

ETİK KODLARIN OTEL ENDÜSTRİSİNE KATKILARI VE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Çetin BEKTAŞ*

ÖZET

Bu çalışma, etik kodların otel endüstrisine katkılarını araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca geliştirilen etik kodların otel endüstrisine katkısı ölçeği ile karşılaştırmalı analizler yapılarak, demografik özelliklere ve işletmenin etik kodları için yaptıklarına göre farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir.

Yaşamımızın hemen hemen her alanında değişimden söz edilmektedir. Bu değişim bireysel ve toplumsal bazı değerleri de değiştirebilmektedir. Dolayısıyla çalışma hayatını doğrudan etkileyen bu süreç, ahlaki çöküntüye ve bunun da etkisiyle performans kayıplarına veya fırsatı lehlerine çevirenler içinde kısa vadeli sınırsız karlara neden olabilmektedir. Çalışma hayatındaki iyi ve doğru veya kötü veya yanlış ayrımının yapılmasını sağlayan etik kodlar değişimden kaynaklanan ahlaki değerlerin yitilmesini ve haksız kazancı engellemeyi amaçlamaktadır.

Bu çerçevede çalışmanın birinci bölümünde etik, iş etiği ve etik kodları kavramsal boyutta ele alınarak, ikinci bölümde de Muğla İl'inde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerden anket yöntemi kullanılarak elde edilen veriler SPSS programında değerlendirilmiştir. Son olarak da elde edilen bulgularla alternatif yaklaşımlar sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Etik, etik kodları, otel endüstrisi.

CONTRIBUTIONS OF ETHIC CODES TO HOTEL INDUSTRY AND A FIELD INVESTIGATION

ABSTRACT

This study was conducted for the purpose of investigating the contributions of ethic codes to hotel industry. Moreover, by means of comparative analysis of the developed ethic codes through the scale of their contributions to the business life, it was determined whether there are differences according to demographic characteristics and what the company does with regards to ethic codes.

There is a change almost every field of the life. This change may be accompanied by some individual and social changes. Hence, this process directly affecting the business life may lead corruption and performance losses or unlimited gains for those who take the advantage of the situa-

* Uşak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (Doç. Dr.)

tion. Ethic codes rendering it possible to differentiate among good and correct or bad and false in business life aim to prevent moral values from deteriorating and unjust gains.

In this respect, in the first section of the study, ethic, business ethic and ethic codes are dealt with in a conceptual dimension. In the second section, data obtained from four- and five-star hotels in Muğla region via questionnaire technique were analyzed through SPSS program. Finally, alternative approaches were suggested based on the findings.

Key Words: Ethics, ethic codes, hotel industry.

GİRİŞ

İşletmeler pazar paylarını koruyup, rekabet edebilmek için bir çok yöntem ve teknik uygulamalar. Etik kodlar da, otel endüstrisinde hem iç, hem de dış müşterinin tatminini sağlamaya yönelik uyulacak ilkeleri kapsamaktadır. Söz konusu ilkeler işletmede kurumsallığın sağlanmasında önemli katkılar sağlayacaktır. Ayrıca etik kodlar, iş yaşamında tarafların etik çıkmazlarla karşı karşıya kalmalarını engelleyecektir.

Bu amaçla, çalışmanın birinci bölümünde etik, iş etiği ve etik kodları konularını içeren kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. İkinci bölümde ise, etik kodların uygulamasına yönelik 4 ve 5 yıldızlı otellerde bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Veriler SPSS istatistik paket programında değerlendirilmiş, elde edilen bulgularla alternatif yaklaşımlar sunulmuştur.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Literatürde Etik

Yunanca “karakter, ahlâk, gelenek ve alışkanlığı” ifade eden “ethos” sözcüğünden türetilmiş (Bolat ve Seymen, 2003: 68) ve felsefenin bir dalı olan (Eastwood, Lamsa, Sakınken, 2005) etik, tarih boyunca düşünürler tarafından farklı yaşamlarla açıklık getirilmeye çalışılan bir kavramdır (Kılınç, 2000: 94).

Batı dillerinde (Ethics) olarak bilinen disiplin, dilimizde yakın zamana kadar ahlak ya da ahlak bilimi olarak adlandırılmıştır. Eğer (morality) ile (Ethics) arasında bir ayrım yapmak gerekirse morality karşılığında ahlak, ethics karşılığında da ahlak bilim ya da ahlak felsefesi terimleri kullanılabilir.

lır(Arslan, 2005:5) Websters Üçüncü Yeni Uluslar arası Sözlüğü' nde, etik kavramı; "İyi ve kötünün veya doğru ve yanlışın ne olduğu ya da ahlâkî görev ve yükümlülüklerle ilgilenen bir disiplin" şeklinde tanımlanmaktadır. (Websters' Third New International Dictionary, 1993: 780) Yukarıdaki tanımlardan da yola çıkarak; iş etiği denildiğinde bir toplumda işe ve çalışmaya karşı geliştirilen tavırlar ve bu konudaki değerler anlaşılmalıdır (Tengilimoğlu, Tahtasakal, 2004: 31)

Ahlâkî davranışlara rehberlik eden (Post, Lawrence, Weber, 1999: 97) ve insanların izlemesi beklenen ahlâk ilkeleri üzerindeki felsefi yaklaşımları içeren etik, hem ahlâkî değerler ve nedenselliklerinin doğruluğu ile ilgili çalışmalarını hem de yaşanan davranış ilkelerini ve fiili değerleri içine alan aynı disiplinin konularını ifade etmektedir (Solomon, 1984: 2).

