



Konaklama İşletmelerinde Etik Uygulamaların İş Değeri Üzerindeki Etkisi: İstanbul Örneği

The Impact of Ethical Practices on Business Value in Hospitality Businesses: The Case of İstanbul

Cihan YILMAZ¹

Özlem TAŞKIRAN KARATAŞ²

¹Dr., Doğu Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-4270-8854, cyilmaz@dogus.edu.tr.

²Dr., Doğu Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-4694-8350, otaskiran@dogus.edu.tr.

Gönderilme Tarihi / Submitted: 31.08.2024

Düzeltilme / Resubmitted: 25.11.2024

Kabul / Accepted: 10.12.2024

Özet

Çalışmada hedeflenen, İstanbul'da yer alan konaklama işletmelerindeki etik uygulamaların, çalışanların sahip oldukları iş değeri üzerindeki etkisini değerlendirmektir. Konaklama işletmelerindeki etik yapı ve personelin iş değeri algısının hangi ölçüde olduğu ve bunların demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak çalışmanın diğer bir hedefidir. Bu hedeflere dayanarak çalışma, İstanbul'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde personele uygulanan yüz yüze anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen 525 ankete göre güvenilirlik ve geçerlik unsurlarını güçlü bir şekilde taşıyan veri seti oluşmuştur. Elde edilen veri üzerinde yapılan analizler neticesinde konaklama işletmelerinde etik uygulamalar ile çalışanların iş değeri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişki pozitif yönlü ve %21 oranındadır. Yani personelin iş yerlerinde uygulanan etik uygulamalara karşı düşünceleri olumlu yönde arttıkça iş değeri tutumları da artış göstermektedir. Diğer taraftan hem etik hem iş değeri algısında çalışanların yaşı ve medeni durumuna göre bir farklılık bulunmamaktadır ancak; çalışanların eğitim durumu hem etik hem de iş değeri üzerinde farklılık yaratmaktadır. Sonuç: Konaklama işletmelerinde etik uygulamalar ve iş değeri arasındaki ilişki işletmenin verimliliği ve çalışanların motivasyonu açısından önem taşımaktadır. İşletmelerde etik değer ve

uygulamaların daha görünür olması sağlanabilir. Sürdürülebilir başarı için çalışanlara ödül, terfi, ikramiye, tatil gibi motivasyon araçları sunulabilir.

Anahtar Kelimeler: Etik, İş Değeri, Konaklama İşletmeleri.

Abstract

The aim of the study is to evaluate the impact of the ethical practices in the workplaces of the personnel of the accommodation establishments in Istanbul on the business value they have. Another aim of the study is to determine to what extent the ethical structure and the perception of the work value of the personnel in the accommodation establishments and whether they differ according to demographic characteristics. Based on these objectives, the study was carried out with a face-to-face questionnaire applied to the personnel in the accommodation enterprises operating in Istanbul. According to the 525 questionnaires obtained from the research, a data set that strongly carries the reliability and validity elements was formed. As a result of the analyzes made on the data obtained, a significant relationship was determined between ethical practices in accommodation enterprises and the work value of the employees. This relationship is positive and 21%. As the employees' thoughts towards ethical practices in the workplace increase, their attitudes towards work value also increase. On the other hand, there is no difference in the perception of both ethics and business value according to the age and marital status of the employees; The education level of the employees makes a difference on both ethics and business value. Results: The relationship between ethical practices and business value in accommodation businesses is important for the efficiency of the business and the motivation of the employees. Ethical values and practices can be made more visible in businesses. Motivation tools such as awards, promotions, bonuses and vacations can be offered to employees for sustainable success.

Key Words: Ethics, Business Value, Hospitality Businesses.

GİRİŞ

Günümüzde birçok işletme, yasa ve yönetmeliklerin varlığına rağmen meydana gelen farklı durumlar karşısında müşteri tatmini sağlamak, personelin karar verme yetisini geliştirmek, işleyiş ve uygulamalarda standartlaşmaya gitmek, ikilikleri ortadan kaldırmak ve kamuoyunda yaratılan işletme imajlarını güçlendirmek amacıyla etik

kurallar ve uygulamalara ihtiyaç duymaktadırlar. Etik kuralların ve uygulamaların etkinliği ölçülerek işletmenin yararı ya da zararına olacak şartların saptanması, etik yöntemleri doğru uygulayanların ise ödüllendirilmesi gibi uygulamalar geliştirilmektedir.

İnsan davranışlarının nedenlerini ve buna bağlı olarak insanın örgüt içerisindeki davranışlarını araştırması ve anlamlandırması açısından, etik kavramı önem taşımaktadır. Örgütsel etik ise, örgütün sahip olduğu ekonomik performansı, halkın tutum ve görüşlerini ve örgüt çalışanlarının yaklaşımlarını pozitif yönde etkileyebilen bir kavramdır (Çevirgen ve Üngüren, 2009). Farklı kültürlerden gelmiş örgüt üyelerinin benzer davranışları sergilemesini yasal bir çerçeve kapsamında takip etmek, etik ilkeler geliştirilmesinin temel hedefidir (Gül ve Gökçe, 2008). Dolayısıyla etik konusu, işletmelerin önemli bir paydaşı olan çalışanların, örgüte yönelik sergilediği tutum ve davranışların pozitif yönlü olmasına ve aynı zamanda işletmelerin de varlıklarını sürdürebilmesinde etkili bir role sahiptir (Doğan ve Kılıç, 2014). Değer kavramı insan hayatında erken yaşlarda edinilen bir olgudur. Aile, akraba, arkadaş ve öğretmen gibi çevre faktörleriyle insanların değer ve etik algıları şekillenmektedir. Doğruyu, yanlış, iyiyi ve kötüyü ayırt etme noktasında insanlara yol gösterici olan değer kavramı, aynı zamanda kişinin çalışma hayatına da yansımaktadır.

Bu noktada iş değeri kavramı akla gelmektedir. İş değeri, değerlerin bir alt kümesi olarak nitelendirilebilir. İnsanların iş yerlerinde meydana gelen olay ve ilişkilere verdiği önem, aradıkları tatmin ve arzulan davranışları ifade etmektedir (Kubat ve Kuruüzüm, 2010). Van Pletsen (1986 akt. Beukman, 2005), iş değerinin kişiliği oluşturan unsurlardan biri olduğunu ve insanın kişiliği ile birlikte meydana geldiğini belirtmiştir. Bu durum, her çalışanın iş yerine belli bir ahlak yapısı ve değer algısıyla geldiğini göstermektedir (Rue ve Byars, 2009; Vondracek ve Porfeli, 2006). İnsanlar aynı zamanda belli bir önyargıyla işletmede nelerin yapılabileceğinin ya da nelerden kaçınılması gerektiğinin yargısına varmaktadır. Bu peşin hükümler değer algısından kaynaklanmaktadır. Buna göre değer, neyin doğru neyin yanlış olduğu konusunda belirleyici faktör olmaktadır (Robbins ve Judge, 2009). Endüstri toplumlarında, çalışma hayatı insanlar için birbirinden farklı değerler yaratmaktadır. Çalışma kavramından etkilenen değerler aslında çalışmanın yapısından kaynaklanmazken, insanlar bunları çalışma faaliyetlerine yansıtmaktadırlar (Kalleberg, 1977; Russell, 1980).

Bu bilgiler ışığında, turizm sektörü içinde yer alan konaklama işletmeleri de etik değerler yaratmak ve buna göre çalışanlarının iş değerini artırmak amacındadır. Bu bağlamda mutlu ve güvenilir çalışanlarla iyi bir organizasyon kurmayı, üretim sürecini sistemli ve sürdürülebilir bir şekilde yürütmeyi hedeflemektedir. Konaklama işletmelerinde iş değeri ve etik uygulama boyutlarının arasında nasıl bir ilişki olduğunun bilinmesi, konaklama işletmesi çalışanlarının demografik niteliklerinin bu boyutlarla ilişkisinin değerlendirilmesi, söz konusu iki kavramın genel olarak düzeylerinin tespiti, işletmeler açısından önem taşıyan bilgi kaynaklarıdır. Bu araştırmanın sonucunda söz konusu bilgi kaynaklarını elde etmek hedeflenmiştir. Literatürde, iş görenlerin iş değeri algısı ve işletmelerin etik uygulamaları üzerine ayrı ayrı birçok çalışma yer almaktadır (Bahadır, 2010; Demir, 2014; Gürsoy vd., 2008; Hatturp vd., 2007; Lu & Guo, 2002; Özkan ve Gümüş, 2013). Bu araştırma, konaklama işletmelerinde etik uygulamalar ve iş değeri kavramları arasındaki ilişkiyi incelemesi bakımından literatüre önemli bir katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Çalışmanın, bu iki kavramı bütünleştirerek analiz etmesi, alandaki bilgi birikimine yeni bir perspektif kazandırması açısından dikkat çekicidir. Dolayısıyla, araştırmanın sonuçlarının hem akademik literatüre hem de sektör paydaşlarına kayda değer içgörüler sunması ve uygulamaya yönelik çıkarımlar sağlaması öngörülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Etik Kavramı ve Turizmde Etik

