

TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN ETİK ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yard. Doç. Dr. Orhan AKOVA

İsmail ÇALIK

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü

ÖZET

Bu çalışmanın amacı turizm eğitimi alan lisans ve ön lisans öğrencilerinin sektörde ortaya çıkan etik dışı uygulamaları nasıl algıladıklarını belirlemektir. Ayrıca demografik değişkenlerle, katılımcıların etik dışı davranış algılamaları arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı belirlemek araştırmanın diğer bir amacıdır. Araştırmanın sonuçları incelendiğinde katılımcıların turizm sektöründe ortaya çıkan etik dışı olaylara katılmadıkları, müşterilerin hassas oldukları etik dışı davranışlarda ise esnek davranışlar sergileyebileceklerini belirttikleri görülmektedir. Ayrıca, demografik değişkenlerle algılanan etik davranışlar arasında anlamlı farklılıkların olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: etik, turizm, eğitim.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how the vocational high school and bachelor's degree tourism students perceive unethical attitudes in tourism sector. Also an other purpose of this study is to determine if there is a significant difference between unethical perception and demographic variables. According to results of the study participants are not agree with the unethical attitudes which take place in tourism sector and they are more flexible about the unethical attitudes that costumers are sensitive. Also it is determined that there are significant differences between demographic variables and perceived unethical attitudes.

Key words: ethics, tourism, education.

GİRİŞ

Günümüz modern işletmeleri endüstri devriminin etkisiyle ortaya çıkan ve biçimlenen kurumlardır. Son yıllarda toplumun bakış açısı değişmiş ve işletmelerden beklentiler de bu yönde

şekillenmiştir. İşletmeler endüstri devriminin ortaya çıktığı günlerde "mekanik bir sistem", günümüzde ise "sosyal bir sistem" olarak algılanmaya başlamıştır. Mekanik nitelikli sistemlerde çevre ile etkileşim söz konusu

olmazken, sosyal sistemlerin etkinliği ve performansı doğrudan doğruya sistemin çevresi ile etkileşiminin kalitesine bağlıdır (Ay ve Erçen, 2006: 219). Böylece sosyal bir varlık haline gelen işletmeler sadece kar etmek ve yaşamlarını devam ettirmek gâilesinden öteye sosyal sorumluluk alan ve bu sorumlulukları paydaşlarıyla paylaşan kurumlar haline gelmişlerdir. Etik olgusu da bu sosyal sorumluluk anlayışı bağlamında işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ye dış çevre ve iç çevre elemanlarıyla ilişkilerinin düzenlenmesinde önemli bir araç olmuştur.

Turizm faaliyetlerinin gelişimine paralel olarak, tatil yapmanın bir lüks olmaktan çıkıp, ihtiyaç halini gelmesiyle birlikte artan turizm hareketlerinde sektörün yapısı gereği yoğun insan ilişkilerinin yaşanması, beraberinde etik ile ilgili sorunları da getirmektedir (Güler, 2005: 138). Diğer taraftan iş dünyasında kendini gösteren küreselleşme eğilimleri, uluslararası ticarete meydana gelen değişimler, farklı kültürlerdeki değişik davranışlara ve etik anlayışına önem verilmesine neden olmuştur.

İnsan ilişkilerinin önemli bir yer tuttuğu turizm endüstrisinde etik ile ilgili yaklaşımlar son zamanlarda önemini artırmaya başlamıştır. Uzun vadeli düşünüldüğünde turizm işletmelerinde gerçekleştirilen etik dışı uygulamalar işletmelere müşterilerin memnuniyeti açısından kalıcı zararlar verebilmektedir. Otel işletmelerinde, hizmet üretim sürecinde, müşteriler ile çalışanların sürekli etkileşim içinde bulunması ve üretimle tüketimin aynı anda gerçekleşmesi gibi özelliklerden, hizmet kalitesi ve etik birbirini tamamlayan iki önemli unsur ve işletmelerine rekabet avantajı sağlayacak iki önemli faktör haline gelmiştir. (Fox, 2000). Bu açıdan ele alındığında turizm işletmelerinin başarılı bir şekilde varlığını sürdürebilmesinde etik kuralların oluşturulması ve çalışanların bu etik kurallar doğrultusunda davranması işletmelerin varlığını devam ettirebilmeleri açısından önem kazanmaya başlamıştır (Akova ve Türker, 2005: 439).

Etik kavramı ile turizm eğitimi arasındaki organik bir ilişki bulunmaktadır. Turizm eğitiminin amaçları arasında; toplumda turizm bilincini yerleştirmek, turizm kaynaklarını koruyacak bilinci geliştirmek, turiste karşı onun ekonomik gücüne, ırkına, milliyetine, dinine, diline, toplumdaki statüsüne, ahlak anlayışına, siyasal ideolojilerine göre ayırım yapmadan eşit ve dürüst hizmet etmek ve turizmin sağladığı uzun vadeli çıkarlar üzerine dikkati çekerek saygıya ve konukseverliğe dayalı bir davranış düzeni yerleştirmek gibi unsurlar bulunmaktadır (Pelit ve Güçer, 2006: 141). Bu unsurlar etik kavramıyla ve onun amaçlarıyla örtüşmektedir. Turizm eğitim sürecinde etik kavramı bütünlüycü bir olgu olarak yer alırken, eğitim sonrası öğrencilerin etikle ilgili uygulamaları nasıl algıladıkları bir çok araştırmacının ilgisini çekmektedir. (Emerson & Conroy, 2004, Marnburg, 2006).

Türk turizminin beklenen yararı sağlaması ve uluslararası alanda rekabet gücünü arttırabilmesi için yapılan işin uluslararası standartlarda olması ve emek yoğun olan bu sektörde çalışan kişilere turizm bilincinin, mesleki değerlerin ve evrensel değerlerin benimsetilmesi nitelikli bir eğitimle mümkündür. Turizm sektöründe istihdam edilmek üzere eğitim alan turizm öğrencilerinin etik konusunda nasıl bir yaklaşım içinde oldukları, etik kurallara itibar edip etmedikleri, sektörde ortaya çıkan etik dışı olayları nasıl algıladıklarının bilinmesi etik eğitimle ilgili sorunların çözümünde yardımcı olabilecektir.

Araştırmanın amacı, ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin etik konusundaki algılamalarını belirlemektir. Ayrıca, etik algılamalarla demografik değişkenler arasında anlamlı farklılık olup olmadığıı belirlemek çalışmanın ikinci amacı olarak ifade edilebilir. Çalışmada öncelikli olarak etik kavramı açıklanacak ve konuyla ilgili daha önce yapılmış araştırmalara yer verilecektir. Son olarak ön lisans ve lisans öğrencileriyle gerçekleştirilen araştırma sonuçları istatistiksel analizleri yapılarak değerlendirilecektir.