İnsanın iyi temellendirilmiş ahlâkî kararları kendi başına vermek durumunda olduğunu ve başka hiç kimseye teslim olmaması gerektiğini gösterebilmek amacıyla taşıyan etiğin (Pieper, 1999: 21) fonksiyonları ise şunlardır (Ural, 2000: 7):

1. Etik, bilinci geliştirmek ve insanları burada neyin söz konusu olduğu konusunda aydınlatmak,
2. Etik, kavramlara anlamlarını vermek, yani onların somut yaşantıları, durumlar ve olaylar içindeki rolünü göstermek ve konumlandırmak,
3. Kişilerin ve grupların etik yaşamını bir temele bağlı olarak kurmaktır.

Etik ve ahlak kavramları çoğunlukla birbirinin yerine kullanılabilir. Ancak Ahlâk, doğru ve iyi alanıyla, yükümlülük sorunlarıyla, görev, adil olma, erdem, karakter, iyi yaşam ve iyi toplum niteliğiyle ilgilidir. Bu kavramların arkasında yatan, insanın doğası, toplumsal yaşamın ön koşulları, bunun dönüştürülebilmesinin sınırları ve pratik yargının temelleri hakkındaki varsayımları kapsamaktadır (Lukes, 1998: 6). Etik ise, birey davranışlarıyla ilgili kullanılan ahlâk terimlerini, ahlâkî yargıları incelemekte, bireylerin ahlâkî tutumlarının ardında yatan yargıları ele almaktır (Avşar, 2003, 113).

1.2. İş Etiği

Yönetim yazınında iş etiği kavramı, 1980'li yıllarla birlikte önem kazanmaya başlamıştır. 1960'larda ve 1970'lerde bu konu, işletmelerin "sosyal sorumluluğu" başlığı altında ele alınırken, 1980'lerde, özellikle ABD' deki çok sayıda büyük işletmede "etik ilkeleri", "etik komiteleri" ve "etik programları" oluşturulmuş ve akademik alanda etik, yüksek lisans programlarında ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Buradan da görüleceği gibi, etik kavramı, genel çerçevesinden çıkarak örgütler açısından ele alınmaya başlanmış ve iş etiği kavramı gündeme gelmiştir (Bolat ve Seymen, 2003: 69).

Ülkemiz açısından konunun gündeme getirilme ve tartışılması ise nispeten yeni olup, ulusal endüstriyi koruyucu önlemler niteliğinde olan gümrük duvarları ve kotaların kaldırılması, uluslararası standartlara uyulması gibi konuların ilgi alanına girmesi ile kendinden söz ettirir olmuştur (Gürlek ve Gürol, 1993: 193). Çünkü iş ahlakı demek, doğaya saygılı olmak, hakça davranış ve yapılan haksızlıklara karşı çıkmak demektir (Torlak, 2006:106). Ayrıca, tüketicinin işletmenin kötü bir ahlaki ünü olduğunu bildiği durumlarda, ürünlerin güvenliği konusundaki şüpheleri artmaktadır (Özdoğan, 2007:112) Bu şüpheleri ortadan kaldırmak iş ahlakının kurumsallaşması ile mümkün olabilir. İş ahlakının kurumsallaşmasını önemli kılan bir faktör, tepe yöneticilerinin tutum ve davranışlarıdır. Tepe yönetimi bir işletmenin ahlaki veya ahlaki olmayan faaliyetlerde bulunmasında merkez konumdadır (Bayrak, 2006:62).

Otel işletmelerinde de etik konusu diğer sektörlerde olduğu gibi her geçen gün önem kazanmaktadır. Otelcilik hizmetlerinin büyük oranda insan eliyle gerçekleştirilmesi ve standartlaştırmanın zor olması nedeniyle etik kurallar ve etik kodlar önem kazanmaktadır. Özellikle müşteriyle doğrudan temas halinde olan "sınır personeli"nin sürekli kontrolü her zaman mümkün olmamaktadır. Bu nedenle kurum içi etik kodların tüm personel tarafından özümsemesi ve uygulanması hizmet kalitesini artıracaktır.

İş etiğinin yoğunlaştığı konular üzerinde henüz tam bir fikir birliğine ulaşılamamıştır. Çünkü, örgüt davranışlarından hangilerinin etik açıdan doğru, hangilerinin yanlış olduğunun ortaya konması oldukça güçtür. Bununla birlik-

te, genel olarak iş etiğinin yoğunlaştığı konular, yanlış ve yönlendirici reklâmlar, hizmet güvenliği, tekelci fiyat uygulamaları, sınırsız kâr elde etme çabaları, çalışanların sosyal güvenlik haklarının göz ardı edilmesi, ekonomik ve çevresel kirlenme, rüşvet, ayırımıcı kiralama politikaları ve özel mülkiyet sınırlarına müdahaledir (Kılınç, 2000: 97–98).