Etik kavramının etimolojik kökeni, kavramın anlaşılması açısından önem arz etmektedir. "Etik" terimi, Yunanca'da "karakter" anlamına gelen "ethos" sözcüğünden türetilmiştir. İngilizce'deki "ethics" terimi de aynı kökenden gelmektedir. Etik, ahlaki kural ve değerlerin sistematik incelenmesi neticesinde ortaya çıkmış olup, ideal olanı vurgulamaktadır. Felsefi bir temele dayanan etik kavramı, toplumsal ahlak normlarının ötesinde bir anlam taşımaktadır (Fromm, 1995). Etik disiplini, bireylerin kişisel ve toplumsal ilişkilerinin temelini oluşturan değerleri, kuralları ve normları araştırma konusu yapmaktadır (Pehlivan, 2001). Bu felsefi disiplin, iyi-kötü ve doğru-yanlış dikotomilerini incelemekte, insanın varoluşsal amacını sorgulamakta ve erdemli bir yaşam tarzının bileşenlerini ele almaktadır (Cevizci, 2008).

Alanyazında etik kavramının iki farklı açıdan tanımlandığı görülmüştür. Bunlardan biri kavramı, bilim dalı/disiplin olarak gören yaklaşım, diğeri ise felsefe/ahlak

felsefesi şeklinde ele alan yaklaşımdır. Bilim dalı/disiplin açısından incelendiğinde etik, insanlar, örgütler ve toplum açısından iyiyi ve kötüyü araştıran; davranış ve ilişkilerde neyin doğru neyin yanlış olduğunu belirleyerek, ahlaki değerler, amaçlar ve standartları ifade eden bir disiplindir. Diğer taraftan bir felsefe/ahlak felsefesi yaklaşımıyla etik kavramı ise, insanların özel hayatları ya da toplum içindeki yaşamlarında belirledikleri hedeflerini ve hedeflerine ulaşmak için sergiledikleri tutum ve davranışları inceleyen, faaliyetlerini araştıran, iyiyi, kötüyü, doğruyu ve yanlışı açıklamaya çalışan sistemsal bir düşünce yapısını ifade etmektedir (Bolat ve Seymen, 2003). Bu anlamda etik, arzu edilen hayat biçiminin incelenmesi ve anlaşılmasını ifade etmektedir.

Bir ahlaki eylem kuramı olan etik, bilgidен daha çok eylem üzerine temellendirilen bir kavramdır. Bu nedenle yalnızca kuram oluşturmak ya da entelektüel bir doyuma ulaşmak için zihinsel bir çaba olmaktan öte önemli bir düşünce ve eylem ilişkisini ifade etmektedir (Pieper, 1999). Etik kendi içinde bireysel, örgütsel, yönetsel ve mesleki etik şeklinde dört kategoride sınıflandırılmaktadır (Menekşe, 2007):

- Bireysel etik: İnsanın neyin iyi neyin kötü, neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar vermesinde etkili olan etik ilke ve değerler bütününe ifade etmektedir (Akoğlan ve Güçlü, 2008).
- Örgütsel etik: Aynı örgütte çalışan işgörenlerin davranış biçimlerinin örgütle ve birbirleri ile uyumlu olmasını ifade etmektedir. Örgütün sorumlulukları ile işgörenlerin tutum ve davranışlarının örtüşmesi halinde ilke ve hedeflere ulaşmak mümkün olabilir (Uçkun vd., 2004).
- Yönetsel etik: Yönetsel kararların verilmesinde, yöneticilere faaliyetlerinde yol gösteren, etik ilke ve kuralları temel almalarını sağlayan davranış standartlarını ifade etmektedir (Demirçivi, 2013).
- Belirli bir meslek grubunun mesleğine ilişkin uyması gereken, kişileri belli davranışlara yönlendiren ve kişisel yönelimlerini sınırlayan, meslek içinde rekabeti gözeten ve yetersiz olanları dışlayan, mesleğin ideallerini korumayı hedefleyen ve mesleğe ilişkin oluşturulup korunan ilkeler bütününe ifade etmektedir (Aydın, 2010).

Son yıllarda, iş dünyasındaki davranışlara yön veren ve onlara klavuzluk yapan etik ilkeleri ifade eden meslek etiği (iş etiği) kavramı, üzerinde önemle durulan konulardan biri

olmaktadır. Özellikle turizm gibi emek yoğun sektörlerde uyulması gereken davranış kuralları ve standartlarının belirlenmesi önem taşımaktadır (Altinkurt ve Yılmaz, 2011). Bir davranışın etik prensiplere uygun olup olmadığı konusunda belirleyici olan; yalnızca insanların bireysel etik ve değerleri değil toplumun etik yaklaşımı olmaktadır. Bu durum örgütlerin faaliyetleri üzerinde de etkili olmaktadır (Özkalp ve Kırel, 2010). Başka bir anlatımla, meslek etiği içinde yer aldığı toplumun genel değerleri ve mesleğe ilişkin evrensel kabul görmüş ilkeleri kapsamaktadır (Pehlivan, 2001). Temelinde insan ilişkileri olan meslek etiğinde, aynı meslek mensuplarının birbirleri ile olan ilişkilerinde belli davranış kalıplarına uyarak hareket etmeleri gerekmektedir (Aydın, 1993). DeSensi ve Rosenberg'e göre (1996: aktaran Aydın, 2006), mesleğe ilişkin etik ilkeler geliştirilmesi belirli faydalar sağlamaktadır. Bunlar; meslektaş baskısı ile insanları etik davranışa motive etmek, kişilere doğru ve yanlış eylemler konusunda ve belirsiz durumlar karşısında nasıl davranacakları hakkında rehberlik etmek, yöneticilerin ya da patronların otokratik gücünü kontrol etmek, örgütün toplumsal sorumluluklarını tanımlamak ve çıkarlarına hizmet etmek şeklinde sıralanabilir.

Farklı meslek gruplarında etik değerler değişkenlik gösterse de, genel etik ilkeleri ve kuralları aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Smith, 1995; Akarsu, 1998):

- Yetkinlik (Yeterlilik-Ehliyet) Bakımından Etik Kurallar: Kendi uzmanlık alanlarının yeterlilik sınırını bilerek, en üst seviye yetkinlikle hizmetlerini yürütmeyi hedeflemektedirler.
- Dürüstlük Bakımından Etik Kurallar: İnsan ilişkileri, mesleki ve bilimsel çalışmalar ve hizmet aşamasında dürüstlük, doğruluk ve gerçekçiliği ön planda tutmaktadırlar.
- Duyarlılık ve Hoşgörü Bakımından Etik Kurallar: İnsan ilişkilerinde anlayış, mesleki ilişkilerde de özellikle müşteriye karşı hoşgörü ve duyarlılık ön planda olmaktadır.
- Mesleki ve Bilimsel Sorumluluk Bakımından Etik Kurallar: Etik ilkelere uygun davranma sorumluluğuna sahip ve etik davranışa uygun rollerini kavramışlardır. Danışmanlar meslektaşlarının mesleki ve bilimsel etik prensiplere göre davranıp davranmadığı ile de ilgilenmektedirler.
- Genel Ahlaki Kurallar Bakımından Etik: Etik, ahlak üzerine konuşan ve çeşitli önermeler üreten bir kavramdır. İyiyi ve doğruyu doğrudan söylemek yerine bir şeyin iyi olduğuna nasıl karar verilebileceğini açıklar. Ahlak ise çağlara, çeşitli

uluslara, çevreye ve bazen kişilere göre şekillenebilen bir anlayışı ifade etmektedir.

