
HİZMET İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN ETİK OLMAYAN DAVRANIŞLARA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELERİ OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

Doç. Dr. İnci VARİNLİ
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
varinli@erciyes.edu.tr

ÖZET

Konaklama sektörünün ülke ekonomisine ve istihdama katkılarını göz ardı etmek mümkün değildir. Bu denli önemli bir sektördeki işletmelerin başarısını yönlendiren iki önemli konu ise kalite ve etikdir. Bu çalışmada, otel işletmelerinde çeşitli düzeylerde çalışanların etik olmayan uygulamalara ilişkin kanaatleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren üç ve dört yıldızlı otel çalışanlarına yapılan anket uygulaması sonucunda, genel olarak cevaplayıcıların etik olmayan uygulamaları tasvip etmedikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca, çalışanların işletmedeki pozisyonlarına göre değerlendirmelerinin farklı olduğu bulunmuştur. Çalışmanın önemli bulgularından biri de, işletme ölçeğine göre çalışanların bazı etik olmayan uygulamalarda biraz daha esnek olmalarıdır.

ABSTRACT

It is not possible to ignore the benefit of accommodation sector to the economy of country and employment. The two main factors that affect the success of companies in such an important sector are quality and ethics. In this study, it was tried to find out employees' beliefs on non-ethical applications who work in different positions in hotels. As a result of the survey applied to the employees in three and four star hotels in Cappadocia, it was found out that respondents generally disapproved the non-ethical applications. Besides it was found out that the employees' evaluation was different depending on their positions. One of the important findings of this study is that employees were more flexible in some

of the non-ethical applications depending on company size.

GİRİŞ

Gerek üretim işletmesi olsun, gerekse hizmet işletmesi olsun, hemen her işletme türünde etik olmayan uygulamalara rastlamak mümkündür. Ancak, emek yoğun özelliğe sahip hizmet işletmelerinde, çalışanlar açısından etik olmayan uygulamalara sıkça rastlama olasılığının daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Gerçi, Rao ve Singhapaldi (1997) tarafından hizmet ve diğer pazarlama profesyonellerine yönelik olarak yapılan araştırmada, pazarlama etiği açısından gruplar arasında farklılık olmadığı bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, hizmet ve diğer işletmelerinin pazarlama yöneticilerinin benzer etik değerlere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Yöneticilerin etik değerlendirmelerinin incelendiği bu araştırmada, acaba çalışanlar açısından karşılaştırma yapılsaydı benzer sonuçlar bulunur muydu şeklinde bir soru akla gelmektedir.

Bu konuda, hizmet işletmeleri çalışanları ile üretim işletmeleri çalışanları açısından etik açıdan farklılık olup olmadığını araştıran herhangi çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca, endüstriyel satış elemanı gibi sahada çalışan kişisel satış elemanı ile hizmet işletmelerindeki olduğu gibi işletme içinde çalışan kişisel satış elemanlarının etik değerlendirmelerinin farklı olabileceği düşünülmüştür. Ancak, bu konuda da herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Hizmet işletmeleri ve özellikle de turizm sektöründe etik ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olduğu gerek yapılan literatür taraması sonucunda gerekse bu konuya ilişkin çeşitli çalışmalardan

ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın konusunu, hizmet işletmelerinden emek yoğun bir özelliğe sahip olan otel işletmelerinde çalışanların, çeşitli etik olmayan uygulamalara ve davranışlara ilişkin değerlendirmeleri oluşturmaktadır. Otel işletmelerinin özelliği sebebiyle, hizmet üretim sürecindeki hemen hemen tüm çalışanların hem üretim hem de pazarlama fonksiyonunu yerine getirdiğini söylemek mümkündür. Özellikle, ön büro, kat hizmetleri ve yiyecek içecek bölümlerinde çalışan elemanlar, aynı zamanda kişisel satış rolünü de üstlenmektedir. Bu yönüyle hizmet sürecinde hat çalışanlarının (müşteriyle yüz yüze iletişim içinde olan) etik davranışlarda bulunması hem işletme, hem de tüketici yönünden ayrı bir önem taşımaktadır.

Otel işletmelerinde, hizmet üretim sürecine tüketicinin katılımı, müşteriler ile çalışanların sürekli etkileşim içinde bulunması gibi özelliklerden, bu tür işletmelerde hizmet kalitesi ve etiğin, birbirini tamamlayan iki önemli unsur olduğunu söylemek yanlış olmaz. Böylece, otel işletmelerine rekabet avantajı sağlayacak iki önemli faktör; hizmet kalitesi ve etik kurallarıdır (Fox, 2000; Payne ve Dimanche, 1996). Her hizmet işletmesinde olduğu gibi, otel işletmelerinde de çalışanlar, müşteri tatminini oluşturmada ve sürdürmede önemli bir rol oynar (Singhapakdi, Rao ve Vitell, 1996). Ayrıca, etik, iç ve dış pazarlara kaliteli bir hizmet sağlamanın önemli bir unsurudur. Çünkü, hizmet işletmelerinde tüketiciler açısından, verilen hizmetin kalitesi kadar etiksel boyutu da önemlidir.