İş etiği, insanlara yönelimli olması nedeniyle, onların duygularını, değer ve tutumlarını yönlendirmekte, onların etkinliklerini ve verimliliklerini arttırmalarına zemin oluşturmaktadır. İş etiğine uyan bir otel işletmesi, dış ve iç çevre unsurlarından sağladığı destekle yaşamını sürdürme, gelişme ve büyüme mücadelesini daha etkin olarak verebilecektir. İş etiği, hizmet kalitesi ve hizmet mükemmelliğini, iş yaşamının evrensel değerleri olarak kabul etmektir. Bu nedenle, önemli olan, etik standartların geliştirilmesini, çalışma yöntemlerini iyileştirebilecek bir fırsat olarak görmektir. Etik değerleri dikkate almak hem iç müşterilere (personele), hem de dış müşterilere iş doyumunu ve tatmin kazandırır (Tierney, 1997: 30).

Ayrıca iş etiği; otelin çıkar gruplarıyla güvene dayalı ilişkiler kurulabilmesi, onun toplum içindeki imajı ve hizmetin sağlayabileceği olumlu davranışlar ile işletme içi davranışların düzenlenmesi ve performansın artırılması açısından oldukça önemlidir (Sucu, 2003: 290). Bu çerçevede iş etiğine aykırı davranılması durumunda ortaya çıkan sorunlar şunlardır (Sucu, 2003: 290, Özkalp ve Kırel, 2001: 614): Çıkar grupları ile ilişkilerin bozulması, kaynakların düzenli, zamanlı, sürekli ve düşük bir maliyetle elde edilmesinin zorlaşması, üretilen hizmetleri alanların hızla alıcı olmaktan uzaklaşması, satışların düşmesi, kârın azalması, örgütsel bağlılık duygusunun azalması, işgücü devir hızının yükselmesi ve motivasyon eksikliğinin yaşanması. Bir başka deyişle, iş yaşamında etiğe aykırı davranmanın bedeli ağırdır. (Tierney, 1997: 57).

1.3. Etik Kodlar

Etik kodlar, yapılacak işlerde belirlenen standartlarda, kabul edilebilir davranışların özelliklerini ortaya koymaktadır. Standartlar ve kodlar kabul edilebilir davranışları sistematik tanımlama gayretleri olarak da ifade edilebilir. Etik kodlar yöneticilere iyi işleri yapmak ve kötü işlerden sakınma bakı-

mından yol göstermektedir. (Öztürk, 2001:9) Dayandığı inançlar ve değerlere göre toplumdan topluma farklılıklar gösteren etik kodların geliştirilmesinde genellikle hakkaniyet, insan hakları, faydacılık ve bireysellik temel alınan yaklaşımlar (Pehlivan, 1998: 23) olarak görülmektedir.

Etik kod savunucuları bu kodların yöneticilere iyi işleri yapmak ve kötü işlerden uzak durmak için bir kılavuz görevi yaptığını ileri sürmektedirler. Ayrıca değerler arasında bir çatışma olduğu zaman karar alıcılara yol gösterici fonksiyon üstlenirler. Kodlar yazılı olabileceği gibi yazısız da olabilirler. Yazılı kodlar, insanlara karşı sorumluluk ölçüsü olarak zorlayıcı olabilirler. Yazılı kodlar bir hükümet biriminde, bir meslekte veya bir organizasyonda oluşturulabilir. Aynı şekilde bir otel işletmesinde uygulanabilir. Bu nedenle, genel veya özel, zorlayıcı ve yasal nitelikli olabilir (Öztürk, 1999: 22-23). Fakat kusursuz–evrensel ve sarsılmaz temellere sahip- etik kodların oluşturulması her zaman mümkün olmamaktadır (Bauman, 1998: 20).

Etik kodlar belirlemenin temel amacı, iş yaşamındaki belirsizlikleri en aza indirmektir. Etik değerleri benimseyen karar alıcılar, belli kurallar içinde hareket edecekleri için onların davranışlarını teker teker öğrenmek gerekmeyecektir. Bu da denetime daha az kaynak ve zaman harcayan, dolayısıyla daha etkin bir yönetim ve kontrol mekanizmasının oluşmasını sağlayacaktır (Ersel, 1998: 19).

İşletme yöneticileri temel aldıkları prensipleri belirlemede değişik yaklaşımlardan hareket etmektedirler. Uzun ve çoğunlukla yazılı olmayan yerleşik geleneklerden hareket eden bir grup şirket informel (doğal) yaklaşım tarzını benimsemiş bulunmaktadır. Diğerlerinde ise gereksinmelere “kod” lar yoluyla ayrıntılı şekilde açıklık getirilmektedir. Genel ve gündün güne daha fazla taraftar bulan yaklaşım tarzı ise, örgütün tümünü kapsayan “uygulamaya ilişkin yazılı prensipler” in belirlenmesidir.