İşletmelerde yazılı ya da yazılı olmayan etik kural ve ilkeler iş görenlerin işletme içi davranışları için bir standart belirlemektedir (Beasley, 1995). Meslek etiği ilkeleri ile benzer işlevdeki etik kodlar ise, iş görenlerin hangi davranışlarının kabul edilebilir olduğuna dair rehberlik eden, meslek veya örgütün beklediği resmi ifadelerdir (Ferrel ve Fraedrich, 1994). Etik kodları bir ihtiyaç olarak meydana getiren birçok gerekçe bulunmaktadır. Özellikle devlet yönetimi, işletmenin çevresi, insanların işletmeye karşı tutumu, tüketicilerin yaklaşımları gibi etmenler işletmeleri doğru ve tutarlı davranmaya yönlendirmektedir. Bu beklentilerin karşılığını vermek isteyen işletmeler ise etik kodlar oluşturmalı ve bunları başarılı bir şekilde uygulayabilmelidir. Etik kodların temel işlevleri; etik yaklaşımlarda tutarlılığın sağlanması, örgütlerdeki düzensizliğin giderilmesi, işletmenin çalışanlar üzerinde belli bir disiplin sağlaması ve bunun için gerekli ortamı oluşturması, çalışanlara etik standartların benimsetilmesidir (Patter ve Gils, 2003).

Günümüzde disiplinlerarası bir kavram olarak nitelendirilen turizm; toplum, doğa ve sosyal bilimlerle yakın ilişkilidir. Hizmet sektörü içinde yer alması nedeniyle, emek yoğun nitelik göstermesi, insan ilişkilerine dayalı olması, özellikle hizmet üretimi ve sunumu esnasında insan davranışlarının etkili olması nedeniyle turizmde iletişim kaçınılmazdır. Diğer bir ifadeyle, turizm işletmelerinde çalışanlar ve müşteriler yakın ilişkide olduklarından etik ilke ve standartların belirlenmesi önemli bir konu olmaktadır. Örneğin bir konaklama işletmesinde sıklıkla konuklar ve çalışanlar farklı kültürlerden bir araya gelmektedir. Buna göre etik anlayışları da birbirlerinden farklı olabilmektedir. Konuklar ve çalışanlar arası iletişimde kültürel farklılıklardan kaynaklanan etik anlayış farklılıkları olumsuz sonuçlar meydana getirebilmektedir. Bu nedenle özellikle turizm sektöründe etik ilke ve değerlerin belirlenmesi, bunların benimsetilmesi ve uygulanması birçok araştırmacının hemfikir olduğu konulardan biridir. Genel olarak araştırmacıların bu konuda çeşitli çalışmalarına bakıldığında, turizm işletmelerinde etik kurallar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Yılmazer ve Bahadır, 2011):

- Kurallara uyan, tarafsız, özenli ve ölçülü olmak,
- Hak gözetken, eşitlikçi ve iyi olmak,
- Gizlilik, mahremiyet, resmi sırlara karşı saygılı olmak,
- Sorumluluk, hesap verebilirlik ve görev bilincine sahip olmaktır.

Turizm işletmeleri içinde yer alan konaklama işletmelerinde konuklar sadece konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamazlar; aynı zamanda sosyal ihtiyaçlarını da karşılamaktadırlar. Diğer taraftan hem çalışanlar hem müşteriler aynı mekan içinde uzun saatlerini harcamaktadır. Sosyal ilişkilerin ve iletişimin yoğun olduğu konaklama işletmelerinde etik ilkelerin belirlenmesi ve uygulanması, yaşanabilecek olası sorunların önüne geçilmesi açısından da önem taşımaktadır (Kılınç, 2000).

Turizm işletmelerinde karşılaşılan etik dışı uygulamalar için gerçeği yansıtmayan tanıtım ve reklamlar, fiyat politikaları, ahlak sınırlarını aşan eğlenme biçimleri, konukların uygunsuz beklentileri vb. durumlar örnek verilebilir (Şahin, 2011). Öte yandan çıkar çatışmaları, adaletsiz maaş, çalışanların karakter yapısından kaynaklı sorunlar ve ticari sırları açığa çıkarma gibi konular da önemli etik dışı uygulamalardandır (Sarıışık vd., 2006).

Son dönemde gerçekleştirilen akademik araştırmalar, turizm sektöründe etik konusunun önem kazandığını göstermektedir. Turizm, sosyo-kültürel bir fenomen olarak hızlı bir büyüme ve gelişme gösteren bir endüstri haline gelmiştir. Bu durum, etik davranış ve uygulamaların kritik önemini vurgulamaktadır. Turizm sektörünün uluslararası prensip ve karakteristiklere sahip olduğu göz önünde bulundurulduğunda, kapsamlı etik ilkelerin belirlenmesine yönelik çalışmalara olan ilgi artış göstermektedir. Bu bağlamda, uluslararası, ulusal, bölgesel ve kurumsal düzeylerde etik ilke ve standartların tespit edilmesine yönelik akademik çalışmalar önem kazanmaktadır (Fennel ve Malloy, 1999).

1.2. İş Değeri

Değer kavramı, tarih boyunca yaşayan toplumların kendine has olarak kabul ettiği ve hakkında birçok fikir yürütülmüş olgular bütününe ifade etmektedir. Değerlerin tanımlanması, içeriğinin nelerden oluştuğu, hangi özelliklere sahip olduğu ve diğer kavramlarla ilişkisi araştırma konusu olmuş ve günümüzde de üzerine tartışılan ve incelenen bir konu haline almıştır (Özkul, 2007). Değer kavramına yönelik tanımlamalar incelendiğinde çeşitli yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Kavram, insanlar için neyin faydalı, neyin iyi ya da neyin kötü olduğunu açıklama konusunda önemli bir yere sahiptir. Genel anlamda değer, dünyaya bakış açısı, bir insanı algılayış, bugün ve yarınla ilgili düşünme olarak somutlaştırılabilir. Bu somutlaştırmanın da tutarlı ve anlamlı olması gerekmektedir. Değer kavramı insana özgü, insanı var eden ve diğer canlılardan ayıran

olanakları, yani insana has tüm etkinlikleri insani faaliyetler şeklinde amacına uygun olarak gerçekleştirilebilir hale getirmeye yardımcıdır. Daha açık bir ifadeyle değer, insanların doğru bilmeleri, düşünmeleri, değerlendirmeleri ve doğru eylemlerde yer aldıklarını anlamalarına yardımcı olan bir kavramdır (Kuçaridi, 1995; Erinç, 1995; aktaran. Dilmaç vd., 2008). İnsanoğlu doğada zayıf taraflarını güçlendirmek, yalnızlıklarından kurtulmak ve tabii ki yaşamını sürdürebilmek için birarada yaşamak durumundadır. Toplu yaşam şeklini sürdürebilmek amacıyla ortak davranış şekilleri ve belli kıstaslar belirlemişlerdir. Değerler bunların en önemlileri arasında sayılmaktadır. Elizur (1984), insanın veya toplumun değerlerini, önem verilen davranış, konum, tavır veya nesnelere şeklinde ifade etmektedir. Buna göre iş değeri ise, değerlerin iş kavramı çerçevesinde tanımlanan bir bölümünü tanımlamaktadır.

İş yaşantısı içinde değerler, bireysel ve toplumsal yaşamdaki kadar önem taşımaktadır. Özkalp (2000), iş değeri kavramını, bir işgörenin iş yaşamından beklentisi ve buna göre nasıl davranması gerektiği üzerine şahsi görüş, hissiyat ve inançları şeklinde tanımlamıştır. Aynı zamanda çalışanın sahip olduğu deneyimlerin iş değerini meydana getirmede etkili olduğunu ifade etmiştir.

İş değeri diğer bir tanımlamada ise, iş ortamında meydana gelen koşullar ve tavırlara karşı saygı, itibar, talep veya eğilimleri ifade etmektedir (Knoop, 1991). İş değeri işteki rollerin kavranması, geliştirilmesi ve organize edilmesinde eleştirel bir bakış açısı olmuştur. İşteki davranışların, yönelimlerin ve kararların şekillenmesinde etkili olan sistem ve kurallar bütünü oluşturmuştur. İş değeri, insanların iş yaşamında meydana gelen olaylara ve durumlara verdikleri önemi açıklamaktadır. Buna göre çalışanların iş ortamında sürekliliğini sağlayan hedefleri ve mükafatlarını ifade etmektedir (Sagie ve Elizur, 1996). Farklı bir yaklaşımla iş değeri, içsel bir değer sayılmış ve işi başarma arzusu, terfi, statü kazanma gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir. İşin ücretine karşı çalışanın sergilediği davranış ve tavırların iş değerini de etkileyebileceği ifade edilmiştir (Wollack vd., 1971, aktaran. Kuruüzüm vd., 2010).

