



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

İŞ ETİĞİ UYGULAMALARI, ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ VE ÇALIŞAN BAĞLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ: OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Duygu TARIM ^a

Said KINGİR ^b

^aSakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, Türkiye (duygu_tarim@hotmail.com)

^bSakarya Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, Türkiye (saidkingir@sakarya.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:
31.03.2017

Accepted:
10.04.2017

Anahtar Kelimeler:

İş Etiği
Çalışan Memnuniyeti
Çalışan Bağlılığı
Otel İşletmeleri

Keywords:

Business Ethics
Employee Satisfaction
Employee Commitment
Hotel Businesses

ÖZ

Etik görüşler gün geçtikçe önem kazanan kavram olmakla birlikte otel işletmelerinin etik görüşlere önem vermesi çalışanların memnuniyetlerini etkilemiş ve çalışan memnuniyeti işletmeye olan bağlılık kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmada etik, iş etiği görüşlerinin çalışan memnuniyeti ve çalışan bağlılığı üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda İstanbul'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 153 personele etik görüşler, çalışan memnuniyeti ve çalışan bağlılığı anketi uygulanmıştır. Çalışmada anket yöntemi kullanılarak likert tipi sorular sorulmuş ve veriler elde edilmiştir. Sonuçlar istatistiksel analiz yöntemleri kullanılarak yorumlanmıştır. Yapılan çalışmada otel işletmelerinde iş etiği boyutlarının çalışan memnuniyetine, çalışan memnuniyetinin de çalışan bağlılığına etki ettiği saptanmıştır.

ABSTRACT

Ethics opinions concept has been gaining importance day by day at the same time importance of hotel enterprises to ethical opinions has affected employees satisfaction and the concept of employee satisfaction led to the concept of commitment to business. In this research, Ethics and business ethics opinions evaluation of effect aimed on the, employee satisfaction and employee commitment. Ethical opinions, employee satisfaction and employee commitment survey has been implemented on the 153 employees of the four and five star hotels which have run in İstanbul. Likert type questions were asked and data was obtained by using survey method in the study. The results were interpreted using statistical analysis methods. In the study conducted, it was determined that the dimensions of business ethics in hotel enterprises affect employee satisfaction and employee satisfaction also affect employee commitment.

GİRİŞ

Turizm sektöründe otel işletmeciliği sürekli olarak gelişme göstermektedir. İşletmelerin gelişme göstermesiyle beraber bazı kavramlar ön plana çıkmaktadır. Bunlardan bir tanesi de etik değerlerdir. İşletmelerde var olan iş etiği kavramı, otel işletmelerinin genel yapısından dolayı, üretim ve tüketimin eşzamanlı olması, üretilen hizmetin soyut olması nedeniyle kalite standardı sorununun oluşması, emek yoğun sektör olması sebebiyle çalışanlar arası yakın iş birliği ve yardımı gerektirmesi ve dinamik yapıda oluşundan ötürü etik unsurların önemi otelcilik sektöründe daha fazla ön plana çıkmaktadır. İş etiği görüşlerinin benimsenmesi, otel işletmesinin imajını oluşturmada etki göstermektedir. Turizm sektöründe etik bilincini koruyan otel işletmeleri diğer işletmelere göre rakip duruma gelmiştir. Çalışanlar için işletmelerdeki etik kavramların varlığı çalışan memnuniyet ve performansı ile doğru orantılıdır. Özellikle turizm sektöründe işletmelerin misafir kadar işgörene de aynı ölçüde değer vermesi gerekmektedir. İşgörenin görev yapmakta olduğu işletmeden duyduğu memnuniyeti ve yöneticiden kendini önemli hissettirecek değeri görüyor oluşu çalışanın performansını etkileyeceğinden, işgörenin başarısını ve işletmeye olan bağlılığını önemli derecede attırmaktadır. Çalışanın memnuniyetini etkileyen en önemli unsurlardan biri işletmedeki çalışma şartlarıdır. Çalışma şartlarının işgören beklentilerini karşılaması bireyi tatmin edecek, işletme hakkında olumlu düşüncelere sahip olmasını ve çalışanın işletmede olan sürekliliğini sağlayacaktır.

Çalışmanın geri kalanında literatür araştırması yer almaktadır. Bu kısımda etik, iş etiği, çalışan memnuniyeti, bağlılık kavramlarından ve otel işletmelerindeki öneminden detaylı bir şekilde bahsedilmiştir. Literatür araştırmasından sonra metodoloji bölümüne yer verilmiştir. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, yöntemi, evreni, örnekleme ve kısıtları anlatılmıştır. Metodoloji bölümünden sonra SPSS programı ile elde edilen veriler ve bu verilerin yorumlandığı bulgular bölümü yer almaktadır. Çalışmanın sonunda elde edile sonuçların değerlendirilmesinin yapıldığı sonuç bölümüne yer verilmiştir.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Etik

Etik ile ilgili görüşlere göz atacak olursak “Etik, insanların kurduğu bireysel ve toplumsal ilişkilerin temelini oluşturan değerleri, normları, kuralları, doğru-yanlış veya iyi-kötü gibi ahlaksal açıdan araştıran bir felsefe disiplini” (Çeribaş, 2007, s.35), bir bireyin veya grubun karar verme ve davranışını etkileyen ilkelerdir (Kralj, 2010, s.37). Etik yaşam ve davranışı da ilişkilendirmek zorundadır (Dewey and Tufts, 1908, s.3). Etik kavramının benimsenmemesi kişiler arası çatışmaya yol açabilir. Bu yüzden ki kişilerin ahlak kurallarını da göz önünde bulundurması ve buna göre davranışlarını şekillendirmesi kişiler arası uyumu sağlayabilir.

