



Araştırma Makalesi (Research Article)

**TURİZM LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE YÖNELİK İŞ ETİĞİ
TUTUMLARI
(TOURISM UNDERGRADUATE STUDENTS' ATTITUDES OF BUSINESS ETHICS FOR
TOURISM SECTOR)**

Serpil KAYA*

¹Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Programı, Eskişehir, Türkiye

ÖZET

Turizm sektöründe kalifiye iş gören ve turizm mezunu işletme yöneticilerinin olması gerektiği birçok çalışmada yinelenmektedir. Fakat birçok işletme turizm mezunu personellerini elde tutma konusunda zorluk yaşamaktadır. Bu nedenle işletmelerin çalışanlarının işletme ile ilgili tutumlarını, davranışlarını değerlendirmeleri ve anlamaları gerekmektedir. Bu noktada iş etiği önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışma iş etiği kavramının önemine değinmek ve turizm lisans öğrencilerinin turizm sektörüne yönelik iş etiği tutumlarını belirlemek, bu tutumların demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümü öğrencilerine yönetici gözünden iş etiği tutumu anketi yöneltilmiştir. Öğrencilerin kendilerini yönetici yerine koyarak bu anketi iş etiği açısından değerlendirmeleri istenmiştir. Çalışmada 274 öğrenci üzerinden kullanılabilir anket elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Turizm İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin cinsiyet ve sınıf düzeyleri ile iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat lise türü, sektör deneyimi, kariyer, iş etiği kavramını duyma, etik ve ahlak konularında ders alma ile ilgili demografik özelliklerine göre iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İş Etiği, Turizm Öğrencisi

ABSTRACT

It is reiterated in many studies that qualified employee force and tourism graduate business managers should be present in the tourism sector. However, many businesses have difficulty in recruiting tourism graduates. Therefore, the employees of the enterprises should evaluate and understand their attitudes, behaviors related to the enterprise. At this point, business ethics is also important. In this direction, the study was carried out to emphasize the importance of the concept of business ethics and to determine the business ethics attitudes of tourism undergraduate students towards the tourism sector and to determine whether these attitudes differ according to demographic characteristics. For this purpose, students of Eskişehir Osmangazi University Faculty of Tourism Department of Tourism Management were asked a business ethics attitude survey from the perspective of the manager. The students were asked to evaluate this survey in terms of business ethics by putting themselves in the position of managers. In this study, available questionnaires were obtained from 274 students. According to the results of the research, it is concluded that there is a significant difference between gender and class levels and business ethics attitudes of students in tourism management department. However, it was found that there was no significant difference between the attitudes of business ethics according to the demographic characteristics of high school type, sector experience, career, hearing the concept of business ethics, and ethics and ethics.

Keywords: Tourism, Business Ethics, Tourism Student

To cite this document: Kaya, S. (2019). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik İş Etiği Tutumları, Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 2(1), 38-46. DOI: 10.33083/joghat.2019.13

*Sorumlu yazar: serpill_kayaa@hotmail.com.tr

1. GİRİŞ

Hızla gelişen teknoloji ile birlikte işletme faaliyetlerinin tek amacının kârlılığa ve maddi çıkarlara odaklanması, çalışanlarını bu amaca motive etmesi etik tartışmalarını da beraberinde getirmiştir (Aktaş, 2014, s. 22). Etik; iyi, kötü, doğru, yanlış, fayda, zarar gibi kavramları inceleyen, bireysel ve toplumsal davranış ilişkilerinde (Sayım, 2015, s. 24) neyin kötü, neyin iyi olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler ve değerler sistemi olarak bilinmektedir (Pelit ve Güçer, 2006, s. 115; Sayım, 2015, s. 24). Etik kavramı hem teorik hem de pratik yönleri içermektedir ve normatif bir disiplindir (Kacetyl, 2014, s. 875). Etik hem yurtiçinde hem de dış pazarlarda kaliteli bir hizmet sunmanın ayrılmaz parçasıdır. Küresel pazarda rekabet avantajı sağlayan kalite odaklı bir girişimdir. Turizm, toplumun geniş bir kesimini sosyal ve kültürel olarak etkilerken insanların seyahat etmelerinin başlıca nedeni olan doğal ortamları da etkilemektedir (Payne ve Dimanche, 1996, s. 998). Doğal çevreye, sosyo-kültürel çevreye, çalışanlara ve turistlere etik olarak yaklaşılmalıdır (Payne ve Dimanche, 1996, ss. 999-1001). Bu unsurlara yönelik davranışlar etik olmadığı zaman turizmin ekonomik faydasından ve sürdürülebilirliğinden söz edilememektedir (Aslan ve Kozak, 2006, s. 52). Bu nedenle etik uygulamalar, turizmde rekabet avantajı sağlayabilecek bir faktör haline gelebilmektedir. Dolayısıyla turizm ve etiğin birbirleri ile ilgili olduğunu söylemek mümkündür (Payne ve Dimanche, 1996, s. 998).

