



Yerli Zincir Otellerin İK Sayfalarındaki Etik Değerlerin Analizi

Analysis of Ethical Values in the HR Pages of Local Chain Hotels

Doktora Öğrencisi Gözde KUMAŞ¹, Doç. Dr. Hatice GÜÇLÜ NERGİZ², Doç. Dr. Bilsen BİLGİLİ³

Öz

Bu çalışmada, yerli zincir otellerin belirledikleri etik değerlerinin örgütsel veya kişisel açılarından ne şekilde ele alındıklarını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, yerli zincir otellerin web sitelerinde yer alan bilgiler incelenmiştir. Araştırma nitel yaklaşım ile tasarlanarak, verilerin analizinde "İçerik Analizi" yöntemi uygulanmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda etik kodlar belirlenmiştir. Belirlenen etik kodlar; örgüt ilişkileri ve kişisel beceriler olmak üzere iki ana temada ele alınmış ve her biri beşer alt temaya ayrılmıştır. Örgüt ilişkileri ana teması altında; mükemmeliyeti arama, başkalarına yardım, adalet, şeffaflık ve empati alt temaları bulunurken, kişisel beceriler ana teması altında ise; saygı, dürüstlük, şefkat, sözünde durmak ve mesleki yeterlilik alt temaları bulunmaktadır. Yapılan içerik analizi sonucunda 41 işletmenin 6 tanesinde hiçbir etik kod bulunamamıştır. Ulaşılan sonuçlara göre; örgüt ilişkileri ana teması altındaki etik değerlerin kişisel etik değerlere göre daha fazla önemsendiği tespit edilmiştir. Mesleki anlamda yeterliliğe ve hizmette mükemmeliyeti arama davranışına verilen önemin yerli zincir otel işletmeleri tarafından en fazla önemsenen etik değerler olduğu tespit edilmiştir. Kişilik özelliği olarak değerlendirilebilen sözünde durma davranışı ise işletmeler için en az önemsenen etik değer olarak tespit edilmiştir. Zincir oteller tarafından mesleki yeterliliğin en fazla önemsenen etik değer olarak görüldüğünün tespiti, Küresel Etik İlkeler Bildirgesi'nin 6.ve 9. maddelerinde bahsedilen konular ile de örtüşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerli zincir oteller, etik değerler, web siteleri, turizm

Makale Türü: Araştırma

Abstract

This study, it's aimed to determine how the ethical values determined by the local chain hotels are handled from an organizational or personal perspective. For this purpose, the information on the websites of local chain hotels was examined. The research was designed with a qualitative approach and the "Content Analysis" method was applied in the analysis of the data. Ethical codes were determined with the literature review. The determined ethical codes were handled under two main themes, organizational relations and personal skills, and each of them was divided into five sub-themes. There're seeking excellence, helping others, justice, transparency, empathy under the main theme of organizational relations and respect, honesty, compassion, keeping promises, professional competence under the main theme of personal skills. Result of the content analysis, ethical codes weren't found in 6 of 41 businesses. In results; ethical values within the scope of organizational relations are foremost than personal ethical values. The importance given to professional competence and the behavior seeking excellence in service was the foremost ethical values for businesses. Keeping promises, which is personality trait, was the least important ethical value for businesses. Professional competence, which is important for chain hotels, coincides with the issues in the 6th and 9th articles of the Global Ethical Principles Declaration.

Keywords: Local chain hotels, ethical values, websites, tourism

Paper Type: Research

¹Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 206247012@kocaeli.edu.tr

²Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

³Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, bilsen.bilgili@kocaeli.edu.tr

Giriş

Turizm sektöründe yer alan işletmelerde çok farklı kültürlere ve düşünce yapısına sahip bir çok çalışan, yönetici ve ziyaretçi aynı ortamı paylaşmaktadır. İşletmelerin hem çalışan memnuniyeti hem de müşteri memnuniyetini sağlayarak pazarda yer alan diğer işletmeler ile rekabet edebilmek ve fark yaratabilmek için belirli etik kurallar çerçevesinde çalışmalar yürütmeleri gerekmektedir. Otel işletmelerinin bir çok farklı kültürden insanı aynı çatı altında barındırması farklı kültür ve değerlere sahip bireylerin aynı çalışma ortamında bulunmaları ve örgüt çatısı altında birlikte rol alarak müşteri memnuniyeti sağlama çabaları işletmelerin etik değerlerinin belirlenmesinin önemini ortaya çıkarmaktadır.

Etik, turizm sektöründe başarıya ulaşabilmek ve rekabet edebilmek için turizm sektörü çalışanları ve yöneticileri tarafından dikkat edilmesi gereken en önemli konulardan biridir. Özellikle son yıllarda turizmde meydana gelen sorunların en önemli nedenlerinden biri de etik olmayan yönetim şeklidir (İpar ve Esmer, 2015, s.478). Çalışma yaşamında etik değerlere sahip bireylerin varlığı işletmede etik bir ortamın sağlanabilmesi açısından gün geçtikçe daha da önemli hale gelmiştir. Bu ortamı yaratabilmek için öncelikli görev ise yöneticilere düşmektedir (Erol ve Göktaş Kulualp, 2019, s.695).

Turizm alanındaki etik değerlerden bahsederken daha geniş çerçeveden bakarak işletmelerin etik değerlere olan uyumunu da ele almak faydalı olacaktır. İşletmeler, çalışanlarının verimliliğini ve performanslarını artırmak, işletme içerisinde huzur ortamının devamlılığını sağlamak amacıyla çalışanlarda bir takım etik değerlerin benimsenmesini talep etmektedirler. Diğer yandan işletmeler hizmet ettiği topluma ve bulunduğu çevreye karşı ideal standartlar çerçevesinde kalarak hizmetlerini sürdürdüğü takdirde de rekabet avantajı sağlayarak işletme içerisinde huzurlu ve başarılı bir çalışma ortamı sağlanmış olacaktır. Böylece, etik değerlerin sürdürülebilirliği maksimum seviyeye çıkarılacaktır. Turizm endüstrisinde hizmet veren işletmeler açısından etik değerlerin belirlenmesi kapsamında, Dünya Turizm Örgütü'nün, Santiago-Şili'de gerçekleştirdiği 13. Genel Kurulu'nda, turizmin topluma ve çevreye olan olumsuz etkilerini azaltmak, dünya turizminin sürdürülebilir gelişimi için gerekli olan unsurları belirleyebilmek için, 1 Ekim 1999'da, Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi kabul edilmiştir. Bu bildirmede yer alan ana maddeler aşağıdaki gibidir (UNWTO, 2022):

- 1.madde: Turizmin Toplumlararası Karşılıklı Anlayışa Katkısı
- 2.madde: Turizmin Bireysel ve Kollektif Yönleri
- 3.madde: Sürdürülebilir Gelişmenin Unsuru Olarak Turizm
- 4.madde: Kültürel Mirası Kullanan ve Zenginleştiren Unsur Olarak Turizm
- 5.madde: Ülke ve Toplumların Refahını Artıran Bir Faaliyet Olarak Turizm
- 6.madde: Turizmin Geliştirilmesinde Tarafların Yükümlülükleri
- 7.madde: Turizme Katılma Hakkı
- 8.madde: Turizm Hareketinde Özgürlük
- 9.madde: Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları
- 10.madde: Turizmde Global Etik İlkelerin Uygulanması

Yukarıda yer alan maddeler genel anlamda, bireylerin turizm hareketi içerisinde özgürce karşılıklı hakları gözeterek hareket etmesini, turizm etkinliğinin sosyal, kültürel ve fiziksel çevreye olan faydalarının en üst seviyeye çıkarılarak muhtemel zararlarının en aza indirilmesi ve turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmaktadır. Bu ilkelerin uygulanabilmesi için de turizm alanında faaliyette bulunan kişiler ve kurumlar tarafından ilkelerin bilinmesi ve özümsemesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, otel işletmelerinde işletme politikalarında önem verilen etik değerlerin örgüt ilişkileri veya kişisel beceriler düzeyinde olup olmadığını web sayfasındaki bilgiler aracılığı ile incelenmesidir. Ayrıca çalışma kapsamında işletme politikasında vurgulanan etik değerleri web sayfasındaki bilgilere dayanarak tespit ederek, çevrim içi bilgiler üzerinde uygulanabilecek bir analiz yöntemi önerilmektedir. Böylece otel işletmelerinde etik değerlerin boyutlarının ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Araştırma; etik değerlerin yönetimi kapsamında yönetim faaliyetlerinde dikkate alınabilecek önerilerde sunmaktadır. Çalışmada elde edilen bulguların Dünya Turizm Örgütü Küresel Etik Kodlar kapsamında da analiz edilmesi ile Türkiye’de yerli zincire bağlı olan otel işletmelerinin bu kodlar kapsamındaki durumunu da ortaya koyarak, alınması gereken önlemler ve eksik yönler var ise bu açıdan da yol gösterici olacaktır.

Bu çalışmada, otel işletmelerinin işletme politikası kapsamında önem verdikleri etik değerlerin neler olduğunun belirlenmesi ve bu etik değerlerin örgüt ilişkileri veya kişisel beceriler olmak üzere hangi açıdan daha çok önemsendiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma bu doğrultuda otel işletmelerinde müşterilerle temas halindeki çalışanların işletme politikaları gereğince kendilerine yansıtılan etik değerler doğrultusunda, etik değerlere hassasiyet gösterecekleri düşüncesi üzerine kurulmuştur. Örgütün işletme politikası kapsamında önem verdiği etik değerlerin örgüt ilişkileri veya kişisel beceriler düzeyinde olup olmadığını belirlenmesi hedeflenmektedir. Bu etik değerlerin aynı zamanda Dünya Turizm Örgütü Küresel Etik Kodlar ile uyumlulukları kuramsal yaklaşımlar ve kavramsal açıklamalarla araştırılarak incelenmektedir.