Etik ve ahlak kavramı genellikle birbiri ile karıştırılan iki kavramdır. “Ahlak kelimesi, toplumsal yaşamın olanaklı, uyumlu, olumlu, verimli olabilmesi için, toplum üyelerinden beklenen davranış biçimleri ile kurallardır. Ahlak; toplum içinde bireylerin davranışlarını ve kişilerarası ilişkilerini düzenlemek amacıyla başvurulan, belli bir dönemde belli insan toplulukları tarafından benimsenen geleneksel davranış kurallarının ve ilkelerinin bütünü olarak da tanımlanmaktadır” (Daştan, 2013, s.31-32). Ahlak olguların veya davranışların ahlaki yapısının tetkik (inceleme) eder; etik ise, bu olgu veya davranışların sebeplerini sorgular. Etik anlaşılması zor olan ahlaki eylemlere açıklık getirip olguların anlaşılmasını sağlar. “Etik, bulunduğu yer ve geleneğe göre değil, bulunduğu yer ve geleneğin şartları altında, uygun karar alma ve davranış tarzında bulunmaktır. Etik insanları ahlaklı yapmaz.” Toplumca ahlaklı sayılan insan etik kurallara uygun davranıyor demek değildir. Ahlak ve etik kavramının ortak özelliği, insanlar arasındaki tanzim eden (düzenleyen) davranış kuralları olarak nitelendirilmeleridir (Eltan, 2013, s.6-8).

İş Etiği

İş yerinde neyin doğru, neyin yanlış olduğunu bilmek ve doğru olanı yapmak” anlamını ifade etmektedir (Ülgen ve Mirze, 2007, s.449). İş etiği, bir işletmede faaliyette bulunan kişilerin ahlak kurallarını, davranış şekillerini, görev ve sorumluluklarını oluşturan kurallar bütünüdür. Etik, genellikle yazılı ve mutlak (kesin) kurallar içermez (Çeribaş, 2007, s.37). İşletmelerin oluşturduğu kurallar doğrultusunda, uygulamalarının doğru-yanlış veya iyi-kötü şeklinde işletme iç ve dış çevresinde ortaya çıkardığı etkiler “iş etiği” boyutunda incelenmektedir. İşletmelerin nitelendirdikleri etik karar ve uygulamalar, bireyden bireye değişiklik gösterebileceği gibi toplumdan topluma ve pozisyondan pozisyona hatta işletmeden işletmeye farklılık gösterir (Tuncer, Ayhan ve

Varoğlu, 2007, s.56). “İş etiği, bütün ekonomik faaliyetlerde dürüstlük, güven, saygı ve hakça davranmayı ilke edinmek ve çevreyle temas halinde bulunurken aynı çevreyi paylaşan topluma destek olmaktır” (Kantarıcı, 2007, s.23). Güven unsuru dahilinde adalet ve dürüstlük konularını, bireylere karşı hak ve saygı çerçevesi içinde bulunmayı ilke edinerek iş etiğine uymaları sağlanabilir. Bu yüzden işverenlerin ve işgörenlerin bu unsurlar doğrultusunda hareket etmesi beklenir. Ancak bunun dışında ayrımcılık, aldatmaca, zorlama, yanlış beyanlar, yoluyla müşterilere, çalışanlara ve rakiplere bilerek zarar vermemeleri sağlanabilir.

Etik kavramlar; “adalet, eşitlik, dürüstlük ve doğruluk, tarafsızlık, yasallık, yeterlilik, güvenilirlik, mesleğe bağlılık, sorumluluk, insan hakları, hümanizm, bağlılık, hukukun üstünlüğü, sevgi, hoşgörü, laiklik, saygı, tutumluluk, demokrasi, olumlu insan ilişkileri, açıklılık, hak ve özgürlükler, emeğin hakkını verme, yasa dışı emirlere karşı direnme gibi unsurlardır. Etik olmayan (etik dışı) kavramlar; ayrımcılık, kayırma, rüşvet, yıldırma/korkutma, sömürü/istismar, ihmal, bencillik, işkence/eziyet, yolsuzluk, yaranma/dalkavukluk, şiddet/baskı/saldırganlık, hakaret ve küfür, bedensel ve cinsel taciz, kötü alışkanlıklar, görev ve yetkinin kötüye kullanımı, dedikodu, zimmet, dogmatik davranış¹ ve yobazlık/bağnazlık” gibi kavramlardır. Etik dışı davranışlar toplumda bulunan kişilerce hoş karşılanmayan ve bireylerde tahripkâr (yıkıcı) bir tesir oluşturan davranışlardır (Ekici, 2013, s.53-60).

Çalışan Memnuniyeti

Çalışan memnuniyeti, çalışanın yaptığı işin farklı yönlerine karşı göstermekte olduğu tutumdur (Bölükbaş, 2013, s.18). İşgörenlerin bulunduğu işletmede çalışma koşullarından duyduğu memnuniyet gün geçtikçe önemli bir konu haline gelmiştir. Bireyin çalışma şartlarından duyduğu memnuniyet hem işinde verimli olmasını hem de işletmeye olan bağlılığını arttıracaktır. Turizm sektörü emek yoğun sektör olduğu için, çalışanlar misafirlerle yüz yüze iletişim halinde olduğundan hizmet kalitesi kavramı oldukça önemlidir (Elyas, 2016, s.4-5). İş doyumunu çalışanların daha iyi performans göstermesine dolayısıyla da çalışanların davranışlarını etkilemesine neden olur. Çalışanların işten duyduğu memnuniyet sonucu gösterecekleri hizmet sözlü reklamcılıkta mükemmelliğin en önemli etkenidir (Magablih ve Al Shiab, 2009, s.37). Bu sebeple işverenler çalışanlara değer vermeli ve çalışan memnuniyetini sağlamak için çaba göstermelidir. İşgörenleri hangi unsurların mutlu edeceği konusuna aşina olmalıdırlar. Çalışan memnuniyetinin sağlanması ile hizmet kalitesinde ve çalışan performansında orantılı bir artış olacaktır. Çalışan memnuniyetini sağlamak her zaman mümkün olmamaktadır. Önemli olan unsur işgörenin sosyal hayatında oluşan dengeyi bozmamaktır (Üstün, 2014, s.20-23). Bu bağlamda işletmelerde bulunan işgörenlerin memnuniyetinin sağlanması insan kaynakları yönetimi tarafından işgörenin kendini gerçekleştirmesini sağlayarak işgörenleri mutlu edecek olan, kariyer planlaması sosyal aktivite, eğitimler ve ödüllendirme gibi etkenler yoluyla onları mutlu edecek unsurları belirleyerek iş görende iş doyumunu sağlayıp onları mutlu etme yoluna gidilebilir.