Akıllıca bir eylem planı için iyi bir yol arayışı olan etik, işletmeler tarafından ele alındığında ya da uygulandığında iş etiği olarak adlandırılmaktadır (Salehi, Saeidinia ve Aghaei, 2012, s. 3). İş etiği sadece bir kavram ya da gereklilik değil aynı zamanda işletmelerin başarı elde etmelerine yardımcı olan önemli bir araçtır (Payne ve Dimanche, 1996, s. 997). İş etiğinin göz ardı edilmesi; işletmeye olan güvenin kaybolmasına, çalışanların verimliliğinin azalmasına, işletmeye olan bağlılıklarının düşmesine, paydaşlar arası ilişkilerin bozulması gibi bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir (Fox, 2000, ss. 71-73). İnsana değer verilmemesi, önemsenmemesi de bu sorunları tetikleyen nedenler arasında gösterilebilir. Turizm sektöründe de çoğu işgörenlerin müşterilerle doğrudan ilişki içerisinde olduğu için insan unsuru turizm sektöründe oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Birebir ilişkilerin en yoğun yaşandığı sektörlerden biri olan turizm sektöründe insan unsurunun yönetilmesi için insan kaynakları birimi büyük önem taşımaktadır (Erdem, 2004, s. 39-40).

Bu çalışma kapsamında yapılan araştırmalara göre Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren 85 adet üniversite bulunmaktadır. Bunlardan 56’sı devlet, 29’u vakıf üniversitesidir. Bu üniversitelerden 45 adedi yüksekokul, 69 adedi ise fakülte düzeyindedir. Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 53.010 öğrenci bulunmaktadır (Yök, 2018). Turizm lisans eğitiminin amacı; turizm sektörüne orta ve üst düzey yönetici adayı yetiştirmektir (Tuyluoğlu, 2003, s. 28). Kısacası bu öğrenciler gelecekte turizm sektörünün potansiyel iş gücünü (Aydın, Şimşek ve Çilesiz, 2006, s. 37), ayrıca mezuniyetleri ile birlikte de turizm sektörünün insan kaynağını oluşturacaklardır. Dolayısıyla turizm lisans öğrencilerinin yönetici olmaları durumunda etik tutumlarının ne düzeyde olduğunun bilinmesi büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle bu çalışma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin turizm sektörüne yönelik iş etiği tutumlarını belirlemek ve bu tutumların demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ALANYAZIN TARAMASI

Günümüzde en çok tartışılan konular arasında yer alan etik (Buff ve Yonkers, 2005, s. 101); ‘özel, alışkanlık, anlam, tutum’ anlamına gelen Yunanca “ethos” kelimesinden gelmektedir (Holjevac, 2008, s. 1034). Latice’de etik kavramı, alışkanlık ve davranış anlamına gelen “morality”, Türkçe’de ise; Arapça’dan “hulk” kelimesinden türemiş olan ahlak anlamına gelmektedir (Taş, Bingöl, Cebeci, Kartal ve Zengince, 2005, s. 84). İş dünyasında etiğin önemi üstünlük ve evrensellik ile açıklanmaktadır (Salehi, Saeidinia ve Aghaei, 2012, s. 1). Etik, davranış şekillerini kapsadığı için insanların varoluşundan itibaren bulunmaktadır. İnsanların yapmış olduğu yapılanmalar etiğin var olduğunu, nasıl ve ne şekilde işlendiği konusunda bilgi vermektedir (Taş vd., 2005, s. 84). İş etiği kavramı ise 1960 öncesinde dini açıdan ele alınmış, 1960’lı yıllarda ekonomik açıdan büyük bir patlama yılı olmuş bunun sonucunda da ahlaki problemler kişisel bir mesele olarak ele alınmıştır. Ayrıca bu yıllarda iş etiği alanında yapılan çalışmaların artış gösterdiği bilinmektedir (Başarı, 2006, s. 17). 1970’li yıllarda ise iş etiği kavramı bir alan olarak ortaya çıkmaya başlamıştır (Salehi, Saeidinia ve Aghaei, 2012, s. 3). İş etiği; toplumsal etik anlayışının işletmelere ve organizasyonlara yansımaları olarak ifade

