

## İş Etiği Kurallarının Uygulanmasının Örgütsel ve Mesleki Bağlılığa Etkisi: Ön Lisans Turizm Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

Impact the Application of Business Ethical Rules On Organizational And Professional Commitment: A Study On Associate's Tourism Students

**Öğr. Gör. Vedat İYİTOĞLU**  
Mersin Üniversitesi  
Anamur Meslek Yüksekokulu  
E-posta: vedati@mersin.edu.tr

### Öz

Turizmde etik uygulamalar, çalışanlarla birlikte işletmecisinden müşterilerine kadar hemen hemen tüm paydaşların yararına sonuçlar sağlayabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacı, ara eleman olarak yetiştirilen ön lisans turizm öğrencilerinin iş etiği algılarının belirlenmesi ve mesleki-örgütsel bağlılıkları ile olan ilişkisinin değerlendirilmesi olmuştur. Araştırma verileri, 2012 yılı içinde anket yoluyla toplanmış ve 254 kullanılabilir anket sayısına ulaşılmıştır. Otel, seyahat ve rehberlik olmak üzere üç farklı ön lisans programında eğitim gören öğrenciler üzerinde yapılan araştırma sonuçları, turizm işletmelerinde etik kuralların uygulanması ile örgütsel bağlılık ve mesleki bağlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İş etiği, turizm öğrencileri, örgütsel bağlılık, mesleki bağlılık

### Abstract

The ethical practices in tourism can produce beneficial results almost for all stakeholders from the operators to customers, together with employees. Within this scope, the main purpose of study is to determine the perception of associate's tourism students who are trained as intermediate staffs about business ethics and evaluate its relation with organizational and professional commitment. The research data was collected through the questionnaire in 2012 and 254 available ones were acquired. The results of the research that was conducted on students who study in three different associate degree programs as hotels, travel and guidance, have revealed that there is a significant and positive relation between the perception of ethical rules applied in tourism establishments and organizational and professional commitment.

**Key Words:** Business ethics, tourism students, organizational commitment, professional commitment

## 1. Giriş

Gerek akademik alanda gerekse işletmecilik alanında uzun yıllardır gündemde olan etik kavramı, günümüzde bir düşünce ya da bir anlayıştan çok daha fazla anlamlar içermektedir. Bu anlamın farkına vararak etik kurallarını oluşturan, yayınlayan ve uygulayan işletmelerin sayısı her geçen gün belirgin olarak artmaktadır (TUSİAD, 2009: 55). Turizm alanında uluslar arası düzeyde en önemli örgüt olan Dünya Turizm Örgütü ise 1999 yılında "Küresel Turizm Etiği İlkeleri" adı altında on maddeden oluşan bir metni kabul ederek (UNWTO, 1999), etik uygulamalara evrensel boyutta ışık tutmuştur.

Hizmet unsurunun ön plana çıktığı ve çok farklı kültürlerden insanların çalışan ya da müşteri olarak bir arada bulunduğu, uluslar arası normlara göre işleyen ve gelişen turizm faaliyetlerinde etik, önemini ve güncelliğini sürekli arttıran bir konudur. Öyle ki etik değerler, farklı beklenti ve istekler içinde turizm hizmeti talep edenlerle, bu talebe yanıt verecek kesim arasındaki en önemli köprülerden birini oluşturmaktadır (Sarıışık ve diğ., 2006: 24). Diğer taraftan turizm işletmelerinin kendine has bir takım özelliklerinden dolayı, hizmet kalitesi ve etik birbirini tamamlayan iki önemli unsur olarak görülmektedir. Bu nedenle etik uygulamalar, turizmde rekabet avantajı sağlayabilecek bir faktör haline gelebilmektedir (Payne ve Dimanche, 1996: 998).

Etik ya da iş etiği esasında işletmecisinde yöneticisine, çalışanlardan müşterilere kadar tüm paydaşların yararına sonuçlar doğurmaktadır (Holjevac, 2008: 1029; Donyadide, 2010: 426; Dimitriou, Blum, Adams, ve Kim, 2011: 1; Salehi, Saeidinia ve Aghaei, 2012: 93). Etik unsurları dikkate alan turizm işletmeleri, işletmenin iç kaynaklarını yani personelini güçlendirebilmektedir (Holjevac, 2008: 1040). Etik bir işletmede çalışan personel, yaptıklarının sorumluluğunu alma hissine daha fazla sahip olabilmekte ve bu davranışını diğerlerine de yansıtılabilmektedir (Salehi, Saeidinia ve Aghaei, 2012: 93). Araştırmacılar turistlerin mekân, faaliyet, maliyet ve olanaklar gibi bir tatilin temel kriterleri karşılandıktan sonra işletmelerin çalışma koşulları, çevre ve toplumsal duyarlılık gibi etik hususlarına dayanarak tercihlerini yapacaklarını ileri sürmektedir. Buna ek olarak son yıllarda yapılan bazı çalışmalar, turistlerin etik değerlerin dikkate alındığı ürünlere daha fazla ödeme yapma eğiliminde olduklarını göstermiştir (Donyadide, 2010: 426-431).

## 2. Alan Yazın Taraması

### 2.1. İş Etiği

Genel olarak etik kavramı iyi, kötü, doğru ve yanlış gibi kavramları inceleyen, bireysel ve sosyal davranış ilişkilerinde neyin iyi neyin kötü olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler ve standartlar sistemi olarak tanımlanmaktadır. DeGeorge (1992) göre etik, akla uygun bireysel ve toplumsal nitelikteki ahlaki deneyimleri bir araya getirebilmek için ortaya konan sistematik bir çaba anlamına gelmektedir (Fleckenstein ve Huebsch, 1999: 137).

Etik kavramı, işletmeler tarafından ele alınırsa ya da uygulanırsa **iş etiği** olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla iş etiği, işletme faaliyetlerinde iyi ve haklı olmayı esas alarak, iş hayatında doğruların ve yanlışların bir ifadesi olarak anlaşılabilir. Başka bir ifadeyle iş etiği, iş hayatında çalışanlar arasında, çalışanlarla yöneticiler arasında, işletmeyle müşteriler ya da işletmeyle çevresel faktörler arasında olan ahlaki sorunları inceleyerek genel ilke ve kurallara ulaşmaya çalışan uygulamalı bir etik alanıdır

(Kozak ve Nergiz, 2012: 69). Yapılan tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere, iş etiği ile ilgili genel kabul görmüş ortak ve spesifik bir tanım bulunmamaktadır. Çünkü farklı kültürlerde, farklı disiplinlerde, farklı alanlarda ve farklı işletmelerde etik kavramına ayrı anlamlar yüklenebilmektedir.

Etik kavramı gerek toplumsal gerekse işletme hayatında o kadar yaygın kullanılan bir kavramdır ki, bunun sonucu olarak iş etiği ile birlikte farklı etik türleri ortaya çıkmıştır. Bunlar arasında en bilinenleri toplumsal etik, bireysel etik, meslek etiği, çalışma etiği, örgütsel etik, kurumsal etik ve yönetsel etik gibi farklı etik türleri olmuştur. İş etiği kavramı esasında çalışma etiğini ve meslek etiğini de kapsamaktadır. Çalışma etiği, bir toplumda işe ve çalışmaya ilişkin değerler ve tutumlardır. Meslek etiği de iş etiği ve çalışma etiği ile bağlantılıdır ve belli ölçüde örtüşmektedir. Ancak, meslek etiği ilkeleri genellikle toplumsal kültür ve değerlerden bağımsız olup evrensellik arz eder (TÜSİAD, 2009: 15-27). İşletmelerle ilgili etik konular kapsamında ayrıca örgütsel etik, kurumsal etik ve yönetsel etik gibi etik türlerini de sıralamak mümkündür. Örgütsel etik, iş etiğinin örgütsel boyutta uygulanmasıdır. Örgütlerde ortak karar alma sürecine ve faaliyetlerin yerine getirilmesi sürecine, temel etik ilkelerin yansıtılması olarak da tanımlanabilir (Kozak ve Nergiz, 2012: 71). Arslan (2001: 88), kurumsal etik olarak da adlandırılabilen işletme etiğini, iş yerinde doğru olanı yapmak üzere oluşturulan kurallar, ahlaki normlar, değerler, eğilimler ve ilkeler bütünü olarak ifade etmektedir. Griffin'e (1996) göre yönetsel etik, işletmenin yönetiminde etik ilke ve kuralların uygulanması süreci olup, yönetimle ilgili faaliyetlerde yöneticilere rehberlik eden davranış standartlarıdır (Kozak ve Nergiz, 2012: 74).