Çalışan Bağlılığı

Bireylerin işletmeye karşı davranışları, ilgileri, tutumları ve işletmenin başarı sağlamasında gösterdikleri çaba ile ilişkilidir. Çalışanlar baskı altında değil, kendi isteği ile gayret göstermelidir.

“Bağlılığın gerçekleşebilmesi için, çalışanın örgütün amaç ve değerlerini benimseyerek bunlara güçlü bir inanç ve kabul göstermesi, örgüte güçlü bir ait olma isteğine sahip olması ve bunu sürdürmesi, örgüt yarar ve kazançları için çaba göstermeye istekli olması gerekmektedir. Çalışanlar bu çabayı gösterdikleri ölçüde örgütlerine bağlı olmaktadır. Çünkü bağlılık, çalışanların kendilerini her anlamda çalıştığı örgüte ait hissetmelerini ve örgütünün itibarını korumalarını gerektirmektedir. Çalışanları için çeşitli yatırımlar yapan bir örgüt, buna rağmen çalışanlarını kaybediyorsa, bu örgütün bağlılık konusunda problemleri olduğu düşünülebilir. Bu açıdan çalışanlarının işlerinde sürekliliğini isteyen örgütlerin, öncelikle onların bağlılıklarını kazanmaları gerekmektedir” (Karataş, 2008, s.41-42). Çalışan bağlılığı hem işverenler hem de çalışanlar için yararlıdır. Bireysel çalışanlar için çalışan bağlılığı örgüt için olumlu bir ilişki anlamına gelir ve hayat için daha fazla anlam ifade eder. Bu durumda işverenler memnuniyet altındaki çalışanların hizmet sunma, ciroyu azaltma ve işe devam etme vakalarını azaltma olasılıkları vardır (Chieh Lee ve Jen Chen, 2013, s.200).

¹ Dogmatik davranış; daha önce doğru olan bir kavramın zamanla doğruluğu ortadan kalksa bile bağlı kalmaktır.

Otel işletmelerinde etik kavramı daha fazla önem kazanmaktadır. Bunun sebebi ise, otel işletmelerinin 7/24 hizmet sunuyor olması, emek yoğun ve hizmet sektörü olmasından dolayı etik kavramlar otel işletmeleri açısından önem arz etmektedir. Bazı otel işletmeleri etik kuralların uygulanabilmesi açısından yazılı kurallar haline getirirken bazı işletmelerde yazılı ve sözlü kurallar olarak etik değerlere ilişkin ilkeleri uygulamaya çalışmaktadır. Otel işletmeleri etik ilkelere sadık kaldıkça hem imaj hem de rekabet açısından olumlu avantaj sağlayacaktır. Otel işletmelerinde etik ilkeler açıkça belirtilmesinin faydası vardır. Açıkça belirtilmeyen etik ve etik dışı davranışlar işletme açısından kötü bir imaj ve kayba neden olacaktır. Otel departmanlarının her bölümünde yaşanan belirli etik sorunlar vardır. Örneğin; Ön büro departmanında en çok yaşanan etik sorun; rezervasyon yetkilisinin odaları belirlenen ücretten daha yüksek bir ücret ile konuğa satma eyleminde bulunmasıdır (Ateş, 2008, s.63-91). Etik sorunlar en sık kat hizmetleri departmanında yaşanmaktadır. Oda temizliği esnasında veya misafir odadan ayrıldığı zaman misafir eşyalarının habersizce kullanılması, uygun olmayan bir şekilde odalara girilmesi, odaların gizlice dinlenmesi, odalarda gizli ses ve görüntü çekimlerinin yapılması etik sorunlar arasında yer alır. Yiyecek-içecek işletmelerinde karşılaşılan etik sorunlar; temizlik ve hijyen koşullarına uyulmaması, eksik malzeme kullanma, sağlıksız gıda maddeleri kullanma ve möntülerde belirtilen miktar ve fiyatta tutarsız davranılmasıdır. Konaklama işletmelerinde yaşanan etik sorunlardan bazıları; müşteri ve personele taciz, işi savsaklama, emirleri dinlememe, işyerinde alkol ve uyuşturucu madde kullanma olarak sınıflandırılabilir (Olçay ve Sürme, 2015, s.1115). Otel işletmelerinde yöneticiden kaynaklanan işletmeye ve çalışana karşı etik olmayan davranışlarda söz konusudur (Ateş, 2008, s.74). “Turizm sektöründe iş etiği kapsamında yönetici ve işgörenlerin etik davranışlarıyla ilgili ülkemizde yapılan çalışmalarda yöneticilerin işgörelere karşı yerine getirmede eksikliklerin belirlendiği etik sorunları şöyle saptanmıştır: cinsel ayrımcılık, terfi ve atamalarda adil davranılmaması, kayırma, özel hayata müdahale, onur kırıcı davranışlarda bulunma, sendikal etkinliklerin desteklenmemesi, sağlık ve sosyal güvenlik haklarının sağlanmasındaki aksaklıklar, güvenli ve sağlıklı koşullar yaratmama, adil ücret ödememe, çalışma hayatının kalitesini yükseltmeye yönelik çaba göstermeme ve cinsel tacizdir” (Ateş, 2008, s.83). Bu tarz etik sorunların işletmelerde sıklıkla ya yaşanması çalışanın işletmeye olan bağlılığını azaltabilir, veriminin düşmesine sebep olabilir veya çalışanın işten ayrılmasına kadar gidebilir. Bunun yanı sıra misafir açısından değerlendirilme yapıldığında işletme için kötü bir imaj oluşturabilir.