edilmektedir. Bu işletmelerde çalışan kişilerin sahip olduğu ahlaki değerler, işletmenin politikaları, kanun ve davranışları ile bir bütün haline gelerek işletmenin etiğini oluşturmaktadır. Bu açıdan işletmelerde iş etiği etkili bir kavram olarak kendini göstermektedir (Eltan, 2013, s. 28). İşletmelerde iş etiği kâr elde etmeyi öngörür fakat bu kâr etik ilke ve standartlar çerçevesinde elde edilmelidir. İş etiği bir işletmenin itibarını ve pazar rekabet gücünü artırmaktadır (Holjevac, 2008, s. 1029). Kısacası iş etiği işletmecisinden yöneticisine, çalışanlarından müşterilerine ve tüm paydaşların yararına sonuçlar doğurmaktadır (Salehi, Saeidinia ve Aghaei, 2012, s. 1-5). Bu nedenle işletmelerin ya da kurumların başarıya ulaşabilmeleri için iş etiği ilkelerini benimsemeleri gerekmektedir (Eltan, 2013, s. 29). İş etiği ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Jamnik, 2017, ss. 88-89):

- Adalet: Çifte yükümlülük, adaletsizlik yapmamak ve adaletsizliği önlemek ya da düzeltmek.
- Zarar vermemek: Başkalarına zarar vermemeye bencilliği aşmaya çabalamak.
- Sadakat: Verilen sözlerin tutulması.
- Güvenilirlik: Yalanlar ve manipülasyonlar güvensizlik yaratmaktadır.
- Yükümlülük: Eğer birine ya da bir şeye zarar verilirse onun düzeltilmesi gerekmektedir.
- Hayırseverlik: Dayanışma duygusu ve ortakların birbirlerine karşı iyi niyetleri
- Kişisel gelişim: Tüm işletmenin başarısı tüm çalışanların işletmeye karşı sorumluluk duygusu ile büyümektedir. Aynı zamanda bir birey işinde kendini iyi hissetmelidir.
- Şükran: Minnettar olmak, yeri geldiğinde diğer insanların başarılarını da takdir etmek demektir. Kıskançlık kişiler arası ilişkileri yok etmektedir.
- Özgürlük: İnsanların kişisel özgürlükleri için çabalamaları. Özgürlük; hakları ve sorumlulukları içermektedir.
- Saygı: başkalarına karşı saygı, kendine saygı, güven ve dürüstlük ilişkileri önemlidir. İnsan asla bir araç olmamalıdır.

Bu ilkelerin işletmelerde ya da kurumlarda nasıl uygulanacağını belirlemek çok önemlidir. İşletmeler kendi politikaları ile belirlemiş oldukları iş etiği ilkelerine uyabilirlerse hem kendi içlerinde hem de dış çevre ile ilişkilerinde başarıya ulaşabileceklerdir. Bu ilkelerin belirlenmesi ne kadar önemliyse uygulanabilmesi de büyük önem taşımaktadır (Eltan, 2013, s. 29).

Turizm işletmelerinde iş etiği kavramı yöneticiler, müşteriler ve çalışanlar açısından büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan turizm işletmelerinde iş etiğine yönelik yapılan çalışmaların araştırmaya yön vermesi açısından bazıları üzerinde durulacaktır.