(Payne ve Dimanche, 1996) tarafından yapılan bir araştırmada, otel yöneticilerine etiğin, kârlılık üzerinde pozitif bir etkiye sahip olup olmadığı sorulduğunda, %39'u yüksek etiksel standartlar ile kârlılığın artırılabilirliğini düşündüklerini belirtmişler ve ayrıca, otel yöneticilerinin %80'i çalışanlarına daha fazla etik olabilmeleri için eğitilmeleri gerektiğine inandıklarını söylemişlerdir. Otel işletmelerinin başarılı bir şekilde varlığını sürdürmesinde etik kuralların oluşturulması ve çalışanların bu etik kurallar doğrultusunda davranması önemlidir. Etik kuralların uygulanması ve çalışanlar arasında kabul görebilmesinde, bu kuralların (neyin doğru neyin yanlış olduğunun) yöneticiler tarafından çalışanlara açıklanması ve bizzat yöneticiler tarafından uygulanması gerekmektedir. Dolayısıyla, otel işletmelerinin başarısında hem çalışanların, hem de yöneticilerin etik sorumluluklarını yerine getirmeleri oldukça önemlidir. Sonuçta, faaliyet sahası, ölçeği ne olursa olsun, işletmelerde çeşitli düzeylerde görev alan çalışanların etik davranması gerekir.

KİŞİSEL SATIŞ VE ETİK

Otel işletmelerinde hemen hemen tüm çalışanların hem üretim hem de pazarlama fonksiyonunu yerine getirdikleri dikkate alındığında, tutundurma alt bileşenlerinden olan kişisel satışın otel işletmelerinde önemli ve ayrı bir konuma sahip olduğu görülür.

Kişisel satış; satış yapmak amacıyla bir veya daha fazla potansiyel alıcıyla karşılıklı konuşmak, görüşmek ve sonuca ulaşmaktır (Mucuk, 2001: 175). Çoğu üretim işletmesinde oluşturulan satış gücü tek tek satıcıları ziyaret ederek ürünü satmaya çalışırken; hizmetlerin özelliklerinden birisi olarak müşteri, hizmet üretim ortamına gelmekte ve aynı zamanda, hizmet satışı da gerçekleştirilmektedir. Otel işletmelerinde de işletme dışı satış personeli mevcut iken, ağırlıklı olarak işletme içi personelin kişisel satış fonksiyonunu üstlendiği söylenebilir.

Sonuçta, otel işletmelerinde müşteriyle etkileşim içinde olan herkes hizmet satmaktadır. Bir yandan, hizmet süreci devam ederken, diğer yandan otel çalışanları hizmet satışlarını artırma çabası içindedirler. Bu sebepten, otel işletmelerinde misafirler ile ilgilenen personel (ön büro, yiyecek-içecek ve kat hizmetleri) aynı zamanda kişisel satış elemanı rolünü de üstlenmektedir.

Etik kavramı ile ilgili çok çeşitli tanımlar yapılmıştır. Muncy and Vitell (1992) etiği; bireyin davranışlarına rehberlik eden bir ahlakî kurallar ve standartlar sistemi olarak tanımlamıştır. Başka bir tanımda etik, bireylerin/grupların davranışları iyi, kötü veya doğru, yanlış gibi değerlendirmeler yapmasına imkân veren ilkeler veya standartlar topluluğu olarak ifade edilebilir. Bu tanımlara dayanarak, kişisel satışta etik, kişisel satış rolünü üstlenen bireylerin işletmeye ve tüketicilere karşı davranışlarını düzenleyen kurallar, standartlar toplamı olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle, çalışanların hangi davranışları yapmaları, hangilerini yapmamaları gerektiğini ortaya koyan kurallar dizisidir. Diğer yandan, otel yöneticileri, çalışanlar ve müşterilerden kaynaklanan etiksel konularla karşı karşıya geldiklerini belirtmektedir (Stevens and Fleckenstein, 1999, s.69). Bu açıklamalar, işletmeler açısından etik kuralların önemini bir kez daha ortaya çıkarmaktadır. Bir işletmede etik kuralların olmadığı durumda çalışanların sık sık etiksel ikilemlerle karşı karşıya kalması olasıdır. Bu sebeple, yeni işe başlayan veya mevcut çalışanların bu tür durumları sık yaşamasını engellemek için etik konusunda bilgilendirilmeleri gerekir.

Bu çalışmada, kişisel satışın iki yönü ile ilgili etiksel olmayan uygulamalar incelenmeye

çalışmıştır. Diğer konular araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Bunlar kişisel satış personeli ve müşteri yönü ile kişisel satış personeli ve işletme yönüdür. Çünkü, otel işletmelerinde çalışanların etik olmayan davranışlarının bir kısmı doğrudan işletmeye, bir kısmı doğrudan müşteriye ve bir kısmı da hem müşteriye hem de işletmeye yöneliktir. Örneğin, kat hizmetleri görevlisinin çarşafını değiştirmemesi hem işletmeyi hem de müşteriye etkilemektedir. Çalışan böyle bir davranış ile hem işini yapmadığı halde yapmış gibi göstermekte, hem de temiz bir çarşafta yatmayan müşterinin işletme hakkında olumsuz bir intiba edinmesine yol açmaktadır. Diğer yandan, çalışan tarafından işletme ve tüketici de etik açıdan aldatılmakta, yanıltılmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Konaklama sektöründe etik konusu ile ilgili çalışmaların daha çok otel yöneticilerine yönelik olarak yapıldığı dikkat çekmektedir. Çalışmanın konusunu oluşturan otel çalışanlarına yönelik olarak yapılan çalışmaların sayısı ise oldukça sınırlıdır. Damitio and Schmidgall (1993), konaklama sektöründeki profesyonellerin (klüp yöneticileri, otel yöneticileri ve otel muhasebe denetçileri) çeşitli etiksel durumların kabul edilebilir bir davranış olup olmadığını belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada, örgüt içinde etiksel davranışı yönlendiren bu üç profesyonel grubun etiksel açıdan benzer fikirlere sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Stevens and Fleckenstein (1999) tarafından otel yöneticilerine ve öğrencilere yönelik yapılan karşılaştırmalı çalışmada, çeşitli etik olmayan uygulamalara ilişkin değerlendirmelerde iki grup arasında anlamlı farklılıklar olduğu bulunmuştur. Ayrıca, bu etiksel durumlara ilişkin öğrencilerin algılamalarının yöneticilere göre daha esnek olduğu tespit edilmiştir.