İş etiği sadece bir kavram, fikir ya da gereklilik değil aynı zamanda işletme başarısı için de önemli bir ihtiyaçtır. Çünkü iş etiğinin göz ardı edilmesi, bir takım maliyetleri beraberinde getirebilir. Bu maliyetlere örnek olarak şunlar gösterilebilir (Fox, 2000: 71-73);

- İşletmeye olan güvenin kaybolması
- Paydaşlar ile olan ilişkilerin bozulması
- Personel verimliliğinin düşmesi
- Personel bağlılığının kaybolması
- Yüksek personel devrinin olması
- Personelin işe gelmemesi
- İşletme içi hırsızlıkların artması

Turizm endüstrisinde etik, hem işletmecilerin hem de akademisyenlerin ilgisini çeken temel konulardan biri olarak ifade edilmektedir (Fox, 2000: 70; Donyadide: 2010: 426; Dimitriou ve diğ., 2011:1). Bununla birlikte, yapılan çalışmaların daha çok ağırlama işletmeleri üzerinde yoğunlaştığını söylemek mümkündür. Uluslar arası turizm alan yazınında turizm öğrencilerinin etik algısının belirlenmeye çalışıldığı birçok araştırma bulunmaktadır (Enghagen ve Hott, 1992; Yeung ve diğ., 2002; Hudson ve Miller, 2005). Buna karşın ulusal alan yazınında oldukça sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılabilmektedir (Aslan ve Kozak, 2006; Pelit ve Arslantürk, 2011).

1990-2000 yılları arasında turizm alanında yazılmış etik makalelerin değerlendirildiği bir araştırmada, toplam 117 çalışma incelenmiştir. Çalışmaların 27'si (%23) etik olmayan davranışlar, 19'u (%16) etik kodlar ve 16'sı (%14) ne kadar etik olduğuyula ilgilidir (Jaszay, 2002: 6-8). Bu verilere bağlı olarak etik çalışmaları tetikleyen en önemli unsurun etik dışı uygulamalar olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla kendine has özelliklerinden dolayı etik sorunların daha yaygın olabildiği turizm endüstrisi, bu ve benzeri çalışmalara en fazla ihtiyaç duyan sektörlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

ABD’de 106 otel yöneticisinden elde edilen verilere göre, iş etiğinin önemli olduğu ve öğrencilerin sektörde çalışmadan önce bu konuda bilgilendirilmeleri gerektiği belirtilmiştir. Öğrenci ve çalışanlar iş etiği konusunda eğitildiklerinde, etik sorunları daha iyi ve daha kolay bir şekilde çözebilmektedir. Araştırma sonucunda ayrıca, ağırlama endüstrisindeki en önemli etik uygulamaların dürüstlük/doğruluk, kurumsal itibar ve müşteri memnuniyeti, hesap verebilirlik/personel odaklılık ile yasalara uyma olduğu ifade edilmiştir (Yeh, 2012: 84-85). Vallen ve Casado (2000: 44) 45 otel yöneticisinden anket yoluyla topladıkları verilerle toplam 12 farklı etik faktörün işletme başarısında etkisini incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre yöneticiler sırasıyla hesap verebilirlik (şeffaflık), mükemmeliyetçilik, bütünlük, dürüstlük, adalet, yasalara uyma, başkalarına saygı, sözünde durma ve güvenilir olma, itibar ve ahlak, sadakat ve toplumsal duyarlılık ile ilgili uygulamaları önemli olarak görmüşlerdir.

208 hizmet personeli örnekleminde yapılmış bir araştırma, etik iklim algısının düşük iş stresi ve düşük işten ayrılma niyetinde etkili olduğu belirlenmiştir. Araştırmada etik iklim algısı ile rol çatışması ve rol benzerliği arasında anlamlı ve negatif bir ilişki ortaya koyulurken, etik iklim algısı ile şeflere güven arasında ise anlamlı ve pozitif bir ilişki sonucuna varılmıştır (Mulki ve diğ., 2008: 567). Kore’de toplam 14 turizm işletmesinde 820 çalışan üzerinde yapılan başka bir araştırmada ise, çalışanların etik iklim algıları ile örgütsel bağlılıkları ve iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulgulanmıştır (Kim ve Miller, 2008: 941). Görülüyor ki iş ile ilgili etik algılar, personel çıktılarını anlamlı şekilde etkileyebilmektedir. Bu kapsamda çalıştıkları işletmeyi ve çalışma koşullarını etik bulan çalışanlar, işletme karlılığına olumlu katkılar sağlayabilmektedir.

Lisans düzeyinde turizm eğitim alan öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmada, işletmelerin iş etiği uygulamalarının öğrencilerin çalışma yeri tercihinde önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Pelit ve Arslantürk, 2011: 163). Kapadokya’da üç ve dört yıldızlı otel çalışanlarına yönelik yapılan bir araştırma sonucu ise, çalışanların pozisyonlarına göre değerlendirmeleri farklı olmakla birlikte, etik olmayan uygulamaları onayladıkları ortaya çıkmıştır (Varinli, 2004: 44). Turizm öğrencileri üzerinde senaryo tekniği kullanılarak yapılan başka bir araştırmada ise, öğrencilerin etik kapsamında çevresel ve toplumsal konulara daha fazla duyarlı oldukları belirlenmiştir (Aslan ve Kozak, 2006: 60).

Yılmaz ve Bahadır (2011: 21) tarafından ön büro çalışanları üzerinde yapılan bir araştırma, çalışanların etik algılarının genel kabul gören düzeylerde olduğunu göstermiştir. Pelit ve Göçer (2007: 46) staj yapmış ve halen lisans düzeyinde eğitim alan öğrenciler örnekleminde yaptıkları araştırmada ise, yöneticilerin çalışanlara karşı davranışları iş etiği açısından değerlendirilmiştir. Araştırma sonucuna göre, seyahat acentası yöneticilerinin davranışları, otel yöneticilerine göre anlamlı olarak daha etik bulunmuştur. Araştırmada ayrıca bayan stajyerlerin algılarının erkeklere göre daha yüksek olduğu da tespit edilmiştir.

İş etiği gerek akademisyenler için gerekse işletmeciler için önemli bir konu olarak kabul edilmektedir. Özellikle son 20 yıl içinde iş etiği ile ilgili yapılmış birçok araştırma olmasına karşın turizm ölçeği için hala güncelliğini, yeniliğini koruyan bir araştırma alanı olarak değerlendirilmektedir (Fritz, Arnett ve Conkel, 1999: 289). Dolayısıyla temelde turizm öğrencilerinin iş etiği algılarını ve etkilerini belirlemeye yönelik olarak yapılmış bu çalışmanın alan yazınına katkı sağlaması beklenmektedir.

## 2.2. Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık, çalışanların örgütün amaç ve değerlerini yüksek düzeyde benimsemesi, örgütün amaçları için daha fazla çaba gösterme isteğinde olması ve örgütte kalmak için duydukları güçlü isteği olarak tanımlanmaktadır (Mowday, Steers ve Porter, 1979: 224). Örgütsel bağlılık bir işletmede çalışanların iş ile ilgili davranışlarını anlamada ve açıklamada kritik bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle çalışanların örgütsel bağlılıklarını nelerin belirlediğini ortaya koymaya çalışan çok sayıda çalışma yapılmıştır. Yang (2008:429), bir personelin örgütsel bağlılığının ağırlıklı olarak onun tutum ve hislerine bağlı olduğunu belirtmiştir. Aynı çalışmada ayrıca örgütsel bağlılığın işten ayrılma niyetinde baskın bir rol oynadığı ve iş tatminin çalışanın örgüte bağlılığını güçlendiren etkin bir unsur olduğu belirlenmiştir.