1. Kuramsal Çerçeve

1.1. Konaklama İşletmelerinde Grup ve Zincir Yapılanması

Yoğun rekabet ortamı konaklama işletmelerinin ulusal ve uluslararası turizm pazarında uzun vadede ayakta kalabilmelerini ve rekabet avantajlarını korumalarını zor hale getirmektedir. Bu durum işletmelerin belirli stratejiler yardımıyla geleceklerini planlamalarını zorunlu hale getirmektedir. Bu doğrultuda konaklama işletmelerinin büyüme stratejileri grup ve zincir yapılanması yoluna gitmelerini içerebilmektedir. Yoğun büyüme türlerinden bir olan “pazar geliştirme” stratejisi, konaklama işletmelerinin zincir yapılanma ile büyümelerini ifade etmektedir (Tse ve West, 1992). Konaklama işletmeleri; birden fazla büyüme stratejisi, franchising yöntemi ve yönetim anlaşması gibi farklı stratejilerle büyüme yoluna gidebilmektedir. Zincir işletmelerin büyüme politikaları “iç pazarda büyüme” ve “uluslararası pazarda büyüme” olarak iki grupta incelenebilmektedir (Beattie, 1991). Konaklama işletmelerinin büyüme stratejileri yerli zincir oteller açısından satışları artırma ile ilgili iken yabancı zincir oteller için coğrafi çeşitlendirme sağlanması ve dünya çapında bilinen bir marka olma isteği olabilmektedir (Yu, 1999). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in (25852 sayılı, 21/06/2005 tarihli Resmi Gazete), 47. maddesine göre konaklama işletmelerinin zincir olma özelliği taşıyabilmeleri için a, b ve c bendlerinde ilgili açıklamalar yer almaktadır. Yönetmeliğin (a) bendine göre; Bakanlık tarafından uygun görülen bir güzergah üzerinde bulunan işletmelerin çeşitli turizm faaliyetlerini sunan ve ziyaretçilerin buralardan faydalanabildiği en az üç farklı noktada yer alan işletmeler zincir işletmeler olarak ifade edilmektedir. (b) bendine göre; aynı yönetmelikte yer alan ve müstakil olarak belgelendirilen işletmelerden birinin yada pazarlama ve satış işletmelerinin aynı işletmecilik anlayışı ile en az üç farklı yerde hizmet vermesi de işletmelere zincir olma özelliği sunmaktadır. (c) bendine göre ise; tahsis edilmiş birden fazla arazi üzerinde zincir otel olarak hizmet veren işletmelerdir. Bu işletmelerin aynı yönetmelikte müstakil olarak belgelendirilen işletmelerden olmaları şartı aranmaktadır (Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete, 2022).

Ulusal veya uluslararası anlamda zincir oteller daha iyi hizmet verebilmek, rekabet avantajı sağlayabilmek aynı zamanda müşteri memnuniyetini sağlayabilmek ve güçlü bir kurumsal kimlik kazanabilmek için bir takım etik değerlere sahip olmaları gerekmektedir. Bu

etik değerler otel işletmelerinin bünyesinde çalışan çalışanları kuruma bağlayan, onları güvende hissettiren, verimlilik ve performanslarını artıran tetikleyici unsurlar olabileceği gibi işletmeleri genel anlamda vazgeçilmez kılan ve rekabet avantajı sağlayan bir takım gelişmelere de sebep olabilmektedir. Bu noktadan hareketle işletmeler etik değerleri hem çalışanlarını hem işletmenin genel kimliğini hem de müşteri memnuniyetini düşünerek şekillendirmelidirler.

Literatürde zincir otel işletmelerine dair turizm alanında yapılan çalışmalara bakıldığında; Eryılmaz (2020)'in Türkiye'de faaliyette bulunan zincir otellerin Covid-19 bilgilendirmelerini incelediği çalışmasında yerli ve yabancı zincir otellerin çoğunluğunun, rezervasyon iptal ve değişiklikler ve hijyen ile ilgili web sayfalarından bilgilendirme yaptıkları tespit edilmiştir. Kılıç ve Uslu (2019) üretim ve imalat işletmelerinin rekabet avantajı sağlayabilmeleri için Porter'in geliştirdiği model ve jenerik stratejilerinin İstanbul'daki yerli ve yabancı zincir otel işletmelerindeki uygulanabilirliğini araştırmıştır. Bu çalışmaya göre zincir otellerin rekabet üstünlüğü elde edebilmeleri için müşterilerin ihtiyaçlarına rakiplerinden önce cevap verebilecek durumda olmaları gerektiği belirtilmektedir. Aynı zamanda, buldukları pazarda maliyet lideri konumuna ulaşmalarının da işletmelere rekabet avantajı sağlayacağı belirtilmektedir. Kırlar Can ve diğerleri (2017) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren yerli zincir otel işletmelerinin mobil uygulamaları kullanma durumları, içerik ve özelliklerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmaya göre işletmelerin mobil uygulamalarda çoğunlukla iletişim bilgilerini sunarken, odalara ait görseller, yeme - içme fotoğraf galerisi gibi kategorilere de yer verildiği tespit edilmiş olup, bu özelliklerin işletmeler için rekabet üstünlüğü ve marka sadakati sağlayacağı belirtilmiştir. Can (2013) tarafından zincir otellerin kurumsal sosyal sorumluluk bağlamındaki projelerinin değerlendirilmesine dair yapılan çalışmaya göre; kurumsal sosyal sorumluluk konusunda ilgililerin yeterli bilgisi olmadığı, kısa vadeli planlar yapıldığı, sürdürülebilir projeler üretilmediği, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin ek maliyet olarak görüldüğü ve bu faaliyetlerin genellikle markalaşma ve reklam niyetiyle yapıldığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmacı tarafından iki büyük zincir otelin çalışmaya konu olmak istemeyerek görüşmeleri reddetmesi ile işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki bilinç düzeylerine dair yaratmış oldukları olumsuz imaj tartışmaya değer bulunmuştur. Çakır (2010) tarafından İstanbul'daki beş yıldızlı zincir otel işletmelerinde mutfak bölümünde çalışan personellerin eğitim süreçlerinin incelendiği çalışmaya göre; mutfak eğitimine gerekli özenin gösterilmediği ve personel eğitim sürecinin etkin bir planlamadan yoksun olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Pelit ve Türkmen (2008) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren en büyük iki yerli ve yabancı zincir otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin tükenmişlik düzeyleri araştırılmış ve bu araştırmaya göre duygusal tükenme, kişisel başarı ve duyarsızlaşma en yüksek tükenmişlik algıları olarak tespit edilmiştir. Emeksiz (2000) tarafından yapılan çalışmada beş yıldızlı uluslararası zincir bir otelin dışsal bilgi sistemleri yoluyla mevcut iletişiminin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada içsel bilgi sistemlerinin kalitesinin artırılmasıyla hizmet kalitesi ve kar da artış olacağı öne sürülürken, dışsal bilgi sistemlerinin etkili kullanımının ise tam rekabetin hakim olduğu pazarlarda işletmelere rekabet gücü katacağı vurgulanmaktadır. Çalışmada genel olarak içsel ve dışsal bilgi sistemlerinin kullanımının artırılmasının işletmeler için avantajlı olacağı ifade edilmektedir.

Turizm literatüründen sunulan örneklere bakıldığında zincir otel işletmelerine dair yapılan çalışmalarda kurumsal sosyal sorumluluk, personel eğitimi, çalışan psikolojisi, rekabet üstünlüğü sağlama yolları, Covid-19 pandemi dönemine uyum, bilgi sistemleri ve mobil uygulama kullanımı gibi özellikle zincir oteller için yoğun rekabetin hakim olduğu piyasalarda varlık göstermeleri gereken işletmelere değer ve rekabet gücü katacak olan konuların ele alındığı görülmektedir. Ele alınan konular hem personeller açısından hem de işletmenin geleceğinden büyük oranda sorumlu olan yöneticiler açısından; personel eğitiminin yetersizliği, kurumsal sosyal sorumluluk bilincinde eksiklik, personelin psikolojik sorunları gibi konularda bir takım dezavantajları da ortaya koymaktadır.

Örnekleri sunulan farklı araştırmalarda ortaya koyulan eksikliklerin, bu araştırmanın da konusu olan etik değerler ile bağdaştığı söylenebilmektedir. İlgili konularda yaşanan sorunlar otel işletmelerinde etik değerlere olan gerekliliği ortaya koymaktadır. İşletmelerde köklü bir etik iklim oluşturarak, tüm çalışanlara benimsetilebilen etik değerlerin varlığı; rekabet gücü, işletmeye bağlılık ve müşteri memnuniyetine büyük katkı sağlayacaktır. Ayrıca ekonomi, siyaset ve sağlık konularında yaşanan değişimler işletmelerin dış çevresinde meydana gelen ve müdahale edilmesi mümkün olmayan konular olarak görülebilmektedir. Ancak dış çevrede yaşanan bu değişimler işletmelerin uzun dönemli stratejik planları dahilinde her zaman göz önünde bulundurması gereken ve belirli düzeyde önlem alınabilmesi mümkün olabilen değişimlerdir. Bu duruma örnek olan Covid-19 salgınında, işletmelerin yeni düzene uyum konusunda yapmış oldukları değişimin web sayfalarında rezervasyon iptali ve değişikliği ile hijyen konularında sınırlı kalmış olması, işletmelerin kısa ve uzun dönemli hedeflerinde etik değerler bağlamında köklü ve kapsamlı bir değişiklik yapılmamış olması dikkat çekmektedir.

1.2. Etik Kavramı

Etik kelimesi, Yunanca'da karakter anlamına gelen 'ethos' sözcüğünden türetilmiştir. Ethos kelimesi aynı zamanda İlkçağ Yunan felsefesinde karakter (kişilik) ve adet (alışkanlık) anlamlarında da kullanılmıştır. Ayrıca tarih boyunca bir çok düşünür tarafından çeşitli yaklaşımlar yardımıyla açıklanmaya çalışılan bir kavram haline gelmiştir (Akoğlan Kozak ve Güçlü, 2006, s.21). İnsan davranışlarına yönelik bir takım ilkeler sunmak adına Sokrates, Platon ve Aristo gibi düşünürlerin zamanından beri teoriler geliştirilmiştir (Brickley vd., 2002, s.1822).

Aristo'ya göre etik kavramı günlük yaşamda gerçekleştirilen yararlı ve başarılı sonuçlar doğuran davranışların keşfedilmesi şeklinde, öznel yaşam kapsamında ele alınmaktadır (Daly ve Mattila, 2000). Başka bir tanımda; fayda, zarar, iyi, kötü, doğru, yanlış gibi kavramlar, bireysel anlamda ve grup içerisindeki davranış ilişkilerinde neyin iyi veya kötü olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler ve standartlar çerçevesinde bir bütün olarak görülüp etiğin örgütsel açıdan ele alınış biçimi ifade edilmektedir (Hatcher, 2004, s.358). Genel anlamda ise etik kavramı; tıp, hukuk, siyaset, yönetim ve mimari gibi hayatın içerisinde yer alan tüm disiplinlerde, kesin bir tanımının yapılması zor olan kavramlardan biri olduğu söylenebilmektedir (Kırılmaz ve Kılıç Kırılmaz, 2014, s.35). Kişilerin veya kurumların özgürce yaptıkları seçimler sonucunda karşı tarafa olumlu ya da olumsuz şekilde yansıyan her türlü davranış etik kapsamında yer almaktadır. Bu anlamda karşılıklı ilişkilerde hakların korunması, getiriler kadar maliyetlerin de gözetilerek eşitlikçi bir yaklaşımın benimsenmesi etik anlayışa uygun olacaktır (Akan, 2007, s.17). Etik, hem ahlaki davranış ve tutumların betimlenmesi ve çözümlenmesini sağlayıp, hem de ahlak temelinde davranma zorunluluğunu yönetsel açıdan temellendirerek karmaşık ahlaki eylem alanını kavramsallaştırmaktadır. Böylece bireylerin etik olgusunu anlamlandırmasını sağlamaktadır (Pieper, 2012, s.21).

