

PAPER DETAILS

TITLE: Etik Değerler ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Turizm İşletmeleri Örneğinde Bir Araştırma

AUTHORS: Gül ERKOL BAYRAM

PAGES: 228-259

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/605379>

ETİK DEĞERLER VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLİŞKİSİ ÜZERİNE TURİZM İŞLETMELERİ ÖRNEĞİNDE BİR ARAŞTIRMA

*A RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ETHICAL
VALUES AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN
TOURISM FIRMS*

Dr. Öğr. Üyesi Gül ERKOL BAYRAM

Sinop Üniversitesi

gulerkol@sinop.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9764-2883

ÖZ

Örgütlerde etik ve ilgili konular işletmelerin ilgi alanına giren bir kavramdır. Özellikle son yıllarda gerek beşeri unsurların toplumun farklı katmanlarında önem kazanması gerekse kurumuna bağlı personel istihdam etme eğilimi örgütsel bağlılık ve etik kavramının bir arada ele alınmasını gerekli kılmıştır. İşletmesine bağlı, güler yüzlü, güçlü iletişim becerilerine sahip, etik değerlere önem veren personelin işletmelerine olan bağlılıkları pek çok kurumun arzu ettiği bir husustur. Bu kapsamda; araştırmanın amacı, farklı turizm işletmelerinde çalışan personelin etik değerlere yönelik tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırma turizmde popüler birer destinasyon olma yolunda hızla ilerleyen Samsun, Sinop, Kastamonu illerinde hizmet sunan turizm işletmelerinde çalışmakta olan personele anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiş; netice itibarıyla 398 anket formu analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre; turizm işletmeleri personelinin etik değerlere yönelik tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında da pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik Değerler, Örgütsel Bağlılık, Turizm Personeli, Turizm İşletmeleri, Turizm.



MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Geliş

07. 08. 2018

Düzeltilme

15. 10. 2018

02. 12. 2018

Kabul Tarihi

07. 12. 2018

ABSTRACT

Ethics and related concepts in organizations are a field of interest of enterprises. In recent years, both the importance of human elements in different layers of society and the tendency of employing personnel depending on their institutions have necessitated the consideration of the concept of organizational commitment and ethics. Their commitment to their business is a matter of concern to many companies, who have strong communication skills, friendly, friendly and ethical values. With this context; the aim of this research is to examine the relationship between attitudes towards ethical values and the level of organizational commitment among staffs who work in different tourism enterprises. The research was carried out by using the survey technique to the personnel working in the tourism establishments serving in Samsun, Sinop and Kastamonu provinces, which are rapidly progressing towards becoming a popular destination in tourism. As a result, 398 questionnaires were analyzed. According to results; among tourism employees; there is a positive relationship between their attitudes towards ethical values and their level of organizational commitment.

Keywords: Ethical Values, Organizational Commitment, Tourism Staff, Tourism Management, Tourism.

GİRİŞ

Etik değerler karar alma süreçlerinde davranış standartlarıdır. Etik değerlere uygun davranmaya yönelik bireylerin algıları ve bakış açıları, uygulayıcı unsur olmaları bakımından incelenmesi gereken bir konudur. Nitekim bireylerin etik değerlere yönelik algılamaları; demografik özellikler, meslek ve görev pozisyonu gibi faktörlere göre farklılaşabilmektedir. Ayrıca etik değerlere uygun olan/olmayan davranışların; beraberinde getirdikleri bireysel, örgütsel ve toplumsal açıdan olmak üzere birtakım olumlu ve olumsuz çıktıları söz konusudur. Bu çıktılar arasında örgütsel bağlılık da literatürde incelenen ve incelenmesi gereken kavramlar arasında yer almaktadır.

Turizm sektörü insan ilişkilerine dayalıdır. Çalışanların güler yüzlü hizmet sunumu, güçlü iletişim becerileri işletmenin olumlu bir imaja sahip olmasını sağlayacak, tekrar ziyaret etmek isteyen müşterilerin büyük bir kısmında çalışan davranışı önemli bir yere sahip olacaktır. Bu özelliği nedeniyle turizm sektöründe sunulan hizmetin kalitesi, çalışanların işlerini eksiksiz, hatasız ve en önemlisi de severek yerine getirebilmeleriyle mümkün görünmektedir. Kaliteli hizmet sunumunu birkaç faktöre dayanmakla birlikte; personelin işletmelerine olan bağlılıkları ve sahip olduğu etik değerler bu unsurlardan biri olarak görülmektedir (Holjevac, 2008; Donyadide, 2010).

Literatür incelendiğinde etik değerler ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların kısmen yer aldığı görülmektedir (Randall ve Cote; 1991; Saks, Mudrack ve Ashforth, 1996; Youself; 2000; Schwepker, 2001; Baker, Hunt ve Andrews, 2006; Baker, 2006; Okpara; 2008; Seyedin, Zaboli , Malmoon ve Azami, 2013). Baker ve diğerleri (2006) yaptıkları çalışmada etik değerlerin örgütsel bağlılığı etkilediği, çalışanların etik değerlerinin örgütsel bağlılıklarını ve vatandaşlık davranışını geliştirdiği sonucuna ulaşmışlardır. Seyedin ve arkadaşları (2013) sağlık çalışanları üzerine yaptığı araştırmada etik değerler ve örgütsel bağlılık arasında yüksek düzeyde bir ilişki bulmuşlardır. Shwepker (2001) etik değerlerin iş tatmini ve örgütsel vatandaşlığı olumlu yönde etkilediği ve geliştirdiği sonucunu elde etmiştir. Dubinsky ve Ingram (1984) etik değerleri etkileyen pek çok faktörün olduğunu, örgüte yönelik algıları da olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Trevino ve Youngblood (1990) araştırmalarında örgütsel bağlılık ve etik değerler arasındaki ilişkiyi incelemiş ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu, demografik verilerin etik değerleri ve örgütsel bağlılığı etkilediğini ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca Chonko ve Hunt (2000) ve Schminke, Ambrose ve Noel (1997) işletmenin ödüllendirme araçlarının etik değerlere katkı sağladığını ve bu durumun da etik değerlere katkı

**Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma**

sunduğunu bulmuşlardır. Ancak turizm çalışanlarının örgütsel bağlılık ve etik değerlerinin ilişkisini belirlemeye yönelik araştırmalarının oldukça kısıtlı sayıda yer aldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda hazırlanan araştırmada çeşitli turizm işletmelerinde çalışan personele etik değerlere önem verme düzeyleri ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Etik Değerler

Felsefenin önemli düşünürlerinden olan Aristoteles'in ilgi alanına giren etik kavramı köken itibarıyla Yunancadan gelmekte olup "*ethos*" kelimesinden türemiştir (Pieper, 1990). Anlamı *ethos*'tan gelen törebilim'dir (Tevruz, 2007). Antik dönemden bugüne pek çok bilim insanı "etik" kavramını tanımlamakta zorlanmış; bazı bilim adamları etik kavramını bireylerin takip etmesi gereken ahlaki kurallar ve prensipler olarak tanımlarken; bazı bilim adamları ise bireylerin neyin yanlış neyin doğru olduğunun farkına varıp, doğruyu seçme ve ona uygun değerler, standartlar ve davranış biçimi geliştirme olarak açıklamıştır (Ural, 2003).

• 230

De George (1986) etik kavramının bireyler için iyi ve doğrunun kavranması ve amaçların bu perspektifte oluşturulması gerektiğini, bireyin ahlaki deneyimlerinin hayattaki değerleri ile bütünleşmesi olarak ifade etmiştir. Mosley, Paul ve Leon (1996) ise etik kavramını doğruluk, adalet, dürüstlük gibi kavramlarla bütünleştirmiş ve bireylerin diğerlerini etkileyen yanlış ve doğruların değerlendirilmesine yönelik geliştirdiği yargı ve inançlar olarak tanımlamıştır. Pehlivan (1997) bir dalım dalı olduğuna vurgu yaparak etiği; bireylerin geliştirdiği ilişkileri, doğru-yanlış, iyi-kötü, güzel-çirkin gibi değer yargıları ile inceleyen bilim olarak tanımlamış, Aydın (2011) ise bu tanımlı geliştirerek toplumun değer yargılarının da bu değerlendirmede önemli bir ölçüt olduğunu vurgulamıştır. Stroll, Long, Bourke ve Campbell (2008) etik kavramını bireylerin tutum ve tavırlarında kendilerine göre tasarladığı değerler sistemi olarak açıklamıştır. Kulshresta (2005) etiği antik dönemden günümüze ekonomiden sosyolojiye pek çok kavramı açıklamak, sorunlara adil ve eşit çözümler üretmek için kullanılan düşünce sistemi olarak tanımlamıştır.

Etik bilim dalı, felsefe ya da ahlak felsefesi olarak kabul edilmektedir. Geçmişten günümüze farklı izahları görülmekte; bazı yazarlar tarafından salt bir düşünüş olarak kabul edilmekteyken; bazıları ise günlük hayatın rutin bir davranış biçimi olarak kabul etmektedir. Örneğin Aristoteles etik kavramın bireylerin günlük yaşamlarında onlara fayda sağlayan davranış biçimlerinin öğrenilmesi olarak ifade etmektedir. Araştırmacıların bir kısmı

ise bu düşünüşün çok daha ötesinde bireylerin ahlak perspektiften insan davranışlarının incelenmesi olarak tanımlamıştır (Bolat ve Seymen, 2003). Etik din, ahlak, inanç, kültürle ilgili bir kavram olarak toplumlar tarafından kabul edilen ülke, toplum, kültürler açısından kısmen uygulanış farklılıkları gösteren disiplinler arası soyut bir kavramdır (Aras, 2001: 24).

Etik kavramı bireylerin hedeflerini tanımlaması, neyi yapıp yapmaması gerektiği, bir şeyi isteyip istemediği, gerçekten sahip olmak isteyip istemediği gibi dürtülere yönelik bilinçli tutumlardır (Aksoğan, 2017: 1). Etik kavramını belirli bir çevrede doğru ve yanlış davranışların incelenmesi olarak belirtmek mümkündür (Hatcher, 2004: 357). Temel değerlerden yola çıkarak oluşturulan etik değerler; sorumluluk ve kurallar kapsamında nasıl ve hangi biçimde davranmamız ya da ne gibi kararlar almamıza dair oluşturduğumuz davranış kalıpları olarak ifade edilmektedir (Kazanç, 2013: 15). Etik değerler kavramı farklı meslekler göre değişebilmekte; yetkinlik, dürüstlük, duyarlılık ve hoşgörü, mesleki ve bilimsel sorumluluk ve genel ahlaki kurallar açısından değerlendirilmektedir (Yılmaz ve Bahadır, 2011: 23).

