



## OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN PARAYA OLAN TUTUMUNUN MESLEKİ ETİK DEĞERLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

THE EXAMINATION THAT ATTITUDE TO MONEY OF EMPLOYEES IN HOTEL BUSINESSES IN  
TERMS OF PROFESSIONAL ETHICS VALUE

**Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN**

Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi  
[kurban@gazi.edu.tr](mailto:kurban@gazi.edu.tr)

**Arş. Gör. Emin ARSLAN**

Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi  
[eminarslan@gazi.edu.tr](mailto:eminarslan@gazi.edu.tr)

### Öz

Bu çalışmanın amacı; mesleki etik kavramını turizm sektöründe inceleyerek bu kavramın sektördeki yansımalarının görülmesi ve mesleki etik kavramı üzerinde para olgusunun etkili olup olmadığının araştırılmasıdır.

Betimsel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada amaç, otel işletmelerinde çalışanların paraya olan tutumlarının mesleki etik değerler açısından incelenmesi ile ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlayarak mevcut durumu araştırmak ve ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini 19 adet 5 yıldızlı otel işletmesinde çalışan 445 adet işgören oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır: Birinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri, ikinci bölümde katılımcıların paraya olan tutumları, üçüncü bölümde ise katılımcıların mesleki etik değerler konusundaki değerlendirmeleri yer almaktadır.

Araştırma sonucu elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Bu analizler frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, faktör analizi ve korelasyon analizidir. Korelasyon analizi sonucunda otel işletmelerinde çalışanların paraya olan tutumları ile mesleki etik değerleri arasında negatif yönlü yüksek bir ilişki olduğu bulgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Etik, Mesleki Etik, Otel İşletmeleri, Turizm Etiği, Paraya Olan Tutum.

### Abstract

The goal of this study is to examine the concept of professional ethics and its reflection in the tourism sector. Another purpose of this study is to find out whether monetary phenomenon is effective over the professional ethics value or not.

Descriptive research method was applied. The research aims to make a subject study and to present the current status by defining employees attitude to money in hotel businesses in terms of professional ethics value, about the status of this problem, variables and relation between variables. 445 hotel employees in 19 five star hotels in Antalya were the interviewed. Questionnaire technique was used as a data collection technique. The questionnaire consisted of three parts; the first section was demographic variables. The second section was money attitude scale. The third section was professional ethics values scale.

Some statistical analysis made to data in the result of research. four different types of analysis was formed: frequency analysis, reliability analysis, factor analysis, correlation analysis. Correlation analysis has shown that a negative result between the attitude to money with professional ethics values of employees in the hotel businesses.

**Key Words:** Ethics, Professional Ethics, Hotel Businesses, Tourism Ethics, Attitude To Money.

## GİRİŞ

Teknolojinin hızla geliştiği, yaşam standartlarının yükseldiği, ticari faaliyetlerin ve nüfusun arttığı dünyada insanların beklentileri ve istekleri de sürekli değişmektedir. Tüketici olarak insanlar, daha çok kalite, daha estetik tasarımlar, daha uygun fiyat ve daha fazla hizmet isterken, sosyal yaşamında veya iş hayatında daha fazla adalet, daha çok özgürlük, eşitlik, daha temiz çevre ve daha fazla kazanç istemektedirler (Aydın, 2010: 1).

İnsan isteklerinde ve davranışlarında neyin iyi neyin kötü, neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar vermek bunları kurallarla biçimlendirmek zordur. Etik kavramı işte bu sorulara cevap aramaktadır. Etik, insanların kurduğu bireysel ve toplumsal ilişkilerin temelini oluşturan değerleri, kuralları doğru-yanlış ya da iyi-kötü gibi ahlaki açıdan araştıran bir felsefe disiplini. İnsan yaşamının büyük bir parçasını oluşturan meslek yaşamının da kendine göre kuralları ve bir etik anlayışı vardır.

### 1. Etik Kavramı ve Turizm Etiği

Ahlâk felsefesi anlamına da gelen etik, ahlâk üzerine düşünülüp yorumlar yapılmasından ortaya çıkmıştır (Özlem, 2004: 17). Yunanca “karakter” anlamına gelen “*ethos*” sözcüğünden türeyen etik, geçmişi 2500 yıl öncesine kadar uzanan bir felsefe branşıdır. İnsan davranışlarına bir dizi ilke sağlamak için Sokrates, Platon ve Aristo zamanından beri teoriler geliştirilmiştir (Brickley, vd. 2002: 1822). Örneğin, Aristo’ya göre etik, günlük yaşamdaki yararlı ve başarılı davranışların keşfedilmesidir (Daly ve Mattilla, 2000).

Diğer bir tanıma göre etik; fayda, iyi, kötü, doğru ve yanlış gibi kavramları inceleyen, bireysel ve grupsal davranış ilişkilerinde neyin iyi neyin kötü olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler ve standartlar sistemidir (Hatcher, 2004: 358). Çalışmanın kapsamı açısından ise etik, insanın başka varlıklarla belirli normlara göre gerçekleşen ilişkiler toplamını, insanın söz konusu ilişkileriyle bu varlıklara yönelen eylemlerini düzenleyip anlamlandıran norm, ilke, kural ve değerler bütünüdür (Cevizci, 2002: 3).

