rağmen, hizmet sektöründe etik eğitimine yeteri kadar önem verilmediği gözlenmiştir. Fennell ve Malloy (1999), turizm işletmelerinin etik ikilemleri aşmada kullandıkları görecelik, hakkaniyet ve deontolojiyi içeren değişik yönelimlerden faydalandıklarının üzerinde durmakla birlikte, endüstriye has bazı değişkenlerin, diğer birçok konuda olduğu gibi etik uygulamalarda da diğer endüstrilere göre farklılık oluşturduğunu ve bunun da olumsuz etikler ortaya çıkardığını vurgulamaktadırlar. Özellikle turizme özgü yüksek personel devri hızı bu kapsamda değerlendirilebilir. Bu doğrultuda, turizm işletmelerinde oluşturulan etik kodların ve bu konuya ilişkin uygulamaların içeriği önemli bir husus olarak ele alınabilir (Pearson, 1995). Diğer taraftan, iş ve çalışma hayatındaki değişim ve gelişmeler, çalışma koşulları, iş yeri iletişimi vb. konular gerek kişisel düzeyde insanların iş seçimlerinde, gerekse toplumsal düzeydeki ilişki biçimlerinde önemli etkilere sahiptir. Bu yüzden çalışma hayatı ile ilgili araştırmalar toplum ve sosyal hayatta önemli bir yer tutmaktadır (Uçkun vd., 2004).

İnsanın yaşamında vereceği kararların en önemlilerinden biri de çeşitli faktörler itibarı ile seçeceği iş yaşamındaki mesleki karardır. Söz konusu bu karar verme zamanı, genellikle bireyin en kritik dönemlerine rastlamaktadır. Genel olarak, insanın tüm yaşamını etkileyecek bir kararı özellikle gençlik çağında vermek durumunda kalması ise yanılma endişesini de ortaya çıkarabilmektedir. Buna ek olarak, insanın, tüm yaşamını etkileyecek söz konusu bu seçimi, son anda üzerinde yeterince düşünmeden ve seçenekleri iyice araştırmadan yapması, belki de hayatı boyunca yapacağı yanlışların temelini oluşturacak ve bu durumda, kişinin ileride mensubu olacağı işletme ve/veya mesleğine karşı geliştireceği tutuma da olumsuz yansıtacaktır. Bu bakımdan bir mesleği seçerken özellikle bu seçimde etkili olan faktörlerin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Bu faktörlerin başında, okul, kendini geliştirme, ailenin tutumu, kişilik ve sosyal çevre önemli yer tutmakla birlikte (Telman, 2000), özellikle çalışmak için düşünülen işletmenin maddi ve diğer olanakları etkili olabilmektedir. İşletmeye ilişkin bu olanaklar içerisinde, çalışılacak pozisyon, sosyal olanaklar, sosyal güvenlik olanakları vb. gibi faktörler önemli ölçüde etkili olmakla birlikte, özellikle işletmenin gerek yönetim yapısı ve bu kapsamında çalışanlarına karşı tutumlarında, gerekse gerçekleştirdiği faaliyetlerdeki etik ölçütleri

dikkate alıp almaması da kişi açısından oldukça önemli olabilmektedir. Söz konusu bu faktörler kişi için, o işletmeyi tercih noktasında etkili olabilecek faktörlerdendir. Bu çalışmada, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan ve ileride turizm işletmelerinde çalışması muhtemel olan kişilerin, iş etiği değerlerine yönelik uygulamaların, çalışılacak işletme tercihinde kendileri açısından ne kadar önemli olduğuna ilişkin Türkiye'nin çeşitli üniversitelerinde lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan 1088 öğrenci üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiş, sonuçlar araştırmanın amacına uygun analiz edilerek yorumlanmış ve konuyla ilgili öneriler geliştirilmiştir. Çalışmada, söz konusu araştırma sonuçları sunulmadan önce, konuyla ilgili kavramsal çerçeve ve araştırma hipotezlerine yer verilmiştir.

## 2. İŞ ETİĞİ KAVRAMI VE İŞLETMELER AÇISINDAN ÖNEMİ

Genel olarak etik kavramı; yarar, iyi, kötü, doğru ve yanlış gibi kavramları inceleyen, bireysel ve grupsal davranış ilişkilerinde neyin iyi neyin kötü olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler, kurallar ve standartlar sistemi olarak tanımlanmaktadır (Hatcher, 2004). Bu çerçevede, iş etiği de genel etik kurallarının iş hayatına uyarlanması şeklinde ifade edilmektedir (Frederick vd., 1988). Diğer taraftan McNamara (2005), iş etiğini, iş yerinde doğru ve yanlış olanı ayırt ederek, doğru olanı yapmak üzere oluşturulan kurallar ve ilkeler bütünü olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Ferrel ve Fraedrich (1991), iş etiğinin iş dünyasındaki davranışlara rehberlik eden ahlaki ilkeler ve standartları içermesi gerektiğinin üzerinde durmaktadırlar. Etik değerler, doğru davranış standartlarını çağrıştırmaktadır. Fakat hangi davranışın ya da değerlerin etik olduğu noktasında bir uyumu gerçekleştirmek çoğu zaman güç olmaktadır (Hartley, 1993:3). Organizasyonlarda çoğu zaman etik değerler ile kurallar arasında benzerlik kurulmaya çalışılır. Kabul edilen değerler yasalara uygun ise etik olduğu noktasında da bireyler arasında uzlaşma olmaktadır. Etik değerler öncelikle, bireyler arasında var olan ilişkilerdeki “dürüstlük” ya da “adalet” olgularına dayanmaktadır. Etik değerlerin düzgün bir şekilde uygulanması da bu değerlerin hayata geçirilmesi ile mümkündür. Bu noktada, herhangi bir organizasyonda da bu değerlerin tüm karar süreçlerinde etkili olabilmesi için; üst düzey yöneticiler, insan kaynakları yöneticileri ve organizasyondaki tüm çalışanlar karar ve hareketlerinde bu etik değerleri göz önünde bulundurmalıdır (Howard ve Wilson, 1982).

21. yüzyıl organizasyonlarında iş etiği konusu önemli bir öncelik olarak değerlendirilmektedir. İş etiği kavramının işletmeler açısından böylesine önemli bir konu olarak değerlendirilmesinde şüphesiz birçok faktörün etkisi olmuştur. Son yıllarda organizasyonları büyük ölçüde etkileyen ve skandal boyutunda değerlendirilen iş yaşamında hile ve aldatmaca içeren bazı olaylar iş etiğinin ve ortak sorumluluk bilincinin yerleşmesini gerekli kılmıştır (Ferrell ve Friedrich, 2005:4). İşletmelerde karşılaşılan etik konularını; müşteriler, işverenler, hissedarlar, toplum ve işgörenlere yönelik etik değerler şeklinde sınıflandıran Travino ve Nelson (2004:195-199),

özellikle çalışanlarına güvenli bir iş ortamı sağlamış, haklı nedenler olmaksızın çalışanlarının işine son vermemiş işletmelerin başarılı ve sektöründe önemli bir konuma gelmiş olarak değerlendirildiğine vurgu yapmaktadırlar. Diğer taraftan Pardue (2002), özellikle etik davranışın organizasyonun bütününe nüfuz etmesi gerektiğini belirtmekte ve etik değerlere tüm insan kaynakları uygulamalarında yer verilmesinin gerekliliği üzerinde durmaktadır. Çünkü işletmelerde etik sorunlar insan kaynakları yönetimi ile ilgili konularda sıkça ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda organizasyonlar, çalışanların güvenini ve istikrarını garanti altına alabilmek için yönetim felsefesi, tarz ve temel değerler sistemini gözden geçirmek durumundadır (Bratton ve Gold, 2000:26). Nitekim konuyla ilgili olarak Koonmee vd. (2010), son yıllarda, işletmelerin başarısı ve bu doğrultuda sürdürülebilirliğinde etik ilkelerin önemli rolü olduğunun üzerinde durmaktadır.

### 3. İŞLETMELERDE İŞ ETİĞİNE İLİŞKİN SORUN VE TUTUMLAR

Toplumların firmaların saygınlığı ile ilgili hassasiyet, etik konuların ve denetimlerin gerekliliğini ortaya koymuştur (Demir, 2010:7). Özellikle küresel çapta faaliyette bulunan işletmeler, ilişki içerisinde oldukları diğer işletmelerden etik konusunda güvence isteme ihtiyacı duymaya başlamıştır. Bu talebi karşılamak üzere ISO (International Standards Organization) serisinin devamı olarak Social Accountability 8000 (SA 8000) standartları geliştirilmiştir. Bu standartlar Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komisyonu ve İnsan Hakları Bildirgesi çerçevesinde hazırlanmıştır. SA 8000; çocuk işçi, zorla çalıştırma, işyerinde sağlık ve güvenlik, örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkı, ayrımcılık, disiplin uygulamaları, çalışma saatleri ve ücretlendirme konularındaki sorunlara düzenlemeler getirmektedir (Aşçıgil, 2001:19).