Etik kavramının amacı; bireylerin farklı davranış biçimleri içinden seçim yapmalarını sağlayacak davranış kalıpları ortaya koymaktır. Etik uygulamada değerlendirildiğinde iyi, doğru, güzel gibi kavramların karşısı olan çirkin, kötü, yanlış gibi davranış biçimlerini kabul etmemektir (Schermerhorn, 1999). King (2008)'e göre etik kavramının ahlaki tutumların içeriklerini, koşulları ve izahıyla ilgili olduğunu savunmaktadır. Pieper (1999) ise etiğin amaçlarını; bireylerin davranışlarını ahlaki açıdan netleştirmek, bilinci ahlak tarafından geliştirmek, bireylerin arzu ettiği biçimde davranmasından ziyade ahlaki kalıpların uygun gördüğü biçimde davranmak olarak tanımlamıştır.

Etik değerlere uygun olan tutum ve yargıların; bireysel, örgütsel ve toplumsal açıdan genel olarak değerlendirildiğinde saygınlık elde etme, güven kazanma, iyi bir görünüm elde etme, sorunların üstesinden gelebilmede destek alma, sosyolojik kriz dönemlerinde ahlakın yok olması, toplumda kabul görme gibi birtakım pozitif etkilerinin olduğunu ifade etmek mümkündür. Diğer yandan etik değerlere uymamanın getireceği bireysel, örgütsel ve toplumsal açıdan olumsuz sonuçlarından varlığından bahsetmek gerekmektedir. Bu sonuçları Tablo 1'deki gibi ifade etmek mümkündür (Megep, 2016: 14).

Tablo 1: Etik Olmayan Tavır ve Tutumların Sonuçları

BİREYSEL	ÖRGÜTSEL	TOPLUMSAL
İşten ayrılma		
Özsaygıyı yitirme	Özsaygıyı kaybetme	
Toplumdan dışlanma	Tüketici kitlesinde azalış	
Bireye duyulan güveni yitirme	Markanın yıpranması	
Benliğin yıpranması	Piyasada yer alan işletmeler ile ilişki zayıflığı	Yozlaşma kavramının örgüte yayılması
Kuruma ve işine duyduğu bağlılığın yitirilmesi	Birliklilik ruhunun yitirilmesi	Ahlaki değerlerin önemsizleşmesi
Saygınlığın kaybolması	Örgütsel iletişimin yıpranması	Olumsuz davranışların birbirini tekrarlaması
İş arkadaşları ile iletişimde sorunlar	İşletmeye olan sadakatin yitirilmesi	
Bireysel algıdaki bozulma		

Gül Erkol Bayram
2 (2) 2018

• 232

En geniş tanımıyla etik; bir davranış kalıbının kabul edilebilir biçimde gerçekleşmesine katkı sunan temel prensipler, değişkenler, unsurlardır (Karalar, 2001: 74). Etiği mantığa, incelemeye, analize kısacası düşünceye bağlı olmayan bir yaklaşım olarak düşünmek mümkün değildir. Bu sebeple etiği ilgili olduğu en mühim konu; bireylerin huzurlu olması, mutlu olması, özerkliği ve bağımsızlığıdır. Etik hükümetin ve ilgili otoritelerden bağımsızdır. Etik standartlar egoizmi dengelemekte ve evrensel bir nitelik taşımaktadır. Etik standartları referans olarak mantıklı düşünmeye bağlı yargıları kapsayan bir araştırma alanıdır (Baron, 2000). Bu çalışmada ele alınan etik ile ilgili kavramlardan özerklik/otonomi etiği, toplumsal etik, din etiği başlıkları etiği ahlaki psikoloji başlığında da değerlendirilen kavram ve değerlerdir (Walker ve Jensen, 2015). Bu kavramların açıklaması aşağıdaki gibidir;

Özerklik /Otonomi Etiği: Farklı alanlarda da kullanılan özerklik/otonomi kavramı bireylerin kendi kendini yönetebilmesi, kendi kararlarını belirlemesi, kendi kurallarını kendisi koyması gibi kavramları açıklamaktadır. Bireylerin mümkün olabildiğince hayatının gidişatına kendilerinin karar vermesi, kendi varoloğunu kendisinin tespit etmesi, kendisi dışında başka birinin, toplumsal yapının, genel yargıların davranış, fikir ve inanışlarına yön vermemesini ifade eder. Çok karıştırılan özgürlük kavramı ile birbirinden ayrılan en önemli taraf ise; özerlik kavramının

bireyin içsel imkanlarıyla ilgili olmasıyken; özgürlüğün dış etkenlerle de büyük ölçüde ilişkili olmasıdır. Aslında birey ne kadar özerk ise o kadar özgürdür. Kökeni incelendiğinde de Yunanca'daki "otos" ve "nomos" yani "kendi kendine" ve "kural, yönetim, yasa" kavramlarından geldiği görülmektedir Oğuz, Tepe, Büken ve Kucur (2005). Özerklik bireylerin kendine ait bir niteliktir ve akıl sahibi, düşünen her insanın sahip olması gereken beceriler arasındadır ve diğer canlılardan da ayıran yegane özellikler arasındadır. Bir diğer durum ise özerkliğin sınırsız olmadığı, çocukluğundan itibaren psikolojik ve biyolojik gelişim, aile biçimi, toplum yapısı gibi değişkenlere büyük oranda bağlı olduğudur. Bu alanda çalışan önemli araştırmacılardan Piaget (1948) ahlaki özerk ahlak (kendi kurallarına bağlı hareket etmek) ve dışa bağımlı ahlak (başka bireylerin kurallarına bağlı hareket etmek) olarak açıklamıştır (Kağıtçıbaşı, 2005). Daha önce bu konuyu çalışan araştırmacılar (Steinberg ve Silverberg, 1986; Garcia ve Pintrich, 1996; Hmel ve Pincus, 2002; Beyers Goossens, Vansant ve Mors, 2003)'ın özerklik boyutuna yönelik farklı sonuçlar elde ettiği görülmektedir.

Topluluk Etiği: Etik kavramına yönelik farklı tanımlamalar mevcuttur. Bir tanımlamaya göre etik; bireylerin geliştirdiği iletişim biçimleri ve davranış kalıplarının temelini oluşturan doğru-yanlış, iyi-kötü gibi toplumsal yargılara dayanan bilim dalıdır (Pehlivan, 1997). Etik toplumun bakış açısını da önemser ve toplumsal yargılara göre bir değer ve davranışlar sistemi oluşturur (Aydın, 2001), Etik ayrıca bireyin davranışlarını kontrol eden sosyal kurallardır ve davranışları sınırlar, denetler (Mendonca ve Kanungo, 2006). Pieper (1999) etik kavramını bireysel ve toplumsal ilişkilerin düzenlendiği, iyiyi, kötüyü tespit ettiği ve buna dair ölçütlerin geliştirildiği oldukça geniş bir araştırma alanı ve sistemler bütünü olarak tanımlamaktadır. Daha önce bu konu üzerine çalışan araştırmacılar (Rogene, 1998; Schermerhorn, 1999; Kirel, 2000; Hatcher, 2004; Özgener, 2004; King, 2008;) etik değerlerin toplumsal yargılara göre şekillendiği üzerinde çeşitli tanımlamalar getirmişlerdir.

Din Etiği: Din kavramı bünyesinde inanç, ibadet ve ahlak kurallarını kapsayan ilahi temelli bir kavramdır. Herhangi bir dini inancı benimseyen kişiyi ve toplumu kapsamlı biçimde etkileyerek hayatına yön vermekte, kişilerin davranış kalıplarında karar verici bir konumda yer almaktadır. Ahlak ise nefse yerleşen ve bireylerde alışkanlık haline gelen davranışlar bütünlüğüdür. Bu davranışların niteliğini iyi ya da kötü olması belirler ki bu bireylere de belirli bir sıfat yüklemektedir (Uysal, 2005: 42). Din kuralları ve ahlak kuralları olarak tespit edilen bireyin ilahi ve felsefi açıdan yapması ya da yapmaması gereken kurallar bütünlüğü birbiri ile yakından ilişkilidir. Bireylerin değerlerinin yönlendirilmesinde oldukça önemli bir faktör olan din kavramı, normlar ve onunla ilgili davranış ve bireysel özelliklerle

doğrudan ilişkili bir konumdadır (Yaraman, 2003). Literatür incelendiğinde; etik kavramının din ile yüksek düzeyde bir ilişkisinin olduğunu ifade eden araştırmalar mevcuttur (De George, 1986; Pehlivan, 1997; Kirel, 2000; Velasquez, 2002; Hatcher, 2004; Karababa, 2005; Maxwell ve Steele 2008).

Örgütsel Bağlılık

İşletmeye olan bağlılık ya da sadakat son yıllarda sadece işletmeler tarafından değil, araştırmacılar tarafından da araştırılan popüler bir kavram olarak görülmekle birlikte net bir tanımlamanın bulunmaması dikkat çekicidir (Eroğlu, Adıgüzel ve Öztürk, 2011: 104). Farklı araştırmacıların örgütsel bağlılık kavramına yönelik tanımlamalarında benzer tanımlama; personelin işletmede çalışmaya devam etmesini sağlayan faktörler bütünüdür (Bozkurt ve Yurt, 2013: 123).