Gerek üretim işletmesi olsun, gerekse hizmet işletmesi olsun, hemen her işletme türünde etik dışı uygulamalara rastlamak mümkündür. Ancak, emek yoğun özelliğe sahip hizmet işletmelerinde, çalışanlar açısından etik dışı uygulamalara sık rastlama olasılığının daha fazla olduğu söylenebilir (Varinli, 2004: 44). Turizm de hizmet sektörü içinde yer

alan bir alt sektördür. Turizmde üretim ve tüketim faaliyeti aynı anda gerçekleşmektedir. Turizm sektöründe özellikle otel işletmelerinde müşteriler ile çalışanlar devamlı iletişim halinde bulduklarından tüketiciler de kendilerini üretim faaliyeti içerisinde bulabilmektedirler (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2007, 33). Müşterilerle sürekli iletişim halinde bulunan otel işletmelerinde hizmet kalitesi açısından meslek etiği daha da önemli hale gelmektedir.

Dünya turizmi 2. Dünya savaşından beri gelişimini sürdürmektedir. 1960'ta 75 milyon insan uluslararası turizm hareketlerine katılırken 2010 yılında 935 milyon insan turizm hareketlerine katılmıştır ve 919 milyar dolarlık harcama yapmıştır (WTO, 2011). Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren turizm sektörü çok hızlı bir gelişim kaydetmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 1980'de 1,3 milyon turist Türkiye'yi ziyaret ederken 2010'da 33 milyon turist Türkiye'yi ziyaret etmiştir. Ayrıca turizm 2010 yılında ülke ekonomisine yaklaşık 20,8 milyar dolarlık döviz girdisi sağlamıştır. 2010 yılında İşletme belgeli tesislerde yatak sayısı ise 629 bin olmuştur. Bu rakam 1970'te sadece 28.354 adettir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011). Dünya Ekonomik Forumu'nun öngörüsüne göre Türkiye'de 2009–2018 yılları arasında turizm ve seyahat sektöründe %4,4 ortalama yıllık büyüme olacaktır (WEF: 2009).

Dünya ve Türkiye ekonomisi açısından bahsedildiği gibi oldukça önemli olan turizm sektöründe etik kavramı da önem arz etmektedir. Bu amaçla Dünya Turizm Örgütü 1999'da "Turizmde Küresel Etik İlkeler" başlığı altında 10 maddelik bir bildiri onaylamıştır. "Küresel Etik İlkelerinin" (Global Code of Ethics) ilk adımları Türkiye'de atılmıştır. 1997 yılında, İstanbul'da yapılan Dünya Turizm Örgütü genel kurulunda, etik ilkelerin hazırlaması için bir komite oluşturulmuştur. 1998 yılında, turizm etik ilkeleri hazırlanmış ve 24 Eylül–1 Ekim 1999 tarihlerinde Şili'nin Santiago şehrinde yapılan toplantıda küresel etik ilkeleri onaylanmıştır. Bu bildiri dünya turizminde söz sahibi olan bütün taraflara yönelik hazırlanmıştır. Hem kamu kurumları hem işletmeler hem de turistler hedef alınmıştır. Turizm açısından nelerin doğru olduğu 10 maddelik başlıklar halinde açıklanmıştır (WTO, 1999).

### **İlgili Araştırmalar**

Araştırmanın problem durumunu ortaya koymak amacıyla alanda yapılmış diğer çalışmalar gözden geçirilerek literatür taraması yapılmıştır. Turizm etiği ve turizmde mesleki etik ile ilgili yerli ve yabancı bazı çalışmalar şunlardır:

Stevens and Fleckenstein (1999) tarafından otel yöneticilerine ve öğrencilere yönelik yapılan karşılaştırmalı çalışmada, verilerin analizinde t testi ve frekans dağılımları kullanılmıştır. çeşitli etik olmayan uygulamalara ilişkin değerlendirmelerde iki grup arasında anlamlı farklılıklar olduğu bulunmuştur. Ayrıca, etikle ilgili durumlara ilişkin öğrencilerin algılamalarının yöneticilere göre daha esnek olduğu tespit edilmiştir.

Vallen ve Casado (2000) tarafından büyük ölçekli otellerin genel müdürlerine yönelik yaptıkları çalışmada, yöneticilerin etikle ilgili konulara ilişkin algılamalarını sıralamaları istenmiştir. Bu çalışmanın ilginç sonuçlarından bazıları şunlardır, genel müdürler şahsi etik hassasiyetlerinin diğer otel çalışanlarından daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, cevaplayıcılardan, belirtilen etikle ilgili konuları (sorumluluk, mükemmel hizmet verme, adil olma, dürüst olma, doğru olma, yasalara uyma, liderlik, bağlılık, vaatlerini yerine getirme, başkalarının ihtiyaçlarına önem verme, şan-şöhret, herkese saygı gösterme) iki farklı şekilde sıralamaları istenmiştir. Bunlardan birincisi, bu konuların önemi ve ikincisi ise ne sıklıkta ihlal edildikleri ile ilgilidir. Genel müdürler, liderlik, sorumluluk, mükemmel hizmet verme ve dürüstlüğü önemli görülen özellikler arasında sıralar iken, çok sık ihlal edilen davranışlarını da sorumluluk, mükemmel hizmet verme ve herkese saygı gösterme olarak belirtmişlerdir. Ayrıca bu çalışmada yöneticilerin ve çalışanların etik kuralları ihlallerinin işletmelerine yıllık ortalama maliyetinin 102.000 dolar olduğu belirtilmiştir.

Ünlüönen ve Olcay (2003), tarafından Ankara’da faaliyet gösteren 3,4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışanlara yönelik araştırmada ki kare ve frekans dağılımları kullanılarak yapılan analizlerde, çalışanların eğitim düzeyi ile ahlaki sorumluluk bilinci arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ve güçlü bir bağ olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yeung (2004) tarafından yapılan çalışmada, konaklama sektöründe çalışanların 39 etiksel konuya atfettikleri önem düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda, çok önemli iki etiksel konu tespit edilmiştir. Bunlar; çalışanlar tarafından firma mallarının çalınması ve cinsel tacizdir.

