
TURİZMDE GELİŞME VE ETİK SORUNLARI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Araş. Gör. Alper ASLAN
Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
alper.aslan@deu.edu.tr

Doç. Dr. Metin KOZAK
Muğla Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
M.Kozak@superonline.com

ÖZET

Turizm endüstrisinin daha etik bir platforma taşınması gerektiği belirtilmektedir. Gelecekte bu sektörde aktif bir şekilde görev alacak günümüzün turizm bölümü öğrencilerinin çalışma yaşamlarında karşılaşılabilecekleri durumlara ilişkin etik değerlendirmelerini belirlemeye amaçlayan bu araştırma, öğrencilerin karşılaşılabilecekleri durumları dört senaryo altında incelemektedir: turizm-doğal çevre ilişkisi, turizm sosyo-kültürel çevre ilişkisi, turizm pazarlaması ve turizm endüstrisinde çalışan ilişkileri ile ilgilidir. Turizm öğrencileri ile diğer bölüm öğrencilerinin ilgili senaryoları değerlendirme farkını ortaya koymak için, turizm eğitimi gören ve görmeyen öğrencilerden 420 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir. İki öğrenci grubunun karşılaştırılması sonucunda, tek fark turizmin sosyo-kültürel değerlerini konu edinen senaryoda ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

There is a consensus that the tourism industry should be carried to a more ethical platform. In this direction, this study aimed to determine the ethical judgments of students registered with the department of tourism at a public university, who are potential employees of the tourism industry, about the situations they may encounter with. The situations that students might face were

investigated under four scenarios: the relation of tourism with the natural environment; with the socio-cultural environment; tourism marketing, and the employee relationships in the tourism industry. 420 usable questionnaires were obtained from students both registered in a tourism department and other several departments to explore if any differences exist between these two groups. The only difference was emerged for the scenario of the relationship between tourism and socio-cultural environment. The study also provides both theoretical and practical implications.

GİRİŞ

2004 yılında, uluslararası turizm hareketlerine katılan 763 milyon kişi ziyaret ettikleri ülkelerde en az bir geceleme yapmışlardır. Bu sayının, 2020 yılında 1,5 milyarı geçeceği tahmin edilmektedir (WTO, 2005). Turizm, kitlesel nitelik kazanması ile bazı olumsuz çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerini de beraberinde getirmektedir (Wheeler, 2003; Sharpley, 2002; Pforr, 2001; Mowforth ve Munt, 1998). Bu gibi etkiler özellikle gelişmekte olan ülkelerde kolayca görülebilmektedir (Mason, 2004:27-28). Turizm hareketlerinin belirli yerlerde yoğunlaşması olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel yıkımlara neden olabilmektedir (Coccosis, 1996). Yapılan bazı araştırmalarda, turizmin uluslararası güçlü kuruluşlardan (tur operatörleri, zincir oteller vb.) bağımsız bir

ekonomik gelişmeyi sağlayamadığı da dile getirilmektedir (Hitchcock, 1997). Turizmden elde edilen gelirin büyük bir bölümünün yurt dışına sızdığı, kalanının ise adaletli bir şekilde paylaşılmadığı (Liu, 2003), yerel halkın ise sadece maddi olarak değil, aynı zamanda kültür ve kaynak bakımından da yoksullaştıkları yönünde önemli ipuçları bulunmaktadır (Cleverdon ve Kalisch, 2000).

Tüm bu olumsuzluklardan dolayı, Dünya genelinde, ekonomik amaçlar için turizm gelişmesinin özendirilmesi kuşkuyla karşılanmaya ve sorgulanmaya başlanmıştır. Turizmin çevre ile daha uyumlu olması, yerel halkın sosyo-kültürel değerlerine saygı duyması, elde edilen gelirlerin yerel halk tarafından paylaşılması için, yeni çözüm yolları aranmakta (Gunn ve Var, 2002: 97), çeşitli platformlarda daha sürdürülebilir turizm şekilleri alternatif olarak ortaya sürülmektedir. Sürdürülebilir bir turizm gelişmesi doğal çevre ile uyumlu, yerel halkın sosyo-kültürel değerlerine önem veren ve turizm gelirlerinin yerel halk tarafından da adaletli bir şekilde paylaşılmasını amaçlamaktadır (Mowforth ve Munt, 1998). Sürdürülebilir turizmin sağlanmasında turizmdeki tüm tarafların (Turistler, karar alıcılar, turizm işletmeleri, turizm çalışanları, yerel halk) birtakım etik sorumlulukları bulunmaktadır (Fennell ve Przeclawski, 2003).

Bu gelişmeler yönünde, turizm araştırmacılarının etik ve turizmi birbirleri ile bağdaştırmaya başladıkları görülmektedir (Fennell, 2000). Bunun sonucunda da son yıllarda özellikle kitle turizmin üçüncü dünya ülkelerindeki etiği konusundaki çalışmalarda (Singh vd., 2003; D'sa, 1999; Fennell, 1999; Lea, 1993) bir artış gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, alan yazında yapılan diğer bazı çalışmalar şunlardır. Örneğin: Wheeler (1995), turizm pazarlamasında etik; Walle, (1995) ve Yaman, (2003) turizm eğitiminde etik; Malloy ve Fennell, (1998) turizmde etik ilkeleri; Holden, (2005) turizmde çevresel etik; Fennell, (2000), Fennell ve Przeclawski, (2003) turizm etik modellerini; Ross, (2004a, 2004b), turizm öğrencilerinin etik değerlerini incelemişlerdir.

Bu derece önemli olan bir endüstri için, gelecekte turizm politikalarına yön verecek, turizm eğitimi alan gençlerinin, mesleki yaşamlarında karşılaşılabilecekleri etik konulara yaklaşımlarının belirlenmesini amaçlayan araştırmanın ilk kısmında genel anlamıyla etik ve etik teorilerinden bahsedilmiş, daha sonra da turizm endüstrisinde etik, turizm işletmeleri

açısından değerlendirilmiştir. Araştırmanın son kısmında ise, turizm işletmelerinin etik konusunda karşılaşılabilecekleri konular dört senaryo altında ele alınmıştır. İki grup öğrencinin etik algılamaları arasında herhangi bir fark olup olmadığının belirlenmesi için anket, turizm eğitimi alan ve almayan öğrencilere ayrı ayrı uygulanmıştır.