İşletmelerde etik sorunlar, insan kaynakları yönetimi ile ilgili konularda da sıkça ortaya çıkmaktadır. Örneğin; eşit çalışma olanakları, şirketin eleman seçme kararlarında adil ve dürüstçe uygulanıyor mu? Bir grup içindeki bir birime ikramiye vererek diğer birimleri göz ardı etmek etik midir? Terfi ve ödüllendirme sistemlerinin tek bir yetkilinin tekelinde bırakılması doğru bir uygulama mıdır? Yıllardır yapılan çalışan anketlerinden elde edilen bilgiler gösteriyor ki; çalışanların büyük çoğunluğu bir organizasyondaki statüleri ve maaşları ile performans değerleri arasında bir ilişki göremiyor (Bratton ve Gold, 2000: 25-27). Diğer taraftan, insan kaynakları yönetimi açısından organizasyon içinde etik değerlerin oluşmasını ve yerleşmesini sağlayacak bir dizi önlemden söz edilebilir. Söz konusu bu önlemleri genel başlıklar halinde şu şekilde belirtmek olasıdır (Barutçugil, 2004:225-226):

- Öncelikle eleman seçme ve yerleştirme sürecinde adayların etik değerlere bağlılığını değerlendirmelidir. Başvuru, mülakat, referans değerlendirme aşamalarında adayın etik değerlerinin neler

olduğuna ve kurum kültürüne uyum sağlayıp sağlayamayacağına bakılmalıdır,

- Kariyer planlamasında belirli basamaklara ulaşmanın ön koşulu olarak etik değerlere bağlılık ve kanıtlanmış etik davranışlar görülmelidir. Bu kriter, tüm çalışanlar tarafından açıkça bilinmelidir,
- Eğitim ve geliştirme etkinliklerinde etik değerler sürekli vurgulanmalıdır. Bilgi ve beceri eğitimlerinin yanı sıra etik değerleri öne çıkaran tutum geliştirme eğitimlerine de yer verilmelidir,
- Organizasyon içinde her türlü iletişim araçları ile çalışanlara etik kurallara uygun davranmanın, açıklık ve dürüstlüğü yararlarını vurgulayan mesajlar verilmelidir.
- İnsan Kaynakları Yönetimi de işe alma, terfi, ödüllendirme, ücretlendirme, performans ölçme, eğitim gibi kararlarında ve uygulamalarında etik kurallara uygun davranmalıdır.
- Tüm yöneticilerin ve çalışanların özel hayatlarına, kişisel haklarına, özgürlüklerine, kişiliklerine saygılı davranmalıdır. Bu anlayışı tüm organizasyon çapında yerleştirmelidir.
- Organizasyonda etik olmayan davranışların belirlenmesi, nedenlerinin ortaya çıkarılması, sorumlularının bulunması ve neden olduğu sorunlarla ilgilenilmesi konusunda sorumluluk üstlenilmelidir.
- Performans yönetimi sürecinde, hedeflerin, performans standartlarının, yetkinliklerin ve değerlendirme kriterlerinin etik değerler içermesini sağlamalıdır.

İşletmelerde etik değerleri oluşturup uygulamanın birçok yararının olduğuna inanılmasına rağmen, bazı yöneticiler toplumun sorumlu bir üyesi olarak sadece bazı davranışlarında etik davranma kararı alabilmektedir ve böylece bütüncül bir yaklaşımdan uzak kalabilmektedirler (Joseph, 2000). Oysaki konuya bütüncül bir bakış açısıyla yaklaşmak işletmelerin devamlılığına da katkı sağlayacaktır. Özellikle bu durum, faaliyetlerinin büyük bir bölümünün insan emeğine dayalı olduğu hizmet işletmelerinde daha da önemlidir. Çünkü bu tür işletmelerde diğer üretim işletmelerine oranla daha fazla işgören çalıştığından söz konusu bu işgörenlerin yazılı olmayan bazı haklarının teslimi, işgörenin gerek gerçekleştirdiği işe, gerekse işletmeye karşı geliştirdiği tutuma etki edecektir. Nitekim, turizm işletmelerinde etik kuralların yerine getirilmesinin, çalışanların iş doyumunu ve verimliliklerini olumlu etkilediği ve bunun sonucunda da müşteri tatmininde olumlu sonuçlar ortaya çıkardığı konuyla ilgili gerçekleştirilen çalışmalarda (Singhapakdi vd., 1996; Fleckenstein ve Huebsch, 1999; Schwepker, 2001; Stevens, 2001; Weeden, 2001; Goodwin ve Francis, 2001; Macbeth, 2005; Töre, 2006; Lansing ve Vries, 2007; Hudson, 2007; Kampaxi, 2008) üzerinde durulan hususlardandır. Diğer taraftan ilgili literatürde; turizm sektöründeki yöneticilerin genelde bir problemin etik yönlerini dikkate almadıklarını ortaya koyan çalışma sonuçlarına da

rastlanmaktadır (Whitney, 1990). Konuyla ilgili olarak otel işletmelerinde gerçekleştirilen bir çalışmada, ilgili işletmelerin yazılı etik standartlarına sahip olmadığı, etik standartların otel çalışanlarınca net anlaşılmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Jazsay, 2002). Kwansa ve Farrar (1992)'ın yaptıkları bir araştırmada ise, etik uygulamalar için eğitim ve etik kodların üzerinde yoğunlaşan çalışmalara rastlanmasına rağmen, hizmet sektöründe etik eğitime yeteri kadar önem verilmediği gözlenmiştir.

Pearson (1995), turizm sektöründeki işgörenlerin yüksek orandaki işsizlik nedeniyle güçsüzleştiğine ve işgörenlerin değersiz bir takım kişiler gibi görüldüğüne, sendikal haklarının göz ardı edildiğine, iş akitlerinin tek taraflı olarak düzenlendiğine vurgu yapmaktadır. Bu durum turizm çalışanlarını önemli ölçüde olumsuz etkilemektedir. Bunun yanında oluşturulan etik kodların ve bu konuya ilişkin uygulamaların içeriği de önemlidir. Pearson (1995), gerçekten uygulanan etik kodlar oluşturmuş işletmelerle, oluşturduğu etik kuralları bir vitrin süsü gibi sergileyen işletmeleri ve bunu bir pazarlama avantajı sağlama olayı için ortaya koyan işletmeleri ayırmaktadır (1995:27). Öte yandan, iş hayatında sosyal sorumluluk sahibi ve etik değerlere bağlı bir şekilde hareket etmek günlük faaliyetlerin başarısını ve etkinliğini de artıracaktır. Bu bağlamda, çalışanlar arasında yüksek bağlılık, yatırımcıların yatırım yapmada daha istekli davranması ve müşteri memnuniyetinin artması gibi hususlar işletmenin finansal performansının artmasına da katkı sağlayacaktır.

İş dünyasındaki gelişmeler günümüz işletmelerini; topluma olan sorumlulukları ile ekonomik performans stratejilerini birlikte oluşturmaya zorlamaktadır (Hosmer, 1994). Öte yandan çoğu yönetici sosyal çevredeki bu gelişmeleri göremediği için işletme stratejisi ile toplumsal (sosyal) sorumluluğu birleştirmenin tehlikeli bir yaklaşım olacağından endişelenmektedir (Ay ve Erçen, 2005). Oysaki gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerde etik hassasiyet gösteren ve bu doğrultuda sorumluluk üstlenen işletmeler, gerek içerisinde bulunduğu toplum ve bireyler tarafından, gerekse çalışanlarının sadakati bakımından avantaj sağlamış olacaktır (Ertuğrul, 2008; Sayılı vd., 2009). Bu durum, özellikle işletmeyi kariyer alanı olarak seçecek kişilerin, işletmeyi tercih etmedeki tutumlarına da yansıtacağı muhtemeldir. Bahsedilen bu değerlere önem veren bir işletmenin doğal olarak toplum nezdindeki imajı ve genel kabul görülürlüğü yüksek olacaktır. Bu durum da o işletmeye karşı olan ilgiyi diğer alanlarda (o işletmenin ürünlerinin tercihi, ağızdan ağza reklam vb.) olduğu gibi çalışmak için tercih etmede de kişilerin (iş arayanların) öncelik sırasına yerleştirecek etkenlerden olacaktır.