Doğan vd. (2010), tarafından yiyecek – içecek işletmelerinin satış çabalarında etik konulu araştırmada, veriler t testi, ANOVA testi ve frekans dağılımları kullanılarak analiz edilmiştir. Yiyecek – içecek işletmelerinin uyguladıkları satış çabaları içerisinde tüketicilerin verdikleri yanıtlara göre, etik bulunmayan davranış “kişisel satış çabası” olarak tespit edilmiştir. Ayrıca kişisel satış çabasındaki etik dışı davranışlardan en fazla etkilenen grup okur-yazar grubudur. Katılımcıların personelin tanıdık müşterileri kayırmasını doğru

bulmadığı ve kendisine iyi davranılması için bahşış vermeyi zorunluluk olarak görmek istemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde paraya olan tutum ile ilgili bazı çalışmalar ise şunlardır:

Tang, vd. (1997), tarafından İspanya'daki 102 ve Amerika'daki 207 üniversite profesörüne yönelik araştırmada, paraya karşı tutum ve demografik değişkenlerin, yaşam doyumu ve gelir ile ilişkisi araştırılmıştır. Buna göre Amerika'da yaş, cinsiyet, eğitim, para-bütçe ve para-eşitlik faktörleri gelir üzerinde etkilidir. İspanya'da ise iş tecrübesi, eğitim, cinsiyet, para-suç gibi faktörler gelir üzerinde etkilidir. Yine Amerika'da iş tatmini, evlilik, cinsiyet ve para-başarı faktörleri yaşam doyumu üzerinde etkilidir, İspanya'da ise evlilik, iş tatmini ve yaş faktörleri yaşam doyumu üzerinde etkilidir.

Roberts ve Sepulveda (1999), tarafından yapılmış çalışmada Yamauchi ve Templer'in 1982 yılında geliştirdikleri paraya olan tutum ölçeği kullanılarak, Meksika'da paraya olan tutum ve demografik değişkenlerin ilişkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre demografik değişkenlerin her biri ölçekte yer alan en az bir faktörle ilişkili olduğu saptanmıştır. Örneğin yaş ve iş durumu paranın güç ve prestij olarak görülmesi üzerinde belirleyici etkiye sahiptir. Eğitim ve gelir, bütçeleme üzerinde etkilidir. Cinsiyet tüketici güveni üzerinde etkilidir. Yaş paraya dair kaygılar üzerinde etkiye sahiptir. Yaş alışveriş davranışı üzerinde etkilidir örneğin gençler daha bilinçsiz ve takıntılıdır.

Tang ve arkadaşları (2000), tarafından yapılmış olan çalışmada, paraya karşı tutumun iş tatmini ve işçi devir hızı ile ilişkisini araştırmışlardır. Buna göre, Paraya karşı tutum devir hızı üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Diğer bir bulgu ise düşük ücret çalışanlar için düşük iş tatminine yol açmaktadır.

Ermiş (2008), tarafından kâğıt basım sektörü üzerine yapılan yüksek lisans tez çalışmasında ise paraya karşı tutum ile iş tatmini arasında ilişki olup olmadığı sorgulanmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda göre ilişki olmadığı saptanmıştır. Ancak t testi ve ANOVA testi analizleri sonucunda yaş, cinsiyet, gelir, eğitim durumu gibi demografik değişkenlerin çalışanların paraya karşı tutumlarında etkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

## **2. Araştırmanın Amacı**

İlgili araştırmalardan da görüldüğü üzere Türkiye'de turizm etiği üzerine yapılmış

çalışmalarda amaç turizmde etik değerlere uyulup uyulmadığının araştırılması ve ortaya çıkarılması olmuştur. Bu çalışmada ise sadece turizmde mesleki etik değerlere uyulup uyulmadığı değil aynı zamanda turizmde mesleki etiğin yurtdışında bazı araştırmalara konu olan ancak Türkiye’de henüz çok fazla ele alınmayan paraya olan tutum ile birlikte ele alınması ve aralarında bir ilişkinin olup olmadığının incelenmesi amaçlanmıştır. Kısaca, bu çalışma turizmde mesleki etik kavramı üzerinde para olgusunun etkili olup olmadığının araştırılması amacıyla yapılmıştır. Turizm sektörüne yönelik böyle bir araştırmanın uygulanması literatürde ilk olması açısından önemlidir.

Bu amaçlar doğrultusunda çalışmanın hipotezi şu şekilde belirlenmiştir:

**H<sub>1</sub>:** Otel işletmelerinde çalışanların paraya olan tutumlarının mesleki etik değerler ile ilişkisi vardır.

### **3. Araştırmanın Yöntemi**

#### **3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırma evrenini Antalya bölgesindeki 5 yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2010 yılında Antalya’da toplam 199 adet 5 yıldızlı otel mevcuttur. Bunların toplam yatak sayıları ise 157.198’dir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2010). TUROFED verilerine göre 5 yıldızlı otellerde 3.08 yatağa 1 personel düşmektedir. Buna göre Antalya’daki 5 yıldızlı otellerde çalışanların sayısı yaklaşık olarak 51 bin civarındadır. Araştırma örnekleminin hesaplanmasında Yamane (2001), örneklem formülü kullanılmıştır (Yamane, 2001: 116).