1. ETİK KAVRAMI VE ETİK EĞİTİM

Türkçede ahlak kavramı İngilizce moral sözcüğünün karşılığıdır. Huy, mizaç, yaratılış anlamına gelen Arapça "hulk" sözcüğünden gelmektedir. Türkçe sözlüğe göre, bir toplum içinde kişilerin benimsedikleri, uymak zorunda oldukları davranış biçimleri ve kurallarıdır (İlhan, 2005: 2). Yunanca karakter anlamına gelen "ethos" sözcüğünden türetilen etik kavramının anlamı ise; ideal ve soyut olanı işaret ederek, ahlak kurallarının ve değerlerinin incelenmesidir. Daha geniş bir tanımlamayla etik; yarar, iyi, kötü, doğru ve yanlış gibi kavramları inceleyen, bireysel ve grupsal davranış ilişkilerinde neyin iyi neyin kötü olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler ve standartlar sistemidir (Pelit ve Güçer, 2006: 88).

Ahlak ve etik kavramları günlük hayatta birbirlerinin yerlerine kullanılsa da iki kavram arasında birtakım temel farklar bulunmaktadır. Etik genel olarak bakıldığında ahlakla, din ile, inançla, gelenek ve göreneklerle, kültürle ve bazen de kanun ve düzenlemelerle bağlantısı kurulmaya çalışılan karmaşık bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Aras, 2001). Ahlak, belirli bir dönemde, belirli insan topluluklarınınca benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen töre ve davranış kuralları ve ilkeler toplamı olarak tanımlanmakta, etik ise ahlak bilimi olarak ele alınmaktadır. Etik, kullanılan ahlak terimlerini ve ahlaki yargıların statüsünü analiz eder ve takınılan ahlaki tutumlar altında yatan yargıları ele alır (İlhan,2005:3). Etik bir ahlak felsefesi, bir ahlak görüşü ya da anlayıştır. Etik; iyi ya da kötü davranışın nelerin oluşturduğunu analizi ve çalışmasını gösterir, ahlak ise iyi ya da kötü davranış olarak nitelendirilen şeyler demektir. Etik; ahlaki görevler ve zorunluluklar ile ilgili olarak neyin doğru, neyin yanlış olduğu ile ilgilenen bir disiplindir (Erdoğan, 2003). Ahlak, kültürel değerler ve ideallerle ilgili doğru ve yanlışları ve bunlara uygun olarak nasıl davranılması

gerektiğini belirler ve aynı zamanda geniş tabanlı ve nasıl davranılması gerektiğine ilişkin yazılı olmayan standartları da içermektedir. Etik kuralların ise, açık ve belirli bir alana ilişkin (siyaset etiği, tıp etiği, eğitim etiği vb.) yazılı kuralları içermesi beklenir. Bu ilkeler kişilere göre değil, evrensel kabul gören kavramlara göre geliştirilirler. Bu kapsamda birçok etik sorun, aynı zamanda ahlaki sorun olarak da kabul edilmektedir (Pelit ve Güçer, 2006: 89). Diğer taraftan etik ve ahlak kavramları birbirleriyle özdeş kavramlar değildir. Ancak Türkçe kullanımında, ahlak kavramının, aynı zamanda etik kavramını da içeren (ahlak bilgisi, ahlak felsefesi) yönü bulunduğunun göz ardı edilmemesi gerekmektedir (Bolat, 2006: 18).

Etik bir pusulaya benzetilebilir. Pusula gidilecek yeri tarif etmez ancak gidilecek yerin yönünü belirtir, etik de benzer şekilde kişiye belirli bir eylem ya da davranışı değil doğru olduğu kabul edilen davranışı gösterir ve izlenmesini ister. Bireyi bu davranışa zorlamaz ancak birey kendi özgür iradesiyle bu davranışı uygular (Pieper, 1999; 98).

Etik konusunun işletmelerde uygulanmaya başlamasıyla etik kavramı yeni anlamlar almaya başlamıştır. İş etiği de bu yeni kavramlardan biridir. İş etiğinin, etik alanının bir alt konusu olarak ağırlıklı biçimde gündeme gelmesi ABD'de 1960'larda başlamış,1980'lerde ise ABD'deki tüm büyük işletme ve şirketlerde "Etik İlkeleri" (Code of Ethics), "Etik Komiteleri", "Etik Hizmetiçi Eğitim ve Danışmanlık Birimleri" oluşmuştur (Berkman 1999). İş etiği kavramını da genel etik kavramından ayrı düşünmemek gerekir. İş etiği temel etik kurallarının iş hayatına uyarlanmasıdır. İş etiği, iş hayatında insan değerlerinin eskisinden daha iyi ortaya konması için iş hayatı uygulamalarının nasıl değiştirilip, geliştirilebileceği konusunda talimatlar ve öğütler verir. Diğer bir tanımda iş etiği, iyi ile kötü, doğru ile yanlış arasındaki bağlantıları, yani ahlaki kavramların meta-analizi uygulamasını, iş hayatı

fenomeninin göz önüne alınmasını araştırur. (Kılınç, 2000: 1).

İşletmelerde yöneticilerin karşılaşabileceği ve önemle üzerinde durması gereken etik dışı davranışlar şöyle sıralanabilir; ayrımcılık, kayırma, rüşvet, yıldırma-korkutma, ihmal, sömürü (istismar), bencillik, yolsuzluk, işkence (eziyet), yaranma-dalkavukluk, şiddet-baskı-saldırganlık, ilişkilerine politika karıştırma, hakaret ve küfür, bedensel ve cinsel taciz, kötü alışkanlıklar (alkol, sigara, kumar,vb.), görev ve yetkinin kötüye kullanımı, dedikodu, zimmet, dogmatik davranış ve yobazlık-bağnazlık (Pehlivan, 2001: 60-69).

Etik eğitiminin amacı, bireyin içinde yaşadığı toplumun norm ve kurallarının ötesinde akıl yürüterek ideal bir toplumun hangi tür ilkeler üstüne kurulabileceği sorunları ile ilgilenmektir (Pehlivan, 2001; 165). Etik konusu çok kapsamlı ve karmaşık olduğundan bu konunun öğretilmesi de o derece zordur. Socrates'dan itibaren Batı felsefecileri de etik eğitiminin zorluğu üzerinde durmuşlardır (Rameix, 1996; 3). Socrates'e göre eğitim etik üzerine kurulu bir öğrenme sürecidir. Kişiyi ahlaki eylemin anlamını bilimsel bir şekilde aktarılması etik aracılığı ile olur. Ancak etik ahlak eyleminin yerini tutmaz. Bu tür eylemlerin bilimsel yapısını ortaya koyar (Pieper, 1999; 20 -29). Etik eğitim programlarının içeriğinde önemli olan ana etik değerler (dürüstlük/doğruluk, hukukilik, sorumluluk, güvenilirlik ve başkalarına saygılı olma) hakkında düşünme pratiğinin geliştirilmesidir. (Billington, 1997; 397-398).