En genel tanımıyla örgütsel bağlılık; personelin işletmede kalma arzusu, işletmesinin hedeflerine, ideallerine, değer yargılarına olan saygı ve bağlılık düzeyi, işletmesinin başarısını ne kadar önemseydiği ve sorunları ile ne düzeyde ilgilendiğidir (Doğan ve Kılıç, 2007: 38-39). Personelin işletmelerine psikolojik perspektiften yaklaşması ve işletmesi ile oluşturduğu duygusal ilişki, işletmeye devam arzusu örgütsel bağlılığı ifade etmektedir (Meyer ve Allen, 1990: 6). Bayram (2005)'a göre; personelin işletmesinde çalışmaya devam etmek istemesi, işletmesiyle her açıdan uyumlu bir biçimde hareket etmesi, işletme başarılı olduğunda mutlu, başarısız olduğunda mutsuz olması ve başarısızlığında yapabileceği bir husus varsa yapabilme çabası, bağlılık düzeyi örgütsel bağlılığı açıklamaktadır. Örgütsel bağlılığın, genellikle üç faktörle karakterize edildiği kabul edilmektedir (Porter, Steers, Mowday ve Boulian, 1974: 604):

- Örgütün hedef ve yargılarına kuvvetli bir inançla benimseme
- İşletme için kayda değer çaba sarf etmeye istekli olma
- Örgütsel üyeliği sürdürmek için anlamlı bir arzulama.

Personelin işletmesine, kararlarına, faaliyetlerine dâhil olmasıyla ilgili bir durumu da ifade eden örgütsel bağlılık; personelin kendini işletmesine ait hissetmesinde oldukça önemi bir yere sahiptir (Kılıç, 2008: 56). İşletmeye duyulan sadakatin bireylerin performanslarında oldukça önemli bir yere sahip olduğu kabul edilmekte ve personelin büyük oranda işlerine zamanında geldiği, işlerinden ayrılmak istemediği, etik dışı davranışlarda bulunmadığı ya da çok dikkat ettiği, sunduğu hizmeti en iyi biçimde sunmaya çalıştığı ve oluşturduğu ürünlerde de büyük oranda olumlu geri bildirimler aldığı bilinmektedir (Doğan ve Kılıç, 2007: 38).

Araştırmacılar işletme ve personeller perspektifinden önemli sonuçlara sahip olan örgütsel bağlılığı; bireylerin tutum, yargı ve davranışları kapsamında değerlendirmiştir. Sadakat kavramı bir eğilim iken; işletmeye duyulan manevi bağlılık davranış perspektifinden değerlendirildiğinde personelin işletmede yer almak isteyip istemediklerine dair kararları olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel bağlılığın kapsamlı bakış açısıyla değerlendirilmesi gerekliliği onun çok kapsamlı gerekliliğini doğurmuştur (Özutku, 2008: 80-81). Zangaro (2001)'ya göre örgütsel bağlılık ahlaki, hesapçı, yabancılaştırıcı bağlılık olarak tanımlanırken; Kanter (1968)'e göre göre devam, bağdaşım ve kontrol bağlılığı; Iversob ve Buttigieg (1999)'in aktardığına göre; Mowday, Porter ve Steers ise duygusal ve tutumsal bağlılık; O'Reilly ve Chatman (1986) ise uyum, özdeşleşme ve içselleştirme bağlılığı olarak tanımlamış ve gruplandırmışlardır. Ancak genel itibariyle örgütsel bağlılıkla ilgili araştırmalarda (Wiener, 1977: 418-428; Mowday vd., 1982; Lamsa ve Savolainen, 1999:36; Balay, 2000:73; Wasti, 2002:526; Wasti ve Erdil, 2007: 43; Doğan ve Kılıç, 2007:44; Buluç, 2009: 17; Ersoy ve Bayraktaroğlu 2010:5; Karcioğlu ve Çelik, 2012: 63; Bağcı, 2013:167-168) Allen ve Meyer (1990) tarafından ortaya konulan üçlü bağlılık modelinin (duygusal, sürekli ve normatif) esas alındığı görülmektedir (Gürbüz, 2006: 58-59). Kısaca örgütsel bağlılığın yaygın bir şekilde ele alınan duygusal, sürekli ve normatif olarak sınıflandırılan üç türünden bahsetmek mümkündür (Durna ve Eren, 2005: 210). Bu örgütsel bağlılık boyutlarını aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür (Yenihan, 2014: 173).

Duygusal Bağlılık: Bu bağlılık türü tutumsal bağlılık olarak da tanımlanmakta ve personelin çalıştığı işletmelerine karşı, işletmelerin de misyon ve vizyonlarına uygun olarak geliştirdikleri bağlılık türünü ifade etmektedir Bireylerin yer aldığı kuruma dair geliştirdiği duygusal bağlılık kişinin kurumu ile entegrasyonunu, uyumunu, harmonizasyonunu ifade etmektedir.

Devamlılık Bağlılığı: Bu bağlılık türünü rasyonel bağlılık olarak da tanımlamak mümkündür. Personelin işletmeden ayrılması durumunda karşı karşıya kalacağı yükümlülüklerden maddi yükümlülüğün bireyde oluşturduğu bağlılığı açıklamaktadır. Birey herhangi bir maddi külfetin altına girmemek adına bu bağlılığı geliştirir ya da yükselme, terfi, tazminat gibi düşünceleri devamlılık bağlılığı geliştirmesine sebep olur.

Normatif Bağlılık: Bu bağlılık türünü, zorunlu/ kuralcı bağlılık olarak tanımlamak mümkündür. Personelin işletmesinde çalışmaya devam etmesine dair geliştirdiği zorunlu bağlılık duygusunu ifade eder. Birey kurumda kalmalı, işletmesine karşı maddi ve manevi yükümlülüklerini yerine getirmelidir. İşletme sahibinin personele atfettiği değer, işten

ayrıldıktan sonra üsteneceği maddi sorumluluklar bu bağlılığın gelişmesinde etkili bir faktör olabilir.

Personellerin çalıştığı işletmeye duygusal açıdan bağlanması ve bu hisse yönelik işletmesine karşı üstün bir çaba sarf etmesi gibi kavramları açıklayan duygusal bağlılık; kişilerin işletmelerinde kalmak istemelerinin temel sebebi olarak işletmenin amaç ve ideallerine yönelik kişilerin koşulsuz bağlılığını göstermektedir. İşletmelerine duygusal perspektiften bağlı olan personel o kurumda pek çok zorluğa rağmen kalmaya devam eder (Karacaoğlu ve Güney, 2010: 142). Personelin işletmedeki derecesi, pozisyonu, kariyer gelişimi, maddi olanaklarının mevcut durumu gibi hususları devam bağlılığı ile yüksek düzeyde ilişkilidir. Bireylerin bahsedilen koşullar neticesinde duygusal olarak kalmak istememesine karşın kendini kurumuna dair bağlı hissetmesi devam bağlılığını açıklamaktadır (Karahan, 2008: 236). Bireylerin işletmelerinde çalışmaya devam etmesine dair geliştirdiği sorumluluk duygusu ve bağlılık bilinci normatif bağlılık kavramını açıklamaktadır. Personel işletmesine karşı kendini sorumlu hissedebilir, bunu bir görev olarak hissedebilir ve bu tutuma dair hem duygusal bağlılığa hem de devam bağlılığına etki eden faktörler etkili olabilir (Gül, 2002).

Gül Erkol Bayram
2 (2) 2018

• 236

Etik Değerler - Örgütsel Bağlılık İlişkisi ve Turizm İşletmeleri

Pek çok faktör, insanların etik değerlerini etkileyebilir ki, özellikle sosyo-demografik değişkenler ile çalışanların etik değerleri arasındaki ilişki sıklıkla araştırılmıştır. Çalışanların etik değerlerini etkileyebilecek ikinci bir faktör de çalışanın görev pozisyonunun özellikleridir (Callan, 1992: 761-762). İnsan ilişkilerine dayalı bir sektör olan turizmin temel başarısının insan ilişkilerine dayandığını söylemek mümkündür. Yılmaz ve Bahadır (2011)'a göre tarihsel süreç içinde bireylerin birbiriyle olan iletişimde ve davranış kalıpları ve değer yargıları geliştirmesinde oldukça önemli bir yere sahip olan etik özellikle iletişime ve bireyler arası güçlü ilişkilere dayalı bir sektör olan turizm için vazgeçilmez bir kavram olarak görülmektedir

Emek yoğun yapıya sahip turizm sektöründe, insan (çalışan) diğer üretim faktörlerine kıyasla daha fazla önem arz etmektedir. Örneğin bir otelin başarılı olması, ayakta kalabilmesi, rakipleri ile mücadele etmesi maksimum düzeyde misafirin personelin iletişim becerilerinden mutlu ve memnun olmasına bağlı olarak görülmektedir (Avcı ve Küçükusta, 2009: 36). Eğer personel etik olmayan davranışlar sergilerse ve telafi etmezse turizm işletmeleri bu tutumdan büyük zarar görmektedir. Personelin belki de bilinçli bir biçimde hareket etmemesi ya da kaba bir davranış sergilemesi işletme açısından misafirlerin işletme duyulan güveni azaltacak, algılarının negatif düzeyde etkileyecek, tekrar ziyaretleri engelleyecek ve beraberinde büyük çaplı misafir kayıpları, kar ve Pazar payında düşüş gibi yüksek etkili

zararlara sebep olacaktır (Eröz ve Doğdubay, 2012: 152).

Literatür incelendiğinde; turizmde etik ve ilgili kavramlara (Treviño, 1986; Butler, 1992; Hultsman, 1995; Mason ve Mowforth, 1995; Payne ve Dimanche, 1996; Wheeller, 1997; Keung, 2000; Boulstridge ve Carrigan, 2000; Berno ve Bricker, 2001; Mintel 2001; Ryan, 2002; Campell, 2003; Goodwin, 2003; Werner, 2003; Dodds ve Josse, 2005; French, 2005; Kazokiene ve Virvilaite, 2005; Budeanu, 2005; Enea, 2007; Statman, 2007; Nill ve Schibrowski, 2007; Tepelus, 2008; Butcher, 2008; Hall ve Brown, 2008; Fennell, 2008; Schwartz, Tasser ve Font, 2008; Jenkins, 2008; Hall ve Brown, 2008; Schwartz, Tasser ve Font, 2008; Ratkovic Njegovan, 2009; Tomljenović ve Getz, 2009; Hoogervorst, De Cremer ve van Dijke, 2010; Harris, 2012; Knani, 2014) ve turizmde örgütsel bağlılık ve ilgili kavramlara (Deery ve Shaw, 1997; Hoque, 1999; Lashley ve Chaplain, 1999; Mclurc, 1999; Baum ve Lundtorp, 2000; Sharply ve Forster, 2002; Miller ve Walker, 2002; Adler ve Adler, 2004; Aksu ve Aktaş, 2005; Feinstein ve Vondrasek, Gonzales ve Garazo, 2006; Purcell ve Hutchinson, 2007; Zopiatis ve Constanti, 2007; Baum, 2007; Baum, Hearn ve Devine, 2007; Maxwell ve Steele, 2008; Blaskova ve Blasko, 2008; Shakeela ve Cooper, 2009; Fisher, McPail ve Menghetti, 2010; Davidson, Timo ve Wang, 2010) değinen araştırmaları görebilmek mümkündür. Ancak; turizm literatüründe etiğe yönelik genel algı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir.