ETİK KAVRAMI

Bir görüşe göre etik, doğru ve yanlışın ahlaki ilkeler ve değerler doğrultusunda düşünülmesidir (Angelo ve Vladamir, 1991). Diğer bir görüşe göre de etik; doğru ve yanlışın, iyi ve kötünün, erdem ve erdemsizliğin sistematik olarak incelendiği bir disiplindir (Brinkmann, 2002:159). Etik kavramı; iyi ile kötünün, doğru ile yanlışın arasında fark olduğunu, bu farklılıkları ayırt ederek, elimizden gelenin en iyisini ve her zaman doğru olanı yapmamız gerektiğini ifade eder (Barnett ve Cameron). Etik yazınında, “deontoloji” ve “teleoloji” olmak üzere, iki ekole odaklanma eğilimi görülmektedir. Buna karşın, davranışlarımızın etik değerlendirilmesinin tam olarak anlaşılabilmesi için, diğer ekoller de bilmek gerektiği düşüncesinden, etik ile ilgili beş ekol aşağıda kısaca açıklanmaktadır (Fennell ve Malloy, 1999: 929–932).

Deontoloji

Deontolojiye göre, insanların yapmak zorunda oldukları bazı görevleri olmalıdır (Reidenbach ve Robin, 1990). Deontolojik değerlendirme, bir eylemin kendi içindeki etiğine bakar. Karşıt teori olan teleoloji gibi, eylemin sonucuna bakmaz (Cole vd., 2000). Deontolojide, eylemin ortaya çıkardığı sonuç ikinci planda olup (Malloy ve Fennell, 1998), eylemin kendisinin doğru olup olmadığı önemlidir. Deontolojiye göre, borçlarımızı ödememiz, çocuklarımıza bakmamız, gerçekleri yansıtmamız bizim görevlerimizdir. Çünkü bunlar, yapılması doğru olan uygulamalar arasında yer alır (Reidenbach ve Robin, 1990:651). Bu nedenle, etik olan bir eylem, farklı kültürler için de etik olacaktır. Örneğin; Belize’de ekoturizm ile ilgilenen bir tur operatörü için etik olan bir davranış, aynı şekilde Meksika’da kitle turizmi ile uğraşan başka bir tur operatörü için de etik olacaktır (Fennell ve Malloy, 1999:930).

Adalet Teorisi

Aristoteles, eşit olanların eşit şekilde, eşit olmayanların da eşit olmayan bir şekilde ele

alınması gerektiğini vurgulayan temel adalet ilkesini geliştirmiştir. Bu temel adalet ilkesi, eşitliğin nasıl belirleneceğini açıklamamıştır. Bununla birlikte, filozoflar, insanların ya da performanslarının eşit olmadıkları zaman, adalet dağıtımında kişinin gereksinimi, kişisel çabası, toplumsal çabası gibi bazı ilkelere başvurulması gerektiğini belirtirler. Bu ilkelere eklemeler yapılabileceği de belirtilmektedir (Reidenbach ve Robin, 1990:650). Bu bağlamda, adalet dağıtımının kişisel çabası ile ilgili ilke göz önüne alındığında; hassas bir dengeye sahip bir turizm bölgesinin turizme açılması, yerel topluma katkı sağlayan bir tur operatörü tarafından gerçekleştirildiğinde “etik”, yerel topluma katkı sağlamayan bir tur operatörü tarafından gerçekleştirildiğinde ise “etik değildir” şeklinde değerlendirilebilecektir. Adalet teorisi, deontolojik düşünceyle bağdaşmakla birlikte, genel anlamda kuralcıdır (Fennel ve Malloy, 1999:930).

Görecelik (Rölativizm)

Göreceliğin temel noktası, tüm normatif düşüncelerin bireyin ya da kültürün bir işlevi olduğu ile ilgilidir. Bu nedenle, herkes için geçerli olabilecek hiç bir evrensel etik kuralı yoktur (Reidenbach ve Robin, 1990:651). Bir yerde doğru olan bir şey, başka bir yerde yanlış olabilir. Çünkü bir eylemin doğru olup olmadığı ile ilgili tek etik standart eylemin görüldüğü topluluğun ahlak sistemidir (Shaw, 2001). Göreceliğe göre, Belize’deki tur operatörü için etik olan bir davranış, başka bir ülkedeki tur operatörü hatta Belize’deki diğer tur operatörleri için etik olmayabilir.

Teleolojik Teoriler: Hazcılık ve Faydacılık

Teleolojik teoriler; bir eylemin etik olup olmadığını, eylemin sonucuna göre değerlendirirler. Modern felsefede, genellikle tartışılan iki teleolojik teori, “eylemlerin sonuçlarının sadece bireyler üzerindeki mi, yoksa toplum üzerindeki sonuçları mı değerlendirilmelidir?” sorusuyla açıklanabilir. Bu soruya “birey” yanıtını veren etik teori hazcılıktır. Soruyu, “toplum” şeklinde yanıtlayan teori ise faydacılıktır (Reidenbach ve Robin, 1990:652). Deontolojinin karşıtı olan teleoloji, eylemlerin sonuçlarıyla ilgilenir. Eylemin sonucunda, bireyler ya da toplumlar fayda sağlıyorsa, eylem etikdir. Eylemin nasıl gerçekleştirildiği, ikinci plandadır (Fennel ve Malloy, 1999). Bu bağlamda, av turizmine katılan turistlerin hazcı olduklarını söylemek mümkündür. Çünkü bu turistler için avlanmak,

hayvanların öldürülmesine karşı, kendilerine haz vermektedir. Faydacı turistler ise, kültürel ya da ekoturizmi diğer turizm türlerine göre daha fazla tercih edeceklerdir (Fennel ve Malloy, 1999).

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE ETİK

Turizm disiplinler arası bir konu olarak, birçok toplum ve doğa bilimi ile yakın bir ilişki içindedir. Turizmde, birçok konu ve sorun etik uygulamalar ile ilgilidir (Payne ve Dimanche, 1996). Turizm endüstrisinde farklı çıkarlar peşinde koşan birçok taraf bulunmaktadır. Turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel boyutları birçok karmaşık etkiye neden olabilmektedir. Tüm bu özel durumlar, turizmin etik olarak incelenmesini gerekli kılmaktadır (Fennel ve Przeclawski, 2003).

Bu derece hassas dengelere sahip turizm endüstrisine, küresel bir yaklaşımla yön verecek ve işleyişini sağlayacak olan *Küresel Etik İlkelerinin* (Global Code of Ethics) ilk adımları Türkiye’de atılmıştır. 1997 yılında, İstanbul’da yapılan Dünya Turizm Örgütü genel kurulunda, etik ilkelerin hazırlanması için bir komite oluşturulmuştur. 1998 yılında, turizm etik ilkeleri hazırlanmış ve 24 Eylül – 1 Ekim 1999 tarihlerinde Şili’nin Santiago şehrinde yapılan toplantıda küresel etik ilkeleri onaylanmıştır (Ülger, 2004:85). Toplam on maddeden oluşan “Küresel Turizm Etik İlkeler”i kısaca şu konulara değinmiştir (Global Code of Ethics for Tourism. www.world-tourism.org/code-ethics/eng.html. Erişim: 25.09.2004).