Cole ve Smith (1996, s. 889), yılında öğrencilerin ve iş adamlarının iş etiği ile ilgili algılarını değerlendirmek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Kız öğrenciler erkek öğrencilere göre daha etikdir. Kadın ve erkek iş adamları arasında önemli bir fark tespit etmemiştir. İş adamları öğrencilere göre daha etikdir. Hem öğrencilerin hem de iş adamlarının verdiği cevaplar arasında önemli bir fark olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yılmaz ve Bahadır (2011, s. 21), konaklama işletmelerinde çalışanların etik algılarının kabul edilebilir düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca yöneticilerin bu algıyı etkilediği ve çalışanların sahip olduğu kişilik özelliklerinin de bu algı üzerindeki etkisinin önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşmıştır.

İyitoğlu (2012, s. 166), yapmış olduğu çalışma sonucunda öğrencilerin büyük çoğunluğunun etik kuralları dikkate aldığını tespit etmiştir. Bunun yanı sıra sır saklama, tarafsızlık gibi bazı konularda öğrencilerin büyük bir kısmının etik algısının düşük olduğu ayrıca etik algılarının bölümlere göre farklılaştığı sonucuna ulaşmıştır.

Yeh (2012, s. 72), yapmış olduğu çalışma sonucunda otel işletmelerinin çoğunun eğitim programlarına etik eğitimi dahil etmediklerini ve uygulamadıklarını fakat iş etiğinin iş başarısında önemli bir etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Yıldırım ve Uğuz (2012, s. 177), yapmış oldukları çalışma sonucunda etik algısının kişiden kişiye farklılık gösterdiği ve işletme bölümü öğrencilerinin etik algılarının kamu yönetimi öğrencilerinin etik algılarından daha güçlü olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Lee ve Tsang (2013, s. 228), yapmış oldukları çalışma sonucunda alt derece, lisans ve yüksek lisans öğrencileri arasında yapılan karşılaştırmada tüm öğrencilerin yüksek bir etik seviyesine sahip oldukları ve iş yerinde etiğin önemini bildiklerini tespit etmiştir. Ayrıca lisans öğrencileri, alt derece ve yüksek lisans öğrencilerine kıyasla daha çok etik olmayan davranışları kabul ettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Aydın, Şimşek ve Çilesiz (2016, s. 20), çalışmalarında öğrencilerin etik dışı durumlara karşı duyarlı oldukları ve cinsiyet, yaş, sınıf düzeylerine göre etik görüşleri arasında önemli farklılıklar olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca din, aile ve işletme yönetimi derslerinin öğrencilerin tutumları üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna da ulaşmışlardır.

Kaya (2017, s. 192), yapmış olduğu çalışma sonucunda öğrencilerin iş etiğine yönelik algılarının cinsiyet durumuna, etik konusunda ders alma durumuna ve staj yaptığı departmana göre farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Kız öğrencilerin iş etiğine yönelik algıları erkek öğrencilere göre ve daha önce etik ile ilgili ders almış olan öğrencilerin algıları etik dersi almayanlara göre daha fazla pozitif olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, otel işletmelerinin servis departmanlarında staj yapan öğrencilerin diğer departmanlarda staj yapan öğrencilere göre daha pozitif bir algıya sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

3. METODOLOJİ

Bu çalışma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin turizm sektörüne yönelik iş etiği tutumlarını belirlemek ve bu tutumların demografik özelliklere göre bir farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda verilerin toplanabilmesi için anket tekniği kullanılmıştır. Ankette kullanılan ölçek Tunç (2010)'un geliştirdiği ölçekten uyarlanmıştır. Araştırma hedefleri dikkate alınarak bazı ifadeler değiştirilmiş ve eklemeler yapılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik özelliklerin belirlenmesi amacıyla 7 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise turizm öğrencilerinin iş etiği tutumları ile ilgili 22 ifadeden oluşan 5'li likert tipi ("1 Kesinlikle katılmıyorum"- "5 Kesinlikle katılıyorum") ölçekten oluşan soru formu bulunmaktadır. Bilimsel araştırma yöntemlerine göre evren büyüklüğü 900 olduğunda örneklem büyüklüğünün 269 olmasının yeterli olduğu belirtilmiştir (Ural ve Kılıç, 2011, s. 49). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünde 872 kayıtlı öğrenci bulunmaktadır. Bunların içerisinde 400 öğrenciye anket uygulanmış fakat toplam 274 kullanılabilir anket analize dâhil edilmiş ve örneklem yeterli görülmüştür. Anket sonucunda elde edilen veriler istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Öğrencilerin iş etiği tutumları demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H1.1: Öğrencilerin iş etiği tutumları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H1.2: Öğrencilerin iş etiği tutumları sınıflarına göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H1.3: Öğrencilerin iş etiği tutumları sektör deneyimlerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H1.4: Öğrencilerin iş etiği tutumları mezun olduktan sonraki kariyer durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H1.5: Öğrencilerin iş etiği tutumları daha önce iş etiği kavramını duyma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H1.6: Öğrencilerin iş etiği tutumları etik ve iş ahlakı dersi alma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