Günümüz örgütlerinin yapısı incelendiğinde; insan faktörüne önem veren, çalışanların duygu ve fikirlerini önemseyen, işletmesiyle uyum içinde olan çalışanların varlığına duyulan gereksinim dikkat çekmektedir. Bununla birlikte çalışanların işletmelerine olan bağlılıklarını etkileyen bazı faktörlerin varlığı araştırılmış ve bunlardan biri olarak; etik değerler gösterilmiştir. Buradan hareketle çalışanların örgütlerine olan bağlılıklarında etik değerlerin önemli bir faktör olduğunu ifade etmek mümkündür. Ancak literatürde turizm işletmelerinde örgütsel bağlılık ve etik değerler arasındaki ilişkiye ve araştırmayı gerçekleştirdiğimiz bölgede bulunan turizm işletmelerinde çalışan personele ait ilişkiye dair çalışmaların sınırlı sayıda bulunuşu bu çalışmanın literatüre anlamlı bir katkı sunacağı yönündedir.

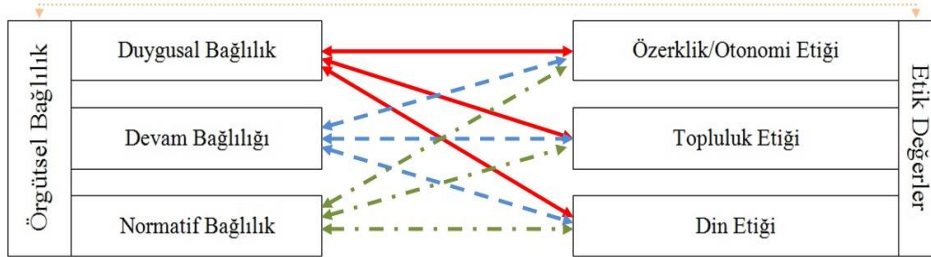
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Turizm sektörünün emek yoğun oluşu, personelin örgütüne karşı bağlılığını önemli kılmaktadır. Turizm personelinin örgütlerine olan bağlılıkları ile etik değerlere verdikleri önemin pozitif yönlü bir ilişkiye sahip olmasının turizmin gelişiminde önemli bir yere sahip olacağı düşünülmektedir. Randall ve Cote (1991)'un araştırmalarında belirttiği gibi; örgütsel bağlılık

ile etik değerler arasında bir ilişki vardır. Bir diğer ifadeyle; örgütsel bağlılık ve alt boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılığın etik değerler ve alt boyutları olan otonomi etiği, topluluk etiği, din etiği tarafından geliştirildiğini söylemek mümkündür. Bu çalışmada turizm personelinin örgütsel bağlılıkları ve etik değerleri arasındaki ilişkiye yönelik tutum ve algılarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Literatür incelendiğinde bu çalışmanın temel varsayımının; örgüte duygusal, devam ve normatif bağlılıkla personelin etik değerleri arasında ilişki olduğu yönündedir. Varsayımı açıklayan model şekil 1’de görülmektedir. Bu model çerçevesince; turizm işletmeleri çalışanlarının örgüte duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık düzeylerinin etik değerleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Araştırma modelinde yer alan; duygusal bağlılık, devamlılık bağlılığı, normatif bağlılık bağımsız; etik değerler bağımlı değişkendir. Literatür incelendiğinde; örgütsel bağlılığın alt boyutları olan duygusal, devamlılık, normatif bağlılığın birbiriyle olan ilişkisi ve örgütsel bağlılığın etik değerler ile ilişkisine dair çalışmaların var olduğu tespit edilmiştir (Randall ve Cote: 1991; Saks vd., 1996; Schwepker, 2001; Youself; 2000; Okpara; 2008).



Şekil 1. Araştırma Modeli

Örgüte duygusal, devamlılık ve normatif bağlılığın etik değerler ile ilişkisine yönelik varsayımı test etmeye dair hipotezler aşağıda yer almaktadır;

H1. Etik Değerler ile Örgütsel Bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1a.Özerklik/Otonomi Etiği alt boyutu ile Duygusal Bağlılık alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1b.Özerklik/Otonomi Etiği alt boyutu ile Devam Bağlılığı alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1c.Özerklik/Otonomi Etiği alt boyutu ile Normatif Bağlılık alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1d.Topluluk Etiği alt boyutu ile Duygusal Bağlılık alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1e.Topluluk Etiği alt boyutu ile Devam Bağlılığı alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1f.Topluluk Etiği alt boyutu ile Normatif Bağlılık alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1g.Din Etiği alt boyutu ile Duygusal Bağlılık alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1h.Din Etiği alt boyutu ile Devam Bağlılığı alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1i. Din Etiği alt boyutu ve Normatif Bağlılık alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

Evren ve Örneklem ve Verilerin Toplanması

Araştırmannın evrenini, Sinop, Samsun ve Kastamonu illerinde yer alan turizm işletmelerinde çalışan personel oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış olup; illere göre tabakalama yapılmıştır. 10.000 ve üzeri kitlelerde % 95 güven aralığında örneklem büyüklüğü 370 olarak tespit edilmiş; araştırmada 398 katılımcıya ulaşılmıştır (Gegez, 2010).

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda araştırmada turizm işletmeleri personeline gerçekleştirilen anket çalışmasına yer verilmektedir. Uygulanan anket formunda ilk olarak katılımcıların demografik ve diğer bazı bireysel özelliklerini (çalışılan işletme türü, çalışma süresi, pozisyon) belirlemeyi amaçlayan sekiz adet kapalı uçlu soruya yer verilmektedir. Kapalı uçlu sorular dışında araştırmada iki ayrı ölçeği kapsayan toplam 35 soru yer almaktadır. 1.-18. sorularda, Walker ve Jensen (2015) tarafından geliştirilen ve Dost Özkan (2016) tarafından Türkçeye çevrilen Etik Değerler Ölçeği (Ethical Values Assessment) kullanılmıştır. Bu ölçekteki ilk altı soru özerklik/otonomi etiğini, devamındaki altı soru topluluk etiğini, son altı soru ise din etiğini ölçmektedir. Araştırmada diğer kullanılan ölçek ise literatürde yaygın olarak kullanılan Meyer ve Allen (1991) tarafından geliştirilen Gündoğan (2009) tarafından Türkçeleştirilen üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekteki yer alan boyutlar ise; duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılıktır.

**Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma**

Veri Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizi, SPSS (PASW 22) aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda öncelikle katılımcıların bireysel özellikleri, frekans ve yüzde dağılımları ile sunulmuştur. Araştırma kapsamında elde edilen verilere; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik testleri yapılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formunu oluşturan ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin ölçülmesi amacıyla Cronbach Alpha değerleri hesaplanmıştır. Ayrıca her iki ölçeği oluşturan ifadelerin, gerek yapısal anlamda gerekse anlaşılabilirlik düzeyinin ölçülmesi amacıyla faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca ölçeklerdeki ifadelerin alt boyutlar kapsamında aritmetik ortalamasına ve standart sapma değerlerine yer verilmiştir. Son olarak, personelin algıladıkları kariyer platosunun, iş tatmini ve işten ayrılma niyetleri ile ilişkisinin belirlenmesinde korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Araştırmanın izleyen kısmında verilerin analizi doğrultusunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Gül Erkol Bayram
2 (2) 2018

BULGULAR

Ölçeklere İlişkin Güvenirlik ve Faktör Analizine Yönelik Bulgular

• 240

Verilerin faktör analizine uygunluğunun testi için KMO değerinin 0,60'ın üzerinde olması, Bartlett küresellik testinin ise istatistiksel olarak anlamlı çıkması gerekmektedir. Bu bağlamda etik değerler ölçeğinin analiz sonucunda KMO değeri 0,899 olarak hesaplanmış, Bartlett küresellik testi de istatistiksel olarak anlamlı ($p=0,00$) çıkmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeği analiz sonucunda KMO değeri 0,915 olarak hesaplanmış, Bartlett küresellik testi de istatistiksel olarak anlamlı ($p=0,00$) çıkmıştır. Dolayısıyla bu testlerin sonuçlarına göre verilerin faktör analizi için uygun olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca ölçeklere ve alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Literatürde araştırmacıların ele aldığı etik değerler ve alt boyutları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarının, indirgenmiş yapının doğrulanması amacıyla onaylayıcı faktör analizi yapılmıştır. Etik değerler ölçeğinin genel güvenilirlik kat sayısı, 884; Özerklik/Otonomi Etiği: ,884; Topluluk Etiği: ,624 ve Din Etiği: ,928 olarak hesaplanmıştır. Bağlılık ölçeğinin genel güvenilirlik kat sayısı, 923; Duygusal Bağlılık: ,850; Devam Bağlılığı: ,854 ve Normatif Bağlılık: ,887 olarak hesaplanmıştır.

Etik değerler ölçeğine yönelik yapılan faktör analizi sonucunda Özerklik/Otonomi Etiği alt boyutundan bir ifade ve Topluluk Etiği alt boyutundan bir ifade ölçekten çıkartılmıştır. Diğer ifadelerin faktör yükleri ve ölçeğin açıklanan varyans değerleri Tablo 2 üzerinde yer verilmektedir.