Vallen ve Casado (2000) tarafından büyük ölçekli otellerin genel müdürlerine yönelik yaptıkları çalışmada, yöneticilerin etiksel konulara ilişkin algılamalarını sıralamaları istenmiştir. Bu çalışmanın ilginç sonuçlarından bazıları şunlardır: Genel müdürler şahsi etiksel hususiyetlerinin genelde insanlardan ve özelde diğer otel çalışanlarından daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, cevaplayıcılardan, belirtilen etiksel konuları (sorumluluk, mükemmel hizmet verme, adil olma, dürüst olma, doğru olma, yasalara uyma, liderlik, bağlılık, vaatlerini yerine getirme, başkalarının ihtiyaçlarına önem verme, şan-şöhret, herkese saygı gösterme) iki farklı şekilde sıralamaları istenmiştir. Bunlardan birincisi, bu konuların önemi ve ikincisi ise ne sıklıkta ihlal

edildikleri ile ilgilidir. Genel müdürler, liderlik, sorumluluk, mükemmel hizmet verme ve dürüstlüğü önemli görülen özellikler arasında sıralar iken, çok sık ihlal edilen davranışlarını da sorumluluk, mükemmel hizmet verme ve herkese saygı gösterme olarak belirtmişlerdir.

Yeung (2004) tarafından yapılan çalışmada, konaklama sektöründe çalışanların 39 etiksel konuya atfettikleri önem düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda, çok önemli iki etiksel konu tespit edilmiştir. Bunlar; çalışanlar tarafından firma mallarının çalınması ve cinsel tacizdir.

Upchurch (1998), genellikle konaklama sektörüne yönelik yapılan araştırmalarda yöneticilerin misafir hakları, yetki verme, cinsel taciz, fırsat eşitliği, bölümler arası ilişkiler, toplum ve halkla ilişkiler, birey ve örgütsel değerler arasında dengeyi sağlama gibi etiksel konularla karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir.

Literatürümüzde de turizmde ve özellikle konaklama işletmelerinde yöneticilere ve çalışanlara yönelik etik konusunda yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu bulunmuştur. Bu konudaki çalışmalardan biri, Türker (2000) tarafından turizm-otelcilik ve restorasyon programı öğrencilerinin etik davranışlarının karşılaştırılması amacıyla yapılan çalışmadır. Bu araştırmada, restorasyon bölümü öğrencilerinin, turizm-otelcilik öğrencilerine göre, müşteriler ve rakiplere karşı ve iş güvenliği konusunda daha etik davrandıkları; turizm-otelcilik öğrencilerinin rakiplere karşı etik olmayan davranışlarının rekabet ortamının doğal bir sonucu olarak ifade ettikleri bulunmuştur. Ayrıca, her iki program öğrencilerinin tedarikçilere karşı etik olmayan davranışlarda buldukları, buna karşın; kadınlara karşı ayrımcılık, işgören sağlığı ve çevrenin korunmasına yönelik konularda etik davranışlarda buldukları ortaya çıkmıştır.

Kılınç (2000), iş etiği kapsamında otel yöneticilerinin çalışanlara karşı etik sorumluluklarını turizm işletmeciliği ve otelcilik öğrenimi gören öğrencilerin bakış açılarından değerlendirdiği çalışmasında, otel yöneticilerinin; özel hayatın gizliliğine saygılı olma, güvenli ve sağlıklı koşullar yaratma, çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama ve cinsel tacizden sakınma gibi konularda etiksel sorumluluklarını yerine getirdikleri kabul edilmektedir. Diğer yandan öğrenciler, çalışma hayatına saygı gösterme ve adil ücret ödeme ile ilgili konularda otel yöneticilerinin etiksel sorumluluklarını yerine getirmediklerini belirtmişlerdir.

Yapılan literatür taraması sonucunda, otel işletmelerinde iş etiği ve pazarlama etiği ile ilgili olarak yapılan çalışmaların sayısının çok sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Oysa, otel çalışanlarının etik davranması hizmet kalitesi, dolayısıyla işletmenin başarılı olmasında önemlidir. Ayrıca, otel çalışanlarının yalan söyleme, hırsızlık, sahtekarlık gibi etik olmayan davranışlarda bulunmasının işletmeye de bir takım maliyetleri olabilmektedir. Nitekim Vallen ve Cassado (2000) tarafından büyük ölçekli otellerin genel müdürlerine yönelik yapılan çalışmada, yöneticilerin ve çalışanların etik kuralları ihlallerinin işletmelerine yıllık ortalama maliyetinin 102.000 A.B.D. doları (yaklaşık 130 milyar lira) olduğunu belirtmişlerdir. Bu rakam da dikkate alındığında, konunun önemi çok daha açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Etik kurallarının ihlalinin hizmet kalitesi ve maliyet etkileri boyutları göz önünde bulundurularak, otel işletmelerinde çalışanların etik olmayan uygulamalara ve davranışlara ilişkin kanaatlerini belirlemenin konuyla ilgili taraflara önemli yararlar sağlayacağı düşünüldükçe, böyle bir konu üzerinde çalışmanın manidar olacaktır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, otel çalışanlarının etik olmayan uygulamalara ve davranışlara ilişkin kanaatlerini ortaya koymaya çalışmaktır. Ayrıca, otel çalışanının işletmedeki pozisyonuna ve işletmenin ölçeğine göre etik olmayan uygulamalara ve davranışlara ilişkin kanaatleri arasında farklılık olup olmadığını belirlemek de çalışmanın alt amaçları olarak ifade edilebilir.