4. BULGULAR

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesinde Cronbach's Alfa'dan (Alfa Katsayısından) yararlanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliği 0,837 olarak bulunmuştur. Bu doğrultuda ölçek güvenilirlidir.

Araştırma kapsamına alınan Turizm İşletmeciliği öğrencilerinin demografik özelliklerine göre dağılımları (cinsiyet dağılımları, sınıf düzeyleri, lise türleri, sektör deneyimleri, kariyer beklentileri, iş etiği kavramını duyma durumları, etik ve iş ahlakı dersi alma durumları) Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Turizm İşletmeciliği Öğrencilerine Ait Demografik Özellikler

		n	%
Cinsiyet	Kadın	100	36,50
	Erkek	174	63,50
	Toplam	274	100
Sınıf	1. Sınıf	62	22,63
	2. Sınıf	92	33,58
	3. Sınıf	40	14,60
	4. Sınıf	80	29,19
	Toplam	274	100
Lise Türü	Anadolu Lisesi	134	48,91
	Düz Lise	51	18,61
	Meslek Lisesi	40	14,60
	Turizm Meslek Lisesi	40	14,60
	Temel Lise	9	3,28
	Toplam	274	100
Sektör Deneyimi	Daha önce staj yaptım	105	38,32
	1 yıl	17	6,21
	2 yıl	9	3,28
	2 yıldan fazla	45	16,42
	Deneyimim yok	98	35,77
	Toplam	274	100
Kariyer	Sektörde devam etmek istiyorum	132	48,18
	Akademisyen olarak devam etmek istiyorum	45	16,42
	Öğretmen olarak devam etmek istiyorum	9	3,28
	KPSS sınavı ile memur olmak istiyorum	12	4,38
	Başka sektörde devam etmek istiyorum	76	27,74
	Toplam	274	100
İş Etiği Kavramı	Evet	220	80,29
	Hayır	54	19,71
	Toplam	274	100
Etik ve İş Ahlakı Dersleri	Evet	72	26,28
	Hayır	202	73,72
	Toplam	274	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi 100’ü kadın, 174’ü erkek olmak üzere toplam 274 katılımcı anketi cevaplamıştır. Buna göre turizm öğrencilerinin sınıf düzeylerine bakıldığında 1. Sınıf öğrencilerinin sayısı 62, 2. Sınıf öğrencilerinin sayısı 92, 3. Sınıf öğrencilerinin sayısı 40, 4. Sınıf öğrencilerinin sayısının ise 80 olduğu tespit edilmiştir. Lise türünde en yüksek oranın Anadolu Lisesi %48.91, en düşük oranın ise Temel Lise %3,28 olduğu belirlenmiştir. Meslek Lisesi ve Turizm Meslek Lisesinin (%14.60) aynı orana sahip olduğu tespit edilmiştir. Düz Lise ise %18.61’lik bir oranı oluşturmaktadır. Sektör deneyimlerine baktığımızda %38.32’sinin daha önce staj yaptıkları, %35.77’sinin ise herhangi bir deneyimlerinin olmadığı belirlenmiştir. Mezun olduktan sonra kariyerinize nasıl devam edersiniz sorusuna ise %48.18’nin sektörde devam etmek istediği, %16.42’sinin akademisyen olarak devam etmek istedikleri, %3.28’inin öğretmen olarak, %4.38’inin Kamu Personeli Seçme Sınavına (KPSS) girerek memur olmak istedikleri, %27.74’ünün ise başka sektörde devam etmek istedikleri tespit edilmiştir. İş etiği kavramını %80.29’unun duyduğu, %19.71’inin ise duymadığını belirttiği tespit edilmiştir. Etik ve iş ahlakı dersi alıp almadıkları sorusuna ise %26.28’i aldığını, %73.72’si ise almadıklarını belirttikleri belirlenmiştir.