Bireylerin davranışlarının değerlendirilmesinde ve davranışların iyi veya kötü olmak üzere sınıflandırılabilmesi noktasında etik karar alma süreçlerinde teleolojik, deontolojik ve erdem etiği teorilerinin farklı bakış açılarından yola çıkılarak değerlendirmeler yapılabilmektedir (Alkan, 2018; Kurtoglu, 2008). Teleolojik etik; etik karar vermede doğru veya yanlış olabilen eylemlerin sonuçlarına odaklanmaktadır. Bir eylemin sonucu iyi olarak değerlendirilebiliyorsa etik olarak doğru, kötü olarak değerlendirilebiliyorsa etik olarak yanlıştır (Pops, 2000, s.195). Bu doğrultuda teleolojik yaklaşım sonuççu yaklaşım olarak da ifade edilmektedir (Cevizci, 2002, s.15). Bireyin ahlaki olarak doğru, yanlış yada mecburi gibi durumlarında olması ahlakla ilişkili olmayan durumlara bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Frankena, 1988, s.14). Bu yaklaşımın en bilinen taraftarları mutçu anlayış denilen Sokrates, Platon, Aristoteles ve Epikuros'tan oluşan filozoflar ve faydacılar denilen Jeremy Bentham ve John Stuart Mill'in temsilcisi olduğu filozoflardır (Pieper, 2012, s.224).

Deontolojik yaklaşım sonuçlardan ziyade doğru eylem üzerine odaklanmaktadır. Teleolojik yaklaşımın iddialarını reddetmektedir. Teleolojistler, ahlakın dışında kalan şeylerin

tek bir doğrusu olduğunu söylerken, deontolistler ise birden fazla doğrunun olabileceğini söylemektedirler. Deontolojik yaklaşımda, bireylerin belli davranışların ya da insanların ahlaki veya ahlaki olmayan şeklinde yargılanmasında sonuçların dikkate alınmaması gerektiğini en önemli savunmadır (Frankena, 1988, s.15). Onlara göre bireyler sonuçları ne olursa olsun tanrının koyduğu emirleri kabullenmek zorundadırlar (Thiroux, 1998, s.56).

Erdem etiği, kişilerin karakterlerini, bireysel ve objektif özellik sahibi olarak tanımlamaktadır. Erdem etiği Deontolojik etik anlayışta vurgulanan iyi ve doğru kavramlarından gelir ve fayda kavramını ön planda tutmaktadır. David Solomon'un 1997'de ortaya koyduğu çalışmasında erdem etiğini üç farklı gruba ayırmaktadır; erdem kavramını ön planda tutan düşünürlerin ahlaki akımlara ve yapılan eleştirileri göz ardı etmeleri, bir ahlak teorisinde erdemi içine alan kısmın bulunması gerektiği ve ahlak teorisinde olduğu gibi yalnızca eylemin doğruluğunu veya sonucunu değerlendirmek yerine, insanı her yönüyle bir bütün olarak değerlendirmesi gerektiğidir (Bilici, 2008, s.71-80).

1.3. Etik Değerler

İşletmeler tarafından örgüt içerisinde belirli bir düzen oluşturmak amacıyla benimsenen etik ilkeler, bir işin yapılabilmesi için belirlenmiş standartlar çerçevesinde kabul edilebilir davranışların minimum seviyedeki özelliklerini ifade etmektedir (Öztürk, 1998, s.83). Bir çok farklı alanda etik değerler belirlenebilmektedir. Kamu alanında ele alınan etik değerler; onur, yardımseverlik, sorumluluk sahibi olmak ve adalet (Öztürk, 1998, s.82), spor alanında belirlenen etik değerler; eşitlik, erdemlilik, saygı ve sorumluluk (Öngel, 1997, s.73-74), öğretiler açısından etik değerler arasında; başarı, başatlık, sebat, düzen, duyguları anlama, şefkat gösterme, yakınlık gibi ifadeler öne çıkmaktadır (Gündüz ve Coşkun, 2012, s.20), sağlık alanında etik değerler ; yarar sağlama, özerk olma ve başkalarının özerkliğine saygı gösterme, adil olma, yaşama saygı duyma, aydınlatma, sır saklama, mahremiyete saygı gösterme, dürüstlük, özgecilik, ayrımcılıktan kaçınma, dayanışma ve ihtisasa saygı duyma (Yıldırım ve Kadioğlu, 2007, s.79) ile doğru tercih yapma, doğru tedavi ve bakım, hasta ve yakınları ile etkili iletişim (Kırılmaz ve Kılıç Kırılmaz, 2014, s.40), bilişim teknolojileri alanında etik değerler; güvenlik, sanal paylaşma, doğruluk-dürüstlük, sanal ortam işbirliği, telif haklarına saygı, düşünceye saygı, sanal yardımseverlik, sanal ortam işbirliği, sanal ahlak ve sanal zorbalık (Çelik ve Gündoğdu, 2019, s.338) muhasebe alanındaki etik değerler; dürüstlük, tarafsızlık, gizlilik, mesleki yeterlilik ve özen ile mesleki mesleki davranış kavramları öne çıkmaktadır (Sakarya ve Kara, 2010, s.62). Farklı çalışma alanlarında öne çıkan etik değerlere bakıldığında birbirine yakın unsurların etik kapsamda ele alındığı görülmektedir. Öyle ki insanın bulunduğu her çalışma alanında saygı, dürüstlük, güven gibi tutumların hem bireylerde içselleştirilmesinin hem de çalışma anlayışına yansıtılmasının beklenmesi kaçınılmazdır.

Bir örgütte kabul edilmiş etik değerler o örgütte yer alan bireylerin davranışlarına da yansımaktadır (Key, 1999, s.217). Bu noktadan hareketle turizm endüstrisinde henüz yer almamış olan turizm öğrencilerinin de etik değerlere bakışı çalışma hayatı içerisindeki düzenin ve karşılıklı etkili iletişimin hatta işletmelere sağlanacak başarının da temel anahtarı olması açısından büyük önem taşımaktadır. Turizm alanında eğitim alan üniversiteli öğrencilerin etik değerlere bakış açısına yönelik yapılan bir araştırmada turizmde daha önce deneyimi olmayan öğrencilerin, deneyimi olan öğrencilere göre etik dışı unsurlara karşı daha hassas oldukları belirlenmiştir. Bu durum özellikle turizme yeni katılacak öğrencilerin etik ikilemleri nasıl değerlendirdiklerinin belirlenmesi açısından önem taşımaktadır (Aslan ve Kozak, 2006). Dolayısıyla turizm işletmelerinin etik ilkelere bağlı olarak yönetilmesi, etik değerlerin bilinmesi ve benimsenmesi yapılan işlerden alınan faydayı maksimum seviyeye çıkaracak, işletme içerisindeki huzuru ve refahı artıracaktır.

Turizm alanında ulusal ve uluslararası literatürde etik değerlerle ilgili yapılan çalışmalarda öne çıkan sonuçlar incelendiğinde konunun farklı açılardan ele alındığı görülmektedir. Otel işletmelerinde örgütsel etik değerler ve etik davranışın, örgütsel bağlılığa ve

iş tatminine etkisi ile ilgili yapılan bir araştırmada ele alınan örgütsel etik değerler; dürüstlük, saygı, sorumluluk, süreç, ilgi ve vatandaşlık kavramlarıdır. İşgörenlerin işletme sorunlarını kendi sorunları gibi algılaması, işini severek yapması, işinden memnun olması gibi tutumları ile örgütsel etik değerlerin iş tatminine olumlu etki yarattığı ortaya çıkmıştır (Çatır, 2019, s.68). Turizm işletmelerinde etik değerler ve örgütsel bağlılık ilişkisi üzerine yapılan bir araştırmada kullanılan ölçekte yer alan bireysel etik değerler; sorumluluk almak, kendinden memnun olup kendine iyi bakmak, amaçlara ulaşmaya çalışmak ve adil davranmak şeklindedir (Erkol Bayram, 2018). Turizm faaliyetinin bir çok kültürü aynı çatı altında barındırması, farklı değerlere ve beklentilere sahip bireylere ev sahipliği yapması açısından sahip olunması gereken etik değerlerin; birey ve kuruluşların karşılıklı haklarının korunması, adil paylaşım, güven, refah ve sürdürülebilirlik şeklinde ifade edilirken, işletme içerisinde etik çerçevenin korunması sağlayacak olan bu değerlerin yalnızca yazılı olarak kalmasının beklenen faydayı sağlamayacağı ileri sürülmektedir (Akan, 2007, s.18). Bir başka çalışmada temel etik değerler; dürüstlük, doğruluk, sözünde durmak (vaad), sadakat (bağlılık), adalet, başkalarına yardım etmek, başkalarına saygı göstermek, mükemmeliyeti aramak ve sorumluluk kavramları olmak üzere 9 başlık altında toplanmıştır (Akoğlan Kozak ve Güçlü, 2006, s.33-39). Vallen ve Casado (2000) tarafından büyük ölçekli otellerin genel müdürlerine yönelik yapılan çalışmada, yöneticilerin etik ile ilgili konulara dair algılamalarını sıralamaları istenmiştir. Çalışma sonucunda genel müdürlerin kişisel etik hassasiyetlerinin diğer otel çalışanlarından daha yüksek olduğunu belirtmeleri dikkat çeken bulgular arasındadır. Ayrıca, katılımcılar etik değerleri; önem derecesi (liderlik, sorumluluk, mükemmel hizmet verme ve dürüstlük) ve ihlal edilme sıklığı (sorumluluk, mükemmel hizmet verme ve herkese saygı gösterme) olarak iki grupta sınıflandırmışlardır. Ayrıca bu çalışmada yöneticilerin ve çalışanların etik kuralları ihlâl etmelerinin işletme için yıllık ortalama maliyetinin 102.000 dolar olduğu da belirtilmektedir.