2. TURİZMDE ETİK

Turizm endüstrisi, gelişmekte olan ülkelerde kaynak yaratan, gelir artırıcı bir özelliğe sahiptir. Tamamen insan faktörüne dayalı bir hizmet sektörü olan bu endüstride insan ilişkileri, davranış biçimleri ve kültür farklılıkları sektörün işleyişinde oldukça önem kazanmaktadır (Güler, 2005: 138).

Gelişmekte olan ülkelerde turizm bir numaralı döviz kaynağıdır ve ekonomik durgunluk dengesizlik ve darboğazların aşılmasında önemli bir araçtır. Böylesine büyük bir ekonomik katkı yaratan ve bu kadar çok insanın hayatını etkileyen bir endüstrinin aynı zamanda insan davranışlarının doğrularına ve yanlışlarına ilişkin düşünce ve kaygılar taşıdığına inanmak zor değildir. Ayrıca turizmin emek yoğun bir sektör olması sebebiyle sunulan ürünün hizmet olması, yani insanın insana hizmet ettiği bir sektör özelliği göstermesi bu sektörde uygulanması gereken birtakım davranış kurallarının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Turizmin gelişmesi, yararları ve olası etkileri ile ilgili küresel tartışmalar gün geçtikçe artmaktadır. Bu kapsamda uluslararası turizmin çevre ve toplum üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Turizmin bu karmaşık etkileri, onun birçok diğer alan ile yakından ilişkisinden kaynaklanmaktadır (Kozak ve Aslan, 2005: 34).

İşletmelerde etik kuralların günlük iş hayatını kapsayacak şekilde formelleştirilmesi ve açıklayıcı hale getirilmesi, etik uygulamalarını kurumsallaştırır. Örgütsel etiğin kurumsallaştırılmasında psikolojik sözleşme, örgütsel sözleşme ve etiksel yönelimli kültür, başarıyı etkileyen kilit öğeler olarak görülebilir. Psikolojik sözleşme, örgüt ile birey arasında yazılı olmayan, karşılıklı beklentileri ifade eder. Bu tip sözleşme, her iki tarafın karşılıklı beklentilerine dayanır. Örgütsel sözleşme, örgütün etiksel davranışına ilişkin, bireysel ve örgütsel beklentileri arasındaki bağlılığı yansıtır. Etiksel lider, bu psikolojik sözleşmeyi güçlendiren liderdir. Gönüllülük, davranış beklentilerinin açıklığa kavuşturulması ve kişisel sorumluluğun artırılması yoluyla verilecek etiksel destek, herkesi daha güçlü bir etiksel davranışa doğru yönlendirir (Çelik, 2000: 95- 96).

Turizm endüstrisinde çalışanlar endüstrinin dinamik unsurlarıdır. Kendilerine etik olarak davranılması turizm endüstrisi açısından bir zorunluluktur. Turizmin; doğal çevre, kültürel çevre, turistler ve çalışanlar olmak üzere ele alınan

ilişkisi turizmin gelişmesi ve ekonomik faydalar sağlaması ile bağlantılı olduğu söylenebilir. Bu dört unsura yönelik davranışlar etik olmadığına, turizmin sürdürülebilirliğinden ve ekonomik faydasından söz edilemeyecektir (Kozak ve Aslan, 2005: 39).

Turizm işletmelerinde satışa sunulan ürünlerin genelde satış anında satıcı veya alıcıyı aynı ortamda buldurması, kişisel ilişkileri ön plana çıkarmaktadır. Bu kapsamda, kişisel ilişkilere bağlı olarak müşteriler arasında ilke dışı ayrımcılık yapma, hediye ve rüşvete bağlı olarak satın alma veya satışta bazı müşterilere özel fırsatlar sağlama vb. gibi durumlar çalışanlarla müşteriler arasında etik sorunların oluşmasına neden olmaktadır (Torlak vd., 2003). Özellikle, fazla bahşiş almak için hizmet paketi içerisinde hatta işletmenin izin verdiği kurallar kapsamında da dışına çıkılarak, müşterilerle gerekli-gereksiz bir takım ilişkiler içerisine girme davranışı sıkça görülen etik dışı davranış örnekleridir.

Turizm sektöründe birbir ilişki önem kazandığı için, bir resepsiyonist, kat görevlisi veya garsonun “günaydın” “nasılsınız” demesinin yanında bu ifadelerin nasıl söylendiği de hizmet kalitesi algılamasını etkileyebilmektedir. Tüm bu hususlar hizmet sunumu sırasındaki odak nokta olan insan unsuru ve davranışını ön plana çıkarmaktadır. Gelen turistlerin, güler yüzlü, misafirperver, yardımsever insanları karşılarında bulmaları gerekir. Bunun tam tersi bir durum olarak, hizmet sunum sırasındaki laubalilikler, hijyen kurallarına uymama, turisti sadece bir gelir aracı olarak görme anlayışı gibi olumsuz tavırlar etik açıdan olduğu kadar işletmenin uzun dönemde müşteri potansiyeli üzerinde de kayıplara yol açacaktır (Pelit ve Güçer 2004; 21-22).

Turizm-etik ilişkisi ele alındığında etik değerlerin turizm işletmeleri açısından uzun vadede neler ifade ettiğinin tartışılması gerekir. Örneğin etik değerlere riayet etmeyen turizm işletmeleri kısa vadede belki kazançlı çıkabilecek ancak, uzun vadede müşteri ve personel

memnuniyeti gibi konularda aksaklıklar meydana gelebilecek ve işletmeler bekli de ticari yaşamlarına son vermek zorunda kalacaklardır. İşte bu sebeplerden dolayı turizm endüstrisinde; doğal çevreye, kültürel çevreye, turistlere ve çalışanlara etik olarak yaklaşılmalıdır. Etik kuralları ve temel ilkeleri dikkate almayan turizm gelişimi, doğal çevreyi ve kültürel çeşitliliği bozarak, bu unsurların değişmesine ve özgünlüklerini kaybetmesine yol açacak, personel motivasyonunu düşürecek ve müşteri memnuniyetini dolayısıyla işletme imajına zarar verebilecektir.

