

**OTEL İŞLETMELERİNDE ÖNBÜRO ÇALIŞANLARININ ETİK
ALGILAMALARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Yrd. Doç. Dr. Aydın YILMAZER

Öğr. Gör. İsmet BAHADIR

Sakarya Üniversitesi Öğretim Üyesi

Sakarya Üniversitesi Öğretim Görevlisi

ÖZET

Tarih boyunca insanlar arası ilişkileri düzenlemede ve bu ilişkileri toplumsal normlar haline getirmede önemli bir özelliğe sahip olan etik, turizm sektörü gibi insan ilişkilerinin yoğun olduğu bir sektörde önemli bir konudur. Otel işletmeleri turizm sektörünün ve dolayısıyla hizmet sektörünün bir parçası olması, bu işletmelerde insan ilişkilerinin önemini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, Otel işletmelerinde Önbüro çalışanlarının etik algılarını ve görüşlerini ortaya çıkarmaktır. Araştırma yöntemi olarak yerli ve yabancı akademik yazın taraması yapıldıktan sonra anket uygulaması ve yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır. Üç bölümden oluşan anket sorularında, birinci bölümde demografik bilgiler ikinci ve üçüncü bölümde ise kişilerin etik algıları ile ilgili beşli Likert türü ölçek kullanılmıştır. Çalışma sonunda ortaya çıkan veriler değerlendirilerek konaklama işletmelerinde Önbüro çalışanlarının etik anlayışına bir açıklama getirmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda; konaklama işletmelerindeki çalışanların etik algılama düzeylerinin genelde kabul edilebilir düzeyde olduğu, işletme yönetici ve patronlarının emir ve görüşlerinden etkilendiği, bununla beraber etik algı düzeyinde çalışanların kişiliğinin önemli bir yeri olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik, Turizm Etiği, Etik Kurallar, İş Etiği

**A STUDY ON FRONT OFFICE EMPLOYEES' PERCEPTIONS OF ETHICS IN
HOTEL ESTABLISHMENTS**

ABSTRACT

Ethics which is crucial arranging human relationships and constituting the social norms through the ages holds a place as an important subject in Tourism sector that has intensive and complex human relations. Because of being part of both Tourism sector and Service sector requires Hotel Establishments to be more sensitive and responsible about human relationships. This study therefore, aims at discovering Front Office employees' perceptions and viewpoints of ethics in Hotel Establishments. As a research method, after broad range of literature review, a questionnaire application and face to face interviews have been used. First, participants' demographic data were inquired and then Likert Scale questions were asked in order to reveal the employees' perceptions of ethics. Finally, by analysing the findings obtained from the research, it is tried to explain the employees' understanding of ethics. Considering the results, it is emerged that employees' levels of perception of ethics are acceptable, but they are affected by managers' directives and opinions in the Hotels. Besides these, it can be clearly said that the employees' character and personality have a great deal of importance on their

level of perception of ethics. **Key Words:** Ethics, Ethics in Tourism, Code of Ethics, Business Ethics

GİRİŞ

Etik terimi dilimizde iki anlama sahiptir. Birincisi, insanların toplum içinde uyması gereken kural ve ilkeleri belirtirken, ikincisi ise ahlak felsefesini belirtmektedir. Etik, belirli bir dönemde belli insan topluluklarının benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen töre davranış kurallarının, yasaların ve ilkelerinin toplamıdır (Brinkmann, 2002). Yine bir başka tanıma göre etik, insanların eylemlerini özel bir problem alanı olarak araştırıp bu alanın varlık nitelikleri ile bu alanı yöneten insanların eylemlerinin bağımlı ya da bağımsız olduklarını inceleyen disipline denilmektedir (Stevens, 2000).

Turizm işletmelerinin hizmet üretiminde sosyal sorumluluk anlayışı ile etik anlayış arasında sıkı bir ilişki vardır. Turizm işletmelerinin sosyal başarısı, bir organizasyonun sosyal sorunlara ilişkin programları yönetmek ve çevresel değerlendirme sürecini geliştirmeye yönelik sosyal sorumluluk alanları ile özdeşleşmesi olarak ifade edilebilir. Toplumun gözünde değer kaybetmeyi göze almak istemeyen otel işletmeleri, gelecekte telafi edilemeyecek sonuçlara maruz kalmamak ve riskleri ortadan kaldırmak adına; son yıllarda kendi işletmelerine özgü iş etiği kuralları benimsemiş, bu ilkeleri yazılı halde tanımlamış ve işletme içinde bu ilkelere uyulması zorunluluğu getirmişlerdir. Bu konuda dikkat çeken önemli noktalardan biri de sunulan hizmetlerin üretimi ile ilgili hususlardır. İş etiği kurallarına aykırı davranışların, mutlaka bir bedeli vardır. Hatta bu bedel bazen oldukça ağır olmaktadır. Turizm işletmelerinde açıklık ilkesine dayalı ilkelerin yerine getirilmemesi halinde güvenin yitirilmesi, grup çalışmalarının etkinliğini kaybetmesi, ilişkilerin zarar görmesi, yönetici ve çalışanlarda öz saygının kaybolması, örgütsel bağlılık duygusunun yok olması, işletme imajının zarar görmesi ve istifa gibi olumsuzluklar meydana gelebilir.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konuyla ilgili bir giriş yapıldıktan sonra, ikinci bölümde yerli ve yabancı yazın incelenerek genel anlamda etik ve iş etiği tanımı, türleri, etik kuralları, önemi ve standartları incelenmiştir. Üçüncü bölümde İstanbul'da Beş Yıldızlı Otellerde çalışan Önbüro personellerinin etik algılamaları değerlendirilmiştir. Bu bağlamda Çalışmanın amacı, sınırlılığı ve yöntemi ile çalışma evreni ortaya konulduktan sonra genel değerlendirme ve sonucun yer aldığı dördüncü bölümle sonuçlandırılmaktadır.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Etik Kavramı ve Kuralları