İçsel değerlerin yanında iş değeri kavramını dışsal değer ve hayat tarzına yönelik değer olarak üç grupta değerlendiren çalışmalar da mevcuttur. Bu bakış açısıyla çalışanların kendi oluşturdukları içsel değerler, topluma yansıyan tarafıyla dışsal değerler ve dahil olunan sosyal çevrenin etkilediği hayat tarzına yönelik değerler, insanların yaşamında çeşitli zamanlarda ve farklı önem derecelerinde etki etmektedir (Örücü vd., 2003).

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, konaklama işletmelerinde uygulanan etik politikaların çalışanların iş değeri üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmanın alt amaçları arasında, Türkiye'deki konaklama işletmelerinde etik uygulamaların yapısını ve personelin iş değerini analiz etmek, ayrıca bu değişkenlerin çalışanların demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi ve gelir düzeyi) göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek yer almaktadır. Araştırmanın sonuçlarının, ilgili literatüre katkı sağlaması ve sektör paydaşlarına mevcut süreçlerini iyileştirmeye yönelik öneriler sunması öngörülmektedir. Bu bağlamda, elde edilen bulguların hem akademik çevrelerde hem de uygulamada önemli bir role sahip olması beklenmektedir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada araştırma yöntemi olarak nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve buna göre çalışma, nedensel araştırma modelinde kurgulanmıştır. Araştırmada kullanılmak üzere ölçeklerin tespit edilmesi için literatür çalışması yapılmıştır. Önceden tasarlanmış ve uygunluğu denenmiş ölçekler ile çalışmanın gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. İstenen değişkenlerin test edilmesinde iki ayrı ölçekten yararlanılmıştır. Konaklama işletmelerinde etik uygulamaları test etmek için Yeung (2004) tarafından geliştirilen ölçek, konaklama işletmelerinde çalışanların iş değerini test etmek için Gursoy, Chi ve Karadağ (2013) tarafından geliştirilmiş olan ölçek kullanılmıştır. Kullanılan ölçeklerin orijinal dili İngilizce olduğundan öncelikle ifadelerin Türkçe çevirisi yapılmıştır (İngilizce bölümü öğretim üyeleri desteği ile). Konusunda uzman turizm akademisyenlerinin yönlendirmeleri ile kültürel farklılık gibi etkenler dikkate alınarak ölçek son şekline getirilmiştir. Orijinal ölçeklere göre, “konaklama işletmelerinde etik uygulamalar” ölçeği 8 faktörden oluşmaktayken yapılan analiz neticesinde 6 faktöre düşmüş, konaklama işletmelerinde çalışanların iş değeri ölçeği 7 faktörden 6 faktöre düşmüştür. Bu değişimin nedeninin örneklemeler arasındaki çalışma kültürlerinde bulunan filolojik ve anlamsal değer değişikliklerinden dolayı olabileceği düşünülmektedir. Ölçeklerdeki faktör sayısındaki azalma maddelerin biraraya gelerek belli bir faktör altında toplanmasından dolayı gerçekleşmiştir. Yani ölçeklerde bulunan faktör isimleri aynı kalmış sadece iki faktörün (tüeticilerin korunması - çalışanların gizliliği ve

uyumsuzluk – teknoloji uyumsuzluğu) altında bulunan maddeler biraraya geldiğinden isimleri birleştirilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, işletmedeki etik uygulamalara ilişkin çalışanların sahip oldukları algı düzeylerini ölçmeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. İkinci bölümde, çalışanların iş değeri algısını ölçmeye yönelik geliştirilen ifadeler yer almaktadır. Araştırmanın üçüncü bölümü, katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan ölçek maddeleri, 5'li Likert tipi ölçek formatında tasarlanmıştır. Bu ölçek, şu şekilde derecelendirilmiştir: 1 (Kesinlikle katılmıyorum), 2 (Katılmıyorum), 3 (Kararsızım), 4 (Katılıyorum) ve 5 (Kesinlikle katılıyorum).

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Haziran 2022 itibariyle İstanbul'da 713 konaklama işletmesi yer almaktadır (KTB, 2022). Bunlar içinde kamping, apart ve pansiyon türünde de işletmeler bulunmaktadır. Ancak yapılan araştırmanın konusu itibariyle tesis sayısı daha fazla olan ve buna paralel olarak çalışan sayısı, işletme ve yatak kapasitesi de daha fazla olan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışmayı uygulamak daha uygun görülmüştür. Aynı veriye göre İstanbul'da 4 yıldızlı 164, 5 yıldızlı 128 olmak üzere toplam 292 otel işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmelerdeki çalışanlar araştırmanın evrenini ifade etmektedir. Araştırma süresi ve maddi açıdan sınırlılıklar nedeniyle, araştırmanın belli bir örneklem üzerinde yürütülmesi uygun görülmüştür. Araştırmanın yürütülmesinde ve örneklem belirlemede tesadüfi olmayan örnekleme yöntemi olan "kolayda örnekleme yöntemi" tercih edilmiştir. Otel çalışanlarına ulaşmak amacıyla otel grup e-postaları üzerinden işletmelere çalışma hakkında bilgilendirme maili iletilmiştir. Personelinin araştırmaya katılması için gönüllülük gösterdiği 20 beş yıldızlı ve 12 dört yıldızlı toplam 32 konaklama işletmesinden olumlu dönüş yapılmıştır. Anketler 25.06.2023-20.4.2024 tarihleri arasında belirlenen işletmelerde yüz yüze olarak uygulanmıştır. Konaklama işletmesinde çalışan 18 yaş ve üzeri çalışanlarla gönüllülük esasına dayanarak anket uygulanmıştır. Çalışmaya katılan 525 kişiden elde (örneklem sayısı için formül) edilen anketlerle analizler yapılmıştır. Kullanılan verilerin elde edilmesi için ihtiyaç duyulan etik kurul izin belgesi Doğu Üniversitesi'nden 17.06.2022 tarihinde 2022/94 sayı numarası ile alınmıştır.

2.3. Verilerin Analizi

Çalışmadan elde edilen verilerin analizi için öncelikle normal dağılım testi ardından geçerlik ve güvenilirlik testleri yapılmıştır. Veri setinin uygunluğu sonrasında regresyon analizi, T-testi ve ANOVA, frekans analizleri uygulanmıştır. Bahsi geçen analizlerin tümü istatistik paket programı IBM SPSS kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

2.4. Normal Dağılım, Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Konaklama işletmelerinde etik uygulamalar ölçeğinin normal dağılımını ölçmek için açıklayıcı test uygulanmış ve elde edilen sonuçlarda mean (4,1790) ve median (4,2143) değerlerinin yakın olduğu; çarpıklık (skewness) -,759 ve basıklık (kurtosis) ,729 değerlerinin istenen aralıkta olduğu (+1,5 / - 1,5) görülmüştür. Diğer taraftan iş değeri ölçeğinde ise bu sonuçlar şöyledir; mean (3,5435) ve median (3,5600) değerleri birbirine yakın; çarpıklık (skewness) ,339 ve basıklık (kurtosis) ,345 değerlerinin ise istenilen değer aralığında (+1,5 / - 1,5) olduğu saptanmıştır. Normal dağılımı gösteren en belirgin gösterge, çarpıklık ve basıklığın +1,50 ve - 1,50 aralığında olmasıdır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Elde edilen değerlerin de bu aralıkta olması ilişkisel analizlerde “parametrik” testlerin kullanılmasına uygun bir yapı oluşturmuştur.

Verilerin güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla ölçek ifadelerinin Cronbach’s Alpha değerlerine bakılmıştır. Elde edilen Cronbach’s Alpha değerlerinin 0.70’den büyük olması ölçeğin güvenilirliği için yeterli olmaktadır (Büyüköztürk, 2013; Nunnally, 1978). Her bir ölçek için elde edilen Cronbach’s Alpha değerlerinin 0.70’den büyük olduğu ve ölçeklerin içsel tutarlılığının olduğu Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. Konaklama İşletmelerinde Etik Uygulamalar Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	İfadeler
,923	28

Tablo 2. İş Değeri Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	İfadeler
,848	25

Verileri daha açıklayıcı ve anlamlı şekle getirmek amacıyla faktör analizine bakılmış ve Varimax yöntemi kullanılmıştır. Buna göre etik ve iş değeri ölçeklerinde yer alan boyutlarda madde dağılımı orijinal hallerinden farklılaşmıştır. Ölçeklerin varyans ve

özdeğer katsayıları incelendiğinde faktörel açıklayıcılıklarının çok iyi düzeyde olduğu görülmüştür. Faktör analizi sonuçları Tablo 3 ve Tablo 4 'te yer almaktadır.