Tablo 2: Araştırma Grubunun Cinsiyet Değişkenine Göre İş Etiği Tutumlarına İlişkin T Testi

	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	100	3,4164	,52933	-3,007	0,003
Erkek	174	3,6251	,56655		

Tablo 2’de cinsiyet değişkenine göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p=0,003<0,05$). Kadınların iş etiği tutumlarına ilişkin ortalaması ($\bar{x}=3,4164$) iken erkeklerin iş etiği tutumlarına ilişkin ortalaması ($\bar{x}=3,6251$)’dir. Bu da bize erkek öğrencilerin iş etiği tutumlarının, kadınların iş etiği tutumlarından yüksek olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 3: Araştırma Grubunun İş Etiği Kavramını Duyma Durumuna Göre İş Etiği Tutumlarına İlişkin T Testi

	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Evet	220	3,5440	,54163	-,365	0,715
Hayır	54	3,5755	,64517		

Tablo 3’de iş etiği kavramını duyma durumuna göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($p=0,715>0,05$). İş etiği kavramını duyma durumuna göre evet diyen öğrencilerin ortalaması ($\bar{x}=3,5440$) iken, hayır diyen öğrencilerin iş etiği tutumlarına ilişkin ortalaması ($\bar{x}=3,5755$)’dir.

Tablo 4: Araştırma Grubunun Etik ve İş Ahlakı Dersi Alma Durumuna Göre İş Etiği Tutumlarına İlişkin T Testi

	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Evet	72	3,6553	,53287	1,881	0,061
Hayır	202	3,5110	,56766		

Tablo 4’de etik ve iş ahlakı dersi alma durumuna göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık yoktur (T değeri=1,881 $p=0,061>0,05$). Etik ve iş ahlakı dersi alma durumuna göre ortalaması ($\bar{x}=3,6553$) iken etik ve iş ahlakı dersi almama durumuna göre iş etiği tutumlarına ilişkin ortalaması ($\bar{x}=3,5110$)’dir.

Tablo 5: Araştırma Grubunun Sınıf Değişkenine Göre İş Etiği Tutumlarına İlişkin One-Way Anova Testi

	Varyans Kaynağı	KT	SD	KO	f	p
1. Sınıf	Gruplar Arası	2,958	3	,986	3,205	,024
2. Sınıf						
3. Sınıf	Grup içi	83,078	270	,308		
4. Sınıf						

Tablo 5’te görüldüğü üzere; sınıf değişkenine göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iş etiği tutumlarına ilişkin one-way anova testi karşılaştırmasını gösteren dağılım incelenmiştir. İlgili test sonucuna göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin sınıf değişkeni ile iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (p değeri=0,024<0,05).

Tablo 6: Araştırma Grubunun Lise Türüne Göre İş Etiği Tutumlarına İlişkin One-Way Anova Testi

	Varyans Kaynağı	KT	SD	KO	f	p
Anadolu Lisesi	Gruplar Arası	1,704	4	,426	1,359	,249
Düz Lise						
Meslek Lisesi	Grup içi	84,332	269	,314		
Turizm Meslek Temel Lise						

Tablo 6’da görüldüğü üzere; lise türüne göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iş etiği tutumlarına ilişkin one-way anova testi karşılaştırmasını gösteren dağılım incelenmiştir.

İlgili test sonucuna göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin lise türü ile iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (p değeri=0,249>0.05).

Tablo 7: Araştırma Grubunun Sektör Deneyimine Göre İş Etiği Tutumlarına İlişkin One-Way Anova Testi

	Varyans Kaynağı	KT	SD	KO	f	p
Daha önce staj yaptım 1 yıl 2 yıl 2 yıldan fazla Deneyimim yok	Gruplar Arası	1,417	4	,3,54	1,126	,345
	Grup içi	84,619	269	,315		

Tablo 7’de görüldüğü üzere; sektör deneyimine göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iş etiği tutumlarına ilişkin one-way anova testi karşılaştırmasını gösteren dağılım incelenmiştir. İlgili test sonucuna göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin sektör deneyimi ile iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (p değeri=0,345>0.05).