Yöneticiler, etiksel öğrenme için önemli kaynaklardan biridir. Çalışanlar, üstlerini izleyerek organizasyonun değerlerini ve standartlarını öğrenirler. Bu sebeple, çalışanlar yöneticilerinin ne yaptıklarına, nasıl yaptıklarına dikkat ederler. Bu yönüyle, yönetici, çalışanlarının rol modelidir. Yönetim davranışlarıyla hangi uygulamaların kabul edilebilir, hangi uygulamaların kabul edilemez olduğunu gösterebilmelidir (Stevens and Brownell, 2000, s.43). Stevens (1999) ve Stevens and Brownell (2000) yaptıkları çalışmalarda, etiksel konular hakkında kimler ile konuştukları şeklinde çalışanlara ve şeflerine yönelttiği sorusunda, çalışanların bu tür konuları şefleriyle veya iş arkadaşlarıyla konuşmaktan ziyade ailesiyle ve arkadaşlarıyla tartışmaya daha fazla zaman harcadıkları tespit edilmiştir. Diğer yandan, şefler, etik konusundaki tartışmaları çalışanlardan ziyade yöneticiler ile yaptıklarını belirtmişlerdir. Şeflerin yönetime daha yakın olması ve çalışanlara model olması sebebiyle çalışmada böyle bir sonuç çıkması doğaldır.

Bu bulgulara dayanarak, araştırmada şu hipotezi test etmek uygun bulunmuştur.

H1: Otel işletmelerinde şefler, çalışanlardan çeşitli etik olmayan davranışlar konusunda daha az esneklerdir.

İşletmenin ölçeği de çalışanların etik davranışlar gösterip göstermeme olasılığını etkilemektedir. Dalton ve Kesner (1988) tarafından yapılan araştırmada, büyük ölçekli işletmelerin etik olmayan davranışlar ile ilgilenme olasılığının küçük ölçekli işletmelere göre daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Murphy, Smith ve Daley (1992) tarafından hizmet işletmesi yöneticilerine yönelik olarak yaptıkları çalışmada, işletme ölçeği ile etiksel davranış arasında ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. 18 etiksel konuyu pazarlama ve faaliyetler olarak gruplandırarak yazarlar, özellikle pazarlama konularında küçük ölçekli işletmelerin, büyük ölçekli işletmelere göre çok daha fazla etik davranma eğiliminde olduklarını bulmuşlardır. Diğer yandan, büyük ölçekli işletmelerin faaliyetler konularında çok daha etik davranma eğiliminde oldukları bulunmuştur.

İşletme ölçeği; satış hasılatı, çalışan sayısı vb. kriterler esas alınarak belirlenebilir. Bu çalışmada, yıldıza göre üç yıldızlı oteller küçük ölçekli ve dört yıldızlı otellerde büyük ölçekli olarak kabul edilmiştir. Bu kabulden hareketle, şu hipotez test edilmiştir.

H2: Küçük ölçekli işletmelerin çalışanları, büyük ölçekli işletmelerin çalışanlarına göre çeşitli etik olmayan davranışlar konusunda daha az esneklerdir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Otel çalışanlarının hizmet sürecinde etik olmayan davranışlarını tespit etmeye yönelik bu araştırmada, anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu oluşturulurken önemli ölçüde, Wong (1998) tarafından geliştirilen çalışanlara yönelik iş etiği ile ilgili ifadelerden yararlanılmıştır (s.115). Ölçekte, kültürel özelliklerimiz dikkate alınarak bazı ifadeler değiştirilmiş ve birkaç yeni ifade de ilave edilmiştir. Çalışanlara yönelik iş etiği ile ilgili ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach α)= 0.94 'dür.

Hazırlanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, etik olmayan davranışlara ilişkin yirmi ifade yer almaktadır. Cevaplayıcıların bu yirmi ifadeyi, beş noktalı ölçeğe göre (5=Kesinlikle doğru olduğuna inanıyorum, 4=Doğru olduğuna inanıyorum, 3= Fikrim yok, 2= Yanlış olduğuna inanıyorum, 1=Kesinlikle yanlış olduğuna inanıyorum) göre değerlendirmeleri istenmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise, cevaplayıcıların

demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorular yer almaktadır.

Araştırmanın ana kütlesi, Nevşehir bölgesindeki tüm üç ve dört yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarıdır. Anket uygulanacak otel işletmeleri Hotel Guide 2002 ve 2003 kitaplarında ve www.hotelguide.com.tr adresinde yer alan otel işletmeleri arasından Nevşehir Merkez, Ürgüp, Ortahisar ve Uçhisar ilçelerindeki faaliyette bulunan altı adet dört yıldızlı otel işletmesi ve üç adet üç yıldızlı otel işletmesi yargısal örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Ancak, bir otel işletmesi anket uygulamasına izin vermediğinden, biri dışında araştırma kapsamında yer alan otel çalışanlarına anket uygulanmıştır. Her bir otele 30 adet olmak üzere toplam 240 adet anket formu bırakılmış ve daha sonra bir kısmı toplanmış, bir kısmı da adrese gönderilmiştir. Sonuçta, 120 adet anket kullanılabilir anket geri dönmüştür. Anketin geri dönüşüm oranı %50'dir.