Tablo 3. Konaklama İşletmelerinde Etik Uygulamalar Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Tüketicinin Korunması - Çalışanların Gizliliği - Çalışan Özkaynakları	İş Dolandırıcılığı	Kişisel Çıkar	İnsan Dürüstlüğü	Çevre Koruma Çalışmaları	Toplumsal Vicdan
Çalıştığım iş yerinde her çalışma grubunun eşit hukuki haklara sahip olması.	,747					
Çalıştığım iş yerinde aynı tür iş yapanların eşit şekilde maaş alması.	,738					
Çalıştığım iş yerinde çalışanların çocuk bakım haklarına, ailevi işten ayrılma haklarına ve yaş dolayısı ile ayrılma haklarına sahip olması.	,689					
Çalıştığım iş yerinde çalışanların iş için tam çaba gösterme zorunluluğuna.	,666					
Çalıştığım iş yerinde iş ve işletme konularının adil bir şekilde insanlar ile paylaşılması.	,589					
Çalıştığım iş yerinde çalışanların bilgisayarları ile yaptığı işlemlerin elektronik takip sistemi ile takip edilmemesi.	,560					
Çalıştığım iş yerinde güvenli ve dayanıklı mal ve hizmet sağlanması.	,523					
Çalıştığım iş yerinde yatırımların, bilinmeyen ve sorgulanamayan kaynaklardan sağlanmaması.		,788				
Çalıştığım iş yerinde Ticari amaçlar için işletmenin iç bilgilerinin kullanılmaması.		,773				
Çalıştığım iş yerinde bilgisayarlar, legal olmayan amaçlar için kullanılmaması. (Sabotaj, Yetkisiz Giriş)*		,720				
Çalıştığım iş yerinde Yabancı ülkeler ile yapılan ticaretlerde, yerel ülkenin uyguladığı kurallara uyulması.		,697				
Çalıştığım iş yerinde sigortadan haksız kazanç elde edilmemesi.		,488				
Çalıştığım iş yerinde müşterilerden bahşiş edilmemesi.			,767			
Çalıştığım iş yerinde çalışanların ailelerine ve akrabalarına işletmeyi bilgilendirmeden indirim veya bedava hizmet sağlamaması.			,671			
İşe alımlarda kişisel tanışma ve iletişim unsurlarının göz önünde bulundurulmaması.			,608			
Çalıştığım iş yerinde çalışanların iş yaparken davranışlarının elektronik cihazlar ile görüntülenmemesi.			,529			

Çalıştığım iş yerinde potansiyel sağlık ve güvenlik riskleri dolayısı ile hiçbir mal veya hizmet müşteri tüketiminden kaldırılmaz.			,479			
Çalıştığım iş yerinde çalışanların işletme ayrıcalık, getiri ve imkanlarını kötü kullanmaması.			,724			
Çalıştığım iş yerinde İnsan hayatı için gerekli-elzem hizmetlerden kar elde etme amacı güdülmemesi.			,657			
Çalıştığım iş yerinde şirket mallarının çalışanlar tarafından izinsiz tüketilmemesi.			,642			
Çalıştığım iş yerinde çalışanlar tarafından rüşvet ve hediye kabul edilmemesi.			,596			
Çalıştığım iş yerinde tehlikeli atıkların bertaraf edilmesi.					,768	
Çalıştığım iş yerinde hava ve su temizliğine önem gösterilmesi.					,751	
Çalıştığım iş yerinde doğal kaynakların korunmasının sağlanması.					,706	
Çalıştığım iş yerinde çalışanların şirket bilgilerini ve ticaret sırlarını açığa çıkarmaması.						,711
Çalıştığım iş yerinde hassas bilgiler insanlar ile paylaşılmaması. (Pandemi, Bulaş, Tehlike vb.)						,547
Çalıştığım iş yerinde kullanılan yazılımın izinsiz bir şekilde kopyalanmaması.						,519
Çalıştığım iş yeri bulunduğu ülke güvenliğini gözetmeksizin hizmet satışı yapmaması.						,488
Cronbach's Alpha Değeri; ,923						
Kaiser- Mayer- Olkin Örnekleme Yeterliliği: ,930						
Toplam Varyansı %62,555 açıklamaktadır.						

Tablo 4. İş Değeri Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Uyumsuzluk ve Teknoloji Uyumsuzluğu	Güç	İş-Hayat Dengesi	İş Merkezilik	Liderlik	İşçi Olarak Tanınma
Bürokrasi ve kurallara toleransım düşüktür.	,893					
Yönetim konusunda son derece alaycıyım.	,888					
Teknoloji işimi zorlaştırır.	,824					
Bilgisayar kullanırken kendimi kullanılmış gibi hissediyorum.	,801					
İş yerinde kuralların çiğnenmesi gerekliliği klişesine gerçekten inanıyorum.	,796					
Yaşamak için çalışıyorum, başka bir şey için değil.	,475					
İnsanları organize ve idare edince kendimi buluyorum.		,848				
İşyerinde etrafımda yapılan etkinliklerde daha çok kontrol sahibi olmayı isterim.		,826				
Bir grup ile çalışırken, yönetimde olmayı isterim.		,749				

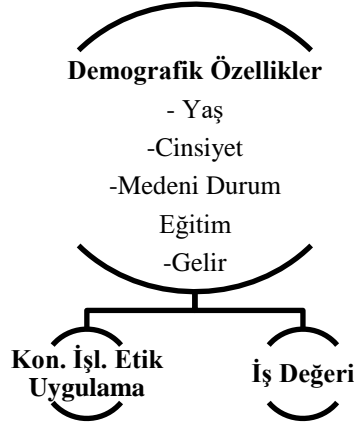
İşe devam edebilmek adına tüm yönetim risklerini kabul ediyorum.		,722				
Ne kadar çalışmam gerekiyorsa, o kadar çalışmaya inanırım ama bir dakika fazlasına değil.			,790			
Değerli zamanımı iş yeri için feda edemem - harcayamam.			,728			
Önceliklerimi ailem ve arkadaşlarım oluşturur. Patronum değil.			,708			
Benim felsefem ‘‘ İşi işte bırak ‘’ tır.			,656			
Konu işim olunca son derece idealist ve harekete hazırım.				,789		
İşimi ve profesyonel gelişmemi çok ciddiye alırım.				,744		
Zor şartlarda ve uzun saatler çalışmaya hazırım.				,642		
Promosyon ve ödüller için sıramı beklemeye razıyım.				,640		
Önümde bir yol haritası olduğunda en iyi şekilde çalışırım.					,700	
Güçlü bir lider ile en iyi şekilde çalışırım.					,693	
Son teknolojiyi kullanmak işimi kolaylaştırır.					,650	
İş yerinde karşılaşılabilecek zorlukların farkındayım.					,526	
İş güvenliği benim için çok önemlidir.					,385	
Kimse genç çalışanlara yaşları küçük olduğu için saygı duymuyor.						,887
İş yerinde genç çalışanlara çocuk gibi davranıyorlar.						,851
Cronbach's Alpha Değeri; ,848						
Kaiser- Mayer- Olkin Örneklem Yeterliliği: ,845						
Toplam Varyansın %65,505'ünü açıklamaktadır.						

Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett Küresellik testlerinde konaklama işletmelerinde etik ölçeği için 0,930 ve iş değeri ölçeği için 0,848 katsayıları bulunmuştur. Ölçeklerin Sig. değerinin de anlamlı bir değerde (0,000) çıkmış olması, veri setindeki dağılımların araştırma için uygunluğunu göstermektedir.

2.5. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

İlişkisel ve betimsel analiz sonuçları bu bölümde sunulmaktadır. Konaklama işletmelerindeki etik uygulamalar ve personelin iş değeri arasındaki ilişki ve etkinin belirlenmesi hedeflenmektedir. Değişkenler demografik ifadelerle göre de incelenecektir. Buna göre oluşturulan araştırma modeli ve geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Temel Hipotez H1: Konaklama işletmelerinde etik uygulamalar iş değerini pozitif yönde etkilemektedir.

Temel Hipotez H2: Konaklama işletmelerinde etik değer algısı katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

Alt Hipotezler:

- H2a: Konaklama işletmelerinde etik değer algısı katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.
- H2b: Konaklama işletmelerinde etik değer algısı katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.
- H2c: Konaklama işletmelerinde etik değer algısı katılımcıların medeni hallerine göre farklılık göstermektedir.
- H2d: Konaklama işletmelerinde etik değer algısı katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H2e: Konaklama işletmelerinde etik değer algısı katılımcıların gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Temel Hipotez H3: Konaklama işletmelerinde iş değeri algısı katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

Alt Hipotezler:

- H3a: Konaklama işletmelerinde iş değeri algısı katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.
- H3b: Konaklama işletmelerinde iş değeri algısı katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

- H3c: Konaklama işletmelerinde iş değeri algısı katılımcıların medeni hallerine göre farklılık göstermektedir.
- H3d: Konaklama işletmelerinde iş değeri algısı katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H3e: Konaklama işletmelerinde iş değeri algısı katılımcıların gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Hipotezlerin test edilmesi ve analizlerin yorumlanması aşağıda yer almaktadır.

