



## Yiyecek İçecek İşletmelerinde Etik Dışı Müşteri Davranışlarının Yöneticiler Açısından İncelenmesi: Sakarya İlinde Bir Araştırma

Vildan SARICA<sup>1</sup> , Ebru Özlem GÜVEN<sup>2</sup> , Aydın YILMAZER<sup>3\*</sup> 

<sup>1</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Graduate Education Institute Turkey

<sup>2</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Turkey

<sup>3</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Turkey

### ÖZ

Araştırmanın amacı, turizm endüstrisinde önemli bir yere sahip olan yiyecek içecek işletmelerinde meydana gelen etik dışı müşteri davranışlarını ortaya koyarak yönetici ve işletme sahiplerinin konuya ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesidir. Bu amacın gerçekleşmesi için Sakarya ilinde yiyecek içecek işletmelerinde nitel bir çalışma tasarlanmıştır. 40 işletmeden 38'i profesyonel yönetici, 52'si ise aynı zamanda işletme sahibi olup yöneticilik yapan toplam 90 kişi ile sağlıklı bir şekilde yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak veriler toplanmış, içerik analizinden geçirilmiştir. Ayrıca, mülakatta literatür incelenmesi sonucu hazırlanmış, 4'plansız 12'si planlı olmak üzere 16 soru sorulmuştur. Araştırma sonucunda, yiyecek içecek işletmelerinde etik dışı müşteri davranışları ile ilgili çeşitli sorunlar tespit edilmiştir. Elde edilen verilere göre en fazla gerçekleştirilen etik dışı müşteri davranışları; personeli aşağılamak, kaba üslup ve emir kipinin kullanılması, taciz, para ödememek için çeşitli davranışlarda bulunmak şeklindedir. Ayrıca, işletmelerin müşteri kaybetmemek adına bu davranışları görmezden gelmesi ya da olumsuz bir tutum sergilememesi müşterileri bu tür davranışlarda bulunmaya yönelttiği anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Etik Dışı Müşteri Davranışı Etik, Yiyecek ve İçecek İşletmeleri

## An Investigation of Unethical Customer Behaviors in Food and Beverage Businesses from the Perspective of Managers: A Study in Sakarya Province

### ABSTRACT

The purpose of the study is to reveal unethical customer behaviors in food and beverage businesses, which have an important place in the tourism industry, and to evaluate the opinions of managers and business owners on the subject. In order to achieve this goal, a qualitative study has been designed in food and beverage establishments in Sakarya. Data were collected using a healthy semi-structured interview technique with a total of 90 people out of 40 who are professional managers, 52 of them are also business owners, and they were subjected to content analysis. In addition, the interview was prepared as a result of the literature review and 16 questions were asked, 4 of which were planned, 4 without plans. As a result of the research, various problems related to unethical customer behavior in food and beverage businesses were identified. According to the data obtained, the most common unethical customer behaviors are;

\* Sorumlu Yazar e-mail: yilmazer@subu.edu.tr

Bu çalışma Vildan SARICA'nın yazmış olduğu 'Yiyecek İçecek İşletmelerinde Gayri Ahlaki (Etik Dışı) Müşteri Davranışları: Sakarya'da Bir Araştırma' isimli yüksek lisans tezinden geliştirilmiştir.

humiliating the staff, use of rude and imperative, harassment, and behaving in a variety of ways in order not to pay money. In addition, it is understood that businesses ignore these behaviors in order not to lose customers or do not exhibit a negative attitude, leading customers to do this kind of behavior.

**Keywords:** Unethical Customer Behavior, Ethical, Food and Beverage Businesses

## 1. Giriş

Yiyecek içecek işletmeleri, kapasitelerine bakılmaksızın bireylerin beslenme ihtiyaçlarını karşılayan örgütler olarak ifade edilmektedir (Özbay ve Sarıca, 2020, s. 858). Turizm endüstrisinde önemli bir yere sahip olan yiyecek içecek işletmeleri turizmin en önemli sektörleri arasında yer almaktadır. Turizmin alt sektörü olan yiyecek içecek işletmelerinde iş gücünün insan unsuruna dayalı olması, etik dışı davranışların meydana gelmesinde önemli bir unsur olarak gösterilmektedir. Bu etik dışı davranışlar gerek müşteriden gerekse personelden kaynaklanabilmektedir. Her insan farklı özelliklere, kültür, duygu ve düşünceye sahiptir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda etik dışı davranışların yaşanması kaçınılmaz olacaktır. Günümüz insanının boş zamanlarında seyahat etme eğiliminin artması ve ev harici farklı mekânlarda yeme ve içme isteği, kadınların çalışma hayatında aktif rol almasıyla birlikte yiyecek içecek işletmeleri hayatımızda daha fazla yer edinmiştir. Tüm bunlarla birlikte, toplumun sahip olduğu geleneklere, kurallara, yasalara ve politikalara uyulmaması, göz ardı edilmesi olarak ifade edilen etik dışı kavramının da önemi ortaya çıkmıştır (Brass, vd., 1998, s. 15; White, 1999, s. 110; Tonus ve Oruç, 2012, s. 164). Başkalarına zarar veren, yasa dışı davranışlar etik dışı davranış olarak ifade edilmektedir (Türkoğlu, 2019, s. 17). Ayrımcılık, adam kayırma, yıldırma, istismar, ihmal, rüşvet almak, bencillik, bağınazlık, işkence, mobbing ve yolsuzluk gibi kavramlar etik dışı davranışlara örnek verilebilir (Mammadova, 2015, s. 22-24) Etik dışı davranışlar işletmeler açısından değerlendirildiğinde mutlak tedavi gerektiren bir hastalık ifadesi olarak görülmektedir. Fakat işletmelerin tek başına bu hastalığı tedavi etmesi kolay değildir (Gül, 2006, s. 69). Çünkü bu davranışların kaynağı bireysel algılamalar ve toplumsal yapıdaki bozulmalardır. Böyle bir süreçte işletmeler tek başına çabalamaları ile bataklıktan kurtulmayacaktır. Bu kapsamda bu araştırma, yiyecek içecek işletmelerinde yaşanan etik dışı davranışları ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sorularından yola çıkılarak; işletmelerde en sık yaşanan etik dışı davranışlar ortaya konularak yönetici ve işletme sahiplerinin bu davranışların karşısında nasıl bir tutum sergiledikleri ve çözüm yöntemlerinin neler olduğu anlaşılmasına çalışılmıştır. Ayrıca, bu araştırma, yiyecek içecek işletmelerinde etik dışı müşteri davranışlarına yönelik çalışmaların sınırlı olması, tüketici etiği konusunun sık tartışılan konular arasında yer alması, işletmelerin etik dışı davranışlarda bulunan müşterilere karşı tutumlarına yol göstermesi ve tüketici davranışlarını ortaya koyan bir çalışma olması nedeniyle önem arz etmektedir.

Öte yandan, yapılan yerli ve yabancı akademik yazında etik dışı müşteri davranışları farklı şekiller ile ifade edilmektedir. Gayri ahlaki tüketici davranışı (Güler ve diğ., 2017; Berry ve Seiders, 2008; Huang ve Miao, 2016), “sapkın müşteri davranışı–“deviant consumer behavior” (Moschis ve Cox, 1989; Reynolds ve Harris, 2009; Mills ve Bonoma, 1979; Fullerton ve Punj, 1993; Boo ve diğ., 2013), “Sorun çıkaran tüketici – misbehaving customer” (Jaarsveld ve diğ., 2015), “işlevsiz tüketici davranışı - dysfunctional customer behavior” (Harris ve Reynolds, 2003; Reynolds ve Harris, 2009; Daunt ve Harris, 2012), sorunlu müşteri davranışları (Jaarsveld ve diğ., 2015; Fullerton ve Punj, 1997; Tonglet, 2001) gibi farklı biçimlerde isimlendirilmiştir. Bu çalışmada, anlam kargaşasının önüne geçmek amacıyla “etik dışı müşteri davranışı” olarak incelenmeye çalışılmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Etik Kavramı ve İş Etiği

Türk Dil Kurumu'nun Türkçe sözlüğünde yer aldığı şekliyle etik kavramı, çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü, ahlak, ahlakla ilgili, ahlaki, töre bilimi şeklinde tanımlanmıştır (sozluk.gov.tr). Etik, Yunanca "karakter" anlamına gelen "ethos" sözcüğünden türemiş olan bir kavramdır ve alışkanlık, görenek, töre anlamlarını taşımaktadır. Tarihi Aristo ve Platon'a kadar uzanmaktadır. Etik kelimesinin sözlükteki anlamı; ahlak, töre bilimi, ahlak bilimi şeklinde tanımlanmaktadır. Etik, iyi-kötü, doğru-yanlış karar verme konusunda bireye katkı sağlamaktadır (Pieper, 1999, s. 30; Rowe ve Guerrero, 2010, s. 317; Eryılmaz, 2015, s. 403). Etik ile ilgili yapılmış olan pek çok tanım bulunmaktadır. Bu tanımlardan biri, doğru ve yanlış ortaya koyan kurallar bütünü şeklindedir (Yağmur, 2013, s. 36; Cevizci, 2002, s. 500; Sakarya ve Kara, 2010, s. 58; Kırel, 2000, s. 4; MacIntyre, 2001, s. 5). Başka bir tanıma göre etik, insanlar arası ilişkilerde sorunları çözüme kavuşturan, sorunların doğruluk ve yanlışlığını ortaya çıkarmaya çalışan bir felsefe dalıdır (Kuçuradi, 2002, s. 44). Etik toplum tarafından kabul görmüş kurallar ve bu kurallara uyan insanları kapsamaktadır. Bu şekilde etik, birey ve toplumun neyi yapması gerektiği ya da neyi yapmaması gerektiğini söylemektedir (Yılmaz, 2019, s. 4). Etiğin farklı tür ve şekilleri bulunmaktadır. İlki betimleyici etik, var olan şeyler üzerinde ilerlemektedir. İkincisi normatif etik ise iyi-kötü, doğru-yanlış kavramlarının tanımlarını yapmaktadır. Üçüncüsü ise, meta etik ki, etiğin görevinin analiz yapmak olduğunu savunmaktadır (Erim, 2018, s. 7-8; Uzun, 2013, s. 6).