Araştırma kapsamına sadece Kapadokya bölgesindeki otel işletmeleri dahil edilmiştir. Bu nedenle, araştırmanın sonuçları yalnızca temsil ettiği örnek için geçerli olup, genellenmesi söz

Tablo 1. Cevaplayıcıların Özellikleri İle İlgili Bilgiler

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			İşletmedeki Pozisyonu		
Bay	93	80.2	Çalışan	96	82.0
Bayan	23	19.8	Şef	18	15.4
Toplam	116	100.0	Diğer	3	2.6
			Toplam	117	100.0
Otel İşletmeleri			Bitirdiği Okul		
Üç Yıldızlı	29	24.2	Turizmle İlgili	48	45.3
Dört Yıldızlı	91	75.8	Turizmle İlgili Değil	58	54.7
Toplam	120	100.0	Toplam	106	100.0
Eğitim Durumu			Çalıştıkları Bölüm		
İlköğretim	27	23.5	Kat Hizmetleri	23	20.5
Lise	70	60.9	Ön büro	25	22.3
Önlisans	5	4.3	Yiyecek İçecek	27	24.1
Lisans	8	7.0	Muhasebe	5	4.5
Yüksek Lisans	5	4.3	Personel	4	3.6
Toplam	115	100.0	Mutfak	22	19.6
			Diğer	6	5.4
			Toplam	112	100.0
Yaş					
20'nin altında	13	13.3			
20-27	41	41.8			
28-35	28	28.6			
36 ve üzeri	16	16.3			
Toplam	98	100.0			

konusu değildir. Ayrıca, ankette yer alan ifadeler; ön büro, yiyecek içecek ve kat hizmetleri ile ilgili etik olmayan uygulamalar ve davranışları kapsamaktadır. Dikkat edileceği üzere bu bölümler, tamamen müşterilerle yüz yüze iletişim içinde olan birimlerdir. Bu bölümler dışında otellerde bulunan diğer bölümlerde (satın alma, personel, muhasebe vb.) de etik olmayan uygulamalar söz konusudur. Ancak, çalışmada sadece yukarıda belirtilen üç bölüm esas alınmıştır.

Elde edilen veriler, SPSS programından yararlanılarak değerlendirilmiş ve analiz edilmiştir. Analizlerde aritmetik ortalamalar, t-testinden yararlanılmıştır. Cevaplayıcıların özellikleri ile ilgili bilgiler, Tablo 1'de verilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Araştırmada konu ile ilgili yirmi ifadeye göre otel çalışanlarının etik olmayan uygulamalar ve davranışlar hakkında kanaatlerinin belirlenmeye çalışıldığından söz edilmiştir. Tablo 2'de bu yirmi ifadenin aritmetik ortalaması ve standart sapmasına yer verilmiştir.

Tablo 2. Cevaplayıcıların Etik Olmayan Davranışlarla İlgili Değerlendirmelerinin Ortalaması ve Standart Sapması

İFADELER	N	Ortalama	Std. Sapma
14- Mini bardaki içeceklerden içme ve bunları müşterinin hesabına yazma	120	1,67	1,98
19- Özel telefon görüşmelerini müşteri hesabına aktarma veya iş görüşmesi olarak gösterme	119	1,70	1,23
11- Barda işe başlamadan önce içeceklerden birkaç bardak içme	119	1,83	1,32
6- Müşterinin odasındaki telefonu kullanma	116	1,84	1,27
15- Müşterinin odasında kalan hediye meyvelerden atıştırma	119	1,92	1,25
2- Müşterinin odasındaki radyoyu dinleme	119	1,97	1,32
1- İş yoğunluğundan müşterinin odasındaki çarşafı değiştirmeme ve değiştirmiş gibi davranma	120	1,99	1,36
5- Müşteri tarafından odada unutulmuş dergiyi okumak için eve götürme	117	1,99	1,25
20- Tatil yapmak için doktordan rapor alma	120	1,99	1,37
12- Bir bardağı veya tabağı kırma ve bunun müşterinin dikkatsizliğinden kaynaklandığını söyleme	118	2,00	1,29
9- Müşterinin odasında televizyon izleme	120	2,03	1,39
3- Sadece meraktan, bilgisayardan müşteri ile ilgili bilgilere bakma	119	2,11	1,36
4- Müşterinin oda değişimi isteğini ayarlamak için tip kabul etme	120	2,14	1,36
17- Müşteri odasındaki veya genel alanlardaki müşteri tuvaletini kullanma	118	2,15	1,33
13- Müşterinin verdiği tipi, tip kutusuna atmayı unutmama	120	2,16	1,44
18- Müşteriye para üstünün eksik verildiğini fark etme ve iade için müşterinin geri gelmesini bekleme	120	2,52	1,56
10- Eve giderken akşam büfesinden kalan yemeklerden atıştırma	118	2,61	1,47
7- Personel yemekhanesinde bir porsiyon fazla yemek alma	119	2,79	1,40
16- Ziyarete gelen arkadaşlarına işletmeden kahve veya çay ikram etme	118	2,93	1,45
8- Çalışma arkadaşlarına müşteri ile ilgili bilgiler aktarma	118	2,97	1,60
Genel Ortalama	120	2,17	0,93

Yirmi ifadenin genel ortalaması 2,17'dir. Bu ortalamaya dayanarak, otel çalışanlarının yukarıda belirtilen kat hizmetleri, yiyecek içecek hizmetleri ve ön büro hizmetleri ile ilgili uygulama ve davranışların doğru olmadığına inandıkları söylenebilir. İfadelerin ortalamalarına baktığımızda, 1,67-2,97 arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre, otel çalışanlarının yapılmasını kesinlikle doğru bulmadıkları davranışlar arasında ilk sırada "mini bardaki içecekten içme ve bunları müşterinin hesabına yazma"dır. Bunu "özel telefon görüşmelerini müşteri hesabına aktarma veya iş görüşmesi olarak gösterme" takip etmektedir. Üçüncü sırada ise "barda işe başlamadan önce içeceklerden birkaç bardak içme" gelmektedir.