Her ne şekilde açıklanmış olurlarsa olsun, özünde iyi niyet ve yönelişleri yansıtan bu “kod” lar etik olgusunu bir kavram olarak yansıtmaktadır. “Kod” ların, etik konusundaki uygulamaya yönelik beklentilerin açıklığa kavuşturulması ve bunun yanında şirketce personelin bu ilkelere uyma gereğini belirt-

mesi şeklinde iki önemli fonksiyonu bulunmaktadır. Çıkar çatışması olduğu ve belli konular arasında bir seçim yapılması gerektiği durumlarda, insanlar bu değerleri benimsedikleri oranda, olayın etik yönünden yana ağırlıklarını koyacaklardır.

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma, etik kodların otel işletmelerinde çalışma yaşamına katkılarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca etik kodların yöneticiler tarafından algılanması ve değerlendirmeleri belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu değerlendirmelere bağlı olarak, otel yöneticilerinin kendi işletmelerinde etik kod oluşturmaya yönelik yaklaşımlarının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

2.2. Araştırmanın Kapsamı, Sınırları ve Örneklem Hacmi

Araştırmada ana kütleyi Muğla İl'inde bulunan 4 ve 5 yıldızlı oteller oluşturmaktadır. Ana kütle olarak seçilen 92 işletme aynı zamanda örneklem büyüklüğüdür. 92 işletmeye dağıtılan anketlerden 72 tanesinin geri dönüşümü sağlanabilmiş ve 72 anket de değerlendirme kapsamına alınmıştır. Anketlerde geri dönüşüm oranı %78'dir. Anket otellerin üst düzey yöneticilerine uygulanmıştır.

2.3. Araştırmada Veri Toplama Tekniği ve Verilerin Analizi

Uygulanacak anket formu pilot bir çalışma ile test edilmiş, görülen bazı eksiklikler tamamlandıktan sonra uygulamaya konulmuştur. Düzenlenen anketler bölgedeki tüm 4 ve 5 yıldızlı otellere teslim edilmiş, daha sonra sağlıklı ve hızlı dönüş sağlamak için yöneticilerle görüşmeler yapılarak doldurulmuştur. Ankette 9 soru katılımcıların profiline ve işletmelerin etik kodları konusundaki çalışmalarına ve 20 soru da etik kodlarının çalışma yaşamına katkılarına ilişkindir. İkinci bölümdeki sorular 1: hiç katılmıyorum, 5: tamamen katılıyorum şeklinde sıralı Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS istatistik paket programında değerlendirilmiştir.

2.4. Araştırmanın Güvenirliliği

Hazırlanan ölçeği oluşturan 20 değişkenin iç tutarlılığını ve güvenilirliğini tespit etmek amacıyla Cronbach Alfa Katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Cronbach Alfa Katsayısı, ölçekte yer alan k sorunun homojen bir yapıyı açık-

lamak üzere bir bütün oluşturup oluşturmadıklarını araştırır. Alfa Katsayısı, bireysel puanların k soru içeren bir ölçekte sorulara verilen cevapların toplanması ile bulunduğu durumlarda soruların birbirleri ile benzerliğini, yakınlığını ortaya koyan bir katsayıdır (Akgül ve Çevik, 2003: 435). Analiz sonucunda ölçeğin güvenilir olduğunu belirleyebilmek için alfa katsayısının (α) 0,70'den büyük olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2004: 165). Ölçekte kullanılan 20 değişkenin α değeri 0,7833 olarak tespit edildiğinden ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir.

Soru-Bütün (item-total) korelasyonları 0,0772 ile 0,5404 arasında değişmektedir. Ölçeğin toplanabilirlik özelliğinin bozulmaması için Soru- Bütün korelasyonlarının negatif olamaması ve hatta 0,25 değerinden büyük olması beklenir. Aksi halde bu tür soruların ölçekten çıkarılması önerilir. Fakat bu kesin kural değildir. (Akgül ve Çevik, 2003: 440) Bu duruma göre anketteki 1, 5, 6 ve 16. sorular sırasıyla soru- bütün korelasyonları sırasıyla 0,1824, 0,1980, 0,2311 ve 0,0772 dir. Bu sorular ölçekten teker teker çıkarıldığında sırasıyla güvenilirlik değerleri sırasıyla 0,7834, 0,7833, 0,7813 ve 0,7926 olmaktadır. Hepsini beraber çıkarıldığında ise alfa katsayısı 0,7932'dir. Güvenilirlik sınırlarında önemli bir değişiklik oluşmadığından bu sorular ölçekten çıkartılmamıştır.

2.5. Araştırmanın Değişkenleri ve Hipotezleri

Araştırmadaki değişkenlerden katılımcıların ve işletmelerin etik kodları çalışmalarına ait değişkenler Tablo 1 verilmiştir. Etik kodların çalışma hayatına katkıları konusundaki değişkende anket formunda ikinci bölümde sunulan 20 sorulu etik kodlarının çalışma hayatına katkısı ölçeğindeki sorulara verilen cevapların toplamıdır. Çalışmanın amacına ulaşabilmek için oluşturulan hipotezler aşağıda verilmiştir.