3. LİTERATÜRDE KONUYLA İLGİLİ DAHA ÖNCE YAPILMIŞ ARAŞTIRMALAR

Turizm sektöründe etik konusu ile ilgili yapılan çalışmaların daha çok otel yöneticilerine yönelik olduğu dikkat çekmektedir. Vallen ve Casado (2000) tarafından büyük ölçekli otellerin genel müdürlerine yönelik yaptıkları çalışmada, yöneticilerin etiksel konulara ilişkin algılamalarını sıralamaları istenmiş ve genel müdürler şahsi etiksel hususiyetlerinin genelde insanlardan ve özelde diğer otel çalışanlarından daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Fox (2000) tarafından otel çalışanlarına yönelik yapılan çalışmada Hırvatistan’da konaklama sektöründeki yönetime etiksel standartlar incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda, çalışanların etik ile ilgili ne yazık ki standartların ne de programların olmaması sebebiyle etik standartları anlamaya da zorlandıkları bulunmuştur. Ayrıca çalışmada, Hırvatistan’da ki konaklama sektöründe etiksel ortam iyileştirilmeden ne turizmin, ne de yeniden yapılanmanın mümkün olmayacağı belirtilmiştir. Stevens and Fleckenstein (1999) tarafından otel yöneticilerine ve öğrencilere yönelik yapılan karşılaştırmalı çalışmada, çeşitli etik olmayan uygulamalara ilişkin değerlendirmelerde iki grup arasında anlamlı farklılıklar olduğu bulunmuştur. Ayrıca, bu etiksel durumlara ilişkin öğrencilerin algılamalarının yöneticilere göre daha esnek olduğu tespit edilmiştir.

Ülkemizde turizmde etik konusunda yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışmaların bir kısmı örneklem olarak turizm eğitimi alan öğrenci

gruplarını tercih ederken, diğer bir kısmı sektörde çalışanları örneklem olarak tercih etmiştir. Turizmde gelişme ve etik sorunları üzerine yapılan araştırma da (Aslan ve Kozak; 2005), Muğla üniversitesinde eğitim gören turizm öğrencileri ile diğer bölümlerde eğitim alan öğrencilerin turizm etik algılamaları analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada turizm öğrencileri turizm gelişmesinin sosyo-kültürel etkisi konusunda daha duyarız iken, çevresel etki konusunda daha duyarlı oldukları görülmektedir.

Bu konuda yapılan diğer bir çalışmada (Akova ve Türker; 2001), lisans ve ön lisans turizm öğrencilerinin turizm endüstrisinde etik konusu ile ilgili algılamaları karşılaştırılmıştır. Araştırmanın sonuçları ön lisans programı öğrencilerinin lisans programı öğrencilerine göre müşterilere, kadınlara, iş gören sağlığına, iş güvenliğine, üstlerine ve çevreye karşı daha etik davrandıklarını ortaya koymaktadır. Lisans programı öğrencileri ise ön lisans programı öğrencilerine göre rakiplere ve tedarikçilere karşı daha etik davranışlarda buldukları görülmüştür.

İzmir'de turizm işletmeciliği ve otelcilik öğrenimi alan öğrencilerin bakış açılarıyla otel yöneticilerinin çalışanlara karşı etik sorumluluklarını değerlendirmeye yönelik olarak yapılan çalışmada (Kılınç; 2000) otel yöneticilerinin özel hayatın gizliliğine saygılı olma, güvenli ve sağlıklı koşullar yaratma, çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama ve cinsel tacizden sakınma gibi konularda etik sorumluluklarını yerine getirdiği görüşü genel olarak kabul edilmektedir. Öte yandan, otel yöneticilerinin çalışma hakkına saygı gösterme ve adil ücret ödeme sorumluluklarını yerine getirmediikleri görüşü ağırlıklı olarak öğrenciler tarafından kabul edilmektedir. Öğrencilerin genelinin, yöneticilerin çalışanların dernek, sendika kurma ve kararlara katılma hakkını sağlama sorumluluğunu yerine getirmeleri konularında belirgin bir fikirleri yoktur.

Cinsiyet ve etik davranışlarla ilgili bir çalışmada Ay (2003) kadınların işletme sosyal sorumluluk ve etiğe ilişkin algılamalarının erkeklerden daha güçlü veya olumlu olduğunu tespit etmiştir.

Konaklama işletmelerinde çalışanlar ile stajyer öğrencilerin iş ortamında etik davranışlarının karşılaştırıldığı diğer bir çalışmada (Varinli ve Eren; 2005), Nevşehir bölgesinde ki tüm 3 ve 4 yıldızlı otel işletmeleri çalışanları ile ve Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü öğrencilerinin etik algılamaları karşılaştırılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda otel çalışanlarının stajyer öğrencilere göre etik konusunda biraz daha esnek davranabildikleri fakat etik olmayan davranışlara ilişkin önemli ölçüde benzer algılama düzeylerine sahip oldukları gözlemlenmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

4.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bu çalışmanın, turizm eğitimi alan öğrencileri kapsamı ve bu öğrencilerin turizm etiği ile ilgili algılamalarının ne derecede olduğu ve hangi davranışları etik bulup hangilerini bulmadıkları ile ilgili bir çalışma olması, ileride yönetici pozisyonlarında bulunması muhtemel olan turizm öğrencilerinin etik algılamalarının bilinmesi açısından önem taşımaktadır.

4.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Araştırmanın evrenini Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencileri ve Sakarya Üniversitesi Sapanca Meslek Yüksek Okulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik programı öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma kapsamına öğrencilerinden çoğunlukla sektörde staj yapanlar dahil edilmiştir. Araştırma sonuçları sadece temsil ettiği örnek için geçerli olup, Türkiye'de öğrenim gören tüm turizm öğrencilere genellenmesi doğru değildir.

4.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma mevcut durumu belirlemeyi amaçladığından tanımlayıcı bir araştırma niteliğindedir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörü ile ilgili etik algılamalarını ölçmeye yönelik bu araştırma da, anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu Varinli ve Eren

(2005)'in çalışmasından ve literatürde etikle ilgili benzer araştırmalardan yararlanılarak geliştirilmiştir (Fox, 2000; Stevens ve Fleckenstein 1999; Vallen ve Casado, 2000; Kılınç, 2000). Hazırlanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, etik olmayan davranışlara ilişkin otuz beş ifade yer almaktadır. Cevaplayıcıların bu otuz beş ifadeyi, beş noktalı ölçeğe göre (5= Kesinlikle katılmıyorum, 4= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 2= Katılıyorum, 1= Kesinlikle katılıyorum) göre değerlendirmeleri istenmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise, cevaplayıcıların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorular yer almaktadır.