Tablo 2. Etik Değerler Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

		Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans
ETİK DEĞERLER			67,818
Özerklik/ Otonomi Etiğı	Kendi yaşamım için sorumluluk almak	,767	14,516
	Vücuduma iyi bakmak	,810	
	Kendimden memnun olmak	,867	
	Kişisel amaçlarıma ulaşmaya çalışmak	,782	
	Diğer bireylere karşı adil olmak/ adil davranmak	,613	
Topluluk Etiğı	Toplumun iyi bir üyesi olmak	,518	7,210
	Başkalarıyla dayanışmaya hazır olmak	,692	
	Toplumsal uyum için çaba göstermek	,632	
	Ait olduğum grupta/gruplarda yerimi ve rolümü bilmek	,738	
	Başkalarına karşı sorumluluklarımı yerine getirmek	,581	
Din Etiğı	Manevi selamete ulaşmayı amaçlamak	,708	46,092
	Maneviyatımı gözetmek	,752	
	Doğruyu yanlış ayıran manevi pusulaya sahip olmak	,797	
	Allah'ın/Tanrının emirlerine uymak	,877	
	Kutsal değerlere bağlı bir yaşam sürmeyi amaçlamak	,886	
	Manevi olarak temiz olmayı (günahlardan uzak durmayı) amaçlamak	,886	

**Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma**

• 241

Tablo 2’de görüldüğü üzere, etik değerler ölçeğı için yapılan faktör analizinde üç boyut elde edilmiştir. 16 ifadeden oluşan üç faktör, toplam varyansın %67,819’unu açıklamıştır. Buna göre özerklik/otonomi etiğı faktörü toplam varyansın %14,516’sını, topluluk etiğı faktörü toplam varyansın %7,210’unu; din etiğı faktörü ise toplam varyansın %46,092’sini açıklamaktadır. Örgütsel bağlılık ölçeğine yönelik yapılan faktör analizi sonuçlarına göre ifadelerin faktör yükleri ve ölçeğın açıklanan varyans değerleri Tablo 3’te verilmiştir.

Etik Değerler ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Turizm İşletmeleri Örneğinde Bir Araştırma

Tablo 3. Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

		Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans
ÖRGÜTSEL BAĞLILIK			63,991
Duygusal Bağlılık	Kariyer hayatımın geriye kalanını bu kurumda geçirmekten mutluluk duyarım.	,609	46,353
	Çalıştığım kurumun problemlerini kendi problemlerim gibi hissediyorum	,830	
	Bu kurumda kendimi “ailenin bir parçası” gibi hissediyorum	,793	
	Bu kuruma karşı duygusal bir bağ hissediyorum	,797	
	Çalıştığım kuruma karşı güçlü bir aidiyet duygusu hissediyorum.	,560	
	Çalıştığım kurumdan, dışarıdaki insanlara gururla bahsediyorum	,735	
Devam Bağlılığı	Şu an bu kurumdan ayrılmam, bundan sonraki hayatımda maddi zarara uğramama neden olur.	,537	9,990
	Şu an bu kurumda kalmam, istekten ziyade gerekliliktir.	,686	
	Bu kurumdan ayrılmayı düşünmek için çok az seçim hakkına sahip olduğuma inanıyorum.	,726	
	Benim için bu kurumdan ayrılmanın olumsuz sonuçlarından biri de, başka bir kurumun burada sahip olduğum olanakları sağlayamama ihtimalidir	,739	
	Başka bir iş ayarlamadan bu kurumdan ayrıldığımda neler olacağı konusunda endişe hissediyorum.	,804	
	Bu kurumda çalışmaya devam etmemin önemli nedenlerinden biri de, ayrılmamın kişisel fedakârlık gerektirmesidir	,600	
Normatif Bağlılık	Benim avantajıma olsa bile, çalıştığım kurumdan şimdi ayrılmak bana doğru gelmiyor.	,495	7,648
	Bu kurum benim sadakatimi hak ediyor.	,685	
	Bu kurumdan şimdi ayrılmanın, burada çalışan diğer insanlara karşı duyduğum sorumluluklar nedeniyle yanlış olacağını düşünüyorum.	,803	
	Çalıştığım kuruma çok şey borçluyum	,828	
	Bu kurumdan şimdi ayrılırsam suçluluk hissederim.	,819	

Tablo 3’te görüldüğü üzere, örgütsel bağlılık ölçeği için yapılan faktör analizinde üç boyut elde edilmiştir. 17 ifadeden oluşan üç faktör, toplam varyansın %63,991’ini açıklamıştır. Buna göre duygusal bağlılık faktörü toplam varyansın %46,353’ünü, devam bağlılığı faktörü toplam varyansın %9,990’ını; normatif bağlılık faktörü ise toplam varyansın %7,648’ini açıklamaktadır.

Katılımcı İş görenlere Yönelik Bulgular

Tablo 4. Katılımcılara Yönelik Genel Tanımlayıcı Bilgiler

Değişken		n	%	Değişken		n	%
Cinsiyet	Kadın	164	41,2	Medeni Durum	Evli	159	39,9
	Erkek	234	58,8		Bekâr	239	60,1
	Toplam	398	100,0		Toplam	398	100,0
Yaş	20 yaşından küçük	37	9,3	Eğitim Durumu	İlköğretim	43	10,8
	20-29 yaş	195	49,0		Lise	147	36,9
	30-39 yaş	90	22,6		Ön lisans	86	21,6
	40-49 yaş	49	12,3		Lisans	106	26,6
	50 yaş ve üzeri	27	6,8		Lisansüstü	16	4,0
	Toplam	398	100,0		Toplam	398	100,0

Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma

Araştırmaya turizm işletmelerinde çalışan 398 iş gören katılmıştır. Katılımcıların %58,8'ini erkek, %41,2'sini kadın katılımcılar oluştururken; büyük çoğunluğunun (%60,1) bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısına yakını (%49,0) 20-29 yaş aralığında yer alırken, eğitim durumu açısından lise (%36,9), ön lisans (%21,6) ve lisans (%26,6) eğitimi alanların çoğunluğu oluşturduğu belirlenmiştir. Katılımcılara yönelik tanımlayıcı bilgilere Tablo 4'te yer verilmiştir.

• 243

Tablo 5. Katılımcıların Çalışma Durumlarına Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler

Değişken		n	%	Değişken		n	%
Gelir	1500 TL ve altı	178	44,8	Çalışma Süresi	1 yıldan az	86	21,6
	1501-2000 TL	127	31,9		1-5 yıl	146	36,7
	2001-2500 TL	40	10,1		6-10 yıl	94	23,6
	2500 TL'den fazla	53	13,3		11-15 yıl	37	9,3
	Toplam	398	100,0		15 yıldan fazla	35	8,8
					Toplam	398	100,0
Çalışılan İşletme	Otel İşletmesi	275	69,1	Çalışılan Pozisyon	Üst Düzey Yönetici	47	11,8
	Seyahat Acentası	15	3,8		Orta Düzey Yönetici	74	18,6
	Yiy-İçecek İşletmesi	71	17,8		Alt Düzey Yönetici	61	15,3
	Diğer	37	9,3		Personel	216	54,3
	Toplam	398	100,0		Toplam	398	100,0

Yukarıda yer alan Tablo 5'te ise katılımcıların çalışma durumları ile ilişkili tanımlayıcı bilgiler yer almaktadır. Tablo 5 üzerinde katılımcılar gelir düzeyi açısından incelendiğinde, 1500 TL ve altında gelire sahip olanların katılımcıların %44,8'ini, çalışma süresi açısından incelendiğinde ise 1-5 yıl arasında çalışanların katılımcıların %36,7'sini oluşturduğu görülmektedir. Çalışan işletme bazında katılımcıları en fazla otel işletmesinde (%69,1) istihdam edildikleri ve katılımcıların en fazla yönetici konumunda olmayan personelden (%54,3) oluştuğu söylenebilmektedir.

Etik Değerler ve Örgütsel Bağlılığa İlişkin Bulgular

Tablo 6'da iş görenlerin etik değerlere ilişkin algılama düzeyleri ile ilgili bazı tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Tablo incelendiğinde genel olarak çalışanların tüm etik değer türlerine önem verdikleri ve etik değerlere uyma düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Etik Değerler Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapmalar

	Ort.	S. S.
ETİK DEĞERLER	4,27	,690
Özerklik/ Otonomi Etiği	4,29	,758
Kendi yaşamım için sorumluluk almak	4,33	,961
Vücuduma iyi bakmak	4,22	,983
Kendimden memnun olmak	4,29	,920
Kişisel amaçlarıma ulaşmaya çalışmak	4,31	,890
Diğer bireylere karşı adil olmak/ adil davranmak	4,30	,934
Topluluk Etiği	4,28	,861
Toplumun iyi bir üyesi olmak	4,30	,942
Başkalarıyla dayanışmaya hazır olmak	4,25	,938
Toplumsal uyum için çaba göstermek	4,41	2,706
Ait olduğum grupta/gruplarda yerimi ve rolümü bilmek	4,23	,953
Başkalarına karşı sorumluluklarımı yerine getirmek	4,23	,932
Din Etiği	4,25	,884
Manevi selamete ulaşmayı amaçlamak	4,10	1,057
Maneviyatımı gözetmek	4,20	1,018
Doğruyu yanlış ayıran manevi pusulaya sahip olmak	4,32	,931
Allah'ın/Tanrının emirlerine uymak	4,29	1,037
Kutsal değerlere bağlı bir yaşam sürmeyi amaçlamak	4,24	1,080
Manevi olarak temiz olmayı (günahlardan uzak durmayı) amaçlamak	4,32	1,059

Etik değerler ölçeğine ilişkin genel ortalamasının (4,27) ortalama ile oldukça yüksek olduğu söylenebilmektedir. Etik değerler ölçeği alt boyutlarından özerklik/ otonomi etiği alt boyutunun (4,29) en yüksek ortalama sahip alt boyut olduğu, topluluk etiği alt boyutunun (4,28) ortalama sahip olduğu, din etiği alt boyutunun ise (4,25) en düşük ortalama sahip alt boyut olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapmalar

	Ort.	S. S.
ÖRGÜTSEL BAĞLILIK	3,58	,865
Duygusal Bağlılık	3,74	1,020
Kariyer hayatımın geriye kalanını bu kurumda geçirmekten mutluluk duyarım.	3,62	1,292
Çalıştığım kurumun problemlerini kendi problemlerim gibi hissediyorum	3,74	1,142
Bu kurumda kendimi “ailenin bir parçası” gibi hissediyorum	3,82	1,219
Bu kuruma karşı duygusal bir bağ hissediyorum	3,73	1,199
Çalıştığım kuruma karşı güçlü bir aidiyet duygusu hissediyorum.	3,75	1,902
Çalıştığım kurumdan, dışarıdaki insanlara gururla bahsediyorum	3,76	1,176
Devam Bağlılığı	3,37	,979
Şu an bu kurumdan ayrılmam, bundan sonraki hayatımda maddi zarara uğramama neden olur.	3,41	1,293
Şu an bu kurumda kalmam, istekten ziyade gerekliliktir.	3,50	1,206
Bu kurumdan ayrılmayı düşünmek için çok az seçim hakkına sahip olduğuma inanıyorum.	3,25	1,347
Benim için bu kurumdan ayrılmanın olumsuz sonuçlarından biri de, başka bir kurumun burada sahip olduğum olanakları sağlayamama ihtimalidir	3,32	1,288
Başka bir iş ayarlamadan bu kurumdan ayrıldığımda neler olacağı konusunda endişe hissediyorum.	3,35	1,336
Bu kurumda çalışmaya devam etmemin önemli nedenlerinden biri de, ayrılmamın kişisel fedakârlık gerektirmesidir	3,41	1,250
Normatif Bağlılık	3,65	1,025
Benim avantajıma olsa bile, çalıştığım kurumdan şimdi ayrılmak bana doğru gelmiyor.	3,68	1,166
Bu kurum benim sadakatimi hak ediyor.	3,78	1,169
Bu kurumdan şimdi ayrılmanın, burada çalışan diğer insanlara karşı duyduğum sorumluluklar nedeniyle yanlış olacağını düşünüyorum.	3,61	1,183
Çalıştığım kuruma çok şey borçluyum	3,59	1,279
Bu kurumdan şimdi ayrılırsam suçluluk hissederim.	3,58	1,366

Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma

Tablo 7’de işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerine ilişkin bazı tanımlayıcı

istatistikler verilmiştir. Tablo incelendiğinde genel olarak çalışanların ortalamanın üstünde bağlılık düzeylerine sahip oldukları, devam bağlılığı düzeylerinin ise diğer bağlılık türlerine kıyasla düşük olduğu belirtilebilmektedir. Tablo 7 incelendiğinde örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin genel ortalamanın 3,58 ortalama ile ortalamanın üzerinde bir puana sahip olduğu söylenebilmektedir. Örgütsel bağlılık ölçeği alt boyutlarından duygusal bağlılık alt boyutunun (3,74) en yüksek ortalamaya sahip alt boyut olduğu, normatif bağlılık alt boyutunun (3,65) ortalamaya sahip olduğu ve devam bağlılığı alt boyutunun (3,37) en düşük ortalamaya sahip alt boyut olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Etik Değerler Alt Boyutları ile Örgütsel Bağlılık Alt Boyutları Arasındaki İlişki Analizi

		Duygusal Bağlılık	Devam Bağlılığı	Normatif Bağlılık
Özerklik/ Otonomi Etiği	Pearson Correlation	,191**	,007	-,023
	Sig. (2-tailed)	,000	,968	,646
	N	398	398	398
Topluluk Etiği	Pearson Correlation	,156**	,075	-,005
	Sig. (2-tailed)	,002	,312	,646
	N	398	398	398
Din Etiği	Pearson Correlation	,171**	,109*	,156**
	Sig. (2-tailed)	,001	,038	,002
	N	398	398	398

Tablo 8’de etik değerler ölçeği alt boyutları ile örgütsel bağlılık ölçeği alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları verilmektedir. Tablo incelendiğinde özerklik/otonomi etiği alt boyutu ile duygusal bağlılık alt boyutu arasında istatistiki açıdan anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişkiye (,191) rastlanılmıştır. Özerklik/otonomi etiği alt boyutu ile devam bağlılığı ve normatif bağlılık arasında ise istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Topluluk etiği alt boyutu ile örgütsel bağlılık alt boyutları arasında istatistiki açıdan anlamlı ilişki aranmış fakat sadece duygusal bağlılık alt boyutu ile istatistiki açıdan anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişkiye (,156) rastlanılmıştır. Din etiği ile örgütsel bağlılık alt boyutları arasında ise, duygusal bağlılık (,171), devam bağlılığı (,109) ve normatif bağlılık (,156) alt boyutları arasında istatistiki açıdan anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişkiye rastlanılmıştır. Bu durumda H1a, H1d, H1g, H1h, H1i hipotezleri kabul edilmiş, H1b, H1c, H1e, H1f hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 9. Etik Değerler ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki Analizi

		ÖRGÜTSEL BAĞLILIK
ETİK DEĞERLER	Pearson Correlation	,139*
	Sig. (2-tailed)	,010
	N	398

Tablo 9’da etik değerler ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları verilmektedir. Tablo incelendiğinde etik değerler ile örgütsel bağlılık değişkenleri arasında istatistiki açıdan anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişkiye (,139) rastlanılmıştır. Buradan hareketle etik değerlere yönelik tutumda meydana gelen artışın örgütsel bağlılık düzeyini de arttırabileceği söylenebilmektedir. Bu durumda H1 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada turizm işletmelerinde etik değerler ile örgütsel bağlılık kavramları üzerinde durulmuş, söz konusu kavramlar arasındaki ilişki hâlihazırda turizm işletmelerinde çalışmakta olan personelin kapsamında incelenmiştir. Araştırma kapsamında genel olarak personelin etik değerlere yönelik tutumlarının ve etik değerlere uyma düzeylerinin yüksek olduğundan bahsetmek mümkündür. Öte taraftan personelin genel olarak ortalamanın üstünde örgütsel bağlılık düzeylerine sahip oldukları, devam bağlılığı düzeylerinin ise diğer bağlılık türlerine kıyasla düşük olduğu görülmektedir.

Çalışma, genel olarak değerlendirildiğinde turizm işletmeleri personelinin etik değerlere yönelik tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Diğer bir ifadeyle, turizm işletmelerinde çalışan personelin etik değerlere yönelik tutumlarında meydana gelen artışın, örgütsel bağlılık düzeylerini de arttırabileceği saptanmıştır. Bununla birlikte etik değerler alt boyutları arasında din etiği alt boyutunun tüm örgütsel bağlılık alt boyutlarıyla pozitif yönlü zayıf bir ilişkisinin olduğu, diğer taraftan, örgütsel bağlılık alt boyutları arasında duygusal bağlılık alt boyutunun da tüm etik değerler alt boyutlarıyla pozitif yönlü zayıf bir ilişkisinin olduğu belirlenmiştir. Diğer bir deyişle, personelin din etiğine uyma düzeyleri arttıkça, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık düzeylerinin de artış gösterebileceği; personelin duygusal bağlılık düzeyleri arttıkça da, özerklik/otonomi etiği, topluluk etiği ve din etiğine uyma düzeylerinin artabileceği ortaya konan araştırma bulguları arasındadır. Araştırma sonuçlarına göre; özel sektöre, kamu kurumlarına ve gelecek araştırmacılara aşağıdaki önerileri sunmak mümkündür;

Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma

Gül Erkol Bayram
2 (2) 2018

• 248

- Örgüt çalışanların işletmelerine olan bağlılıklarını arttırmak için eğitim, iş geliştirme, ödüllendirme, terfi, ücret artışı gibi kavramlara önem vermesinin yanında; manevi değerlere, sosyal sorumluluk projelerine, iletişime önem verilebilir.
- İşletmeler belirli zamanlarda personelin istek ve ihtiyaçlarını, işletmenin eksik yönlerini, işletmeyi tehlikeye düşürebilecek hususları personelin fikir ve görüşleri ile değerlendirmeli ve incelemeli, anket, mülakat gibi yöntemlerle bilgileri güncellenebilir. Gerekli görülen durumlarda revizyona gidilmelidir.
- İşletme personelinin bağlılığını sağlayan en önemli unsurlardan biri de aidiyettir ve bu algı işletmenin personeline verdiği önem ve değere büyük oranda bağlıdır. Bunun bilinciyle işletmeler katılımcı idare biçimini uygulanabilir, personelin kendi alanları ve departmanlarına yönelik fikirleri alınabilir.
- Personelin işletmelerine yönelik aidiyet duygularını (önemsenme, takdir görme, eşit davranılması, beğenilmesi, ödüllendirilmesi, güven duyulması) güçlendirecek yaklaşımlar benimsenebilir.
- Personelin gelişimi ve ilerlemesine katkı sağlamak amacıyla gerekli imkân ve fırsatlar sunulmalı, ihtiyaç duyduğu eğitim ve altyapı desteği sağlanabilir.
- Personeler yetki ve sorumluluk kavramlarını benimseyebilecekleri, rahat ve özgür bir çalışma ortamı sağlanabilir.
- Turizm işletmeleri Dünya Turizm Örgütü'nün belirlediği etik ilkeleri takip etmeli, bu ilkeleri temel alarak kendilerine ait etik ilkeler oluşturabilir. Bu süreçte mevcut durum üzerinden hareket ederek, uygulamaya ve güncellemeye müsait ilkeler benimsemeli, bunların uygulanabilirliğini desteklenebilir.
- Etik kavramının işletmenin bir parçası haline gelmesi sağlanmalı, en alt kademedен en üst kademeye kadar bütün yönetici ve çalışanların konuyla ilgili bilgi sahibi olması için gerekli çalışmalar yapılabilir.
- Belirlenen ilkelerin uygulanması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması adına bir birim oluşturulup denetlenmesi sağlanabilir, işletme personelinin bu konuda belirli dönemlerde bilinçlenmesi adına çeşitli eğitim programları düzenlenebilir.
- Etik kavramının işletmelerde daha yüksek düzeyde benimsenmesi adına ödüllendirme ve cezalandırma gibi uygulamalarla personelin

işletmelerine olan bağlılıkları güçlendirilmeli, tavır ve tutumlarında etik kavramını daima göz önünde bulundurmaları sağlanabilir. Ayrıca takdir gören bir davranış ödüllendirildiği gibi uygunsuz bir davranış da cezalandırılabilir.