Etik sistemler, insanların ahlaka yönelik fikirlerini kapsamaktadır. Toplumda medeni olan ve olmayan arasında önemli bir unsurdur. Etik bireyler, meslek ilkelerinde, sosyal davranışlarda ahlaki ve doğru olanı ortaya koyabilmektedirler. Bu kapsamda etik insanların kendisine ve diğer insanlara karşı olan görevini tanımlamakta ve insanlar arasında ilişkileri düzenlemektedir (Yeşilyurt, 2019, s. 53).

İş etiği ise, iş ve çalışma hayatımızda ahlaki davranışlarımıza yön veren ilke ve kuralları kapsamaktadır. Kişilerin ekonomi ve iş hayatında dürüst davranmasını, doğru seçimler yapmasını sağlayan ve bununla birlikte bireye yol gösteren ilke ve değerleri inceleyen bir disiplin şeklinde tanımlanmaktadır. Bu etik türü özellikle ahlaki standartların işletme anlayışına nasıl uyması gerektiği konusu üzerinde durmaktadır (Tutan, 2006, s. 15). İş etiği, grup ya da toplulukların yönetimi, adalet, eşitlik konularıyla yakından ilgili, temelinde insan ilişkilerinde yer alan değerleri barındıran ve insanlar tarafından kabul görüp inanılan davranış kurallarını içermektedir (Boatright 2003; MacLagan 1995, s. 85; Tansal, 2002, s. 10). İş etiği ile ilgili yapılan tanımlar incelendiğinde genel olarak tüm ekonomik çalışmalarda dürüstlük, güven, saygı ve hakkaniyetli bir şekilde davranmayı ilke haline getirmek ve aynı çevreyi paylaşan topluma destek olma şeklinde ifade edildiği anlaşılmaktadır (Özgener, 2004, s. 51; Sayım, 2011, s. 3; Mc Hung ve Francis, 1992, s. 12).

Örgütlerin varlığını sürdürebilmeleri için gerekli en önemli şart, değerlere dayalı davranış biçimini benimsemektir. Örgütlerin uluslararası iş standartlarına uyum sağlayabilmeleri ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için; yeniliğe açık olmaları, çeşitli sosyal sorumluluk projeleri üstlenmeleri ve etik değerleri benimsemeleri hem zorunluluk hem de gereksinim olarak ortaya çıkmaktadır (Gök, 2009, s. 554).

### 2.2. Müşterilerin Etik Dışı Davranışları ve Nedenleri

Müşterilerin işletmeler ile ilgili kötü imaj yaratması, personeli zor durumda bırakacak davranışlarda bulunması, işletmeye uygunsuz gelerek çalışanlara ya da diğer müşterilere sarkıntılık edilmesi, işletmeden hatıra kalması amacıyla kül tablası, havlu, çarşaf vb. araçları çalmaları gibi davranışlar etik dışı davranışlara örnek verilebilir. Ayrıca bir müşterinin başka bir müşteriye rahatsız edecek davranışta bulunması ve işletmenin müşteri kaybı yaşamasına sebebiyet vermesi yine etik dışı müşteri davranışları

başlığı altında değerlendirilmektedir (Akyol, 2010, s. 49). Etik dışı davranış kavramı, bir işletme çatısı altında farklı sebeplerden kaynaklanan çatışmalar, saldırgan davranışlar ve davranış problemleri olarak açıklanabilmektedir (Özdevecioğlu ve Aksoy, 2005, s. 96). Her ne sebepten meydana gelmiş olursa olsun etik dışı davranışlar çalışanların motivasyonunu, performansını ve işletmeye olan bağlılığını olumsuz yönde etkilemektedir (Akyol, 2010, s. 29). Etik dışı müşteri davranışları literatürde farklı şekillerde adlandırılrsa da araştırmacıların ortaya koymuş oldukları sonuçlar genel olarak; (a) bir ürünü ücretsiz elde etmek ya da ürünü indirimli alabilmek için kasıtlı olarak problem çıkarmak, (b) işletmelerin sahip olduğu kurallara uymayı reddetmek, (c) küfür, hakaret, argo gibi davranışlara yönelmek, (d) çalışanlara fiziksel temasta bulunmak, (e) hırsızlık, (f) sözlü ve fiziki taciz gibi davranışlar olmak üzere altı başlık altında ele alınmaktadır (Güler ve diğ., 2017, s. 634). Etik dışı davranış, toplum tarafından kabul görmüş kuralların bozulması ya da kurallara uyulmamasıdır (Gül, 2006, s. 69). Etik dışı davranış, kötü ve yanlış olarak ifade edilen davranış biçimidir (Griffin ve Ebert, 1999, s. 82). İnsanlara zarar veren ve toplum tarafından ahlak dışı sayılan, meşru yasal olmayan davranışlar gayri ahlakidir (Töre, 2006, s.15).

Yapılan birçok çalışmada tüketicilerin etik dışı davranışları, farklı nedenlerle açıklanmıştır. Huefner ve Hunt (1994) tüketicilerin memnuniyet düzeylerinin düşük olması sebebiyle etik dışı davranışlarda buldukları sonucuna varmışlardır. Albers-Miller (1999) ise tüketicilerin herhangi bir ceza alma durumu ile karşı karşıya olmamalarını etik dışı davranış göstermeleri ile ilişkilendirmiştir. Kişilerin etik dışı davranış gösterme durumunu karşı tarafın hak ettiğini düşünmesi, bu davranışların kanuna aykırı olmaması, çalışanların eğitimlerini tamamlamamış olması ve çalışanların müşteri ile ilgilenmemesi durumunda tüketicilerin etik dışı davranışlarda bulunduğunu belirtmiştir (Efendi, 2018, s. 46). Fullerton ve Punj (1993) gerçekleştirmiş oldukları çalışmada tüketici davranışlarına etki eden faktörlerin olduğu gibi tüketici davranışlarının oluşumunda etkili olan bazı unsurların da olduğuna değinmiştir. Bunlardan ilki tüketici özellikleri ve eğilimlerdir. Bu başlık altında; demografik ve psikolojik özellikler, sosyal grupların etkileri ve tüketici zihinin etkileri ele alınmıştır. İkinci kısımda ise; değişim ortamı ve pazarlama kurumu özelliklerine değinilmiştir. Hizmet türleri ve sunulan ürünler, fiziksel çevre, caydırıcılık, toplumun pazarlama imaj algısı ve öncül durumlar bu başlık altında incelenmiştir. Son olarak etkileşim etkileri başlığında bireylerin keyfi dürtüleri, işletmelere karşı duyulan güvensizlik, fırsat değerlendirmesi yapması bireyin kazanım ve kayıplarını göz önünde bulundurması, tüketicilerin memnuniyetsizlik duyması veya ortam ile ilgili olumsuz algılar tüketicilerin etik dışı davranışına yol açabilir (Fullerton ve Punj, 1993, s. 571). Yasal düzenlemelerin, politikaların, normların göz ardı edilmesiyle başkalarına zarar veren tüm davranışlar etik dışı davranış olarak kabul edilmektedir. (Brass vd., 1998, s. 15; Tonus ve Oruç, 2012, s. 151; Gino, 2015, s. 108). Etik dışı davranışlar toplumdan topluma fark gösterebilmektedir. Örneğin bazı toplumlara göre rüşvet vermek yasal olarak kabul edilmez ve bu durum etik dışı bir davranış olarak görülür fakat başka bir toplumda rüşvet vermek kabul edilir bir davranış olarak görülebilir. Etik anlayışlar ülkelere, toplumlara, gruplara göre farklılık gösterdiği için evrensel etik ve etik dışı kavramlarını belirlemek oldukça zordur (Türkoğlu, 2019, s. 18).

### 2.3. Yiyecek İçecek İşletmeleri ve Etik Dışı Müşteri Davranışları

Yiyecek içecek işletmeleri, insanların yeme içme ihtiyaçlarını karşılayan yerlerdir (Olalı ve Korzay, 1989, s. 7). Yiyecek içecek işletmeler ile ilgili yapılmış birçok tanım bulunmaktadır. Bir başka tanıma göre yiyecek içecek işletmeleri; bireylerin çeşitli sebeplerden ötürü ev dışında başka bir ortamda yeme içme ihtiyaçlarını karşıladığı, ürün veya hizmet üreten örgütler olarak ifade edilmiştir (Sökmen, 2010, s. 1-2; Koçak, 2012, s. 1). Doğdubay ve Karan (2015)'a göre yiyecek içecek işletmeleri, yapısı, teknik donatımı, konforu, bakım durumu gibi maddesel ve sosyal değer ile hizmet kalitesi gibi niteliksel elamanlarla, kişilerin beslenme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden, ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış işletmelerdir.