1.3.1. Örgütsel Boyut Açısından Etik Değerler

İşletmelerde örgütsel boyut kapsamında mükemmeliyeti arama, başkalarına yardım etmek, adil bir ortamın varlığı, yapılan işlerde şeffaflığın sağlanması ve empati yeteneği ele alınacaktır.

Mükemmeliyeti Arama: Patcht (1984)'de mükemmeliyetçiliği; “insanların başka kişiler tarafından olumlu özellikleri ile tanımlanmak için çaba sarf etmeleri” şeklinde ele almıştır. Roedell (1984) ise mükemmeliyetçiliğin kişilerin hedeflerine ulaşma süreçlerinde olumlu veya olumsuz sonuçlar doğurabileceğini belirtmiştir. Bu noktadan hareketle mükemmeliyetçi bir yaklaşım ile kusursuz işlerin ortaya çıkması mümkünken diğer yandan da bireylerde baskı oluşturarak yoğun stres yaşanmasına sebebiyet verebileceğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla yapılan işlerde mükemmel yakını arama konusunda daha dengeli bir beklenti içerisinde olmanın daha faydalı olacağı söylenebilmektedir.

Başkalarına Yardım: Sorumluluk sahibi olmak, verilen görevlerin istendiği şekilde yerine getirilmesi için elinden gelenin yapılması olarak ifade edilmesi mümkündür (Aydın, 2001, s.51). Sorumluluk kavramını açıklarken, kişinin hem kendisine karşı hem de etrafında bulunan tüm insanlara karşı yerine getirmesi gereken yükümlülüklerin tamamı da dahil edilebilmektedir. Sorumluluk bilincinin esasen toplumsal yapı içinde şekillendiğini de göz ardı etmemek gerekmektedir (Yaşar, 2007, s.43). Dolayısıyla başkalarına yardım etme, görev paylaşımında bulunma, daha iyi olunan bir alanda takım arkadaşının elinden tutmak, organize olabilmek ve biz anlayışına sahip olabilmek otel işletmelerinde çalışanlar için avantaj sağlayacak olan bilinç durumlarından biridir.

Adalet: Adalet kavramı; tarafsız olabilmek ve açık fikirli olmak, hataları kabul etmek, gerekli durumlarda pozisyon ve inançları değiştirebilmek, kurallara bağlı olmak, herkese karşı eşit davranmak gibi davranışları barındırmaktadır. Diğer yandan başkalarının hatalarından veya eksikliklerinden kendine çıkar sağlamamak da adil olabilmenin gerekliliklerindedir (Özkalp ve Kirel, 2010, s.511). İşletme içerisindeki her çalışanın eşit haklara sahip olması öğüt

bütünlüğünü sağlayan ve örgütün kültürünün çalışanlar tarafından benimsenmesini sağlayacaktır. Çalışanlara eşit tatil hakkı, eşit işe eşit ücretin verilmesi, hakların korunması, çalışan performansının artması için de önemli yere sahiptir. Adalet temelli etik kuramını benimseyen ahlak düşünürleri ise, gerçekleştirilen bir davranış toplumun geniş bir kesimine yarar sağlasa da, bazı bireyler için adaletsiz bir durum meydana geliyorsa, bu durumda davranışı genelde dikkate almazlar (Kırel, 2000, s.39).

Şeffaflık: Açıklık ilkesi, yönetimin işlem ve eylemlerinin dış denetime karşı sorumluluğunu gerektirmektedir. Şeffaflık ise, yapılan eylem ve işlemlere yakından bakıldığında dış denetimler tarafından bütün ayrıntılarıyla tamamen görülebilmesini açıklamaktadır (Balcı, 2005, s.26). Açıklık ve saydamlığı sağlamak için çaba sarf etmek, bilgi edinme hakkının hızlı ve doğru bir şekilde kişilere tanınmasını da sağlamaktadır (Soykan, 2007, s.65).

Empati: Egoist tavırların hakim olduğu bir örgüt ortamında belirlenen normlar, yalnızca kişisel kazanımlara odaklanmayı ve yalnızca onları talep etmeyi ve yalnızca onlarla motive olmayı mümkün kılar. Bu koşullar altında bencil bir yaklaşımda bulunan çalışanların örgüte olan bağlılığının gelişmesine olumlu yönde katkıda bulunması mümkün olmamaktadır. Öyle ki bir örgüt, yalan söyleme, hile yapma gibi davranışları desteklediğinde, çalışanların hem örgütün bütününe hem de örgütteki çalışanlara karşı daha fazla endişe duymaları muhtemeldir (Cullen, Parboteeah ve Victor, 2003, s.130). Bu sebeplerden ötürü örgüt içerisindeki bireylerin yalnızca kendilerini değil iş arkadaşlarını da takımın bir parçası olarak görmeleri, bir sorun varsa herkesin bunu çözmek için iş birliği yapma duygusu içerisinde bulunması, ben değil biz anlayışının işletmede hakim olması karşılıklı ilişkilerin kuvvetlenmesini sağlayacaktır. Egoist bir yaklaşımın olmadığı ve bencil bir tavır işletmelerde hakim olmadığı durumlarda çalışanların performanslarında büyük bir artış gözlenecektir.

1.3.2. Kişisel Boyut Açısından Etik Değerler

İşletmelerin bünyesine dahil olan çalışanların kişisel özellikleri bağlamında bireylerin saygılı olmaları, dürüst bir tavır sergilemeleri, şefkat duygusuna sahip olmaları, sözünde durmaları ve mesleki anlamda yeterli yetkinliğe sahip olmaları gibi unsurlar ele alınacaktır.

Saygı: Nazik bir davranış biçimine sahip olmak ve saygılı olmak, etik bir gereklilik olduğu gibi hizmet kalitesinin sağlanmasının da en önemli şartlarından bazılarıdır (Sezer ve Sarı, 2017, s.210). Hem iş görenler arasında hem de yöneticiler ve çalışanlar arasında mutlaka saygılı bir davranış biçimi olması gerekmektedir.

Dürüstlük: Yapılan işe, birlikte çalışılan takım arkadaşlarına, ziyaretçilere ve sorumlu olunan yöneticilere karşı her zaman dürüst olunması gerekmektedir. Etik çerçeve içerisinde değerlendirilen hesap verilebilirlik kavramı da bu başlık altında değerlendirilebilir. Hesap verebilirlik; herhangi bir kişi ya da kişilerin eylem ve işlemlerinden dolayı, kendisi dışında yer alan başka kişi ya da kişilere o konuyla ilgili açıklama yapması veya yeterli ve tatmin edici cevap vermesini ifade etmektedir (Eryılmaz ve Biricikoğlu, 2011, s.21). Aynı zamanda yöneticinin kararlarından ve bu kararların sonuçlarından sorumlu olmasını, gerekirse verdiği kararlarla ilgili üst makamlara ve ilgililere açıklamalar yapması gerektiğini de ifade etmektedir (Erdoğan, 2009, s.23).

Şefkat: Şefkat kavramı bireylerin kendi içlerinde barındırdıkları iyi niyetleri olarak ifade edilebilir. Kişiler içlerinde barındırdıkları sevgiyi ve iyi niyeti karşılarındaki kişilere karşı güler yüzlü ve anlayışlı olma gibi tavırlarla hissettirebilmektedirler. Bu davranış biçimi aynı zamanda merhametli olmakla da ifade edilebilmektedir. Rousseau'ya göre merhamet insanların zayıflara, suçlulara veya insanın kendisine dair acıma duygusu barındırmasını, kendisini acı çeken kişinin yerine koyarak bundan gerçek anlamda üzüntü duyması yada şefkat sahibi olma anlamında sevinçli bireylerin yerine kendisini koyarak aynı mutluluğu yaşayabilme yani empati yapabilme yetisi olarak açıklanmaktadır (Rousseau, 2009, s.121).

Sözünde Durmak: Kişinin sosyal hayatında veya iş hayatında öncelikle kendisine karşı verdiği sözü tutması bunun gerekliliklerini en iyi şekilde yapması ve olumlu veya olumsuz anlamda elde ettiği sonuca da katlanmasıdır. Birey bu bilinçle sahip olduğunda örgüt içerisinde yöneticisine veya takım arkadaşına karşı verdiği sözleri de tutacaktır. Bu da yapılan işlerde devamlılık sağlayıp örgüte başarı getirip güven duygusunun hakim olmasını sağlayacaktır. Sadık olmak, bireylerin işini benimsemesi, çalıştığı örgüte ve işverenine yüksek derecede bağlılık duygusuna sahip olabilmesi olup iş yaşamında çalışanların tamamından beklenen bir davranıştır (Zaim, 2012, s.155). Sadakat düzeyi yüksek olan çalışan, şirketin iyiliği için fedakârlık yapmaya hazır olacaktır, bu davranış biçimi kişinin daha başarılı olduğunu hissedip kendisini de tatmin eden önemli bir unsur olacaktır ve şirketin ihtiyaçlarını kendi ihtiyaçlarından üstün tutacaktır. Böyle bir durumda, örgütlerde bencil davranışlar sergileyen bireylerle nadiren karşılaşılacaktır. Daha düşük bir sadakat seviyesinde ise, bireyler belirli bir sorumluluk seviyesi hissetmekle birlikte, işverenleri uğruna fedakârlık yapma eğiliminin sınırlı olacağını söylemek mümkündür (Alvesson, 2000, s.1107-1108). Bu durumda da işletme içerisinde başarısızlıkların, çalışanlar arası ve çalışanlar ile yöneticiler arasında zayıf bağların meydana gelip, verimsizlik ortamının oluşacağını söylemek mümkündür.

Mesleki Yeterlilik: Yapılacak iş için mesleki anlamda yeterli kişilerin görevin başında olması hem işlerin doğru, tam ve eksiksiz yapılmasını sağlayacaktır hem de herhangi bir olumsuzluk halinde önleyici tedbirlerin alıp işlerin yola koyulma süresi hızlanmış olacaktır. Diğer yandan görev başındaki kişilerin hal ettikleri yerde olduklarına inanmaları onları işlerine daha bağlı kılp verimliliklerini ve performanslarını büyük oranda artıracaktır. İşletmede sağlanan adil bir ortamın göstergesi olacaktır. Ancak ABD’de yapılan araştırmalara göre, eğitim düzeyleri ve örgütsel bağlılık arasında negatif ilişki olduğunu görülmüştür (Herndon, Fraedrich ve Yeh, 2001, s.81). Yani iş görenin eğitim düzeyi ile örgütsel bağlılık arasında ters orantı olduğu tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi yükseldikçe bağlılık azalırken, eğitim düzeyi düştükçe bağlılığın arttığı görülmüştür. Diğer yandan bir başka çalışmada ise örgütte çalışılan süre arttıkça, çalışanların örgüte bağlılık düzeylerinin arttığını ileri sürmüşlerdir (Meyer ve Allen, 1984, s.377). Bu bulgular ışığında çalışanların işletme tam kapasitede çalışması için sosyal haklarının da korunması gerektiği çalışanların hem iş hem de sosyal hayat uyumunun gözetilerek bir bütün olarak değerlendirilmesi gerektiği söylenebilmektedir.