METODOLOJİ

Araştırmanın amacı, otel işletmelerinde iş etiği görüşlerinin çalışan memnuniyeti belirlemek ve çalışan memnuniyetinin işletmeye bağlılığını üzerindeki etkisini incelemektir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anketten yararlanılmıştır. Anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci, ikinci ve üçüncü bölümde likert tipi sorular yöneltilmiştir. İfadeler en olumsuzdan en olumluya doğru sıralanmıştır. Anket formunun birinci bölümünde, iş etiğine yönelik ifadeler yer verilmiştir. Burada kullanılan ölçek Alev Ateş tarafından geliştirilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde çalışan memnuniyetine yönelik ifadeler, üçüncü bölümünde ise çalışan bağlılığına yönelik ifadeler yer almaktadır. Burada kullanılan ölçek Aysel Karabekiroğlu tarafından geliştirilmiştir. Son bölümünde yer alan dördüncü bölümde ise demografik özelliklere ilişkin ifadeler yer verilmiştir. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümünde yer alan ifadeler akademisyenlerinde görüşleri alınarak otel işletmelerine uyarlanmıştır.

Araştırmanın evrenini, İstanbul’da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Anket formları yüz yüze, elden bırakıp alma, e-posta, online anket yöntemleri ile katılımcıya ulaştırılmış ve cevaplamaları istenmiştir. Yapılan 200 anket formundan sadece 153 tanesi cevaplanmıştır. Geri dönüşü olmayan, anket formunun ikinci sayfasını görmeyip cevaplandırmayan ve bazı otel çalışanlarının dikkatsizliği sebebiyle çöp diye atılmış 47 anket formu araştırma kısıtı olarak değerlendirilebilir.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS paket program yardımı ile analiz edilmiştir. Araştırma kapsamı frekansı (sıklık), güvenilirlik, regresyon ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen sonuçlar bulgular bölümünde aktarılmıştır.

Çalışmada test etmek için dört adet hipotez geliştirilmiştir. Bu hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₁: İş etiği boyutları iş yerine duyulan memnuniyeti etkilemektedir.

H₂: İş etiği boyutları rakip işletmeye karşı duyulan memnuniyet etkilemektedir.

H₃: İş değerlerine olan bağlılık çalışan memnuniyetini etkilemektedir.

H₄: Kurum içi bağlılık çalışan memnuniyetini etkilemektedir.

BULGURLAR

Tablo 1. Boyutlara Yönelik Güvenilirlik Analizi

ÖLÇEKLER	CRONBACH'S ALPHA
İş Etiği Ölçeği	,877
Çalışan Memnuniyeti Ölçeği	,926
Çalışan Bağlılığı Ölçeği	,897
Genel Ölçek	,945

Cronbach's Alpha katsayısı 0.70 – 1 arasındaysa güvenilirliği yeterlidir. İş etiği ölçeği 0,877, çalışan memnuniyeti ölçeği 0,926, çalışan bağlılığı ölçeği 0,897 ve genel ölçek 0,945 katsayısına sahiptir. Ankette yer alan ölçeklerin birbirleri ile olan tutarlılığını cronbach's alpha değerlerinin 0.70 üzeri değere sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal bilimlerde cronbach's alpha katsayısının 0.70 üzeri olması güvenilirlik şartını sağladığının kanıtıdır (Altunışık vd., 2012, s.126).

Tablo 2. Değişkenlere Yönelik Demografik Bulgular

ÖZELLİKLER	N	%	ÖZELLİKLER	N	%
<u>Cinsiyet</u>			<u>Turizm Sektöründe Toplam Çalışma Süresi</u>		
– Bay	89	58,2	– 1 yıldan az	13	8,5
– Bayan	64	41,8	– 1-5 yıl	77	50,3
			– 6-10 yıl	39	25,5
			– 10 yıldan fazla	24	15,7
<u>Medeni Durum</u>			<u>İşletmede Toplam Çalışma Süresi</u>		
– Evli	63	41,2	– 1 yıldan az	58	37,9
– Bekar	90	58,8	– 2-4 yıl	76	49,7
			– 5 yıldan fazla	19	12,4
<u>Turizm Eğitimi</u>			<u>Eğitim Durumu</u>		
– Evet	88	57,5	– İlköğretim	13	8,5
– Hayır	65	42,5	– Ortaöğretim	41	26,8
			– Yükseköğretim	99	64,7
<u>Yaş</u>			<u>Departman</u>		
– 25 ve altı	41	26,8	– Ön Büro	45	29,4
– 26-35	80	52,3	– Kat Hizmetleri	21	13,7
– 36-45	26	17,0	– Yiyecek-İçecek	54	35,3
– 46 ve üstü	6	3,9	– Diğer(Satış ve Pazarlama, Muhasebe, Teknik Hizmetler, İnsan Kaynakları, Güvenlik)	33	21,6
<u>Otel Sınıfı</u>					
– 4 Yıldız	73	47,7			
– 5 Yıldız	80	52,3			

Tablo 2’de görüldüğü üzere ankete cevap veren katılımcıların %57,5 ile çoğunluğunun turizm eğitimi almış olduğu görülmektedir. Buda işletmelerin nitelikli personel istihdamını sağladıklarının gösterebilir. Ankette en yüksek katılımın %52,3 oran ile 26-35 yaş aralığında bulunan çalışanlardan oluştuğu belirlenmiştir. Bu örneklem düzeyinde dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin çoğunluğunun genç çalışanları tercih ettiğini söyleyebiliriz. Anket katılımcıların turizm sektöründe çalışma süresinin en çok %50,3 ile 1-5 yıl aralığında olduğu görülmektedir. Bu katılımcıların ise görev yapmakta olduğu işletmede toplam çalışma süresinin en fazla %49,7 oran ile 2-4 yıl aralığında olduğu belirlenmiştir. Bu oran ise turizm sektöründe ki personel devir hızının oldukça yüksek oranda olduğunun göstergesidir. Bu sonuçta bunu destekleyen niteliktedir. Katılımcıların eğitim durumlarının %8,5 oran ile ilköğretim mezunu, %26,8 ile ortaöğretim ve %64,7 ile yükseköğretim düzeyine

sahip olduğu gözükmetedir. Bu sonuç ise işletmelerin yükseköğretim düzeyinde personel istihdamını sağladığını söyleyebiliriz.