Birinci maddede, turizmin insanlar ve toplumlar arasındaki karşılıklı anlayışa olan katkısı; *ikinci maddede* turizmin bireysel ve kolektif bir tatmin aracı olmasının önemi; *üçüncü maddede*, turizmde sürdürülebilirliğin önemi; *dördüncü maddede*, turizmin kültürel mirası koruması gerektiği; *beşinci maddede*, turizmin yerel toplumlara ekonomik, sosyo-kültürel faydalar sağlaması gerektiği; *altıncı maddede*, yatırımcıların/işletmelerin turizm gelişmesi ile ilgili yükümlülükleri; *yedinci maddede*, herkesin turizm etkinliklerine katılma hakkı; *sekizinci maddede*, turistik hareket özgürlüğü; *dokuzuncu maddede*, turizm çalışanları ve girişimcilerin hakları üzerinde durulmuştur. *Onuncu maddede* ise, bu belirtilen dokuz maddenin uygulanması gerektiği belirtilmiştir.

Küresel turizm etik ilkelerinin, *onuncu* maddesi, belirtilen dokuz maddenin uygulanması ile ilgilidir. Bu maddelerden, *yedinci* ve *sekizinci* maddeler daha çok turist - devlet ilişkileri ile ilgilidir. Geriye kalan yedi madde ise, ana hatlarıyla turizm endüstrisinin/işletmelerinin dört unsur ile olan ilişkisini şekillendirmeye çalışmaktadır. Bunlar, turizm işletmeleri – doğal çevre ilişkisi, turizm işletmeleri – yerel toplum/kültür ilişkisi, turizm işletmeleri – turist ilişkisi (turizm pazarlaması) ve turizm işletmeleri – turizm endüstrisinde çalışanlar ilişkisidir. Turizm endüstrisinin/işletmelerinin bu dört konuya etik yaklaşımları gerektiği daha önceden, Payne ve Dimance (1996) tarafından da kaleme alınmıştır.

Turizm endüstrisinde; *doğal çevreye, sosyo-kültürel çevreye, turistlere ve çalışanlara* etik olarak yaklaşılmalıdır (Payne ve Dimanche, 1996). Aslında, turizm endüstrisinin bu dört unsur ile olan ilişkisinin, turizmin gelişmesi ve ekonomik katkılar sağlaması ile bağlantılı olduğu da söylenebilir. Bu dört unsura yönelik davranışlar etik olmadığına, turizmin sürdürülebilirliğinden ve ekonomik faydasından söz edilemeyecektir. Bu bağlamda da, çalışmanın başında belirtilen, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik olarak kitle turizmden tam olarak faydalanamamalarının nedeni de kitle turizminin bu dört temel unsur ile olan zayıf ilişkisi gösterilebilir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Yukarıda sözü edilen dört ilişki üzerine kurulan bu araştırmada, Reidenbach ve Robin (1988, 1990) tarafından geliştirilen ve Fennel ve Malloy (1999) tarafından turizm işletmelerine uyarlanan “Çok Boyutlu Etik Ölçeği”nden (Multidimensional Ethics Scale) yararlanılmıştır. Fennel ve Malloy (1990)’un turizm işletmeleri için uyarladıkları ölçekte üç senaryo bulunmaktadır. Bu senaryolardan birincisi, turizm işletmeleri ile turist ilişkilerinin (turizm pazarlaması); ikincisi, turizm işletmeleri ile yerel toplum ilişkilerinin, (sosyo-kültürel ilişkiler); üçüncü ise, turizm işletmeleri ile doğal çevre ilişkilerinin etik boyutlarını değerlendirmeye yöneliktir. Bu çalışmada, araştırmacılar söz konusu üç senaryodan turizm işletmelerinin doğal çevre ve sosyo-kültürel ilişkilerini değerlendirmeye yönelik olanlarını olduğu gibi kullanırken, turizm işletmeleri ile turist ilişkilerini değerlendiren senaryoda ise küçük çaplı değişiklik yapmışlardır. Ayrıca araştırmacılar, kişisel gözlemler ve daha önceki

yıllarda yapılan araştırma sonuçları ışığında, turizm endüstrisinin bir sorunu haline gelen, turizm işletmeleri ile turizm endüstrisinde çalışanlar arasındaki ilişkilerinin değerlendirilmesi amacıyla dördüncü bir senaryo oluşturmuşlardır. Küçük bir öğrenci grubu üzerinde test edildikten sonra senaryolara son hali verilmiştir. Her bir senaryoda yer alan ve etik açısından değerlendirilmesi istenen davranışlar aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

SENARYO I

Uluslararası bir tatil merkezi geliştirme firması, daha önce yüksek ölçüde/oranda turistik gelişmeyle karşılaşmamış az gelişmiş küçük bir ada ülkesinde, büyük bir tatil bölgesi oluşturmuştur. Turizm bölgesinin gelişimdeki şartlardan birisi; tatil bölgesinin, adanın diğer yerlerinde yaşayan ve çalışan yerli halkın yaşam tarzlarına olumsuz bir etkide bulunmasına ve adanın beklenen şekilde hızla gelişmesine izin vermemektir. Başlangıçtaki kontrollere karşın, özellikle incik boncuk ve hatıra eşyalarının satıldığı yerel pazarlarda olmak üzere, adanın tümünde, turistler ile yerel halk arasında büyük oranda temas söz konusudur. Tatil bölgesinin yöneticisi, durumun farkında olmasına karşın, hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğuran bu gidişi (turistler ile yerel halk arasındaki artan temas) yavaşlatmak için hiçbir şey yapmamıştır. Bu durumda yöneticinin davranışı tartışmaya açılmıştır.

SENARYO II

Kendi topraklarında, olağanüstü güzellikteki koruma altındaki dağlık alanını işleten bir toplumsal kuruluşun, dağlık alanı korumak ve alana kabul edilebilir ölçüde ziyaretçi gelişine izin vermek gibi iki görevi söz konusudur. Son yıllarda, topluluk alanlarına olan ziyaretçilerin artışı görmektedirler. Koruma altındaki dağlık alana ulaşımdaki ana sorunlardan birisi, yolun uzun, engebeli ve toprak kaplama olmasıdır. Bunun için de, kuruluş alana daha iyi ulaşım sağlamak için alana giden yola kaldırım döşemeyi planlamakta ve gelecek yıllar için bu hassas ekosistemdeki turizm faaliyetlerinin büyük oranda artmasını beklemektedir. Şu anda bile alanın çok fazla kalabalık olduğuna dair endişesinin olmasına karşın kuruluş, artan turizm ile sağlanacak ekonomik yararın; patikalar, araç-gereçler, çalışanlar ve turistler için tüm şartların kalitesinin yükseltilmesi konusunda daha fazla para sağlayacağını inanmaktadır. Kuruluş, planını (kaldırım döşeyerek, ziyaretçi sayısını arttırmak

ve daha fazla para kazanmak) uygulama kararı almıştır. Bu durumda; kuruluşun davranışı tartışmaya açılmıştır.