Birçok araştırma işletmelerde etik gelişiminin personelin örgütsel bağlılığını geliştirdiğini ortaya koymaktadır. Saks, Mudrack ve Ashforth (1996: 226) tarafından yapılmış bir araştırmaya göre, yüksek iş etiği algısına sahip çalışanlarda devir oranı %10 iken, düşük iş etiği algısına sahip olanlarda bu oran %33 olarak gerçekleşmiştir. Örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanlar için işgücü devir oranlarının düşük olduğu genel kabul gören bir düşüncedir. 2007 yılında yapılmış bir araştırmaya katılan çalışanların %94 gibi büyük bir kısmı, çalıştıkları işletmenin etik olmasının önemli olduğunu belirtmişlerdir. Singapur'da 2004 yılında yayınlanmış bir araştırmada ise yöneticiler, etik kültür ile iş tatmini ve iş tatmini ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu ileri sürmüşlerdir (Teen ve diğ., 2009: 28 ). İlgili çalışmalardan çalışanların iş yerindeki etik uygulamalara karşı, önemli düzeyde duyarlı olduğu sonucuna varılmaktadır.

Literatürde örgütsel bağlılık ile örgüt ortamı arasında güçlü bir bağlantı olduğunu ortaya koyan çalışmalar olmasına karşın, örgüt ortamının etik boyutu ile örgütsel bağlılık arasında ilişkiye dair sınırlı sayıda çalışma yer almaktadır. Satış elemanlarına yönelik yapılmış bu çalışmalardan birinin sonuçları, örgüt ortamını etik olarak algılayan çalışanların daha yüksek düzeyde iş tatmini ve örgütsel bağlılık duyduklarını ortaya çıkarmıştır. Buna bağlı olarak bir işletmenin etik iklimi ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu ileri sürülmüştür (Schwepker, 2001: 41).

Başka bir araştırma sonucu ise, örgütsel etik ile iş tatmini arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymakla birlikte, iş tatmini ile örgütsel bağlılık arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir (Koh ve Boo, 2004: 667). Etik iklim algısının iş tatmini, iş tatminin de örgütsel bağlılık üzerinde etkisini gösteren örnek araştırma sonuçlarına bağlı olarak;

**H1: Ön lisans turizm öğrencilerin etik kuralların uygulanmasıyla ilgili algıları ve örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğu** hipotezi ileri sürülmektedir.

## 2.3. Mesleki Bağlılık

Mesleki bağlılık, örgütsel bağlılıktan farklı bir kavramdır. Mesleğe bağlılık, bir kişinin mesleğine yönelik tutumu ya da onun seçmiş olduğu bir meslekte çalışma motivasyonu olarak tanımlanabilir (Goulet ve Singh, 2002: 75). Mesleki bağlılık alanındaki çalışmalarda kariyer, profesyonel ve meslek ifadelerinin kullanımı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır.

Mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılık konusunda yapılmış araştırmalar karşılaştırıldığında, mesleki bağlılık alanında yapılmış çalışmaların sayısının nispeten daha az sayıda olduğunu görmek mümkündür. Çalışanların mesleklerine yönelik tutumları örgüte yönelik tutumlarını doğrudan etkileyebilir. Diğer taraftan birey mesleğine bağlı olabilirken örgüte bağlı olmayabilir. Örgüt, bireyin mesleki gereksinimlerini tatmin ediyorsa örgütsel bağlılık düzeyi yüksektir. Aksi takdirde, bireyin örgütten ayrılma niyeti artış gösterebilir. Örgüte bağlılık düzeyi yüksek olan bireyler ise gerektiğinde örgütün içinde mesleğini değiştirebilir ve örgütten ayrılma niyeti göstermeyebilir (Goulet ve Singh, 2002: 78). Ancak genel olarak örgütsel bağlılık ile mesleki bağlılık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu kabul edilmektedir.

İş tatmini ve mesleki bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu birçok araştırma tarafından ortaya konmuştur (Blau, 2000:338; Goulet ve Singh, 2002: 84). Aynı şekilde örgütsel bağlılık ile mesleki bağlılık arasında da anlamlı bir ilişki olduğunu gösteren çalışmaların sayısı oldukça fazladır (Chang, 1999: 1257; Goulet ve Singh, 2002: 73; Gendron ve diğer., 2009: 243).

Mesleki bağlılık ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri ortaya koyan araştırma sonuçlarına göre etik iş algısı yüksek personelin iş tatminin yüksek olacağı ve dolayısıyla mesleki bağlılıklarının da buna bağlı olarak fazla olacağı ngorulmektedir. Bu nedenle araştırmanın diğer ana hipotezi;

**H2: n lisans öğrencilerin etik kuralların uygulanmasıyla ilgili algıları ve mesleki bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır şeklinde ifade edilmiştir.**

### **3. Araştırmanın Yöntemi**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve nemi**

Bu araştırmanın temel amacı, turizm ğrencilerinin turizm işletmelerindeki iş etiği algılarıyla, örgütsel ve mesleki bağlılıkları arasında nasıl bir ilişki olduğunu incelemektir. Yüksek etik değerlere sahip işletmelerin diğer işletmelere göre karlılığa daha yatkın olması birçok araştırma tarafından ortaya konmuştur (Holjevac, 2008: 1039; Dimitriou ve diğer., 2011:1). Bununla birlikte çalışanlar, turizm işletmelerinin sahip olduğu en önemli varlık olarak gorulmektedir. İş etiği algısı yüksek personel diğer personellere göre daha yüksek iş tatminine sahip olmakta ve daha fazla performans gösterme eğiliminde olabilmektedir. Bu nedenle araştırma sonuçları özellikle turizm işletme yöneticileri için yararlı olabilecektir. Sonuçlara bağlı olarak yöneticiler, turizm ğrencilerinin etik algılarını daha iyi anlama firsatı bularak rekabet avantajı sağlayabilirler. Değerlendirmelere bağlı olarak işletmedeki iş etiği uygulamaları geliştirilebilir. Bu sayede etik olmayan uygulamaların neden olabileceği işgücü devrinin artması ve personel bağlılığının kaybolması gibi bir takım maliyetler azaltılarak müşteri memnuniyetinin ve personel verimliliğinin artmasına olanak sağlanabilir.

Araştırma sonuçlarının ayrıca turizm alan yazınına da katkı sağlaması beklenmektedir. unku yapılan alan yazın taraması sonucunda, etik konusunun turizm işletmelerinde farklı boyutlarda ele alınmasına karşın, turizm ğrencilerinin algısını değerlendiren çalışmaların sayısının oldukça sınırlı olduğu tespit edilmiştir (Yeung, Wong ve Chan, 2002; Hudson ve Miller, 2005; Aslan ve Kozak, 2006; Pelit

ve Arslantürk, 2011). Bununla birlikte, özellikle ülkemizde ön lisans öğrencilerinin iş etiği algısına yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Diğer taraftan turizm öğrencilerinin iş etiği algısının değerlendirilmesi, eğitim kurumlarındaki yöneticiler için de önemlidir. Bu kurumlardaki yöneticiler, araştırma sonuçlarına bağlı olarak ders programlarını ve içeriklerini gözden geçirme fırsatı bulabileceklerdir.

### **3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları**

Araştırmanın evrenini üniversitelerin ön lisans turizm programlarında eğitim öğretim gören turizmde iş deneyimi yaşamış öğrenciler oluşturmaktadır. Zaman ve maliyet başta olmak üzere çalışmanın tüm bu kapsamda yapılmasının zorluklarından dolayı, sadece Mersin Üniversitesi Anamur Meslek Yüksekokulu'nda iki Otel İşletmeciliği, bir Seyahat Hizmetleri ve bir Rehberlik Programı olmak üzere dört farklı program genelinde yapılmıştır. Çalışma evreninin sadece tek bir üniversitenin öğrencilerinden oluşması, araştırmanın en önemli sınırlılıklarından biridir. Bununla birlikte elde edilecek sonuçların konuyla ilgili olarak dikkate değer bilgiler sağlayacağı düşünülmüştür.