#### ***Örneklem Formülü***

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N: yığındaki birey sayısı

n: örneklemdaki birey sayısı

z: istenilen güvenirlilik düzeyi için standart normal dağılım tablo değeri

d: duyarlılık

p: yığında istenilen özelliği taşıyan bireylerin oranı (p+q=1)

(örnek çapını maksimum yapmak için p=q=0,50 alınabilir)

### ***Formülün Uygulanışı***

n= Örneklem büyüklüğü

N= 51000 (Antalya’da 5 Yıldızlı Otellerde Çalışan Sayısı)

p= 0,5      q= 0,5      z= 1,96      d= 0.05

$$n = \frac{51000 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{51000 \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} \quad n = 381$$

Araştırma örneklemini, Alanya’dan 5, Side’den 3, Belek’ten 6, Antalya’dan 3 ve Kemer’den de 2 otel olmak üzere toplam 19 adet 5 yıldızlı otelden 470 katılımcı oluşturmuştur. Bu katılımcıların 25 tanesi anketlerdeki ifadeleri eksik veya yanlış doldurdıklarından 445 anket değerlendirmeye alınmıştır.

### **3.2. Veri Toplama Tekniği**

Araştırmanın uygulamasında veri toplama tekniği olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket kullanılmıştır. Nicel araştırma yönteminin amacı sayısal bilgileri nitel hale getirmektir. Anket uygulaması araştırmanın nicel yöntemi olarak yapılmıştır. Kolayca gözlemlenemeyen, yazıya dökülmesi zor, bilgisayar ortamına aktarılamayan bilgileri elde etmek amacıyla anket uygulaması kullanılmıştır (Arseven, 2001: 115). Anket oluşturulurken alandaki çalışmalardan yararlanılmıştır. Anket iki ölçekten meydana gelmektedir. İlk olarak 22 ifade içeren paraya olan tutum ölçeğinin hazırlanmasında Furnham (1984), para inancı ve davranışı ölçeği, Tang (1988), Para etiği ölçeği, Tang (1997), yeni para etiği ölçeği, Mitchell ve Mickel (1999), para önemi ölçeği ve Ermiş (2008) paraya karşı tutum ölçeğinden yararlanılmıştır. Bunların haricinde araştırmacı tarafından turizmle alakalı ifadeler kullanılmıştır. Bu ifadeler pilot çalışma sonucunda güvenilirlik testine tabi tutulmuş ve cronbach’s alpha değeri 0,84 olarak bulunmuştur.

İkinci olarak 16 ifadeden oluşan mesleki etik değerler ölçeği hazırlanırken de yine alanda yapılmış olan çalışmalardan faydalanılmıştır. Olcay (2002), Otel İşletmelerinde Çalışanların Ahlâki Ve Sosyal Sorumluluklarında Personel Eğitiminin Önemi isimli yüksek lisans tezindeki ölçekten ve Varinli (2004), Hizmet İşletmelerinde Çalışanların Etik Olmayan Davranışlara İlişkin Değerlendirmeleri Otel İşletmelerinde Bir Uygulama isimli makaleden yararlanılmıştır. Ayrıca araştırmacı tarafından turizm etiği ile alakalı olduğu düşünülen ifadeler kullanılmıştır. Bu ifadeler pilot çalışma

sonucunda güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve cronbach's alpha değeri 0.74 bulunmuştur.

### 3.3. Verilerin Analizi

Araştırmada değerlendirmeye uygun bulunan 445 anket formu istatistiksel analize tabi tutulmuştur. Anket formunun birinci bölümü demografik değişkenlerden oluşmaktadır. İkinci bölüm ise 22 adet paraya olan tutum ifadesinden oluşmaktadır. Bu ifadeler 5'li likert ile ölçeklendirilmiştir. İfadelere paraya olan tutumun fazlalığına göre 1–5 arası puan verilmiştir. İfadelerden 5 tanesi ters yönlü puanlandırılmıştır.

Anket formunun üçüncü bölümü ise 16 adet mesleki etik değer ifadesinden oluşmaktadır. Bu ifadeler de 5'li likert ile ölçeklendirilmiştir. Bu ifadelere de 1–5 arası puan verilmiştir. Ölçekte 8 ifade ters yönlü puanlandırılmıştır.

### 4. Bulgular ve Yorum

Araştırmanın anketinden elde edilen veriler istatistiksel açıdan analiz edildikten sonra tablolar haline getirilmiştir. Verilerin analizlerinden elde edilen bulgular bu bölümde sunulmaktadır. İlk olarak frekans dağılımı sonuçları sunulmuştur. Daha sonra ise korelasyon analizi sunulmuştur.

#### 4.1. Frekans Dağılımı Sonuçları

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre dağılımlarına bakıldığında katılımcıların % 73,9'unun erkeklerden oluştuğu Tablo 1'de görülmektedir. Katılımcıların geri kalan %26,1'i de kadınlardan oluşmaktadır. Yani araştırmaya katılan otel çalışanlarının büyük çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Bu durum turizmin emek yoğun bir sektör olması ve istihdamda çoğunlukla erkeklerin yer almasına bağlanabilir. TÜİK tarafından yapılan sektörler bazında hazırlanan sektörel istihdam rakamlarına bakıldığında turizm sektöründe 2010 yılında toplam istihdamın yaklaşık % 17'sini kadın personeller oluşturmakta, istihdamın % 83'ünü ise erkek personeller meydana getirmektedir. Bu rakamlar mevsimlere göre değişkenlik göstermekle birlikte yıllık ortalama değerleri bu şekilde oluşmaktadır (TÜİK, 2011).

**Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımları**

Cinsiyet	n	%
Erkek	329	73,9
Kadın	116	26,1
Toplam	445	100,0



Tablo 2’deki, araştırmaya katılanların yaşlarına göre dağımlarına bakıldığında katılımcıların % 25,2’sinin 24 yaş ve altında olduğu görülmektedir. 2010 yılı sektörel istihdam rakamlarında 15-24 yaş arası çalışanların oranı yaklaşık % 23 civarındadır (TUİK, 2011). 25-27 arası yaş grubunun ise % 25,8 olduğu görülmektedir. 28-32 yaşları arası grup ise % 24,9 ile temsil edilmiştir. 33 ve üstü yaş grubu da % 24’lk bir orana sahiptir. Sektörün özelliklerinden dolayı genç nüfus daha çok istihdam edilmektedir. Bu durum araştırmanın bulgularına da yansımıştır.

**Tablo 2:** *Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağımları*

Yaş	n	%
24 ve altı	112	25,2
25-27	115	25,8
28-32	111	24,9
33 ve st	107	24,0
Toplam	445	100,0

Tablo 3’de katılımcıların birinci ölçek olan paraya olan tutum ifadelerine göre dağımları görülmektedir. Bu ölçekte 2, 12, 15, 16 ve 21. Maddeler; Tamamen Katılıyorum 1 puan, katılıyorum 2 puan, ne katılıyorum ne katılmıyorum 3 puan, katılmıyorum 4 puan, tamamen katılıyorum 5 puan olarak derecelendirilmiştir. Diğer ifadeler ise tam tersi yani, tamamen katılıyorum 5, katılıyorum 4, ne katılıyorum ne katılmıyorum 3, katılmıyorum 2, tamamen katılmıyorum 1 puan olarak derecelendirilmiştir.

Tablo 3’deki sonuçlara bakıldığında 8. madde olan ‘‘para bir motivasyon aracıdır’’ ifadesinin ve 13. madde olan ‘‘para biriktirmeyi severim’’ ifadelerinin 3,87 ortalama ile en yüksek puana sahip ifade olduğu görülmektedir. 8. ifadenin puanının yüksek olması katılımcıların parayı motivasyon aracı olarak algıladıkları ve paraya olan tutumlarında motivasyonun etkili olduğu anlamına gelmektedir. 13. ifadenin puanının yüksek olması ise katılımcıların parayı birikim yapma amacı olarak gördükleri anlamına gelmektedir.

17. madde olan ‘‘başkalarını etkilemek için ihtiyacım olmayan şeyleri satın alırım’’ ifadesinin 1,77 ortalama ile en düşük puanı aldığı görülmektedir. Buna göre katılımcıların paraya olan tutumlarında bu ifadenin daha az önemli olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 3’de dikkat çeken diğer bir nokta ise 3. maddede yer alan ‘‘para için yasal olmayan yolları denerim’’ ifadesinin 1,80 ortalama sahip olmasıdır. Katılımcıların para için

suç işlemek yerine yasal yollardan para kazanmayı tercih ettiklerin ortaya koymaktadır. 22. maddedeki para için gerekirse ek iş yaparım ifadesi ise 3,68 ile yüksek bir ortalamaya sahiptir. Yani katılımcıların para için yasal yolları tercih etmeleri durumunu güçlendirmektedir.

**Tablo 3: Katılımcıların Paraya Olan Tutum İfadelerine Göre Dağılımları**

Paraya Olan Tutum İfadeleri	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	s.s	$\bar{X}$
	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)		
1. Para her şeyi satın alabilir	27 (120)	17,1 (76)	13,9 (62)	37,3 (166)	4,7 (21)	1,32	2,75
2. Paradan daha değerli şeyler vardır	- (0)	9,4 (42)	56,0 (249)	29,0 (129)	5,6 (25)	0,71	2,69
3. Para için yasal olmayan yolları denerim	36,4 (162)	50,3 (224)	10,1 (45)	3,1 (14)	- (0)	0,74	<b>1,80</b>
4. Para güç demektir	14,4 (64)	1,3 (6)	12,4 (55)	45,6 (203)	26,3 (117)	1,27	3,68
5. Para beni mutlu eden şeylerin başında gelir	2 (9)	11,2 (50)	15,7 (70)	58,4 (260)	12,6 (56)	0,90	3,68
6. Bahşiş veren müşteriye daha fazla ilgi gösteririm	1,3 (6)	27,6 (123)	16,9 (75)	40,4 (180)	13,7 (61)	1,06	3,37
7. Para başarı sembolüdür	12,8 (57)	18,9 (84)	13,9 (62)	29,9 (133)	24,5 (109)	1,36	3,34
8. Para bir motivasyon aracıdır	0,9 (4)	7,2 (32)	24,0 (107)	39,3 (175)	28,5 (127)	0,93	<b>3,87</b>
9. Paraya çok fazla değer veririm	6,3 (28)	44,7 (199)	27,0 (120)	9,4 (42)	12,6 (56)	1,11	2,77
10. Paranın mutluluğu arttırdığına inanıyorum	12,8 (57)	10,1 (45)	11,5 (51)	40,7 (181)	24,9 (111)	1,31	3,54
11. Para bütün problemleri çözer	13,3 (59)	23,6 (105)	39,3 (175)	19,1 (85)	4,7 (21)	1,04	2,78
12. İmkân buldukça başış yaparım	4,0 (18)	12,8 (57)	25,8 (115)	51,9 (231)	5,4 (24)	0,92	2,58
13. Para biriktirmeyi severim	2,9 (13)	21,8 (97)	60,4 (269)	14,8 (66)	- (0)	0,68	<b>3,87</b>
14. Çevremde istediklerini satın alabilenlere imreniyorum	35,7 (159)	21,8 (97)	23,1 (103)	18,0 (80)	1,3 (6)	1,16	2,27
15. Daha az ama yasal yollardan para kazanmayı tercih ederim	- (0)	5,4 (24)	24,0 (107)	40,4 (180)	30,1 (134)	0,87	2,04
16. Borç vermeyi severim	6,7 (30)	23,1 (103)	44,9 (200)	10,6 (47)	14,6 (65)	1,09	2,96
17. Başkalarını etkilemek için ihtiyacım olmayan şeyleri satın alırım	51,9 (231)	28,5 (127)	11,9 (53)	5,6 (25)	2,0 (9)	0,99	<b>1,77</b>
18. Alışverişte sıkı pazarlık yaparım	4,3 (19)	18,7 (83)	23,4 (104)	34,6 (154)	19,1 (85)	1,12	3,45
19. Daha fazla gelir elde etmek için her yolu denerim	37,5 (167)	31,7 (141)	16,6 (74)	13,0 (58)	1,1 (5)	1,07	2,08
20. Bahşiş alabilmek için müşterilere yalan söyleyebilirim	33,0 (147)	34,6 (154)	18,9 (84)	11,7 (52)	1,8 (8)	1,06	2,14
21. Parasız da mutlu olabilirim	10,6 (47)	44,9 (200)	28,5 (127)	13,3 (59)	2,7 (12)	0,94	3,47
22. Para için gerekirse ek iş yaparım	- (0)	9,9 (44)	31,5 (140)	38,9 (173)	19,8 (88)	0,90	<b>3,68</b>
<b>TOPLAM</b>						<b>1,10</b>	<b>3,15</b>