SENARYO III

“A” otel işletmesi, 2005 sezonu hazırlıkları kapsamında yeni bir ekip kurmayı planlamaktadır. Temel öncelik, departman yöneticilerini ve personelini yeniden gözden geçirmektir. Bu amaçla, her bir departman için gazeteye ilan verilmiştir. Önbüro Departmanı için toplam 15 aday başvuruda bulunmuştur. Bunların içerisinde değişik otel işletmelerinde deneyim sahibi adaylar bulunmaktadır. En göze çarpan iki adaydan birisi (X), başka bir şehirden başvuruda bulunmuş olup, mesleğinde yükselmek için oldukça isteklidir. Diğeri de (Y), yine otelcilik deneyimine sahip olup, işinde başarılıdır ve yükselme eğilimindedir. Karar verme aşamasında, başka bir otel işletmesinde yönetici olan Z araya girerek yakın akrabası olan Y'nin işe alınmasını ister. Ön büro Müdürü, kararını Y'den yana verir. Otelin genel müdürü, durumun farkında olmasına karşın, sessiz kalmayı tercih etmiştir. Bu durumda; yöneticinin davranışı tartışmaya açılmıştır.

SENARYO IV

X öğrencisi yaz dönemini değerlendirme amacıyla Y bölgesinde faaliyet gösteren Z işletmesine başvurmuş; yapılan değerlendirmeler sonucunda X öğrencisi işe kabul edilmiştir. X öğrencisinin görevi, yoldan geçen müşterilere yaklaşarak onları işletmeye çekmek ve bu şekilde satış gelirlerini arttırmaya katkıda bulunmaktır. X öğrencisi, ilk 2-3 hafta içinde fazla bir performans gösterememiş ve işletmeye fazla müşteri çekememiştir. Bunu gören işletme sahibi, bu kişiyi teşvik etmek amacıyla bir öneride bulunmuştur. Buna göre, yoldan çağırdığı

müşterilerin işletmede alışveriş yapmaları durumunda kendisine satış üzerinden %10 komisyon verilecektir. X öğrencisi, bu fırsattan yararlanabilmek için yoldan geçen her müşteriyi ikna etme konusunda çaba harcayarak ve abartılı bilgi vererek aylık kazancını arttırmakla birlikte, diğer yandan da bu durumdan rahatsız olan müşterilerden gelen şikâyetler giderek artmaktadır. İşletme sahibi, durumun farkında olmasına karşın, uygulamayı iptal etmek için hiçbir şey yapmamıştır. Bu durumda; işletme sahibinin davranışı tartışmaya açılmıştır.

Öğrencilerden, her bir senaryonun altında belirtilen davranışı, Tablo 1'de yer alan yedi ölçek doğrultusunda değerlendirmeleri istenmiştir. Fennel ve Malloy (1999)'un çalışmalarında, her senaryonun altında, sekiz ölçek yer almaktadır. Bu çalışmada, sekiz ölçekten altısı olduğu gibi kullanılmıştır. Bu ölçek maddelerinden, “dürüştür – dürüst değildir” ve “adildir – adil değildir” ölçekleri adalet teorisini ifade etmektedir (Reidenbach ve Robin, 1990: 645). Ahlaki olarak “doğrudur – ahlaki olarak doğru değildir” ölçeği ise deontolojik teoriyi ifade etmektedir (Reidenbach ve Robin, 1990: 645). “Geleneksel olarak kabul edilebilir – geleneksel olarak kabul edilemez” ile “kültürel olarak kabul edilebilir – kültürel olarak kabul edilemez” ise görecelik teorisini ifade etmektedir (s. 646). Reidenbach ve Robin, 1990'in deontolojik teorisini ifade eden orijinal iki ölçeği, Türkçe'ye çevrilmelerinde anlam karmaşasına yol açtıklarından dolayı, araştırmacılar bu iki ölçeği kullanmamışlardır. Bu iki ölçeğin yerine, “başka bir ülkede kabul edilebilir – başka bir ülkede kabul edilemez” ölçeğinin kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Araştırmacılar tarafından konulan ölçeğin, görecelik teorisine ait olduğu açıktır. Özetle her bir senaryonun altındaki yedi ölçekten ikisi adalet teorisi, biri deontolojik teori, dördü ise görecelik teorisi ile ilgilidir.

Tablo 1. Kullanılan Ölçek

Dürüştür	1 2 3 4 5 6 7	Dürüst değildir
Adildir	1 2 3 4 5 6 7	Adil değildir
Ahlaki olarak doğrudur	1 2 3 4 5 6 7	Ahlaki olarak doğru değildir
Ailem tarafından kabul edilebilir	1 2 3 4 5 6 7	Ailem tarafından kabul edilemez
Geleneksel olarak kabul edilebilir	1 2 3 4 5 6 7	Geleneksel olarak kabul edilemez
Kültürel olarak kabul edilebilir	1 2 3 4 5 6 7	Kültürel olarak kabul edilemez
Başka bir ülkede kabul edilebilir	1 2 3 4 5 6 7	Başka bir ülkede kabul edilemez

Turizm işletmelerinin turistler (turizm pazarlaması), yerel toplum (sosyo-kültürel ilişkiler), doğal çevre ve çalışanlar ile olan ilişkilerinin turizm eğitimi alan öğrenciler tarafından etik olarak nasıl değerlendirildiklerinin belirlenmesi için, yukarıda belirtilen araştırmalardan yararlanarak oluşturulan anket, Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilerin yanı sıra Sosyoloji, Eğitim Bilimleri ve İşletme gibi diğer bazı bölümlerde öğrenim gören öğrencilere de uygulanmıştır. Araştırmada örneklem miktarının belirlenmesinde herhangi bir yöntem kullanılmamış olup, amaç veri analizi için gerekli olan anket sayısını olabildiğince arttırmak olmuştur. Anket, araştırmacılar tarafından, öğrencilerin toplu halde sınıfta oldukları sırada, derslerin ilk 20 dakikasında ilgili öğretim elemanından izin alınarak uygulanmıştır. İlk beş dakikada, araştırmanın amacı, kim tarafından yürütüldüğü ve anketin nasıl doldurulacağı konusunda açıklamalarda bulunulmuş, her bir senaryonun altındaki yedi ölçek arasındaki yedi sayının ne anlama geldiği şu şekilde bildirilmiştir. Örneğin, *dürüsttür – dürüst değildir* ölçeği için seçeneklerin dağılımı *tamamen dürüsttür* (1), *dürüsttür* (2), *kısmen dürüsttür* (3), *ne dürüsttür ne dürüst değildir* (4), *kısmen dürüst değildir* (5), *dürüst değildir* (6), *hiç dürüst değildir* (7) şeklindedir. Benzer uygulama, diğer ölçekler için de geçerlidir.

BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırma sonucunda, toplam 420 adet kullanılabilir anket toplanmıştır. Değerlendirme kapsamına alınan katılımcıların genel profilleri Tablo 2'de gösterilmektedir. Katılımcıların çoğunluğu 20–22 yaş grubunda yer almakta olup, erkektir. Turizm ve otelcilik liseleri dışında kalan diğer liselerden mezun olanların payı oldukça yüksektir (%80). Katılımcıların

yaklaşık %60'ı turizm endüstrisinde daha önce hiç çalışmazken, %22,3'ü 1–3 sezon arası, %17,1'i ise dört ve üzeri sezon mesleki deneyime sahiptirler. Katılımcıların yarısından biraz fazlası (%53) üniversitenin bir turizm bölümünde, kalan kısmı da diğer bölümlerde öğrenim görmektedirler. Katılımcıların yaklaşık yarısı hazırlık sınıfında öğrenim görmekte iken, yaklaşık 1/3'lük kısmı da üçüncü ve dördüncü sınıfta öğrenimlerine devam etmektedir. Ailelerin gelir durumuna bakıldığında ise, yarısından fazlasının alt gelir grubunda yer aldığı söylenebilir (240–750 YTL arası).

Her bir senaryoda yer alan soruların aynı grup içinde yer alıp almayacağı konusunun test edilmesi için faktör analizi yapılmıştır. Beklendiği gibi, değişkenlerin toplam dört faktör başlığı altında yer aldığı görülmektedir (bkz. Tablo 4). Her bir değişken ile her bir faktör grubuna ait aritmetik ortalama değerleri Tablo 3'de gösterilmektedir.

Etik bakımından faktörlerin sıralamasına bakıldığında, turizmin doğal çevre üzerindeki etkilerini konu edinen senaryonun etik algılamasının en yüksek olduğu, bunu turizmin sosyo-kültürel çevre üzerindeki etkisi, turizm pazarlaması, insan kaynakları yönetimi ile ilgili senaryoların izlediği görülmektedir. Buradan yola çıkarak, katılımcıların turizmin ana çekicilik kaynakları olan doğal çevre ve sosyo-kültürel değerlerin bilinçsizce kullanılmasının, uzun dönemde bu kaynakların yok olmasına yol açabileceğini düşündükleri, ancak turizm endüstrisinin bu olumsuzluktan zarar görebileceği konusunda pek bilinçli olmadıkları sonucuna ulaşılabilir. Kültürel değişim sonucu, kültürün ticarileşmesi ve hassas çevresel dengelerdeki alanların yok olmaları, uzun dönemde kısa dönemde elde edilen kazançları yok edecektir. Bu bağlamda da, turizmde sürdürülebilirlik ilkesinin öğrenciler tarafından tam olarak benimsenmediği sonucuna varılabilir.

Tablo 2. Katılımcıların Profili

Değişkenler	Dağılım	n	Yüzde
Yaş	17–19	128	30,9
	20–22	235	56,6
	23 +	52	12,5
	Toplam	415	100
Cinsiyet	Erkek	266	63,9
	Kadın	150	36,1
	Toplam	416	100

Değişkenler	Dağılım	n	Yüzde
Mezun olunan lise	Turizm lisesi	85	20,6
	Diğer liseler	328	79,4
	Toplam	413	100
Çalışılan sezon sayısı	Hiç çalışmayanlar	252	60,6
	1-3 sezon	93	22,3
	4 +	71	17,1
	Toplam	416	100
Bölüm	Turizm	220	53,4
	Diğer bölümler	192	46,6
	Toplam	412	100
Sınıf	Hazırlık	199	48,5
	Birinci sınıf	24	5,9
	İkinci sınıf	51	12,4
	Üçüncü sınıf	126	30,7
	Dördüncü sınıf	10	2,5
	Toplam	410	100
Gelir	240-500	98	30,2
	501-750	68	20,9
	751-1000	84	25,9
	1001 +	75	23
	Toplam	325	100

Soru formunda yer alan değişkenlerin güvenilirlik derecesi .82 olarak hesaplanmış

olup, kaynaklara göre geçerli bir orandır (Hair vd., 1998)

Tablo 3. Değişkenlerin Güvenilirlik Analizi

Değişken	Ortalama	Standart sapma	Alpha değeri
Faktör I: Çevre	4.03		
Dürüştür-dürüst değildir	3.99	2.23	.8114
Adildir-Adil değildir	4.16	2.18	.8099
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir	4.21	2.15	.8104
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez	4.07	1.99	.8114
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez	3.98	2.04	.8116
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez	4.01	2.16	.8104
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez	3.78	2.05	.8154
Faktör II: İnsan kaynakları yönetimi	5.93		
Dürüştür-dürüst değildir	6.50	1.20	.8184
Adildir-Adil değildir	6.54	1.21	.8170
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir	6.47	1.25	.8184
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez	6.10	1.56	.8175

Değişken	Ortalama	Standart sapma	Alpha değeri
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez	5.17	2.08	.8211
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez	5.55	1.78	.8182
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez	5.19	1.96	.8208
Faktör III: Pazarlama	5.62		
Dürüştür-dürüst değildir	5.99	1.46	.8149
Adildir-Adil değildir	5.75	1.60	.8148
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir	6.14	1.42	.8148
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez	5.70	1.61	.8134
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez	5.13	1.84	.8139
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez	5.45	1.72	.8142
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez	5.17	1.91	.8202
Faktör IV: Sosyo-kültürel	4.40		
Dürüştür-dürüst değildir	4.69	1.85	.8165
Adildir-Adil değildir	4.52	1.85	.8159
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir	4.61	1.96	.8172
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez	4.30	1.83	.8194
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez	4.60	1.85	.8202
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez	4.35	1.98	.8218
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez	3.75	1.99	.8243

Turizm işletmeleri ile çalışanları arasındaki ilişkileri konu edinen senaryo, turizm işletmelerinin işe alım süreçlerinden bir örnek olayla ilgilidir. Bu senaryoda, otel işletmesi, iki adaydan belki de hak edeni işe almıştır. Çünkü bu iki aday arasında önemli bir fark belirtilmemiştir. Kaldı ki, işe alınan aday için deneyimli, başarılı ve yükselme eğiliminde olduğundan bahsedilmekle birlikte, bu kişinin akraba yoluyla işe alınması etik bulunmamıştır. Öğrenciler bu senaryoda belki de, duygudaşlık (empati) yaparak, kendilerini işe alınmayan aday yerine koymuş olabilirler. Kendilerinin de benzer bir olayla karşılaşabileceği düşüncesi, öğrencilerin bu davranışı “etik olmaz” şeklinde

değerlendirmeleri sonucunu doğurmuş olabileceği de göz ardı edilmemelidir.