Araştırmada öğrencilerin deneyimleri staj ve staj dönemi dışında bir ayırım yapılmamıştır. Bu tür bir ayırım yapılmamasının iki temel nedeni vardır. Öncelikle ön lisans eğitimi alan öğrencilerin iş deneyimlerinin çok fazla olması beklenmemektedir. Dolayısıyla en fazla 2 sezonluk olarak öngörülen tecrübelerin ayırt edici bir unsur olmadığı düşünülmektedir. Diğer taraftan turizm işletmelerinde staj yapan öğrencilerin çalışma koşulları ile staj dışı çalışan öğrencilerin çalışma koşulları arasında uygulama açısından önemli bir farklılık olmadığı düşünülmektedir.

### **3.3. Araştırma Evreni ve Örneklem**

Bu araştırmanın genel evreni, üniversitelerin ön lisans turizm programlarında okuyan ve turizm iş deneyimi olan öğrencilerdir. 2010-2011 Eğitim-Öğretim yılında Türkiye'de toplam 146 ön lisans düzeyinde turizm programlarına öğrenci alınmıştır (Anatolia Journal, 2010). Turizm programlarındaki kontenjan sayılarının 30 ile 100 arasında değiştiği (ÖSYM, 2011) dikkate alındığında, evrenin en fazla 15.000 öğrenciden oluşabileceği anlaşılmaktadır.

Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve 272 örneklem sayısına ulaşılmıştır. Turizm iş deneyimi olmayan katılımcılara ait anketler çıkarıldıktan sonra 254 kullanılabilir anket sayısı elde edilmiştir.

### **3.4. Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılarla ilgili genel sorular, ikinci bölümde işletmelerde etik kuralların uygulanmasına dair 10 maddelik bir ölçek yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise örgütsel bağlılık ile ilgili 9 maddeden oluşan bir ölçekle birlikte, mesleki bağlılık ile ilgili 7 maddeden oluşan bir ölçek bulunmaktadır.

Yapılan alan yazın taraması sonucunda, işletmelerde iş etiği ile ilgili algının ölçülmesinde iki farklı anket yapısının kullanıldığı anlaşılmıştır. İlk yapıda katılımcılara bir takım senaryolar sunulmuş (Stevens, 2001: 240-241; Hudson ve Miller, 2005: 392-394; Aslan ve Kozak, 2006: 52-53) ve ne düzeyde etik buldukları likert derecesine göre sorgulanmıştır. İkinci anket yapısında ise, iş etiği ile ilgili olarak

farklı sayı ve ifadelerden oluşan ölçekler kullanılmıştır (Cole ve Smith, 1996: 892; Schwepker, 2001: 45; Yeung, 2004: 257; Krambia-Kapardis ve Zopiatis, 2008: 4; Teen, Teo ve Lander, 2009: 29; Pelit ve Arslantürk, 2011: 171; Yılmaz ve Bahadır, 2011: 31). Anket uygulamasında, farklı turizm programlarına yönelik ortak senaryoların olmaması ve geliştirilmesindeki zorluklar nedeniyle senaryo yönteminin uygun olmadığı düşünölmüştür. Bu nedenle turizm iş etiği algısını belirlemek için ikinci yapı yani bir takım maddelerden oluşan ifadelerin kullanılmasına karar verilmiştir. Farklı maddelerden oluşan etik ölçeğinin kullanıldığı çalışmalar incelendiğinde ise ölçeklerin daha çok otel çalışanlarına yönelik olduğu ya da etik dışı ifadeleri kapsadığı görölmüştür. Etik algı ölçeği olarak kolay anlaşılabilir olması ve tüm turizm programları için kullanılabilir olması nedeniyle Yılmaz ve Bahadır (2011) tarafından kullanılmış olan ölçek tercih edilmiştir. Ölçekte tüm turizm işletmelerine uyarlanabilecek 10 ifadeden oluşan maddeler beşli likert derecelemesi göre sorgulanmıştır (1= Hiçbir konuda, 2= Çok az konuda, 3= Bazı konularda, 4= Çoğu Konuda, 5= Her konuda). İş etiği, işletmelerin ürün ve hizmet üretme ve dağıtma aşamalarında gerek örgüt gerekse birey/çalışan düzeyindeki davranışların etik boyutları ile ilgilenir ve bu davranışlara ilişkin yol gösteren kuralları kapsar (TUSİAD, 2009: 15).

Bu nedenle işletme ile ilgili etik konusu, iş etiği kapsamında değerlendirilir. Dolayısıyla çalışmada kullanılan bu ölçek, farklı iş etiği ölçeklerinde biri olarak nitelendirilebilir.

Örgütsel bağlılık ölçeği olarak alan yazınında birçok ölçek geliştirilmiştir. Bu ölçeklerden Mowday, Porter ve Steers, (1979) tarafından geliştirilmiş 15 maddeden oluşan tek boyutlu ölçekle birlikte, Meyer ve Allen'e (1991) ait 18 ifadelik üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeği ön plana çıkmaktadır. Üç boyutlu ölçekte duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere farklı boyutlar bulunmaktadır. Çalışma evreni düşünöldüğünde bu üç boyuttan özellikle devam bağımlılığının anlamlı olmayacağı düşünölmüştür. Bu nedenle örgütsel bağlılık ölçeği olarak, Mowday, Porter ve Steers, (1979) tarafından geliştirilmiş tek boyutlu ölçek tercih edilmiştir. Ölçeğin yazarları, bu ölçeğin içinden bazı maddelerin göz ardı edilerek daha kısa bir formunun da alternatif olarak kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Bu nedenle Schwepker (2001) tarafından da kullanılan 9 maddelik örgütsel bağlılık ölçeğinin bu araştırmada da kullanılmasına karar verilmiştir. Mesleki bağlılık ölçeği olarak ise Blau (1989) tarafından geliştirilen tarafından da kullanılmış 7 ifadeli bir ölçek kullanılmıştır. Anketteki her iki ölçekte de yer alan ifadeler 5'li likert tipi ölçek ile derecelendirilmiştir (1= Hiç katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Nötr, 4= Katılıyorum, 5= Tamamen katılıyorum).

Anketin geliştirilmesi sürecinde 40 öğrenci üzerinde bir ön test yapılmıştır. Söz konusu çalışma sonucunda, ankete son hâli verilmiş ve anketin uygulanma zamanı olarak katılımın daha yüksek olabilmesi için öğrencilerin sınav dönemleri tercih edilmiştir.

#### **4. Bulgular ve Değerlendirme**

Anket uygulaması; hazırlık sınıfını tamamlamış 1. ve 2. Sınıfta eğitim gören turizm, seyahat ve rehberlik programlarındaki öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Ankete katılan öğrencilere ilişkin genel özellikler **Tablo 1'de** yer almaktadır.



**Tablo 1: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Genel Özellikleri (n: 254)**

Değişkenler	Değişken Seçenekleri	Frekans	Oran (%)
Cinsiyet	Kadın	110	43,3
	Erkek	144	56,7
Eğitim Programı	Otel	148	<b>58,3</b>
	Seyahat	61	24,0
	Rehberlik	45	17,7
Çalıştığı Alan	Otel/Odalar	34	13,4
	Yiyecek İçecek	142	<b>55,9</b>
	Otel/Diğer	16	6,3
	Seyahat Acentası	62	24,4

Ankete katılanların cinsiyet dağılımına bakıldığında, erkeklerin %56,7 (144 kişi) ile kadınlardan daha fazla paya sahip olduğu görülmektedir. Eğitim programları bakımından katılımcıların dağılımına bakıldığında ise otel programı öğrencileri %58,3 (148 kişi) ile yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Anamur Meslek Yüksekokulunda iki farklı otel programı bulunurken ve rehberlik programında kayıtlı öğrenci sayıları diğer programlara göre daha azdır. Bu nedenle sayı ve oran farklılıkları makul kabul edilmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin turizm işletmelerinde çalıştıkları alanlar bakımından dağılımlarına bakıldığında, %55,9 (142 kişi) ile yarısından fazlasının yiyecek içecek işletme ya da bölümlerinde çalıştıkları görülmektedir. Büyük çoğunluğu her şey dâhil hizmet veren resort otel işletmelerinin yiyecek içecek bölümlerinde istihdam edilen personel sayısı fazla iken olumsuz çalışma koşullarından dolayı personel devir oranları yüksek olabilmektedir. Bu nedenle yiyecek içecek bölümlerinde aranan niteliklerin nispeten daha az olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla mesleki deneyimleri az olan ön lisans öğrencilerinin, bu alanda iş bulması daha olası ve daha kolay olabilmektedir. Bununla birlikte %6,3 ile en az çalışanın otel işletmelerinin animasyon ya da dükkânlarda çalıştıkları anlaşılmaktadır.

