

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

KOBİ'LERDE İŞ AHLAKI: ADAPAZARI ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Arif YILDIZ

**Enstitü Anabilim Dalı: İşletme
Enstitü Bilim Dalı : Yönetim ve Organizasyon**

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Cemal SEZER

MAYIS 2007

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KOBİ'LERDE İŞ AHLAKI: ADAPAZARI ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Arif YILDIZ

Enstitü Anabilim Dalı: İşletme
Enstitü Bilim Dalı : Yönetim ve Organizasyon

Bu tez 21.06.2007 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Recai COŞKUN
Jüri Başkanı

Doç. Dr. Orhan BATMAN
Jüri Üyesi

Yrd. Doç. Dr. Cemal SEZER
Jüri Üyesi

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Arif YILDIZ

22.05.2007

ÖNSÖZ

Her zaman akademisyenlerin ve çeşitli araştırma gruplarının ilgisini çekmiş olan ve çekmeye devam eden 'KOBİ' ve son yıllarda önemi artan 'İş Ahlakı' konuları araştırmaya değer bulunmuştur. Bu çalışmanın hazırlanmasında yardımlarından ötürü danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Cemal Sezer'e, konu hakkında ki yazın taraması için gerekli olan kaynakları sağladığı için tüm İGİAD mensuplarına, bana olan desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen çok değerli Aileme ve tabi tezi yazabilmem için gerekli teknik donanımı ve manevi desteğini hiçbir zaman inkâr etmeyeceğim biricik Kımıl'ıma teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Arif YILDIZ

28 Mayıs 2007

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|-----------|
| KISALTMALAR..... | iv |
| TABLO LİSTESİ..... | v |
| ŞEKİL LİSTESİ..... | vii |
| ÖZET..... | viii |
| SUMMARY..... | ix |
| GİRİŞ | 1 |
| BÖLÜM 1: GENEL KAVRAMLAR | 5 |
| 1.1. KOBİ Kavramı | 5 |
| 1.2. KOBİ'lerin Önemi | 6 |
| 1.2.1. KOBİ'lerin Türkiye'deki ve Dünyadaki Yeri | 6 |
| 1.3. KOBİ'lerin Özellikleri | 9 |
| 1.4. KOBİ'lerin Tanımlanmasının Gerekliliği | 10 |
| 1.4.1. KOBİ'lerin Tanımlanmasında Kullanılan Ölçütler..... | 11 |
| 1.4.1.1. Nicel Ölçütler | 11 |
| 1.4.1.2. Nitel Ölçütler..... | 11 |
| 1.5. KOBİ Tanımı | 12 |
| 1.5.1. Türkiye'de KOBİ Tanımı..... | 12 |
| 1.5.2. Avrupa Birliğinde KOBİ Tanımı | 14 |
| 1.5.3. Japonya'da KOBİ Tanımı | 15 |
| 1.5.4. ABD'de KOBİ tanımı | 15 |
| 1.5.5. Dünya Bankasının KOBİ Tanımı..... | 16 |
| 1.6. KOBİ'lerin Tarihçesi | 16 |
| 1.7. KOBİ'lerin Sınıflandırılması | 18 |
| 1.7.1. Fonksiyonları Bakımından Sınıflandırma | 19 |
| 1.7.2. İş Gören Sayısı Bakımından Sınıflandırma | 19 |
| 1.8. KOBİ'lerin Ortak Nitel Özellikleri | 20 |
| 1.9. Ahlâk Kavramı | 21 |
| 1.10. Ahlâkın Tanımı ve Önemi..... | 22 |
| 1.11. Temel Ahlâki Değerler..... | 24 |
| 1.12. Ahlâk-Etik-Moral İlişkisi | 25 |
| 1.13. Ahlâkın İlişkili Olduğu Diğer Kavramlar | 27 |
| 1.13.1. Töre | 27 |
| 1.13.2. Örf ve Adet..... | 27 |
| 1.14. Değerler, Normlar ve Ahlâk..... | 27 |
| 1.14.1. Değerler ve Ahlâk | 28 |
| 1.14.2. Normlar ve Ahlâk..... | 28 |
| 1.15. Gündelik Hayatta Ahlâkın Rolü..... | 30 |
| BÖLÜM 2: İŞ AHLÂKI | 31 |
| 2.1. İş Ahlâkı Kavramı ve Sosyal Sorumluluk..... | 31 |

| | |
|--|----|
| 2.2. İş Ahlâkı Tanımı ve Önemi..... | 35 |
| 2.3. İş Ahlâkının Tarihsel Gelişimi..... | 37 |
| 2.3.1. ABD’de İş Ahlâkının Gelişimi..... | 38 |
| 2.3.2. Avrupa’da İş Ahlâkının Gelişimi..... | 40 |
| 2.3.3. Türkiye’de İş Ahlâkının Gelişimi..... | 41 |
| 2.3.3.1. İslamiyet’ten Önceki Eski Türk Devletlerinde İş Ahlâkı..... | 41 |
| 2.3.3.2. İslamiyet Sonrası Türk Devletlerinde İş Ahlâkı..... | 42 |
| 2.3.3.3. Cumhuriyet Döneminde İş Ahlâkı..... | 45 |
| 2.4. İş Ahlâkıyla İlgili Yaklaşımlar..... | 48 |
| 2.4.1. Teleolojik (Gayeci) Yaklaşımlar..... | 48 |
| 2.4.1.1. Egoizm Yaklaşımları..... | 49 |
| 2.4.1.2. Erdem Ahlâkı..... | 51 |
| 2.4.1.3. Faydacılık Yaklaşımı..... | 51 |
| 2.4.2. Deontolojik Yaklaşımlar..... | 55 |
| 2.4.2.1. Kant Ahlâkı..... | 55 |
| 2.4.2.2. Haklar Yaklaşımı..... | 58 |
| 2.4.2.3. Adalet Yaklaşımı..... | 60 |
| 2.4.3. Rölâivist Yaklaşımlar..... | 61 |
| 2.4.3.1. Saf Rölâativizm..... | 63 |
| 2.4.3.2. Rol Rölâativizmi..... | 63 |
| 2.4.3.3. Sosyal Grup Rölâativizmi..... | 64 |
| 2.4.3.4. Kültürel Rölâativizm..... | 64 |