Anket araştırma kapsamına alman eğitim birimlerinin öğrencilerine uygulanmıştır. Anket uygulaması sonucunda 67 ön lisans ve 83 lisans olmak üzere 150 tane anket kullanabilir şekilde geri dönmüştür. Öğrencilere anket formu ders sırasında dağıtılmış ve toplanmıştır.

Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında tasnif ve analiz edilmiştir. Analizlerde cinsiyet ve eğitim ile ilgili değişkenler için t-testi, yaş ve deneyim ile ilgili değişkenler için ANOVA testi uygulanmıştır. Ayrıca katılımcıların etik davranışlarla ilgili algulamaları tablo halinde standart sapma ve ortalamalarıyla birlikte verilmiştir.

4.4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Tablo 1'de katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların çoğunluğu kadındır. Yaş ortalamaları çoğunlukla 19-21 arasındadır. Öğrenim durumuna göre katılımcılar sınıflandırıldığında; çoğunluğu birinci öğretim öğrencisidir. Katılımcıların çoğunluğu lisans düzeyinde turizm eğitimi almaktadır. Katılımcıların çoğunluğu ikinci sınıf ve üçüncü sınıf turizm öğrencisidir. Ayrıca deneyim sürelerine bakıldığında çoğunlukla 0- 11 ay arası sektör deneyimine sahiptir.

Tablo 2'de turizm işletmelerinde ortaya çıkabilecek etik olmayan davranışlar ile ilgili değerlendirmeler verilmektedir. Araştırmanın

genelinde katılımcıların turizm işletmelerinde ortaya çıkabilecek etik dışı davranışlara katılmadıkları ve bu davranışları onaylamadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Genel olarak ortalamalara bakıldığında, 2,43 ila 4,45 arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre katılımcıların yapılmasını kesinlikle doğru bulmadıkları davranışlar arasında ilk sırada " yanlış olduğu bilindiği halde prim karşılığı bozuk ürünleri müşterilere servis etme" gelmektedir. Bunu, " özel telefon görüşmelerimi müşteri hesabına aktarabilir, iş görüşmesi olarak gösterebilir veya kayıtlardan silebilirim" takip etmektedir. Üçüncü sırada ise "müşteri odasına odada müşteri olup olmadığını bilmediğim halde kapıyı vurmamdan girebilirim" gelmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet (n=150)	F	%
Erkek	66	44,0
Kadın	84	56,0
Yaş (n=150)		
15-18	4	02,7
19-21	91	60,7
22-25	55	36,7
Öğretim durumu (n=150)		
Birinci öğretim	76	50,7
İkinci öğretim	74	49,3
Eğitim durumu (n=150)		
Ön lisans	67	44,7
Lisans	83	55,3
Sektördeki deneyim süresi (n=150)		
0-11 ay	127	84,7
1-3 yıl	19	14,7
3-5 yıl	2	1,3
5 yıl ve üzeri	2	1,30

Tablo 2: Etik Olmayan Davranışlarla İlgili Değerlendirmeler (n:150)

Etik olmayan davranış biçimleri	Art.ort	s.s
Mini barlardaki içeceklerden içip bunları müşteri hesabına yazabilirim	4,45	1,201
Çalışanlar veya müşterilerin özel hayatları ile ilgili bilgileri başkaları ile paylaşabilirim	4,45	1,094
Özel telefon görüşmelerimi müşteri hesabına aktarabilir, iş görüşmesi olarak gösterebilir veya kayıtlardan silebilirim.	4,47	1,014
Acil bir durumda müşterinin odasındaki telefonu müşteriden izinsiz kullanabilirim	3,62	1,436
Müşterilerin sosyal statülerine göre sunduğum hizmeti farklılaştırabilirim	3,97	1,281
Mesleki başarı için dürüstlükten ödün verebilirim	4,19	1,145
İş yoğunluğundan dolayı müşterinin odasındaki çarşafı değiştiremeyebilir veya değiştirilmiş gibi gösterebilirim	3,96	1,208
Barda işe başlamadan önce içeceklerden birkaç bardak içebilirim.	3,65	1,356
Kendi dikkatsizliğimden kırılan bir bardak yada tabağın müşterinin dikkatsizliğinden kaynaklandığını söyleyebilirim	3,97	1,252
Müşterinin odasında televizyon seyredibilirim.	3,89	1,298
Müşteriden gelen flört tekliflerine olumlu karşılık verebilirim.	4,13	1,283
Daha iyi koşullar sunan bir işletmenin teklifini, çalıştığım işletmenin bana ihtiyacı olduğunu bildiğim halde kabul edebilirim.	3,43	1,266
Mai alımlarında tedarikçilere mal bedelinden yüksek fatura yazmalarını teklif etmek maddi sıkıntı yaşayan biri için anlayışla karşılanabilir.	4,17	1,133
Kanunen uygun olmayan bir davranışın etik olarak da uygun olmadığına inanırım.	2,89	1,639
Müşteriyi memnun etmek için işletme politikalarını çığnıyabilirim	3,58	1,281
Bana iyi davranan müşteriye daha iyi hizmet verebilirim.	2,84	1,364
Müşteri odasında kalan hediye meyvelerden atıştırabilirim	3,75	1,270
Müşteri tarafından unutulmuş dergiyi okumak için eve götürebilirim	3,87	3,562
Tatil yapmak için doktordan rapor alabilirim	3,57	1,338
Müşterinin verdiği tipi tip kutusuna atmayabilirim	3,99	1,253
Yüksek harcama yapan müşterileri yapmayanlara göre daha öncelikli hizmet edebilirim.	3,93	1,202
Yüksek bahşış verenlere daha öncelikli hizmet sunabilirim	3,53	1,359
Fiziksel olarak çekici gelen müşterilere hizmette öncelik tanıyabilirim	3,92	1,308
İşletmede karşılaştığım sıkıntıları müşterilerle paylaşabilirim	4,02	1,234
Müşteri odasındaki veya genel alanlardaki müşteri tuvaletlerini kullanabilirim	3,71	1,249
Müşterinin oda değişikliği isteğini ayarlamak için tip kabul edebilirim	3,54	1,359
Ziyarete gelen arkadaşlarıma işletmeden çay, kahve ikram edebilirim.	3,03	1,404
Müşteri odasına, odada müşteri olup olmadığını bilmeden kapıyı vurmamdan girebilirim.	4,46	0,994
Müşterilerle mesai saatlerinde ve sonrasında çıkar sağlamak amacıyla (evlenmek, arkadaşlık, maddiyat vb.) ilişkiler kurabilirim.	4,20	1,247
Çalışma hayatımdaki sorunları müşterilere yansıtabilirim	4,21	1,063
Tanıdık bir müşteriye ödediği ücretten daha pahalı bir oda vermeyi yanlış bulmuyorum.	3,99	1,175
Yanlış olduğunu bildiğim halde prim karşılığı bozuk ürünleri müşterilere servis edebilirim.	4,49	1,008
Çalışanlar arasında dil, din, ırk, cinsiyet ayrımı yapabilirim	4,33	1,138
Müşteriler arasında dil, din, ırk, cinsiyet ayrımı yapabilirim	4,27	1,190