2. Yöntem

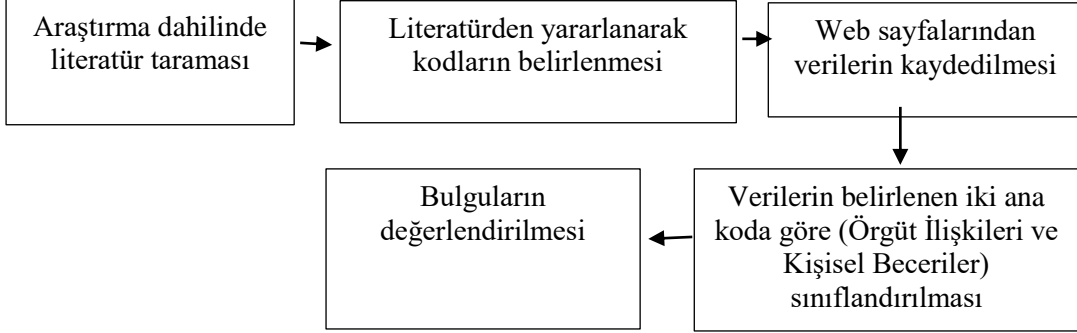
2.1. Amaç, Önem, Model ve Sınırlılıklar

Çalışmanın amacı, otel işletmelerinin işletme politikası kapsamında önem verdikleri etik değerlerin neler olduğunu belirlemektir. Bu amaçla literatürden faydalanarak etik kodlar belirlenmiştir. Yerli zincir otel işletmelerinin web sayfa analizinin gerçekleştirildiği bu araştırma, nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Nitel araştırmalarda gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılmaktadır. Bunun yanında algıların ve olayların doğal ortamda bütüncül bir biçimde ortaya koyulmasının esas alındığı nitel bir süreç hakimdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s.41). Doküman analizine dayanan bu araştırmada verilerin analizinde “İçerik Analizi” uygulanmıştır. İçerik analizi; veri anlayışını geliştirmek üzere teorik konuların test edilebildiği bir tekniktir (Cavanagh, 1997). İçerik analizinde esas amaç; belirli bir konuda toplanan verileri anlamlandırabilecek belirli kavramlar elde etmek ve bu veriler arasında ilişkiler kurabilmektir. Bu doğrultuda da ulaşılan veriler kavramsallaştırılır ve daha sonra bu kavramlar mantıklı bir şekilde düzenlenerek ilgili veriyi en iyi şekilde açıklayacak olan temalar saptanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s.242).

Kod belirleme aşamasında Strauss ve Corbin (2015) tarafından belirlenen üç farklı kodlama biçimlerinden biri olan “daha önceden belirlenmiş kavramlara göre yapılan kodlama” yöntemi tercih edilmiştir. Böylelikle veriler toplanmadan önce literatür taraması sonucu belirli bir kod listesi çıkarılmıştır ve araştırma süreci içerisinde ilgili kodlamalar yapılarak tüm kodlar iki ana tema altında toplanıp sınıflandırılmıştır.

Otel işletmelerinin bir çok farklı kültürden insanı aynı çatı altında barındırması farklı kültür ve değerlere sahip bireylerin aynı çalışma ortamında bulunmaları ve örgüt çatısı altında birlikte rol alarak müşteri memnuniyeti sağlama çabaları işletmelerin etik değerlerinin belirlenmesinin önemini ortaya çıkarmaktadır. Araştırma sürecine ilişkin model aşağıda sunulmuştur:

Şekil 1. Araştırma modeli



Araştırma kapsamında öncelikle literatür taraması yapılacak olup, belirlenen etik kodlar ışığında örneklem dahilindeki otellerin İK sayfaları incelenecektir. Araştırma sorusu: “İşletmeler açısından etik değerler, örgütsel bütünlük bağlamında mı yoksa çalışanlar özelinde beklentiler bağlamında mı öne çıkmaktadır?” şeklinde tasarlanmıştır. İlgili kodlar “Örgüt İlişkileri” ve Kişisel Beceriler” olmak üzere iki ana tema ve ayrı ayrı beş alt temadan oluşmaktadır. İlgili tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Ana ve alt temalar

Örgüt İlişkileri	Kişisel Beceriler
Mükemmeliyeti arama	Saygı
Başkalarına yardım	Dürüstlük
Adalet	Şefkat
Şeffaflık	Sözünde durmak
Empati	Mesleki yeterlilik

Zincir oteller; Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’ in (25852 sayılı, 21/06/2005 tarihli Resmi Gazete), 47. maddesinde belirtildiği üzere; asgari 3 ayrı yerde hizmette bulunmaları şartı ile zincir olma özelliğine sahip olabilmektedirler (Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete, 2022). Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB)’ un 2019 yılı zincir otel araştırmasına göre Türkiye’de 44 yerli ve 13 yabancı olmak üzere toplam 57 zincir otel bulunmaktadır. Bu zincir otellere bağlı toplam 628 adet işletme bulunmaktadır. İşletmeler toplamda 145.450 adet oda sayısına sahiptir (Turizm Günlüğü Turizm ve Seyahat Gazetesi, 2022). Yerli ve yabancı zincir otellerin kurum kültürlerinin birbirinden farklı olabileceği ve buna bağlı olarak etik değerlerinin farklılık göstereceği düşünüldüğünden zincir otellerin yerli ve yabancı olmak üzere ayrı ayrı ele alınmasında yarar görülmüştür. Ayrıca araştırma kapsamında daha doğru verilere ulaşabilmek amacıyla daha fazla sayıda olan yerli zincir oteller (44) araştırmaya dahil edilmiştir. Bunun yanında yerli zincir otellerin tercih sebebi Türk kültürünün etik değerlerini daha doğru yansıtaçağının düşünülmesidir. Araştırmanın evreni, Türkiye’de yer alan yerli zincir otellerdir. Araştırmanın örneklemini ise 44 adet yerli zincir otel içerisinden 3 otelin web sitelerine ulaşamaması sebebiyle analiz dışı bırakılmasıyla, 41 adet otel işletmesi olarak belirlenmiştir. Türkiye’deki yerli zincir otellerin listesi otel sayıları ile birlikte aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2. Yerli zincir oteller

Otel İsimleri	Otel Sayısı	Otel İsimleri	Otel Sayısı
1.Rixos Hotels	29	23.The Green Park	6
2. Anemon Hotels	19	24.Kirman Hotels	5
3.Divan Hotels	18	25.Wow Hotels	5
4.Dedeman International	17	26. Akka Hotels	4
5. Crystal Hotels	13	27.Amara World Hotels	4
6.Kaya Hotels	13	28.Eresin Hotels	4
7.Barut Hotels	12	29.Gloria Hotels	4
8.Titanic Hotels	12	30.Ic Hotels	4
9.Larissa Hotels	10	31.Manesol Hotels	4
10.Eftalia Otelleri	8	32.Prens Grup(Euphoria Hotels)	4
11.Paloma Hotels	8	33.Süral Otelleri	4
12.Cactus Hotels	7	34.Richmand Hotels	4
13.D Hotels&Resort	7	35.Avantgarde Collection	4
14.Delphin Hotels	7	36.The House Hotels	4
15.Kervansaray Otelleri	7	37.Alibey Hotels	3
16.Limak Hotels	7	38.Aska Hotels	3
17.Merit Hotels	7	39.Grand Yazıcı	3
18.The Marmara Hotels	7	40.Papillon Hotels	3
19.Alkoçlar Hotels	6	41.Point Hotels	3
20.Elite World Hotels	6	42.Taksim International	3
21.Martı Otelleri	6	43.CVK Hotels	3
22.Orka Hotels	6	44.Vera Hotels	2

Araştırmanın bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Araştırma kapsamında ele alınan otellerden 3 tanesinin (The Green Park, Akka Hotels ve Eresin Hotels) web sitelerine ulaşamaması araştırmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Araştırma dahilindeki incelemelerin 29 Nisan 2021 ile 5 Mayıs 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olması, web sayfaların dinamik bir yapıya sahip olması gerekçesiyle araştırmanın kısıtları arasında yer almaktadır. Söz konusu sayfalarda daha sonraki dönemlerde değişiklikler yapılmış olabilmektedir. Ayrıca literatüre bağlı kalarak oluşturulan etik kodlar bağlamında araştırmanın gerçekleştirilmesi, farklı etik kodlar baz alınarak yapılabilecek araştırmaların da olabileceği göz önüne alındığında çalışmaya sınırlılık katmaktadır.

3. Bulgular

Mevcut etik kodlar ile otellerin İK sayfaları taranmıştır. Tablo 2’de yer alan otellerin sıralanması, otellere göre etik kodların çoktan aza doğru sıralanışı esas alınarak düzenlenmiştir. Yerli zincir otellerin hangi etik kodlara sahip olduklarının belirlenmesi aşamasında 2 ana tema altında belirlenen 10 adet kodun söz konusu işletmelerin web sayfalarında bulunup bulunmadığı dikkate alınmıştır. İlgili kod web sayfasında yer alıyorsa “1”, yer almıyorsa “0” puan verilmiştir.

Tablo 3. Otel işletmelerinin web sayfalarının incelenmesi sonucunda ulaşılan etik kodlar

Etik Kodlar	Örgüt İlişkileri					Kişisel Beceriler				
	Mükemmeliyeti arama	Başkalarına yardım	Adalet	Şeffaflık	Empati	Saygı	Dürüstlük	Şefkat	Sözünde durmak	Mesleki yeterlilik
Koda Sahip Otel Sayısı	20	12	3	8	15	7	10	12	3	21
Yüzde (%)	48,78	29,27	7,32	19,51	36,59	17,07	24,39	29,27	7,32	51,22

Yerli zincir otel listesinde yer alan otellerin değerlendirilmeye alınması sonucunda 3 otel işletmesinin (The Green Park, Akka Hotels ve Eresin Hotels) web sayfasına ulaşılamadığından söz konusu oteller analiz kısmına dahil edilememişlerdir. İnceleme dahilindeki 41 adet otelden 6 tanesinde hiçbir etik koda rastlanmaması araştırmanın dikkat çeken bulgularındandır. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular, belirlenen ana ve alt temalar bağlamında değerlendirilmiştir.