Tablo 4'te katılımcıların mesleki etik değerlerine göre dağılımları görülmektedir. Bu ölçekte 4, 5, 8, 9, 10, 13, 15 ve 16. maddeler tamamen katılıyorum 5 puan, katılıyorum 4, ne katılıyorum ne katılmıyorum 3, katılmıyorum 2, tamamen katılmıyorum 1 puan olarak derecelendirilmiştir. 1, 2, 3, 6, 7, 11, 12 ve 14. maddelerde tamamen katılıyorum 1, katılıyorum 2, ne katılıyorum ne katılmıyorum 3, katılmıyorum 4, tamamen katılmıyorum 5 puan olarak derecelendirilmiştir.

Tablo 4'teki 9. madde olan "parasını düşüren müşterinin parasını iade etmek için uğraşırım" ifadesi 4,58 ile en yüksek ortalamaya sahip ifadedir. 5. Madde olan "müşterilere ait bilgileri kimseyle paylaşmam ifadesi" 4,45 puan ve 4. Madde olan "müşterilere ait eşyalara dokunmam" ifadesi 4,40 puan ile yüksek bir ortalamaya sahiptir. Buna göre katılımcılar mesleki etik değerlerinde müşterilere ait eşyalara ya da müşterilerin para gibi değerli varlıklarına dokunmadıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 4'te 8. madde olan "iş hayatında terfi etmek için başarılı olmak yeterlidir" ifadesi 2,29 ortalama ile en düşük puana sahiptir. Buna göre otel çalışanları iş hayatında yükselmeyi başarı dışındaki nedenlere bağlamaktadırlar. 7 madde olan "yöneticinin istemesi halinde müşterilere yanlış ve yanıltıcı bilgiler veririm" ifadesi de 2,94 ile düşük bir puana sahiptir. Buna göre etik olmayan bir uygulamayı yöneticinin istemesi halinde çalışanlara kabul edebiliyorlar sonucu çıkmaktadır.

**Tablo 4:** Katılımcıların Mesleki Etik Değer İfadelerine Göre Dağılımları

Mesleki Etik Değerler İfadeleri	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	s.s	$\bar{X}$
	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)		
1. Müşteriden aldığım bahşişi bazen tip kutusuna atmam	7,4 (33)	33,7 (150)	33,7 (150)	25,2 (112)	- (0)	0,91	3,23
2. Hasta olmadığım halde doktordan rapor alırım	16,4 (73)	30,3 (135)	42,5 (189)	10,8 (48)	- (0)	0,89	3,52
3. İhtiyaç duyduğumda müşteri tuvaletlerini ya da banyolarını kullanırım	9,0 (40)	28,8 (128)	28,8 (128)	33,5 (189)	- (0)	0,98	3,13
4. Müşterilere ait eşyalara dokunmam	- (0)	- (0)	- (0)	39,1 (174)	60,9 (271)	0,48	<b>4,40</b>
5. Müşterilere ait bilgileri kimseyle paylaşmam	- (0)	- (0)	9,2 (41)	36,4 (162)	54,4 (242)	0,65	<b>4,45</b>
6. İş sırasında sadece kendimi düşünürüm iş arkadaşlarımı düşünmem	34,8 (155)	29,9 (133)	29,4 (131)	5,8 (26)	- (0)	0,93	3,93
7. Yöneticinin istemesi halinde müşterilere yanlış ve yanıltıcı bilgiler veririm	2,5 (24)	31,5 (140)	29,2 (130)	31,5 (140)	5,4 (24)	0,97	2,94
8. İş hayatında terfi etmek için başarılı olmak yeterlidir	24,9 (111)	36,6 (163)	26,5 (118)	8,1 (36)	3,8 (17)	1,04	<b>2,29</b>