Yine cevaplayıcıların değerlendirmelerinde ortalamalara dayanarak, "personel yemekhanesinde bir porsiyon fazla yemek alma", "ziyarete gelen arkadaşlarına işletmeden kahve veya çay ikram etme", ve "çalışma arkadaşlarına müşteri ile ilgili bilgiler aktarma" gibi davranışları biraz daha esnek değerlendirdiklerini söylemek mümkündür. Özellikle müşteriler ile ilgili bilgi aktarma, tüketicilerin çok hassas olduğu konulardan biridir. Otel işletmelerinin doğrudan tüketicileri ilgilendiren etik olmayan uygulamalar ve

davranışlar karşısında çok daha dikkatli olması gerekmektedir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmada konu ile ilgili yirmi ifadeye göre otel çalışanlarının etik olmayan uygulamalar ve davranışlar hakkında kanaatlerinin belirlenmeye çalışıldığından söz edilmişti. Tablo 2'de bu yirmi ifadenin aritmetik ortalaması ve standart sapmasına yer verilmiştir.

Analiz sonucunda yirmi ifadenin onbeşinde iki grubun değerlendirmeleri arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Genel olarak çalışanların etik olmayan davranışlar konusunda şeflere göre biraz daha esnek oldukları ortaya çıkmıştır. Burada çalışanlardan üst kademelere doğru ilerledikçe, yöneticilerin işletmede üstlendikleri "etik açıdan model olma" rolü sebebiyle, davranış ve uygulamalarda daha az esnek oldukları görülmektedir. Çalışanlar ile şeflerin etiksel değerlendirmelerinin karşılaştırılması ile elde edilen sonuçlara dayanarak, H1 hipotezinin desteklendiğini söylemek mümkündür.

Tablo 3. Cevaplayıcıların İşletmedeki Pozisyonlarına Göre Etik Olmayan Davranışları Değerlendirmelerine İlişkin t - Testi Sonuçları

	Çalışan		Şef		t Değeri	Anlamlılık Düzeyi
	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma		
S1	2,10	1,41	1,33	1,03	2,733	0,010 ^a
S2	2,04	1,35	1,59	1,18	1,297	0,197
S3	2,19	1,40	1,94	1,21	0,689	0,493
S4	2,24	1,37	1,67	1,28	1,720	0,098 ^c
S5	2,09	1,31	1,50	0,79	2,553	0,015 ^b
S6	2,00	1,36	1,28	0,46	4,058	0,000 ^a
S7	2,94	1,38	2,17	1,47	2,147	0,034 ^b
S8	3,05	1,60	2,44	1,62	1,480	0,142
S9	2,24	1,47	1,22	0,43	5,626	0,000 ^a
S10	2,77	1,46	1,83	1,38	2,500	0,014 ^b
S11	2,01	1,41	1,17	0,51	4,470	0,000 ^a
S12	2,07	1,30	1,50	0,92	2,248	0,032 ^b
S13	2,27	1,46	1,56	1,29	2,107	0,045 ^b
S14	1,77	1,25	1,11	0,47	3,896	0,000 ^a
S15	2,07	1,32	1,28	0,57	4,151	0,000 ^a
S16	2,99	1,43	2,82	1,67	0,429	0,669
S17	2,27	1,39	1,47	0,80	3,338	0,002 ^a
S18	2,61	1,55	2,28	1,71	0,832	0,407
S19	1,82	1,31	1,17	0,51	3,611	0,001 ^a
S20	2,09	1,41	1,39	1,04	2,483	0,000 ^a

a p < .01 b p < .05 c p < .10

Müşterinin odasında çalışanlarının radyo dinlemesi ile ilgili her iki grup benzer değerlendirmeler yapmışlardır. Böyle bir değerlendirme, şeflerin radyo dinlerken çalışanların işlerini aksatmasının söz konusu olmayacağı düşüncelerinden kaynaklanabilir. Ayrıca, sadece meraktan, bilgisayardan müşteri ile ilgili bilgilere bakma konusunda da benzer kanaatlere sahip oldukları analiz sonuçlarına dayanarak söylenebilir. Genel olarak meraklı bir toplum olduğumuzdan, işletme içindeki konumuna bakılmaksızın herkesin bu tür bilgilere bakmaya meraklı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Çalışma arkadaşlarına müşteri ile ilgili bilgiler aktarma konusunda her iki grup benzer kanaatlere sahip olması dikkat çekicidir. Belki de bu ifade her iki grup tarafından kendi aralarında bilgi paylaşımı olarak algılanmış olabilir. Ziyarete gelen arkadaşlarına işletmeden çay veya kahve ikram etme konusunda da her iki grubun benzer değerlendirmeler yaptığı t testi sonuçlarına dayanılarak söylenebilir. Bu konu her iki grubun arkadaşlarının kendilerini ziyarete gelmesi söz konusu olabileceğinden benzer düşüncelere sahip olmaları doğaldır. Müşteriye para üstünün eksik verildiğini fark etme ve iade için müşterinin gelmesini bekleme konusunda da her iki grup benzer kanaat düzeylerine sahiptir. Genel olarak

şeflerin kendilerini de ilgilendiren konularda ve çalışanların işlerini aksatmayacağını düşündükleri uygulamalarda çalışanlar ile benzer düşünce yapısına sahip oldukları bulgulara dayanarak söylenebilir.