Yiyecek içecek işletmeleri ülkelere, bölgelere göre farklılık göstermektedir. Fakat temel özellikleri bakımından sınıflandırıldığında birbirine benzediği görülmektedir. Gün geçtikçe önemi daha çok artan yiyecek içecek sektörü piyasa yapılarına belgelerine ve özelliklerine göre birçok şekilde sınıflanmaktadır. Özelliklerine göre mönü, mutfak, restoran düzenlemeleri ve buldukları yere göre sınıflandırılmaktadır (Bekâr ve Dönmez, 2014, s. 35). Sınıflandırma yaparken kıtalar arası (Amerika, Afrika, Avrupa ve Asya kıtası gibi) farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Yapılanmalarına göre restoranlar (bulduğu yere göre yapılan yiyecek-içecek işletmeleri); otel restoranları, bağımsız restoranlar, kurum restoranları (üniversite ve hastane), ulaşım merkezlerindeki restoranları (gemi, tren, hava alanları, otogar, istasyon), endüstriyel işletmelerde yapılan restoranlar, alışveriş merkezlerinde yapılan restoranlar şeklindedir (Sarışık vd., 2010, s. 30; Erdek, 2011, s. 61; Sökmen, 2010, s. 8). Büyüklüklerine göre restoranlar; küçük, orta ve büyük restoranlar şeklinde sınıflandırılmıştır (Pınar, 2015, s. 4). Yiyecek içecek işletmeleri yasal açıdan ise şu şekilde sınıflandırmıştır (Denizer, 2012, s. 5):

- **Belediyeye Bağlı Restoranlar:** Kuruluşu aşamasında gerekli olan tüm izinleri işletmenin bağlı bulunduğu belediyeden aldığı ve gerekli denetimlerin ilgili belediye tarafından yapıldığı işletmeler belediyeye bağlı restoranlar olarak adlandırılır (Koçak, 2007, s. 3; Yıldız, 2010; Sürücü, 2016, s. 26).
- **Kültür ve Turizm Bakanlığı'na Bağlı Restoranlar:** 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanununun 3 md./g bendine göre turizm işletme belgesi; turizm sektöründe faaliyet gösteren, işletilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olan restoranlardır (Akın, 2012, s. 13; Yıldız, 2010; Sürücü, 2016, s. 26).
- **Birinci Sınıf Restoranlar:** Bu restoranların kapasitesi en az 150 kişilik olmalıdır. Kişi başına 1,2 metre karelik alan düşmelidir. Mutfak büyüklüğü minimum 50 metrekare olmalı ve ayrıca servis girişi, müzik, havalandırma sistemi gibi ikinci sınıf işletmelerin sahip olduğu bu özelliklere de sahip olmalıdır (Korkmaz, 2010, s. 127).
- **İkinci Sınıf Restoranlar:** ikinci sınıf restoranlar işletmeye uygun şekilde dekore edilmeli, kadın ve erkek tuvaletleri ayrı olmalı, işletmeye ait bir depo olmalı ayrıca yönetmelikte; ikinci sınıf restoranlarda mutfak için ayrılan bölümün müşterilere hizmet veren salonun %25'inden daha küçük olmaması zorunluluğu belirtilmiştir (Taşdağıtıcı, 2016, s. 37-38).

Yapılan pek çok çalışmada, tüketicilerin etik dışı davranışlara yönelmede farklı nedenlere bağlı olduğu açıklanmış ve Huefner ve Hunt (1994) müşterilerin memnuniyet düzeylerinin düşük olması sebebiyle etik dışı davranışlarda buldukları sonucuna varmışlardır. Albers ve Miller (1999) tüketicilerin herhangi bir ceza alma durumu ile karşı karşıya olmalarını etik dışı davranış göstermeleri ile ilişkilendirmiştir. Efendi (2018) ise kişilerin etik dışı davranış gösterme durumunu karşı tarafın hak ettiğini düşünmesi, bu davranışların kanuna aykırı olmaması, çalışanların eğitimlerini tamamlamamış olması ve çalışanların müşteri ile ilgilenmemesi durumunda tüketicilerin etik dışı davranışlarda bulunduğunu belirtmiştir (Efendi, 2018, s. 46). Etik dışı davranışların temel kaynakları bulunmaktadır. Bunlar, etik dışı örgüt kültürü, ahlak dışı liderlik, zayıf kişisel etik, gerçek dışı performans hedefleri ve etik görüşleri göz önüne almada başarısızlık şeklinde sıralanmıştır. Etik dışı davranışların kaynakları şekil 1'de verilmiştir (Hills ve McShane, 2008, s. 90).



Şekil 1: Etik dışı davranışların kaynakları (Hills, C.W. and McShane, S.L, 2008, s. 90)

### 3. Araştırma Metodolojisi

Bu bölümde, araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırmanın soruları, araştırmanın yöntemi, veri toplama süreci ve sınırlılıklar ile araştırma bulguları yer almaktadır.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, turizm endüstrisinde önemli bir yere sahip olan yiyecek içecek işletmelerinde meydana gelen etik dışı müşteri davranışlarını ortaya koyarak yönetici / işletme sahiplerinin konuya ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda Sakarya'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ile görüşmeler yapılarak etik dışı müşteri davranışları ortaya konmaya çalışılmıştır. Konuya ilişkin yerli ve yabancı literatürde yiyecek içecek işletmelerine yönelik yapılan çalışma sayıları oldukça sınırlı olması bu çalışmaya özgün bir çalışma niteliği kazandırmaktadır.

#### 3.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırma Sakarya İlinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde yapılmıştır. İldeki işletmelerin tümüne ulaşma zorluğu nedeniyle, Adapazarı, Serdivan, Sapanca ve Karasu ilçelerinde faaliyet gösteren ulusal/uluslararası, bağımsız/zincir, 2. sınıf ve belediye belgeli yiyecek içecek işletmeleri araştırma kapsamında yer almaktadır. Bu işletmelerden 38'i profesyonel yönetici ve 52'si ise aynı zamanda işletme sahibi olup yöneticilik yapan toplam 90 kişi ile sağlıklı bir şekilde görüşülmüş ve mülakat yapılmıştır. Yani araştırmanın örneklemini yönetici ve işletme sahipleri olmak üzere 90 kişi oluşturmaktadır.

#### 3.3. Araştırma Soruları

Araştırmada, yiyecek içecek işletmelerinde etik dışı müşteri davranışlarının incelenmesi amacıyla yöneticilere sorular yöneltilmiştir. Araştırma soruları mevcut literatüre bağlı olarak hazırlanmıştır. Bu sorular ilgili alan yazın taranarak eksik ve yiyecek içecek işletmelerinde çözülmesi gerekli olduğu düşünülen konular göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır. Derinlemesine bir araştırma yapılmış olup aşağıdaki araştırma soruları ortaya konmuştur;

- 1) Yiyecek içecek işletmelerinde en sık karşılaşılan etik dışı müşteri davranışları nelerdir?
- 2) Müşterilerin gösterdiği etik dışı davranışlar işletmeyi maddi anlamda zarara uğrattırıyor mu?
- 3) Etik dışı müşteri davranışları işletmeleri mali olmayan açıdan ne tür zararlara uğrattırıyor?
- 4) Çalışanların görmüş oldukları etik dışı müşteri davranışlarını bildirebileceği kanalları var mı?

- 5) Çalışanlar etik dışı davranışlarla karşılaştıklarında ne yapmaları gerektiğini biliyor mu ve bu konuda bir eğitim alıyorlar mı?
- 6) Etik dışı davranışlara karşı işletmelerin çözüm yöntemleri nedir?
- 7) Müşteriler cinsiyetlerine göre değerlendirildiğinde kadınları mı erkekler mi daha çok etik dışı davranışta bulunuyorlar?
- 8) Genel olarak etik dışı davranışta bulunan müşterilerin yaş aralığı kaçtır?
- 9) Hangi müşteri daha çok etik dışı davranışta bulunmaktadır?
- 10) Müşterilerin etik dışı davranışta bulunmasında işletmelerin etkisi var mı?
- 11) İşletmelerde etik dışı müşteri davranışı ile karşılaşıldığında nasıl bir tutum sergilenmektedir?
- 12) Çalışanlar etik dışı davranışlarda bulunuyorlar mı?

### 3.4. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan bu araştırma nitel olarak tasarlanmıştır. Nitel araştırma bireylerin, yaşamları, davranışları ve toplumdaki yerini tespit etmeye yönelik bilgi üretme sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Nicel araştırmaya kıyasla nitel araştırmalar, bireylerin olaylara yüklemiş olduğu anlamlara ve bu olayları nasıl nitelediklerine cevap aramaktadır. Nitel araştırma yöntemi öznel bakış açılarını keşfetmesi sebebiyle nicel araştırmalardan daha üstün olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle nitel çalışma, bireylerin derin duygularını ortaya çıkararak bilgi üretme yolu olarak tanımlanabilir (Özdemir, 2010, s. 325-326; Karataş, 2015, s. 63-64; Neuman, 2012, s. 224). Çalışma yürütülürken yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış ve derinlemesine görüşme yöntemine başvurulmuştur. Görüşme, iki ya da daha fazla sayıda kişinin bir amaç doğrultusunda soru-cevap biçiminde gerçekleştirdikleri söyleşilerdir (Coşkun ve diğ., 2017, s. 99). Bu tekniğin güçlü yönleri ele alındığında, değişen duruma ayak uydurabilmesi, geri dönütün anında olması, yanlış anlaşılmalara düzeltilebilir, katılımcıları yönetebilmek ve derin bilgi elde edebilmek gibi avantajlarının olduğu görülmektedir. Görüşme tekniğinin zayıf yönleri ise zaman alıcı ve maliyetli olmasıdır (Kapucuoğlu, 2018, s. 24).

### 3.5. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma kapsamında bazı kısıtlar ortaya çıkmıştır. Maddi ve zamansal kısıtlar araştırmanın öncelikli kısıtını oluşturmaktadır. Sakarya bölgesinde çok sayıda yiyecek içecek işletmesinin bulunması işletmelerin tümüne ulaşımın zorluğu, koronavirüs (Covid-19) sebebiyle işletmelerin çoğunun kapalı olması araştırmanın diğer bir kısıtıdır. Araştırma Sakarya İlinde Adapazarı, Serdivan, Sapanca ve Karasu ilçelerinde bulunan 2. sınıf ve belediye belgeli işletmelerde yönetici ve işletme sahibi katılımcılar ile sınırlıdır. Bu nedenle belirli bir bölgeyi ve belirli özellikleri kapsamakta olup bütün yiyecek içecek işletmelerine genelleme yapılması söz konusu değildir.

### 3.6. Veri Toplama Süreci

İlk önce işletmeler ile ön görüşme yapılmış, araştırma amacı ve konusu hakkında yöneticilere bilgi verilerek randevular alınmıştır. Mülakat soruları, 60 işletmeden, 120 kişiye ulaştırılmış, fakat 40 işletmeden, 38 profesyonel yönetici ve 52 işletme sahibi yönetiler olmak üzere toplam 90 kişiden sağlıklı bilgiler alınmıştır. Katılımcılar ile görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler incelendiğinde yapılan en uzun görüşmenin 36 dakika en kısa görüşmenin ise 10 dakika süreyle gerçekleştiği saptanmıştır. Görüşmelerde veri kaybını engellemek amacıyla ses kaydı yapılmıştır.