Mesleki Etik Değerler İfadeleri	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	s.s	$\bar{X}$
	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)		
9. Parasını düşüren müşterinin parasını iade etmek için uğraşırım	- (0)	- (0)	- (0)	41,8 (186)	58,2 (259)	0,49	4,58
10. Yaptığım her iş karşılığında müşteriden bahşiş beklemem	4,5 (20)	17,5 (78)	13,9 (62)	34,6 (154)	29,4 (131)	1,19	3,66
11. Temizlik ve hijyen kurallarını ara sıra ihlal ederim	20,7 (92)	18,9 (84)	30,3 (135)	27,9 (124)	2,2 (10)	1,14	3,27
12. Vakit harcamak amacıyla sigara ve tuvalet molası verilebilir	23,1 (103)	16,0 (71)	22,2 (99)	30,1 (134)	8,5 (38)	1,30	3,15
13. İşe her zaman vaktinde gelmeye çalışırım	- (0)	3,4 (15)	3,4 (15)	39,1 (174)	54,2 (241)	0,71	4,44
14. Turistlerle ilişkilerde ülkenin imajını düşünürüm	- (0)	4,3 (19)	9,9 (44)	40,9 (182)	44,9 (200)	0,80	4,26
15. Müşterilerle otel dışında da görüşmek için konuşurum	16,6 (74)	31,9 (142)	7,9 (35)	32,6 (145)	11,0 (49)	1,32	3,10
16. İşyerinde fedakârlığa ve takım çalışmasına özen gösteririm	- (0)	- (0)	11,9 (53)	55,5 (247)	32,6 (145)	0,63	4,20
<b>TOPLAM</b>						<b>1,07</b>	<b>3,08</b>

### 3.2. Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi, değişkenlerin ölçme yapısına, dağılımın özelliklerine, aralarındaki ilişkinin doğrusal olup olmamasına, değişken sayısına ve kontrol durumuna bağlı olarak farklı istatistiksel teknikler kullanılarak yapılmaktadır. İki değişken arasındaki ilişki korelasyon tekniğiyle bulunur. Pearson korelasyon katsayısı ise iki değişken arasındaki ilişkinin miktarını bulup yorumlamak amacıyla kullanılır (Büyüköztürk, 2008, 31).

Araştırmanın hipotezi olan;

“Turizm işletmelerinde çalışan işgörenlerin paraya olan tutumlarının mesleki etik değerleri ile anlamlı bir ilişkisi vardır” ( $H_1$ ) hipotezindeki ifadeyi test etmek amacıyla paraya olan tutum ölçeği ile mesleki etik değerler ölçeği arasında korelasyon analizi yapılmıştır.

Pearson korelasyon katsayısının 1,00 olması, mükemmel bir pozitif ilişkiyi ifade ederken, -1,00 olması ise mükemmel bir negatif ilişkiyi ifade etmektedir. 0,70-1,00 arasında olması yüksek, 0,30-0,70 arasında olması orta, 0,30-0,00 arasında olması ise düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2008: 32).

Tablo 5’de görüldüğü gibi elde edilen paraya olan tutum ve mesleki etik değerler ölçekleri arasındaki korelasyon katsayısı -0,728 bulunmuştur. Bu sonuç, bu iki ölçek arasında

negatif yönlü yüksek bir ilişki olduğunu göstermektedir. Buna göre; “Otel işletmelerinde çalışanların paraya olan tutumlarının mesleki etik değerleri ile anlamlı bir ilişki vardır” ( $H_1$ ) hipotezi kabul edilmiştir.

Bu bulgulara göre negatif yönlü yüksek bir ilişki şu anlama gelmektedir; otel işletmelerinde çalışanların paraya olan tutumları arttıkça mesleki etik değerlere verdikleri önem azalmaktadır. Yine otel işletmelerinde çalışanların paraya olan tutumları azaldıkça mesleki etik değerlere verdikleri önem artmaktadır. Bu bulgular araştırmanın hipotezine ve amaçlarına uygundur.

**Tablo 5:** Paraya Olan Tutum İle Mesleki Etik Değerler Ölçekleri Arasındaki Korelasyon Analizi

Ölçekler		Mesleki etik değerler	Paraya olan tutum
Mesleki etik değerler	Pearson Korelasyon Katsayısı	1	-,728**
	p.		,000
	n.	445	445

### Sonuç ve Öneriler

Etik, bütün meslek branşlarında olduğu gibi turizmde de giderek önem kazanmakta ve birçok çalışmaya konu olmaktadır. Daha önceki çalışmalarda turizm etiği değişik açılardan ele alınmıştır ancak paraya olan tutumla ilişkilendirilmemiştir. Çalışmada bu durum ele alınmıştır.

Antalya’da 19 adet 5 yıldızlı otelde 445 işgörene uygulanan anketten elde edilen verilerle yapılan korelasyon analizi sonucunda görülmüştür ki paraya olan tutum ile turizmde mesleki etik değerler arasında ters yönlü güçlü bir ilişki vardır (korelasyon katsayısı -728). Buna göre paraya olan tutum artarken mesleki etik değerler düşmektedir. Bu sonuç turizm işletmeleri açısından aydınlatıcı olabilir. Turizm işletmelerinde istihdam edilen işgörenlerin niteliği hizmet kalitesi açısından önemli olduğundan, turizm işletmeleri işgörenlerin paraya olan tutumlarını en aza indirecek tedbirleri almaları ve mesleki etik değerler açısından onları bilinçlendirmeleri bu açıdan faydalı olacaktır.

Bu sonuçlara göre şu öneriler geliştirilebilir:

1. Turizm işletmeleri hizmet kalitesini arttırmak açısından işgören seçiminde veya mevcut işgörenlerinin eğitiminde turizm etiği kavramını ön planda tutmalıdır.