Üç yıldızlı otel çalışanları ile dört yıldızlı otel çalışanlarının etiksel değerlendirmelerini karşılaştırmak amacıyla yapılan analizlerin sonucunda, yirmi ifadenin altısında dört yıldızlı otel çalışanlarının ortalamalarının üç yıldızlı otel çalışanlarının ortalamalarından yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu ortalamalara bakarak, dört yıldızlı otel çalışanlarının etik açıdan üç yıldızlı otel çalışanlarına göre biraz daha esnek olduklarını söylemek mümkündür. Bu bulgular esas alındığında, H2 hipotezinin kısmen desteklendiği anlaşılmaktadır. İşletme ölçeğine göre etiksel değerlendirmeler ile ilgili çalışmalarda da bu hipotezin kısmen desteklendiğini görülmektedir. Araştırmanın bulguları bu konu ile yapılan çalışmaların bulguları ile benzerlik göstermektedir. Murphy, Smith ve Daley (1992) tarafından hizmet işletmelerine yönelik yapılan araştırmada, büyük ölçekli işletmeler ile küçük ölçekli işletmeler arasında faaliyetler konularında etiksel değerlendirmelere ilişkin bir farklılık görülmezken, pazarlama ile ilgili etiksel konuları değerlendirmede farklılıklar olduğu bulunmuştur.

Tablo 4. Otel İşletmelerinin Yıldızlarına Göre Etik Olmayan Davranışları Değerlendirmelerine İlişkin t- Testi Sonuçları

	Üç Yıldız		Dört Yıldız		t Değeri	Anlamlılık Düzeyi
	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma		
S1	2,00	1,36	1,99	1,37	0,038	0,970
S2	1,79	1,20	2,03	1,35	-0,867	0,388
S3	1,71	1,12	2,23	1,41	-2,005	0,050 ^a
S4	2,34	1,42	2,08	1,34	0,926	0,356
S5	1,90	1,08	2,02	1,30	-0,470	0,639
S6	1,54	0,96	1,94	1,34	-1,762	0,083 ^b
S7	2,28	1,41	2,96	1,36	-2,313	0,022 ^a
S8	2,86	1,77	3,01	1,56	-0,443	0,665
S9	1,59	0,95	2,18	1,48	-2,516	0,014 ^a
S10	2,34	1,40	2,70	1,50	-1,118	0,266
S11	1,41	0,95	1,97	1,40	-2,409	0,019 ^a
S12	1,93	1,21	2,02	1,32	-0,335	0,738
S13	1,86	1,22	2,25	1,50	-1,419	0,161
S14	1,59	1,09	1,69	1,22	-0,419	0,676
S15	1,76	0,99	1,97	1,32	-0,781	0,437
S16	2,71	1,38	3,00	1,48	-0,907	0,366
S17	2,04	1,07	2,19	1,41	-0,530	0,597
S18	1,97	1,27	2,69	1,60	-2,513	0,015 ^a
S19	1,55	1,02	1,74	1,29	-0,735	0,464
S20	1,93	1,28	2,01	1,40	-0,273	0,785

a p< .05

b p< .10

SONUÇ

Etik olmayan davranışlar ve uygulamalar, tüketiciler açısından memnuniyetsizliğe yol açarken, işletmeler açısından da maliyetleri artırmaktadır. Her iki durumun da işletmenin kârlılığını olumsuz yönde etkilediği göz önünde bulundurulursa, özellikle emek yoğun bir özellik taşıyan otel işletmelerinde etik ve etik kurallarının ne denli önemli olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır.

Etik olmayan uygulamalara ve davranışlara ilişkin beklentilerin ve değerlendirmelerin kültürlere göre farklılık gösterdiği düşünüldüğünde, kendi kültürümüzde hatta alt kültürlerimizdeki farklılıkları tespit etmek oldukça önemlidir.

Bu çalışmada kat hizmetleri, yiyecek içecek ve ön büro hizmetleri ile ilgili etik olmayan uygulamalar ve davranışlara yer verilmiştir. Bu hizmetler ile ilgili çalışanların etik olmayan uygulamalar ve davranışlar konusundaki kanaatleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Cevaplayıcılar, “mini bardaki içecekten içme ve bunları müşterinin hesabına

yazma”, “özel telefon görüşmelerini müşteri hesabına aktarma veya iş görüşmesi olarak gösterme” ve “müşterinin odasındaki telefonu kullanma” gibi davranışların kesinlikle doğru olmadığına inanırlar iken, “müşteriye para üstünün eksik verildiğini fark etme ve iade için müşterinin geri gelmesini bekleme”, “çalışma arkadaşlarına müşteri ile ilgili bilgiler aktarma”, “personel yemekhanesinde bir porsiyon fazla yemek alma” ve “ziyarete gelen arkadaşlarına işletmeden kahve veya çay ikram etme” gibi davranışları biraz daha esnek değerlendirilmişlerdir.

Otel işletmelerinde çalışanların buldukları pozisyona göre etik olmayan uygulamalar ve davranışlara ilişkin kanaatlerinin farklı olup olmadığını belirlemek çalışmanın amaçlarından biridir. Bu amaçla yapılan analizler sonucunda, etik olmayan uygulamalara ilişkin yirmi ifadenin on beşinde çalışanların değerlendirmelerinin şeffaflıkta değerlendirilmelerine göre biraz daha esnek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuca dayanarak, çalışanlara örnek olması gereken yöneticilerin üstlendikleri etiksel açıdan rehberlik rolünde başarılı olduklarını söylemek mümkündür. Ayrıca, yine bu rolün gereği

olarak çalışanlara etik konusunda eğitime ve bilgilendirme görevlerini de yerine getirmesi gerekmektedir.