### 3.7. Katılımcılara Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan 90 yönetici/işletme sahibi ile yapılan görüşme sonucu elde edilen demografik özellikler aşağıda Tablo 1'de verilmiştir. Bu bilgiler sırasıyla incelendiğinde katılımcıların cinsiyeti, medeni hali, yaşı, eğitim durumları, sektördeki toplam deneyim süreleri yer almaktadır. Katılımcılar

cinsiyetlerine göre kategorileştirildiğinde %90 ile erkek katılımcıların daha fazla orana sahip olduğu görülmektedir. Medeni hal değişkenine göre incelendiğinde %77 oranla bekâr oldukları belirtilmiştir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde %73 ile 21-30 yaş grubunun daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların eğitim durumları değerlendirildiğinde %39'unun lisans mezunu olduğu %5'inin ise ön lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların sektördeki deneyim süreleri irdelendiğinde en fazla %41 ile 1-5 yıl ve en düşük %11 oranla 1 yıldan az değişkenidir. Katılımcıların pozisyonları değerlendirildiğinde en yüksek oranın %58 dağılım ile işletme sahibi olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 1: Katılımcıların demografik özellikleri**

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	9	10,0
	Erkek	81	90,0
Medeni Hal	Evli	21	23,0
	Bekâr	69	77,0
Yaş	20 ve altı	0	-
	21-30	66	73,0
	31-40	12	13,0
	41-50	7	8,0
	51 ve üzeri	5	6,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	17	19,0
	Lise	33	37,0
	Ön Lisans	5	5,0
	Lisans	35	39,0
	Lisansüstü	0	-
Deneyim Süresi	1 yıldan az	11	11,0
	1-5 yıl	42	41,0
	6-10 yıl	26	25,0
	11 yıl ve üzeri	23	23,0
Pozisyon	Yönetici	38	42,0
	İşletme Sahibi	52	58,0

### 3.8. Yöneticilerden Elde Edilen Bulgular

Araştırmada katılımcılara yiyecek içecek işletmelerinde etik dışı müşteri davranışlarına ilişkin 16 adet soru sorulmuştur. Bu sorular ve alınan cevaplar (Tablo 2) aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 2: Katılımcılardan elde edilen bulgular**

SORU	TEMA	N
Sizce işletmede etik dışı davranış nedir?	Müşteri, yönetici ve çalışanların etik dışı davranması	48
	İşletmede yaşanan her türlü saygısızlık	6
	Çalışanların işini doğru yapmaması	6
	İşletmeyi zarara sokan tüm davranışlar	6
	İşletme kurallarına uymamak	18
	İşletmede çalışana/müşteriye etik dışı davranılmaması	6
En sık karşılaştığınız etik dışı müşteri davranışları nelerdir?	Para ödememeye çalışmak	12
	Garsonlara kötü (aşağılayıcı) davranmak	30
	Hesap ödmeden işletmeden kaçmak	6
	Müşterilerin emir kipi kullanması	18
	Müşterilerin küfretmesi	12
	Ödeme sırasında problem çıkarmak	6
	İşletmeye alkollü gelinmesi	6
Etik dışı davranışların önüne geçmek için önlemlerinizi nedir?	Müşteri ile iletişim kurmaya çalışmak	12
	Müşteri odaklı olmak	12
	Güvenlik kameraları kullanmak	6



	Müşteriyi uyarmak	12
	Daha kaliteli hizmet sunmaya çalışmak	6
	Müşteri ile polemige girmemek	24
	Belli periyotlarda toplantılar düzenlemek	6
	Müşteriye mesafeli davranmak	12
Yakalanan etik dışı davranış karşısındaki tutum ve yaptırım nedir?	Müşteri haklıdır bakış açısıyla davranmak	6
	Herhangi bir şey yapmamak	6
	Müşteriyi sakinleştirmeye çalışmak	18
	Hukuki yollara başvurmak	6
	Müşteriyi uyarmak	54
Etik dışı davranışlar diğer müşterilere karşı tavrınızı etkiler mi?	Bakış açımı etkilemez	66
	Diğer müşterilere karşı ön yargılı olabilme	6
	Anlık yansır	6
	Bakış açımı etkiler	12
Etik dışı davranışlar içinde olan müşterilerin davranışları ile nasıl başa çıkarsınız?	Kibarca ikazda bulunmak	30
	İşletmeden dışarıya çıkarmak	23
	Sakin tutum sergilemek	19
	Telafi yöntemini uygulamak	11
	Tecrübelerden faydalanmak	7
Sizce müşterilerin etik dışı bir tutum sergilemesinde işletmelerin etkisi var mı?	İşletmenin etkisi var	48
	İşletmenin etkisi yok	42
Etik dışı davranışlara karşı işletmenizin çözüm yöntemi nedir?	Telafi yöntemini uygulamak	6
	İşletmede yönetici bulundurmak	6
	Hukuk yolu ile çözüm sağlamaya çalışmak	6
	Sorunlu müşteriden personeli uzak tutmak	6
	Duruma müşteri gözü ile bakmak	6
	Müşteri daima haklıdır	6
	Kötü müşteri ile ilişkiyi kesmek	12
	Çözüm yöntemi yok	6
	Kamera kayıtlarını kullanmak	6
	Müşteriye kaliteli hizmet sunmaya çalışmak	30
Şu an ya da daha önce çalışmış olduğunuz işletmede çalışanlarınız etik dışı bir davranışta bulundu mu?	Bulundu	66
	Bulunmadı	24
Çalışmanız hangi etik dışı davranışta bulundu?	Bayan müşteriyi taciz etmek	12
	Hırsızlık	12
	İşini doğru yapmamak	6
	Personel arası ilişki yaşanması	6
	Müşteriye kaba davranmak	36
	Erkek çalışanın bayan çalışana şiddet uygulaması	6
	Birbirini suçlamak	6
	İşletme malına zarar vermek	6
Çalışmanızın etik dışı davranışına karşı yaptırımınız ne oldu?	İşten çıkarmak	58
	Uyarıda bulunmak	22
	Gayri ahlaki davranmasına izin vermemek	10
Çalışanlar arası meydana gelen etik dışı davranışlar nelerdir?	Çalışanlar arası gruplaşma	12
	Samimiyetten kaynaklanan problemler	12
	Birbirlerini işten çıkarmaya çalışmak	12
	Kıskançlık	12
	Hırsızlık	12
	Gereksiz rekabet	18
	Masa çalmak	12
Son zamanlarda yaşamış olduğunuz ve hatırladığınız etik dışı müşteri deneyimini bizimle paylaşır mısınız?	Taciz	24
	Müşterinin kaba (usulsüz) davranışı	24
	Gayri ahlaki davranışla karşılaşmamak	12
	Müşterinin dışarıdan yiyecek getirmesi	6
	Tabağı kasıtlı olarak madde atılması	6

	Müşterinin kavga çıkarması	6
	İndirim yapılmadığı için problem çıkarmak	6
	Müşterinin işletmeye polisle gelmesi	6
Cinsiyete göre değerlendirdiğinizde sizce kim daha çok etik dışı davranışlarda bulunuyor?	Kadın	24
	Erkek	54
	Her ikisi de	12
Sizce en çok etik dışı davranışta bulunan müşteri profili kimdir?	Türk	78
	Arap	6
	Yunan/İtalyan	6
Sizce en çok etik dışı davranışta bulunan yaş kuşağı hangisidir?	Genç	30
	Orta yaş	42
	Yaşlı	18

### 3.9. Yöneticilerin Sorulara Verdiği Cevapların Analizi

**Sizce işletmede etik dışı davranış nedir?** Sorusu yönetici/işletme sahibine (katılımcı) yöneltildiğinde her birinin farklı şekilde tanımlamaları olmuştur. Her katılımcı işletmede yaşadığı etik dışı davranıştan yola çıkarak soruyu kendi bilgi ve deneyimleri ile yorumlamıştır. Katılımcıların verdiği cevaplar incelendiğinde en sık verilen yanıtın %53 ile ‘müşteri, yönetici ve çalışanların etik dışı davranması’ olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise % 20 oranla ‘işletme kurallarına uymamak’ yanıtı yer almaktadır. Katılımcıların diğer yanıtları irdelendiğinde işletmede etik dışı davranış olarak üçüncü sırada %7 ile ‘işletmede çalışana/müşteriye etik dışı davranılması, çalışanların işini doğru yapmaması ve işletmeyi zarara uğratacak tüm davranışlar’ yanıtları aynı oranda yer almaktadır. Katılımcıların %6’sı ise ‘işletmede yaşanan saygısızlık’ yanıtlarını vermiştir. Katılımcıların soruya birbirinden farklı cevap vermeleri dikkat çekmektedir. Yukarıda katılımcılardan alınan cevaplara istinaden yönetici veya işletme sahiplerinin işletme çatısı altında gerçekleşen her türlü olumsuz davranışı ve işletmenin kurallarına aykırı davranışları etik dışı buldukları tespitine varılmıştır. Yöneticiler, çalışanların asık suratlı davranmasını, müşteriye karşı olumsuz tutumunu, müşterinin de çalışanı zor durumda bırakabilecek her türlü davranışın etik dışı olduğunu dile getirmiştir. Yapılan bu yorumdan yola çıkılarak toplumsal normlar dışında gerçekleşen her türlü davranış etik dışı olarak kabul edilebilir. Pieper (2012)’de bir davranışın etik dışı olarak değerlendirilmesinin çoğunluk tarafından kabul görülmemesi ve yasalar dışında davranması olarak tanımlamıştır (Pieper, 2012, s. 32).