BÖLÜM 3: İŞLETMELER ve İŞ AHLÂKI..... 65

| | |
|---|----|
| 3.1. Ahlâki Karar Verme..... | 65 |
| 3.1.1. Ahlâki Karar Vermenin Önemi..... | 65 |
| 3.1.2. Ahlâki Karar Verme Modelleri..... | 66 |
| 3.1.2.1. Bartel Modeli..... | 67 |
| 3.1.2.2. Cavanagh Modeli..... | 67 |
| 3.1.2.3. Bommer Modeli..... | 68 |
| 3.1.2.4. Etzioni’nin İlimli Deontoloji Kuramı..... | 68 |
| 3.1.2.5. Pruden Modeli..... | 68 |
| 3.1.2.6. Kohlberg’in Bilişsel Ahlâki Gelişim Modeli..... | 68 |
| 3.1.2.7. Stassen Modeli..... | 69 |
| 3.1.2.8. Ferrel, Gresham ve Fraedrich Modeli..... | 69 |
| 3.1.3. Ahlâki Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler..... | 69 |
| 3.1.3.1. Bireysel Faktörler..... | 70 |
| 3.1.3.2. Örgütsel Faktörler..... | 72 |
| 3.1.3.3. Kontrol Alanı..... | 74 |
| 3.2. İş Ahlâkına Uygun Olmayan Davranışlar..... | 74 |
| 3.3. İş Ahlâkına Aykırı Davranmanın Nedenleri..... | 76 |
| 3.3.1. Kişisel Nedenler..... | 76 |
| 3.3.1.1. Ahlâki Ölçütleri Farklı Yorumlama..... | 76 |
| 3.3.1.2. Bireyin Bencil Davranması..... | 77 |
| 3.3.1.3. Ahlâki İkilemler..... | 77 |
| 3.3.1.4. Mesleki Bilgi Yetersizliği..... | 77 |
| 3.3.2. Dışarıdan Kaynaklanan Nedenler..... | 78 |

| | |
|---|----|
| 3.3.2.1. Gri Alanlar | 78 |
| 3.3.2.2. İşletme Yönetiminin Ahlâki Davranışları Algılama Farkı | 78 |
| 3.3.2.3. Rekabet..... | 78 |
| 3.3.2.4. Meslek Ücreti | 79 |
| 3.3.2.5. Karşılıklı Güvensizlik | 79 |
| 3.4. İş Ahlâkına Uygun Olmayan Davranışların Maliyeti | 79 |
| 3.5. İş Ahlâkı, Verimlilik ve Kârlılık | 80 |
| 3.6. İş Ahlâkının Kurumsallaşması | 81 |

BÖLÜM 4: ADAPAZARI'NDA FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERİN İŞ AHLÂKI YAKLAŞIMLARINA DAİR BİR ARAŞTIRMA.....85

| | |
|---|------------|
| 4.1. Araştırmanın Problemi | 85 |
| 4.2. Araştırmanın Amacı | 86 |
| 4.3. Araştırma Soruları | 86 |
| 4.4. Araştırmanın Yöntemi..... | 87 |
| 4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları | 88 |
| 4.6. Evren | 89 |
| 4.7. Örneklem..... | 89 |
| 4.8. Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi..... | 90 |
| 4.8.1. Anketin Geçerliliği..... | 90 |
| 4.8.2. Anketin Güvenilirliği | 91 |
| 4.9. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları | 91 |
| 4.9.1. Örneklem Genel Özellikleri | 91 |
| 4.9.2. Araştırmanın Başlıca Bulguları..... | 95 |
| 4.9.3. Araştırma Sorularının Test Edilmesi..... | 99 |
| 4.9.4. Araştırmanın Diğer Bulguları | 103 |
| SONUÇLAR | 107 |
| KAYNAKLAR | 110 |
| EKLER..... | 118 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 124 |

KISALTMALAR

| | |
|----------------|--|
| İMKB | : İstanbul Menkul Kıymetler Borsası |
| KOSGEB | : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Başkanlığı |
| İSO | : İstanbul Sanayi Odası |
| DİE | : Devlet İstatistik Enstitüsü |
| DPT | : Devlet Planlama Teşkilatı |
| DTM | : Dış Ticaret Müsteşarlığı |
| TOBB | : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği |
| SBA | : Small Business Administration (Küçük İşletme İdaresi) |
| İSKİ | : İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi |
| BNV | : Beyaz Nokta Vakfı |
| TSHD | : Toplumsal Saydamlık Hareketi Derneği |
| TÜKODER | : Tüketici Koruma Derneği |
| TEDMER | : Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı |
| İGİAD | : İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği |
| TÜSİAD | : Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği |
| TÜRMOB | : Türkiye Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği |
| HÜEM | : Hacettepe Üniversitesi Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi |
| EBEN | : European Business Ethics Network (Avrupa İş Ahlakı Ağı) |
| ATSO | : Adapazarı Ticaret ve Sanayi Odası |
| OSB | : Organize Sanayi Bölgesi |

TABLO LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Tablo 1: Bazı ülkelerde KOBİ'lerin ekonomi içindeki yeri..... | 7 |
| Tablo 2: Farklı ülkelerdeki imalat sanayindeki KOBİ'lerin yeri..... | 8 |
| Tablo 3: Türkiye'de farklı kurum ve kuruluşlarca yapılan KOBİ tanımları..... | 13 |
| Tablo 4: Yenilenmiş KOSGEB tanımı..... | 13 |
| Tablo 5: Avrupa birliği tarafından önerilen KOBİ tanımı..... | 14 |
| Tablo 6: Japonya'da KOBİ tanımı..... | 15 |
| Tablo 7: ABD sanayi sektörü KOBİ tanımı..... | 16 |
| Tablo 8: Dünya Banksı KOBİ tanımı..... | 16 |
| Tablo 9: Kohlberg'in bilişsel ahlak gelişim modeli..... | 72 |
| Tablo 10: Cevaplayıcıların yaşlarına göre dağılımı..... | 92 |
| Tablo 11: Cevaplayıcıların cinsiyetlerine göre dağılımı..... | 92 |
| Tablo 12: Cevaplayıcıların eğitim seviyelerine göre dağılımı..... | 93 |
| Tablo 13: Cevaplayıcıların konumlarına göre dağılımı..... | 93 |
| Tablo 14: Cevaplayıcıların aylık gelirlerine göre dağılımı..... | 93 |
| Tablo 15: Cevaplayıcıların yöneticilik yapma yıllarına göre dağılımı..... | 94 |
| Tablo 16: İşletmelerin faaliyet gösterdiği sektöre göre dağılımı..... | 94 |
| Tablo 17: İşletmelerin çalışan sayılarına göre dağılımı..... | 95 |
| Tablo 18: Hedonist Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı..... | 96 |
| Tablo 19: Faydacılık Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı..... | 96 |
| Tablo 20: Ahlaki Egoizm Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı..... | 97 |
| Tablo 21: Haklar Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı..... | 98 |
| Tablo 22: Rölâтивist Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı..... | 98 |

| | |
|--|-----|
| Tablo 23: Araştırma sorusu 1'in Ki Kare ile testi | 99 |
| Tablo 24: Araştırma sorusu 2'nin Ki Kare ile testi | 100 |
| Tablo 25: Araştırma sorusu 3'ün Mann Whitney U ile testi..... | 101 |
| Tablo 26: Araştırma sorusu 4'ün One-Way Anova ile testi | 102 |
| Tablo 27: Araştırma sorusu 5'in Ki Kare ile testi | 103 |
| Tablo 28: İşletmelerde iş ahlakının yazılı olması cevapların dağılımı..... | 103 |
| Tablo 29: Ödül / Ceza sistemi sorusuna verilen cevapların dağılımı..... | 104 |
| Tablo 30: İş ahlakıyla ilgili birim varmı sorusuna verilen cevapların dağılımı..... | 104 |
| Tablo 31: İşletmenin verdiği eğitimler sorusuna verilen cevapların dağılımı..... | 105 |
| Tablo 32: İş ahlakı bilgilerinizi nereden edindiniz sorusunun cevap dağılımı..... | 105 |
| Tablo 33: Ödül/Ceza sistemi ve görev eğilimi Independent Samples T ile testi..... | 106 |