Hipotez 1: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 2: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları yaşa göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 3: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 4: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları unvana göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 5: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları çalışma yılına göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 6: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları işletmenin etik konusunda danışman istihdam etmesine göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 7: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları işletmenin etik konularında danışman firmalardan destek alıp almamasına göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 8: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları işletmenin etik konusunda eğitim programları düzenleyip düzenlememelerine göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 9: Etik kodlarının çalışma hayatına katkıları işletmenin yazılı etik kodlarına sahip olup olmamasına göre farklılık göstermektedir.

3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırmanın bulguları (1) katılımcıların profili ve işletmelerin etik konusundaki çalışmaları, (2) etik kodlarının çalışma hayatına katkıları konusundaki tutumları ve (3) hipotezlerin analizi olmak üzere üç grup altında toplanmıştır.

3.1. Ankete Katılanların Profili ve İşletmelerin Etik Kodları Konusundaki Çalışmalarıyla İlgili Bilgiler

Ankete katılanların demografik özellikleri ve işletmelerin etik kodları konusunda yapmış oldukları çalışmalar hakkındaki bilgiler frekans analizi ile değerlendirilerek tablo 1’de verilmektedir.

Ankete katılanların %63,90’ı erkek ve %36,10’u da kadındır. Katılımcıların %72,30’u 30- 44 yaş aralığında bulunmaktadır ve % 62,50’si de üniversite mezunudur. Ankete katılanların hepsi yönetici konumunda olup, %80,50’si bu sektörde 6- 20 yıl aralığında çalışmakta olduğunu belirtmektedir.

İşletmelerin %20,80’i etik konusunda danışman istihdam ederken, %16,70’i de danışman firmalardan destek almaktadır. Etik konusunda eğitim

programı düzenleyenlerin oranı ise %59,790' dır. İşletmelerin %48,60'ı da etik kodlarını yazılı hale getirmişlerdir.

Tablo 1. Ankete Katılanların Profili ve İşletmelerin Etik Kodları Konusundaki Çalışmalarıyla İlgili Bilgilerin Dağılımı

Katılımcıların Profili					
	N	%		n	%
Cinsiyet			Yaş		
Erkek	46	63,90	25- 29	8	11,10
Kadın	26	36,10	30- 34	18	25,00
Toplam	72	100,00	35- 39	21	29,20
Eğitim			40- 44	13	18,10
Lise	20	27,80	45- 49	9	12,50
Üniversite	45	62,50	50 ve üzeri	3	4,20
Yüksek Lisans	7	9,70	Toplam	72	100,00
Toplam	72	100,00	Sektörde Çalışma Süresi (Yıl)		
Unvan			0- 5	6	8,30
Otel Sahibi	8	11,10	6- 10	21	29,20
Genel Müdür	13	18,10	11- 15	23	31,90
Genel Müdür Yardımcısı	7	9,70	16- 20	14	19,40
Müdür	28	38,90	21 ve üzeri	8	11,10
Şef	16	22,20	Toplam	72	100,00
Toplam	72	100,00	İşletmelerin Etik Kodları Konusundaki Çalışmaları		
Danışman İstihdamı			Danışman Firmadan Destek		
Evet	15	20,80	Evet	12	16,70
Hayır	57	79,20	Hayır	60	83,30
Toplam	72	100,00	Toplam	72	100,00
Eğitim Programlarının Düzenlenmesi			Etik Kodlarının Yazılı Olması		
Evet	43	59,70	Evet	35	48,60
Hayır	29	40,30	Hayır	37	51,40
Toplam	72	100,00	Toplam	72	100,00

3.2. Ankete Katılanların Etik Kodları Çalışma Hayatına Katkısı Konusundaki Tutumlarına İlişkin Bilgiler

Hipotezlerin analizden önce katılımcıların etik kodlarının çalışma hayatına katkısına ilişkin önermeye katılım dereceleri Likert ölçeğiyle (1:hiç katılmıyorum, 2:katılmıyorum, 3:karasızım, 4:katılıyorum, 5:tamamen katılıyorum) alınmıştır. Katılım dereceleri arasındaki mesafenin nicel karşılığı bilin-

memektedir. Bu nedenle merkezileşme eğiliminin tespitinde aritmetik ortalama yerine Medyan ve Mod değerleri kullanılması daha yerinde bir tercih olacaktır. Medyan, sıralanmış gözlem değerlerinin tam ortasında yer alan gözlem değeri, mod da, frekansı en yüksek olan gözlem değeridir. Tablo 2'de Medyan ve Mod değerleri verilmiştir.