**En sık karşılaşılan etik dışı müşteri davranışları nelerdir?** Şeklindeki soruya katılımcılar %33 ile garsonlara kötü (aşağılayıcı) davranılması yanıtını yüksek oranda verilmiştir. İkinci sırada ise %20 ile kaba üslup cevabı yer almıştır. Diğer yanıtlar sırasıyla; %13 müşterilerin küfretmesi ve para ödememeye çalışmak, %7 hesap ödemedi işletmeden kaçmak, işletmeye alkollü gelinilmesi ve ödeme sırasında problem çıkardığı şeklindedir. Konuya ilişkin Y38 kodlu katılımcının *birçok müşteri tipi var ama sayısı en fazla olan bence aşağılık kompleksi olan müşterilerdir. Bu tarz müşteriler personeli aşağılamak için ellerinden geleni yapıyorlar. Ben bir işletme sahibi olarak personellikten gelmeyim bu yüzden bu tarz davranışları anlayabiliyorum. Fakat müşteri bizim velinimetimiz olduğu için personelimizi ona göre eğitiyoruz. Farklı bir davranış sergilendiğinde yöneticiler olarak ona göre davranıyoruz* yanıtı dikkat çekmektedir. Müşterilerin çalışan personele karşı daha kibar ve anlayışlı yaklaşımları bir problem ile karşılaştıklarında personele o problemi çözmesi için zaman ve şans tanınması çalışanın motivasyonu için önem arz etmektedir.

**Etik dışı davranışların önüne geçmek için önlemlerinizi nedir?** Sorusu katılımcılara yöneltildiğinde bazı önlemler aldıklarını tespitine varılmıştır. Her işletme kendi müşteri profiline ve o müşterilerden elde ettikleri deneyimlerden faydalanarak önlem almışlardır. Katılımcıların %27’si ‘müşteri ile polemige girmemek’ yanıtını yüksek seviyede vermiştir. İkinci sırada %13 ile ‘müşteri odaklı olmak, müşteriye mesafeli davranmak, müşteriye uyararak ve müşteri ile iletişim kurmaya çalışmak’ yanıtları eşit oranda yer almaktadır. Son olarak katılımcılar %7 oranla ‘belli periyotlarda toplantılar düzenlemek, güvenlik kameralarını kullanmak, daha kaliteli hizmet sunmaya çalışmak, toplantı düzenlemek ve müşteriye mesafeli davranmak’ yanıtlarını eşit oranda vermişlerdir. Y72 kodlu katılımcı *Sert bir tepki alsak bile müşteriye sert bir davranış ve fiziki bir müdahalede bulunmuyoruz. Her zaman müşteri haklıdır diyerek alttan alıyoruz onların isteklerini yerine getirmeye çalışıyoruz* yanıtını vermiştir. Genel

olarak katılımcıların soruya verdiği yanıtlar incelendiğinde yöneticilerin müşteri kaybı yaşamamak için çoğunlukla müşteri ile tartışmaktan kaçındığını ifade etmeleri dikkate değer bir bulgudur. Her yönetici kendi deneyim ve tecrübelerine dayanarak farklı yanıtlar vermiştir.

**Yakalanan etik dışı davranış karşısındaki tutum ve yaptırım nedir?** Sorusu sorulduğunda katılımcılardan birden fazla yanıt alınmıştır. Her yöneticinin görev almış olduğu işletmenin politikasına uygun bir şekilde yakalanan etik dışı davranışlara karşı bir tutum ve yaptırımı olduğu ortaya konmuştur. Katılımcıların %60'ı 'müşteriyi uyarmak' yanıtını yüksek seviyede vermiştir. Verilen cevabı takiben %20 oranla 'müşteriyi sakinleştirmeye çalışmak' yanıtı ikinci sırada yer almaktadır. Katılımcıların %7'si 'herhangi bir şey yapmamak ve hukuki yollara başvurmak' yanıtları eşit oran ile verilmiştir. Son sırada ise %6 ile 'müşteri haklıdır bakış açısı ile davranmak' yanıtı yer almaktadır. Y13 kodlu katılımcı *Müşterinin ya ürününü değiştiriyorum ya da ücretini almıyorum. Kimseye haksız olduğunu ispatlayamıyorsun* yanıtı dikkat çekmektedir. Alınan cevaplara bakıldığında yöneticilerin çözüm odaklı davranmaya çalıştığı görülmektedir. Fakat katılımcılar işletme huzurunu kaçırarak veya taciz vb. olaylar gerçekleştiğinde müşteriye işletmeden uzaklaştırdıklarını ifade etmişlerdir.

**Etik dışı davranışlar diğer müşterilere karşı tavrınızı etkiler mi?** şeklindeki soruya katılımcıların %73'ü etkilemez yanıtını vermiştir. %13 oranında ise etkiler yanıtı alınmıştır. Katılımcıların %7'si ise müşteriye karşı ön yargılı yaklaşıtlarını ve durumun anlık yansiyabileceğini belirtmişlerdir. Soruya ilişkin katılımcıların vermiş olduğu bazı cevaplar aşağıdaki gibidir;

Y41: *Her ne kadar etkilemiyor desek de illaki gelen müşterilere karşı ön yargılı olabiliyoruz. Acaba aynı tavrı ya da tutumu gösterecek mi diye bekliyoruz.*

Y35: *İster istemez etkiliyor. Çok az insan vardır etkilemiyor diyen.*

**Etik dışı davranışlar içinde olan müşterilerin davranışlarıyla nasıl başa çıkarsınız neler yaşadığınızla ilişkilendirerek anlatabilir misiniz?** Şeklinde yöneltilen soruya katılımcılar %33 oranla 'kibarca ikazda bulunmak' yanıtını yüksek seviyede vermiştir. Katılımcılardan alınan ikinci yanıt ise %26 ile 'işletmeden dışarı çıkarmaktır. Katılımcıların %21'i 'sakin tutum sergilemek yanıtını verirken %12'si 'telafi yöntemi uygulamak' %8'i ise 'tecrübelerden faydalanmak yanıtlarını sırasıyla vermiştir. Alınan yanıtlara göre müşterilerin çoğunlukla işletme huzurunu kaçırarak davranışlarda bulunduğunu ve bunu diğer müşterilere yansıtılmak adına problemlili müşterinin işletmeden uzaklaştırıldığı tespit edilmiştir. Y90 kodlu katılımcı soruya *kötü müşteri davranışı ilk olmadığı gibi son da olmayacak. Yaşanan bu olaylar ister istemez tecrübe kazandırıyor. Biz de yaşadıklarımızdan yola çıkarak ne yapmamız gerektiğine karar veriyoruz* şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcıların verdiği yanıtlardan yola çıkarak genel olarak yönetici ve işletme sahiplerinin müşteri kaybı yaşamamak için ılımlı davrandığı tespit edilmiştir. İleri düzeyde yapılan etik dışı davranışlarda işletmelerin tolerans göstermediği ve müşterilerin ödeme yapmamak için etik dışı davranışlarda bulunduğu ortaya konmuştur.

**Sizce müşterilerin etik dışı davranmasında işletmelerin etkisi var mı?** Şeklinde sorulan soruya katılımcıların yarısından fazlası (%53) işletmelerin etkisi olduğunu belirtirken %47'si işletmelerin bir etkisi olmadığını söylemişlerdir. Katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar aşağıdaki gibidir;

Y54: *İşletmelerin etkisi olduğunu düşünmüyorum. Ülkemizin doğusundan batısına kadar her işletme müşteri memnuniyeti için çabalyor. İnsanla uğraşmak çok zor ama bazı işletmeler gereğinden fazla müşteriye müsemma gösterdiği için insanlar kendilerinde bunu yapma hakkı buluyorlar.*

Y23: *İşletmelerin etkisi %10 kadar diyebilirim. Sakarya'nın müşteri profili çok farklı bilinçli değiller diyebilirim. Ortada hiçbir şey yokken problem çıkarabiliyorlar.*

Katılımcıların yanıtlarından yola çıkarak müşterilerin etik dışı davranmasında işletmelerin etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu etkinin personel kaynaklı olduğu ve işletmelerin müşterilere gereğinden fazla tolerans göstermesinden kaynaklı olduğu belirtilmiştir. Ayaz ve Sünbül (2018) yiyecek içecek işletmeleri gibi hassas olan sektörlerde personelin bilgisiz olması, servisin gecikmesi, fiyat, gıda güvenliği gibi konularda müşterilerin problem çıkardığını vurgulamıştır (Ayaz ve Sünbül, 2018, s.165).

**Etik dışı davranışlara karşı işletmenizin çözüm yöntemi nedir?** Sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlar incelendiğinde her yöneticinin görev aldığı işletme kurallarına ve müşteri profiline göre çözüm yöntemleri belirledikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların soruya verdikleri yanıtlar dikkate alındığında

%33 oran ile 'kaliteli hizmet sunmak' yanıtı yüksek seviyede verilmiştir. İkinci sırada %13'le 'kötü müşteri ile ilişkiyi kesmek' cevabı yer almaktadır. Katılımcılar %7 ile 'hukuki yollara başvurmak, sorunlu müşteriden personeli uzaklaştırmak, duruma müşteri gözü ile bakmak, müşteriye daima haklı görünmek, çözüm yöntemi yok ve kamera kayıtlarını kullanmak' yanıtlarını eşit oranda vermişlerdir. Katılımcıların %6'sı ise 'hataları telafi etmek ve işletmede yönetici bulundurmamak' yanıtlarını aynı oranda vermiştir. Soruya ilişkin K10 ve K11 kodlu katılımcıların yanıtları şu şekildedir; *Kurumsal firmalarda müşteriye karşı olumsuz bir tutum sergilemek gibi bir durum söz konusu değil. Müşterinin davranışı ne olursa olsun çözüme kavuşturmak zorundasınız. Aksi takdirde bölgedeki puanlarınız düşüyor.* Katılımcıların verdikleri yanıtlar dikkate alındığında özellikle kurumsal firmaların bölgedeki puanlarını kaybetmemeleri için müşteri memnuniyeti sağlamak zorunda oldukları ve bu sebepten ötürü memnuniyet sağlamaya yönelik çabalarının olduğu tespit edilmiştir. Diğer katılımcıların yanıtlarından ise çalışanlara karşı kaba bir davranış ya da küfür, argo vb. durumlarda müşteriye uyardıkları devam ettiği takdirde işletme dışına çıkarıldıkları sonucuna varılmıştır. Fakat tüm katılımcıların soruya verdikleri yanıtlar genel olarak incelendiğinde özel bir çözüm yöntemlerinin olmadığı duruma göre davranış sergiledikleri tespit edilmiştir.