“Örgüt ilişkileri” ana teması altında yer alan “Mükemmeliyeti Arama, Başkalarına Yardım, Adalet, Şeffaflık ve Empati” olmak üzere 5 alt temada bulgular incelenmiştir. Örgüt içerisindeki iyi ilişkilerin güçlü olması işletmede huzur, verimlilik ve başarı ortamını artırmaktadır. Aynı zamanda işletmede çalışanlar açısından adil bir ortamın varlığının hissedilebilmesi çalışanların kendilerini işletmenin birer parçası olarak görmelerine olanak sağlayıp hizmet kalitesine büyük katkı sağlayacaktır.

Örgüt ilişkileri ana teması bağlamında 41 otel işletmesinden en fazla puan alarak (20) en çok önem verilen unsur olduğu tespit edilen “mükemmeliyeti arama” alt teması, temelinde insan unsurunun olduğu turizm endüstrisinde kusursuz hizmet için olmazsa olmazdır. Bu anlayışın işletmelerde hakim olması müşteri memnuniyetini de artıran önemli unsurlardandır.

“Empati” (15) alt teması ise örgüt ilişkileri ana teması bağlamında öne çıkan ikinci önemli kavram olarak tespit edilmiştir. Empati anlayışı örgütsel ilişkilerde hem yönetici çalışan ilişkilerinin uyumu hem de çalışanlar arası etkili iletişim konusunda işletmeleri başarıya götürecektir.

“Başkalarına yardım” (12) alt teması ise öne çıkan bir diğer kavramdır. Takım çalışmalarında başarı ve yapılan işlerde verimlilik artışının sağlanabilmesi için çalışanlar arası yardımseverlik anlayışının nispeten gelişmiş olmasının işletmelere faydası büyük olacaktır.

“Şeffaflık” (8) ve “Adalet” (3) alt temaları ise işletmelerin web sayfalarında oldukça az rastlanan temalar arasındadır. Örgütsel plan, program ve prosedürlerin şeffaf bir şekilde sürdürülmesi çalışanlar tarafından soru işaretlerinin giderilmesini sağlayacaktır. Aynı şekilde işletmede tüm çalışanlara eşit hakların tanınması ayrıcalıkların söz konusu olmaması çalışanlarda güven duygusunu ve örgüte olan bağlılık duygusunu artıracaktır.

“Kişisel Beceriler” ana teması altında yer alan “Saygı, Dürüstlük, Şefkat, Sözünde durmak ve Mesleki yeterlilik” olmak üzere 5 alt temada bulgular incelenmiştir.

Kişisel Beceriler ana teması bağlamında 41 otel işletmesinden en fazla puan alarak (21) en çok önem verilen unsur olduğu tespit edilen “Mesleki yeterlilik” alt teması, müşteri memnuniyetinin ön planda olduğu otel işletmelerinde kaliteli hizmet için kaliteli çalışan olması

gerektiği anlayışının benimsendiğini göstermektedir. Bu da turizm eğitiminin gün geçtikçe daha da önemli hale geldiğinin göstergelerindedir.

“Şefkat” (12) ve “Dürüstlük” (10) alt temaları işletmeler açısından birbirine yakın değerde olduğu görülmektedir. Çalışanların birbirleri arasında ve yöneticilerin çalışanlara karşı tavırlarında dürüst bir tavır sergileyip daha sevecen, güler yüzlü tavır almaları yapılan işlerde etkinlik seviyesini artıracaktır. Özellikle yöneticiler tarafından çalışanlara karşı güler yüzlü bir tavır sergilenmesi çalışanları yapılan işe karşı oldukça motive edecektir. Bu durum aynı zamanda çalışanlara iş ahlakı anlamında örnek olacaktır ve onlarda hem birbirleri arasında hem de misafirlere karşı aynı güler yüzü içtenlikle göstereceklerdir.

“Saygı” (7) ve “Sözünde durmak” (3) alt temaları ise işletmelerin web sayfalarında oldukça az sayıda yer alan kavramlardandır. Birbirinden farklı bir çok kültürden insanın bir arada hem hizmeti sunan hem de satın alan vasfı ile bulunduğu otel işletmelerinde çalışanların ve yöneticilerin birbirlerine karşı saygı göstermeleri oldukça önemlidir. Aynı şekilde yapılan işlere karşı verilen sözün tutulması güven ortamının yaratılması işletmelerin başarı elde edebilmeleri için önem arz etmektedir.

Araştırmaya dahil edilen oteller kapsamında yapılan incelemeler sonucunda ana temalar altında yer alan alt temaların toplam değerine bakıldığında; “Örgüt ilişkileri” (58) ana teması altına yer alan “mükemmeliyeti arama, başkalarına yardım, adalet, şeffaflık ve empati” şeklindeki etik değerlerin işletmeler için daha ön planda olduğu görülmüştür. “Kişisel Beceriler” (53) ana teması altında yer alan “saygı, dürüstlük, şefkat, sözünde durmak ve mesleki yeterlilik” temalarının ise ikinci planda kaldığı görülmektedir.

Tartışma

Bulgular genel olarak incelendiğinde; yerli zincire bağlı otel işletmelerinin web sayfalarının İK bölümlerinde yer verdikleri etik değerlerin örgütsel anlamda daha fazla öne çıktığı görülmektedir. Bu durum işverenler tarafından otel işletmelerinde yer alacak tüm çalışanların örgütün bir parçası olarak görüldüğünü, mükemmeli arama unsuru ile; yapılan işlerde en iyi hizmeti sunmaya verilen önem, başkalarına yardım unsuru ile; ekip ruhunun varlığına, çalışanların etkin iletişim kurabilmelerine ve birlikte hareket edebilmelerine verilen önem ortaya çıkmaktadır.

Örgüt ilişkileri ana teması altında yer alan etik değerlere daha yakından bakıldığında ise özellikle adalet ve şeffaflığın geri planda kaldığı görülmektedir. Bu iki unsur farklı kültürlerden, farklı yetkinlik düzeyinden birçok işgörenin yer aldığı, işgücü devir oranının yüksek olduğu ve bu sebeple örgüt bağlarının kuvveti konusunda hassas bir ortamın var olduğu otel işletmelerinde özellikle yönetici grubu çalışanlar için dikkat edilmesi gereken unsurlardır. Yöneticilerin işgörelere adil bir ortam ve şeffaf bir iş süreci sunmaları halinde en iyi hizmetin ortaya çıkması ile ziyaretçilerin tekrar satın alma davranışı gösterebilmesinde, çalışanlar açısından da özgüven kazanmaları ve aidiyet duygularının gelişmesiyle işlerine daha sıkı bağlanmaları sağlanacaktır. İş ortamında sunulan şeffaflık; muhtemel sorunlar karşısında önlem alınması gerektiğinde çalışanların hazırlıklı bulunmasını sağlamak diğer yandan da elde edilen başarıların paylaşılması ise çalışanları motive edip onların işlerine olan bağlılıklarının artmasında avantaj sağlayacaktır. Ayrıca şeffaflık, çalışanların diğer çalışanlarla kendilerini kıyaslayarak kendi değerlerini belirlemeleri, gidişatlarını izleyebilmeleri konusunda da faydalı olacaktır. Tüm bunlar birden çok iş alanının var olduğu otel işletmelerinde tüm işlerin organize edilerek ekip halinde ilerlemesinde ve işletme içerisinde huzur ortamının oluşmasında büyük fayda sağlayacaktır.

Ulaşılan sonuçlar kişisel beceriler bağlamındaki etik değerler açısından genel olarak değerlendirildiğinde ise örgütsel bağlamdaki etik değerlerden daha geri planda kaldığı görülmektedir. Buna rağmen mesleki yeterlilik, en yüksek etik değer olarak tespit edilmiştir. Ancak saygı ve sözünde durmak gibi kişisel düzeyde olan sosyal hayata dönük değerlerin nispeten eksik kaldığı tespit edilmiştir. Mesleki yeterliliğinin ölçümünün, bireyin sahip olması

gereken sosyal değerlerin ölçümüne göre daha kolay olup, işverenlere işe alım sırasında somut veriler sunacak olmasının, bu duruma sebep olabileceği düşünülmektedir. İşletmeler tarafından kişisel düzeyde ve genel anlamda da en fazla önemsenen etik değerlerin başında mesleki bilgi ve becerinin olması kaliteli hizmetin sağlanmasında ve müşteri memnuniyetinin yaratılmasında büyük avantaj sağlayacaktır. Ancak hem çalışanlar hem de ziyaretçiler açısından kültürel yelpazenin oldukça geniş olduğu otel işletmelerinde yer alacak işgörenlerde, sosyal değerlerin de yeteri kadar gözetilmesi, iç huzurun bozulmaması ve örgüt kültürünün korunması hatta yapısının daha da sağlamlaşması açısından oldukça önem taşımaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, yerli zincir otellerin web sayfalarında yer verdikleri etik değerlerin, işletme açısından örgütsel veya kişisel anlamda en fazla hangi boyutta önemsendiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma tasarımına uygun olarak yürütülen bu çalışmada 41 adet yerli zincir otel işletmesinin web sayfasında yer alan bilgiler ele alınmıştır. Yapılan içerik analizi sonucunda 6 adet otel işletmesinde herhangi bir etik koda rastlanmamıştır. Ayrıca web sayfa analizinde otel işletmelerinin Covid 19 sürecine dair herhangi bir etik koda yer vermemiş olması dikkat çekmiştir. Genel olarak yapılan analiz sonucunda “Örgüt İlişkileri” ana teması altında alınan puanlara göre sırasıyla; mükemmeliyeti arama, empati, başkalarına yardım, şeffaflık ve adalet kavramları yer almaktadır. “Kişisel Beceriler” ana teması altında yer alan alt temaların alınan puanlar dahilinde sıralaması ise; mesleki yeterlilik, şefkat, dürüstlük, saygı ve sözünde durmak şeklindedir.

Temalara genel olarak baktığımızda zincir otel işletmeleri için en fazla önemsenen etik değerler; mesleki yeterlilik (21), mükemmeliyeti arama (20) ve empati (15) iken, en az önemsenen etik değerlerin ise; sözünde durmak (3), adalet (3) ve saygı (7) olduğu tespit edilmiştir.