- Bu araştırma son yıllarda yoğun turist akışının görüldüğü Karadeniz'in popüler destinasyonlarından Samsun, Sinop, Kastamonu illerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın benzer lokasyonlarda gerçekleştirilmesinin literatüre anlamlı katkılar sunacağı umulmaktadır.
- Araştırmanın etik değer ve örgütsel bağlılık ilişkisini incelemesine ek olarak personelin verimliliğini ve motivasyonunu etkileyen benzer kavramların araştırmaya dâhil edilerek gerçekleştirilmesinin literatüre anlamlı katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma

KAYNAKÇA

- Aksoğan, M. (2017). Meslek Etiği. Erişim Tarihi: 11.05.2018
<https://admin.inonu.edu.tr/media/iys/cmsmenu/1210/2017/12/Meslek-Eti%C4%9Fi.pdf>
- Aksu, A. ve Aktas, A. (2005). Job Satisfaction of Managers in Tourism: Cases in the Antalya Region of Turkey. *Managerial Auditing Journal*, 20(5), 479- 488.
- Aras, G. (2001). *Ekonomi Forumu: İş Etiği, Etik Sorunlar, Yeni Yaklaşımlar*, İstanbul, Basım Çözüm Reklam.
- Avcı, N. ve Küçükusta, D. (2009). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1),33-44.
- Aydın, İ. P. (2001). *Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik*, 2. Baskı, Ankara: Pegem A Yayınevi.
- Bağcı, Z. (2013). Çalışanların Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir İnceleme, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 9, Sayı 19, ss.163-184.
- Baker, T. L., Hunt, T. G. ve Andrews, M. C. (2006). Promoting Ethical Behavior and Organizational Citizenship Behaviors: The Influence of Corporate Ethical Values. *Journal of Business Research*, 59(7), 849-857.
- Balay, R. (2000). *Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık*, Ankara: Nobel

Yayın Dağıtım.

Baron, D. P. (2000). *Business and Its Environment*, Third Edition, Prentice Hall, New Jersey.

Baum, T., ve Lundtorp, S. (2000). *Seasonality in tourism*. London: Elsevier.

Baum, T., Hearn, N., ve Devine, F. (2007). Place, people and interpretation: issues of migrant labor and tourism imagery in Ireland. *Tourism and Recreation Research*, 32(3), 39-48.

Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık. *Sayıştay Dergisi*, 59, 25-139.

Berno, T. ve Bricker, K. (2001). Sustainable tourism development: the long road from theory to practice, *International Journal of Economic Development*. 3, 3-21.

Beyers W, Goossens L, Vansant I., ve Mors E. (2003). A structural model of autonomy in middle and late adolescence: connectedness, separation, detachment and agency. *J Youth Adolesce* 32, 351-365.

Blaskova M., ve Blasko R. (2008). Sustainable Development of Rural Tourism through Relations between Customers' and Employees' Motivation. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, 15(4), 19-28.

Bolat, T., ve Seymen Aytemiz, O. (2003), Örgütlerde İş Etiği ve Kariyer Yönetimi İlişkisi: Normatif Etik Boyutuyla Bir Değerlendirme, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, *İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi, Yönetim*, 14(45), 3-19.

Boulstridge, E. ve Carrigan, M. (2000). Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude-behaviour gap. *Journal of Communication Management*, 4(4), 355-368.

Bozkurt, Ö. ve Yurt, İ. (2013). Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 121-139.

Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: A tour operator's perspective, *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 87-91.

Buluç, B. (2009). Sınıf Öğretmenlerinin Algılarına Göre Okul Müdürlerinin Liderlik Stilleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 15(57), 5-34.

Butcher, J. (2008). Ethical' travel and well-being: reposing the issue,

Tourism Recreation Research, 33(2), 219-222.

Butler, R. (1992). *Tourism, environment and development*. Environmental Conservation, 18(3), 201-209.

Callan, V. J. (1992). Predicting Ethical Values and Training Needs in Ethics. *Journal of Business Ethics*, 11(10), 761-769.

Campbell, S. (2003). It may be ethical but is it news? *In Focus*, Summer, Issue 47, 9.

Chonko L.,B., ve Hunt S.,D. (2000). Ethics and marketing management: a retrospective and prospective commentary. *J Bus Res*, 50, 235–44 .

Davidson, M. C. G., Timo, N., ve Wang, Y. (2010). How much does labor turnover cost? A case study of Australian four and five star hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(4), 451-466.

De George, R. T. (1986). *Business Ethics*, Macmillan, New York.

Deery, M. A., ve Shaw, R. N. (1997). An exploratory analysis of turnover culture in the hotel industry in Australia. *International Journal of Hospitality Management*, 16(4), 375-392.

Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (29),37-61.

Donyadide, A. (2010). Ethics in Tourism, *European Journal of Social Sciences*, 17(3), 426-433.

Dost Özkan, A. (2016). Etik Değerler Ölçeği-EDÖ-Uzun Form, <https://wordpress.clarku.edu/ljensen/files/2016/09/Measure-EVA-Turkish-081816.pdf> , Erişim Tarihi: 02.12.2018.

Dubinsky AJ., ve Ingram TN. (1984), Correlates of salespeople's ethical conflict: an exploratory investigation. *J Bus Ethics*, 3, 43–53.

Durna, U., ve Eren, V. (2005). Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210-219.

Enea, C. (2007), The tourism industry of ethics and tourism, *Management and Marketing Craiova*, 1, 166-170.

Eroğlu, A. H., Adıgüzel, O., ve Öztürk, U. C. (2011). Sessizlik Girdabı ve Bağlılık İkilemi: İşgören Sessizliği ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi ve Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 97-124.

Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma

- Eröz, S. S. ve Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1),133-157.
- Ersoy, S. ve Bayraktaroğlu, S. (2010). Örgütsel Bağlılık. Özler D. E. (Editör). *Örgütsel Davranışta Güncel Konular*. İstanbul: Ekin Yayın Evi.
- Feinstein, A. H. ve Vondrasek, D. (2001). A Study of Relationships between Job Satisfaction and Organizational Commitment among Restaurant Employees. *Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure Science*, 1(4), 1-20.
- Feinstein, A. H. ve Vondrasek, D. (2001). A Study of Relationships between Job Satisfaction and Organizational Commitment among Restaurant Employees, *Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure Science*, 1(4), 1-20.
- Fennell, D.A. (2008). Tourism ethics needs more than a surface approach, *Tourism Recreation Research*, 33(2), 223-224.
- Fisher R., McPail R., ve Menghetti G. (2010). Linking employee attitudes and behaviors with business performance: a comparative analysis of hotels in Mexico and China. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 387-404.
- French, S. (2005). Tourism and sustainable development, *Proceedings of the Foundation for Excellence in Business Practice Conference*, Geneva.
- Garcia T., ve Pintrich PR. (1996). The effects of autonomy motivation and performance in the college classroom. *Contemp Educ Psychol*, 21, 477-486.
- Gegez, E. (2010), *Pazarlama Araştırmaları*, 3. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Gonzalez, J. V., ve Garazo, T. G.(2006). Structural Relationships between Organizational Service Orientation, Contact Employee Job Satisfaction and Citizenship Behavior, *International Journal of Service Industry Management*, 17(1), 23-50.
- Goodwin, H., ve Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284.
- Gül, H. (2002). Örgütsel Bağlılık Yaklaşımlarının Mukayesesi ve Değerlendirmesi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(1), 37-56.
- Gündoğan, T. (2009). Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Örneği, Uzmanlık Tezi. Ankara: TC Merkez Bankası İnsan Kaynakları Genel

Müdürlüğü.

- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 48-75.
- Hall, D., ve Brown, F. (2008). The tourism industry's welfare responsibilities: an adequate response?, *Tourism Recreation Research*, 33(2), 213-218.
- Harris, L. C. (2012). Rissing off 'tourists: An empirical evaluation of tourists' perceptions and service worker (mis) behavior. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1070-1093.
- Hatcher, T. (2004). Environmental Ethics as an Alternative for Evaluation Theory in For-Profit Business Contexts. *Evaluation and Program Planning*, 27(3), 357-363.
- Hmel B.A., ve Pincus A.L. (2002). The meaning of autonomy: on and beyond the interpersonal circumplex. *J Pers*; 70, 277-310.
- Holjevac, I. A. (2008), Business Ethics in Tourism: As A Dimension of Tqm, *Total Quality Management*, 19(10), 1029-1041.
- Hoogervorst, N., De Cremer, D. ve van Dijke, M. (2010). Why leaders not always disapprove of unethical follower behavior: It depends on the leader's self-interest and accountability. *Journal of Business Ethics*, 95(1), 29-41.
- Hoque K. (1999). HRM and Performance in the UK hotel industry. *British Journal of Industrial Relations*, 37(3), 419-443.
- Hultsman, J. (1995). Just Tourism. An Ethical Framework, *Annals of Tourism Research*, 22(3), 553-567.
- Hunt SD, Wood VR., ve Chonko LB. (1989). Corporate individuals in organizations: an issue ethical values and organizational commitment in marketing. *J Mark*, 53(3), 79-90.
- Iverson, R. D. ve Buttigieg, D. M. (1999). Affective, Normative and Continuance Commitment: Can the 'Right Kind' of Commitment Be Managed?. *Journal of Management Studies*, 36(3), 307-333.
- Jenkins, C. L. (2008). Tourism and welfare: A good idea and a pious hope, *Tourism Recreation Research*, 33(2), 225-226.
- Kağıtçıbaşı Ç. (2005). Autonomy and relatedness in cultural context: implication for self and family. *J Cross Cult Psychol*; 36, 403-422.
- Kanter, R. M. (1968). Commitment and Social Organization: A Study of

Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma

Commitment Mechanisms in Utopian Communities. *American Sociological Review*, 499-517.

Karababa İ., (2005), Mühendislik ve Etik. 3. Ulusal Uçak, Havacılık ve Uzay Mühendisliği Kurultayı, 111, Ankara, 7-8 Mayıs.

Karacaoğlu, K. ve Güney, Y. S. (2010). Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılıklarının, Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkisi: Nevşehir İli Örneği. *Öneri*, 9(34), 137-153.

Karahan, A. (2015). Hekimlerin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini İlişkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Hastanesi Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (23), 1-10.

Gül Erkol Bayram
2 (2) 2018

Karalar, R., (2001), *Genel İşletme*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Karcioğlu, F. ve Çelik, Ü. H. (2012). Mobbing (Yıldıma) ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(1), 59-75.

• 254

Kazanç, S. (2013). Etik Değerler Beyannamesini İmzaladık. SYKONSEPT - Mart-Nisan Sayısı Erişim Tarihi: 08.05.2018
http://www.syk.com.tr/1/images/b629536f-6ba0-4d61-b607-ebd138473833_50.pdf.