ŞEKİL LİSTESİ

| | |
|--|----|
| Şekil 1: Ahlaki / ahlaki olmayan karar / davranış modeli..... | 70 |
|--|----|

| | |
|--|---|
| Tezin Başlığı: KOBİ'lerde İş Ahlakı: Adapazarı Örneği | |
| Tezin Yazarı: Arif YILDIZ | Danışman: Yrd. Doç. Dr. Cemal SEZER |
| Kabul Tarihi: 21.06.2007 | Sayfa Sayısı: IX(ön kısım) + 117(tez) + 7(ekler) |
| Anabilimdalı: İşletme | Bilimdalı: Yönetim Organizasyon |
| <p>Ülkemiz ekonomisinde de, dünya ülkelerinde olduğu gibi önemli bir yeri olan KOBİ'lerin, toplam işletme sayısı içerisinde aldıkları pay ve istihdam sağlama oranları göz önüne alındığında, bu iki kalemin neredeyse tamamının bu sektörde gerçekleştirildiği görülmektedir.</p> <p>İş ahlakının, yapılacak olan davranış ya da alınacak karara göre işletmenin verimliliğine, toplum gözündeki değerine, kârlılığın yaptığı olumlu katkı, ya da aksi durumda meydana gelen olumsuz durum, işletmelerin iş ahlakı kurallarına uygun hareket etmelerini hayati bir öneme getirmiştir.</p> <p>Bu çalışma ülke ekonomisinde önemli yeri olan KOBİ'lerde, varlığı işletmeler için varlık meselesi haline gelen iş ahlakı kavramının nasıl algılandığının küçük bir resmini çekmeği ve özellikle yazında adı geçen iş ahlakı yaklaşımlarına olan yakınlıklarını ya da uzaklıklarını ölçmeyi amaçlamaktadır.</p> <p>Çalışma için ideal evren bu düzeyde bir araştırma için mümkün olmadığından, gerçekçi bir evren tanımlanmış ve kapsam Adapazarı merkez ilçede faaliyet gösteren KOBİ'ler olarak belirlenmiştir. Gerekli kaynak taraması yapıp teorik altyapı oluşturulduktan sonra, uygulama çalışması için bu boyutta örneklerde en uygun yöntem olan anket tercih edilmiştir. Bütün işletmeler tek tek gezilerek, elden bırakıp alma şeklinde uygulanan anket yönteminde, cevaplayıcıların isteği üzerine, soru cevap şeklinde biçimsel mülakat yöntemi imkânı da bulunmuş, buradan edinilen gözlem ve bilgiler çalışmada kullanılmıştır.</p> <p>Çalışma sonunda elde edilen bulgulardan çıkarılan sonuçlar örneklemin Hedonizm Yaklaşımına önemli ölçüde yatkın olmadığını aynı şekilde Faydacılık Yaklaşımı ve Ahlakî Egoizm yaklaşımlarının da örneklemler tarafından benimsenmediği şeklindedir. Rölativizmde örneklemler tarafından diğer üç yaklaşım kadar güçlü olmasa da kabul görmemiştir. Ancak haklar yaklaşımı hakkında yorum yapmak mümkün görünmemektedir. Araştırmadan çıkan diğer bir sonuç ise KOBİ'lerde kavram olarak 'iş ahlakı' pek olmasa da özellikle usta çırak ilişkisiyle yürütülen işlerde ve genel olarak işletmelerin hepsinde hala belirli ahlak kurallarının olduğu yönündedir. Ancak iş ahlakı anlayışının KOBİ'lerde kurumsallaşma düzeyi pek yüksek değildir.</p> | |
| Anahtar Kelimeler: KOBİ, Ahlak, İş Ahlakı, İş Ahlakı Yaklaşımları. | |

| | |
|---|--|
| Title of the Thesis: Business Ethics in Small Business: A Case of Adapazari | |
| Author: Arif YILDIZ | Supervisor: Assist. Prof. Dr. Cemal SEZER |
| Date: 21.06.2007 | Nu. of pages: IX(pre text)+117(main body)+7(appendices) |
| Department: Business | Subfield: Management Organization |
| <p>When the share in total enterprise number and the ratios of providing employment of small and medium enterprises (SMEs) which have a significant position in the economies of both our country and world countries are taken into account, it is seen that almost all of these two items are fulfilled in this sector.</p> <p>The positive contribution or the negative situation which occurred in adverse conditions, of work ethics to the efficiency, the value in the public opinion and profitability of an enterprise has made it vitally important for enterprises to behave in accordance with work ethics.</p> <p>This study aims to depict how the notion of work ethics whose being has become an issue of existence is perceived in SMEs which have a significant position in the national economy and especially to measure their affinities and distances to the work ethics approaches which are mentioned in the text.</p> <p>Since the ideal universe is not appropriate for a research in this level, a realistic universe was defined for this study and the scope was designed as the SMEs which operate in center district of Adapazari. After the necessary literature was reviewed and theoretical substructure was formed, survey was chosen as the most appropriate method for samples in this size for the application study. By visiting all the enterprises one by one in the survey method which is applied by delivering and receiving by hand; the opportunity of formal interview method in question-answer style was found and the observations and information acquired from this are used.</p> <p>The results which were derived from the findings which were acquired in the end of the study are those: The sample is not significantly prone to Hedonism Approach. Similarly, Pragmatism and Ethical Egoism Approaches are not adopted by the sample. Relativism also was not accepted with a less strength than other three approaches. However, it does not seem convenient to interpret about rights approach. Another result stemming from the study is that some certain ethical norms exist especially in the works which are fulfilled with master-apprentice relations and, in general, in all enterprises although "work ethics" does not exist as a notion in SMEs. However, the institutionalization level of work ethics mentality is not quite high in SMEs.</p> | |
| Keywords: Small Business, Ethics, Business Ethics, Business Ethics Approach | |