Tablo 3. İş Etiğine Yönelik Faktör Analizi Boyutları

Faktör Boyutları				Faktör Yüğü
<i>İş Etiğı</i>	Art. Ort. 4,013	Std. Sapma 0,858	Açık. Vary. 15,090	
İşgörenlerin cinsel kimliklerine saygı gösterilir.				,748
İşgörenler arasında düşünce ve siyasi tercihlerine göre ayırım yapılmaz				,702
İşe almada ve ücret ödemede cinsiyete göre ayırım yapılmaz.				,670
İşgörelere ait özel bilgiler herhangi bir şekilde deşifre edilmez.				,656
İşgörenler, işletme aleyhine gelişmiş bir olayı hiç korkmadan üstleriyle paylaşabilir.				,647
Konukların önerileri dikkate alınır.				,521
İşgörenler, başka işletmelerde çalışan arkadaşlarından o işletmeler hakkında aldıkları bilgileri yöneticileri ile paylaşmalıdır.				,490
Uyulması beklenen ahlaki kurallar etkin bir şekilde tüm işgörelere bildirilir.				,479
Çevremizi ve doğal kaynakları koruma konusunda duyarlı davranılır.				,467
<i>Çalışan Hukuku</i>	Art. Ort. 3,699	Std. Sapma 1,088	Açık. Vary. 11,135	
İşgörenlerin sosyal hak ve güvenlikleri sağlanır.				,787
Tüm işgörelere eşit ve adil davranılır.				,774
İşgörenlerin iş kazalarından korunmaları için gerekli önlemler alınır.				,678
İşgörelere üst kademelere yükselme konusunda eşit fırsat sağlanır.				,574
<i>Etik Dışı Değerler</i>	Art. Ort. 2,372	Std. Sapma 0,916	Açık. Vary. 10,787	
Kar getirecek bir hizmetin konuk sağlığını tehlikeye sokacağını fark ettiğimizde, susmamız beklenir.				,717
Esas olan karlılıktır, ahlaki değerlerin bir önemi yoktur				,687
İşgörenlerin birbirlerine ya da yöneticilerine karşı davranışları sorgulanmaz ve eleştirilmez.				,648
Maliyetleri azaltmak için kısmen de olsa hijyenden taviz verilebilir.				,643
İşletmenin politikalarına aykırı bir konu olsa bile işgörenlerin konukları memnun edecek şekilde davranmalarında sakınca yoktur.				,557
Konukların görmediğı alanlarda kullanılan malzemelerde kalite aranmaz.				,472
<i>İşgören Performansı</i>	Art. Ort. 3,790	Std. Sapma 0,855	Açık. Vary. 10,145	
Kendilerine iyi davranan konuklara işgörenlerin daha iyi hizmet sunmalarında sakınca yoktur.				,778
İşgörenlerin kararlarının sorumluluğı kendilerine aittir.				,601
İşe ve çalışma arkadaşlarımıza bağlılık her şeyden önemlidir.				,567
Konuk bilgileri gizli tutulmaktadır.				,511
Ahlaki davranışlarımızın sonuçları performans değerlendirmemizi etkiler.				,472
Ahlaki değerlerin varlığı israfı en aza indirir.				,471
Sürekli gönüllü hizmetlerde bulunulur.				,457
<i>Ahlaki Değerler</i>	Art. Ort. 3,496	Std. Sapma 0,946	Açık. Vary. 8,208	
Ahlak kurallarına uygun davrananlar ödüllendirilir, aykırı davrananlar cezalandırılır.				,746
Ahlaki davranışları geliştirmek için seminerler ve benzeri eğitim programları düzenlenir.				,679
Yöneticiler ahlaki davranışlarımızdan sorumludur.				,641
İşgörenlerin kararlara katılma hakkını sağlayacak ortam oluşturulur.				,580

Çalışmadaki ifadelerin gruplandırılması için faktör analizine başvurulmuştur. Faktör analizi her bir soru grubu için ayrı ayrı yapılmıştır. İş etiğı ile ilgili ifadeler beş boyuta indirgenmiştir. Verilerin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) değerine bakılmıştır. KMO: %82,1

Bartlett Küresellik Testi: $p < 0,05$; df. 435; Ki-kare; 1923,120' dir. KMO ve Barlett küresellik değerleri iş etiği ölçeğinin faktör analizine uygunluğunun göstergesidir. İfadelerin boyut içerisindeki açıklıyıcılığını veren toplam açıklanan varyans %55,3'dür. Bu oran sosyal bilimler için kabul edilebilir bir orandır.

Tablo 4. Çalışan Memnuniyetine Yönelik Faktör Analizi Boyutları

Faktör Boyutları				Faktör Yüğü
<i>İş Yerine Duyulan Memnuniyet</i>	Art. Ort. 3,692	Std. Sapma 0,975	Açık. Vary. 45,343	
Çalışmamız yöneticimiz tarafından değer görüyor.				,845
Yöneticimiz şirket için yaptığımız önerilere değer veriyor.				,805
Başarılı çalışmalarımız işletmemiz tarafından fark ediliyor.				,804
Çalışmamız yöneticimiz tarafından desteklenmektedir.				,794
Bize tanımlanan iş makuldür.				,790
Yöneticimiz işimize yeterince güven duyuyor.				,784
Çalıştığım işletmedeki çalışma şartlarından memnunum.				,780
Sorumluluklarımız açık bir şekilde tanımlanmıştır.				,774
Bize tanımlanan iş kabul edilebilirdir.				,762
Çalıştığım işletmeye karşı güvenim tamdır.				,762
Çalıştığım işletmeye karşı saygım vardır.				,616
<i>Rakip İşletmeye Karşı Duyulan memnuniyet</i>	Art. Ort. 3.228	Std. Sapma 1.109	Açık. Vary. 18,960	
Aynı sektördeki diğer işletmelere göre maaş olanakları iyidir.				,695
Aynı sektördeki diğer şirketlere göre çalıştığım işletmenin ek hakları daha iyidir.				,629

Çalışan memnuniyetine yönelik soru grubu için yapılan faktör analizinde 2 boyut ortaya çıkmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin Measure değerine bakılmıştır. Bu değer %93,0 olarak belirlenmiştir. KMO değeri veri setinin faktör analizine uygun olduğunun göstergesidir. Ölçekteki ifadelerin boyut içerisindeki uygunluğunu veren toplam açıklanan varyans %64,3'tür. Bu oranda sosyal bilimler için kabul edilebilir bir orandır.