Tablo 5. Etik Uygulamaların İş Değerine Etkisi Regresyon Modeli

Model	Karelerin Top.	Sd	Karelerin Ort.	F	P
Regresyon Artık Toplam	7,868	1	7,868	26,258	,000
	156,710	523	,300		
	164,578	524			

Tablo 6. Etik Uygulamaların İş Değerine Etkisi Regresyon Modeli Katsayıları

Model	Regresyon Katsayı		Standardize Katsayı	T	P
	B	Standart Hata	Beta		
Sabit	2,712	,164		16,541	,000
Konaklama İşletmelerinde Etik	,199	,039	,219	5,124	,000

Tablo 7. Etik Uygulamaların İş Değerine Etkisi Testi

Model	R	R Karesi	R Karesi (Adjusted)
1	,219	,048	,046

Regresyon analizinde konaklama işletmelerinde etik uygulamalar ile iş değeri arasında korelasyon 0,219 (%21) olduğu görülmüştür. Etik uygulamaların iş değeri üzerindeki etkisinin 0,048 (%04) olduğu saptanmıştır. Buna göre H₁ hipotezi kabul edilmiştir. Konaklama işletmelerinde etik uygulamalar personelin iş değeri algısını pozitif yönde etkilemektedir ve bu kavramlar arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Korelasyon değerleri incelenirken 0=hiçbir ilişkinin olmaması, +1=tamamen ilişkinin olması anlamına gelmektedir. Literatürde korelasyon değerinin %30'un altında olması düşük ilişkiyi gösterirken (Karakuş vd., 2016), yapılan analizde %21 olan sonuç etik uygulamalar ile personelin iş değeri arasında anlamlı ama düşük oranda bir ilişkinin varlığını göstermektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Yaşlarına Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşması ANOVA Homojenlik Analizi

Levene İstatistik	df1	df2	P
,734	5	519	,598

Tablo 9. Katılımcıların Yaşlarına Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşması ANOVA Anlamlılık Analizi

	Ort.	df	Karelerin Ort.	F	P
Gruplar Arası	3,548	5	,710	1,886	,095
Gruplar İçinde	195,311	519	,376		
Toplam	198,860	524			

ANOVA Homojenlik analizi, katılımcıların yaş değişkenine göre uygulanmış ve verilerin homojen bir dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (P = 0,598). Analizden elde edilen anlamlılık değeri (P = 0,095), sosyal bilimler alanında genel kabul gören anlamlılık eşiği olan $P < 0,05$ değerinden yüksek bulunmuştur. Bu bulgular ışığında, H2a hipotezi istatistiksel olarak desteklenmemiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşmasına Yönelik T-Test Analizi

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ortl.
Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları	Erkek	295	4,1910	,60871	,03544
	Kadın	230	4,1635	,62630	,04130

Tablo 11. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşmasına Yönelik Anlamlılık T-Test Analizi

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T-test		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları	,089	,765	,508	523	,612

T-test analizine bakıldığında Levene değerinin (0,765) homojenlik için beklenen değerde ($P > 0,05$) olduğu görülmüştür. Anlamlılık analizinde ise Sig (P=0,612) değeri gerekli olan katsayıyı ($P < 0,05$) karşılamamıştır. Buna göre H2b hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşmasına Yönelik T-Test Analizi

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ortl.
Konaklama İşletmelerinde Etik	Bekâr	280	4,1395	,62498	,03735
	Evli	244	4,2256	,60456	,03870

Tablo 13. Katılımcıların Medeni Hallerine Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşmasına Yönelik Anlamlılık T-Test Analizi

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T-test		
	F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)
Konaklama İşletmelerinde Etik	,113	,736	-1,596	522	,111

T-test analizinde, katılımcıların medeni durumlarına göre yapılan incelemede, Levene testi sonucu elde edilen değer (0,736), varyansların homojenliği varsayımını karşılamak için gerekli olan eşik değer (p > 0,05) üzerinde tespit edilmiştir. Bu bulgu, gruplar arası varyans homojenliğinin sağlandığını göstermektedir. Bununla birlikte, anlamlı farklılık tespiti amacıyla gerçekleştirilen analizde, elde edilen anlamlılık değeri (p = 0,111), istatistiksel açıdan anlamlı kabul edilebilecek eşik değer (p < 0,05) üzerinde bulunmuştur. Bu bağlamda H_{2c} hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 14. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşması ANOVA Homojenlik Analizi

Levene İstatistik	df1	df2	P
2,584	4	520	,036

Tablo 15. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşması ANOVA Anlamlılık Analizi

	Ort.	df	Karelerin Ort.	F	P
Gruplar Arası	6,526	4	1,631	4,411	,002
Gruplar İçinde	192,334	520	,370		
Toplam	198,860	524			

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizlerde, katılımcıların eğitim durumlarına göre elde edilen homojenlik katsayısı (0,036), istatistiksel olarak anlamlı homojenlik eşliğini (p > 0,05) karşılamamıştır. Anlamlılık farklılığı tespiti için uygulanan analiz sonucunda, anlamlılık değeri (p = 0,002) kritik eşik (p < 0,05) altında bulunmuştur. Bu bulgular ışığında, H_{2d} hipotezi kabul edilmiştir. Gruplar arası

farklılıkların detaylı incelenmesi amacıyla, heterojen varyans durumlarında tercih edilen Dunnett's C Post Hoc analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları, doktora derecesine sahip katılımcılar ile diğer eğitim seviyelerindeki katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve belirgin bir farklılık olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo 16. Katılımcıların Gelir Düzeylerine Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşması ANOVA Homojenlik Analizi

Levene İstatistik	df1	df2	P
2,096	12	512	,016

Tablo 17. Katılımcıların Gelir Düzeylerine Göre Konaklama İşletmelerinde Etik Değer Algıları Farklılaşması ANOVA Anlamlılık Analizi

	Ort.	df	Karelerin Ort.	F	P
Gruplar Arası	10,314	12	,859	2,334	,006
Gruplar İçinde	188,546	512	,368		
Toplam	198,860	524			

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizler sonucunda, katılımcıların gelir durumlarına göre yapılan değerlendirmede homojenlik varsayımının karşılanmadığı tespit edilmiştir ($p = 0,016 > 0,05$). Bununla birlikte, anlamlılık düzeyi incelendiğinde, elde edilen değer ($p = 0,006$) sosyal bilimlerde genel kabul gören eşik değerin ($p < 0,05$) altında olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgular ışığında, H2e hipotezinin desteklendiği sonucuna varılmıştır.

Tablo 18. Katılımcıların Yaşlarına Göre İş Değeri Farklılaşması ANOVA Homojenlik Analizi

Levene İstatistik	df1	df2	P
,700	5	519	,624

Tablo 19. Katılımcıların Yaşlarına Göre İş Değeri Farklılaşması ANOVA Anlamlılık Analizi

	Ort.	df	Karelerin Ort.	F	P
Gruplar Arası	2,423	5	,485	1,551	,172
Gruplar İçinde	162,155	519	,312		
Toplam	164,578	524			

Araştırma verilerinin tanımlayıcı istatistik ve varyans analizi değerleri incelenmiştir. Analizden elde edilen sonuca göre verinin homojen yapıda olduğu ($P=,624$) bulunan anlamlılık değerinin ise (sig.) ($P=0,172$) sosyal bilimlerde kabul görmeyen anlamlılık ($P<0,05$) değer aralığında olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda H_{3a} hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 20. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre İş Değeri Farklılaşmasına Yönelik T-Test Analizi

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ortl.
İş Değeri	Erkek	295	3,5992	,58709	,03418
	Kadın	230	3,4720	,51676	,03407

Tablo 21. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre İş Değeri Farklılaşmasına Yönelik Anlamlılık T-Test Analizi

İş Değeri	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T-test		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
	2,973	,085	2,594	523	,010