Tablo 2. Etik Kodlarının Çalışma Hayatına Katkısı Konusundaki Tutumlara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikî Bilgiler

Durumlar	Medyan	Mod
Etik standartlar işletmenin öngörü yeteneğini artırır	4	5
Etik standartlar bilgi nin elde edilmesinde maliyetleri düşürür	4	5
Etik standartlar işletmelerin nesiller arasındaki geçişlerde ilişkilere devamlılık kazandırır	4	4
Etik standartlar kaynakların kullanımında israfı azaltır	4	4
Etik standartlar ile gayri meşru güç kullanımı azaltılır	4	5
Etik standartlar sayesinde işbölümü daha çok sağlanır	4	4
Etik standartlar personeller arasındaki çatışmaları azaltır	4	5
Etik standartlar ile kurumsal imaj güçlendirilerek müşterilerin otel hizmetlerini tercih etmesi sağlanır	4	4
Etik standartları personellerin örgütsel bağlılıklarını artırır	4	5
Etik standartlar personellerin motivasyonunu artırır	4	5
Etik standartları işletmeye dışardan gelecek tehditleri azaltır	4	4
Etik standartları personellerin firmaya zarar verebilecek kimi davranışlarını azaltır	4	4
Etik standartları çalışma yaşamına katkı sağlar	4	5
İşletmedeki etik standartların oluşturulması halkla ilişkilerin görevidir	3	3
Eğer etik değerler işletmenin geliri ile ters düşüyorsa dikkate alınmaz	3	4
Yönetim karar alırken etik standartları yerine ekonomik faktörleri gözetir	3	4
Etik standartlar piyasadaki haksız rekabeti önler	3	3
Etik standartlar işletmelerin yasal olmayan kazançlarını en aza indirir	4	4
Etik standartları ile otel hizmetlerinin etkileşimi hizmet kalitesini artırır	4	4
Personelin sahip olduğu etik standartların müşteriye yansımaları sonucunda müşteri memnuniyeti artar	4	4

Tablo 2’de görüldüğü gibi önermelere katılım açısından katılımcılar çoğunlukla “katılıyorum ve tamamen katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Ancak, katılımcılar, işletmedeki etik standartların oluşturulması halkla ilişkilerin görevinin olması, eğer etik değerler işletmenin geliri ile ters düşerse dikkate alınmaması, yönetimin karar alırken ahlaki standartları yerine ekonomik faktörleri gözetmesi ve etik standartların piyasadaki haksız rekabeti önlemesi önermelerine “kararsızım” cevabını vermişlerdir. Bu konularda işletmelerin kararlılık içerisinde olduğu söylenebilir.

3.3. Etik Kodların Çalışma Hayatına Katkısı Konusunda Tutumlarının Karşılaştırılmasına İlişkin Hipotez Testleri

Katılımcılara yöneltilen önermelere yaklaşım açısından bir fark olup olmadığının tespiti anket sonuçlarının değerlendirilmesinde büyük bir katkı sağlamaktadır. Veri sıralı veri olduğundan ve iki grup olduğundan bu tespiti parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi ile yapmak mümkündür. Aynı şartlar devam ettiği sürece ikiden daha fazla gruplar arasındaki farklılığı da Kruskal-Wallis Testi ile tespit etmek gerekmektedir.

Mann-Whitney U Testi ve Kruskal-Wallis Testi sıralı verilerin sıra numaralarının ortalamalarının farklı olmadığı sıfır hipotezini değerlendirmektedir. Bu bağlamda etik kodlarının çalışma hayatına katkısının karşılaştırılması için yapılan Mann-Whitney U Testi ve Kruskal-Wallis Testi sonuçları sırasıyla Tablo 3 ve Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 3. Etik Kodlarının Çalışma Hayatına Katkısının Karşılaştırılması İçin Yapılan Mann-Whitney U Testi Tablosu

Hipotez No	Hipotez	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	p (<0,05)
Hipotez 1	H ₀ : Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında cinsiyete göre farklılık yoktur. H ₁ : Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında cinsiyete göre farklılık vardır.	494,5	845,5	-1,215	0,224
Hipotez 6	H ₀ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin etik konusunda danışman istihdam etmesine göre farklılık yoktur. H ₁ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin etik konusunda danışman istihdam etmesine göre farklılık vardır.	373,0	2026,0	-0,757	0,449
Hipotez 7	H ₀ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin etik konularında danışman firmalardan destek alıp almasına göre farklılık yoktur. H ₁ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin etik konularında danışman firmalardan destek alıp almasına göre farklılık vardır.	310,0	2140,0	-0,756	0,449
Hipotez 8	H ₀ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin etik konusunda eğitim programlarının düzenlenip düzenlenmemesine göre farklılık yoktur. H ₁ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin etik konusunda eğitim programlarının düzenlenip düzenlenmemesine göre farklılık vardır.	569,5	1004,5	-0,621	0,535
Hipotez 9	H ₀ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin yazılı etik kodlarına sahip olup olmasına göre farklılık yoktur. H ₁ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında işletmenin yazılı etik kodlarına sahip olup olmasına göre farklılık vardır.	541,5	1244,5	-1,196	0,232

Yukarıda oluşturulan hipotezler için uygulanan Mann-Whitney U Testine göre $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde bütün hipotezlerin "H₀" ı kabul edilmiştir. Başka bir deyişle etik kodlarının çalışma hayatına etkisi, cinsiyete, işletmenin danışman istihdam etmesine, etik konusunda danışman firmadan destek alınmasına, etik konusunda eğitim düzenlemesine ve etik kodlarının yazılı olmasına bağlı değildir.

Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında ikiden fazla grubun arasındaki farklılığı tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis Testinin sonuçları da aşağıda verilmiştir.

Tablo 4. Etik Kodların Çalışma Hayatına Katkısının Karşılaştırılması İçin Yapılan Kruskal-Wallis Testi Tablosu

Hipotez No	Hipotez	Ki-kare	sd	p (<0,05)
Hipotez 2	H ₀ : Etik kodların çalışma hayatına katkılarında yaşa göre farklılık yoktur. H ₁ : Etik kodların çalışma hayatına katkılarında yaşa göre farklılık vardır.	11,813	5	0,037
Hipotez 3	H ₀ :Etik kodların çalışma hayatına katkılarında eğitim durumuna göre farklılık yoktur. H ₁ :Etik kodların çalışma hayatına katkılarında eğitim durumuna göre farklılık vardır.	1,447	2	0,485
Hipotez 4	H ₀ :Etik kodların çalışma hayatına katkılarında unvana göre farklılık yoktur. H ₁ :Etik kodlarının çalışma hayatına katkılarında unvana göre farklılık vardır.	6,540	4	0,162
Hipotez 5	H ₀ :Etik kodların çalışma hayatına katkılarında çalışma yılına göre farklılık yoktur. H ₁ :Etik kodların çalışma hayatına katkılarında çalışma yılına göre farklılık vardır.	4,987	4	0,289

Tablo 4'e göre, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde eğitim, unvan ve deneyime göre etik kodların çalışma hayatına katkısının bir değişiklik arz etmediği söylenebilir. Dolayısıyla Hipotez 3, 4, ve 5 lerin "H₀" ları kabul edilmiştir. Ancak yaşa göre $0,037 < 0,05$ olduğu için yapılan karşılaştırmalar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. İşletmeler etik ve etik kodları konusundaki yapacağı çalışmalardan önce işgörenlerin yaşlarına göre bir düzenlemeyi göz ardı etmemeleri gerekir.

SONUÇ

Elde edilen sonuçlardan, etik kodların otel endüstrisine büyük oranda katkısı olacaktır. Çünkü çalışma hayatını şekillendiren aktörler insanlardır. İnsanda tutum ve davranışların şekillenmesinde ise "etik" önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca etik kodlar, personelin çalışma yaşamında; iyi ve doğru veya kötü ve yanlış ayırmasına yardımcı olmaktadır.

Yapılan araştırmada etik kodların çalışma hayatına katkısı konusunda %73 oranında bir değer bulunmuştur. Elde edilen değer işletmenin sahip olacağı etik kodların işgörenlerin örgütsel davranışlarını da olumlu yönde etkileceğini açıklamaktadır. Ancak işletmelerin etik konusunda yaptığı çalışmalar bu rakamı desteklememektedir. Bu sonuç, işletmelerin etik konusunda yaptıkları çalışmaların yeterli olmadığını ortaya koymaktadır.

Ankete katılanlar, otelde hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin artmasında etik kodların katkısının olduğunu belirtmektedirler. Etik kodların çalışma hayatının katkısının artırılması, kabul edilebilir davranışların minimum özelliklerini ortaya koyarak bütün çalışanlar tarafından benimsenmelidir. Etik kodları kişilere göre değişmemeli, uygulayıcılar değişse de, kodlar değişmemelidir. Bu uygulama işletmede kurumsallığın sağlanmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca etik kodların amaçları ve varılmak istenen sonuçlara ulaştırması için, açık ve basit bir dille çalışanlara aktarılmalıdır.

Stratejik boyutta işletmelerde etik algısının oluşumu maliyet ve zaman kaybı açısından olumsuz etki yaratacağı düşünülebilir. Ancak kısa vadeli heveslerin esiri olmaktansa uzun dönemli çerçevede düşünülerek bu faaliyetlerin yapılması bir fırsata dönüşebilecektir. Birçok araştırmada etik kodların eğitim ile öğretilebileceği savunulurken, bir kısım çalışmada da bunun mümkün olamayacağı iddia edilmektedir. Ancak işletmeler belirli periyotlarla çalışanlarına bu konuda yol gösterici çalışmalar düzenlemelidir.

Etiğin dinamikleri zaman ve kültürdür. Bu dinamiklerdeki değişimlere uyum sağlamak, işletmelerin uluslararası pazarda bir adım önde olmasını sağlayacaktır. Ayrıca etik kodlar toplumdan topluma, sektörden sektöre farklılık göstermektedir. Uluslararası pazarlarda yer edinebilmek için işletmeler bu kodlara önem vererek uygulamaya koymalıdır. Bununla birlikte global çerçevede oluşturulan etik kodlara da uygulamalarında yer vermelidirler.