#### 4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLER

Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilen çalışmalarda (Pavesic ve Brymer, 1990; Pizam, 1999; Kuşluyan ve Kuşluyan, 2000; Boella, 2000; Kozak ve Kızılırmak, 2001; Jenkins, 2001; Baum, 2002; Brien, 2004; Aksu ve Köksal, 2005; Barron vd., 2007; Ehtiyar ve

Üngören, 2008; Richardson, 2009), öğrencilerin turizm sektöründe çeşitli nedenlerden dolayı (düzensiz çalışma saatleri, ücret yetersizliği, çalışma koşulları, sosyal haklar vb.) kariyer yapmaya pek de olumlu bakmadıkları ve bu olumsuzluk özellikle öğrencilerin devam etmekte oldukları sınıflar ilerledikçe ve buna bağlı olarak sektörde deneyim kazanıldıkça artmakta olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu husus, turizm eğitimi alan ve mezuniyet aşamasına gelmiş öğrencileri doğal olarak çalışmak için başka alanlara yönelten etkenlerden olmaktadır (Airey ve Frontistis, 1997; Rimmington, 1999). Özellikle sektördeki işletmelerin, yönetim anlayışlarından kaynaklanan etik sorunlar da söz konusu bu işletmeleri tercih edecek kişiler tarafından izlenmekte ve çalışma yeri tercihinde etkili olabilmektedir.

Etik ve ilgili olduğu tüm konular çalışanları yakından ilgilendirdiği gibi özellikle çalışmak için ilgili işletmeyi tercih edecek kişilerin de yoğunlaştığı konular arasındadır. Çünkü, güvenli bir çalışma ortamının oluşturulması ve bunun sürekliliğinin sağlanması, işletmedeki ayrımcılık, taciz, iş kazası, ast üst arasındaki iletişim biçimi, adil ücret sistemi vb. gibi konular bu işletmede çalışan veya çalışacak tüm kişilerin ilgilendiği konular arasındadır ki, etik ilke ve uygulamalar nihayetinde bu hususları da içermektedir. Nitekim çalışanlara sağlanan olanaklar, ayrımcılık konusundaki uygulamalar, toplumsal ve çevresel duyarlılık gibi konular işletmelerin çalışılacak yer seçiminde muhtemel personel olarak öğrenciler tarafından takip edilen alanlar olarak ön plana çıkmaktadır. Sektörde faaliyette bulunan işletmelerin, alanında eğitim görmüş ve kalifiye kişilerle çalışmak istiyorsa doğal olarak belirtilen bu hususları dikkate almak durumundadır. Çünkü kalifiye personel doğal olarak çalışacağı işletmede bir takım olanakların bulunmasını talep edebilmektedir. Özellikle alanıyla ilgili yeterli bilgi ve birikime sahip ve kendine güvenen personel adayı, işletmedeki çalışma alanıyla ilgili olarak yukarıda belirtilen olanakların mevcut durumu veya sağlanması hakkında işletmeye başvuru sırasında belirli koşullar ileri sürebilecektir.

Öğrenciler açısından çalışılacak işletme tercihinde, yukarıda belirtilen faktörlere ilave olarak etkili olabilecek birçok faktörden (ücret, terfi olanakları, sosyal imkanlar vb) söz etmek olası olmakla birlikte (Pelit, 2008), bu çalışma sadece işletmelerin etik uygulamaları çerçevesindeki faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu doğrultuda bu araştırma ile turizm eğitimi alan öğrencilerin ileride çalışılacak işletme tercihinde, turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarının önemli olup/olmadığının öğrenci görüşleri doğrultusunda belirlenmesi amaçlanmaktadır. **Bu amaç doğrultusunda araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:**

**H1<sub>0</sub>:** *Turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamaları, öğrencilerin turizm işletmelerini tercihlerinde önemli değildir.*

**H2<sub>0</sub>:** *Turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarının öğrencilerin turizm işletmelerini tercihindeki önem düzeyi öğrencilerin cinsiyetlerine göre önemli bir farklılık göstermemektedir.*

**H3<sub>0</sub>:** *Turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarının öğrencilerin turizm işletmelerini tercihindeki önem düzeyi öğrencilerin sektör tecrübesine göre önemli bir farklılık göstermemektedir.*

**H4<sub>0</sub>:** *Turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarının öğrencilerin turizm işletmelerini tercihindeki önem düzeyi öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflara göre önemli bir farklılık göstermemektedir.*

## 5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

### 5.1. Verilerin Toplanması, Evren ve Örneklem

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmış olup, konuyla ilgili olarak hazırlanan anket, lisans düzeyinde Türkiye’de turizm eğitimi verilmekte olan programlarda okuyan öğrencilere uygulanmıştır. Araştırmanın evreninin geniş olması, örneklem üzerinden çalışılmasını gerekli kılmıştır. Araştırmada; evren hacminin büyüklüğü ( $N > 10.000$  veya  $N < 10.000$ ), değişkenlerin türü (nitel veya nicel) ve güven düzeyinin  $(1-\alpha)$  göz önünde bulundurulup bulundurulmayacağı gibi belirleyiciler dikkate alınarak örneklem belirlemede Özdamar, (2001)’in;

önerdiği  $n = \sigma^2 \cdot Z_{\alpha}^2 / H^2$  formülünden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda, Türkiye’de lisans düzeyinde eğitim verilmekte olan bölümlerde toplam öğrenci sayısı 35942 olup (ÖSYM, 2009), bu sayı üzerinden yukarıda verilen formül doğrultusunda örneklem alınma yoluna gidilmiştir. Araştırmada küme ve tesadüfi örneklem yöntemleri kullanılarak veriler toplanmıştır. Bu doğrultuda Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi verilen programların bulunduğu bölgelerdeki okullar (en az bir okul olmak üzere) küme olarak ele alınmıştır. Söz konusu bu kümeler belirlenirken özellikle Türkiye’nin coğrafi bölgelerinde turizm alanında eğitim verilen okul sayıları esas alınmış ve bölgelerdeki okul sayısına bağlı olarak bazı kümelerden birden fazla okul araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Bu bilgiler dikkate alınarak bu araştırmada, evren ve örneklem ortalaması arasında izin verilebilir hata değeri (H)  $\pm 0.10$  olarak alınmış ve yapılan analizler, anlamlılık düzeyi ( $\alpha$ ) 0.05 alınarak değerlendirilmiştir. Formüldeki parametrelerden standart sapma “ $\sigma$ ” değeri ise; lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan (Afyon Kocatepe Üniversitesi) 55 öğrenci üzerinde yapılan ön uygulama sonucu belirlenmiştir. Buna göre örneklem büyüklüğü; ve  $\sigma=1$ ;  $H=0.10$  ve  $\alpha=0.05$  anlamlılık düzeyine karşılık gelen teorik değer  $z_{0.05}=1.96$  olarak alınmış ve yukarıda verilen formül aracılığı ile minimum örneklem genişliği;  $n=384$  olarak hesap edilmiştir.

Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmada; hata payı, güvenilirlik düzeyi ve geri dönmeyecek yada eksik kodlama vb. gibi değerlendirmeye alınmayacak derecede eksik ve hatalı veriler içeren anketlerin olabileceği ve aynı zamanda araştırmacıların hedef kitleye ulaşma olanakları da dikkate alınarak, örneklemin daha üst düzeyde evreni temsil edebilmesini sağlayabilmek için sınır değeri olan 384 sayısının üzerine çıkılmıştır. Bu doğrultuda, küme olarak belirlenen ve turizm alanında lisans düzeyinde



eğitim vermekte olan 10 okul içerisinde (Afyon Kocatepe Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Düzce Üniversitesi, , Dokuz Eylül Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Gaziosman Paşa Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Nevşehir Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi) tesadüf olarak seçilen toplam 1100 öğrenciye anket uygulanmış, fakat yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı (eksik kodlama vb.) 1088 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada anket uygulanan öğrencilerin %42'si (n=457) kadın ve %58'i (n=631) erkek olup, %72.1'i (n=784) daha önce herhangi bir turizm işletmesinde çalışmış ve % 27,9'u ise (n=304) çalışmamıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %37'4'ü birinci sınıfta, %27.3'ü ikinci sınıfta, %14.9'u üçüncü sınıfta ve %20.4'ü ise dördüncü sınıfta okumaktadırlar.