Katılımcıların değerlendirmelerinde ortalamaları esas aldığımızda "müşteriye para üstünün eksik verildiğini fark etme, iade için müşterinin gelmesini bekleme", "iyi davranan müşteriye daha iyi hizmet verme", "kanunen uygun olmayan bir davranışın etik olarak da uygun olmadığına inanma", "ziyarete gelen arkadaşlarıma işletmeden çay, kahve ikram edebilme" gibi davranışlarda diğerlerine oranla biraz daha esnek oldukları söylenebilir.

Yine ortalamalar esas alındığında, "müşterinin oda değişikliği isteğini ayarlamak için tip kabul etme", "yüksek bahşiş verenlere daha öncelikli hizmet sunabilme", "müşteriyi memnun etmek için işletme politikalarını çığneme", "daha iyi koşullar sunan bir işletmenin teklifini, çalıştığım işletmenin bana ihtiyacı olduğunu bildiğim halde kabul edebilme" gibi davranışlarda kararsız kaldıkları söylenebilir.

Tablo 3'te ise katılımcıların cinsiyet, eğitim, yaş ve deneyim gibi değişkenlerle etik algılamaları arasında anlamlı farklılıklar verilmektedir. Demografik değişkenlerle algılanan etik dışı davranışlar arasında anlamlı farklılıklar aşağıda verilmektedir;

A. Cinsiyet Değişkenine Göre Etik Dışı Davranış Algılamaları

Cinsiyet değişkenine göre etik dışı davranışlar incelendiğinde aşağıdaki etik dışı davranışlarda erkek katılımcılar bayanlara oranla

daha esnek cevaplar vermişlerdir. Bu maddelerde kadınların erkeklere göre daha etik algılamaya sahip oldukları söylenebilir.

➤ Mesleki başarı için dürüstlükten ödün verebilirim.

➤ İş yoğunluğundan dolayı müşterinin odasındaki çarşafı değiştirmeyebilir veya değiştirilmiş gibi gösterebilirim.

➤ Barda işe başlamadan önce içeceklerden birkaç bardak içebilirim

➤ Müşteriden gelen flört tekliflerine olumlu karşılık verebilirim.

➤ Müşteri odasında kalan hediye meyvelerden atıştırabilirim

➤ Yüksek bahşiş verenlere daha öncelikli hizmet sunabilirim

➤ Fiziksel olarak çekici gelen müşterilere hizmette öncelik tanıyabilirim.

➤ Müşterinin oda değişikliği isteğini ayarlamak için tip kabul edebilirim.

➤ Ziyarete gelen arkadaşlarıma işletmeden çay, kahve ikram edebilirim.

➤ Müşteri odasına, odada müşteri olup olmadığını bilmeden kapıyı vurmaktan girebilirim.

➤ Müşterilerle mesai saatlerinde ve sonrasında çıkar sağlamak amacıyla (evlenmek, arkadaşlık, maddiyat vb.) ilişkiler kurabilirim.

Tablo 3: Demografik Değişkenler ve Etik Algılamalar Arasındaki Anlamlı Farklılıklar (* p<0,05 - ** p<0,01)

Etik olmayan davranış biçimleri	Yaş		Deneyim		Eğitim		Cinsiyet	
	F	p	F	p	t	p	t	p
Mini barlardaki içeceklerden içip bunları müşterinin hesabına yazabilirim.	0,567	0,568	1,687	0,172	0,419	0,501	0,749	0,454
Çalışanlar veya müşterilerin özel hayatları ile ilgili bilgileri başkaları ile paylaşabilirim	0,103	0,902	2,435	0,067	0,731	0,305	0,186	0,536
Özel telefon görüşmelerimi müşteri hesabına aktarabilir, iş görüşmesi olarak gösterebilir veya kayıtlardan silebilirim.	0,572	0,566	1,856	0,140	-0,600	0,154	1,339	,0,123
Acil bir durumda müşterinin odasındaki telefonu müşteriden izinsiz kullanabilirim	0,184	0,832	0,475	0,700	0,166	0,798	-0,448	0,547
Müşterilerin sosyal statülerine göre sunduğum hizmeti farklılaştırabilirim.	0,310	0,734	0,363	0,780	0,030	0,191	0,538	,0,629
Mesleki başarı için dürüstlükten ödün verebilirim	1,114	0,331	0,664	0,576	-0,709	0,570	2,353	0,009**
İş yoğunluğundan dolayı müşterinin odasındaki çarşafı değiştiremeyebilir veya değiştirilmiş gibi gösterebilirim	0,525	0,593	0,145	0,933	-1,545	0,794	1,241	0,034*
Barda işe başlamadan önce içeceklerden birkaç bardak içebilirim.	0,026	0,974	0,631	,0,596	-0,335	0,828	1,322	0,011*
Kendi dikkatsizliğimden kırılan bir bardak yada tabağın müşterinin dikkatsizliğinden kaynaklandığını söyleyebilirim	0,836	0,435	1,167	0,325	-0,420	0,421	-0,687	0,817
Müşterinin odasında televizyon seyredebilirim.	0,577	0,563	0,238	0,870	-0,683	0,467	-0,571	0,561
Müşteriden gelen flört tekliflerine olumlu karşılık verebilirim.	2,082	0,128	0,385	0,764	-0,247	0,451	6,145	0,000**
Daha iyi koşullar sunan bir işletmenin teklifini, çalıştığım işletmenin bana ihtiyacı olduğunu bildiğim halde kabul edebilirim.	1,048	0,353	0,996	0,397	0,254	0,488	0,177	0,028**
Mal almalarında tedarikçilere mal bedelinden yüksek fatura yazmalarını teklif etmek maddi sıkıntı yaşayan biri için anlayışla karşılanabilir.	1,545	0,217	0,263	0,852	-1,104	0,601	2,424	0,069
Kanunen uygun olmayan bir davranışın etik olarak da uygun olmadığına inanırım.	0,009	0,991	0,842	0,473	0,615	0,365	1,618	0,120
Müşteriyi memnun etmek için işletme politikalarını çiğneyebilirim	1,967	0,144	0,975	0,407	0,018	0,009**	2,656	0,126
Bana iyi davranan müşteriye daha iyi hizmet verebilirim.	0,568	0,568	0,283	0,837	-0,327	0,377	0,616	0,188
Müşteri odasında kalan hediye meyvelerden atıştırabilirim	1,309	0,273	0,701	,0,553	-0,132	0,510	1,691	0,029*
Müşteri tarafından unutulmuş dergiyi okumak için eve götürebilirim	0,358	0,700	0,084	0,969	-0,853	0,276	-0,880	0,566
Tatil yapmak için doktordan rapor alabilirim	1,435	0,241	1,226	,0,302	1,734	0,554	0,687	0,401
Müşterinin verdiği tipi tip kutusuna atmayabilirim	0,455	0,635	0,945	0,421	-0,537	0,873	2,141	0,094
Yüksek harcama yapan müşterileri yapmayanlara göre daha öncelikli hizmet edebilirim.	0,110	0,895	0,422	0,738	0,883	0,221	2,795	0,001**
Yüksek bahşış vermeder daha öncelikli hizmet sunabilirim	1,141	0,322	0,603	0,614	1,053	0,754	2,392	0,025*