Son senaryo ise turizm işletmelerinin turistler ile olan ilişkisini konu edinmektedir. Burada, çalışan kendi ekonomik kazancı için turistlere abartılı bilgiler vermekte ve daha fazla turist çekmektedir, dolayısıyla bu durumdan işletme de kazanç sağlamaktadır. Bu durumda ise, işletme sahibinin olayı durdurmaması genel olarak etik olmadığı şeklinde değerlendirilmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun gelir durumu iyi olmasa da, ilgili senaryoda çalışanın abartılı bilgiler vererek para kazanmasına işletme sahibinin göz yummasını,

etik olmayan bir davranış olarak değerlendirilmeleri sevindiricidir. Önemli olan, ileride turizm endüstrisinde görev alacak

öğrencilerin, bu uygulama ile ilgili olarak düşüncelerini - kısa dönemli kazançları dikkate almayarak - ortaya koyabilmeleridir.

Tablo 4. Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleme Değerleri			
	1	2	3	4
Faktör I: Doğal çevre (Senaryo 2)				
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir	.894			
Adildir-Adil değildir	.872			
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez	.861			
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez	.832			
Dürüsttür-dürüst değildir	.827			
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez	.804			
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez	.672			
Faktör II: İnsan Kaynakları Yönetimi (Senaryo 3)				
Adildir-Adil değildir		.847		
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir		.831		
Dürüsttür-dürüst değildir		.810		
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez		.745		
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez		.724		
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez		.622		
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez		.442		
Faktör III: Turizm pazarlaması (Senaryo 4)				
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez			.771	
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir			.749	
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez			.738	
Dürüsttür-dürüst değildir			.725	
Adildir-Adil değildir			.722	
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez			.678	
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez			.555	
Faktör IV: Sosyo-kültürel (Senaryo 1)				
Ahlaki olarak doğrudur-Ahlaki olarak doğru değildir				.834
Adildir-Adil değildir				.790
Ailem tarafından kabul edilebilir-Ailem tarafından kabul edilemez				.775
Dürüsttür-dürüst değildir				.748
Geleneksel olarak kabul edilebilir-Geleneksel olarak kabul edilemez				.705
Kültürel olarak kabul edilebilir-Kültürel olarak kabul edilemez				.692
Başka bir ülkede kabul edilebilir-Başka bir ülkede kabul edilemez				.280

Sonuçta her senaryoda bir ikilem söz konusudur. İlk iki senaryoda, turizm endüstrisinin doğal çevreye ve yerel halkın sosyo-kültürel değerlerine zarar vermesine karşın, topluma ekonomik kazanç sağlaması, bu senaryoların diğerlerine göre daha etik değerlendirilmesi sonucunu doğurmuştur. Buradan da, öğrencilerin etik olmayarak geliştirilen turizmin uzun dönemde bu kaynaklara vereceği olumsuz etkiler konusunda pek bilinçli olmadıkları sonucuna varılabilir. Son iki senaryonun ise, diğerlerine göre daha az etik olarak değerlendirilmeleri, bu senaryolarda turizmin barındırdığı ikilemin topluma yarar sağlamamasıdır. Son iki senaryoda, bireyler etik olmayan davranışlardan yarar sağlamaktadırlar. Aslında bu ölçeklerde teleolojik düşüncelerle ilgili değerlendirmeler yer almasa da, çıkan sonuçlardan, öğrencilerin; davranışları etik olarak değerlendirirken, davranışların sonuçlarını göz önüne aldıklarının ve hazzıdan (bireye yarar) çok, faydacı (topluma yarar) olduklarının da bir göstergesidir.

Tablo 5'den de görüleceği gibi, turizm bölümü öğrencileriyle, diğer bölüm öğrencileri arasındaki anlamlı tek fark sosyo-kültürel faktörde ortaya çıkmıştır. Bu senaryoyu, diğer bölüm öğrencileri, turizm öğrencilerine göre, daha az etik bulmuşlardır. Doğal çevre, insan kaynakları ve turizm pazarlaması senaryoları için, iki grup öğrencileri arasında herhangi bir fark belirmemiştir. Turizmin sosyo-kültürel ilişkileri, kendine özgü yapısından dolayı, diğer endüstrilerde aynı şekilde ortaya çıkmayabilir. Turizm, sosyo-kültürel kaynaklara büyük oranda bağımlıdır ve turizmin gelişebilmesini

bu kaynaklar belirler. Turizm öğrencilerinin turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine karşı, diğer öğrencilere göre, daha duyarlı olmalarının nedeni, turizm öğrencilerinin, algıda seçicilik yaparak, turizmin olumlu etkilerini göz önüne alarak ilgili senaryoyu değerlendirmeleri gösterilebilir.

Teorilere göre bir değerlendirme yapıldığında ise, ahlaki doğruluğu içeren deontolojik teorinin en yüksek ortalama puanla ilk sırada yer alırken, bunu dürüstlüğü ve adil olmayı işaret eden adalet teorisi ile kültürel ve geleneksel kabul edilebilirliği gösteren görecelik teorisinin izlediği görülmektedir (Tablo 6). Buradan, öğrencilerin dürüstlük ve adil davranma konusundaki bağlılıklarının geleneksel kültürel yapıya bağlılıklarından çok daha güçlü olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin; işe almada yapılan haksız bir davranış geleneksel olarak olumlu görülebilirken, kişiler bunun dürüst ve adil bir davranış olmayacağını düşünebilirler. Diğer yandan, turizm gelişmesinin sosyo-kültürel ve doğal çevreye etkileri ile ilgili etik algılamaların bütün teoriler için oldukça düşük çıkması, insanların bu konularda göreceli olarak daha duyarlı olduklarını göstermektedir.