Tablo 5. Çalışan Bağlılığına Yönelik Faktör Analiz Boyutları

Faktör Boyutları				Faktör Yüğü
<i>İş Değerlerine Bağlılık</i>	Art. Ort. 3,947	Std. Sapma 0,879	Açık. Vary. 36,727	
Çalışma deneyimlerimi iş arkadaşlarımla paylaşıyorum.				,863
Çalıştığım işletmenin kurum kültürüne uygun davranırım.				,787
Örnek davranışlarımla iş arkadaşlarımla etkileme çalışırım.				,749
İşletmenin kurallarına sıkı bir şekilde uyuyorum.				,714
Şirket tarafından konulmuş gereksinimlerin yerine getirilmesi gerektiğine inanıyorum.				,662
<i>Kurum İçi Bağlılık</i>	Art. Ort. 3,745	Std. Sapma 0,935	Açık. Vary. 29,678	
Çalıştığım işletmenin gelecekle ilgili gelişim hedefini anlıyorum.				,817
Çalıştığım işletmenin değerlerini kabul ediyorum.				,769
Çalıştığım işletmenin vizyon ve misyonunu benimsiyorum.				,731
Bu işletmeden emekli olmak istiyorum.				,228

Çalışan bağlılığına yönelik soru grubu için yapılan faktör analizinde iki boyut ortaya çıkmıştır. KMO değeri: %85,3' tür. KMO değeri veri setinin faktör analizine uygun olduğunun göstergesidir. Ölçekteki ifadelerin boyut içerisindeki uygunluğunu veren toplam açıklanan varyans: 66,405'tir. Bu oranda sosyal bilimler açısından kabul edilebilir.

Tablo 6. İş Etiği, Çalışan Memnuniyeti ve Çalışan Bağlılığı Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	İşletme Etiği	Çalışan Hukuku	Etik Dışı Değerler	Performans	Ahlaki Değerler	İş Yerine Duyulan Memnuniyet	Rakip İşletmeye Karşı Duyulan Memnuniyet	İş Değerlerine Bağlılık	Kurum İçi Bağlılık
İşletme Etiği	1								
Çalışan Hukuku	,631**	1							
Etik Dışı Değerler	-,132	-,098	1						
Performans	,550**	,511**	-,085	1					
Ahlaki Değerler	,340**	,376**	,149	,332**	1				
İş Yerine Duyulan Memnuniyet	,516**	,594**	-,033	,419**	,295**	1			
Rakip İşletmeye Karşı Duyulan Memnuniyet	,232**	,270**	,194*	,203*	,160*	,436**	1		
İş Değerlerine Bağlılık	,533**	,430**	-,131	,484**	,261**	,526**	,332**	1	
Kurum İçi Bağlılık	,479**	,544**	-,065	,393**	,285**	,700**	,419**	,543**	1

** p<0,01 düzeyinde anlamlı korelasyon

Boyutların birbiriyle olan ilişkisine yönelik korelasyon analizi tabloda verilmiştir. Korelasyon her iki kavramın yönüne ve şiddetine dair sonuçlar vermektedir. Çalışan hukuku ve işletme etiği arasında (r=0,631) düzeyinde anlamlı, pozitif yönlü ve orta dereceli bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Performans ile işletme etiği ve çalışan hukuku arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta dereceli bir ilişki vardır. İşletme etiği ve çalışan hukuku boyutlarının performansı orta derecede etkilediğini söylemek mümkündür.

İş yerine duyulan memnuniyet ile işletme etiği, çalışan hukuku ve performans arasında orta dereceli pozitif ilişki söz konusu olmuştur.

İş değerlerine bağlılığın işletme etiği ve iş yerine duyulan memnuniyet arasında pozitif orta derece ilişki vardır.

Kurum içi bağlılığın oluşmasında işletme etiği, çalışan hukuku, performans, rakip işletmeye karşı duyulan memnuniyet ve iş değerlerine bağlı faktörlerinin etkisinin orta derecede olduğunu söylemek mümkündür. Kurum içi bağlılığın, iş yerine duyulan memnuniyet ile olan ilişkisinin yüksek derecede olduğu görülmektedir. İşgörende kurum içi bağlılığı etkileyen faktörlerin en başında işgörenin iş yerine duyduğu memnuniyetin etkili olduğunu söylenebilir.

Tablo 7. İş Etiği Boyutlarının Çalışanın İş Yerine Duyduğu Memnuniyet Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Beta	Std. Hata	Std. Beta	T	Anlamlılık	R ²	Uyarılmış R ²	F	Anlamlılık Model
İşletme etiği	,103	,091	,090	1,122	,264	,395	,374	19,173	,000 ^b
Çalışan hukuku	,370	,078	,413	4,739	,000				
Etik dışı değerler	,038	,071	,036	,535	,593				
Ahlaki değerler	,038	,075	,037	,512	,609				

Bağımlı Değişken: İş Yerine Duyulan Memnuniyet

İş etiği boyutlarının çalışanın iş yerine duyduğu memnuniyet üzerindeki etkisine yönelik olarak Tablo 7 incelendiğinde modelin genel anlamda bağımsız değişkenler açısından (F: 19,173; p<0,001) anlamlı olduğu görülmektedir. Model anlamlı olduğu için bağımlı değişken bağımsız değişkenler grubu tarafından açıklanmaktadır. Ancak tek tek bağımsız değişken boyutların anlamlılığına bakıldığında ise sadece çalışan hukuku bağımlı değişken üzerinde etkilidir. Uyarılmış R değerine bakıldığında, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni %37,4 düzeyinde etkilediği tespit edilmiştir. Dolayısı ile iş etiği uygulamalarının çalışanın iş yerine duyduğu memnuniyetine olan bağımlılığını etkilediği söylenebilir. Bu bilgiler doğrultusunda H₁ kabul edilmiştir.