GİRİŞ

Sosyal varlık olmanın bir gerekliliği olarak insanlar toplum halinde yaşarlar ve bütün ilişkilerini beraber yürütürler. İnsanlar başkalarıyla olan ilişkilerinde güvene ihtiyaç duyarlar. İlişkilerin sürdürülebilmesi için güven faktörü olmazsa olmaz psikolojik bir şarttır. Ahlâk işte bu noktada devreye girer ve insanların ilişkilerini belirli bir düzene sokup insanların birbirlerinin hareket, davranış ve kararları hakkında fikir sahibi olmalarını ve birbirlerine güvenmelerini sağlar. Oluşacak güven ortamı işbirliğini arttıracaktır. Kişiler arası ilişkilerde açıklık ve davranış rahatlığı getirecektir. Güvensizlik, korkuya ve belirsizliğe yol açacak bu durumda enerjimizi ve zamanımızı, başkalarının neler yapacağını tahmin etmek için harcamakla geçirmemize sebep olacaktır. Ahlâkî değerlerin bağlayıcılığını kaybettiği bir ortamda güvene dayalı ilişkiler kurulamaz. Bu bakımdan ekonomik istikrarın varlığı biraz da ahlâkî değerlerin bireyler üzerindeki denetim gücüne bağlıdır. Diğer bütün ilişkiler gibi insanlığın tarihi kadar eski olan iş yaşamındaki ilişkileri düzenlemekse ahlâkın iş yaşamındaki uygulaması olan iş ahlâkının görevidir.

İnsanoğlu tarih boyunca iş ilişkileri geliştirmiştir. Ancak bu ilişkiler hiçbir zaman son yüzyılda olduğu kadar yoğun olmamıştır. Sanayi devriminden sonra batıda dinin iş yaşamındaki etkisinin azalmasıyla ortaya çıkmaya başlayan kapitalizm tek önemli olan şeyin üretim ve kâr olduğunu ileri sürmüş ve bu yaklaşım doğrultusunda önüne gelen her şeyi (emeği, sermayeyi, müşteriyi, iyi niyeti, bilgisizliği, güveni vs.) sömürmüştür. Maksimum kâra odaklanan kimi firmaların kural tanımaz uygulamalarına bağlı olarak toplumun, müşterilerin, çalışanların ve çevrenin zarar görmesi iş yaşamının ahlâkî ilkeler temelinde yapılandırılması gereksinimini arttırmıştır (İlhan, 2005:273). Amerika ve Avrupa kârı arttırma peşinde koşarken ve ahlâkî değerler adeta bir ayak bağı olarak görülürken Japon firmaları pazarların stratejik fethini, hedeflerini, firma imkânlarını yalnızca ortaklara daha fazla temettü dağıtabilmek için kullanmamış aynı zamanda, çalışanların çıkarları ve hatta piyasanın talepleri de ön plana alınmıştır. Dengeli ücret sistemi politikaları yanında, birçok firmada hayat boyu iş garantisi sağlanmıştır. Böyle bir sosyal sorumluluk bilinci moral, motivasyon ve verimliliği yükselten unsurlardan olmuş ve Japon firmaları dünya piyasasında oldukça büyük bir rekabet üstünlüğü kazanmışlardır.

Ahlâk ve ahlâkla ilgili konular her ne kadar geçmiş yıllarda önemli tartışmalara konu olmuşsa da, günümüzde bu kavramlar özellikle çalışma hayatında çok daha sık gündeme gelmektedirler. Bu tartışmalar incelendiğinde, çalışma hayatının ahlâki boyutu hakkında farklı görüşlere rastlamak mümkündür. Bir görüşe göre ahlâk, değer, sorumluluk gibi kavramların çalışma hayatında hiçbir yeri yoktur. Çünkü her oyunun kuralı olduğu gibi, çalışma hayatının da kendine özgü kuralları bulunmaktadır. Bu kuralların ahlâki değerlerle uyumlu olması ya da olmaması ise işletmelerin sorumluluğunda değildir. Üstelik bu görüşe göre ahlâki değerlerin çalışma hayatında yer alması, ekonomik gelişmenin önünde bir ayak bağıdır. Diğer bir görüşe göre ise, işletmelerde özellikle işgücü verimliliğinin ve piyasadaki pazar payının artırılmasının en önemli gereği ahlâki değerlerle uyumlu davranış kurallarını işletmelerde oluşturmaktır. Çünkü son yıllarda işletmeler artan rekabet karşısında ayakta kalabilmenin yollarını aramaktadırlar. İşletmeler geçmiş yıllara göre gittikçe bilinçlenen ve daha nazlı hale gelen müşteriler karşısındaki görüntülerini korumak amacıyla çevreye, topluma, çalışanlara karşı da ahlâki sorumluluklarını daha dikkatli bir biçimde yerine getirmelerinin gerekliliğini fark etmişlerdir. Çünkü son yıllarda bir işletmede meydana gelen ahlâk dışı davranışlar gelişen teknoloji ve iletişim kanalları nedeniyle daha kolay duyulmakta ve müşterilerin tepkisi nedeniyle de işletmeler büyük zararlar görebilmektedirler. Yapılan bir tüketici eğilimi araştırmasına göre, eğer “kalite ve fiyat farkı olmazsa, toplum için iyi şeyler yaptığina ve sorumluluk taşıdığına inandığım şirket ürününü tercih ederim” diyenlerin oranı üç yıl içinde %55’ten %65’e yükselmiştir (Torlak, 2003:78). İkinci görüşün son yıllarda daha ağır bastığı işletmeler müşterilerine, çevreye, devlete, ortaklarına kısacası ilişkide bulunduğu herkese bazı sorumlulukları olduğunu, onlarla olan ilişkilerinde iş ahlâkı kurallarına uygun hareket etmeleri gerektiğini kabul etmek zorunda kalmışlardır.

Her şeyden önce bir firmanın hayatta kalabilmesi değişen çevre şartlarına uyum sağlayabilmesine bağlıdır (Gülmeç, 1997:39). Çevre ve toplum ise işletmelerden iş ahlâkına daha duyarlı olmalarını beklemeye aksi durumda yaptırımlara başvurmaya başlamıştır. İş dünyası; müşterileri, çalışanları, destek grupları ve diğer kâr ortakları ile güvenli ilişkiler kurmak zorundadır. İyi ahlâki davranışlar şirketlerin toplum içindeki ününü arttırmaktadır (Esin, 1996:9). İşletmelerin iş ahlâkına uygun etkinlik göstermeleri, rekabet edebilmelerinin ve uzun dönemde ayakta kalabilmelerinin

vazgeçilmez bir koşulu haline gelmiş bulunmaktadır (Aydemir, 2002:272). İşletmelerin politika oluşturmalarında, günlük karar almalarında, çalışanların tüm iş faaliyetlerinde iş ahlâkına uygun davranmaları uzun dönemde işletmelerin başarısını olumlu yönde etkileme gücüne sahip olduğu gibi tersi davranışlar işletmenin başarısını olumsuz yönde etkileyebilme gücüne sahiptir (Çabuk ve Şengül, 2005:171).