Tablo 8: Araştırma Grubunun Kariyer Hedeflerine Göre İş Etiği Tutumlarına İlişkin One-Way Anova Testi

	Varyans Kaynağı	KT	SD	KO	f	p
Sektörde devam etmek istiyorum Akademisyen olarak devam etmek istiyorum Öğretmen olarak devam etmek istiyorum Memur olarak devam etmek istiyorum Başka sektörde devam etmek istiyorum	Gruplar Arası	2,849	4	,712	2,303	,059
	Grup içi	83,187	269	,309		

Tablo 8’de görüldüğü üzere; kariyer hedeflerine göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iş etiği tutumlarına ilişkin one-way anova testi karşılaştırmasını gösteren dağılım incelenmiştir. İlgili test sonucuna göre Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin kariyer hedefleri ile iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (p değeri=0,059>0.05).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm; iş yaratma, yerel ve ulusal gelirleri artırma, girişimcilik fırsatlarını genişletme, ekonomik yatırım fırsatları sunma ve güvenliği artırma gibi çeşitli yararları nedeniyle en hızlı büyüyen endüstrilerden biri olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte yerel topluluklar ve çevreler üzerinde sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda olumlu ya da olumsuz sonuçlar doğurabilir (Zebardast, 2018, s. 1). Bu olumsuz sonuçlar etik eksikliğinden kaynaklanabilir. Etik; neyin kötü neyin iyi olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler ve standartlar sistemi olarak tanımlanmaktadır ve iş yaşamındaki önemi tartışılmayacak kadar büyüktür (Pelit ve Güçer, 2006, s. 115). Bireylerin iş dünyasındaki davranışlarını yönlendiren ve rehberlik eden prensipleri kapsamakta olan kavram ise iş etiği olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışma iş etiği kavramını gelişimsel olarak incelemiş ve turizm sektöründeki önemine değinmiştir. Çalışmanın bulguları öğrencilerin görüşlerinin etik konusunda etkili bir müfredat tasarımıyla olup olmadıklarını, iş etiği kavramının bilincedeler mi, gibi önemli demografik özelliklere göre iş etiği tutumlarının farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmek açısından faydalıdır.

İlgili alanyazına baktığımızda kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha etik olduklarını, öğrencilerin büyük çoğunluğunun etik kuralları dikkate aldığını, bölümlere ve sınıf düzeylerine göre etik algılarının değiştiğini görmekteyiz. Bunun yanı sıra etik konusunda ders alma durumuna göre de farklılıklar tespit edilmiştir. Çalışmamızın bulguları doğrultusunda Turizm İşletmeciliği bölümü lisans öğrencilerinin iş etiği tutumları ile demografik özelliklere ilişkin faktörler arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezleri bilgisayar programında test edilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda ise cinsiyet ile iş etiği ve sınıf düzeyi ile iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Fakat lise türü, sektör deneyimi, kariyer, iş etiği kavramını duyma, etik ve iş ahlakı dersi alma durumu ile ilgili demografik özellikler

ile iş etiği tutumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu doğrultuda yapılan çalışma ilgili alanyazın ile benzerlik ve farklılık göstermektedir.