Fiziksel olarak çekici gelen müşterilere hizmetle öncelik tanıyabilirim	4,286	0,016*	0,007	0,999	1,578	0,044*	4,165	0,000**
İşletmede karşılaştığım sıkıntılar müşterilerle paylaşabilirim	1,438	0,241	0,637	0,592	-0,178	0,148	2,064	0,056
Müşteri odasındaki veya genel alanlardaki müşteri tuvaletlerini kullanabilirim	0,360	0,699	0,796	0,498	-0,508	0,015*	-0,932	0,091
Müşterinin oda değişikliği isteğini ayarlamak için tip kabul edebilirim	2,255	0,109	0,091	0,965	-1,232	0,117	3,909	0,010**
Ziyarete gelen arkadaşlarıma işletmeden çay, kahve ikram edebilirim.	0,244	0,784	0,436	0,727	0,144	0,036*	0,027	0,000**
Müşteri odasına, odada müşteri olup olmadığını bilmeden kapıyı vurmamdan girebilirim.	0,496	0,610	0,205	0,893	-1,128	0,076	2,795	0,000**
Müşterilerle mesai saatlerinde ve sonrasında çıkar sağlamak amacıyla (evlenmek, arkadaşlık, maddiyat vb.) ilişkiler kurabilirim.	1,341	0,265	1,428	0,237	-0,578	0,522	5,962	0,000**
Çalışma hayatımdaki sorunları müşterilere yansıtabilirim	0,071	0,932	0,381	0,767	0,640	0,107	2,296	0,131
Tanıdık bir müşteriye ödediği ücretten daha pahalı bir oda vermeyi yanlış bulmuyorum.	0,391	0,677	0,737	0,532	-2,577	0,748	1,954	0,041*
Yanlış olduğunu bildiğim halde prim karşılığı bozuk ürünleri müşterilere servis edebilirim.	3,278	0,040*	0,702	0,552	-1,599	0,005**	3,285	0,000**
Çalışanlar arasında dil, din, ırk, cinsiyet ayrımı yapabilirim	1,862	0,159	1,810	0,148	-0,415	0,258	2,505	0,002**
Müşteriler arasında dil, din, ırk, cinsiyet ayrımı yapabilirim	0,955	0,387	2,583	0,056	-0,394	0,186	3,210	0,000**
Müşteriye para üstünün eksik verildiğini fark edersem, iade için müşterinin gelmesini beklerim.	1,141	0,322	1,170	0,323	0,800	0,682	2,172	0,125

➤ Tanıdık bir müşteriye ödediği ücretten daha pahalı bir oda vermeyi yanlış bulmuyorum.

Bayan katılımcılar ise erkek katılımcılara oranla sadece "Daha iyi koşullar sunan bir işletmenin teklifini, çalıştığım işletmenin bana ihtiyacı olduğunu bildiğim halde kabul edebilirim" ifadesinden erkeklere göre daha esnek algıladıkları görülmektedir. Bu ifadede erkeklerin kadınlara göre daha etik algılamaya sahip oldukları söylenebilir.

B. Eğitim Değişkenine Göre Farklılık Gösteren Etik Davranış Algılamaları

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre etik olmayan davranışları algılamalarında aşağıda sayılacak konularda anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Buna göre;

Aşağıdaki konularda lisans öğrencileri ön lisans öğrencilerine göre daha esnek davranışlar sergilemektedir:

➤ Fiziksel olarak çekici gelen müşterilere hizmette öncelik tanıyabilirim.

➤ Ziyarete gelen arkadaşlarıma işletmeden çay, kahve ikram edebilirim.

Aşağıdaki konularda ön lisans öğrencileri lisans öğrencilerine göre daha esnek davranışlar sergilemektedir:

➤ Müşteri odasındaki veya genel alanlardaki müşteri tuvaletlerini kullanabilirim.

➤ Yanlış olduğunu bildiğim halde prim karşılığı bozuk ürünleri müşterilere servis edebilirim.

C. Yaş Değişkenine Göre Farklılık Gösteren Etik Dışı Davranış Algılamaları

Yaş değişkenine göre etik dışı algılamalar genelde paralellik gösterse de aşağıda sayılacak etik dışı davranış önermelerinde 21- 25 yaş aralığında bulunanlar diğer yaş gruplarına göre daha esnek davranışlar sergilemişlerdir.

➤ Fiziksel olarak çekici gelen müşterilere hizmette öncelik tanyabilirim.

➤ Yanlış olduğunu bildiğim halde prim karşılığı bozuk ürünleri müşterilere servis edebilirim.

D. Deneyim Değişkenine Göre Etik Dışı Davranış Algılamaları

Deneyim değişkenine göre etik davranışlar değerlendirildiğinde katılımcıların sektör deneyimleri ile etik algılamaları arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu durumun nedeni katılımcıların %90 oranında 0-11 ay arası sektör deneyimine sahip olmasıdır.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında, emek yoğun bir özellik gösteren turizm sektöründe gelecekte yönetici ve iş gören pozisyonlarında çalışacak olan turizm eğitimi alan öğrencilerin iş hayatında ortaya çıkan çeşitli etik olmayan uygulamalar ve davranışlara ilişkin değerlendirmeleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda gelecekte sektörde yönetici olarak çalışması muhtemel turizm öğrencilerinin genel olarak etik dışı davranışları onaylamadıklarının ortaya çıkması oldukça sevindirici bir durumdur. Fakat öğrencilerin müşterilerin oldukça hassas oldukları bazı etik dışı konularda kararsız kalmaları düşündürücü bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmanın ilginç bir sonucu da, yaş, deneyim ve eğitim değişkenlerine göre etik dışı davranışlara bakış açısı neredeyse paralellik

gösterirken, cinsiyet değişkeninde diğerlerine oranla daha fazla anlamlı farklılığın ortaya çıktığıdır. Bu bulgu literatürde benzer araştırmalarla (Ay, 2003) paralellik göstermektedir. Erkek katılımcılar birçok konuda bayanlara oranla esnek cevaplar verirken, bayanlar sadece bir konuda erkelere oranla esnek cevap vermiştir.