***Şu an veya daha önce çalışmış olduğunuz işletmelerde çalışanlarınız etik dışı bir davranışta bulundu mu?*** şeklinde yöneltilen soruya yöneticilerin neredeyse tamamı (%73) 'evet' çalışanın etik dışı davranışta bulundu yanıtını vermiştir. Diğer katılımcılar (%27) ise 'hayır' cevabını vermiştir.

***Çalışanlarınız hangi gayri ahlaki (etik dışı) davranışta bulundu?*** sorusu yukarıdaki soruya 'evet' cevabını veren katılımcılara (%73) yöneltilmiştir. Katılımcıların cevapların incelendiğinde %36 oran ile çalışanların 'müşteriye kaba davranması' yanıtının yüksek oranda verildiği görülmektedir. %15 oran ile katılımcılar personelin 'bayan müşterileri taciz etmek' cevabını ikinci sırada vermiştir. 'hırsızlık' yanıtı ise %14 oran ile üçüncü sırada yer almaktadır. Katılımcıların son sırada %7 oran ile 'işletme malına zarar vermek, birbirini suçlamak, erkek çalışanın bayan çalışana şiddet uygulaması, personel arası ilişki ve personelin işini doğru yapmaması' yanıtları aynı oranda verilmiştir. Katılımcıların soruya birden fazla yanıt vermesi dikkat çekmektedir. K2 kodlu katılımcı soruya *'Evet, hırsızlık yapan da oldu kasıtlı olarak işe gelmeyen de oldu. Basit bir tanımla iyi niyetimizi kötüye kullandılar. Biz yokken çalışmıyorlar biz gelince çalışıyor gibi yapıyorlar. Cep telefonum işletmenin kamerasıyla bağlantılı kameradan her şeyi görüyoruz.'* K14 kodlu katılımcı ise *'Evet, oldu. Bir personelimizin kız arkadaşı geldi geçip bir masaya oturdu. Ondan sonra işletmeye bir erkek müşteri giriş yaptı. Onun girişiyle kıyamet koptu. Meğer gelen bayanın eski erkek arkadaşıymış. Kavga ettiler ve işletmede 1 masa kırıldı.'* Katılımcıların genel olarak verdiği yanıtlar incelendiğinde genellikle dışarıya yemek servisi olan işletmelerin kuryeler tarafından etik dışı davranışlarla karşılaştığını söylemek mümkündür. Bayan çalışanların taciz vb. olaylarda yöneticilere bildirmeden kendi başlarına problemi halletmeye çalışmaları yöneticiler tarafından hoş karşılanmamaktadır. Bazı işletmelerin yönetimdeki ahengi bozmamak adına personel arası ilişki yaşanmasına müsaade etmemesi dikkate değer bir bulgudur. Ayrıca Sakarya ilindeki kafe ve restoranlarda çoğunlukla öğrencilerin çalışması ve bu konuyla ilgili eğitimlerinin olmaması etik dışı davranışlarına yol açmaktadır. Müşterilerin en sık gerçekleştirdiği söylenen küfür argo gibi davranışların çalışanlar tarafından da meydana geldiği tespit edilmiştir.

***Çalışanların etik dışı davranışlarıyla karşılaştığınızda nasıl bir yaptırımınız oluyor?*** Şeklindeki soruya katılımcıların %69'u çalışanın iş haddine son verilir yanıtı yüksek oranda verilmiştir. Diğer katılımcılar ise %23 oranında uyarıda bulduklarını %8'i ise etik dışı davranışlara izin vermemek yanıtını vermiştir. Kişilerin bir problemi çözerken ya o problemin meydana gelmesini engellerken etik ilke ve değerlere uygun hareket etmesi gerektiğini bununda bireysel sorumluluk ve öz disiplin sağlayarak gerçekleşeceğini savunur. Bunu sağlamak ise çalışanların ve takımın sorumluluğundadır. Bu sebeple, modern iş etiği takım çalışmasını savunmaktadır. Modern iş etiği bireylere karşı duyarlı olmayı ve takımın değişen koşullarına ayak uydurulmasını talep eder (Sennett, 2002, s. 104).

***Çalışanlar arasında meydana gelen etik dışı davranışlar nelerdir?*** Sorusuna katılımcıların birden fazla cevap verdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların soruya vermiş olduğu en yüksek yanıt %20 oran ile 'gereksiz rekabet'tir. Yanıtlar sırasıyla verildiğinde %14 ile 'çalışanlar arası gruplaşma ve samimiyetten kaynaklı problemler' ikinci sırada yer almaktadır. Son sırada ise %13 oranla 'birbirini işten çıkarmaya çalışmak, kıskançlık, masa çalmak, hırsızlık' cevapları aynı oranda verilmiştir. 83 kodlu katılımcının soruya verdiği yanıt şöyledir; *'Birbirlerinin yerini almaya çalışmak, rekabeti farklı boyutlara çekmek,*

*işten kaytarmaya çalışmak gibi davranışlar meydana gelebiliyor.* 63 kodlu katılımcı ise *'Birbirlerini çekememezlikleri oluyor. Tip kavgası her personel arasında var. Herkes bireysel prim almaya çalışıyor. Havuz prim sisteminde herkes eşit tip alıyor ama bu durum bazı çalışanların işine gelmiyor.'* şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcılardan alınan cevaplardan yola çıkarak yiyecek içecek işletmelerinde rekabetin fazla olması, hizmetin insan gücüne dayalı olmasından kaynaklı personel arası problemlerin yaşandığı söylenebilmektedir. Personel arasında özellikle çalışma saatleri ve çalışma temposu gibi durumlar sorun teşkil etmektedir. Bazı yönetici/işletme sahipleri bu gibi personel davranışlarıyla karşılaşmadığını belirtirken çoğunluk personel arasında birden fazla etik dışı davranışın meydana geldiğini dile getirmiştir. Konuyla ilintili olarak Doğdubay ve Karan (2015) yapmış olduğu çalışmada işletme adı taşıyan her yerde etik dışı problemlerin meydana geldiğini vurgulamıştır. Fakat hizmet sektöründe emeğin yoğun olması sebebiyle çalışanlar arasında etik dışı davranışlar meydana gelmektedir. İnsan unsurunun ön planda olması hizmet sektöründe bu tarz davranışların ön plana çıkmasına sebebiyet vermektedir (Doğdubay ve Karan, 2015, s. 25).

***Son zamanlarda yaşadığınız etik dışı müşteri deneyimini bizimle paylaşır mısınız?*** şeklindeki soruya katılımcılar şahit oldukları etik dışı müşteri davranışlarıyla ilgili olayları aktarmıştır. Katılımcıların %27'si taciz ve kaba müşteri davranışı yanıtlarını en yüksek oranla vermiştir. %13'ü ise etik dışı müşteri davranışı ile karşılaşmadığını belirtmiştir. %7 oranla müşterilerin kavga çıkarması, indirim yapılmadığı için problem çıkarması ve işletmeye polis getirmesi yanıtı eşit oranda verilmiştir. Yine katılımcıların %6'sı müşterilerin dışarıdan yiyecek getirmesi ve tabağa kasıtlı olarak madde atılması yanıtlarını aynı oranda vermiştir. Soruya K12 kodlu katılımcının *'bir müşterimizin tabağından sarı bir saç çıktı fakat sarışın bir personelimiz yok. Ona rağmen müşterinin önündeki yemeğini aldım çorba ikram ettim tekrar kıl çıktığını söyledi. Bu sefer polisle birlikte geldi. Poliste görüşmemiz bitince bölge müdürümüz geldi. Bu sebepten ötürü mutfak şefimiz işinden oldu.'* Hem de bizden kaynaklı olmadığına %100 emin olduğumuz bir konu yüzünden. Hiçbir şey yapamadık şeklinde verdiği yanıt dikkat çekmektedir. K38 kodlu bayan katılımcı ise *'sürekli müşterim olan bir beyefendi vardı gelip siparişini verdi. Ücretini ödeyeceği sırada parayı alırken elimi tutmaya çalıştı. Farkında olmamış gibi davrandım yarım saat sonra sosyal medyada arkadaşlık isteği gönderdi. Engelledim bir daha işletmeye gelmedi'* şeklinde yanıt vermiştir. Yukarıda katılımcılardan alınan yanıtlara istinaden müşterilerin bayan yöneticilere taciz vb. davranışlarda bulunduğu, para ödememek adına çeşitli davranışlara kalktığı ve bundan kaynaklı işletmeyi ve çalışanları zor durumda bıraktığını söylemek mümkündür. Ayrıca bazı müşterilerin toplumsal kurallara uymaması, kaba davranışlarda bulunması diğer müşterileri ve yöneticileri rahatsız etmektedir. Ayrıca pandemi sürecinde insanların sağlığını riske atmamak ve müşterilerin bu durumdan rahatsızlık duymamaları için işletmelerin hijyen, maske, eldiven gibi hususlara ekstra dikkat etmesi gerektiği tespit edilmiştir.

***Cinsiyete göre değerlendirdiğinizde sizce kim daha çok etik dışı davranışlarda bulunuyor?*** şeklinde yöneltilen soruya katılımcılar en çok etik dışı davranışta bulunan kişilerin %60 oranla erkekler olduğu yanıtını vermiştir. Katılımcıların %27'si ise kadınlar, %13'ü ise her ikisi de cevaplarını vermişlerdir. Soruya ilişkin K29 kodlu katılımcı *'Kesinlikle erkekler. Bir çay 3 lira olur mu? Kahvede 1 lira diyorlar. Kahvenin kirası kaç para buranunki kaç para? Kahve kaç kişi çalıştırıyor burada kaç kişi çalışıyor? Kahvede bardaklar elle yıkıyor burada endüstriyel makineler var. Denk ücret olması mümkün mü?'* yanıtını vermiştir.