İçerik analizi sonucunda mesleki yeterliliğin etik bir değer çerçevesinde aldığı puan sektör açısından turizm eğitiminin ve turizm eğitimini almış kaliteli çalışanların işletmede varlığının gün geçtikçe daha da önemli hale geldiğini göstermektedir. Bu durum işletmelere kaliteli hizmet sunmanın yanı sıra müşteri memnuniyeti ile beraber yeniden tercih edilme avantajını da yaratacaktır. Enghagen (1990) ve Wheeler (1995)’ in 1990’lı yıllarda yapmış oldukları çalışmalarda işçi-işveren arası ilişkilerde haksızlıklar, rüşvet alıp verme ve alkol-uyuşturucu kullanımı gibi sorunların öne çıktığı belirtilmiştir. Yapılan bu araştırma sonucunda mesleki yeterlilik ile beraber mükemmeliyeti arama değerlerinin öne çıkması yapılacak işi o işin ehli olan kişilere verilmesi gerektiği bakış açısının hakim olduğunu ve işletmelerde geçmiş yıllarda yaşanan sorunların çözümlendiğini göstermektedir. Mükemmeliyetçi yaklaşımın öne çıkan etik değerler arasında yer alması, kaliteli hizmetin ortaya koyulmasında avantaj yaratacak olup, işletmelere gelecek yıllarda önemli rekabet avantajı sağlayacaktır.

Araştırma sonucunda öne çıkan bir diğer önemli etik değer ise empatidir. Sarıışık ve diğerleri (2006) tarafından yapılan çalışmaya göre işletmelerde olumsuz anlamda öne çıkan etik değerler kişiler arası çatışmalar, çıkar çatışmaları ve yönetim tarafından ödüllendirmede yapılan adaletsizlikler öne çıkan ihlaller arasında yer almaktadır. Yapılan araştırmaya göre yaşanan sorunların bireylerin kendilerini karşılarındakinin yerine koymaması, diğerinin hakkını gözetmemek, adil bir ortamdan yoksun olmak konularında yaşandığı görülmektedir. Bu araştırmada en önemli etik değerlerden birinin empati olması örgüt içinde yaşanan sorunlarda yapıcı bir bakış açısının yıllar içerisinde hakim olduğunu göstermektedir. Çalışanlar arasında ve yöneticiler arasında empati anlayışının gelişmiş olmasını emek yoğun çalışılan turizm endüstrisinde misafirlerin taleplerinin anlayışla karşılanması, anında en kaliteli ve değerli hizmetin sunulması, sorunların oluşmadan ortadan kaldırılabilmesi ya da kısa sürede çözüme kavuşturulabilmesi açısından büyük fayda sağlayacaktır.

Araştırmada işletmeler tarafından mesleki yeterlilik, mükemmeliyeti arama ve empati değerlerine büyük oranda önem verildiği sonucuna ulaşılması; öne çıkan bu etik değerlerin;

Dünya Turizm Örgütü'nün 1 Ekim 1999'da, Santiago-Şili'de yaptığı ve 13. Genel Kurul'da kabul edilen Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi'nin 6. ve 9. maddeleri ile örtüşen yanlarının olduğunu da göstermektedir. Bildirgenin 6.maddesinde yer alan turizm yöneticilerinin turizm faaliyetine katılan tüketicilerin bu faaliyet sırasındaki memnuniyetlerini en üst seviyede tutacak olan; güvenilir bilgi sunma, haklarını savunma, kültürel ve dini tercihlerini diledikleri gibi yerine getirmelerine yardım etmek gibi birçok unsura uyum konusunda kolaylık sağlanacağını göstermektedir. Benzer şekilde 9. maddede yer alan; çalışanlar için güven ortamının oluşturulması ve onların yaşam koşullarının geliştirilmesi ile ilgili olan ilkesi de; yöneticiler ve çalışanlar arası etkili iletişim ortamının varlığı ve çalışanlara fikir özgürlüğünün sunulması ile yöneticilerin, çalışan istek ve ihtiyaçlarını doğru şekilde ve zamanında tespit ederek bir an önce önlem alabilmesini sağlayacaktır. Böylece mesleki anlamda yüksek yetkinliğe sahip iş görenlerin, yöneticiler tarafından yaratılan etik ilkelere duyarlılık seviyesinin yüksek olduğu bir çalışma ortamında, çalışanlarla birebir temas halinde olan ziyaretçilerin memnuniyetlerinin artmasıyla birlikte yeniden satın alma davranışının oluşması da sağlanmış olacaktır.

Diğer yandan zincir otel işletmeleri açısından etik çerçevede en az kabul gören unsurlar; sözünde durma yani güven verme, saygı ortamının varlığı ve adil bir ortamın sağlanması şeklinde sıralanmıştır. Klimzsa (2014) ise işletmelerde çalışanlar arası uyum, işletmeye aidiyet ve yüksek performansın gösterilmesine imkan verecek bir ortam için mutlaka sahip olunması gereken etik değerleri sıralarken; sorumluluk, değişime açıklık, sürdürülebilirlik, akla yatkın davranma, zenginlik ve değer katan davranışlar şeklinde sıralama yaparak, bu çalışmada tespit edilen en az önemsenen etik değerler ile de örtüşen güven, adalet ve fikir özgürlüğü etik değerlerine de bu sıralamada yer vermiştir. En az önemsenen etik değerlerin motivasyon ve performans gibi konularda işletmelere dezavantaj yaratabilecek potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür. Pelit ve Arslantürk (2011) ihlal edilen etik değerlerin çoğunlukla ücret eşitsizliği, personel alımları ve terfide adaletsizlik, molaların ve çalışma saatlerinin düzensizliği ve çalışanların eşit koşullara sahip olmaması konularında öne çıktığı belirtilmektedir. Burada belirtilen dezavantajlı konular, yapılan bu araştırma sonucunda en az önemsenen etik değerlerden birinin adalet olması sonucuyla örtüşmektedir.

Stresin yüksek seviyede olduğu, çoğu zaman çalışanlar arası ve çalışan-yönetici arasında çatışmaların yaşandığı, kriz anlarının var olduğunu birden fazla iş yapısının organize bir şekilde ilerlemesi gerekmektedir. Otel işletmelerinde yöneticiler açısından çalışanlara güvenli bir ortamın sunulması, yüksek saygı bilincinin gelişmiş olması ve yine çalışanlar için yöneticiler tarafından adil bir ortamın sunulması işletme başarısı açısından ve işletmedeki huzur ortamının etkinliğinin ve verimliliğin yüksek seviyede olması açısından büyük katkı sağlayacaktır.

Literatür taraması sonucunda oluşturulan ana ve alt temalar bağlamında yapılan değerlendirmeleri sonucunda; "Örgüt İlişkileri" ana teması (58), "Kişisel Beceriler" (53) ana temasına göre daha yüksek seviyede puan almıştır. Buna göre "İşletmeler açısından etik değerler, örgütsel bütünlük bağlamında mı yoksa çalışanlar özelinde beklentiler bağlamında mı öne çıkmaktadır?" şeklinde oluşturulmuş olan araştırmanın temel sorusuna cevap aranmıştır. Zincir otel işletmelerinde var olan etik değerler çoğunlukla örgüt ilişkileri bağlamında öne çıkmaktadır. Bu durum birden fazla departmana ve birbirinden farklı kültür yapısına sahip otel işletmelerinin bir bütün olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Dolayısıyla işletmelerde etik değerlerin herkes tarafından kabul edilmesinin kolayca gerçekleştirilebileceğini söylemek mümkündür. Bu sayede işletmeler örgüt başarısını kolayca elde edebileceklerdir.

Örgüt ilişkileri ana teması altında yer alan alt temalara detaylı bakıldığında en fazla önemsenen etik değerlerin sırasıyla; mükemmeliyeti arama, empati, başkalarına yardım, şeffaflık ve adalet şeklinde sıralandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre işletmelerde özellikle yönetim kısmında çalışanlara karşı daha şeffaf olunması ve çalışanlara adil bir ortamın sunulması konusunda daha gerçekçi olunması çalışanların şeffaflık sebebiyle hata yapmaktan

uzak durmasını sağlayıp aynı zamanda işletmeye olan bağlılıklarını artıracaktır. Öyle ki bağlılık; işine, sorumluluklarına ve yöneticilerine bağlı ve odak seviyesi yüksek bireyler için hem tutumlarda hem de davranışlarda ani bir değişikliğin yaşanmadığı, muhtemel olumsuzluk içerecek olan kısa süreli tutum ve davranış değişikliklerinin yaşanması durumunda da sigorta niteliğinde olduğu şeklinde ifade edilmektedir (Brown, 1996, s.233). Bu sebeple çalışanların henüz gerçekleşmemiş olan olumsuz yöndeki tavırları da bağlılık seviyesinin artırılmasıyla birlikte olumlu yönde garantiye alınmış olacaktır.

Analiz sonucunda 41 otelden 6'sında hiçbir etik koda rastlanmamıştır. Emek yoğun hizmetin esas olduğu ve rekabetin yoğun olduğu turizm endüstrisi içerisinde yer alan bu otel işletmelerinde etik değerleri web sayfalarında yer alan bilgiler üzerinden araştıran bu çalışmada elde edilen bulgulara yönelik geliştirilen öneriler şöyle ifade edilebilir:

- Analiz sonucunda 41 otelden 6'sında hiçbir etik koda rastlanmaması emek yoğun hizmetin esas olduğu ve rekabetin yoğun olduğu turizm endüstrisi içerisinde yer alan bu otel işletmelerinde etik değerlere daha fazla önem verilmesi gerektiği önerilebilir.
- Otel işletmelerinin web sayfalarında Covid 19 sürecine ilişkin etik değerler kapsamında herhangi bir ifadeye rastlanmaması, pandemi sürecinin tam olarak ne zaman sonlanacağına belirsiz olduğu bu süreçte özellikle talep yaratabilme ve müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi açısından otellerin konuya dair etik değerleri ön planda tutmalarını gerektirmektedir.
- Araştırma kapsamında literatürden yararlanılarak belirlenmiş olan etik kodlar çeşitlendirilerek farklı zincir otellere yönelik web sayfa analizleri yapılabilir.
- Türkiye genelindeki zincir otellerden ziyade daha spesifik bir şekilde iller arası ya da bölgeler arası karşılaştırmalar yapılabilir.
- Yerli zincir oteller, yabancı zincir oteller ve bağımsız sahipliği olan otellerin etik değerleri arasında karşılaştırmalar yapılabilir.
- Nicel araştırma yöntemlerinden yararlanarak etik değerlerin işletmelerde durumu tespit edilebilir.