**Tablo 2: Üç Ölçeğin Güvenirlik Analizleri**

Ölçekler	N	Cronbach's Alpha	Ortalama	Varyans	Kovaryans	Korelasyon
İş Etiği Kuralları (10 madde)	247	0,889	3,724	1,229	,546	,446
Örgütsel Bağlılık (9 madde)	250	0,873	3,334	1,417	,614	,432
Mesleki Bağlılık (7 madde)	249	0,852	3,122	1,854	,837	,449

Model: Alpha

Demografik verilere ilişkin bazı bulgulardan sonra çalışmanın güvenilirlik ve geçerlik testleri yapılmıştır. **Tablo 2'de** görüldüğü gibi on maddeli iş etiği uygulamalarına ilişkin ölçek ile dokuz maddeli örgütsel bağlılık ölçeğinin ve yedi maddeli mesleki bağlılık ölçeğinin güvenilirlik katsayısı  $\alpha = 0,852$  ve üzerindedir. Bu değerler test ölçümlerinin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2008: 405).

Çalışmada kullanılan iş etiği uygulamalarına ilişkin ölçeğin yapı geçerliği için açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda ölçeğin  $p < 0,001$  anlamlılık düzeyinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0,900 ve Barlett Testi sonucu 1237,958 olarak belirlenmiştir. Bu değerler verilerin faktör analizi için uygun olduğunu desteklemektedir (Kalaycı, 2008: 322). Diğer taraftan faktör yapısını belirlemek amacı ile temel bileşenler analizi ve varimax döndürme seçeneği kullanılmıştır. Özdeğer istatistiği 1 'den büyük olan faktörler önemli faktör olarak kabul edilmiş ve faktörlerde yer alan maddelerin yük değerlerinin en az 0,45 olması tercih edilmiştir (Büyüköztürk, 2013: 134).

**Tablo 3: İş Etiği Uygulamalarına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları**

	Faktör Yüğü	Özdeğer	$\bar{x}$	Açıklanan Varyans %	F	$\alpha$	P
<b>Faktör 1: İş Etiği Kuralları</b>		5,069	3,678	56,322	48,856	0,900	0,000
1. Müşteri memnuniyeti	,648						
2. Sır Saklama	,667						
3. şeffaflık	,703						
4. Tarafsızlık	,727						
5. Dürüşlük	,748						
6. Mesleki dayanışma	,760						
7. Güvenirliklik	,792						
8. Sadakat	,838						
9. İtibar /Ahlak	,846						
Faktör çıkarma Metodu= Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu= Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü=0,900; Bartlett Testi=1213,357; $p < 0,001$ Toplam farkın (varyansın) açıklanma oranı % 56,322							

İş etiği uygulamalarına ilişkin ölçeğin faktör analiz sonuçları **Tablo 3'te** sunulmaktadır. "Yasalara uyma" maddesi düşük faktör yüğü değerine sahip olduğu için ölçekten çıkartılmış ve faktör analizi tekrarlanmıştır. Kapsam dışı tutulan madde, çalışmanın bütünlüğü açısından faktör yapısında herhangi bir değişiklik yaratmamıştır. Tabloda da görüldüğü üzere veriler tek boyutta toplanmış ve tek boyutlu yapıyla açıklanan varyans %56,322 olarak gerçekleşmiştir. Tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ve daha yüksek olması yeterli olarak görülmektedir (Büyüköztürk, 2013:135).

**Tablo 4'te** işletme faaliyetlerinde etik kurallara ne derece bağlı kalındığını ilişkin veriler yer almaktadır. Tabloda yer alan ortalamalara bakıldığında ön lisans turizm öğrencilerinin, turizm işletmelerinin her konuda etik kurallara uyduğunu düşünmedikleri anlaşılmaktadır ( $\bar{x} < 5$ ). Bununla birlikte öğrenciler, müşteri memnuniyeti ve güvenirliklik ile ilgili olan çoğu konularda, işletmelerin etik kurallara uygun hareket ettiklerini düşünmektedir. Ancak sır saklama ( $\bar{x} = 3,18$ ) ve tarafsızlık ( $\bar{x} = 3,20$ ) ile ilgili olarak öğrenciler işletmelerin bazı konularda etik davrandıklarını düşünmektedir.

Elde edilen sonuçlar, Yılmaz ve Bahadır (2011) tarafından ön büro personeli üzerinde yapılan benzer bir çalışmanın sonuçlardan farklıdır. Onların çalışmasında

ise şeffaflık ve dürüstlük en fazla yüzdeye sahip etik kurallar olarak tespit edilmiştir. Sonuç olarak öğrenci algıları ile ön büro çalışanlarının algılarının aynı olmadığı söylenebilir. Ön büro çalışanlarının işletmeye bağlılıklarının daha yüksek olabileceği ve buna bağlı olarak etik algılarının da daha olumlu olduğu düşünülmektedir.

**Tablo 4: Turizm İşletmelerinde Etik Kuralların Algılanması**

Etik Kurallar	Hiçbir Konuda		Az Konuda		Bazı Konularda		Çoğu Konuda		Her Konuda		$\bar{X}$	s.s.
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
1. Dürüstlük	8	3,2	26	10,4	61	24,3	<b>84</b>	<b>33,5</b>	72	28,7	3,7410	1,08105
2. Şeffaflık	8	3,2	37	14,7	<b>87</b>	<b>34,5</b>	75	29,8	45	17,9	<b>3,4444</b>	1,04524
3. Müşteri Memnuniyeti	4	1,6	9	3,6	28	11,1	101	40,2	<b>109</b>	<b>43,4</b>	<b>4,2032</b>	,89138
4. Güvenirlilik	6	2,4	15	6,0	48	19	70	27,8	<b>113</b>	<b>44,8</b>	<b>4,0675</b>	1,04453
5. Mesleki Dayanışma	9	3,5	27	10,6	61	24,2	<b>87</b>	<b>34,5</b>	68	27,0	3,7063	1,08644
6. Sır Saklama	28	11,1	49	19,4	<b>70</b>	<b>27,8</b>	58	23,0	47	18,7	<b>3,1865</b>	1,25960
7. Tarafsızlık	25	10,0	40	15,9	<b>89</b>	<b>35,5</b>	52	20,7	45	17,9	<b>3,2072</b>	1,20204
8. İtibar ve Ahlak	11	4,4	25	9,9	58	23,0	59	23,4	<b>99</b>	<b>39,3</b>	3,8333	1,17917
9. Sadakat	14	5,6	30	12,0	59	23,6	<b>77</b>	<b>30,8</b>	70	28,0	3,6360	1,17175
Ortalama											3,6779	,82697

Yanıt Kategorileri: 1-Hiçbir konuda, 2-Çok az konuda, 3-Bazı konularda, 4-Çoğu konuda, 5-Her konuda

Araştırmanın iki temel hipotezinin test edilmesi için öncelikle korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları **Tablo 5'te** özetlenmiştir. Tablo incelendiğinde, iş etiği algısı ile örgütsel bağlılık arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ( $r=0,576$ ,  $p<.01$ ). Bu durum öğrencilerin iş etiği algıları arttıkça, onların örgütsel bağlılıklarının da arttığı şeklinde yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2008:116). **Dolayısıyla H1 hipotezi desteklenmiş ve kabul edilmiştir.** Elde edilen sonuçlar Kim ve Miller (2008: 941) tarafından yapılan araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Yazarlar yaptıkları çalışmada etik iklim algısı ile örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasında pozitif anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur. Diğer taraftan bu araştırma Pelit ve Arslantürk (2011: 163) tarafından lisans turizm öğrencilerin çalışma yeri tercihinde iş etiği algısının etkili olduğunu ortaya koyan araştırma sonuçlarını da destekler niteliktedir.