Günümüzde rekabet üstünlüğünü yakalamak müşteri odaklı olmaktan ve müşterinin ihtiyaçlarını karşılamaktan geçmektedir. Kuruluşlar, işletmeler artık bilânçoları, kârları gibi mali sermayeleriyle değil, itibarına, dürüstlüğüne, temizliğine, duyarlılığına, yardımseverliliğine ilişkin görüntüleriyle yani ahlâk sermayeleri ve toplumsal sorumluluklarıyla değerlendirilir hale gelmiştir (Berkman ve Güney, 2001:345). Günümüzde çoğu şirketin internet sitesi bulunmakta ve bu sitelerde ahlâk ilkelerini ve değerlerini açıklamaktadırlar. Bu, halkla ilişkiler fonksiyonunu yerine getirmek ve firmanın toplum karşısındaki görünümünü kuvvetlendirmek açısından da oldukça önemli bir fırsattır (Acar, 2000:94). İngiliz İş Ahlâkı Enstitüsünün bir araştırması iş ahlâkı ilkelerine göre iş yapan şirketlerin kazançlı çıktığını kanıtıyor. Ahlâk kodları olan ve olmayan şirketler kıyaslanarak, ahlâki değerleri ilke edinen kurumların diğerlerinden çok daha kârlı olduğu gösteriliyor (Baltaş, 2002:31).

Uzun dönemde iş ahlâkı, hem işletme hem de çalışanlar açısından büyük bir önem taşımaktadır. İşletmenin müşterilerin gözündeki saygınlığını sürdürmesi iş ahlâkına bağlı olduğu gibi iş barışının sağlanması da iş ahlâkına uygun davranmaya bağlı bulunmaktadır. Dolayısıyla kaliteyi ve verimliliği arttırabilmek ve çalışma koşullarını iyileştirebilmek için, yasal düzenlemelerin ve anlaşmaların yanı sıra, tarafların üzerinde anlaşabilecekleri bir iş ahlâkı kuralları bütününe de ihtiyaç duyulmaktadır (Aydemir, 2002:269). İşletmeler iş ahlâkına uygun davrandıkça kendi mal ve hizmetlerinden emin olacaklardır. Benzer biçimde kendilerine mal sağlayan işletmelerin ve ilişkide buldukları tüm işletmelerin mal ve hizmetlerinden emin olacak, piyasalarda iş ahlâkı standartlarının oturtulmasıyla rekabet ettikleri koşulların standartlığı konusunda huzursuzluk duymayacaklardır.

Günümüzde iş dünyasında ve işletmelerde ortaya çıkan ahlâki sorunlar, ahlâk dışı tutum ve uygulamalar yoğun bir şekilde tartışılmakta, gündeme gelmektedir. Ahlâki değerlerin yeterince etkili olup olmadığının tartışıldığı iş dünyasında karar verme durumunda

olanlar birçok ahlâki ikileme ve sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu durum işletmelerin verimliliğini, kamuoyundaki görüntüsünü, rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Peki, işletmeler tarafından verilecek olan kararların ya da takınılacak tutumların iş ahlâkına uygun olup olmaması kendileri için bu kadar hayati bir öneme sahipse işletmeler neyin ahlâki neyin gayri ahlâki olduğuna nasıl karar vereceklerdir? İşletmelerin verecekleri kararların ahlâki olup olmadığına yardımcı olmaya çalışan çeşitli iş ahlâki yaklaşımları vardır.

Çalışmanın Konusu

Bu çalışmanın konusunu Adapazarı'nda faaliyet gösteren KOBİ'lerin iş ahlâki anlayışları oluşturmaktadır.

Çalışmanın Önemi

İş ahlâki günümüzde önemi yadsınamaz hale gelmiş olan bir olgudur. Başta gelişmiş olmak üzere hemen hemen bütün dünya ülkelerin konu araştırılmaya ve tartışılmaya değer görülmekte ve bu kapsamda gerek toplumda gerek üniversitelerde gerek sivil toplum örgütlerinde gerekse araştırma kuruluşlarında çeşitli faaliyetler yürütülmektedir. Ülkemizde de bu konunun önemi gitgide kavranmakta ve bu konuda yapılan çalışmaların sayısı artmaktadır.

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı konunun yukarıda anlatılan önemine binaen bu konudaki boşluğu bir nebze olsa doldurmaya çalışmaktır. Adapazarı'nda faaliyet gösteren KOBİ'lerin iş ahlâki konusundaki durumlarının genel durumunu tespit etmek ve iş ahlâki yaklaşımlarına olan yatkınlıklarını ölçmeye çalışmaktır.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışma KOBİ'lerin iş ahlâki üzerine olduğu için önce KOBİ, Ahlâk ve İş Ahlâki hakkındaki yazınlar incelenerek, hangi işletmelerin KOBİ olduğu tanımları ve özellikleri itibariyle ayrıntılı olarak incelenmiş ve hedef kitle tanımlanmıştır. Ardından ahlâk ve iş ahlâki konusu detaylandırılıp iş ahlâki yaklaşımları incelenmiştir. Teorik altyapı incelendikten sonra Adapazarı'ndaki KOBİ'ler üzerinde bir uygulama çalışması yapılmıştır.

BÖLÜM 1: GENEL KAVRAMLAR

1.1. KOBİ Kavramı

Bilgi toplumuna geçiş sürecinde endüstri toplumlarında görülen dev örgütlerin egemenliğinin tersine ortaya çıkan önemli değişimlerden biride, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yükselişidir. Gelişmiş batı toplumlarında endüstrinin yeniden yapılanmasında küçük ve orta büyüklükteki işletmeler önemli bir rol oynamaktadır (Yolal, 2003:21). Günümüzde küçük işletmeler denilince; eskiden olduğu gibi başarısız olduğu için büyümemiş, küçük ölçeklerde kalmış işletmeler kastedilmemektedir (Akgemci, 2001:5).

Aksine günümüzdeki işlevleri itibariyle küçük ve orta ölçekli işletmeler dinamik, yenilikçi, fırsatları zamanında değerlendirebilecek esnekliğe sahip işletmelerdir. Bu özellikleriyle ekonomik kalkınmada önemli roller oynamakta, artan işsizlik ve azalan üretim sorunlarının çözümüne katkıda bulunmaktadır (Arslan, 2006:63).

Geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğinden itibaren ekonomik odak merkezlerinin Pasifiklere kayışı ve buranın temelini oluşturan Japonya'nın küçük birimlerde örgütlenen firmalar üzerine kurulu oluşu, 'ölçek ekonomileri' görüşünden 'küçük güzeldir' anlayışına doğru geçişe yol açmıştır (Uludağ ve Serin, 1991:9).

Pasifiklerdeki bu yükselişin fark edildiği Batı ülkelerinde 1980'li yıllara kadar izlenen 'büyük işletmeler aracılığıyla istihdamı artırma politikaları' ikinci plana itilerek, 1990'lı yıllardan itibaren üretim sürecinde, satış arttırmada ve yönetim yapısında yeniliklere katkıda bulunacak, KOBİ'lerin doğuşunu ve gelişimini sağlayıcı bir ortam oluşturulmaya başlandı (Tutar ve Küçük, 2003:207).