Geleceğe yönelik düşünüldüğünde çalışma sadece Turizm İşletmeciliği öğrencilerini kapsamakta olduğu için diğer turizm bölümü öğrencileri de araştırmaya dâhil edilebilir ve karşılaştırmalı bir analiz yapılabilir. Bunun yanı sıra müşteriler, yöneticiler ve çalışanların iş etiği algıları değerlendirilebilir ve yine birbirleri ile karşılaştırmalı analizler yapılarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, K. (2014). Etik-Ahlak İlişkisi ve Etiğin Gelişim Süreci, *Journal of International Management and Social Researches*, 1(2), 22-32.
- Aslan, A., & Kozak, M. (2006). Turizmde Gelişme ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Ege Academic Review*, 6(1), 49-61.
- Aydın, E., Şimşek, A., & Çilesiz, E. (2016). Potansiyel İş Gücü Olarak Turizm Öğrencilerinin Etik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesine Yönelik Bir Uygulama, *Journal of Tourism and Research*, 5(2), 20-42.
- Başarır, Ç. (2006). İnsan Kaynakları Yönetiminde Etiksel İlkelerin Yerleştirilmesi ve Bir Uygulama, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Buff, C. L. (2005). Using Student Generated Codes of Conduct in the Classroom to Reinforce Business Ethics Education, *Journal of Business Ethics*, 61, 101-110.
- Cole, B.C., & Smith, D.L. (1996). Perceptions of Business Ethics: Students vs. Business People, *Journal of Business Ethics*, 15, 889-896.
- Donyadide, A. (2010). Ethics in Tourism, *European Journal of Social Sciences*, 17(3), 426-433.
- Eltan, C. (2013). Etik, İş Etiği ve Sağlık Hizmetlerinde Etik (Çivril Devlet Hastanesi Sağlık Personelinde İş Etiği Algısı), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Erdem, B. (2004). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 35-54.
- Fox, J. (2000). Approaching Managerial Ethical Standards in Croatia's Hotel Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(1), 70-74.
- Holjevac, I. A. (2008). Business Ethics in Tourism: As a Dimension of TQM, *Total Quality Management*, 19 (10), 1029-1041.
- İyitoğlu, V. (2012). Turizm Öğrencilerinin Turizm İşletmelerinde İş Etiği Algıları: Farklı Önlisans Turizm Programlarına Bir Kıyaslama, III. Turizmde İnsan Kaynakları Sempozyumu, 166-184.
- Jamnik, A. (2017). The Challenges of Business Ethics: The Basic Principles of Business Ethics-Ethical Codex in Business, *Review of Innovation and Competitiveness*, 3(3), 85-98.
- Kacetl, J. (2014). Business Ethics for Students of Management, 2. World Conference on Business, Economics and Management, 109, 875-879.
- Kaya, M. (2017). Öğrencilerin Otel İşletmelerindeki İş Etiğine Yönelik Algıları, *International Conference on Eurasian Economies*, 192-198.
- Lee, L. Y.-S., & Tsang, N. K. F. (2013). Perceptions of Tourism and Hotel Management Students on Ethics in the Workplace, *Journal of Teaching in Travel ve Tourism*, 13(3), 228-250.
- Payne, D., & Dimanche, F. (1996). Towards a Code of Conduct for the Tourism Industry: An Ethics Model, *Journal of Business Ethics*, 15, 997-1007.
- Pelit, E., & Güçer, E. (2006). Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğiyle İlgili Etik Olmayan Davranışlara ve Öğretmenlerİ Etik Dışı Davranışa Yönelten Faktörlere İlişkin Algılamaları, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 95-119.

- Salehi, M., Saeidinia, M., & Aghaei, M. (2012). Business Ethics, *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(1), 91-95.
- Sayım, F. (2015). Etik Ve İş Etiği Kavramları, *Akademik Arge Dergisi-Sosyal Bilimler*, Sayı:15-1, İstanbul.
- Taş, H., Bingöl, S., Cebeci, E., Kartal, K., & Zenginçe, M. (2005). Etik, Etik Mühendislik ve Etik Kavramının Tarihsel Gelişimi, *TMMOB Jeoloji Mühendisleri Odası Bildiriler Kitabı*, 83-86.
- Tunç, R. (2010). Çalışma Hayatında İş Etiği ve Turizm Sektöründe Bir Uygulama, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Tezli Yüksek Lisans*, Afyon.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2011). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, *Detay Yayıncılık*, 3. Baskı, Ankara.
- Yeh, R. (2012). Hotel General Managers' Perceptions of Business Ethics Education: Implications for Hospitality Educators, Professionals, and Students, *Journal of Human Resources in Hospitality ve Tourism*, 11(1), 72-86.
- Yıldırım, M. H., & Uğuz Ş. (2012). İş Etiği ve Üniversite Öğrencilerinin Etik Algılarını Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 177-187.
- Yılmaz, A., & Bahadır, İ. (2011). Otel İşletmelerinde Ön Büro Çalışanlarının Etik Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 21-40.
- YÖK (Yükseköğretim Kurumu), (2018). Genel İstatistikler, <http://www.tuader.org/wp-content/uploads/2018/09/Genel-%C4%B0statistikler.pdf>
- Zebardast, L. (2018). The Role of Environmental Ethics in Sustainable Tourism Development, *International Journal of Ethics ve Society (IJES)*, 1(1), 1-5.