Yakın geçmişte sık sık üzerinde durulan etik kavramı, aslında insanların asırlar boyunca yaşamlarını şekillendiren ilkeleri, değerleri ve yargıları inceleyen bir felsefenin bir dalıdır. Ural'a göre (2003) etik, insanlar arasındaki ilişkilerde iyi veya kötü, doğru veya

yanlış kavramlarının temelini araştıran felsefi bir anlayıştır (Brinkmann, 2002,s.159). Etik davranış doğru ile yanlış ayırarak doğruyu seçme ve ahlaklı davranma yoludur. Ayrıca etik davranış bireylerin toplum tarafından iyi güzel ve doğru kabul ettikleri bir takım kurallara uygun davranmaktadır. Etik her şeyden önce istenilecek bir yaşamın araştırılması ve anlaşılmasıdır. Daha geniş bir bakış açısı ile bütün etkinlik ve amaçların yerli yerine konulması neyin yapılacağı ya da yapılamayacağı; neyin isteneceği ya da istenemeyeceğinin neye sahip olunacağı ya da olunamayacağı bilmesidir (Pehlivan, 2001).

Etik (Ethics) Yunanca karakter anlamına gelen ethos ahlak (morality) Latince “adet” gelenek anlamına gelen moralis ve “terbiye-üslup” anlamına gelen manners kavramlarından gelmektedir. Etik kavramı daha çok bireylerin karakterlerine yönelik olarak algılanırken ahlakilik (morality) insanların birbirleriyle olan ilişkilerine dikkat çekmektedir (Thiroux, 1998). Etik bir ahlaki eylem kuramıdır ama bunu öncelikle “bilgi” adına değil “eylem” adına gerçekleştirir. Bu nedenle etik salt kuram oluşturma amacıyla geliştirilmiş bir kuram; salt entelektüel bir doyuma hizmet eden zihinsel bir çalışma değil en başta düşünce ve eylem ilişkisidir (Pieper, 1999).

Değişik meslek gruplarında farkı etik değerler ön plana çıkarılıyor olsa da, genel etik değerler ve kurallar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Smith, 1995, s. 85; Akarsu, 1998);

- **Yetkinlik (Yeterlilik-Ehliyet) Açısından Etik Kurallar:** Hizmetlerini en üst düzeyde yeterlilikte yürütmeyi amaçlarlar. Uzmanlık alanlarının yetkinlik sınırlarını bilirler.
- **Dürüstlük Açısından Etik Kurallar:** Kişilerarası ilişkilerde bilimsel ve mesleki çalışmalarda özellikle hizmet sürecinde dürüstlüğü doğruluğu gerçekliği ön plana alır.
- **Duyarlılık ve Hoşgörü Açısından Etik Kurallar:** Meslek ilişkilerinde özellikle de müşteriye karşı duyarlı ve kabul edicidirler. İnsan ilişkilerinde anlayışın her kapıyı açan bir anahtar olduğunu bilirler.
- **Mesleki ve Bilimsel Sorumluluk Açısından Etik Kurallar:** Etik davranış standartlarına bağlı olmayı görev ve rollerini iyice kavrayıp bunlara uygun davranma sorumluluğunu yüklenmişlerdir. Danışmanlar meslektaşlarının bilimsel ve mesleki etik kural ve standartlara uygun davranıp davranmamaları ile de ilgilenirler.
- **Genel Ahlaki Kurallar Açısından Etik:** Etik, iyi olanı değil, bir şeyin iyi olduğu hükmüne nasıl varıldığını söyler. Etik ahlâk üretmez, ahlâk üzerine konuşur. Ahlâki yargılar ve ahlâki yargılara ilişkin önermeler, farklı dil ve nesne düzeylerinde ikili bir durumu yansıtır.

1.2.Etik Türleri ve İş Etiği

Bilindiği üzere her geçen gün kendisini daha yoğun bir şekilde hissettiren küreselleşme sürecinin baskın olduğu bir dünyada yaşamaktayız. Böylesi bir ortamda küreselleşme, ülkeler arası uyumun üst düzeylere çekilmesi, gerek ekonomik gerek siyasi ve gerekse güvenlik alanlarında etkin bir işbirliği sağlaması açısından önemi giderek artan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Avrupa Birliğine girmeyi ve Avrupa'ya ortak olmayı hedefleyen Türkiye, gerekli uyum yasalarını çıkararak ve bu konudaki çalışmalara hız kazandırarak kararlılığını açık bir şekilde göstermeye devam etmektedir. İnsanlar arası iyi ilişki ve eylemlerin küresel ölçekte gerçekleştirilebilmesi için üzerinde asgari müştereklerde uzlaşırabilecek normatif bir zeminin kurulması gerekmektedir. Evrensel meslek etiği değerlerinin oluşabilmesi için en büyük görev etik değerlere sahip profesyonel bir anlayış içinde çalışan meslek mensuplarına düşmektedir. Mesleki etik, bütün ilişkilerde dürüstlük, sözünde durmak, doğaya ve insanlara saygılı olmak, hakça davranmak ve haksızlara karşı çıkmayı gerektirir. Dolayısıyla etik bu anlayış üzerine kuruludur. Bundan dolayıdır ki 21.yy ilk çeyreğinde “etik” sözcüğü her alanda daha çok duyulmaya başlamıştır. Başta “toplumsal etik”, “tıp etiği” olmak üzere çevre sorunlarının insana ya da insanlığın geleceğine olası etkilerini konu edinen “çevre etiği”, en geniş anlamıyla iş ya da ticaret yaşamında ortaya çıkan etik sorunları ele alan “işletme etiği” siyaset ve kamu yönetimi alanında karşılaşılan etik sorunları ele alan “siyaset etiği” dir. Ayrıca, “yönetim etiği”, “basın etiği”, “meslek etiği” gibi günümüzde kendilerinden en fazla söz edilen mesleki etik türleri olmaktadır (Aydın, 2002). Öte yandan, günümüzde etik, insan hareketlerinin neyin doğru neyin yanlış, neyin iyi neyin kötü, neyin faydalı neyin zararlı neyin kabul edilebilir neyin kabul edilemez olduğunu tanımlayan standartlardır (Velasquez, 2002). İş etiği ise genel etik kurallarından farklı olmayan, etik kuralların iş hayatına uyarlanmasıdır (Frederic ve diğ, 1988,s.52). Diğer taraftan, McNamara (2005) iş etiğini, iş yerinde doğru ve yanlış olanı ayırt ederek, doğru olanı yapmak üzere oluşturulan kurallar ve prensipler bütünü olarak tanımlamaktadır. Başka bir ifadeyle iş etiği, kişisel ahlak normlarının ticari yatırım, hedef ve aktivitelerde nasıl uygulanacağını araştırılması olarak tanımlanabilir. Etiğin tüm sosyal hayatta olduğu gibi iş hayatında da önemli bir yeri olduğu söylenebilir. İş hayatında karlılık tek amaç olmamalıdır. Karlılığın yanında sosyal sorumlulukların da aynı önemde kabul edilmelidir. İş dünyasının etik davranışlarının azalmasının sebepleri olarak şunlar gösterilebilir (Woods, 2003);