Tablo 8. İş Etiği Boyutlarının Çalışanın Rakip İşletmeye Karşı Duyduğu Memnuniyet Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Beta	Std. Hata	Std. Beta	T	Anlamlılık	R ²	Uyarılmış R ²	F	Anlamlılık Model
İşletme etiği	,088	,124	,068	,710	,479	,135	,105	4,577	,001 ^b
Çalışan hukuku	,198	,106	,194	1,862	,065				
Etik dışı değerler	,282	,096	,233	2,937	,004				
Ahlaki değerler	-,006	,101	-,005	-,061	,951				

Bağımlı Değişken: Rakip İşletmeye Karşı Duyulan Memnuniyet

Tablo 7 incelendiğinde ise modelin genel anlamda p<0,001 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bağımsız değişken boyutların anlamlılığına tek tek bakıldığında ise sadece etik dışı değerler bağımlı değişken üzerinde etkilidir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni %10,5 düzeyinde etkilediğini uyarılmış R değerine baktığımızda görebiliyoruz İş etiği uygulamalarının çalışanın rakip işletmeye karşı duyduğu memnuniyet' ine olan bağımlılığını etkilediğini söylemek mümkündür. Bu bilgiler ışığında H₂ kabul edilmiştir.

Tablo 9. Çalışan Memnuniyetinin İş Değerlerine Bağlılık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Beta	Std. Hata	Std. Beta	t	Anlamlılık	R ²	Uyarılmış R ²	F	Anlamlılık Model
İş Yerine Duyulan Memnuniyet	,563	,068	,625	8,334	,000	,318	,309	34,959	,000 ^b
Rakip İşletmeye Karşı Duyulan Memnuniyet	-,180	,059	-,227	-3,022	,003				

Bağımlı Değişken: İş Değerlerine Bağlılık

Çalışan Memnuniyeti boyutlarının iş değerlerine bağlılık üzerindeki etkisine yönelik olarak Tablo 9 incelendiğinde modelin genel anlamda bağımsız değişkenler açısından (F: 34,959; $p < 0,001$) anlamlı olduğu görülmektedir. İş yerine duyulan memnuniyet ve rakip işletmeye karşı duyulan memnuniyet değişkenlerinin anlamlılık değeri 0,000 ve $0,003 < 0,05$ olduğu için bu bağımsız değişken boyutlarının bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. İşgörenin iş değerlerine bağlı olmasının üzerinde iş yerine duyduğu memnuniyet ve rakip işletmeye karşı duyduğu memnuniyetin anlamlı bir etkisi olacağını söylemek mümkündür. Bu bilgiler ışığında H_3 kabul edilmiştir.

Tablo 10. Çalışan Memnuniyetinin Kurum İçi Bağlılık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Beta	Std. Hata	Std. Beta	T	Anlamlılık	R ²	Uyarılmış R ²	F	Anlamlılık Model
İş Yerine Duyulan Memnuniyet	,629	,062	,656	10,196	,000	,497	,491	74,237	,000 ^b
Rakip İşletmeye Karşı Duyulan Memnuniyet	,084	,054	,100	1,554	,122				

Bağımlı Değişken: Kurum İçi Bağlılık

Çalışan Memnuniyeti boyutlarının kurum içi bağlılık üzerindeki etkisine yönelik olarak Tablo 10 incelendiğinde modelin genel anlamda bağımsız değişkenler açısından (F: 74,237; $p < 0,001$) anlamlı olduğu görülmektedir. Rakip işletmeye karşı duyulan memnuniyet değişkeninin anlamlılık değeri $0,122 > 0,05$ olduğu için bu bağımsız değişken boyutunun bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Uyarılmış R değerine bakıldığında, iş yerine duyulan memnuniyet ve rakip işletmeye karşı duyulan memnuniyet %49,1 düzeyinde kurum içi bağlılık bağımlı değişkenini açıkladığı tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında H_4 kabul edilmiştir.

SONUÇ

İşletme etiği kavramı turizm sektörünün özellikle otel işletmelerinin oldukça önem verdiği bir konu durumuna gelmiştir. İş etiği uygulamalarının otel işletmeleri tarafından benimsenmesi işgörenlerin kuruma karşı güven ve saygısını oluşturabilir. İşgörenin kuruma karşı duyduğu güven işletmeye bağlılığı ve iş yerine duyduğu memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu çalışmada otel işletmelerinde iş etiği uygulamaları, çalışan memnuniyeti ve çalışan bağlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonuçları otel işletmelerinde iş etiği boyutlarının çalışan memnuniyeti ve çalışan bağlılığı arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Otel işletmelerinde çalışan personel üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre; etik değerlerin çalışan memnuniyeti üzerindeki etkisi en önemli bir faktör olarak ön plana çıkmıştır.

Sonuçlara göre katılımcıların turizm sektöründe çalışma süresinin en çok 1-5 yıl aralığında olduğu görülmektedir. Bu katılımcıların ise görev yapmakta olduğu işletmede toplam çalışma süresinin en fazla 2-4 yıl aralığında olduğu belirlenmiştir. Bu oran ise turizm sektöründe ki personel devir hızının yüksek oranda olduğunun göstergesi olarak ifade edilebilir. Çalışanın memnuniyetine ait etik görüşlerin, çalışanın iş yerine duyduğu memnuniyetini tatmin edici düzeyde olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Personel devir hızının yüksek olması sürekli yeni personel istihdamını gerektirdiğinden bu istihdam çoğu zaman niteliksiz işgücü istihdamını zorunlu kılmaktadır. Niteliksiz işgörenin etik olmayan davranışları kalitesiz iş gücü sorununu ortaya çıkarabilir. Bu tarz sorunların işletmenin imajını sarsmasına izin vermektense işletmenin bünyesinde bulunan nitelikli işgörenin memnun edilmesine yönelik etik değerlerin uygulanması ile işgören devamlılığı ve işletmeye olan bağlılığı sağlanabilir. Nitelikli işgörenin olması hizmet kalitesinin de artışına sebep olabilir.