Örneklem gruba uygulanan ankette, işletmelerin iş etiğiyle ilgili olarak uygulamalarının öğrencilerin söz konusu işletmeleri tercih etmelerinde ne kadar önemli olduğu sorgulanmıştır. Anket, daha önce konuyla ilgili yapılmış çalışmalardan (Beltrami vd., 1984; Whitney, 1989; Enghagen, 1990; Galbraith ve Stephenson, 1993; Cleek ve Leonard, 1998; Stevens ve Fleckenstein, 1999; Yüksel ve Tunç, 2001; Cohen vd., 2001; Sökmen ve Boylu, 2001; Bradburn, 2001; Kozak ve Karakaş, 2002; Sarıışık vd., 200; Pelit ve Güçer, 2007). yararlanmak suretiyle oluşturulmuş ve ayrıca anketin oluşturulma sürecinde konuyla ilgili çalışma yapmış akademisyen görüşlerine de başvurulmuştur. Buna ilave olarak ilgili anketin hedef kitleye uygulanmadan önce özellikle anlaşılabilirlik açısından bir grup turizm öğrencisine de (Afyon Kocatepe Üniversiteası Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda okuyan 55 öğrenci) uygulanmış olup, anketin anlaşılabilirliği konusundaki tereddütler de giderilmiştir. İlgili ankette, işletmelerdeki iş etiği uygulamalarının öğrencilerin söz konusu işletmeyi seçmelerinde/tercihlerinde önemli olup olmadığı sorgulanmıştır. Toplam 25 madde içeren anketteki ifadeler beşli Likert tipi ölçek ile derecelendirilmiştir.

## 5.2. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde, faktör, yüzde, frekans, bağımsız örneklemler için t testi, tek faktörlü varyans analizi (Anova) ve Tukey testi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, araştırmadan elde edilen anket sonuçları öncelikle faktör analizine tabi tutulmuş ve kullanılan ankete ilişkin güvenilirlik analizi de yapılmıştır (Tablo 1). Araştırmanın hipotezlerinin testinde, yüzde frekans, bağımsız örneklemler için t testi ve tek faktörlü varyans analizi (ANOVA) uygulanarak sonuçlar araştırmanın amacı doğrultusunda yorumlanarak öneriler geliştirilmiştir. Varyans analizi sonucunda farklılık bulunan grupların ikili karşılaştırılmasında çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Verilerin analizinde kullanılan söz konusu bu parametrik testler, verilerin parametrik test koşulları olan; örnekleme oluşturan birimlerin evrenden yansız olarak seçilmesi, örneklem büyüklüğünün 10'dan az olmaması, varyansların homojen olması, verilerin nicel özellik taşıması ve normal dağılım göstermesi (Ural ve Kılıç, 2006: 201) gibi varsayımların sağlanmasından dolayı tercih edilmiştir. Bununla birlikte, araştırmada uygulanan Kolmogorov-Smirnow testi

sonucunda, her bir faktör veya boyutlara ilişkin değerlerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir ( $p=0.123$ ;  $p>0.05$ ).

## 6. BULGULAR VE TARTIŞMA

Katılımcılara uygulanan ankete ilişkin gerçekleştirilen faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1’de sunulmuştur. Araştırmada elde edilen verilerin, faktör analizi uygulamaya uygun olup olmadığı araştırılmış ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. KMO bulunan değeri 1’e yaklaştıkça mükemmel, 0.50’nin altında ise kabul edilemez (0.90’larda mükemmel, 0.80’lerde çok iyi, 0.70’lerde iyi, 0.60’larda vasat ve 0.50’lerde kötü) olduğunu belirtmektedir. Araştırmadaki verilere ilişkin KMO değeri 0.73 Barlett’s testi anlamlılık değeri de  $\text{sig}=0.000$  olarak bulunmuştur. Bu iki sonuç verinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Faktör analizi sonucunda anketi oluşturan ifadeler üç faktör altında toplanmış olup, söz konusu bu üç faktör toplam varyansın % 72.94’ü açıklamaktadır. Tablo 1 incelendiğinde, birinci faktörün öz değerinin 11.446 ve varyansı açıklama oranının %29.929 olduğu görülmektedir. Söz konusu bu faktör altında daha çok işletmedeki çalışma koşulları ve çalışanların sosyal güvenlik hakları ile ilgili ifadeler yer aldığından bu faktör; “**çalışma koşulları ve sosyal haklar**” şeklinde adlandırılmıştır.

Tablo 1: Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları (n=)

İfadeler	Faktör 1*	Faktör 3*	Faktör 2*
İş kazalarına yönelik önlem alma faaliyetleri	.572		
Çalışanların sosyal güvenlik haklarının korunmasına yönelik faaliyetleri	.697		
Çalışanların özlük haklarının korunmasına yönelik faaliyetleri	.667		
Çalışanların sendikal faaliyetlere katılmalarına ilişkin faaliyetleri	.767		
Çalışanların özel hayatlarına müdahalede <b>bulunulmamasına</b> yönelik faaliyetleri	.464		
Çalışanlarla yöneticiler arasındaki iletişim biçiminin şeffaf olmasına yönelik faaliyetleri	.555		
Çalışanların performanslarını adil olarak değerlendirmesine yönelik faaliyetleri	.681		
Çalışanların görüşlerinin açıklanmasına fırsat vermesine yönelik faaliyetleri	.796		
Çalışanlara yönelik onur kırıcı davranışlara fırsat <b>vermemesine</b> yönelik faaliyetleri	.665		
Çalışanların sağlık sorunlarının çözümlenmesine yönelik faaliyetleri	.594		
Çalışanlara terfi konusunda sağlanan fırsatın adil olmasına yönelik faaliyetleri	.692		
Çalışanlar arasında eşit işe eşit ücret prensibine yönelik faaliyetleri	.623		
Cinsel taciz olaylarına fırsat <b>vermemesine</b> yönelik faaliyetleri			.546
Psikolojik şiddet olaylarına fırsat <b>vermemesine</b> yönelik faaliyetleri			.589
Çalışanların siyasal tercihlerine göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri			.722

İfadeler	Faktör 1*	Faktör 3*	Faktör 2*
Çalışanların dini tercihlerine göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri			.778
Çalışanların ırklarına göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri			.808
Çalışanların cinsiyetlerine göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri			.651
<hr/>			
Topluma yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri		.635	
Çevrenin korunmasına yönelik faaliyetleri		.732	
Kusurlu Ürün (mal ve hizmet) üretimi ve sunumuna meydan <b>vermemesine</b> yönelik faaliyetleri		.694	
Devlete karşı görevlerini (vergi, yasa-yönetmelikler vb.) yerine getirmesine yönelik faaliyetleri		.716	
Rakipleriyle olan ilişkilerinde haksız rekabetten kaçınmaya yönelik faaliyetleri		.755	
Halka yönelik aldatıcı reklamlara yer <b>vermemesine</b> yönelik faaliyetleri		.730	
Hissedarlarına yönelik yükümlülüklerini yerine getirme faaliyetleri		.680	
<hr/>			
<b>Cronbach's Alpha</b>	.920	.890	.884
<b>Öz değer</b>	11.446	1.894	1.395
<b>Varyans %</b>	29.929	22.133	19.871
<b>Birikimli (Kümülatif) Varyans %</b>	72.94		

\*: **1.Faktör:** Çalışma koşulları ve sosyal haklar, **2.Faktör:** İlgili taraflara (paydaşlara) karşı sorumluluk **3.Faktör:** Ayrımcılık

Özdeğeri 1.894, varyansı açıklama oranı %22.133 olan ve ikinci faktör grubuna giren ifadeler daha çok işletmenin paydaşları (toplum, hissedarlar, devlet vb.) ile ilgili etik sorumluluklarla ilgili olduğu için bu faktör; “**ilgili taraflara karşı sorumluluklar**” olarak adlandırılmıştır. Üçüncü faktörün öz değeri 1.395 ve varyansı açıklama oranı ise %19.871 olarak bulunmuş ve bu faktördeki ifadeler daha çok ayrımcılıkla (din, cinsiyet, milliyet vb.) ilgili ifadeleri kapsadığından; “**ayrımcılık**” şeklinde adlandırılmıştır.