- Menfaate yönelmek,
- Ne olursa olsun maksimum kar etme,
- Bazı sektörlerdeki kanun boşluklar,
- Etik dışı davranışları önemsemeyen işletme sayısındaki artış,

- Bireyciliğin artması,
- Önemli mevkide etik liderlik eksikliğidir.

1.3.Turizm Sektöründe Etik

Turizm disiplinler arası bir konu olarak, birçok toplum ve doğa bilimi ile yakın bir ilişki içindedir. Turizmde, birçok konu ve sorun etik uygulamalar ile ilgilidir (Payne ve Dimanche,1996). Turizm sektöründe farklı çıkarlar peşinde koşan birçok paydaş bulunmaktadır. 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). Ayrıca, işletmeler tarafından etik değerlerden yararlanmanın önemli bir geçmişe sahip olması, bu alanda çalışmalarını yürüten araştırmacılara da geniş olanaklar sağlamaktadır. Ancak, hizmet sektörünün önemli bir parçası olan turizm işletmelerinde ikili ilişkilerde yaşanan sıkıntıları ortadan kaldıracak etik değerlerin oluşturulması, personele benimsetilmesi ve uygulanması üzerine yapılan çok sayıda yabancı yazına karşın Türkiye’de yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır.

Son yıllarda etik ve uygulaması konusunda literatüre kazandırılan yeni çalışmalarla birlikte bu alanda önemli gelişmeler olduğu dikkat çekmektedir. Fennell ve Malloy’ un (1999) belirttikleri gibi, turizm endüstrisi hızla genişleyen sosyo-kültürel bir olaydır ve bu geniş çaplı büyüme ve gelişme beraberinde turizm endüstrisindeki etik davranış ve uygulamalara olan ilgiyi de artırmaktadır. Özellikle uluslararası norm ve niteliklere sahip olmasıyla dikkat çeken bu sektörde, uluslararası, ulusal, bölgesel ve kurumsal etik değerler oluşturma çaba ve çalışmaları da her geçen gün hız kazanmaktadır. Öte yandan, turizm sektöründe karşılaşılan en önemli etik sorunların; çıkar çatışmaları, çalışanların karakterleri, maaş ve ödüllendirme, ticari sırların dışarıya açıklanması gibi konular üzerinde yoğunlaştığı saptanmıştır (Sarıışık ve diğ., 2006). Ayrıca, turizm işletmelerinin önemli bir kısmının etik kodlara sahip olduğu ya da hazırlık aşamasında oldukları ama uygulamaların diğer sektörlere göre son derece düşük olduğunun altı çizilmektedir.

Etik yaklaşıma ilişkin tarihsel süreç, teleolojik ve deontolojik olmak üzere başlıca iki yaklaşımın öne çıktığını göstermektedir. Teleolojik yaklaşıma göre bir davranışın doğru ya da yanlış olduğuna o davranışın sonuçlarına bakarak karar verilirken, deontolojik yaklaşım, sorumlulukların sonuçlarından bağımsız olduğunu savunmaktadır. İşletme etiği alanında yapılan çalışmalarda her iki yaklaşım da kullanılmaktadır. Günümüzde iş hayatında etik konusu, ikincil derecede önemli bir konu ve/veya sorun kaynağı olarak görülemeyecek kadar fazla önem taşımaktadır ve bu önemin yansıması olarak içinde bulunduğumuz dönem, “etik çağı” diye nitelenebilmektedir (Smith, 1995,s. 85).

1.4. Genel Olarak Turizmde Etik Kurallar

Genel olarak araştırmacıların değişik tasnifleri incelendiğinde, turizm işletmelerinde etik kurallar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Haynes, 2002);

- İnsanlara saygı-dürüstlük, tarafsızlık,
- İyi olmak, adalet-eşitlik, özgürlük
- Zarar vermemek, zarar verme riskine girmemek
- Zararı önlemek onarım, zararı ortadan kaldırmak
- Gizlilik, mahremiyet, mülkiyet hakları
- Yaşamın kutsallığı, yaşamın değeri
- Sözüde durmak-bağlılık, etkililik
- Sorumluluk hesap verebilirlik
- Gizlilik resmi sırlara saygıdır.