Bütün ekonomilerin temel dinamiğini oluşturmalarına rağmen, bugün dünyada bu konu hakkındaki yazında üzerinde görüş birliği sağlanmış KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Çelik ve Akgemci, 1998:64). Ülkemizde de KOBİ'lerin tanımlanması ve sınırları konusunda henüz objektif bir tanım bulunmadığı, konuyla ilgili yazında da açıkça vurgulanmaktadır.

1.2. KOBİ'lerin Önemi

Genel olarak KOBİ'ler az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeğiyle çalışan, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilebilir (İşlek, 2003:6).

KOBİ'ler konusunda yapılan çalışmalar bu işletmelerin, istihdama katkı, bölgeler arası dengeli büyümeye destek, esnek üretim yapısına sahip olma ve ekonomiye dinamizm kazandırma gibi çok önemli özellikleri taşıdıklarını ortaya koymuştur (Günay, 2005:6).

Açıkça belirtmelidir ki, küçük ve orta ölçekli işletmelerin dünya ekonomilerinde ilgi odağı olmalarının ilk ve en önemli nedeni, bu tür işletmelerin istihdam sağlama ve yeni iş yaratmadaki etkileri olmuştur (Sarıaslan, 1994:33).

Bir ekonomiye kazandırdığı dinamizm ile o ekonominin canlılığının en önemli göstergesi olan KOBİ'ler, tarihsel gelişim süreci içinde her geçen gün önem kazanmışlar ve günümüzde tüm ekonomilerde en önemli bileşen olmuşlardır. Çünkü KOBİ'ler yalnızca büyük işletmelerin ürettiği aynı mal ve hizmetleri üretip onları rekabetçi ortama çekerek ekonomiye canlılık kazandırmazlar, aynı zamanda büyük işletmelerin kullandıkları mamul ve yarı mamul girdileri üreterek onların gelişimini de tamamlarlar.

KOBİ'lerin dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması ve sürdürülmesine yaptıkları olumlu katkıları, işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasında oynadıkları rolleri ve piyasa koşullarında meydana gelen değişimlere hızlı uyum sağlayabilen esnek bir üretim yapısına sahip olmaları, onları günümüz dünyasında daha önemli bir konuma getirmektedir.

Mikro düzeyde faaliyette bulunan pek çok sayıdaki küçük ve orta ölçekli işletmenin makro düzeyde o ülkenin ekonomik büyüme ve kalkınmasına yapabileceği tüm katkının ölçülmesi ve sayısal değerlerle ifadesi mümkün değildir (Sarıaslan, 1994:20).

1.2.1. KOBİ'lerin Türkiye'deki ve Dünyadaki Yeri

KOBİ'ler, üretime ve istihdama olan katkıları, değişen pazar koşullarına hızlı uyum sağlayan esnek ve dinamik yapılarıyla ekonomilerin vazgeçilmez parçalarıdır. Kalkınma ve büyümede önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler Avrupa Birliğinin birçok ülkesinde

ve Türkiye’de tüm işletmelerin en az %96’sını, istihdamın ise yaklaşık olarak yarısından fazlasını oluşturmaktadırlar (Sarı, 2005:7).

Aşağıdaki tabloda, önemine bu denli değinilen KOBİ’lerin Türkiye’deki ve Dünyanın değişik ülkelerindeki durumları rakamlarla ifade edilmiştir. Tabloya bakılınca gelişmiş ülkelerle aramızdaki fark açıkça görülebilmektedir.

Tablo 1. Bazı ülkelerde KOBİ’lerin ekonomi içindeki yeri

| Ülkeler | Toplam Yatırım İçindeki Payı | Katma Değer İçindeki Payı | Toplam İhraç İçindeki Payı | Toplam Krediden Aldığı Pay |
|-----------|------------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|
| ABD | 38 | 43 | 32 | 42,7 |
| Almanya | 44 | 49 | 31 | - |
| Japonya | 40 | 52 | 38 | 50 |
| İngiltere | 29,5 | 25 | 22 | 27 |
| Fransa | 45 | 54 | 26 | 29 |
| İtalya | 52 | 47 | - | - |
| Hollanda | 45 | 32 | 38 | - |
| Hindistan | 27,8 | 50 | 40 | 15,3 |
| G. Kore | 35 | 35 | 20 | 47 |
| Tayland | - | 47 | 50 | - |
| Singapur | 27 | 43 | 10 | 27 |
| Türkiye | 26,5 | 38 | 8 | 4 |

Kaynak: Çelik ve Akgemci (1998:92)

Tabloda görüldüğü gibi, bu işletmelerin toplam yatırım, yaratılan katma değer ve gerçekleştirilen ihracat içinde de önemleri oldukça büyüktür. Tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de, toplam yatırımların %26,5’ini, yaratılan katma değer %38’ini oluşturan KOBİ’lerin ekonomi içinde büyük bir yeri ve ağırlığı bulunmaktadır. Bu kalemlerde ülkemizin gelişmiş ülkelerle arasındaki fark rakamsal olarak çok önemli bir değer ifade etmemektedir. Ancak tabloda son iki sütunda da görüldüğü gibi, ülkemizdeki KOBİ’lerin ihracat içindeki payı ile toplam kredi hacminden aldıkları pay diğer ülkelerle kıyaslanamayacak kadar düşüktür. Bu iki kalemin bu denli düşük olmasına rağmen diğer kalemlerde KOBİ’lerin hemen hemen başa baş oldukları göz önünde bulundurulursa, sağlanacak destek ve kredilerle ülkemizdeki KOBİ’lerin ekonomimize çok daha büyük yararlar sağlayacağı şüphesizdir.