Tablo 7'den görüleceği üzere, yapılan analiz sonucunda gelir bağımsız değişkeni ile ilgili senaryolar arasında herhangi bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Bu durumda, öğrenci ailelerinin gelir durumunun, senaryolar arasında ortaya çıkabilecek farkları açıklamada etkili bir değişken olmadığı söylenebilir.

Tablo 5. Bölümlere Göre Karşılaştırma

Faktörler	Bölümlere Göre Karşılaştırma		t değeri	Anlamlılık Düzeyi
	Turizm Öğrencileri	Diğer Bölüm Öğrencileri		
Çevre	4.15	3.91	1.244	.214
İnsan kaynakları yönetimi	5.94	5.91	-.475	.635
Turizm pazarlaması	5.57	5.58	-.248	.805
Sosyo-kültürel	4.23	4.65	-.3.101	.002

Tablo 6. Teorilere Göre Karşılaştırma

Teori	Senaryo 1	Senaryo 2	Senaryo 3	Senaryo 4
Adalet teorisi -Dürüst olmak -Adil olmak	4.60	4.07	6.52	5.87
Deontolojik teori -Ahlaki olarak doğruluk	4.61	4.21	6.47	6.14
Rölativizm teorisi -Ailem tarafından kabul edilebilirlik -Geleneksel olarak kabul edilebilirlik -Kültürel olarak kabul edilebilirlik -Başka bir ülkede kabul edilebilirlik	4.25	3.96	5.50	5.36

Tablo 7. Gelir İle Faktörler Arasındaki İlişki

Faktörler	F değeri	Anlamlılık Düzeyi
Çevre	.852	.741
İnsan kaynakları yönetimi	.929	.607
Turizm pazarlaması	1.123	.284
Sosyo kültürel	.876	.701

Tablo 8: Turizm Sektöründe Çalışanlar ile Çalışmayanlar Arasındaki Fark

Faktörler	Turizm sezonunda çalışıp çalışmamaya göre karşılaştırma		t değeri	Anlamlılık Düzeyi
	Turizm sektöründe çalışmayanlar	Turizm sektöründe çalışanlar		
Çevre	3.91	4.24	-1.547	.123
İnsan kaynakları yönetimi	6.03	5.78	2.426	.016
Turizm pazarlaması	5.55	5.60	-.865	.388
Sosyo-kültürel	4.50	4.33	.947	.344

Ek olarak, Tablo 8’da gösterildiği gibi, turizm sektöründe daha önce deneyimi olanlar ile olmayan öğrenciler arasında yapılan analizde, tek farkın insan kaynakları ile ilgili senaryoda ortaya çıktığı görülmektedir. Bu senaryoyu, turizm sektöründe çalışmayan öğrenciler, çalışanlara göre, daha az etik değerlendirmişlerdir. Bunun nedeni ise, sektör deneyimi sahibi öğrencilerin senaryoda belirtilen benzer durum ile karşılaşmış olabilmelerinin ilgili senaryodaki davranışı daha olağan görmelerine yol açması olabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmadaki öğrencilerin, çevre ve sosyo-kültürel ilişkileri konu edinen senaryoları, pazarlama ve çalışan ilişkilerini konu edinen senaryolara göre daha etik değerlendirmeleri, çevre ve sosyo-kültürel ilişkileri konu edinen senaryolardaki davranışların aynı zamanda topluma da yarar sağlamaları olabilir. Daha az etik bulunan senaryolar ise, bireylere fayda sağlamaktadır. Bu bağlamda da, kişiler etik değerlendirmelerinde, uygulamaların bireyden çok topluma yarar sağlamasını göz önüne almaktadırlar. Yalnız bu durumu, kişilerin faydayı sağlayan kendileri olması durumunda, farklı değerlendirilebilecekleri de unutulmamalıdır.

Turizm biliminin daha sürdürülebilir ve etik bir platforma taşınabilmesi gerekmektedir (Macbeth, 2005). Bu yönde de öğrencilerin, mesleki yaşamlarında etik olmayan uygulamalarının sonuçlarını tecrübe edinmeden etik konulara daha duyarlı yaklaşabilmeleri için, turizm okullarında verilen eğitim çok önemlidir. Bu bağlamda da, turizm öğrencilerinin, mesleki yaşantılarında karşılaşacakları ikilemlerin çözümünde, mantıklı ve etik bir şekilde davranmalarının sağlanması yolunda eğitimciler tarafından gerekli bilgi, beceri, güven ve saygı ile donatılmaları gerektiği önerilmektedir (Ross, 2004a). Bu bağlamda öncelikli olarak turizm öğrencilerinin sektörde karşılaşabilecekleri etik ikilemleri nasıl değerlendirdiklerinin bilinmesi gerekmektedir. Bunu amaçlayan bu araştırmanın sadece bir üniversitede yapılmış olması, bir kısıtlama olmakla birlikte, gelecek benzer araştırmalar, diğer üniversite öğrencilerine de uygulanabilecektir. Ayrıca, turizm bölümü öğrencileri ile farklı bölümdeki öğrencilerin karşılaştırılmasında farklı bölümler birleştirilerek diğer bölümler olarak ele alınmıştır, gelecek araştırmalarda bölümler arası daha sağlıklı karşılaştırmaların yapılabilmesi için, spesifik bölümler seçilebilecek ve bunlar ile turizm bölümü öğrencileri arasında birebir karşılaştırmalar yapılabilecektir. Örneğin, işletme bölümü öğrencileri - turizm bölümü öğrencileri; ya da teknik bölüm öğrencileri - turizm bölümü öğrencileri gibi.