1.5. Dünya Turizm Örgütünün Etik Standartları

Uluslararası turizmin önümüzdeki 20 yıl içinde yaklaşık üç kat büyüyeceğini öngören turizm profesyonelleri, bu büyük endüstrinin çevre ve kültürel miras üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek ve turizmden elde edilecek faydayı maksimum düzeye çıkarmak üzere uluslararası bağlayıcılığı olan bazı ilkeler üzerinde çalışmaya başlamışlardır. İlk kez 1997 yılında Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) İstanbul'da yapılan Genel Kurul toplantısında Küresel Turizm Etiği İlkeleri'nin belirlenmesi çağırısı yapılmıştır. Hemen ardından oluşturulan bir komite konuyla ilgili taslak metni hazırlamıştır. 1999 Nisan'ında New York'ta toplanan Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Gelişme Komisyonu bu girişimi destekleyerek, WTO'dan bu taslak metni özel sektör, sivil toplum ve işçi örgütlerine de sunarak, katkılarını almasını istemiştir. 10 maddelik Küresel Turizm Etiği İlkeleri WTO'nun 1999 Ekim'inde Santiago'da gerçekleştirdiği Genel Kurul toplantısında kabul edilmiştir. Bu maddeler şunlardır; (Yazıcıoğlu ve Boylu 2003);

- Turizmin halk ve toplumlar arasında karşılıklı saygı ve anlayış ilişkilerine katkıları,
- Bireysel ve kolektif bir tatmin aracı olarak turizm,
- Sürekli bir gelişme faktörü olarak turizm,

- İnsanlığın ortak kültürel mirasından yararlanan ve onu zenginleştiren bir etkinlik olarak turizm,
- Ev sahibi ülkeler ve toplumlar için fayda üretici bir etkinlik olarak turizm,
- Yatırımcıların turizmin gelişmesindeki yükümlülükleri,
- Turizm hakkı,
- Turistik hareket özgürlüğü,
- Turizm çalışanları ve girişimcilerinin hakları,
- Global etik maddelerinin turizme uygulanabilirliği.

2. BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE ARAŞTIRMA

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Otel işletmelerinde Önbüro çalışanlarının etik algılamalarına yönelik değerlendirmenin yapılmasıdır. Bunun yanında, konaklama işletmeleri için önemli bir kalite göstergesi olan müşteri memnuniyetinin üst düzeye çıkarılabilmesi için özellikle Önbüro departmanında uygulanan ve etik kuralların uygulanmasındaki algılanış biçimlerini belirleyerek bu departmanla ilgili bilimsel veriler oluşturulması ikincil amaç olarak ifade edilebilir.

2.2. Araştırmanın Önemi

Etik ve/veya ahlakın tüm sosyal hayatta olduğu gibi iş hayatında da önemli bir yeri vardır. İş etiğinin turizm işletmeleri ile ilgili boyutlarına bakıldığında, kar amacı güden turizm işletmeleri arasında, iş etiğine uyulmaması birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. Örneğin, etik anlayışı olmayan işgörenler, kişisel çıkarları için çalışabilir ve bencil davranabilirler. Ayrıca, işletmeye ve topluma zarar veren bu düşünce anlayışına sahip olabilirler.

2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılığı

Araştırmanın evreni, uygulama kolaylığı, zaman ve maliyet unsurları da dikkate alınarak, çalışmanın kapsamı daraltılmış ve İstanbul ili ile sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda İstanbul ilinde faaliyet gösteren toplam 33 adet 5 yıldızlı otel araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Otellerin tamamına anket formu gönderilmiş ve 27 otelden 207 önbüro otel çalışanlarından sağlanmıştır. Turizm işletmelerinde çalışanları ilgilendiren etik uygulamalar iki farklı perspektifte incelenebilir. Bunlardan ilki yöneticilerin

çalışanlarına yönelik uygulaması gereken etik ilkeler, diğeri ise çalışanların müşterilere yönelik uygulaması gereken etik ilkelere dir .

2.4.Araştırma Yöntemi

Bu araştırma ilişkisel tarama yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın yöntemiyle belirlenmeye çalışılan olgu bir başka deyişle bağımlı değişken etik kurallara uyma düzeyi ve daha sonra Konaklama İşletmelerinde çalışanların (Önbüro personeli) etik kuralları algı düzeyleri cinsiyet, yaş, çalışma süresi ve eğitim düzeyi durumuna göre nasıl değiştiğini belirlemek olduğundan, ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırma anket tekniğinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. 2009 Ekim-Kasım aylarında anket uygulaması yapılmıştır. Anket sorularını oluştururken Coşkun ve Karamustafa'nın (1999) "İşletme Öğrencilerinin Etik algıları Üzerine Ampirik Bir Çalışma" ve Gül ve Ergün'nün (2004) "Muhasebe Mesleği Etik Kuralları ve Bu Kuralların Meslek Mensuplarının Algılanışı" adlı çalışmalarında kullandıkları anket formları ve çalışmamızdaki temel araştırma soruları da dikkate alınarak hazırlanmıştır. Ayrıca, güvenilirlik çalışmaları kapsamında iç tutarlılık hesaplamaları yapılmıştır. Bilindiği gibi bölünmüş test çözümlemeleri yoluyla yapılan "iç tutarlılık katsayıları güvenilirliğin belirlenmesinde kullanılan yöntemlerden biridir" Bu çalışmada da cronbach α iç tutarlılık katsayısı hesaplanmış ve 0,88 olarak bulunmuştur. Araştırmada elde edilen verilerin aşağıdaki özellikleri taşıdığı varsayılmıştır.

- Araştırma örnekleminin evreni tam temsil ettiği düşünülmektedir.
- Araştırmaya katılan konaklama işletmesi çalışanlarının verdikleri bilgilerin doğru ve samimi olduğu varsayılmaktadır.
- Araştırma sonuçlarına katılımcıların ve uygulama ortamına kontrol dışı faktörlerin düşük düzeyde de olsa etki etmiş olabileceği kabul edilmektedir.
- Araştırmada kullanılan veri toplama araçlarının ölçülmek istenen özellikleri doğru olarak ölçebileceği kabul edilmiştir.