Tablo 2: Betimsel İstatistikler (Çalışma Koşulları) (n=1088)

İfadeler	1		2		3		4		5		$\bar{X}$	s.d.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İş kazalarına yönelik önlem alma faaliyetleri	9	.8	26	2.4	122	11.2	281	25.8	650	59.7	4.41	.84
Çalışanların sosyal güvenlik haklarının korunmasına yönelik faaliyetleri	5	.5	32	2.9	82	7.5	187	17.2	782	71.9	4.57	.79
Çalışanların özlük haklarının korunmasına yönelik faaliyetleri	4	.4	38	3.5	91	8.4	265	24.4	690	63.4	4.46	.81
Çalışanların sendikal faaliyetlere katılmalarına ilişkin faaliyetleri	12	1.1	36	3.3	105	9.7	333	30.6	602	55.3	4.35	.86
Çalışanların özel hayatlarına müdahalede <b>bulunulmamasına</b> yönelik faaliyetleri	35	3.2	55	5.1	96	8.8	264	24.3	638	58.6	4.30	1.03
Çalışanlarla yöneticiler arasındaki iletişim biçiminin şeffaf olmasına yönelik faaliyetleri	23	2.1	37	3.4	151	13.9	373	34.3	504	46.3	4.19	.944

İfadeler	1		2		3		4		5		$\bar{X}$	s.d.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Çalışanların performanslarını adil olarak değerlendirmesine yönelik faaliyetleri	18	1.7	36	3.3	85	7.8	187	17.2	762	70.0	4.50	.896
Çalışanların görüşlerinin açıklanmasına fırsat vermesine yönelik faaliyetleri	12	1.1	47	4.3	109	10.0	282	25.9	638	58.6	4.36	.90
Çalışanlara yönelik onur kırıcı davranışlara fırsat vermemesine yönelik faaliyetleri	23	2.1	30	2.8	93	8.5	176	16.2	766	70.4	4.50	.91
Çalışanların sağlık sorunlarının çözümlenmesine yönelik faaliyetleri	8	.7	35	3.2	110	10.1	291	26.7	644	59.2	4.40	.85
Çalışanlara terfi konusunda sağlanan fırsatın adil olmasına yönelik faaliyetleri	5	.5	46	4.2	101	9.3	234	21.5	702	64.5	4.45	.86
Çalışanlar arasında eşit işe eşit ücret prensibine yönelik faaliyetleri	12	1.1	57	5.2	98	9.0	258	23.7	663	60.9	4.38	.92
Faktör (Boyuta) ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değeri:											4.41	.64

1: Hiç önemli değil, 2: Önemli değil, 3: Az önemli, 4, Çok önemli 5: Tamamen önemli

Araştırmada kullanılan anketin güvenilirlik düzeyine ilişkin Cronbach Alpha katsayıları, faktör bazında sırasıyla; .920, .890 ve .884 olup, ilgili sonuçlar anketin güvenilirliği konusunda ipucu vermektedir. Çünkü, araştırmalarda Cronbach Alpha katsayısı kullanılarak temel alınan güvenilirlik analizlerinde, söz konusu bu katsayıların, ölçek türünden türüne göre değişse de, sosyal bilimlerde 0,60'ın üzerinde olması, kullanılan ölçeğin güvenilirliğine ilişkin bir kanıt sayılmaktadır (Akgül ve Çevik, 2003. Morgan, 2004). Bu kapsamda, araştırmada kullanılan ölçeğin her bir boyutuna ilişkin güvenilirlik katsayılarının; .884 ile .920 arasında olması ölçeğin güvenilir olduğu (Büyüköztürk, 2003; Sekaran, 2003; Şencan, 2005) şeklinde değerlendirilebilir.

Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4'de araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin, ileride çalışmak için tercih edecekleri işletmelerin etik ilkelere yönelik uygulamalarının kendileri açısından ne derecede önemli olduğunu belirlemeye yönelik gerçekleştirilen anket çalışması sonuçlarına ilişkin betimsel istatistikler yer almaktadır. Buna göre, öğrencilere uygulanan ölçekte, işletmelerin etik uygulamalarıyla ilgili ilk boyutu oluşturan, çalışma koşulları ve sosyal haklar bağlamındaki işletme uygulamaları (Tablo 2), öğrenciler açısından işletmeyi çalışma yeri olarak seçmede önemli bulunmuştur. Nitekim Tablo 2'deki öğrenci görüşleri incelendiğinde, verilen tüm ifadelerdeki uygulamaların gerçekleşmesine ilişkin öğrencilerin belirttikleri önem düzeylerinin aritmetik ortalama aralıkları 4 ile 5 (çok önemli, tamamen önemli) arasındadır. Bu kapsamda bu sonuçları, araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin, ileride muhtemel personeli olacakları işletmelerin çalışma koşulları ve çalışanların sosyal haklarının teslimi gibi konulardaki etik uygulamalarına, söz konusu bu işletmeleri tercih etmede önem verdikleri şeklinde yorumlamak mümkündür.

Tablo 3: Betimsel İstatistikler (İlgili Taraflar) (n=1088)

İfadeler	Hiç önemli değil		Önemli değil		Az önemli		Çok önemli		Tamamen önemli		$\bar{X}$	s.d.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Topluma yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri	22	2.0	54	5.0	201	18.5	374	34.4	437	40.2	4.05	.98
Çevrenin korunmasına yönelik faaliyetleri	20	1.8	76	7.0	189	17.4	328	30.1	475	43.7	4.06	1.02
Kusurlu Ürün (mal ve hizmet) üretimi ve sunumuna meydan vermemesine yönelik faaliyetleri	15	1.4	49	4.5	159	14.6	323	29.7	542	49.8	4.22	.94
Devlete karşı görevlerini (vergi, yasa-yönetmelikler vb.) yerine getirmesine yönelik faaliyetleri	22	2.0	44	4.0	165	15.2	263	24.2	594	54.6	4.25	.98
Rakipleriyle olan ilişkilerinde haksız rekabetten kaçınmaya yönelik faaliyetleri	39	3.6	53	4.9	190	17.5	327	30.1	479	44.0	4.06	1.06
Halka yönelik aldatıcı reklamlara yer vermemesine yönelik faaliyetleri	28	2.6	59	5.4	139	12.8	268	24.6	594	54.6	4.23	1.03
Hissedarlarına yönelik yükümlülüklerini yerine getirme faaliyetleri	26	2.4	42	3.9	129	11.9	304	27.9	587	54.0	4.27	.97
Faktör (Boyuta) ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değeri:											4.16	.77

Tablo 3’de yer alan, işletmelerin ilişki içerisinde olduğu kişi ve kuruluşlar ile çevreye karşı etik uygulamaları konusundaki ifadeler, turizm alanında eğitim almakta olan öğrencilerin ileride çalışma yeri olarak seçecekleri işletme tercihlerinde önemli bulunmuştur. İlgili tablodan da görüleceği üzere, söz konusu faaliyetlere ilişkin verilen her bir ifadenin ortalaması 4’ün (çok önemli) üzerindedir. Ankete katılan öğrenciler, işletmelerin etik uygulamaları ile ilgili ayrımcılık boyutundaki ifadeleri de (Tablo 4) önemsediklerini belirtmişlerdir. Bu boyutta da öğrencilerin her bir ifadeye ilişkin görüşlerinin aritmetik ortalaması 4 (çok önemli) ile 5 (tamamen önemli) arasında gerçekleşmiştir. Bu doğrultuda işletmelerin, cinsiyet, din, dil, ırk, siyasal tercih gibi ayrımcılıkla ilgili uygulamaları, işletmeleri çalışma yeri seçmede öğrenciler tarafından çok önemli bulunmuştur.

Tablo 4: Betimsel İstatistikler (Ayrımcılık) (n=1088)

İfadeler	Hiç önemli değil		Önemli değil		Az önemli		Çok önemli		Tamamen önemli		$\bar{X}$	s.d.
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%		
Cinsel taciz olaylarına fırsat <b>vermemesine</b> yönelik faaliyetleri	8	.7	37	3.4	97	8.9	150	13.8	796	73.2	4.55	.84
Psikolojik şiddet olaylarına fırsat <b>vermemesine</b> yönelik faaliyetleri	16	1.5	31	2.8	123	11.3	218	20.0	700	64.3	4.42	.90
Çalışanların siyasal tercihlerine göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri	28	2.6	43	4.0	109	10.0	256	23.5	652	59.9	4.34	.98
Çalışanların dini tercihlerine göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri	20	1.8	54	5.0	115	10.6	221	20.3	678	62.3	4.36	.98
Çalışanların ırklarına göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri	23	2.1	48	4.4	131	12.0	204	18.8	682	62.7	4.35	.99
Çalışanların cinsiyetlerine göre ayrımcılık <b>yapılmamasına</b> yönelik faaliyetleri	22	2.0	34	3.1	110	10.1	234	21.5	688	63.2	4.40	.93
Faktör (Boyuta) ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değeri:											4.41	.75

Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4’de, turizm alanında öğrenim görmekte olan öğrencilerin ileride çalışacakları turizm işletmelerinin etik ilke ve uygulamalara yönelik yaklaşımlarının, kendileri açısından çalışılacak işletme tercihinde ne kadar önemli olduğuna ilişkin sunulan görüşlerine ilişkin Tablo 1’deki belirlenen faktörlere göre her bir faktörün aritmetik genel ortalama ve standart sapma değerleri de sunulmuştur. Bu doğrultuda her bir faktöre ilişkin aritmetik ortalamalar incelendiğinde, 4.16 ile 4.41 aralığında olduğu, yani işletmelerde belirtilen hususlarda etik ilkelere uyulmasının öğrencilerin iş için işletmeyi tercihinde “çok önemli” ile “tamamen önemli” seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. Söz konusu bu bulgular doğrultusunda araştırmada  $H_{10}$  hipotezi reddedilmiştir. Özellikle öğrencilerin çalışacakları işletme tercihlerinde işletmelerin çalışma koşulları (4.41) ve ayrımcılıkla (4.41) ilgili uygulamalarının, işletmelerin paydaşlarına karşı etik uygulamalarından (4.16) daha fazla düzeyde önemsendiği ilgili faktörlere ilişkin hesaplanan aritmetik ortalamalardan anlaşılmaktadır.