***Sizce en çok etik dışı davranışta bulunan müşteri profili kimdir?*** sorusuna katılımcılar en yüksek %87 ile Türk müşteriler cevabını vermiştir. Daha sonra %7 ile Arap müşteriler ve son olarak %6 oranla İtalyan ve Yunan müşteriler yanıtlarının eşit oranda verildiği görülmüştür. Katılımcıların verdiği cevaplardan yola çıkarak en çok etik dışı davranışta bulunan müşteri profilinin Türkler olduğu görülmektedir. Bu durumun Sakarya ilinin Serdivan ilçesinin yoğun bir turistik bir destinasyona sahip olmaması, öğrenci şehri olması, yerel halkın cafe restoran fast food sunan işletmeleri ziyaret etmesi ve genel itibarıyla müşteri profilinin Türk olmasından kaynaklandığı ortaya konmuştur.

***Sizce en çok etik dışı davranışta bulunan yaş kuşağı hangisidir?*** Sorusuna katılımcıların %47'si orta yaşlılar cevabını vermiştir. Sırasıyla %33 oranla gençler ve %20 oranla yaşlılar yanıtları alınmıştır. Katılımcılar sorulan soruya istinaden yukarıdaki yanıtları vermiştir. İşletmelerin hitap ettiği yaş grubuna göre etik dışı davranışlarla karşılaştığı tespit edilmiştir. Etik dışı davranışta bulunan müşterilerin yaş

aralığı işletme konsepti, hitap ettiği kitle, sunduğu ürün gibi konularla bağlantılı olarak farklılık göstermektedir.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Turizm endüstrisinin alt sektörü olan yiyecek içecek işletmeleri bireylerin hem sosyal hem de fiziksel ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Günümüz koşulları göz önünde bulundurulduğunda yiyecek içecek işletmelerinin hayatımızda önemli bir yer aldığını söylemek mümkündür. İşletmelerin sayısındaki artış, kişilerin boş zamanlarının azalması, ihtiyaç ve beklentilerin değişmesi ile birlikte bireyler yiyecek içecek işletmelerine daha fazla rağbet göstermektedir (Özbay ve Sarıca, 2020: 875). Kişiler herhangi bir ürün veya hizmet satın aldığı anda memnuniyet duymak ve paralarının karşılığını almak istemektedir. Memnuniyetsizlik ise etik dışı davranışların meydana gelmesine sebebiyet vermektedir. Hizmet işletmelerinde iş gücünün insan unsuruna dayanıyor olması etik dışı davranışların meydana gelme sebebi olarak gösterilebilir. Örneğin; müşteri ile personel arasında aktif bir iletişim olması, personelin ürün veya hizmeti müşterinin istediği şekilde sunmaması tüketicileri bu tarz davranışlara yöneltebilmektedir. Turizm endüstrisinde önemli bir yere sahip olan yiyecek içecek işletmelerinde meydana gelen etik dışı müşteri davranışlarını ortaya koyarak yönetici ve işletme sahiplerinin konuya ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesini amaç edinen bu çalışmanın bulguları şunlardır.

Öncelikle katılımcılara yöneltilen işletmede etik dışı davranış nedir? sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğunun “müşteri, yönetici ve çalışanların etik dışı davranması” şeklinde yanıt vermeleri soruyu objektif cevapladıkları şeklinde yorumlanabilir. Araştırma kapsamında yiyecek içecek işletmelerinde en sık meydana gelen davranışın “çalışanları aşağılamak/kötü davranmak” olduğu tespit edilmiştir. Güler ve diğerleri (2017)’de yapmış olduğu çalışmada kötü söz, hakaret, el kol hareketlerine maruz kalmak gibi davranışların restoranlarda en sık gerçekleşen etik dışı davranış olduğu sonucuna ulaşmıştır. Müşterilerin etik dışı davranışları karşısında yöneticilerin “polemiğe girmekten kaçındığı” belirlenmiştir. Bu durum yöneticilerin müşteri kaybetmek istememesi ile ilişkilendirilebilir. Yakalanan etik dışı davranış karşısında müşterinin uyarıldığı ifade edilmiştir. Yöneticiler, etik dışı müşteri davranışları ile karşılaşmalarının diğer müşterilere karşı bakış açılarını değiştirmeyeceğini aktarmıştır. Katılımcılar çoğunlukla etik dışı müşteri davranışları ile “sakin bir tutum sergileyerek” başa çıkmaya çalıştıklarını belirtirken müşterilerin etik dışı davranmasında işletmelerin etkisi olduğunu ifade etmiştir. İşletmelerin etik dışı müşteri davranışlarına karşı çözüm yöntemlerinin ‘kaliteli hizmet sunmak’ olduğu tespit edilmiştir. Çoğu katılımcının vermiş olduğu bu yanıt işletmelerin hali hazırda bir çözüm yöntemi olmadığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. İşletme yöneticilerine çalışanlarının etik dışı davranışlarda bulunup bulunmadığı sorulduğunda neredeyse tamamı (%73) evet yanıtını vermiştir. Evet, yanıtını veren katılımcıların çoğu ise “müşterilere karşı kaba davranışlarda bulunmak” olduğunu ifade etmiştir. Bu durumda yöneticiler personeli işten çıkardığını belirtmiştir. Çalışanlar arasında meydana gelen etik dışı davranışın “gereksiz rekabet” olduğu yani her çalışanın kendini yöneticilere karşı ispatlama gayreti şeklinde yorumlanabilir. Son zamanlarda karşılaşılan etik dışı davranış “taciz ve kaba” davranışdır. Yiyecek içecek işletmelerinde bayan çalışanların tacize uğraması ve kaba davranış ile karşılaşılması katılımcıların en çok üzerinde durduğu sorunlar olduğu görülmektedir. Cinsiyete göre değerlendirildiğinde erkek müşterilerin daha fazla etik dışı davranışta bulunduğu tespit edilmiştir. Bu durum erkeklerin küfür, argo, hakaret, taciz vb. davranışlarda daha fazla bulunması ile ilişkilendirilebilir. Ayrıca, orta yaş grubunun etik dışı davranışlara daha fazla yöneldiği sonucuna ulaşılmıştır. İşletmelerin uzun vadede kâr elde edebilmesi, varlıklarını sürdürebilmesi ve diğer işletmelere karşı rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için etik dışı davranışların farkında olması ve işletme içerisinde bu tarz davranışların çözüme kavuşturulması önem arz etmektedir. Çalışma sonucunda, konuya ilişkin yönetici/ işletmelere yönelik bir takım öneriler geliştirilmiştir:

- Yöneticiler personel kaynaklı gerçekleşen etik dışı olayları önlemek için iş ihtiyacı duyan herkesi işe almak yerine kalifiye personel ile çalışmayı tercih etmelidir.
- Çalışanlara çeşitli sempozyum, konferans vb. toplantılar düzenleyerek eğitimler verilebilir.
- Yöneticiler gerek müşteri açısından gerekse personel açısından etik dışı davranışları önleyici konumda olmalıdır. Uyarılmayan her türlü etik dışı davranış kabul görüldüğü hissiyatı uyandırabilir.
- Yöneticiler kısa vadede kâr elde etmeyi amaçlamak yerine uzun vadede kâr elde etmeyi amaçlamalı ve etik ilkeler doğrultusunda hareket etmelidir.
- Yöneticiler etik dışı müşteri davranışlarının önüne geçebilmek için bu konuda eğitim almış personel ile çalışmalı, iş ihtiyacı duyan her bireye personel gözüyle bakmamalıdır. İşletmeler bünyesine bir personel almak istediğinde işe alım sırasında personel ile açık bir şekilde konuşmalı işletme kuralları hakkında net bilgiler vermelidir.
- İşletme sahibi veya yönetici müşterinin personele karşı etik dışı davranışını gördüğünde buna göz yummamalı direkt olarak müdahale etmeli uyarılmayan her davranış müşteriler açısından doğru olarak kabul edildiği algısı yaratabilir.
- Sakarya ilinde yönetici ve işletme sahiplerinin yer aldığı bir whatsapp grubu kurulabilir. Bu gruptan personel ile ilgili yaşanan kötü olayları, müşteri ile ilgili sorunları ya da olumsuz olan her durumu birbirleriyle paylaşılabilir. Her bölge için böyle bir paylaşım platformu oluşturulabilir. İşletmelerin konu ile ilgili önlemler almasına yardımcı olabilir.
- Yöneticilerin etik davranışları ödüllendirmesi, etik dışı davranışları cezalandırması işletme içerisinde tutarlılık olduğunu gösterecek ve ödül sistemi ile de çalışanların motivasyonu artmış olacaktır. Dolayısıyla, yöneticiler performansla dönük ödül ve ceza sistemi oluşturmalıdır.

## Kaynaklar

- Akın, A. (2012). Turizm İşletme Belgeli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Uygulanabilir Fiyatlama Yöntemlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Gaziantep Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı.
- Akyol, B. (2010). Seyahat Acentelerinde Çalışan Personeli Etik Dışı Davranışa Yönelten Faktörler. (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Anabilim Dalı.
- Albers-Miller, N.D. (1999). Consumer Misbehavior: Why People Buy Illicit Goods. *Journal of Consumer Marketing*, 16, 273-287.
- Ayaz, N. ve Sünbül, K. (2018). Restoran Müşterilerinin Beklentileri ve Gıda Güvenliğine Yönelik Tepkileri Üzerine Bir Nitel Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6/1 (2018) 164-181.
- Bekâr, A. ve Gümüüş Dönmez, F. (2014). Temalı Restoranlar ve Temalı –Etnik Restoran Ayrımı-Themed Restaurants and Differences Between Themed and Ethnic Restaurants, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(35), 803.
- Berry, L. L. & Seiders, K. (2008). Serving unfair customers. *Business Horizons*, 51(1), 29-37.
- Boatright, J. R. (2003). *Ethics and The Conduct of Business*, New Jersey: Prentice Hall.
- Boo, H. C. & Anna S. Mattila, C. Y. (2013). Effectiveness of Recovery Actions on Deviant Customer Behavior - The Moderating Role of Gender. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 180-192.
- Brass, D. J. Butterfield, K. D., ve Skaggs, B. C. (1998). Relationships and Unethical Behavior: A Social Network Perspective. *Academy of Management Review*, 23 (1), 14-31.
- Cevizci, A. (2002). *Paradigma Felsefe Sözlüğü*, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Coşkun, R. Altunışık, R. ve Yıldırım, E.(2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (9.Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Daunt, K. L., & Harris, L. C. (2012). Motives of Dysfunctional Customer Behavior: An Empirical Study. *Journal of Services Marketing*, 26(4), 293-308.
- Denizer, D. (2012). *Yiyecek İçecek Hizmetleri*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2540 Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 1511.