3.ARAŞTIRMA BULGULARI VE İRDELENMESİ

3.1. Demografik Bulgular:

Tablo 1.Ön Büro çalışanlarının cinsiyet, eğitim düzeyi, işletmede çalışma süresi, personel statüsünün değerlendirilmesi

Bağımsız değişkenler	Frekans (n)	Yüzde (%)	Bağımsız değişkenler	Frekans (n)	Yüzde (%)
İşletmede Çalışma Süresi			Cinsiyet		
1-3 yıl arası	53	(25,0)	Kadın	66	(32,0)
4-6 yıl arası	55	(27,0)	Erkek	141	(68,0)
7-10 yıl arası	58	(28,0)	Toplam	207	(100)
11 yıl ve yukarısı	41	(20,0)	Eğitim durumu		
Toplam	207	(100)	İlköğretim	49	(24,0)
Personel Statüsü			Lise	48	(23,0)
Yönetici	46	(23,0)	Ön lisans	41	(20,0)
Ara Yönetici	69	(33,0)	Lisans	69	(33,0)
Personel	92	(44,0)	Toplam	207	(100)
Toplam	207	(100)			

Beş yıldızlı otel işletmelerinde Tablo 1.'de de görüldüğü gibi örneklemini oluşturan önbüro çalışanlarının %53'e yakın kısmı üniversite eğitimi almıştır. Bunun yanında çalışanların %23'ü lise mezundur. %24'lük kısmı ilköğretim eğitimi almışlardır. Yapılan araştırmaya katılan personellerin %56'sı işyerinde orta düzey yönetici olarak çalışmaktalar bunu %33'lük pay ile ara yönetici ve %44'lük payla da normal personel izlemektedir. Araştırma bulgularına bakıldığında örnekleminizi oluşturan yöneticilerin %68'i erkek, %32'si de kadındır. Otelde çalışma sürelerine bakıldığında ise, %80'ninin 10 yılını doldurmamayan personel olduğu görülmektedir. Bu durum, otel işletmelerinde personel devir oranının ne kadar yüksek olduğunu göstermektedir.

3.2.Araştırma Örneklemini Oluşturan Personelin Tüm Sorulara Verdiği Cevaplar

Tablo2:Personelin etik dışı davranışa yönelten sebeplere ilişkin görüşlerin dağılımı

Personelinin Etik Dışı Davranışa Yönelten Sebeplere İlişkin Görüşler	N	%
Yöneticiler	80	(38,6)
Müşteriler	50	(24,2)
Diğer	30	(14,5)
Çalışma Arkadaşları	26	(12,6)
Toplumun Değer Yargıları	15	(7,2)
Yasalar	6	(2,9)
TOPLAM	207	(100)

Tablo 2’de Önbüro Personelini etik dışı davranışa yönelten sebeplere ilişkin sıralama sorulmuştur. Soruyu cevaplayanlardan % 38,6’sı en önemli etkenin yöneticiler olduğunu belirtmiştir. İkinci olarak % 24,2’si ile de müşteriler diyenler gelmektedir. Bu veri Önbüro personelini etik dışı algılamaya iten en önemli iki unsurun yöneticiler ve müşteriler olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Önbüro personelinin etik davranışa yönelten sebeplere ilişkin görüşlerin dağılımı

Davranış Sebepleri	N	%
Tecrübe	46	(22,2)
Kişilik	46	(22,2)
Hizmet içi eğitim	37	(17,9)
Örgün eğitim	25	(12,1)
İşletme sahip ve yöneticileri	23	(11,1)
Toplumsal değer yargıları ve kültür	18	(8,7)
Diğer	12	(5,8)
TOPLAM	207	(100)

Tablo 3 den de anlaşılacağı gibi Önbüro personelini etik davranmaya iten nedenlerin başında % 22, 2 ile kişilik ve mesleki tecrübe gelmektedir. Bunun yanında hizmet içi eğitim ve örgün öğretimde önemli birer neden olarak görülmektedir. Bu verilerden de anlaşılacağı gibi etik kurallara algılamada, etik kuralların bağlayıcılığında çok kişisel özellikler ön plana çıkmaktadır.

Tablo 4: İşletmelerde etik kuralların algılanışına ilişkin görüşlerin frekans dağılımları

Durumlar	Her Konuda		Çoğu Konuda		Bazı Konuda		Çok Az konuda		Hiçbir Konuda	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Yasal Olmayan İşlere Karışma	153	73,9	42	20,3	7	3,4	5	2,4	-	-
Dürüstlük	147	71,0	56	27,1	4	1,9	-	-	-	-
Şeffaflık	140	67,9	41	19,8	21	10,1	5	2,4	-	-
Müşteri Memnuniyeti	137	66,2	35	16,9	17	8,2	2	1,0	16	7,7
Güvenilirlik	107	51,7	55	26,6	45	21,7	-	-	-	-
Mesleki Dayanışma	103	49,8	69	33,3	30	14,5	5	2,4	-	-
Sır Saklama	100	48,3	82	39,6	15	7,2	7	3,4	3	1,4
Tarafsızlık	94	45,4	62	30	51	24,6	-	-	-	-
İtibar ve Ahlak	92	44,4	94	45,4	12	5,8	7	3,4	2	1,0
Sadakat	86	41,5	93	44,9	18	8,7	10	4,8	-	-

Tablo 4’de İşletmelerin etik kurallara algılanış düzeyine Önbüro personelinin verdiği yanıtlara göre, genelde otel işletmeleri etik kurallara uymaktadır. En yüksek yüzdeliği olan yasal olmayan işler %73,9, dürüstlük % 71,0, Şeffaflık % 67,6 ve müşteri memnuniyeti % 66,2 almaktadır. Bu tabloya göre en yüksek yasal kurallara uyma konusunda tam bir uyum varken Sır saklama, Mesleki dayanışma ve şeffaflık konusunda zaman zaman etik dışı uygulamalar görülmektedir.