Katılımcıların cinsiyetlerine göre iş değeri farklılaşmasına yönelik T-Test Analizleri sonucunda Levene değeri (0,85) homojenliği sağlamak için istenen değeri sağlayan bir yapıda ($P>0,05$) çıkmıştır. Anlamlılık farklılığı için Sig ($P=0,010$) değeri gerekli olan değeri ($P<0,05$) karşılamıştır. Bu doğrultuda iş değerinde katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık bulunmaktadır ve H_{3b} hipotezi kabul edilmiştir. İş değeri kavramında cinsiyete göre farklılığa bakıldığında erkeklerin kadınlara göre daha yüksek oranda iş değerine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 22. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre İş Değeri Farklılaşmasına Yönelik T-Test Analizi

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ortl.
İş Değeri	Bekâr	280	3,4991	,56342	,03367
	Evli	244	3,5941	,55494	,03553

Tablo 23. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre İş Değeri Farklılaşmasına Yönelik Anlamlılık T-Test Analizi

	Varyans Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalama Eşitliği İçin T-Test		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
İş Değeri	,178	,673	1,938	522	,053

Katılımcıların medeni durumlarına göre iş değeri farklılaşmasına Yönelik T-Test Analizleri sonucunda Levene değeri (0,673) homojenliği sağlamak için istenen değere göre ($P > 0,05$) uygun çıkmıştır. Ancak analizde Sig ($P = 0,053$) değeri anlamlılık için gereken değerde ($P < 0,05$) çıkmamıştır. Buna göre iş değerinde katılımcıların medeni hallerine göre farklılık bulunmamaktadır. H_{3c} hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 24. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre İş Değeri Farklılaşması ANOVA Homojenlik Analizi

Levene İstatistik	df1	df2	P
,765	4	520	,549

Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre İş Değeri Farklılaşması ANOVA Anlamlılık Analizi

	Ort.	df	Karelerin Ort.	F	P
Gruplar Arası	4,102	4	1,026	3,323	,011
Gruplar İçinde	160,476	520	,309		
Toplam	164,578	524			

Katılımcıların eğitim durumlarına göre iş değeri farklılaşmasını incelemek amacıyla gerçekleştirilen ANOVA homojenlik analizleri neticesinde, homojenlik değeri (0,765) istatistiksel olarak anlamlı bir seviyede ($p > 0,05$) tespit edilmiştir. Analizde elde edilen anlamlılık düzeyi ($p = 0,011$), kritik eşik değerinin ($p < 0,05$) altında kalmıştır. Bu bulgular ışığında, katılımcıların eğitim durumuna göre iş değerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmış ve H_{3d} hipotezi kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Dunnett's C Post Hoc analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları, yüksek lisans mezunları ile doktora mezunları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve yüksek derecede bir fark olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo 26. Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre İş Değeri Farklılaşması ANOVA
Homojenlik Analizi

Levene İstatistik	df1	df2	P
1,123	12	512	,338

Tablo 27. Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre İş Değeri Farklılaşması ANOVA
Anlamlılık Analizi

	Ort.	df	Karelerin Ort.	F	P
Gruplar Arası	5,140	12	,428	1,376	,173
Gruplar İçinde	159,438	512	,311		
Toplam	164,578	524			

Katılımcıların gelir durumlarına ilişkin gerçekleştirilen analizde, homojenlik değerinin (0,338) istatistiksel olarak anlamlı bir homojenlik düzeyini işaret eden eşik değerin ($p > 0,05$) üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeyi ($p = 0,173$), sosyal bilimlerde genel kabul gören istatistiksel anlamlılık eşiğinin ($p < 0,05$) üzerindedir. Bu bulgular ışığında, H3e hipotezinin reddedilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Hizmet sektörünün bir parçası olan turizm işletmelerinde insan ilişkileri önemli bir yer tutmaktadır. En genel tanımla iyiyi ve kötüyü ayırt etmeye yarayan; insan ilişkilerini düzenleme ve toplumsal normlara uygun şekle getirmede etkili olan etik kavramı, turizm sektörü gibi merkezi insan olan bir alanda araştırmaya değer bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Buna göre insan ilişkilerinin yoğun olduğu turizm sektörü çalışanları içerisinde, özsaygı ve özdeğer kavramlarının etik uygulamalardan etkilenmeye yatkın bir nitelikte olduğu söylenebilir. Bu durum ise, çalışanların hizmet sundukları iş yerlerinde değer algısının değişkenliğini ifade etmektedir.

Konaklama işletmelerinde etik uygulamalar ile çalışanların iş değeri arasındaki ilişki üzerine odaklanan bu araştırmanın ana sonuçlarından biri, etik ile iş değeri arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunun tespit edilmiş olmasıdır. İşletmedeki etik değerlerin iş görenlerin iş değerleri algısını arttırdığı istatistiki olarak ortaya konmuştur. Bu iki kavram arasında anlamlı ancak çok güçlü olmayan bir ilişki olduğu görülmüştür. Bozkurt ve Doğan'ın (2013), kamu ve özel sektördeki çalışanların iş değeri ile iş etiği tutumları arasındaki ilişkiyi test ettikleri çalışmaları da pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Konaklama işletmelerinde etik değer algısında ve çalışanların iş değerinde demografik özelliklere (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir durumu) göre farklılık olup olmadığı da çalışmanın temel araştırma konularındandır. Öncelikle etikle ilgili yapılan demografik analizler sonucunda, işletmelerdeki etik değer algısının çalışanların yaş, cinsiyet ve medeni durumlarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Buna karşın eğitim durumu etik değer algısında fark yaratmaktadır. Eğitim düzeyi yüksek olan doktora mezunları ile diğer mezuniyet derecesine sahip olan çalışanlar arasında etik konusunda anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Ballı ve Ballı K. (2017) çalışmalarında lisans düzeyinde eğitime sahip olan otel personelinin önlisans, lise ve ilköğretim düzeyindekilere göre çalıştıkları oteldeki etik iklim algı düzeylerinin daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Literatürde bunun tam aksini gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Yılmaz ve Bahadır, 2011). Diğer taraftan etik değer algısında çalışanların gelir düzeyine göre de farklılık olduğu bulunmuştur.

Demografik özelliklere göre farklılık olup olmadığı yönündeki analizlerde çalışanların iş değeri ile ilgili olarak şu sonuçlara ulaşılmıştır. İş değerinde çalışanların yaşı, medeni durumu ve gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Çalışanların cinsiyetine göre iş değerinde farklılık olduğu görülmektedir. Erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek düzeyde iş değerine sahip olduğu bulunmuştur. Bu noktada katılımcıların cinsiyet dağılımlarını da göz önünde bulundurmakta fayda vardır (e=295 kişi, k=230 kişi). Li ve arkadaşlarının (2008), demografik nitelikler ve iş değeri ilişkisi üzerine yaptığı çalışmada benzer şekilde erkeklerin iş değerine kadınlardan daha fazla önem verdiğini belirlemişlerdir. Kadın ve erkeklerin iş değerleri arasında farklılık olmadığını gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Rowe ve Snizek, 1995). Diğer taraftan çalışanların eğitim düzeyine göre iş değeri farklılaşmasına bakıldığında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak etik ve iş değeri kavramlarının ilişkisi gözlemlenirken, çalışanların yaşı, medeni durumu ve eğitim düzeyi ile ilgili analizlerde ortaklıklara rastlanmıştır. Buna göre hem etik hem iş değeri algısında çalışanların yaşı ve medeni durumuna göre bir farklılık bulunmamaktadır ancak; çalışanların eğitim durumu hem etik hem de iş değeri algısı üzerinde etkili olmaktadır.

Tüm bu sonuçlar ışığında, konaklama işletmesi yöneticilerinin işletmelerdeki etik değer ve çalışanlarının iş değerine yönelik tutumları arasındaki ilişkilere daha fazla özen

göstermesi gerektiği söylenebilir. Eğitim düzeyinin önemli olduğu bu alanda, personel işe alımı söz konusu olduğunda insan kaynaklarının, aranan personel niteliklerinde eğitim seviyesini sürdürülebilir başarı için dikkate alınması gereken bir kriter olarak değerlendirilmesi önerilmektedir.