- Doğdubay, M., ve Karan, İ. (2015). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Etik Uygulamaların SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi (SWOT Analysis with Applications in Food and Beverage Operations Evaluation of Ethics), *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(4 ), 24-32.
- Efendi, M.(2018). Yerli Turistlerin Paket Turlarda Yapmış Oldukları Etik Dışı Davranışların Belirlenmesi ve Bu Davranışlara Yönelik Etik Kodlar. (Doktora Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdek, F. (2011). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfağın Kullanımı. (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erim, G.(2018). Kamu Yönetiminde Etik Anlayışı: Türk Kamu Yönetimi ve İngiliz Kamu Yönetiminde Etik Uygulamaların Karşılaştırmalı Analizi. (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Kamu Yönetimi Bilim Dalı.
- Eryılmaz, B. (2015). Kamu Yönetimi (8. Baskı), Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Fullerton, R. A. & Punj, G. (1993). Choosing to misbehave: A structural model of aberrant consumer behavior. *ACR . North American Advances*, 20, 570-574.
- Fullerton, R. A. & Punj, G. (1997). What is consumer misbehavior? *ACR North American Advances*, 24, 336-339.
- Gino, F. (2015). Understanding Ordinary Unethical Behavior: Why People Who Value Morality Act Immorally. *Current Opinion İn Behavioral Sciences*. 3, 107-111.
- Gök, S. (2009). Çalışma Yaşamında İş Etiği: Bir Alan Araştırması, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi Cilt:5 Sayı:1*
- Griffin, R. W. & Ebert R. J. (1999). *Business*, Upper Saddle River, New Jersey: Prince Hall International Inc.
- Gül, H. (2006). Etik Dışı Davranışlar ve Ussallaştırılması: Devlet Hastanelerinde Bir Uygulama, *Selçuk Üniversitesi Karamam İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(10). 65-79.
- Güler, O. Dalgıç, A. ve Tor Kadioğlu C.(2017). Gayri Ahlaki Müşteri Davranışı ve Başa Çıkma Taktikleri: Restoran ve Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *The First International Congress On Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability, Proceeding Book*.
- Harris, L. C. & Reynolds, K. L. (2003). The consequences of dysfunctional customer behavior. *Journal of Service Research*, 6(2), 144-161.
- Hills,C.W. & McShane, S.I.(2008). *Principles of Management*, Boston.
- Huang, Z. & Miao, L. (2016). Illegitimate customer complaining behavior in hospitality service encounters: A frontline employee perspective. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(6), 655-684.
- Huefner, J.C. Hunt, H.K. (1994). Broadening the concept of entrepreneurship: comparing business and consumer entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring.
- Jaarsveld, D. D., Restubog, S. L., Walker, D. D., & Amarnani, R. K. (2015). Misbehaving Customers: Understanding and Managing Customer Injustice In Service Organizations. *Organizational Dynamics*, 4(44), 237-280.
- Kapucuoğlu, M. İ. (2018). Türk Mutfağının Korunmasında Yerel Yiyecek Kullanımının Şeflerin Algıları Kapsamında İncelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1(1).57-68.
- Kirel, Ç. (2000). Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1211.
- Koçak, N. (2007). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Gıda ve Personel Hijyeni, Birinci Baskı, Ankara.
- Koçak, N. (2012). Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi (4.Basım), Detay Yayın. Ankara.
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten Günümüze Restoranlar: Türkiye’de Restorancılığın Gelişimi, 5. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi 120-130, Nevşehir.
- Kuçuradi, İ. (2002). Polis Meslek Etiği, Editör, İ. Bal, M.B. Eryılmaz, Polis Akademisi Başkanlığı Yayınları, Ankara.



- MacLagan, P. (1995). "Ethical Thinking In Organisations", *Management Learning*, 26(2), 159-78.
- MacIntyre A., (2001). *Etik'in Kısa Tarihi, Çeviren: Hünler H.&Hünler S., Paradigma Yayınları*
- Mammadova, C. (2015). *Çalışanların Etik-Dışı Davranışlarını Azaltmada Etik Liderliğin Rolü: Ampirik Bir Çalışma. (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Mc Hung & Francis (1992). *Ethics-İş Ahlakı- Tüsiad Yayınları, İstanbul.*
- Mills, M. K., & Bonoma, T. V. (1979). Deviant consumer behavior: a different view. *ACR North American Advances*, 6, 347-352.
- Moschis, G. P. & Cox, D. (1989). Deviant Consumer Behavior. *ACR North American Advances*, 16, 732-737.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I-II. Cilt (5. Basım). Yayın Odası, İstanbul.*
- Olalı, H. ve Korzay, M. (1989). *Otel İşletmeciliği, İ.Ü. İşletme Fakültesi İktisadi Enstitüsü Yayınları, Yayın No: 214, İstanbul.*
- Özbay, G. ve Sarıca, V. (2020). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Şikâyet Yönetimi Uygulamaları: Sakarya Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 856-880.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323- 343.
- Özdevecioğlu, M. ve Aksoy, M. S., (2005), "Organizasyonlarda Sabotaj: Türleri, Amaçları, Hedefleri ve Yönetimi", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 95-109.
- Özgener, Ş. (2004). *İş Ahlakının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım, Nobel Basın Yay. Ankara*
- Pırnar, İ. (2015). *Yiyecek İçecek İşletmeleri Yönetimi, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. Ankara.*
- Pieper A. (1999). *Etiğe Giriş. Ayrıntı Yayınları 1.Basım-İstanbul*
- Pieper, A. (2012). *Etiğe Giriş (2. Baskı b.). (V. Atayman, & G. Sezer, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.*
- Reynolds, K. L., & Harris, L. C. (2009). Dysfunctional Customer Behavior Severity: An Empirical Examination. *Journal of Retailing*, 85(3), 321-335.
- Rowe, W. G., & Guerrero, L. (2010). *Cases in Leadership. New York: Sage Publications*
- Sakarya, Ş. ve Kara, S. (2010). Türkiye'de Muhasebe Meslek Etiğine Yönelik Düzenlemeler ve Meslek Mensupları Tarafından Algılanması Üzerine Bir Alan Araştırması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (18), 57-72.
- Sarışık, M., Çavuş, Ş., Karamustafa, K. (2010). *Profesyonel Restoran Yönetimi, İlkeler, Uygulamalar ve Örnek Olaylar. 1. Baskı, Detay, Ankara.*
- Sayım, F.(2011). *Etik ve İş Etiği Kavramları, Sağlık Piyasası ve Etik, MKM Yayıncılık, Bursa.*
- Sennett, R. (2002). *Karakter Aşınması, (Çev. Barış Yıldırım), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.*
- Sökmen, A. (2010). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği, 5. Baskı, Detay, Ankara.*
- Sürücü, Ç. (2016). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Estetik Değerin Müşterilerin Estetik Deneyimlerine ve Tekrar Ziyaretlerine Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.*
- Tansal, S. (2002). "Etik Değerlere Evrensel Yaklaşım", *Executive Excellence Dergisi*, 64(2),10-11.
- Taşdağıtıcı, E. (2016). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sınıflandırma Sistemleri: Ankara'daki 1. Sınıf Restoran İşletmelerinin Algısına Yönelik Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Tonglet, M. (2001). Consumer misbehavior: an exploratory study of shoplifting. *Journal of Consumer Behavior*, 1(4), 336-54.
- Tonus, H.z ve Oruç, İ. (2012). İnsan Kaynakları Yönetiminde Etik Dışı Davranışlar ve Yönetimi: Bir İşletmenin Personel Yönetmeliği İçerik Analizi, *Journal of Business Ethics*, 5,(10), 149-155.
- Töre, E. (2006). *The Effect Of Organizational Climate and Organizational Commitment On Unethical Behavior At Work, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

- Tutan A. A. (2006). İşletmelerde İş Etiğinin Değerlendirilmesi ve Bir Kamu Kurumunda Uygulanması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü,
- Türkoğlu, M. (2019). İnsan Kaynakları Yönetiminde Etik Dışı Davranışlar ve Etik İkilemler Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü.
- Uzun, V.(2013). Etik, Ahlak ve Liderlik Kavramları ve Etik Liderlik. . (Yüksek Lisans Tezi). Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Url 2: <https://sozluk.gov.tr/> (12.12.2019)
- White, J. (1999). Ethical Comportment İn Organization: A Synthesis of The Feminist Ethics of Care and Buddhist Ethics of Compassion. *International Journal of Value-Based Management*, 12, 109-128.
- Yağmur, A. (2013). Etik Liderliğin ve Etik İklimin Etik Dışı Davranışlara Etkisi: Ampirik Bir Çalışma. (Yüksek Lisans Tezi). Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Yeşilyurt, S. (2019). Meslekleşme Ekseninde Halkla İlişkilerde Etik: Uygulayıcıların Meslekleşme ve Etik Algılarını Etkileyen Unsurların Karşılaştırmalı İncelemesi. (Doktora Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Doktora Programı.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (6. Baskı). Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- Yıldız, E. (2010). Restoran İşletmelerine Giriş, İçinde;(Editörler: Sarıışık, M., Çavuş,Ş., ve Karamustafa, K.) Profesyonel Restoran Yönetimi: İlkeler, Uygulamalar ve Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Yılmaz, B. (2019). Muhasebe Eğitiminde Etik: İşletme Bölümü Öğrencilerinin Etik Algılarına Yönelik Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).