Ayrıca, otel işletmelerinde Çalışan Önbüro Personeline etik kurallarının öncelikli sıralaması sorulduğunda, 41 frekans ve 4.19 ağırlıklı ortalama ile dürüstlüğü birinci derecede, etik kuralı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bunu 35 frekans ve 4.02 ağırlıklı ortalama ile mesleki bilgi ve yeterliliği ikinci derecede, 25 frekans ve 3.76 ağırlıklı ortalama ile de güvenilirliği üçüncü derecede, 24 frekans ve 3.56 ile tarafsızlığı etik kurallar olarak gördükleri ortaya çıkmaktadır

Tablo 5. Önbüro personelinin işletmelerdeki etik uygulamalara yönelik algılama frekans ve yüzdeliklerin dağılımı

Etik Uygulamaların Düzeyi	N	%
Orta	160	(77,3)
Yetersiz	30	(14,5)
Yeterli	17	(8,2)
Toplam	207	(100)

Tablo 5 te ki verilere bakarak anket uygulaması yapılan işletmelerdeki Önbüro personelinin % 77,3 oranında etik konusunda ortalama bir bilgiye sahip olduğu görülmektedir. Bu veriye göre işletmeler etik kurallar konusunda % 14,5 lik dilimdeki bilgisi yetersiz grubun bilgilendirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır

Tablo 6. Kadın ve erkek önbüro çalışanlarının işletmelerdeki uygulamaların etik algılama frekans ve yüzdelerinin dağılımı

Cinsiyet		Yetersiz	Orta	Yeterli	Toplam
Erkek	N	23	109	9	141
	%	(16,3)	(77,3)	(6,4)	100
Kadın	N	7	51	8	66
	%	(10,6)	(77,3)	(12,1)	100
Toplam	N	30	160	17	207
	%	(14,5)	(77,3)	(8,2)	(100)

$$X^2= 2,81 \quad sd=2 \quad P>,05$$

Tablo 6'ya göre kadın ve erkek Önbüro çalışanlarının etik algılamaları düzeyi kadınlara oranla erkekler daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu tabloda da personelin genelde orta düzeyde etik algılama düzeyinin olduğu görülmektedir. Ayrıca, ($X^2= 2,81, sd=2, P>,05$) değerlerine göre erkek ve kadın Önbüro çalışanları arasında etik algılama düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 7. Öğrenim durumuna göre önbüro çalışanlarının işletmelerdeki uygulamaların etik algılama frekans ve yüzdelerinin dağılımı

Öğrenim Durumu		Yetersiz	Orta	Yeterli	Toplam
İlköğretim	N	4	40	5	49
	%	(8,2)	(81,6)	(10,2)	(100)
Lise	N	5	31	12	48
	%	(10,4)	(64,6)	(25,0)	(100)
Ön lisans	N	8	33	0	41
	%	(19,5)	(80,5)	0	(100)
Lisans	N	13	56	0	69
	%	(18,8)	(81,2)	0	(100)
Toplam	N	30	160	17	207
	%	(14,5)	(77,3)	(8,2)	(100)

$$X^2= 3,57 \quad sd=6 \quad P>,05$$

Tablo 7'ye göre üniversite eğitimi alanların almayanlara göre etik kuralları algılama düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Üniversite eğitimi alanların hiçbirinde etik algılama oranları yeterli değildir. Ancak, ($X^2= 3,57, sd=6, P>,05$) değerlerine göre

öğrenim düzeyine göre çalışanların işletmedeki uygulamaların etik algılamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır.

Tablo 8. Önbüro Çalışanlarının Turizm Eğitimi Alıp Almama Durumuna Göre İşletmelerdeki Uygulamaların Etik Algılama Frekans ve Yüzdelerine İlişkin Bulgular

Turizm Eğitimi Alma		Yetersiz	Orta	Yeterli	Toplam
Evet	N	23	107	8	141
	%	(16,7)	(77,5)	(5,8)	(100)
Hayır	N	7	53	9	66
	%	(10,1)	(76,8)	(13,0)	(100)
Toplam	N	30	160	17	207
	%	(14,5)	(77,3)	(8,2)	(100)

$$X^2=4,29 \quad sd=2 \quad P>,05$$

Bu tabloya göre Turizm eğitimi alanların almayanlara göre etik algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu tabloda da daha önce tekrarlanan hem turizm eğitimi almış hem de almamış Önbüro personelinde etik algılama düzeyin orta seviyede olduğu görülmektedir. Ayrıca, ($X^2=4,29, sd=2, P>,05$) değerlerine göre, çalışanların turizm eğitimi alıp almama durumuna göre farklı bir algılama saptanmamıştır.

Tablo 9: Çalışanların çalışma sürelerine göre işletmelerdeki uygulamaların etik algılama frekans ve yüzdelerine ilişkin Bulguların Dağılımı

İşletmede Çalışma Süresi		Yetersiz	Orta	Yeterli	Toplam
1-3 Yıl	N	12	41	0	53
	%	(22,6)	(77,4)	0	(100)
4-5 Yıl	N	6	42	7	55
	%	(10,9)	(76,4)	(12,7)	(100)
6-10 Yıl	N	6	46	6	58
	%	(14,6)	(70,8)	(14,6)	(100)
+ 11	N	6	31	4	41
	%	(14,6)	(75,6)	(9,8)	(100)
Toplam	N	30	160	17	207
	%	(14,5)	(77,3)	(8,2)	(100)

$$X^2=3,68 \quad sd=4 \quad P>,05$$

Tablo 9'a göre Önbüro çalışanlarının çalışma sürelerine göre işletmelerdeki uygulamaların etik algılama düzeylerine bakıldığında işe yeni grenlerin eskilere oranla etik algılarının daha yetersiz olduğu görülmektedir. Çalışma süreleri 3 yılı aşkın personelin ise algı yeterlilik düzeyinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna karşın 11 ve daha uzun süre çalışan personelin ise algı düzeyleri 3-10 yıl arası çalışanlara göre daha düşüktür. Öte yandan, ($X^2=3,68, sd=4, P>,05$) değerleri incelendiğinde çalışma süreleri bakımından ankete katılanlar arasında etik algılama farklılığı yoktur.