**Tablo 5: Korelasyon Analizi Sonuçları**

		1	2	3
1.Örgütsel bağlılık	Pearson Korelasyon	1.00		
	Sig. (2-tailed)			
	N	250		
2.Mesleki bağlılık	Pearson Korelasyon	,392**	1.00	
	Sig. (2-tailed)	,000		
	N	248	249	
3.İş Etiği algısı	Pearson Korelasyon	,576**	,290**	1.00
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	245	244	248

\*\*  $p<0,01$ (2 yönlü).

Aynı tabloda iş etiği algısı ile mesleki bağlılık arasında düşük düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu da görölmektedir ( $r=0,290$ ;  $p<.01$ ). Bu sonuç, örgütsel bağlılık düzeyi kadar olmasa da etik algısı arttıkça mesleki bağlılığın da arttığını göstermektedir. **Yani H2 hipotezi de desteklenmiştir.** İş etiği kurallarına ilişkin algı ile mesleki bağlılık üzerindeki arasındaki ilişkinin, örgütsel bağlılıktan düşük olması, ön lisans turizm öğrencilerinin kariyer yolunun ilk basamaklarında olmalarıyla açıklanabilir. İlk çalışma deneyimleri olumsuz olan öğrencilerin, sonraki çalışma yerlerinden ya da deneyimlerinden nispeten daha fazla beklenti içinde oldukları düşünölebilir. Tablo 5'de ayrıca örgütsel bağlılık ve mesleki bağlılık arasındaki ilişki de değerlendirilmiştir. Her iki değişken arasında düşük olarak kabul edilen geçmiş çalışmalarda olduğu gibi (Chang, 1999: 1257; Goulet ve Singh, 2002: 73; Gendron, Suddady ve Qu, 2009: 243) anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ( $r=0,392$ ;  $p<.01$ ).

Turizmde nitelikli ve eğitimli iş gücü ihtiyacı, özellikle işletme yöneticileri ve akademik çevreler tarafından sürekli ifade edilen bir gerçektir. Bununla birlikte daha iyi hizmet vermeyi ve rekabet avantajı sağlamayı amaçlayan işletmelerin büyük bir kısmı, eğitimli işgücünü işletmeye kazandırma ve tutma konusunda zorlanmaktadır. Bu nedenle turizm işletmelerinde yönetiminde söz sahibi tarafların, çalışanların işletme ile ilgili algılarını en iyi şekilde anlamaları ve değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu noktada turizm işletme yöneticileri için daha anlamlı ve destekleyici sonuçlar ortaya koymak adına öğrencilerin iş etiği algısı ve mesleki bağlılıklarının örgütsel bağlılıklarına etkisini ortaya koymak için basit ve çoklu doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır.

**Tablo 6: İş Etiği Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisi**

Değişkenler	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	p
	$\beta$	Std. Hata	$\beta$		
(Sabit)	1,026	,215		4,781	,000
İş etiği Algısı	,622	,056	,577	11,011	,000

Bağımlı değişken: Örgütsel bağlılık; R: 0,577; R<sup>2</sup>:0,333; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: 0,330; D-W: 1,882; Model için F: 121,236;  $p<0,0001$

İş etiği kurallarının örgütsel bağlılık üzerinde etkisinin belirlenmesi için basit doğrusal regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar **Tablo 6'da** gösterilmiştir. Tablo sonuçlarına göre, öğrencilerin iş etiği kurallarına ilişkin algıları, örgütsel bağlılıklarının anlamlı bir yordayıcıdır ( $R=0,58$ ,  $R^2= 0,33$ ,  $F(1, 244)=121,236$ ,  $p<0.01$ ). Çalışan öğrencilerin örgütsel bağlılıkları ile ilgili varyansın %33 kadarı iş etiği kuralları ile ilgili algılarıyla açıklanabilmektedir (Büyüköztürk, 2013; 98). Tabloya göre, basit doğrusal regresyon modeli şöyledir;

$$\text{Örgütsel Bağlılık Düzeyi} = 1,026 + 0,622 \times \text{İş Etiği Algısı}$$

Katılımcıların iş etiği algısı ile mesleki bağlılık algısının birlikte örgütsel bağlılıkları üzerinde etkisini ortaya çıkarmak için çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Çoklu regresyon analizlerinde otokorelasyon ve çoklu bağlantı olup olmadığını kontrol etmek için öncelikle Durbin-Watson istatistiğine bakılmıştır. Regresyon modeline ait Durbin- Watson katsayısının, 1,5 ile 2,5 değer arasında olması nedeniyle, modele dâhil edilen değişkenlerin kendi aralarında bir otokorelasyon göstermedikleri anlaşılmaktadır (Kalaycı, 2008: 228). Tolerance katsayısının .200'ün üstünde, VIF'in 10'un altında ve Condition Index'in 30'un altında

olması çoklu bağlantı sorunun da olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2008: 225–226).

**Tablo 7: İş Etiği Algısı ve Mesleki Bağlılığın Örgütsel Bağlılığa Etkisi**

Değişkenler	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.	Ortak Bağlantı Durumu	
	$\beta$	Std. Hata				$\beta$	VIF
(Sabit)	,801	,214		3,743	,000		
İş etiği Algısı	,512	,055	,498	9,385	,000	,915	1,093
Mesleki bağlılık	,210	,045	,246	4,638	,000	,915	1,093

Bağımlı değişken: Örgütsel bağlılık; R: 0,617; R<sup>2</sup>:0,381; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: 0,375; D-W: 1,917; Model için F: 73,725; p<0,0001

**Tablo 7**'deki analiz sonuçlarına göre F değeri; p<0,001 düzeyinde anlamlı olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca R= 0,617; R<sup>2</sup> = 0,381 ve düzeltilmiş R<sup>2</sup> = 0,375 olarak bulunmuştur. Belirlilik katsayısı (R<sup>2</sup>=0,381), bağımlı değişken olan öğrencilerin örgütsel bağlılıklarının %38'lik kısmının modele dâhil edilen iş etiği algısı ve mesleki bağlılık algısı tarafından açıklandığını göstermektedir. Çoklu regresyon analizi sonucunda ortaya çıkan model anlamlı olarak kabul edilmekte ve buna bağlı olarak aşağıdaki denklem ortaya çıkmaktadır;

$$\text{Örgütsel Bağlılık} = 0,801 + 0,512 \times \text{Etik Algı Düzeyi} + 0,210 \times \text{Mesleki Bağlılık}$$

Elde edilen bu denklem ile turizm işletme yöneticileri, ön lisans turizm öğrencilerinin örgütsel bağlılıklarını matematiksel olarak ortaya koyma fırsatına sahip olabilmektedir. Bununla birlikte denklemde yer alan çarpım katsayıları, örgütsel bağlılığı açıklamada etik algı düzeyinin mesleki bağlılıktan daha önemli olduğunu göstermektedir.

## 5. Sonuç

Etik uygulamalar turizmde rekabet avantajı sağlayabilecek bir faktör olarak değerlendirilmelidir. Çünkü turistlerin etik değerlerin dikkate alındığı ürünlere daha fazla ödeme yapma eğilimde oldukları, son yıllarda yapılan çalışmalarla desteklenmektedir. Diğer taraftan işletmedeki düşük etik standartlar düşük personel bağlılığına ve iş tatminine neden olabilmektedir. Bu durum beraberinde müşterilerden alınan rüşvetler, işletmeye ait eşyaların çalınması, yasa dışı koşullarda çalışma, gerçek dışı finansal tablolar gibi yöneticilerin ve çalışanların karışılacakları bir takım maliyetlerle sonuçlanabilir. Bu nedenle etik konusu işletmelerde sadece bir düşünce olarak ele alınmamalı, temel bir ihtiyaç olarak değerlendirilmelidir.