Son olarak, araştırma bulgularının sektöre dönük yararları konusunda bazı açıklamalarda bulunmak yerinde olacaktır. Turizm endüstrisinin etik ilkelere bağlı olarak yönetilmesi, turizmden elde edilecek tüm faydaları maksimize edecektir. Etik ilkeler doğrultusunda yönetilmemesi durumunda ise, turizmin oluşabilmesi için gerekli olan doğal kaynaklar, kültürel değerler zarar görecektir. Bu kaynakların değerini kaybetmesi ise, bir turistik bölgenin çekiciliğini azaltacak, dolayısıyla turistler bölgeye gelmeyecektir. Turistlere yalan yanlış bilgilerin verilmesi turistlerin tatminsizliklerine neden olacaktır. Benzer şekilde, çalışanlara etik davranılmaması sonucunda çalışanlar da turistlere etik davranmayacaklar ve sonucunda yine turistler tatmin olamayacaklardır. Buradan da, etik olmayan turizm uygulamalarının zincirleme etkiler yaparak, turizm endüstrisine zarar vereceği unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Angelo, R. M. ve Vladimir A. N. (1991): *Hospitality Today-An Introduction*, Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.
- Barnett, C. ve Cameron, D. “Ethics and the Hospitality Industry-Towards A Model for Creating an Ethical Culture within a Hospitality Organisation”. *Yayınlanmamış Çalışma*.
- Brinkmann, J. (2002): “Business and Marketing Ethics: Concepts, Approaches and Typologies”, *Journal of Business Ethics*, Cilt 41, Sayı 1/2, ss. 159-177.
- Cleverdon, R. ve Kalisch, A. (2000). “Fair Trade in Tourism”, *International Journal of Tourism Research*, Cilt 2, Sayı 3, ss. 171-187.
- Coccosis, H. (1996): “Sustainable tourism? European experience (İçinde). Priestley, G. K. ve Edwards, J. A. (Der.) *Tourism and Sustainability: Perspectives and Implications*. Guildford UK, CAB International.
- Cole, D.; Sing, M.J. ve Bird, M.M. (2000): “How Do Managers Make Teleological Evaluations in Ethical Dilemmas? Testing Part of and Extending The Hunt-Vitell Model, *Journal of Business Ethics*, Cilt, 26, Sayı 3, ss. 259-269.
- D’sa, Eddie (1999): “Wanted:Tourists with a Social Conscience”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Cilt 11, Sayı. (2/3).
- Fennell, David A. (1999): *Ecotourism: An Introduction*. London, UK: Routledge.
- Fennell, D. A. (2000): “Tourism and Applied Ethics”, *Tourism Recreation Research*, Cilt 25, Sayı 1, ss. 59-69.

- Fennel, A. ve Malloy, D. C. (1999): "Measuring the Ethical Nature of Tourism Operators", *Annals of Tourism Research*, Cilt 26, Sayı (4), ss. 928–943.
- Fennell, D. A. ve Przeclawski, K. (2003): Generating Goodwill in Tourism Through Ethical Stakeholder Interactions. (İçinde) D.J. Singh ve R.K.S. Timothy *Tourism and Host Communities* (Der.) ss.135–152. Dowling: Cabi Publishing.
- Gunn, Clare A. ve Var, Turgut (2002) *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, New York and London, Routledge.
- Global Code of Ethics for Tourism. <http://www.world-tourism.org/code-ethic/eng.html>. Erişim: 25.09.2004.
- Hitchcock, Robert K. (1997): Cultural, Economic, and Environmental Impacts of Tourism Among Kalahari Bushmen. (Der.) Erve Chambers. *Tourism and Culture: An Applied Perspective*, New York, State University of New York Press.
- Holden, A. (2005): "Tourism CPRS and Environmental Ethics", *Annals of Tourism Research*, Cilt 32, Sayı 3, ss. 805–807.
- Lea, J.P. (1993): Tourism Development Ethics in the Third World, *Annals of Tourism Research*, Cilt 20, ss. 701–715.
- Liu, Z. (2003): "Sustainable Tourism Development: a Critique", *Journal of Sustainable Tourism*, Cilt 11, Sayı 6, ss. 459–475.
- Macbeth, J. (2005): Towards an Ethics Platform for Tourism, *Annals of Tourism Research*, Cilt 32, Sayı 4, ss. 962–984.
- Malloy, D. C. ve Fennell D. A.. (1998): "Code of Ethics and Tourism: an Exploratory Content Analysis", *Tourism Management*, Cilt 19, Sayı 5, ss. 453–461.
- Mason, Peter (2004): *Tourism Impacts, Planning and Management*, Oxford, Elsevier-Butterworth-Heinemann.
- Mowforth, Martin ve Munt, Ian (1998): *Tourism and Sustainability*, London, Routledge.
- Payne, D. ve Dimanche, F. (1996). "An ethics model". *Journal of Business Ethics*, 15 (9), ss. 997–1007.
- Pfarr, C. (2001): "Concepts of Sustainable Development, Sustainable Tourism, and Ecotourism: Definitions, Principles, and Linkages", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Cilt 1, Sayı 1, ss. 68–71.
- Reidenbach R. E. ve Robin, D. P. (1988): "Some Initial Steps toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities", *Journal of Business Ethics*, Cilt 7, Sayı 11, ss. 871–879.
- Reidenbach R. E. ve Robin, D. P. (1990): "Toward the Development of a Multidimensional Scale for Improving Evaluations of Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, Cilt 9, Sayı 8, ss. 639–653.
- Ross, G. (2004a): "Ethics, Motivation and Rainforest Tourguide Business Interest", *Tourism Recreation Research*, Cilt 29, Sayı 1, ss. 45–56.
- Ross, G. (2004b): "Ethics, Trust and Expectations Regarding the Treatment of Disabled Staff within a Tourism/Hospitality Industry Context", *Hospitality Management*, Cilt 23, ss. 523-544.
- Sharpley, R. (2002): The Consumption of Tourism. *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Richard Sharpley and David J. Telfer (Der) ss. 300–318. Clevedon, Cahnnel View Publications.
- Shaw, W. H. (2001): "Relativism and Objectivity in Ethics". (der.). Geirsson, H. ve Hamgren M. R. *Ethical Theory A Concise Anthology*, Broadview Pres, Mississauga Canada.
- Sing, S; Timothy, D.J. and Dowling R.K. (2003): *Tourism and Destination Communities. Tourism and Host Communities*. Sing, S; Timothy, D.J. ve Dowling R.K. (Der.) Cambridge, Cabi Publishing.
- Ülger, G. (2004): "Turizm sektöründe Standard Oluşturma Çabaları ve Küresel Turizmde Etik İlkeleri", *Standard*, Cilt 43, Sayı 514, ss. 84–90.
- Walle, A.H. (1995): Business Ethics and Tourism: from Micro to Macro Perspectives, *Tourism Management*, Cilt 16, Sayı 4, 263–268.
- Wheeler, Brian (2003): Alternative tourism – a Deceptive Ploy. (İçinde) Chris Cooper; Michael Hall ve Dallen Timothy. (Der) *Classic Reviews In Tourism* (227–234) Clevedon, Channel View Publications.
- Wheeler, M. (1995): Tourism Marketing Ethics: An Introduction, *International Marketing Review*, Cilt 12, Sayı 4, ss. 38–49.
- WTO (2005). *Tourism Highlights: 2005 edition*. <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>. Erişim: 25.03.2006.
- Yaman, H. R. (2003): "Skinner's Naturalism as a Paradigm for teaching Business Ethics: a Discuss from Tourism", *Teaching Business Ethics*, Cilt 7, Sayı 2, ss. 107–122.