Tablo10. Önbüro işletmesinin kapasitesine göre işletmelerdeki uygulamaların etik algılama frekans ve yüzdelerinin Dağılımı

Otelin Kapasitesi		Yetersiz	Orta	Yeterli	Toplam
10-99 Kişi	N	13	20	2	35
	%	(37,1)	(57,1)	(5,7)	(100)
100-299 Kişi	N	10	69	7	86
	%	(11,6)	(80,2)	(8,1)	(100)
+ 300 Kişi	N	7	71	8	86
	%	(8,1)	(82,6)	(9,3)	(100)
Toplam	N	30	160	17	207
	%	(14,5)	(77,3)	(8,2)	(100)

$$X^2=3,28 \quad sd=3 \quad P>,05$$

Tablo 10'a göre işletme kapasitesi arttıkça Önbüro personelinin etik algılama yeterlilik düzeyi artmaktadır. Bunun sebebi, kapasite arttıkça daha profesyonel bir yönetim anlayışı kurumsallaşmayla gelen etik uygulamalar ve kalite standartlarının uygulanması olabilir. Ayrıca, ($X^2=3,28, sd=3, P>,05$) değerlerine bakıldığında Önbüro işletmesinin kapasitesine göre işletmelerdeki uygulamaların etik algılamalarına yönelik anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 11. Çalışanların statülerine göre işletmelerdeki uygulamaların etik algılama frekans ve yüzdelerinin dağılımı

Personel Statüsü		Yetersiz	Orta	Yeterli	Toplam
Yönetici	N	5	41	0	46
	%	(10,9)	(89,1)	0	(100)
Ara Yönetici	N	10	54	5	69
	%	(14,5)	(78,3)	(7,2)	(100)
Normal Personel	N	15	65	12	92
	%	(16,3)	(70,7)	(13,0)	(100)
Toplam	N	30	160	17	207
	%	(14,5)	(77,3)	(8,2)	(100)

$$X^2=4,28 \quad sd=2 \quad P>,05$$

Tablo 11'den de anlaşılacağı gibi Önbüro personelinin yönetim seviyesindeki konumu yükseldikçe etik algılamalardaki yeterlilik düzeyi artmaktadır. Bu da yöneticilerin hizmet kalitesi ve etik standartlara uymanın işletme menfaatleri için ne kadar önemli olduğunun farkında olduklarını göstermesi açısından önemlidir. Ayrıca, ($X^2=4,28, sd=2, P>,05$) değerleri personel statüsüne göre etik algılamasında anlamlı bir fark bulanamamıştır.

Tablo.12. İşletme türüne göre önbüro çalışanlarının işletmelerdeki uygulamaların etik algılama frekans ve yüzdelerine ilişkin bulguların dağılımı

İşletmede Yönetim Şekli		Yetersiz	Orta	Yeterli	Toplam
Uluslararası Zincir	N	3	36	1	40
	%	(7,5)	(90,0)	(2,5)	(100)
Ulusal Zincir	N	13	28	9	50
	%	(26,0)	(56,0)	(18,0)	(100)
Bağımsız Ortaklık	N	3	42	4	49
	%	(6,1)	(85,7)	(8,2)	(100)
Aile İşletmesi	N	11	54	3	68
	%	(16,2)	(79,4)	(4,4)	(100)
Toplam	N	30	160	17	207
	%	(14,5)	(77,3)	(8,2)	(100)

$$X^2=3,57 \quad sd=4 \quad P>,05$$

Tablo 12'deki veriler ışığında işletme şekline göre Önbüro çalışanlarının etik algıları değişmektedir. Buna göre Uluslararası zincir işletmeleri(% 18) ile yeterli etik algılama

düzeyinde ilk sıradadır. Buna karşı aile işletmeleri etik algılama düzeyi sıralamasında % 16,2 ile yeterlik bakımından en düşük sıradadır. Bu veriye göre aile işletmelerinin kurumsallaşmakta zorlandığı, sık sık yönetim kararlarında aile üyelerinin işletme etik kurallarına baskın çıktığı anlaşılmaktadır. Ancak, ($X^2=3,57, sd=4, P>,05$) İşletme şekline göre Önbüro çalışanlarının işletmelerdeki uygulamaların etik algılamaları arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Konaklama İşletmelerinde Çalışan Önbüro Personellerine yönelik yapılan araştırmadaki bulgular analiz edildiğinde, en önemli görülen etik kurallarından birincisi dürüstlüğü; müşteri ve işletme çıkarlarını eşit şekilde korumak, ilkeli olmak, mesleki saygınlığı korumak ve güven vermek olarak algılandıkları ortaya çıkmıştır. İkinci derecede önemli etik kural olarak görülen mesleki bilgi ve yeterliliğin ise; kendini yenilemek ve geliştirmek ile mesleki bilgileri takip etmek olarak algılandığı ortaya çıkmıştır. Konaklama İşletmelerinde Çalışan Önbüro Personelinin arasında üçüncü derecede önemli etik kural olarak görülen güvenilirlik ile ilgili algılamanın da; müşterinin Önbüro personeline, meslek mensubunun kendine ve mesleki bilgisine güvenmesi ile karşılıklı güven üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Yasalara bağlılık konusundaki düşünceler; yasalara uymak, yasal yetkileri aşmamak, hukukun üstünlüğüne bağlı kalmak ve yurttaşlık bilincine sahip olmak üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Araştırma bulgularının da ortaya koyduğu gibi, Konaklama İşletmelerinde Çalışan Önbüro Personelinin önemli bir kısmının meslek etiği kuralları hakkında bilgi eksikliği içinde oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca, meslek etiği kurallarının algılanması ve tanımlanmasındaki sorunlar da ciddi boyutlardadır.

Yapılan araştırmada Önbüro personelini etik dışı davranmaya iten nedenlerin başında yöneticiler ve işletme sahiplerinin geldiği görülmüştür. Bu durum genelde işletme menfaatleri ve müşteri menfaatleri çatıştığında ortaya çıkmaktadır. Kusurlu bir hizmetin telafi edilmesi, fazla rezervasyon alma, eksik personelle çalışma, yönetici ve patronlara tanınan ayrıcalıklar gibi. İkinci sırada mesai arkadaşları gelmektedir. Arkadaşının yaptığı bir hatadan dolayı etik kuralların ihlal edilmesi sıkça karşılaşılan bir durumdur. Müşteri geldiğinde odanın hazır olmayışı, rezervasyon esnasında taahhüt edilenlerin verilememesi, müşteri hesaplarında yapılan hatalar bunlara örnektir.