Nitelikli iş gücü ihtiyacının sürekli vurgulandığı turizmde, ön lisans öğrencileri daha çok ara eleman olarak yetiştirilmektedir. Türkiye'de yüksek öğretim düzeyinde bakıldığında ise lisans programlarının yaklaşık 3 katı kadar ön lisans turizm programı yer almaktadır. Yani turizm işletmelerinde ara eleman olarak çalışanların eğitimi işgücünün önemli bir kısmı, ön lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Bu nedenle yapılan çalışmanın sonuçları turizm işletme yöneticileri tarafından özellikle dikkate alınmalıdır.

Ön lisans turizm öğrencileri üzerinde yapılan bu araştırma sonucunda anlamlı ve dikkate değer bulgulara ulaşılmıştır. Bu bulgular şu şekilde özetlenebilir;

- Katılımcılar çalıştıkları turizm işletmelerinin her konuda etik kurallara uyduklarını düşünmemektedir. Bununla birlikte işletmeler tarafından en fazla dikkate alınan etik kurallar, müşteri memnuniyeti ( $\bar{x} = 4,20$ ) ve güvenilirlik ( $\bar{x} = 4,06$ ); en az dikkate alınanlar ise sır saklama ( $\bar{x} = 3,18$ ), tarafsızlık ( $\bar{x} = 3,20$ ) ve şeffaflık ( $\bar{x} = 3,44$ ) olarak algılanmıştır. Bu sonuçlar, ön lisans turizm öğrencilerinin iş etiği algılarının geliştirilmeye açık olduğunu ortaya koymaktadır.

- Ön lisans öğrencilerinin iş etiği kurallarının uygulanmasıyla ilgili algıları ile örgütsel bağlılıkları arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur ( $r=0,576$  ve  $p < 0,01$ ). Yani öğrencilerin iş etiği algıları yükseldikçe örgütsel bağlılıkları da artmaktadır. Buna göre özellikle personeli elinde tutmak isteyen ya da personel devir hızlarını düşürmek isteyen işletmelerin etik kuralları uygulama konusunda daha da hassas olması gerekir. Bu doğrultuda işletmedeki etik uygulamaların geliştirilmesiyle daha cazip iş ortamı ve koşullarının yaratılması desteklenmelidir.

- Öğrencilerin etik algısı ile mesleki bağlılıkları arasında düşük düzeyde de olsa pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu araştırma ile ortaya çıkan diğer bir durumdur ( $r=0,290$  ve  $p < 0,01$ ). Etik algısı yükseldikçe örgütsel bağlılık kadar olmasa da mesleki bağlılık da yükselmektedir. Bu sonucun işletme yöneticileri kadar turizm eğitimi veren taraflar açısından da anlamlı olduğu düşünülmektedir. Turizm biliminin daha sürdürülebilir ve etik bir platforma taşınabilmesi için, öğrencilerin, mesleki yaşamlarında etik olmayan uygulama sonuçlarını tecrübe etmeden etik konulara daha duyarlı yaklaşabilmeleri sağlanmalıdır. Bu nedenle turizm okullarında etik konusunda daha kapsamlı eğitim uygulamaları ortaya konulmalıdır.

- Araştırmada ayrıca katılımcıların örgütsel bağlılıkları ve mesleki bağlılıkları arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $r=0,392$  ve  $p < 0,01$ ). Dolayısıyla katılımcıların mesleki algıları geliştikçe örgütsel algıları da gelişebilmektedir. Bu sonuç ise örgütsel bağlılıkta meslek okullarının da önemini ortaya koyabilmektedir.

Turizm işletmelerinde etik, bütün faaliyetlerinin tamamlayıcı bir parçası olmalıdır. Bu bağlamda ön büroda etik, yiyecek içecek bölümünde etik, kat hizmetlerinde etik, pazarlamada etik ve muhasebede etik gibi her departmanın görev ve sorumluluklarına bağlı olarak etik unsurlar tanımlanmalıdır. Bununla birlikte unutulmamalıdır ki; etik, kaliteli yönetim ilkelerine uygun olarak sadece uzun süreli bakış acısı ile ulaşılabilecek bir kalitenin parçası olabilir. Dolayısıyla etik uygulamaların işletme faaliyetleri, ya da karlılık üzerinde etkileri stratejik bir bakış acısı ile ele alınmalıdır.

Örgütsel ve mesleki bağlılık konularında olduğu gibi, iş etiği algısı; iş tatmini, örgütsel güven, motivasyon, işten ayrılma gibi insan kaynakları yönetimini ilgilendiren önemli konuları da etkileyen faktörlerden biri olarak dikkate alınmalıdır. Rekabet gücü, çalışma aşkı ve yenilik gibi bir dizi belirleyici faktörün işletme başarısında gerektiği kadar önemli olabilmesi için, iş etiği ilkeleri ile düzenlenmesi ve desteklenmesi gerekir.

Son olarak gelecek akademik çalışmalar için bir takım öneriler sıralanmaktadır. İlk olarak müşteriler, bölge halkı, yöneticiler ve çalışanlar gibi farklı paydaşların turizmde iş etiği algılarına yönelik çalışmalar yapılabilir. Aynı şekilde seyahat acentası, otel ve yiyecek işletmeleri başta olmak üzere farklı turizm işletmelerinde çalışanların etik algıları da değerlendirilebilir. Diğer taraftan alan yazınında etik dışı uygulamalarla ilgili olarak geliştirilmiş farklı ölçekler bulunmaktadır. Dolayısıyla bu ve benzeri çalışmalar farklı ölçeklerle tekrarlanıp, sonuçlar karşılaştırılabilir. Bu kapsamda en çok kullanılan tekniklerden biri olan senaryo tekniği kullanılarak benzer çalışmalar yapılabilir. Daha öncede ifade edildiği gibi bu çalışma, sadece bir yüksek öğretim kurumunun belirli bir bölümünde, sınırlı sayıda bir örneklem grubu üzerinde uygulanmıştır. Benzer çalışmaların daha geniş bir gruba uygulanması, genellenebilir çıkarımların yapılmasına yardımcı olabilecektir.

Birçok araştırmada olduğu gibi bu çalışmada da bir takım eksiklikler bulunmaktadır. Öncelikle turizm işletmeleri olarak dikkate alınan işletmeler sadece konaklama ve seyahat işletmeleri olmuştur. Bu işletmelerin sınıfları, büyüklükleri gibi ayırt edici nitelikleri dikkate alınmamıştır. Diğer taraftan veriler 2012 yılında toplanmıştır. Her ne kadar geçen sürede öğrencilerin iş etiği algıları üzerinde etkili olabilecek düzeyde önemli sosyal, ekonomik, iş ve eğitim alanında önemli değişimler yaşanmamış olsa da, elde edilen sonuçlar belirli bir dönemi yansıtmaktadır. Bu nedenle benzer çalışmaların, uzun dönemde ya da çalışma ve eğitim alanında önemli değişimler yaşandıktan sonra tekrarlanmalı ve ilgili sonuçlar karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmelidir.

Araştırmada öğrencilerin deneyimleri staj ve staj dönemi dışında bir ayırım yapılmamıştır. Turizm işletmelerinde staj yapan öğrencilerin çalışma koşulları ile staj yapmadan çalışan öğrencilerin çalışma koşulları arasında bir farklılık olmadığı düşünülmüştür. Ancak ilgili öğrencilerin turizm işletmelerinden beklentileri arasında bir farklılık olabileceği dikkate alınmamıştır. Dolayısıyla gelecek çalışmalarda öğrencilerin staj ve staj dışı çalışmalarında edindikleri iş etiği algıları da ayrıca kıyaslanabilir.