2. İşgörenlerin paraya olan tutumlarının azaltılması mesleki etik değerlerin arttırılması için önemlidir. Bu amaçla çalışanların ücretlendirilmesi yapılırken optimum miktarlar belirlenmeli ve işin niteliğine uygun adil ücretler verilmelidir.

Sonuç olarak bu çalışmanın mesleki etik ve turizm etiği literatürüne katkı sağlayacağı beklenmektedir, alanda yapılacak diğer çalışmalara yön verici nitelikte olması ve onlara zemin hazırlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- ARSEVEN, Ali, D. (2001), *Alan Araştırma Yöntemi*, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara
- AYDIN, İnayet, (2010), *Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik*, 4. Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener, (2008), *Veri Analizi El Kitabı*, Pegem Yayınları, Ankara.
- CEVİZCİ, Ahmet (2002), *Etiğe Giriş*, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- ERMİŞ, Özlem, (2008), *Çalışanların Paraya Karşı Tutumlarının Belirlenmesi ve Paraya Karşı Tutumların Ücret Tatminlerine Etkisi*, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksekisans Tezi, Eskişehir.
- FURNHAM, Adrian, (1996), *Attitudinal Correlates and Demographic Predictors of Monetary Beliefs and Behaviors*, Journal of Organizational Behavior, 17, 375 – 388.
- HATCHER, Tim, (2004), *Environmental Ethics As An Alternative For Evaluation Theory In For Profit Business Contxt*, Evaluation And Program Planning, 27, 357 – 363.
- MITCHELL, Terence, R. ve MICKEL, Amy, E., (1999), *The Meaning of Money: An Individual – Difference Perspective*, Academy of Management Review, 24(3), 568 – 578.
- OLCAY, Atınç, (2002), *Turizm İşletmelerinin Ahlaki ve Sosyal Sorumluluklarında Personel Eğitiminin Önemi Üzerine Bir Alan Araştırması (Ankara Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksekisans Tezi, Ankara.
- ÖZLEM, Doğan, (2004), *Etik – Ahlak Felsefesi*, İnkılap Yayıncılık, İstanbul.
- ROBERTS, James A. ve SEPULVEDA, Cesar J. (1999), *Demographics and money attitudes a test of Yamauchi & Templer's 1982 money attitude scale in Mexico*, Personality and Individual Differences, 27, 19-35.
- STEVENS, Betsy ve FLECKENSTEIN, Andreas, (1999), *Comparative Ethics: How Students and Human- Resources Directors React to Real-life Situations*, Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly; April, 40( 2), 69-75.
- TANG, Ping-Thomas LI, AROCAS, Roberto Luna, WHITESIDE, Harold, D. (1997), *Attitude Toward Money and Demographic Variables as Related to Income and Life Satisfaction: US vs. SPAIN*, 22. Annual Conference of International Association for Research in Economic Psychology, Valencia, Spain, September 15-18.
- TANG, Ping-Thomas LI, KIM, Jwa K. ve David Shin-Hsiung TANG, (2000), *Does Attitude Toward Money Moderate The Relationship Between Intrinsic Jobsatisfaction And Voluntary Turnover?*, Human Relations, 53, 213 – 245.
- TÜROFED, (2010), *Turizm Raporu*, Ekin Grubu Araştırma Birimi, Ekim, s. 2, İstanbul.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve OLCAY, Atınç, (2003), *Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin Ahlaki Sorumluluklarını Yerine Getirebilmesinde Eğitim Düzeyinin Önemi Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 91 – 112.

- ÜNLÜÖNEN, Kurban, TAYFUN, Ahmet ve KILIÇLAR, Arzu, (2007), *Turizm Ekonomisi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- VARİNLİ, İnci, (2004), *Hizmet İşletmelerinde Çalışanların Etik Olmayan Davranışlara İlişkin Değerlendirmeleri Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*, Ege Akademik Bakış, 4(1-2), 44-53
- VALLEN, Gary ve CASADO Matt, (2000), “*Ethical Principles for the Hospitality Curriculum*”, Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly, April, ss.44-51.
- YAMANE, Taro, (2001), *Temel Örnekleme Yöntemleri*, (1. Baskı). (Çev. A. Esin, M. A. Bakır, C. Aydın ve E. Gürbüzsel), Literatür Yayıncılık, İstanbul
- DALY, Shawn, P. ve MATTILA, Minna, Maritta, (2007), *Darwin And Ethics: Using Natural Selection To Understand Ethical Business And Organizational Behavior*, EJBO: Journal of Business and Organization Ethics, 12(2), [http://ejbo.jyu.fi/articles/0501\\_1.html](http://ejbo.jyu.fi/articles/0501_1.html), (E.T.: 12.10.2011)

### İnternet Kaynakları

- ANTALYA İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ, (2010), Antalya İli Turizm Tesisi İstatistikleri: <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/belge/1-87581/bakanligimizdan-belgeli-konaklama-tesisi-istatistikleri.html>, (E.T.:15.10.2011)
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, (2011), Turizm İstatistikleri, <http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/belge/1-38683/turizm-istatistikleri.html>, (E.T.: 14.10.2011)
- WEF, (2009), “Travel & Tourism Competitiveness Report”, <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.htm>, (E.T.: 17.10.2011)
- WTO (1999), Turizmde Küresel Etik İlkeler (Global Ethics Codes For Tourism): [http://www.unwto.org/ethics/full\\_text/en/pdf/Turkey.pdf](http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Turkey.pdf), (E.T.: 17.10.2011)
- WTO (2011), Results and Forecast: <http://media.unwto.org/en/press-release/2011-05-11/international-tourism-first-results-2011-confirm-consolidation-growth>, (E.T.: 17.10.2011)