Önbüro personelinin etik kurallara uymasını olumlu yönde etkileyen unsurların başında personelin kişiliği ve tecrübesi gelmektedir. Olumlu özelliklere sahip kişiler davranışlarında etik kurallara daha duyarlı olmaktadır. Müşteri hesaplarıyla oynama, fazla para tahsil etme, müşteriyi ve yöneticiyi yanlış bilgilendirme, işini aksatma, işe geç gelme kişilik ile ilgili davranışlardır. Bununla beraber tecrübe de etik kurallara uymada önemli bir etkidir yaptıkları hareketlerin sonuçlarını bilen ya da tahmin edebilen bir personeli davranışlarında etik kurallara uyma konusunda daha fazla çaba gösterecektir. Aksi halde hem kendisi, hem mesai arkadaşları hem de çalıştığı işletme

bu yanlşın bedelini ödeyecektir. Ayrıca hizmet içi eğitimlerde etik konulara ağırlık verilmesi, toplumsal değerler ve işletme yöneticilerinin etik davranış örnekleri de Önbüro personelinin etik davranmasını olumlu etkileyen unsurlardır..

Araştırma sonucunda Önbüro çalışanlarının gözüyle işletmelerin etik uygulamaları değerlendirildiğinde şu bulgulara rastlanmıştır. İşletmeler için imaj ve ahlak önemlidir. Pazarlamaya önemli bir etkisi olan pozitif imajın korunması ancak etik davranışlarla sürekli hale getirilebilir. Yasal olmayan işlere karışma, müşteri sadakati ve müşteri memnuniyeti de işletmelerin yüksek oranda önemseydiği konulardandır. Önbüro konum olarak otel işletmesiyle müşteri arasında en önemli iletişim noktasıdır. Bu nedenle davranışlarında etik kurallara dikkat etmesi hizmet kalitesi açısında önem arz etmektedir. Fakat Önbüro departmanı en fazla etik ihlallerinin ortaya çıktığı yerdir. Bu ihlallerin oda arızasının tamir edilmemesi, yemeklerin ve servisin kötü oluşu gibi diğer departmanlardan kaynaklanıyor olabilir; fakat müşteri için muhatap önbürodur. Araştırmada Önbüro personelinin etik algılama düzeyi genelde orta seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan araştırmada; davranışlarında etik değerlere önem göstermede bayanların erkeklerden, daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır. Buna ilave olarak, Turizm eğitimi alanların almayanlardan, aynı işletmede üç yıldan fazla çalışanların daha az çalışanlardan, ara yönetici ve yöneticilerin elemanlardan, uluslar arası zincir işletmelerinin diğer işletme türlerinden ve büyük otel işletmelerinin personelinin küçük otel personelinin daha fazla dikkat ettiği yapılan çalışmada tespit edilmiştir. Ayrıca, bu çalışma, İstanbul ilinde faaliyet gösteren toplam otuzüç adet beş yıldızlı oteli kapsamakta dolayısıyla araştırma sonuçları genel sonuç beyan edilmemektedir. Fakat bu çıkan sonuçların sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı ve otel yöneticilerine yönetsel düzlemde ışık tutacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1998), Mutluluk Ahlakı (Ahlak Öğretileri-1). İnkılap Yayınları, İstanbul.
- Aydın, İ.P. (2002), Yönelmel Mesleki ve Örgütsel Etik. Ankara: Pegem A Yayınevi.
- Brinkmann, J. (2002), "Business and Marketing Ethics: Concepts, Approaches and Typologies", Journal of Business Ethics, Cilt 41, Sayı 1/2, ss.159-177.
- Coşkun, R. ve Karamustafa, O., (1999), İşletme Öğrencilerinin Etik Algıları Üzerine Ampirik Bir Çalışma, Bilgi: Sosyal Bilimler Dergisi, 61-72..
- Fennel, D.A ve Malloy, D.C. (1999), Measuring the Ethical Nature of Tourism Operators, Annals of Tourism Research, 26(4): 928-943.
- 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
- Frederick, W.C., Davis, K., ve Post, J.E.. (1988), Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, Altıncı Baskı, New York, McGraw-Hill Publishing Company.
- Gül, K. ve Ergün, H. (2004), "muhasabe mesleğinde etik", TURMOB, Muhasebe ve Denetime Bakış, Dergisi, (11), 53-78.
- Haynes, F. (2002). Eğitimde etik (Cev. S. K. Akbaş). İstanbul: Ayrıntı Yayınları Jersey.
- 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
- Sarışık, M., Akova, O., Çontu, M., (2006), Otel Yöneticilerinin Etik Politika ve Yöntemlere Yaklaşımları, Üzerine Ampirik Bir Araştırma, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 17, Sayı 1, Bahar: 22-34.
- Payne, D. Dimanche, F. (1996), "An ethics model". Journal of Business Ethics, 15 (9), ss. 997-1007.
- Pehlivan, İ., (1998), Yönelmel Mesleki Örgütsel Etik, Pegem Ankara.
- Pieper, A. (1999), Etiğe Giriş Çeviren: V. Ataymen-G. Sezer. Ayrıntı Yayınları İstanbul.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 20, Sayı 3, 2011, Sayfa 21-40

Smith, N.C. (1995), "Marketing Strategies for The Ethics Era", Long Range Planning, Volume,28, Number 6.

Stevens, B. ve Brownell, J., (2000), Ethics: Communicating Standarts and Influencing Behavior, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly.

Thiroux, J., (1998), Ethics Theory and Practise R.R. Donneley& Sons Company New

Ural, T., (2003), İşletme ve Pazarlama Etiği, Detay Yayınları , Ankara.

Velasquez, M.G. (2002), Business Ethics: Cocept and Cases:New Jersey:Prentice Hall

Woods, R.H. (2003), Human Resources Management, USA, Educational Institute of The American Hotel & Motel Association.

Yazıcıoğlu, İ. ve Boylu, Y. (2003), Dünya Turizm Örgütünün Belirlediği Etik Kodları ve Bu Kodların Türkiye’de Uygulanmasına İlişkin Bir Araştırma, Turizm Akademik, 2: 41-57.