Tablo 2. Farklı ülkelerdeki imalat sanayindeki KOBİ'lerin yeri

| Ülkeler | 1–9 Çalışan | | 10–49 Çalışan | | 50–249 Çalışan | | 1-249 Çalışan | |
|------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|
| | İşletme Sayısı (%) | İstihdam (%) | İşletme Sayısı (%) | İstihdam (%) | İşletme Sayısı (%) | İstihdam (%) | İşletme Sayısı (%) | İstihdam (%) |
| Türkiye | 89.73 | 27.6 | 8.24 | 20.9 | 1.66 | 34.9 | 99.63 | 83.4 |
| Avustralya | 72.6 | 14.1 | 21.8 | 20.5 | 4.1 | 17.8 | 98.5 | 52.4 |
| Avusturya | 71 | 10.3 | 21.8 | 18.9 | 5.5 | 26.9 | 98.3 | 56.1 |
| Belçika | 79.4 | 11.6 | 15.5 | 18.9 | 4.1 | 23.8 | 99 | 54.3 |
| Çek Cumh. | 89.2 | 14.2 | 7.6 | 15.6 | 2.6 | 25.5 | 99.4 | 55.3 |
| Danimarka | 71.4 | 7.4 | 21.1 | 18.9 | 6 | 26.3 | 98.5 | 52.6 |
| Finlandiya | 84 | 9 | 11.4 | 14.8 | 3.6 | 22.5 | 99 | 46.3 |
| Fransa | 81.6 | 12 | 14 | 19 | 3.4 | 22.3 | 99 | 53.3 |
| Almanya | 62.1 | 6.7 | 27.3 | 14.5 | 8.4 | 23.7 | 97.8 | 44.9 |
| Yunanistan | - | - | 79.4 | 26.6 | 17.1 | 34 | 96.5 | 60.6 |
| Macaristan | 87.2 | 16.1 | 9.4 | 16.5 | 2.7 | 23.2 | 99.3 | 55.8 |
| İrlanda | 39 | 4.4 | 42 | 19.2 | 15.2 | 32.3 | 96.2 | 55.9 |
| İtalya | 83.4 | 25.5 | 14.4 | 31 | 1.9 | 20.8 | 99.7 | 77.3 |
| Japonya | 50.9 | 10.8 | 39.2 | 28.4 | 8.5 | 29.9 | 98.6 | 69.1 |
| Kore | 88.6 | 42.9 | 8.3 | 20.7 | 2.9 | 23.2 | 99.8 | 86.8 |
| Hollanda | 74.7 | 9.9 | 18.9 | 23.3 | 5.2 | 30.6 | 98.8 | 63.8 |
| Norveç | 60.6 | 8.7 | 29.4 | 22.9 | 7.6 | 28.3 | 97.6 | 59.9 |
| Polonya | 89.7 | 19.4 | 6.5 | 12.8 | 3 | 27.9 | 99.2 | 60.1 |
| Portekiz | 78.9 | 18.9 | 16.7 | 28.1 | 3.9 | 29.3 | 99.5 | 76.3 |
| İspanya | 78.4 | 19.2 | 18.4 | 31.9 | 2.8 | 22.6 | 99.6 | 73.7 |
| İsveç | 85.4 | 11.1 | 10.8 | 15.2 | 3 | 20.7 | 99.2 | 47 |
| İngiltere | 71.7 | 10.1 | 21 | 18.8 | 5.9 | 25.8 | 98.6 | 54.7 |

Kaynak: OECD Science, (2005), Technology and Industry Scoreboard, OECD, Paris.

Tabloda görüldüğü gibi tüm ülkelerde KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki oranı %96'dan fazladır. Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya, İtalya, Belçika vs. gibi AB'nin lokomotif ülkelerinde bu oran %97'nin üzerinde hatta kimisinde %99'lar seviyesindedir. Ülkemizde de benzer biçimde, küçük ve orta ölçekli işletmeler tüm işletmelerimizin %99.63'ünü yani neredeyse tamamını oluşturmaktadır. Öte yandan tüm ülkelerde KOBİ'ler istihdam için önemli bir yer oluşturmaktadır. Ülkelerin istihdamlarının önemli bir bölümü KOBİ'lerde gerçekleşmektedir. Ülkemizde bu oran

diğer ülkelere kıyasla çok daha fazladır. Bu durum ülke olarak KOBİ'lere ne kadar fazla sahip çıkmamız gerektiğinin bir göstergesidir.

1.3. KOBİ'lerin Özellikleri

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler; insanın doğasındaki girişimcilik dürtüsünü tatmin eden, bireylerin yaratıcılıklarını ortaya koyabildiği ve deneyim kazandığı kuruluşlardır. Yeni fikirlerin, buluşların ortaya çıkarılmasında önemli bir role sahiptirler (Yolal, 2003:21).

KOBİ'ler daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamakta, daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam olanağı yaratmaktadır. Yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmekte olup, talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum gösterebilmekte ve teknolojik yeniliklere daha yatkın olmaktadır.

KOBİ'ler gelir dağılımındaki dengesizlikleri azaltarak, bölgeler arası dengeli kalkınmayı sağlamakta, kişisel birikimleri teşvik etmekte, yönlendirmekte ve hareketlendirmektedir.

KOBİ'ler de çalışanlar birden fazla konuda uzmanlaşmışlardır. Üretim akışı içindeki her işlem hakkında bilgi sahibi ve bunlarda gerekli değişiklikleri yapabilmek yetkisinde olmak, KOBİ'ler de yaratıcılığın yüksek olmasını ve teknolojik gelişmelerin de çoğu kez küçük müdahalelerle gerçekleşmesini sağlamaktadır. İşletmenin yönetim kademesinde de, finansman, muhasebe, pazarlama, araştırma ve geliştirme gibi alanlarda uzman kişiler çalıştırılmaması nedeniyle KOBİ'ler de istihdam edilecek idari personel, belirli bir konuda uzman olmak yerine her konudan anlamak durumundadır (Tanyel, 2001:16).

KOBİ'lerin yönetsel açıdan üstünlükleri; karar oluşturulmasında birlik sağlanması, karar yetkisinin merkezileştirilmesi, iş sahibinin işletme faaliyetlerine doğrudan katılması, kararların hızlı alınması, davranışlarda esneklik, yönetimde bürokratik yapı olmayışı, işletmenin amacı ile kişisel amaçların çakışması, yönetimde politik oyunlar ve güç çatışmasına meydan verilmeyiş olarak sayılabilir.

Yukarıda sayılan üstünlüklere karşın, firma sahibinin yönetim işlevini tek başına üstlenmesi dolayısıyla aşırı yorulması, aileye ilişkin konularında yönetime yansması,

işletme sahibindeki yetersizlik ve sorunların yönetimi doğrudan etkilemesi çok sık karşılaşılan durumlardır.

Yönetimde 'hedef' problemiyle karşılaşılması, iş sahibinin yetki devrini çok kısıtlı yapması, işletme sahibinin işletmecilik konusundaki eğitim yetersizliği ve zaman darlığı nedeniyle bu açığını kapatmasının güçlüğü, planlama metotlarından yeterince yararlanılmaması, yetersiz bilgilenme düzeyi, işletme sahibindeki değerler sisteminde önceliklerin değişmesi halinde sonuçların işletme başarısına doğrudan yansımaları, yönetsel olumsuzluklar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Olumsuz etkilerinin genellikle işletme büyüklüğü arttıkça önem kazandığı söylenebilir. Ayrıca üstünlüklerin genel ve sürekli, sakıncaların ise bazen ve değişken olması söz konusudur (Tanyel, 2001:16).

Genel olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerin başarı çizgilerinin ekonomik büyüme ile ters orantılı oldukları ileri sürülebilir. Hızlı büyüme dönemlerinde bu firmalarda duraklama görülürken, kriz dönemlerinde ise aksine bir gelişme gözlenmektedir (Uludağ ve Serin, 1991:21).