İş etiğinin çalışanın iş yerine duyduğu memnuniyet üzerindeki etkisi incelendiğinde “ iş etiği, çalışan hukuku, etik dışı değerler ve ahlaki değerler” boyutları açısından anlamlı olduğu görülmektedir. Fakat sadece çalışan hukuku, iş yerine duyulan memnuniyet üzerinde etkilidir. Dolayısı ile iş etiği uygulamalarının otel işletmelerinde benimsenmesi çalışanın iş yerinden duyduğu memnuniyetine olan bağımlılığını etkilemektedir.

Araştırmanın diğer kısmında iş etiği boyutlarının çalışanın rakip işletmeye karşı duyduğu memnuniyet üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. “İşletme etiği, çalışan hukuku, etik dışı değerler ve ahlaki değerler” konularından sadece “etik dışı değerler” konusunun çalışanın rakip işletmeye karşı duyduğu memnuniyet

değişkeni üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. İşgörenin bulunduğu işletmede etik dışı değerlerin varlığı işgöreni aynı sektörde maaş olanakları ve ek hakları daha iyi olan farklı bir işletmeyi tercih etmesine neden olur.

Çalışan memnuniyeti boyutlarının iş değerlerine bağlılık üzerindeki etkisi incelenmiştir. İş yerine duyulan memnuniyet ve rakip işletmeye karşı duyulan memnuniyet üzerinde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir. İşgörenin yaptığı işlere önem verilmesi, başarılarının işletme tarafından fark ediliyor olması, çalışanın çalışma şartlarından memnun olması, tanımlanan işin makul olması ve çalıştığı işletmeye güveninin tam oluşu iş yerine duyduğu memnuniyeti etkilemektedir. Aynı şekilde bu faktörlerin rakip işletmeye karşı duyduğu memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu söylenebilir.

Çalışan memnuniyeti boyutlarının kurum içi bağlılık üzerindeki etkisi de ele alınmıştır. İş yerine duyulan memnuniyetin kurum içi bağlılık üzerindeki olumlu etkisi vardır. Yani işgörenin çalıştığı işletmeye karşı duyduğu memnuniyeti kurum içi bağlılığın oluşmasında etkili olabilmektedir. Fakat rakip işletmeye karşı duyulan memnuniyet boyutu yani aynı sektördeki farklı bir işletmenin maaş olanaklarının ve ek haklarının daha iyi olması ile kurum içi bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Etik değerler, kurumun bir parçası olduğu zaman daha etkili olabilir. Bunun çalışan memnuniyeti ve bağlılığını etkileyeceğinden diğer işletmelere karşı rakip konuma yükselecek ve kendisine bir imaj yaratmış olabilir. Turizmin hizmet sektörü olması ve çalışanın bu sektörde memnuniyetinin sağlanması doğrudan misafire yansıdığından özellikle otel işletmelerinde etik değerlerin önemsenmesi gerekmektedir. Kaliteli hizmet sunumu için işgörenlerin maddi ve manevi düzeyde tatmin edilmeleri sağlanabilir. İşgöreni tatmin etme çalışmalarının etik değerler çerçevesinde gelişmesi çalışanın memnuniyetini ve işletmeye olan bağlılığını arttırabilir. Yapılan bu çalışma sonuçları genel sonuç olarak değerlendirilmemelidir. Bu çalışma evreni İstanbul'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma sonuçlarının bir sonraki akademik çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Altunışık vd. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (7.Baskı)*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Ateş, A. (2008). *Otel İşletmelerinde Yöneticilerin İş Etiğine Yaklaşımları Ve İzmir İlinde Dört Ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bölükbaş, M.A. (2013). *Çalışan Memnuniyetinin Veri Madenciliği ile İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Chieh Lee, C. and Jen Chen, C. (2013), The Relationship between Employee Commitment and Job Attitude and Its Effect on Service Quality in the Tourism Industry . *American Journal of Industrial and Business Management*, 3, 196-208.
- Çeribaş, E.(2007). *Yöneticilerin Kişilik Özelliklerinin İş Etiğine Etkileri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi /Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Daştan, Z. (2013). *Çalışanların Duygusal Zekâ Düzeyleri İle İş Etiğine Bakış Açuları Arasındaki İlişki Ve Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dewey, J. And Tufts, J.H. (1908). *Ethics*. New York: Henry Holt And Company.
- Ekici, K.M. (2013). *Meslek Etiği* (3. Baskı). Ankara: Yargı Yayınevi.
- Eltan, C. (2013). *Etik, İş Etiği Ve Sağlık Hizmetlerinde Etik Çivril Devlet Hastanesi Sağlık Personelinde İş Etiği Algısı*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Elyas, S. (2016). *Çalışan Memnuniyetinin Sağlanmasında Örgütsel Faktörlerin Rolü: Bir Özel Hastaneye İlişkin Araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kantarcı, Z. (2007). *İş Etiği ve Ahilik*.(Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Karataş, A. (2008). *Örgütsel Etiğin Çalışan Memnuniyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*". (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Kralj, D. (2010). *Environmental Waste Management in Construction Industry*. *Paradise Publishers Incorporated*
- Magabli, K. and Adnan, S. (2009). The Implications of Hotel Employee Satisfaction in Promoting Quality Tourism at the Cultural Heritage Site of Petra-Jordan. *TEAM Journal of Hospitality & Tourism*. 6 (1), 36-45.
- Olçay, A. ve Sürme, M. (2015). Turizm işletmelerinde yönetici ve işgören etik davranışlarının karşılaştırılması üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8 (37), 1114-1131.
- Tuncer, D. vd. (2007). *Genel İşletmecilik Bilgileri*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2007.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2007). *İşletmelerde Stratejik Yönetim* (4.Baskı). İstanbul: Arıkan Basım Yayınları.
- Ülgen, H. ve Mirze, H. (2014). *İşletmelerde Stratejik Yönetim* (7.Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Üstün, İ. (2014). *Çalışan Memnuniyetinin Performans Üzerine Etkilerinin Araştırılması: İstanbul Avrupa Yakasındaki Matbaacılar Örneği*.(Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yalova Üniversitesi Sosyal/Bilimler Enstitüsü, Yalova.
- Yılmaz, A. ve Vahadır, İ. (2011). Otel İşletmelerinde Ön büro Çalışanlarının Etik Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma “, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (3), 21-40.