Çalışmanın amaçlarından biri de, yıldızlarına göre otel işletmelerinde çalışanların etik olmayan uygulamalara ilişkin kanaatleri arasında fark olup olmadığını tespit etmek idi. Yapılan analiz sonucunda yirmi ifadenin altısında her iki grubun farklı kanaatlara sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bu altı ifade de dört yıldızlı otel çalışanlarının üç yıldızlı otel çalışanlarına göre biraz daha esnek oldukları ortaya çıkmıştır. Bu konuda literatür kısmında değinildiği üzere, ölçeğine göre işletmelerin etik değerlendirmelerinin farklı olduğu ileri sürülmüştü. Bu çalışmada, bu hipotezin kısmen desteklendiğini söylemek mümkündür. İşletmenin ölçeği büyüdükçe, çalışanların etik uygulamalar konusunda biraz daha esnek olması, örgüt içindeki iletişimin yetersizliğinden veya bu konuda açık, anlaşılır kuralların olmamasından kaynaklanabilir. Ülkemizde birçok sektörde olduğu gibi konaklama sektöründe de yazılı veya sözlü etik kuralların bulunmaması veya etkin bir şekilde çalışanlara iletilmemesi, bu konuyla ilgili faktörler arasında sayılabilir.

Bu çalışma, sadece Kapadokya bölgesindeki üç ve dört yıldızlı otel çalışanlarının değerlendirmelerini yansıtmaktadır. Böyle bir çalışma, diğer turizm bölgelerimizde de uygulanabilir. Yine konunun önemli bir yönü üst yönetim ile ilgilidir. Etik konusunda yapılan çeşitli çalışmalarda, çalışanların etik davranışlarda bulunup bulunmamasında etkili olan faktörlerden biri, üst yönetimin tavrı ve davranışlarıdır. Bir yerde çalışanların etik olmayan davranışları tasvip edip etmemesinde üst yönetimi örnek aldığı söylenebilir. Bu noktadan hareketle, otel yöneticilerine yönelik çalışmalar yapılarak yöneticilerin bu tür etik olmayan uygulamalara bakış açısı öğrenilmeye çalışılabilir. Ayrıca konunun, çalışanlar ve müşteriler olmak üzere iki yönlü olduğundan daha önceden bahsedilmişti. Bu çalışmada, çalışanlar yönü incelenmiştir. Ayrıca, otel müşterilerine yönelik araştırma yapılabilir. Acaba müşteriler, otel çalışanlarınca yapılan etik olmayan uygulama ve davranışları nasıl algılamaktadırlar? Bu sorunun cevaplanması otel yönetimi tarafından çalışanların etik konusunda eğitilmelerinde ve etik kodlarının oluşturulmasında ve uygulanmasında rehber niteliği taşıyabilir.

KAYNAKÇA

DALTON, D. R. And KESNER I. F. (1988), "On the Dynamics of Corporate Size and Illegal Activity: An Empirical Assessment", Journal of Business Ethics, 7, ss.861-870.

DAMÍTIO, J. W. and SCHMIDGALL, R. S. (1993), "Hospitality Professionals' Responses to Ethical Situations", Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly; August, 34, 4, ss.40-43.

FOX, J., (2000). "Approaching Managerial Ethical Standards in Croatia's Hotel Industry", International Journal of Contemporary Hospitality Management, 12, 1, ss.70-74.

KILINÇ, İ. (2000). "İş Etiği Kapsamında Otel Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Etik Sorumluluklarının İzmir'de Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Öğrenimi Gören Öğrencilerin Bakış Açılarını Değerlendirilmesi", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, (3), <http://www.sbe.deu.edu.tr/Yayinlar/dergi/dergi06/kilinc.html>: Erişim Tarihi: 14 Şubat 2005.

MUCUK, İ., (2001). *Pazarlama İlkeleri*, 13.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

MURPHY, P. R., SMITH, J. E. and DALEY, J. M. (1992), "Executive Attitudes, Organizational Size and Ethical Issues: Perspectives on a Service Industry", Journal of Business Ethics, 11, ss.11-19.

MUNCY, J.A. and VITELL, S.J. (1992). "Consumer Ethics: An Investigation of the Ethical Beliefs of the Final Consumer", Journal of Business Research, 24, ss.297-311.

PAYNE, D. and DIMANCHE, F. (1996), "Towards a Code of Conduct for the Tourism Industry", Journal of Business Ethics, 15, ss.997-1007.

RAO, C. P., and SINGHAPAKDI, A. (1997), "Marketing Ethics: A Comparison Between Services and Other Marketing Professionals", The Journal of Services Marketing, 11, 6, ss.409-418.

SINGAPAKDI A., RAO, C. P. and VITELL, S. C. (1996), "Ethical Decision Making: An Investigation of Services Marketing Professionals", Journal of Business Ethics, 15, ss.635-644.

STEVENS, B. (1999), "Communicating Ethical Values: A Study of Employee Perceptions", Journal of Business Ethics, 20, ss.113-120.

STEVENS, B. and FLECKENSTEIN, A. (1999), "Comparative Ethics: How Students and Human-Resources Directors React to Real-life Situations", Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly; April, 40, 2, ss.69-75.

STEVENS B. and BROWNELL, J. (2000), "Ethics: Communicating Standards and Influencing

Behavior”, Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly, April, 41, 2, ss.39-43.

TÜRKER, N. (2000). “Turizm-Otelcilik ve Restorasyon Programı Öğrencilerinin Etik Davranışlarının Karşılaştırılması”. Turizmde Seçme Makaleler, 33, ss.1-19.

UPCHURCH, R. S. (1998), “Ethics in the Hospitality Industry: An Applied Model”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 10, 6, ss.227-233.

VALLEN, G. and CASADO M. (2000), “Ethical Principles for the Hospitality Curriculum”, Cornell Hotel and Restaurant Administrations Quarterly, April, ss.44-51.

WONG S. C. K. (1998). “Staff Job-Related Ethics of Hotel Employees in Hong Kong”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 10, 3, ss.107-115.

YEUNG, S. (2004), “Hospitality Ethics Curriculum: An Industry Perspective”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 16, 4, ss.253-262.