## 6. Kaynakça

- Anatoli Journal (2010), "Akademik Turizm Bülteni", [www.Anatoliajournal.Com/Turizmbulteni/Ekim2010.Htm](http://www.Anatoliajournal.Com/Turizmbulteni/Ekim2010.Htm), (05.01.2012).
- Aslan, A. ve Kozak, M. (2006), "Turizmde Gelişme ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(1), ss. 49-61.
- Blau, G. (1989), "Testing Generalizability of A Career Commitment Measure and Its Impact on Employee Turnover", *Journal of Vocational Behaviour*, 35(1), ss. 88-103.
- Blau, G. (2000), "Job, Organizational, Professional Context Antecedents as Predictors Of Intent For Interrole Work Transitions", *Journal Of Vocational Behavior*, 56(3), ss. 330-345.
- Büyüköztürk, Ş. (2013), *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, 18. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Chang, E. (1999), "Career Commitment as A Complex Moderator of Organizational Commitment and Turnover Intention", *Human Relations*, 52(20), ss. 1257-1278.
- Cole, B. C. ve Smith, D. L. (1996), "Perceptions of Business Ethics: Students vs. Business People", *Journal of Business Ethics*, 15(8), ss. 889-896.

- Dimitriou, C. K., Blum, S. C., Adams, C. ve Kim, J. (2011), The Impact of Hotel Business Ethics on Employee Job Satisfaction and Organizational Commitment, (elektronik sürüm), *International Chrrie Conference*, ss. 1-16.
- Donyadide, A. (2010), "Ethics in Tourism", *European Journal of Social Sciences*, 17(3), ss. 426-433.
- Enghagen, L. K. ve Hott, D. D. (1992), "Students' Perceptions of Ethical Issues in the Hospitality and Tourism Industry", *Hospitality Research Journal*, 15 (2), ss. 41-50.
- Fleckenstein, M. P. ve Huebsch, P. (1999), "Ethics in Tourism-Reality or Hallucination", *Journal of Business Ethics*, 19(1), ss. 137-142.
- Fox, J. (2000), "Approaching Managerial Ethical Standards in Croatia's Hotel Industry", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(1), ss. 70-74.
- Fritz, J.M.H., Arnett, R.C. ve Conkel, M. (1999), "Organizational Ethical Standards and Organizational Commitment", *Journal of Business Ethics*, 20(4), ss. 289-299.
- Gendron, Y., Suddady, R. ve Qu, S. Q. (2009), "Professional–Organisational Commitment: A Study of Canadian Professional Accountants", *Australian Accounting Review*, 9(3), ss. 231–248.
- Goulet, L. R. ve Singh, P. (2002), "Career Commitment: A Reexamination and an Extension", *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), ss. 73-91.
- Holjevac, I. A. (2008), "Business Ethics in Tourism: As A Dimension of Tqm", *Total Quality Management*, 19 (10), ss. 1029-1041.
- Hudson, S. ve Miller G. (2005), "Ethical Orientation and Awareness of Tourism Students", *Journal Of Business Ethics*, 62(4), ss. 383-396.
- Jaszay, C. (2002). An Integrated Research Review of Ethics Articles in Hospitality Journals 1990-2000. <http://www2.nau.edu/~clj5/Ethics/jaszay4.pdf>
- Kalaycı, Şeref (2008), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 3.Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Krambia-Kapardis, M. ve Zopiatis A. (2008), "An Investigation into the Ethical Perspectives of Hospitality Students", (elektronik sürüm), ss. 1-6.
- Kim, N. Y., ve Miller, G. (2008), "Perceptions of the Ethical Climate in the Korean Tourism Industry", *Journal Of Business Ethics*, 82(4), ss. 941-954.
- Koh, H. C. ve Boo, E. H. Y. (2004), "Organisational Ethics And Employee Satisfaction And Commitment", *Management Decision*, 42 (5), ss. 677 – 693.
- Kozak, A. M. ve Nergiz, G. H. (2012), *Turizmde Etik (Kavramlar, İlkeler, Standartlar)*, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991), "A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment", *Human Resource Management Review*, 1(1), ss. 61-89.
- Mowday, R. T., Steers, R. M. ve Porter, L. W. (1979), "The Measurement Of Organizational Commitment", *Journal of Vocational Behavior*, 14, ss. 224-247.
- Mulki, J. P., Jaramillo, J. F. ve Locander, W. B. (2008), "Effect of Ethical Climate on Turnover Intention: Linking Attitudinal-And Stress Theory", *Journal of Business Ethics*, 78(4), ss. 559-574.
- Ösym (2011), "Merkezi Yerleştirme İle Öğrenci Alan Yükseköğretim Ön Lisans Programları", [www.Osym.Gov.Tr/Dosya/1-57873/H/Tablo-3a.Pdf](http://www.Osym.Gov.Tr/Dosya/1-57873/H/Tablo-3a.Pdf), (05.01.2012).
- Payne, D. ve Dimanche, F. (1996). "Towards A Code of Conduct for the Tourism Industry: An Ethics Model", *Journal of Business Ethics*, 15(9), ss. 997-1007.
- Pelit, E. ve Arslantürk, Y. (2011), "Turizm İşletmelerinin İş Etiğine Yönelik Uygulamalarının Çalışma Yeri Tercihindeki Önemi: Turizm Öğrencileri



- Üzerinde Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 16(1), ss. 163-184.
- 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.
- Salehi, M., Saeidinia, M. ve Aghaei, M. (2012), “Business Ethics”, *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(1), ss. 91-95.
- Sarıışık, M., Okava 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.
- Saks, A.M., Mudrack, P.E. ve Ashforth, B.E. (1996), “The Relationship Between The Work Ethic, Job Attitudes, Intentions to Quit, and Turnover for Temporary Service Employees”, *Canadian Journal Of Administrative Sciences*, 13(3), ss. 226-236.
- Schweper, C. H. (2001), “Ethical Climate’s Relationship to Job Saticfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention in The Salesforce”, *Journal of Business Research*, 54(1), ss. 39-52.
- Stevens, B. (2001), “Hospitality Ethics: Responses from Human Resource Directors and Students to Seven Ethical Scenarios”, *Journal of Business Ethics*, 30(3), ss. 233-242.
- Teen, M. Y., Teo D. ve Lander, D. (2009), “Employees’ Perceptions of Ethics”, (2009), [www.watsonwyatt.Com/AsiaPacific/Pubs/Perspective/Docs/Feb2009/09\\_winter\\_Ethics.Pdf](http://www.watsonwyatt.Com/AsiaPacific/Pubs/Perspective/Docs/Feb2009/09_winter_Ethics.Pdf), (07.11.2011).
- Tüsiad (2009), “Dünyada ve Türkiye’de İş Etiği ve Etik Yönetim”, [www.Tusiad.Org/\\_Rsc/Shared/File/Tusiad-İsetigiraporupdf.Pdf](http://www.Tusiad.Org/_Rsc/Shared/File/Tusiad-İsetigiraporupdf.Pdf), (24.11.2012).
- Unwto (1999), “Turizmde Global Etik İlkeler”, [Http://Ethics.Unwto.Org/Sites/All/Files/Docpdf/Turkey.Pdf](http://Ethics.Unwto.Org/Sites/All/Files/Docpdf/Turkey.Pdf), (20.08.2013).
- Vallen, G. ve Casado, M. (2000), “Ethical Principles for the Hospitality Curriculum”, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(2), ss. 44-51.
- Varinli, İ. (2004), “Hizmet İşletmelerinde Çalışanların Etik Olmayan Davranışlara İlişkin Değerlendirmeleri: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 4(1), ss. 44-53.
- Yang, J. (2008), “Effect of Newcomer Socialization on Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Intention in the Hotel Industry”, *The Service Industries Journal*, 28(4), ss. 429-443.
- Yeh, R. (2012). “Hotel General Managers’ Perceptions of Business Ethics Education: Implications for Hospitality Educators, Professionals, and Students.” *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 11(1), ss. 72-86.
- Yeung, S., Wong, S. ve Chan, B. M. (2002), “Ethical Beliefs Of Hospitality And Tourism Students Towards Their School Life”, *International Journal Of Contemporary Management*, 14(4), ss. 183-192.
- Yılmaz, A. ve Bahadır, İ. (2011), “Otel İşletmelerinde Önbüro Çalışanlarının Etik Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), ss. 21-40.