Kaynakça

- Akan, P. (2007). Uygulama açısından iş etiği kuralları ve evrensel turizm etiği ilkeleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 7-20.
- Akoğlan Kozak, M. ve Güçlü, H. (2006). *Turizmde Etik*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alkan, G.İ. (2018). Etik teoriler ışığında bağımsız denetim ve BİST'de bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*. 129-149.
- Alvesson, M. (2000). Social identity and the problem of loyalty in knowledge-intensive companies. *Journal of Management Studies*, 37(8), 1101-1123.
- Aslan, A. ve Kozak, M. (2006). Turizmde gelişme ve etik sorunları: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*. <https://www.researchgate.net/>
- Aydın, İ. (2001). *Yönetişel, Mesleki ve Örgütsel Etik*. Ankara: Pegem Akademi.
- Balcı, A. (2005). Türkiye AB ilişkileri perspektifinden kamu yönetimi sisteminin yeniden yapılandırılması. *Amme İdaresi Dergisi*. 38(4),23-27.
- Beattie, R. (1991). Hospitality internationalization: An empirical investigation. *International Journal of Hospitality Management*, 3(4),14-20.
- Bilici, M.V.(2008). *Çağdaş erdem etiği bağlamında din ve ahlak ilişkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- Brickley, J.A., Smith, C.W. ve Zimmerman, J. (2002). Business ethics and organizational architecture. *Journal of Banking and Finance*, 269, 1821- 1835.
- Brown, R.B. (1996). Organizational commitment: Clarifying the concept and simplifying the existing construct typology. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 230-251.
- Can, M. (2013). *Zincir otel işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi. Afyonkarahisar.
- Cavanagh, S. (1997). Content analysis: Concepts, methods and applications. *Nurse Researcher*, 4, 5-16.
- Cevizci, A. (2002). *Etiğe Giriş*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Cullen, J.B., Parboteeah, K.P. ve Victor, B. (2003). The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis. *Journal of Business Ethics*, 46(2),127-141.
- Çakır, M. (2010). *Otel işletmelerinin mutfak bölümünde istihdam edilen personelin eğitim sürecinin değerlendirilmesi: İstanbul'daki 5 yıldızlı zincir otellere yönelik bir alan çalışması*. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi. İstanbul.
- Çatır, O. (2019). Örgütsel etik değerler ve etik davranışın, örgütsel bağlılığa ve iş tatminine etkisi: Otel işletmeleri örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 60-72.
- Çelik, B. ve Gündoğdu, K. (2019). Bilişim etiği değerlerine yönelik tutum ölçeğinin geliştirilmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 20(2), 335-350.
- Daly, S.P. ve Mattila, M.M. (2007). Darwin and ethics: Using natural selection to understand ethical business and organizational behavior. *EJBO: Journal of Business and Organization Ethics*, 12(2).
- Emeksiz, M. (2000). Otel işletmelerinde içsel ve dışsal bilgi sistemleri: Beş yıldızlı uluslararası bir zincir otelin dışsal bilgi sistemleri ile iletişiminin incelenmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 11, 34-43
- Enghagen, L.K. (1990). Teaching ethics in hospitality and tourism education. *Hospitality Research Journal*, 14: 467-474.
- Erdoğan, Ç. (2009). *Kamu Etiği, Kamu Yöneticilerinin Etik Karar Verme Yaklaşımları*. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü. Yayın No: 347,18-33.
- Erkol Bayram, G. (2018). Etik değerler ve örgütsel bağlılık ilişkisi üzerine turizm işletmeleri örneğinde bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 228-259 Doi: 10.32572/guntad.451708
- Erol, S. ve Gökteş Kuluoğlu, H. (2019). Etik liderlik davranışının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 696-705.
- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye'de faaliyet gösteren otel zincirlerinin yeni tip koronavirüs (Covid-19) bilgilendirmeleri. *Turizm Akademik Dergisi*. 7(1), 15-27.
- Eryılmaz, B. ve Biricikoğlu, H.(2011). Kamu yönetiminde hesap verebilirlik ve etik. *İş Ahlakı Dergisi*, 4(7),19-45.
- Frankena, W.K. (1988). *Ethics*. New Jersey: Prentice Hall Press.
- Gündüz, Y. ve Coşkun, Z.S. (2012). Öğrenci algısına göre öğretmen etik değerler ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)* 13(1),111-131.

- Hatcher, T. (2004). Environmental ethics as an alternative for evaluation theory in for profit business context. *Evaluation and Program Planning*, 27, s.357-363. Doi:10.1016/j
- Herndon, N.C., Fraedrich, J.P. ve Yeh, Q. (2001). An investigation of moral values and the ethical content of the corporate culture: Taiwanese versus U.S. sales people. *Journal of Business Ethics*, 30,73-85.
- İpar, M.S. ve Esmer, Y. (2015). Turizm işletmelerinde etik uygulamaların önemi: Kavramsal bir araştırma. 14. Uluslararası İşletmecilik Kongresi, 7-9 Mayıs, Aksaray. <https://www.researchgate.net/publication/324943687>
- Key, S. (1999). Organizational ethical culture: Real or imagined? *Journal of Business Ethics* 20(3),217-225.
- Kılıç, B. ve Uslu, T. (2019). Porter'ın rekabet modelinin İstanbul'daki zincir otel işletmelerinde incelenmesi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*. 3(2), 83-98.
- Kırel, Ç. (2000). *Örgütlerde Etik Davranışlar Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayıncılık.
- Kırılmaz, H. ve Kılıç Kırılmaz, S. (2014). Sağlık hizmetlerinde etik ikilemlerde ampirik etik çalışmalarının yararları. *İnsan & İnsan*, 1, 35-44.
- Kırlar Can, B., Yeşilyurt, H., Lale Sancaktar, C., ve Koçak, N. (2017). Mobil çağda mobil uygulamalar: Türkiye'deki yerli otel zincirleri üzerine bir durum tespiti. *Journal of Yaşar University*, 12(45), 60-75
- Klimzsa, L. (2014). *Business Ethics, Introduction To The Ethics Of Values*, (1. Edition). <http://125.234.102.27/bitstream/TVDHBRVT/15799/1/Business-Ethics.pdf>
- Kurtoğlu, R. (2008). *Perakendecilikte etik ve bir uygulama*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi. Kayseri
- Meyer, J.P. ve Allen, N.J. (1984). Testing the "Side-Bet Theory" of organizational commitment: some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372-378.
- Öngel, H.B (1997). Sporda etik değerler açısından doping. *Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi II*. 2, 68-79.
- Özkalp, E. ve Kırel, Ç. (2010). *Örgütsel Davranış*. (4. Baskı). Eskişehir: Ekin.
- Öztürk, M.K (1998). Kamu yöneticilerinin kararlarında etik değerler. *Amme İdaresi Dergisi*, 31(2),81-93.
- Patcht, A.R. (1984). Reflection on perfection. *American Psychologist*. 39, 386-390. Doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.386
- Pelit, E. ve Arslantürk, Y. (2011). Turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarının çalışma yeri tercihindeki önemi: Turizm öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1): 163-184
- Pelit, E. ve Türkmen, F. (2008). Otel işletmeleri işgörenlerinin tükenmişlik düzeyleri: Yerli ve yabancı zincir otel işletmeleri işgörenleri üzerinde bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 10 (1), 117 – 139
- Pieper, A.(2012). *Etiğe Giriş*. (Atayman V. ve Sezer G. Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Pops, G. (2000). *A teleological approach to administrative ethics*. Handbook of Administrative Ethics. T.L. (Cooper. Ed.), New York: Marcel Dekker Inc, 195–206.
- Roedell, W.C. (1984). Vulnerabilities of highly gifted children. *Roeper Review*, 6(3),127-130.

- Rousseau, J. J. (2009). *İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı*. (Ünsal O. Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Sakarya, Ş. ve Kara, S. (2010). Türkiye’de muhasebe meslek etiğine yönelik düzenlemeler ve meslek mensupları tarafından algılanması üzerine bir alan araştırması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(18), 57-72.
- Sarıışık, M., Akova, O. ve Çontu, M., (2006). Otel yöneticilerinin etik politika ve yöntemlere yaklaşımları üzerine ampirik bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1): 22-34.
- Sezer, Ö. ve Sarı, C. (2017). Yeni kamu yönetimi anlayışının türk yargı sistemine etkileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9(20),196–215.
- Soykan, C. (2007). Avrupa insan hakları mahkemesi içtihatlarında bilgi edinme hakkı. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 56(2), s.63–74.
- Strauss, A.L. ve Corbin, J. (2015). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, CA: Sarge.
- Thiroux, J. (1998). *Ethics: Theory and Practice*. New Jersey: Prentice-Hall,Inc.
- Tse, E.C. ve West, J. J. (1992). Development strategies for international hospitality markets. Teare, R.ve Olsen, M. (Ed.), *International Hospitality Management, Corporate Strategy in Practice* içinde, John Wiley and Sons Inc: New York.
- Turizm Günlüğü Turizm ve Seyahat Gazetesi (2022). Türkiye’de Faaliyet Gösteren 57 Otel Zincirinin Tam Listesi (Yayın tarihi: 15 Ağustos 2019) <https://www.turizmgunlugu.com/2019/08/15/turkiyede-faaliyet-gosteren-57-otel-zincirinin-tam-listesi/>. (Erişim tarihi: 06.03.2022)
- Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete (2022). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, 25851 sayılı, 21/06/2005 tarihli Resmi Gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm> (Erişim Tarihi: 06.03.2022).
- UNWTO. (2022). Turizmde Küresel Etik İlkeler, <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (Erişim tarihi: 06.03.2022).
- Vallen, G. ve Casado, M. (2000). Ethical principles for the hospitality curriculum. *Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly*,44-51.
- Wheeler, M. (1995). Tourism marketing ethics, *International Marketing Review*, 12 (4): 38-49.
- Yaşar, N. (2007). Sorumluluk ve Ahlak. S. Tevrüz (Ed.), *İş hayatında etik* içinde (s.43-56). İstanbul: Beta Basım.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Yıldırım, G. ve Kadioğlu, S. (2007). Etik ve tıp etiği temel kavramları. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/1569.pdf>
- Yu, L. (1999). *The International Hospitality Business, Management and Operations*. The Haworth Hospitality Press.
- Zaim, H. (2012). *İş Hayatında Erdemli İnsan*. İstanbul: UTESAV.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %40

2. yazar katkı oranı : %30

3. yazar katkı oranı : %30