Tablo 5’de turizm işletmelerin iş etiğine yönelik uygulamalarının öğrencilerin turizm işletmelerini tercihindeki önem düzeylerinin öğrencilerin, cinsiyetleri, devam etmekte oldukları sınıflara ve sektör tecrübelerinin olup olmamasına göre karşılaştırılmasına ilişkin gerçekleştirilen t testi ve varyans (ANOVA) analizi sonuçları yer almaktadır. Buna göre, öğrencilerin çalışma yeri olarak seçecekleri işletmelerdeki koşullar ve haklar, ilgili taraflara karşı sorumluluklar ve sosyal haklar ile ayrımcılık boyutlarındaki algılamalarına ilişkin önem düzeyleri cinsiyetlere göre farklılıklar göstermektedir ( $p < .05$ ). Bu durumda araştırmaya ilişkin  $H_{20}$  red edilmiştir. Söz konusu bu sonuçlara göre, gerek çalışma koşulları ve sosyal haklar gerekse ayrımcılık boyutlarında bayan öğrenciler turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarını, çalışılacak işletme tercihinde daha önemli bulmaktadırlar.

Söz konusu bu durum özellikle, bayanların erkeklere oranla, duygusal ve kurallara uyan bir karakteri temsil etme ve etik duyarlılık noktasında daha fazla hassas olmalarından kaynaklanabilmektedir ki konuyla ilgili çalışmalarda da (Whipple ve Swords, 1992; Ford ve Richardson, 1994; Lane, 1995; Glover vd., 2002; Ay, 2003) benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5. İş etiğine yönelik faktörlerin öğrencilerin bazı özelliklerine göre karşılaştırılması

Faktörler (Boyutlar)	Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.d.	t/F	p
Çalışma koşulları ve haklar	Cinsiyet	Bayan	457	4.47	.62	2.741	<b>.006</b>
		Erkek	631	4.36	.66		
İlgili taraflara karşı sorumluluk	Cinsiyet	Bayan	457	4.30	.72	10.545	<b>.000</b>
		Erkek	631	4.23	.78		
Ayrımcılık	Cinsiyet	Bayan	457	4.52	.70	4.237	<b>.000</b>
		Erkek	631	4.32	.77		
Çalışma koşulları ve haklar	Sektör tecrübesi	Var	784	4.38	.67	-2.207	<b>.028</b>
		Yok	304	4.47	.57		
İlgili taraflara karşı sorumluluk	Sektör tecrübesi	Var	784	4.13	.80	-2.140	<b>.033</b>
		Yok	304	4.24	.70		
Ayrımcılık	Sektör tecrübesi	Var	784	4.36	.79	-3.150	<b>.002</b>
		Yok	304	4.52	.61		
Çalışma koşulları ve haklar	Devam edilen sınıf	1.sınıf	407	4.52a	.52	10.648	<b>.000</b>
		2.sınıf	297	4.42b	.68		
		3.sınıf	162	4.34c	.70		
		4.sınıf	222	4.23d	.72		
		1.sınıf	407	4.29a	.71		
İlgili taraflara karşı sorumluluk	Devam edilen sınıf	2.sınıf	297	4.22a	.80	10.681	<b>.000</b>
		3.sınıf	162	4.04b	.80		
		4.sınıf	222	3.95b	.78		
		1.sınıf	407	4.55a	.64		
		2.sınıf	297	4.43b	.72		
Ayrımcılık	Devam edilen sınıf	3.sınıf	162	4.31c	.76	13.036	<b>.000</b>
		4.sınıf	222	4.18d	.88		

a,b,c,d: Tukey testi sonuçlarına göre farklı harfleri içeren gruplar arasındaki farklar önemlidir.

Tablo 5'deki sonuçlara göre öğrencilerin sektör tecrübelerinin olup olmaması, işletmelerin iş etiğine yönelik uygulamalarının öğrencilerin turizm işletmelerini tercihindeki önem taşımakta ve genelde sektör tecrübesine sahip olmayan öğrenciler tarafından, işletmelerin tüm boyutlardaki etik uygulamaları, sektör tecrübesi olanlara göre daha yüksek gerçekleşmiştir ( $H_3_0$  red). Bu durum sektörde çalışan öğrencilerin, sektördeki mevcut uygulamaları görüp, özellikle işletme faaliyetlerinin yapısına ilişkin alışkanlıklardan ve bu doğrultuda süreçteki aksaklıkları artık sorun olarak algılamama noktasına gelmekten kaynaklanabileceği gibi, özellikle bu husuları sorun olarak algılayıp işsiz kalma çekincesinden kaynaklanıyor olabilmektedir.

Turizm işletmelerin iş etiğine yönelik uygulamalarının öğrencilerin turizm işletmelerini tercihindeki önem düzeyleri, öğrencilerin devam etmekte oldukları sınıflara göre de farklılaşmaktadır. Bu durumda araştırmada  $H_4_0$  red edilmiştir. Tablo 5'deki her bir gruba ait aritmetik ortalamadan da anlaşılacağı üzere, öğrencilerin sınıfları ilerledikçe, işletmelerin verilen tüm

boyutlardaki etik uygulamalarının çalışılacak işletme tercihindeki öneminin azaldığı görülmektedir. Bu sonuç, öğrencilerin sektör tecrübelerininin olup olmadığıyla ilgili sonuçlarla da örtüşmektedir. Nitekim, öğrencilerin sınıfları ilerledikçe, turizm alanında eğitim aldıkları için genelde okul dışı zamanlarda ve tatillerde staj veya kendi imkanlarıyla çalışma olanakları arttığı için, sektördeki işletme uygulamalarını yerinde görmeleri ve bu hususu çok da önemsemenin, gelecekte iş bulma bakımından sorun yaratabileceği çekincesinden kaynaklanabilmektedir.

## 7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mesleki eğitim almakta olan kişiler için, mezun olunca eğitim aldığı alandaki bir iş kolunda çalışma düşüncesi, gerek ilgili sektördeki kalifiye işgücünün kullanılması ve bu doğrultuda kalitenin artırılması, gerekse kaynakların etkin ve verimli kullanılması bakımından önemlidir. Bu kapsamda, gelecekte alanıyla ilgili bir işkolunda/işletmede çalışmak isteyen bir kişi de doğal olarak üyesi olacağı sektör/işletmedeki birtakım olanakların bulunmasını arzulamaktadır.

Özellikle çalışma şartları, ayrımcılık, işletmelerin çevreye, topluma karşı duyarlılığı, ücret düzeyi sosyal güvenlik olanakları gibi uygulamaları, çalışılacak işletme tercihi açısından mesleki alanda eğitim almakta olan öğrenciler tarafından dikkate alınan faktörlerdendir. Bu çerçevede, turizm alanında faaliyette bulunan işletmelerin, gerçekleştirdikleri faaliyetler kapsamındaki etik uygulamalarının, bu alanda eğitim almakta olan ve ileride bu sektörde çalışması muhtemel olan üniversite öğrencileri (lisans düzeyinde) açısından ne kadar önemli olduğunun araştırıldığı bu çalışma sonuçlarına göre, öğrenciler ileride çalışacakları işletmeleri tercih ederken etik uygulamalar kapsamındaki işletme uygulamalarını önemsediklerini, diğer bir anlatımla iş için bu işletmeleri seçmede dikkate alacaklarını belirtmişlerdir. Ayrıca söz konusu bu önem düzeyi öğrencilerin, cinsiyetleri, sektör tecrübelerinin olup olmama durumu ve devam etmekte oldukları sınıflara göre de farklılıklar taşımaktadır. Bu doğrultuda bayan öğrenciler; işletmelerdeki etik uygulamaları ileride çalışılacak işletmeyi tercih ederken, erkek öğrencilere oranla daha fazla önemsemektedirler.