Sonuç olarak, misyonu üst ve orta seviyede yönetici yetiştirmek olan turizm işletmeciliği lisans ve ön lisans programlarında eğitim gören öğrencilerin, gelecekte turizm endüstrisi içinde gittikçe artan uluslararası rekabet koşullarına uyum sağlayabilmeleri, yönetim becerileri yanında etik davranma ve etik karar verebilme becerisiyle ölçülecektir. Bu nedenle okullarda etik konusunda verilecek derslerin yanında etikle ilgili genel vurguların sürekli olarak gündemde tutulması ve öğrencilerin her alanda etik davranmaya yöneltebilecek ortak zeminin oluşturulması yararlı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- AKOVA, O. ve N. TÜRKER (2001), "Turizm Endüstrisinde Etik: Önlisans Programı Turizm Öğrencileri ve Lisans Programı Turizm Öğrencilerinin Etik Davranışlarının Karşılaştırılması", **Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Araştırmaları Vakfı**, İzmir, 20-21 Ekim 2001.
- ARAS, G. (2001). "İş Etiği: Eski Sorunlar Yeni Yaklaşımlar", **Ekonomik Forumu**, İstanbul.
- AY, Ü. (2003), **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, Adana: Nobel Kitapevi.
- AY, Ü. ve A.E. ERÇEN (2005). "Öğrencilerin ve Yöneticilerin İşletme Sosyal Sorumluluğu ve Etik Yönetim Algılamaları", İnternet adresi: www.etiksempozyumu.sakarva.edu.tr. Erişim tarihi. 01.2008
- BERKMAN, Ü. (1999). "Sosyal Sorumluluk, İş Ahlakı Gelişimi ve Yakın Geleceği", İnternet adresi: <http://www.kho.edu.tr/yayinlar/bilimdergisi/bilimdergi/doc/1999-2/bilder5.doc>. Erişim tarihi: 19.04.2004.

- BILLINGTON, R.(1997). **Felsefeyi Yaşamak**, Çev.Yılmaz Abdullah, Ayrıntı Yayınları Mert Matbaacılık İstanbul.
- BOLAT, O. (2006). "İş Etiği Olgusu Üzerine Ayrıntılı Bir Kavramsal Değerlendirme: İş Etiği ve Verimlilik İlişkisi", **Verimlilik Dergisi**, Sayı/2: 9- 28.
- ÇELİK, V.(2000). **Eğitimsel Liderlik**. Ankara: Pegem,
- ERDOĞAN, F.(2003), "Güvenlik Hizmetlerinde Etik Eğitimi ve Önemi", **Polis dergisi**, 34, İnternet adresi: http://www.egm.gov.tr/egitim/dergi/eskisayi/ind_ex.htm. Erişim tarihi.28.01.2008.
- EMERSON, T. L. N.,ve S. J. CONROY (2004). "Have Ethical Attitudes Changed? An Intertemporal Comparison of the Ethical Perceptions of College Students in 1985 and 2001", **Journal of Business Ethics**, 50(2), 167-176.
- FOX, J., (2000). "Approaching Managerial Ethical Standards in Croatia's Hotel Industry", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 12, 1, ss.70-74.
- GÜLER, E.G. (2005), "Önbüro ve Kat Hizmetleri Departmanlarında Etik Davranışlar Nasıl Olmalıdır?", **Geleneksel Turizm Paneli**, Nevşehir.
- İLHAN, İ. (2005), "Etik ve Etiksel Karar Verme", **Geleneksel Turizm Paneli**, Nevşehir.
- KILINÇ, İ. (2000), "İş Etiği Kapsamında Otel Yöneticilerinin ÇalışmaKasımlarına Karşı Etik Sorumluluklarının İzmir'de Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Öğrenimi Gören Öğrencilerin Bakış Açılarını İle Değerlendirilmesi", **Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Sayı: 2000/2.
- KOZAK, M, A. ASLAN (2005), "Turizmde Gelişme ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", **Geleneksel Turizm Paneli**, Nevşehir.
- PELİT, E. ve E. GÜÇER (2006), "Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleği İle İlgili Etik Olmayan Davranışlara ve Öğretmenleri Etik Dışı Davranışlara Yönelten Faktörlere İlişkin Algılamaları", **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:2006/2.
- PELİT, E. ve E. GÜÇER (2004), **Turizm Pazarlamasında Karşılaşılan Etik Sorunlar: Hizmet Pazarlama Karmaşı Elemanları Kapsamında Teorik Bir İnceleme**". İnternet adresi: www.acikarsiv.gazi.edu.tr/dosya/PAZARLAM_AETIK/2004-1.doc. Erişim tarihi.28.01.2008
- MARNBURG, E. (2006)ç."I hope it won't happen to me!" Hospitality and Tourism Students' Fear of Difficult Moral Situations as Managers", **Tourism Management**, 27 (2006) 561-575
- PEHLİVAN, İ.(2001). **Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik**, Pegem Yayınevi, Ankara
- PIEPER A. M. (1999), **Etiğe Giriş**, Çev.Gönül Sezer, Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul
- RAMEIX, S.(1996). **Fondements Philosophiques de L'ethique Medicale**, Ellipses/Editio Marketing Paris.
- STETEVEENS, B. ve A. FLECKENSTEIN (1999), "Comparative Ethics: How Students and Human-Resources Directors React to Real-life Situations", **Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly**; April, 40, 2, ss.69-75.
- TORLAK, Ö., R. ALTUNIŞIK, ve Ş. ÖZDEMİR. (2003). "Satış Elemanlarının Pazarlama Ahlakına Yönelik Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", **1.Türkiye Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi Bildirileri**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi, 17-19 Eylül, 412-420.
- VALLEN, G. ve M. CASADO (2000), "Ethical Principles for the Hospitality Curriculum", **Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly**, April, ss.44-51.
- VARİNLİ, İ. ve D. EREN (2005), "Konaklama Endüstrisi Çalışanlarının İş Ortamında Etik Davranışlar İle İlgili Algılamaları", **Geleneksel Turizm Paneli**, Nevşehir.