Konaklama işletmeleri hizmet üreten ve sunan işletmeler olduğundan, etik uygulamalar ve iş değeri arasındaki uyum işletmenin verimliliği ve çalışanların motivasyonu açısından da önem taşımaktadır. Bu motivasyonu artırmak amacıyla terfi ve ödül törenleri, özel gün etkinlikleri, ayın/yılın personeli seçimleri gibi uygulamalar düzenlenebilir. Bu sayede çalışanların işe bağlılığı ve çalışma motivasyonu artırılarak iş değerlerine katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1998). Mutluluk Ahlakı, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Akoğlan K. M. ve Güçlü N. H. (2008). Turizm işletmelerinde duygusal çaba faktörlerinin işe alma sürecinde kullanılması üzerine bir araştırma. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(2), 39-56.
- Altinkurt, Y. ve Yılmaz, K. (2011). Öğretmen Adaylarının Öğretmenlerin Mesleki Etik Dışı Davranışlar İle İlgili Görüşleri. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(22), 113-128.
- Aydın, İ. (2006). Eğitim ve Öğretimde Etik. Ankara: Pegem.
- Aydın, İ. (2010). Yönetmel, mesleki ve örgütsel etik. Ankara: Pegem.
- Aydın, M. (1993). Çağdaş eğitim denetimi. Ankara: Pegem.
- Bahadır, İ. (2010). Beş yıldızlı otel işletmelerinde etik uygulamaları: İstanbul örneği (doktora tezi), Sakarya Üniversitesi.
- Ballı, E. ve Ballı, A. İ. K. (2017). Otel çalışanlarının örgütsel etik iklim algılarının incelenmesi. Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi, 9(2), 49-64.
- Beasley, J. (1995). Determining Teaching and Research Efficiencies. Journal of the Operational Research Society, 46(4), 441-452.

Beukman, T. L. (2005). The Effect of Selected Variables on Leadership Behaviour within the Framework of a Transformational Organization Paradigm. Doctor Commerci, University of Pretoria.

Bolat, T. ve Seymen, O. A. (2003). Örgütlerde iş etiğinin yerleştirilmesinde “dönüşümcü liderlik tarzının etkileri üzerine bir değerlendirme”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (9), 59-85.

Bozkurt, S. ve Doğan, A. (2013). İş değerleri ile iş etiği arasındaki ilişkinin incelenmesi: Kamu ve özel sektör çalışanlarına yönelik bir araştırma. Business and Economics Research Journal, 4(4), 71-86.

Büyüköztürk, Ş. (2013). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı istatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum [Data analysis handbook for social sciences statistics, research design SPSS applications and comments]. (Extended 18th ed.). Ankara: Pegem Akademi Publishing.

Cevizci, A. (2008). “Etiğe giriş”. 2. Baskı., İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Çevirgen, A. ve Üngüren, E. (2009). The local trademesmen’s attitudes towards all-inclusive system. Ege Academic Review, 9 (2), 637-658.

Demir, M. (2014). Otel işletmelerinde etik iklimi-iş performansı ilişkisi. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 9(2), 363-378.

Demirçivi, B. M. (2013). Turizmde küresel etik kodları: seyahat acentesi yöneticigörüşlerinin değerlendirilmesi. (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Dilmaç, B., Bozgeyikli, H. ve Çikili, Y. (2008). Öğretmen adaylarının değer algılarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. Değerler Eğitimi Dergisi, 6(16), 69-91.

Doğan, S. ve Kılıç, S. (2014). Algılanan örgütsel etik iklim ve üretkenlik karşıtı iş davranışları arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 15(1), 269-292.

Elizur, D. (1984). Facets of work values: A structural analysis of work outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 69, 379–389.

Fennel, A. & Malloy, D. C. (1999). Measuring the ethical nature of tourism operators. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 928–943.

Ferrell, O. C. & Fraedrich, J. (1994). *Business ethics: Ethical decision making and cases*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Fromm, E. (1995). *Erdem ve Mutluluk*. (Çeviren: Ayda Yörükan). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: 325.

Gürsoy, D., Maier, T. A. & Chi, C. G. (2008). Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce, *International Journal of Hospitality Management*, 27, 448- 458.

Gürsoy, D., Chi, C. G. Q. & Karadag, E. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 40-48.

Gül, H. ve Gökçe, H. (2008). Örgütsel etik ve bileşenleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 377-389.

Hatturp, K., Mueller, K. & Joens, I. (2007). The effect of nations and organizations on work value importance: a cross-cultural investigation, *applied pshchology: An International Review*. 56 (3): 479- 499.

Kalleberg, A. L. (1977). Work values and job rewards, A theory of job satisfaction. *American Sociological Review*, 42(1), 124-143.

Karakuş, S. Ş., Yıldırım, H. ve Büyüköztürk, Ş. (2016). Üç faktörlü yeme ölçeğinin Türk kültürüne uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 15(3), 229-237.

Kılınç, İ. (2000). İş etiği kapsamında otel yöneticilerinin çalışanlara karşı etik sorumluluklarının İzmir’ de turizm işletmeciliği ve otelcilik öğrenimi gören öğrencilerin bakış açıları ile değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 3-6.

Knoop, R. (1991). Achievement of work values and participative decision-making. *Psychology Reports*, 68, 775–781.

KTB, (2022). İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu. Haziran 2022 Tesis İstatistikleri. Erişim Tarihi : 10.06.2022. <https://istanbul.ktb.gov.tr/Eklenti/106067,haziran-2022-turizmistatistikleripdf.pdf?0> adresinden alınmıştır.

Kubat, U. ve Kuruüzüm, P. (2010). İş değerleri ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Bir yapısal denklem modelleme yaklaşımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (3), 487-505.

Li, W., Liu, X. & Wan, W. (2008). Demographic effects of work values and their management implications, *Journal of Business Ethics*, 81, 875-885.

Menekşe, R. (2007). Ankara’da faaliyet gösteren A grubu seyahat acentalarında çalışmakta olan personelin tüketiciye karşı etik davranışlarını algılama düzeyleri üzerine ampirik bir araştırma, (Yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Nunnally, J. C. (1978). An overview of psychological measurement. *Clinical diagnosis of mental disorders: A handbook*. 97-146. Springer, Boston.

Örücü, E., Asunakutlu, T. ve Öncü, G. (2003). Çalışanların iş değerleri ve bir uygulama. *İktisat İşletme ve Finans*, 18(209), 3-17.

Özkalp, E. (2000). Türkiye’de yönetim ve gelişen kültür boyutu. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 16 (1-2), 469-488.

Özkalp, E. ve Kırel, Ç. (2010), *Örgütsel davranış*, 4. Baskı, Bursa: Ekin Yayınevi.

Özkan, Ç. ve Gümüş, M. (2013). Ege Bölgesindeki 4-5 Yıldızlı otel işletmelerinde örgüt kültürünün iş değerlerinin dönüşümüne etkileri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 1-14.

Özkul, A. S. (2007). Yaşam ve çalışma değerlerini etkileyen faktörler: SDÜ öğrencileri üzerine bir araştırma, (Yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Patter, A. & Gils, A. V. (2003). Stimulating ethical decision-making in a business context: effects of ethical and professional codes. *European Management Journal*, 21(6), 762-772.

Pehlivan, A.İ. (2001). *Yönetmel, mesleki ve örgütsel etik*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Pieper, A (1999). *Etiğe Giriş*. (Çev.Veysel Atayman ve Gönül Sezer), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Robbins, S. P. & Judge, T. (2009). *Organizational behavior*. South Africa Pearson.

Rowe, R. & Snizek, W.E. (1995). Gender differences in work values: perpetuating the myth, *Work and Occupations*, 22, 215-229.

Rue, L. W. & Byars, L. L. (2009). *Management, skills and application*, 13. Edition, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Russell, K. J. (1980). The orientation to work controversy and the social construction of work value systems. *Journal of Management Studies*, 17 (2), 164–184.

Sagie, A. & Elizur, D. (1996). The structure of personal values: A conical representation of multiple life areas. *Journal of Organizational Behavior*, 17, 573–586.

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.

Smith, N.C. (1995). *Marketing Strategies for The Ethics Era*. *Sloan Management Review*, Summer, 85-97.

Şahin, B. (2011). *Seyahat acentalarının pazarlama faaliyetlerinde etik karar verme süreci: istanbul örneği*, (Doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Uçkun, G., Latif, H., Uçkun, S.ve Pelit, E. (2004). Otel organizasyonundaki işlerin yaratıcı ve tutucu kişilik boyutunda değerlendirilmesine ilişkin bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 55-78.

Vondracek, F. W. & Porfeli, E. J. (2006). The World of Work and Careers, içinde Gerald Adams ve Michael Berzonsky (ed.), Blackwell Handbook of Adolescence. USA: Blackwell Publishing.

Wollack, S., Goodale, J. G., Wijting, J. P., & Smith, P. C. (1971). Development of the survey of work values. Journal of Applied psychology, 55(4), 331.

Yeung, S. (2004). Hospitality ethics curriculum: An industry perspective. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 16(4), 253-262.

Yılmaz, A. ve Bahadır, İ. (2011). Otel işletmelerinde önbüro çalışanlarının etik algılamalarına yönelik bir araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(3), 21-40.