Öğrencilerin, sınıfları ilerledikçe ve sektör tecrübesi kazandıkça çalışılacak işletme tercihinde işletmelerin etik uygulamalarını önemseme düzeyleri düşmektedir. Bu durum öğrencilerin, sınıflarının ilerlemesi veya staj olanaklarıyla işletmelerde çalışma deneyimi kazanmaları ve konuya ilişkin işletmelerdeki mevcut şartları yerinde görmelerinden dolayı bu hususu çok önemsemenin ileride iş seçeneklerini sınırlandırabileceğine ilişkin bir yaklaşım geliştirme ihtimallerinden kaynaklanabileceği gibi yine de daha sağlıklı yorum yapabilmek açısından bu konuya yönelik de araştırmaların yapılması önerilebilir.

Gelecek yaşamını etkileyecek bir karar olan mesleğe başladığı işletmeyi seçmek, özellikle genç yaşta olan kişiler açısından karmaşık bir sorun grubunu oluşturmaktadır. Öyleki, bireyin gelecek tüm yaşamında etkili



olacak bu kararında birçok baskın grup (okul, aile, kişilik, sosyal çevre vb) rol oynamakla birlikte, çalışılacak olan işletme koşulları da önemlidir. Nitekim bu çalışmada işletmelerin çalışma koşulları ve çalışanlara sosyal hakların teslimi, ayrımcılık ve ilgili taraflara karşı etik uygulamaları da öğrencilerin çalışılacak işletme tercihinde önemli bir kriter olarak karşımıza çıkmıştır.

Unutulmamalıdırki, üniversitelerin işletmecilik ile programları, işletmelerin profesyonel çalışan temin etme sürecinde öncelikle başvurdukları kurumlardır. Üniversite mezunları aynı zamanda işletmenin etik standartlarını geliştirilmesinde de önemli bir rol üstlenmektedirler (Sankaran ve Bui, 2003). Özellikle, hizmet üreten işletmelerin, yürüttüğü faaliyetler itibariyle etik ihlal ve sorunlarla sıklıkla karşılaştığı göz önüne alındığında (Whitney, 1990; Jazsay, 2002; Altuğ ve Güler, 2003) bu alanda faaliyet gösteren işletme yöneticileri, ileride eğitilmiş/kalifiye işgörenlerle çalışmak istiyorlarsa bu sonuçları dikkate almak durumundadırlar.

Kişinin gelecek yaşamını etkileyecek bir karar olan mesleğe başladığı işletmeyi seçmede etkili olan diğer faktörlerin neler olduğunu belirlemeye ve söz konusu bu faktörler üzerinde araştırmalar yapılması gerek işletmelerin konuya ilişkin uygulamalarını gözden geçirmeleri ve muhtemel personel adaylarının beklentilerini karşılanmasına yönelik faaliyetlerinin geliştirilmesine, gerekse kaynakların etkin kullanılmasına katkı yapacağı muhakkaktır. Bu doğrultuda, sektörde faaliyette bulunan işletme yöneticileri, işverenler ve konuyla ilgili meslek kuruluşları, gelecekte işletmelerinde çalışması muhtemel olan kişilerin beklentilerini dikkate almalı ve bu yönde çaba harcamalıdırlar.

#### KAYNAKÇA

1. Airey, D. ve Frontistis, A. (1997). "Attitudes to Careers in Tourism: An Anglo Greek Comparasion". **Tourism Management**, 18(3)pp.149-158.
2. Akgül, A. ve Çevik, O. (2003). "**İstatistiksel Analiz Teknikleri, "SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları"**". Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.
3. Aksu, A. ve Köksal, C.D. (2005). "Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey". **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 17(5) pp. 436-447.
4. Altuğ, N. ve Güler, E.G. (2003). "Pazarlama Etiği: Hizmet Pazarlamasında Karşılaşılan Etik Sorunlar ve Malların Pazarlanmasından Farklılıkları", **I.Türkiye Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi Bildirileri**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi, 17-19 Eylül, ss.321-327.
5. Aşçıgil, S. (2001). **İş Etiği: Eski Sorunlar. Yeni Kavramlar. Yeni Yaklaşımlar**. Friedrich Ebert Stiftung Ekonomi Forumu. İstanbul: Çözüm Reklam.

6. Ay, Ü. ve Erçen, Y. (2005). Öğrencilerin ve Yöneticilerin İşletme Sosyal Sorumluluğu ve Etik Yönetim Algılamaları, **2. Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu**, Sakarya: Sakarya Üniversitesi İİBF. 18-19 Kasım.ss.219-228.
7. Barron, P.E., Maxwell, G.A., Broadbridge, A. and Ogden, S. (2007). "The Experiences, Perceptions and Expectations of Careers in the Hospitality Industry: Views from Generation Y". **The Journal of Hospitality and Tourism Management**, 14(2), pp.119-128.
8. Barutçugil, İ. (2004). **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi**. Kariyer Yayınları. İstanbul.
9. Baum, T. (2002). "Skills Training in the Hospitality Sector: A Review of Issues". **Journal of Vocational Education & Training**, 54(3), pp.343-363.
10. Beltrami, R.F., Peterson, R.A. and Kozmersky, G. (1984). "Concerns of College Students Regarding Business Ethics". **Journal of Business Ethics**, 3, pp.195-200.
11. Boella, M.J. (2000). **Human Resource Management in the Hospitality Industry**. Cheltenham, Stanley Thornes.
12. Bradburn, R. (2001). **Understanding Business Ethics**. Thomson Learning, New York.
13. Bratton, J. and Gold. J. (2000). **Human Resource Management. Theory and Practice**. Macmillan.
14. Brien, A. (2004). "Do I want a Job in Hospitality? Only Till I Get a Real Job!". in: K.A. Smith and C. Schott. Editors. **Proceedings of the New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference**. Wellington. NZ.
15. Büyüköztürk, Ş. (2003). **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**. Ankara: PegemA Yayıncılık.
16. Cleek, M.A. and Leonard, S.L. (1998). "Can Corporate Codes of Ethics Influence Behaviour?". **Journal of Business Ethics**, 17(6), pp.619-630.
17. Cohen, J.R., Pant, L.W. and Sharp, D.J. (2001). "An Examination of Differences in Ethical Decision-Making Between Canadian Business Students and Accounting Professionals". **JoMwa/ of Business Ethics**, 30(4), pp.319-336.
18. Ehtiyar, R. ve Üngören, E. (2008). "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Umutsuzluk ve Kaygı Seviyeleri ile Eğitime Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 1(4), s.159-181.
19. Enghagen, L.K. (1990). "Ethics in Hospitality/Tourism Education: A Survey". **Hospitality Research Journal**, 14(2), pp.113-118.
20. Fennel, D.A. and Malloy, D.C. (1999). "Measuring the Ethical Nature of Tourism Operators". **Annals of Tourism Research**, 26(4), pp.928-944.

21. Demir, Y. (2010). "İş Etiği Kavramı ve İşletmeler Açısından Önemi" [paribus.tr.googlepages.com/y\\_demir2.doc](http://paribus.tr.googlepages.com/y_demir2.doc) (Erişim tarihi:06.07.2010)
22. Ertuğrul, F. (2008). "Paydaş Teorisi ve İşletmelerin Paydaşlarıyla İlişkilerinin Yönetimi", **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 31(2), ss.199-223.
23. Ferrel, O.C. and Fraedrich, J. (1991). **Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases**. Houghton Mifflin Company. Boston.
24. Ferrell, O.C. and Friedrich J. (2005). **Business Ethics**. Boston. New York: Houghton Mifflin Company, 2005.
25. Fleckenstein, M. P. and Huebsch P. (1999). "Ethics in Tourism- Reality or Hallucination" **Journal of Business Ethics**, 19, pp.137-142.
26. Ford, R.C. and Richardson, W.D. (1994). "Ethical decision-making: a review of the empirical literature". **Journal of Business Ethics**, 13, pp.205-221.
27. Frederick, W.C., Davis, K. and Post, J.E. (1988). **Business and Society: Corporate Strategy. Public Policy Ethics**. New York. McGraw-Hill Publishing Company.
28. Galbraith, S. and Stephenson, H.B. (1993). "Decision Rules Used by Male and Female Business Students in Making Ethical Judgments: Another Look". **Journal of Business Ethics**, 12, pp.227-233.
29. Goodwin, H. and Francis, J. (2003). "Ethical and Responsible Tourism: Consumer Trends in the UK". **Journal of Vacation Marketing**, 9(3), pp.271-284.
30. Glover, S.H., Bumpus, M.A., Sharp, G.F. and Munchus, G.A. (2002). "Gender differences in ethical decision making". **Women in Management Review**, 17(5), pp. 217-227.
31. Hartley, R. (1993). **Business Ethics Violations of the Public Trust**. New York: Wiley.
32. Hatcher, T. (2004). "Environmental Ethics As An Alternative For Evaluation Theory in For Profit Business Context". **Evaluation and Program Planning**, 27, pp.357-363.
33. Hosmer, L. R, (1994). "Strategic Planning as if Ethics Mattered", **Strategic Management Journal**, 15, pp.17-34.
34. Howard, A. and Wilson, J. (1982). "Leadership in a Declining Work Ethic". **California Management Review**, 24(4), pp.33-46.
35. Hudson, S. (2007). "To Go or Not To Go? Ethical Perspectives on Tourism in an 'Outpost of Tyranny'". **Journal of Business Ethics**, 76, pp.385-396.
36. Jaszay, C. (2002). "**An Integrated Research Review of Ethics Articles in Hospitality Journals 1990 to 2000**". Northern Arizona University. <http://www2.nau.edu/~clj5/Ethics/jaszay1.pdf>. (Erişim Tarihi: 15.04.2006).