İşletmelerin yazılı etik kodları kurumsal yönetim ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme işletmenin iç ve dış müşteri memnuniyetini, etkinliğini ve verimliliğini artıracaktır.

KAYNAKÇA

- AKBULUT, Emine Ebru (2000), **Etik Davranış Kuralları ve Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği İçin Öneri**, Yeterlilik Etüdü, Sermaye Piyasası Kurulu, Piyasa Gözetim ve Düzenleme Dairesi, Ankara.
- AKGÜL, A. ve ÇEVİK, O. (2003), **İstatistiksel Analiz Teknikleri “SPSS” te İşletme Yönetimi Uygulamaları**”, Emek Ofset Ltd. Şti., Ankara.
- ARIKAN, Semra (1995), **İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı**, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:13, Ankara.
- ARSLAN, Mahmut (2005), **İş ve Meslek Ahlakı**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- AVŞAR, Zakir (2003), **Medyada Klasik Etik Kodlar Bir İllüzyon mu?**, 1. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi Kitabı, ODTÜ, Ankara.
- BAYRAK KÖK, Sabahat (2006), **Organizasyonel Kurumsallaşmada Bir Değer Boyutu: İş Ahlakının Kurumsallaşması, İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**, Cilt:8, Sayı:1.
- BOLAT, Tamer SEYMEN ve AYTEMİZ, Oya (2003), **Örgütlerde İş Etiğinin Yerleştirilmesinde Dönüşümcü Liderlik Tarzının Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme**, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:6, Sayı:9, Balıkesir.
- BAUMAN, Zygmunt (1998), **Postmodern Etik** (Çev: Alev TÜRKER), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener (2004), **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**, Pegem Yay., 4. Baskı, Ankara.
- EASTWOOD, K., LAMSA, A,- M, SAKKINEN, A, (2005), **About Ethics And Values In Business Education- A Cross- Cultural Perspective**, <http://ejbo.jyu.fi/>.
- ERSEL, Hasan (1998), **Aracıların Kendi İç İşleyişinde ve Müşterileri İle Olan İlişkilerinde Etik Değerler, Türk Sermaye Piyasasında Etik Değerler ve İş Adabına İlişkin Çalışma Kuralları**, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası, Acar Matbaacılık A. Ş., İstanbul.
- KILINÇ, İzzet (2000), **İş Etiği Kapsamında Otel Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Etik Sorumluluklarının İzmir’ de Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Öğrenimi Gören Öğrencilerin Bakış Açuları İle Değerlendirilmesi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 3, İzmir.
- LUKES, Steven (1998), **Marksizm ve Ahlâk**, Çev: Osman Akınhay, Ayrıntı Yayınları, Birinci Basım, İstanbul.
- ÖZDOĞAN, F. Bahar (2007), **Pazarlamada Tüketim ve Tüketici Ahlakı**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- ÖZKALP, E. ve KIREL, Ç. (2001), **Örgütsel Davranış**, Etam A.Ş. Matbaa Tesisleri, Eskişehir.

- ÖZTÜRK, Namık Kemal (2001), *Yolsuzluklarla Mücadelede İtalya' dan Ders Alınabilir mi?*, **Amme İdare Dergisi**, Cilt: 34 Sayı:1, Ankara.
- ÖZTÜRK, Namık Kemal (1999), *Kamu ve Özel Yönetim Etiği: Benzerlikler ve Farklılıklar*, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt: 32 Sayı:2, Ankara.
- PEHLİVAN, İnyet (1998), **Yönetmel Mesleki ve Örgütsel Etik**, Pegem Yayıncılık, 1. Basım, Ankara.
- PIEPER, Annemarie (1999), **Etiğe Giriş**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- POST, J. E., LAWRENCE, A. T., WEBER, J. (1999), **Business And Society Corporate Strategy, Public Policy, Ethics**, Ninth Edition, McGraw- Hill, India.
- SOLOMON, Robert C. (1984), **Ethics**, McGraw- Hill Pub. Com., New York.
- SUCU, Yaşar (2003), *Yönetim ve Etik*, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 11. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi**, Afyon.
- TENGİLİMOĞLU, D.ve TAHTASAKAL, M. (2004), *Büro Etik Kuralları ve Büroda Yaşanan Cinsel Taciz Olaylarının Cinsiyete Göre Algılama Biçimi: Bir Alan Araştırması*, **Gazi Üni.Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:15, Ankara.
- TIERNEY, Elizabeth P. (1997), **İş Ahlakı Yöneticiler İçin Bir Rehber**, 1. Basım, Rota Yayın, İstanbul.
- TORLAK, Ömer(2006), **Pazarlama Ahlakı**, Beta Basım A.Ş., 3. Baskı, İstanbul.
- URAL, Tülin (2000), **Pazarlama Yöneticilerinin Etiksel Karar Sürecini Etkileyen Değişkenler Üzerine Bir Araştırma**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi, Adana.
- Websters' Third New International Dictionary (1993) Merriam Webster Inc., Massachusetts.