Keung, S. W. C. (2000). Tourists' perception of hotel frontline employees' questionable job-related behaviour. *Tourism Management*, 21(2), 121-134.

Kılıç, G. (2008). Kariyer Yönetimi ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C. Gazi Üniversitesi, Ankara.

Kirel, Ç. (2000). Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması, Eskişehir, *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Yayınları*, No: 1211, Yayın No: 168, 4-16.

Knani, M. (2014). Ethics in the hospitality industry: Review and research agenda. *International Journal of Business and Management*, 9(3), 1-8.

Kulshreshta, P. (2005). Business Ethics versus Economic Incentives: Comtemporary Issues and Dilemmas, *Journal of Business Ethics*, 60(4), 393-410.

Lamsa, A. M., ve Savolainen, T. (1999). Exploring commitment in different contexts of change: findings from a study on downsizing and quality improvement. *Allied Academies*, 4(10).

- Lashley, C., ve Chaplain, A. (1999). Labor turnover: Hidden problem – hidden cost. *The Hospitality Review*, 1(1), 49-54.
- Mason, P. ve Mowforth, M. (1995). Codes of Conduct in tourism. *Occasional papers in Geography*, No. 1. University of Plymouth, Department of Geographical Studies.
- Maxwell, M. ve Steele, G. (2008). Organizational Commitment: A Study of Managers in Hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(7), 362-369.
- McClurg, L. N. (1999). Organizational Commitment in the Temporary-Help Service Industry, *Journal of Asslied Management Studies*, 8(1), 5-26.
- Mendonca M., ve Kanungo R. (2006). *Ethical Leadership*, Open University Pres, Buckingham.
- Meslekî Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi [MEGEP]. (2006). *Tüm Alanlar*, Meslek Etiği. T.C. Millî Eğitim Bakanlığı.
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment, *Human Resource Management Review*, 1 (1), 61-89.
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Miller, J. E., Walker, K. E., Drummond, K. E. ve Hoboken, M. (2002). *Supervision in the Hospitality Industry*, 4th Edition, John Wiley & Sons, Hoboken.
- Mintel. (2001). *Ethical tourism. Leisure Intelligence* – UK report. October. Mintel International Group Ltd.
- Mosley D. C., Paul H. P., ve Leon C. M., (1996). *Management Leadership in Action.*, New York, Harper Collins.
- Mowday Richard T., Lyman W. Porter ve Richard M. Steers (1982). *Employee- Organization Linkages: the Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*, New York: Academic Press.
- Nill, A., ve Schibrowski, J. A. (2007). Research on marketing ethics: a systematic review of the literature, *Journal of Macromarketing*, 27, 256.
- O'Reilly, C. ve Chatman, J. (1986). Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effect of Compliance, Identification

and Internalization on Prosocial Behavior, *Journal of Asslied Psychology*, 71(3), 492-499.

Oğuz, N.Y., Tepe, H., Büken, N.Ö. ve Kucur, D.K. (2005). Biyoetik Terimleri Sözlüğü. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu. Meteksan AŞ, 196-200.

Okpara, J.O. ve Wynn, P. (2008). The impact of ethical decision-making behavior. J Assl Psychol climate on job satisfaction, and commitment in Nigeria. Implications for management development. *Journal of Management Development*, 9(27), 935-950.

Özgener, Ş. (2004), *İş Ahlâkının Temelleri*, İstanbul, Nobel Yayın-Dağıtım.

Özutku, H. (2008). Örgüte Duygusal, Devamlılık ve Normatif Bağlılık ile İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Istanbul University Journal of the School of Business*, 37(2), 79-97.

Payne, D. ve Dimanche, F. (1996). Towards a code of conduct for the tourism industry: An ethics model. *Journal of Business Ethics*, 15(9), 997-1007.

Pehlivan, İ. (1997). Yönetimde Etik Sorunu ve Kamu Yöneticisinin Etik Davranışları, 21.yüzyılda Nasıl Bir Kamu Yönetimi Sempozyumu, 7-9 Mayıs 1997, Ankara, TODAİE Yayınları.

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

Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. ve Boulian, P. V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Among Psychiatric Technicians. *Journal of Asslied Psychology*, 59(5), 603-609.

Purcell J., ve Kinnie N. (2007). HRM and business performance. İçinde Boxall P., Purcell J., Wright P.(Edt.), *The Oxford Handbook of Human Resource Management* (533-551). United Kingdom, Oxford University Press.

Randall, D.M., ve Cote, J.A.(1991). Interrelationship of influence of ethical climate and ethical work commitment constructs. Work and conflict on role stress in the sales force. *Occupations*, 2(18), 194.

Ratkovic Njegovan, B. (2009). *Business Ethics*, Faculty of Technical Sciences, Novi Sad.

Rogene A. Buchholz, Sandra B. Rosenthal (1998). *Business Ethics*, Prentice Hall, Usser Saddle River.

- Ryan, C. (2002). Equity, management, power sharing and sustainability – issues of the ‘new tourism’. *Tourism Management*, 23, 17-26.
- Saks, A.M., Mudrack , P. E., ve Ashforth., B.E. (1996). Job satisfaction as predictors’ attitudes toward "The Relationship between the work ethic, job attitudes, intentions to quit, and turnover temporary service employees. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, (3), 226- 236.
- Schermerhorn J. R. (1999). *Management*, John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Schminke M, Ambrose ML, ve Noel TW. (1997). The effect of ethical frameworks on perceptions of organizational justice. *Acad Manage J*, 40:1190–207.
- Schweper CH, Ferrell OC., ve Ingram TN. (1997). The influence of ethical climate and ethical conflict on role stress in the sales force. *J Occupations*, 2(18), 194.
- Schweper Jr, C. (2001). Ethical climates relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the sales force. *Journal of Business Research*, 54(72), 520-571.
- Sctwartz, K., Tasser, R., ve Font, X. (2008). A sustainable sussly chain management framework for tour operators, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 298-314.
- Seyedin H., Zaboli R., Malmoon Z., ve Azami S. (2013). The relationship between Ethical Values and Organizational Commitment of staff in Public and Non- Public Hospitals. *IJHS*; 1(1): 1-7
- Shakeela, A., ve Cooper, C. (2009). Human resource issues in a small island setting: the case of the Maldivian tourism industry. *Tourism Recreation Research*, 34(1), 67-79.
- Sharply R., ve Forster G. (2002). The implication of hotel employee attitudes for the development of quality tourism: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 24, 687-697.
- Statman, M. (2007). Local ethics in a global world. *Financial Analysts Journal*, 63(3), 32-41.
- Steinberg L., ve Silverberg SB. (1986). The vicissitudes of autonomy in early adolescence. *Child Dev*; 57, 841-851.
- Stroll, A., Long, A.A., Bourke, V.J., ve Campbell, R., (2008). *Etik Kuramları*, Derleyen ve Çeviren Mehmet Türkeri, Ankara, Lotus Yayınevi.

- Tepelus, C.M. (2008). Social responsibility and innovation on trafficking and child sex tourism: Morphing of practice into sustainable tourism policies?, *Tourism and Hospitality Research*, 8(2), 98-115.
- Tevruz, S. (2007). Etik Yaklaşımlar ve İş Ahlakı, *İş Hayatında Etik*, Edt.Suna T., İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Tomljenović, R. ve Getz, D. (2009). Life-cycle stages in wine tourism development: A comparison of wine regions in Croatia and Canada. *Tourism Review International*, 13(1), 31-49.
- Trevino L.K., ve Youngblood S.A. (1990). Bad assles in bad barrels: a causal analysis of ethical decision-making behavior. *J Assl Psychol*, 75, 378–85.
- Treviño, L. K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. *The Academy of Management Review*, 11(3), 601-617.
- Usta, A. (2011). Kuramdan Uygulamaya Kamu Yönetiminde Etik ve Ahlak. Karamanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 39-50.
- Uysal, E. (2005). Dindarlığın Ahlâkî Temeli Üzerine Bazı Düşünceler, *T.C. Uludağ Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi*, 14(1), 41-59.
- Velasquez M. G., (2002). *Business Ethics Concepts and Cases*, Prentice Hall, Fifth Edition.
- Walker, P.M.L. ve Jensen, A.L. (2015), Validation of the long- and short-form of the Ethical Values Assessment (EVA)-A questionnaire measuring the three ethics approach to moral psychology, Çeviren: Dost Özkan, A. *Sage Journals*, 40(2), 181-192.
- Wasti, S. A. (1999). Organizational Commitment and Collectivism: The case of Turkey, Unpublished Doctoral Dissertation. University of Illinois, Urbana – Champaign.
- Wasti, S. A. ve Erdil, S. E. (2007). Bireycilik ve Toplulukçuluk Değerlerinin Ölçülmesi: Benlik Kurgusu ve INDCOL Ölçeklerinin Türkçe Geçerlemesi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 7, 39-66.
- Werner, C. (2003). The new Silk Road: mediators and tourism development in Central Asia, *Ethnology*, 24(2), 141-159.
- Wheeller, B. (1997). Tourism's Troubled Times: Responsible tourism is not the answer, in France, L (ed.) *The Earthscan Reader in Sustainable Tourism*. London: Earthscan Publishing Ltd.

- Wiener, Y., Gechman, A. S. (1977). Commitment: A behavioral approach to job involvement. *Journal of Vocational Behavior*, 10(1), 47-52.
- Yenihan, B. (2014). Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Arasındaki İlişki, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 170-178.
- Yilmazer, A. ve Bahadır, İ. (2011). Otel İşletmelerinde Önbüro Çalışanlarının Etik Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 21-40.
- Yousef, D.A. (2000). Organizational commitment as a mediator of a relationship between islamic factors influencing perceptions of ethical work ethic and attitude toward organizational problems and alternatives. *Human Relations Towards The Integration Of The Social Sciences*, 4(53),739-740.
- Zangaro, G. A. (2001). Organizational Commitment: A Concept Analysis. *Nursing Forum*, 36(2), 14-21.
- Zopiatis, A., ve Constanti, P. (2007). Human resource challenges confronting the Cyprus hospitality industry. *EuroMed Journal of Business*, 2(2), 135-153.

Etik Değerler ve
Örgütsel Bağlılık
İlişkisi Üzerine
Turizm İşletmeleri
Örneğinde Bir
Araştırma