37. Jenkins, A.K. (2001). “Making a Career of it? Hospitality Students’ Future Perspectives: An Anglo-Dutch Study”. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 13(1), pp.13-20.
38. Joseph. J. (2000). “**2000 National Business Ethics Survey**”. <http://www.ethics.org/resource/2000-national-business-ethics-survey-nbes>. (Erişim: 14.10.2009).
39. Kampaxi, O. (2008). ‘Codes of Ethics in Tourism: Practice. Theory. Synthesis’. **Annals of Tourism Research**, 35(2), pp.607-608.
40. Kline, R. (1998). **Principles and practice of structural equation modeling**. New York: Guilford Press.
41. Koonmee, K., Singhapakdi, A., Virakul, B. and Lee, D.J. (2010). “Ethics Institutionalization. Quality of Work Life and Employee Job-Related Outcomes: A Survey of Human Resource Managers in Thailand”. **Journal of Business Research**, 41, pp.20-26.
42. Kozak, M. ve Karakaş, G. (2003). “Otel İşletmelerinde Çalışan Servis Personelinin Etik Davranışları Üzerine Bir Araştırma”. **Turizm Akademik Dergisi**, 2, ss.1-16.
43. Kozak, M.A. ve Kızılırmak, İ. (2001). “Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu Akdeniz ve Karedeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”. **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Bahar, ss.9-16.
44. Kuşluvan, S. and Kuşluvan, Z. (2000). “Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry in Turkey”. **Tourism Management**, 21, pp.251-269.
45. Kwansa, F.A. and Farrar, A.L. (1992). “A Conceptual Framework For Developing a Hospitality Educators’ Code of Ethics”. **Hospitality Research Journal**, 15(3), pp.27-39.
46. Lansing, P. and Vries, P.D. (2007). “Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy?”. **Journal of Business Ethics** 72, pp.77-85.
47. Macbeth, J. (2005). “Towards An Ethics Platform for Tourism”. **Annals of Tourism Research**, 32(4), pp.962-984.
48. McNamara, C. (2005). “Complete Guide to Ethics Management: An Ethics Toolkit for Managers”. <http://www.infra.kth.se/courses/1H1146/Files/ethicsmanagement.pdf>. (Erişim Tarihi: 30.06.2006)
49. Morgan, G. (2004). **SPSS for Introductory Statistics: Use and Interpretation**. U.S.A: Lawrence Erlbaum Associates.
50. ÖSYM. (2009). 2009-2010 ÖSYM Yükseköğretim İstatistikler. Ankara. [www.osym.gov.tr](http://www.osym.gov.tr). (Erişim:28.04.2010).
51. Özdamar, K. (2001). **Paket Programlar ve İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler)**, (4. Baskı), Eskişehir: Kaan Yayınları.

52. Pardue, H. (2002). “İnsan Kaynaklarına Farklı Bir Bakış; Etik Değerler. Human Resources. **İnsan Kaynakları ve Yönetim Dergisi**, 9, ss.12-14.
53. Pavesic, D. ve Breymer, R. (1990). “Job Satisfaction: What is Happening to The Young Managers”. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 31(1), pp.90-96.
54. Pearson, G. (1995). **Integrity in Organizations: An Alternative Business Ethic**. Singapore: McGraw-Hill Book Company.
55. Pelit, E. (2008). İşletmelerde İşgören Güçlendirmenin İşgörenlerin İşdoyumlarına Atkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü.
56. Pelit, E. ve Güçer, E. (2007). “İşletme Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Davranışlarının İş Etiği Kapsamında Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma”. **Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi**, 1, ss.32-49.
57. Pizam, A. (1999). “The State of Travel and Tourism Human Resources in Latin America”. **Tourism Management**, 20(5), pp.575-586.
58. Richardson, S. (2009). “Undergraduates’ Perceptions of Tourism and Hospitality as a Career Choice”. **International Journal of Hospitality Management**, 28(3), pp.382-388.
59. Rimmington, M. (1999). “Vocational Education: Challenges for Hospitality Management in the New Millennium”. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 11(4), pp.186.197.
60. Sekeran, U. (2003). **Research Methods for Business**, New York: John Wiley.
61. Sarıışık, M., Akova, O. ve Çontu, M. (2006). “Otel Yöneticilerinin Etik Politika ve Yöntemlere Yaklaşımları Üzerine Ampirik Bir Araştırma”. **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, 17(1), ss.22-34.
62. Sankaran, S. and Tung, B. (2003). “Relationship between Student Characteristics and Ethics: Implications for Educators”. **Journal of Instructional Psychology**, 30(3), pp. 240-253.
63. Sayılı, H., Ağca, V., Kızıldağ, D. Ve Uğurlu Y. (2009).” Etik, Kurumsal İtibar ve Kurumsal Performans İlişkisinin Belirlemeye Yönelik 500 İşletme İçinde Yapılmış Bir Araştırma”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 14(2), s s.171-180.
64. Schwepker, C.H. (2001). “Ethical Climate’s Relationship to Job Satisfaction. Organizational Commitment and Turnover Intention in the Salesforce”. **Journal of Business Research**, 54, pp.39-52.
65. Singapakdi A., Rao, C.P. and Vitell, S.C. (1996). “Ethical Decision Making: An Investigation of Services Marketing Professionals”. **Journal of Business Ethics**, 15, pp.635-644.

66. Sökmen, A. ve Boylu, Y. (2001). “Otel İşletmeleri Yöneticileri Açısından Etik Kavramı ve Uygulamaları: Ankara 'da Amprik Bir Araştırma”. **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 3(5). ss.31-54.
67. Stevens, B. (2001). ‘Hospitality Ethics: Responses from Human Resource Directors and Students to Seven Ethical Scenarios’. **Journal of Business Ethics**, 30, pp.233-242.
68. Stevens, B. and Fleckenstein, A. (1999). “Comparative Ethics: How Students and Human-resources Directors React to Real-life Situations”. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 40(2), pp.69-75.
69. Şencan, H. (2005). **Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenirlik ve Geçerlik**. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
70. Telman, C. (2000). **Başarıya Giden Yolda Meslek Seçimi**. İstanbul: Epsilon Yayınları.
71. Travino, L. and Nelson, K. (2004). **Managing Business Ethics**. New York: Wiley.
72. Uçkun, G., Latif, H., Uçkun, S. ve Pelit, E. (2004). “Otel Organizasyonundaki İşlerin Yaratıcı ve Tutucu Kişilik Boyutunda Değerlendirilmesine İlişkin Bir Uygulama”, **Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, 10, ss.55-79.
73. Weeden, C. (2001). “Ethical Tourism: An Opportunity for Competitive Advantage”. **Journal of Vacation Marketing**, 8(2), pp.141-153.
74. Whitney, D.L. (1989). “The Ethical Orientations of Hotel Managers and Hospitality Students: Implications for Industry, Education, and Youthful Careers”. **Hospitality Education and Research Journal**, 13(3), pp.187-192.
75. Whitney, D.L. (1990). “Ethics in the Hospitality Industry: With A Focus Hotel Managers”. **International Journal of Hospitality Management**, 9(1), pp.59-68.
76. Whipple, T.W. and Swords, D.F. (1992). “Business ethics judgment: a crosscultural comparison”. **Journal of Business Ethics**, 11, pp.671-678.
77. Yüksel, Ö. ve Tunç, A. (2001). “Turizm İşletmeleri Yöneticilerinin İş Etiğine Yaklaşımları (Ankara İlinde Uygulamalı Bir Araştırma)”. **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 3(5) ss:57-170.