1.4. KOBİ'lerin Tanımlanmasının Gerekliliği

Büyük işletmeler genellikle, belirli bir ürünü geliştirmek için, küçük işletmelerden 3 ila 10 kat daha fazla harcama yapmaktadırlar. Dünya bankasının bir raporuna göre, küçük işletmelerde bir kişi istihdam etmek için büyük işletmelere göre 1/3 kadar az sermaye gerekmektedir (Tutar ve Küçük, 2003:209).

Ekonomiye kazandırdıkları dinamizm, ekonomik istikrarda ve istihdamda oynadığı büyük rolü gözler önüne serilen KOBİ'lerin gerekli devlet desteğini alabilmeleri, kredi avantajlarından faydalanabilmeleri, ilgili danışmanlık şirketlerinden yararlanabilmeleri ve sözleşme yapabilmeleri için firma ölçeklerinin belirlenmesi ve KOBİ tanımlarının yapılması gerekmektedir (Koçel, 1993)

Küçük ve orta ölçekli işletmeler büyük işletmelerin bir minyatürü değildir. Dolayısıyla farklı özelliklere sahip bu işletmeleri büyük işletmelerden ayıran özelliklerin ortaya konması gerekir. (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:53). Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere

tüm ülkeler KOBİ'lerin doğması, büyümesi, gelişmesi ve korunabilmesi için gerekli şartları hazırlayacak politikaları geliştirmekte ve yürürlüğe koymaktadır.

1.4.1. KOBİ'lerin Tanımlanmasında Kullanılan Ölçütler

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ülkeye ve hatta sektöre göre değişen özelliklerine rağmen, bu işletmeleri bütün ülkelerde ve bölgelerde büyük işletmelerden ayıran belirgin özellikler vardır (Sarıaslan, 1994:12). Bu özellikler genellikle nicel ve nitel olmak üzere ikiye ayrılır.

1.4.1.1. Nicel Ölçütler

Nicel ölçüt olarak, istihdam edilen personel sayısı, sanayi işletmeleri için yatırılan sabit sermaye veya toplam sermaye, ticaret işletmeleri için yıllık satış tutarı en çok kullanılan ölçütlerdir. Özellikle ülkemizde tanımlar genelde bunlar üzerinden yapılır.

2000 yılının 12 aylık verilerine göre İMKB'de imalat sanayinde halka açık işletmelerin personel sayıları dikkate alınarak yapılan büyüklük sınıflandırmasında bu işletmelerin %31'inin (55 işletme) KOBİ sınıfına girdiği gözlenmektedir (Müslümov, 2002:7) ki bu durum gerçeği yansıtmamaktadır. KOBİ'lerin borsaya açılmalarının ne kadar zor olduğu, açılanlar olsa da bu oranı yakalamanın imkânsızlığı ortadadır. Bu işletmeler ya bilanço değeri itibari ile yüksek ya da sermayelerinin önemli kısmı büyük işletmeler tarafından alınmış firmalardır. Böylelikle KOBİ tanımlaması yaparken sadece nicel ölçütleri dikkate almanın ne kadar yanlış bir yaklaşım olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu durumun farkında olan, Amerika'nın Küçük İşletme İdaresi (SBA) bir kredilendirme desteği sağlama sırasında 8500 işçisi olan American Motors firmasını küçük işletme olarak kabul etmiştir. Çünkü SBA bu işletmeyi dev rakipleri olan General Motors, Ford ve Chrysler ile mukayese etmiştir (Sarıaslan, 1994:19).

1.4.1.2. Nitel Ölçütler

Nitel ölçüt olarak, işletme sahibinin yönetimi profesyonel bir yönetime bırakmaması ve işletmeyle arasında bir kader birliği kurması, bağımsız mülkiyet, bağımsız yönetim, işletmenin içinde bulunduğu sektörde küçük bir yere sahip olması vb. ölçütler kullanılmaktadır.

Ölçütlerin kullanımıyla elde edilecek KOBİ tanımları kredilerin ve bazı teşviklerin dağıtılmasında kullanılacağı ve nitel ölçütlerin yorumlanması haksızlığa yol açabileceği için nicel ölçütler daha fazla kullanılmaktadır. Bu doğru bir yaklaşımdır ancak nicel ölçütleri destekleyecek bazı nitel özelliklerde kullanılmalıdır.

1.5. KOBİ Tanımı

KOBİ'lerin tanımlanmasında farklı ülkeler, farklı bölgeler, farklı kurumlar farklı tanımlar benimsediği için bu tanımları belirli gruplar altında incelemek yerinde olacaktır.

1.5.1. Türkiye'de KOBİ Tanımı

KOBİ'leri belirlemek amacıyla kullanılan tanım ve ölçülerde; hem bilim adamları ve araştırmacılar arasında hem de aynı ülkedeki çeşitli kurumların, yasaların tanımları arasında, işletmelerin çalışmalarını yürüttükleri iş kollarına ve kullandıkları üretim tekniklerine bağımlı olarak, ülkeden ülkeye, kültürden kültüre, yöreden yöreye, bölgeden bölgeye ve işletmenin türüne göre değişiklik söz konusu olduğundan tam bir görüş birliği yoktur (Çetin, 1996:34). Ayrıca ülkelerin ekonomik yapıları değiştikçe KOBİ'leri tanımlayan kıstaslarda değişmekte ve ülkelerin ekonomik yapılarıyla bağlantılı olarak farklı ölçütler kullanılabilir.

Ülkemizde, KOBİ'lere yönelik faaliyetlerde bulunan kurum ve kuruluşların; görev tanımları, hedef kitleleri ve faaliyetlerine ayırdıkları kaynakları çerçevesinde, hizmet götürdükleri grupları belirleyen farklı KOBİ tanımları kullandıkları görülmektedir. Kullanılan tanımlar, gerek tanımı belirlemede seçilen ölçütler gerek bu ölçütlerin çerçevesinde belirlenen limitler itibariyle farklılıklar göstermektedir.

KOBİ kavramı her ne kadar sektörel ayırım yapılmadan tüm işletmeleri kapsayan bir kavram olsa da, Türkiye'de bugüne kadar yapılmış tanımlarda imalat sanayi KOBİ'leri temel alınmış ve destekler bu işletmelere yönelik olduğu için tanımlar bu işletmelerin özelliklerine göre yapılmıştır (Günay, 2005:8).

Aşağıdaki tabloda görevleri ve bütçeleriyle ilgili olarak farklı tanımlar belirlemiş olan çeşitli kurumların tanımlarında bu farklılık açık bir şekilde görülebilmektedir.

Tablo 3. Türkiye’de farklı kurum ve kuruluşlarca yapılan KOBİ tanımları

| Kurum | İşçi Sayısı | | | Makine ve Teçhizat Tutarı |
|-------------|-----------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------|
| | Küçük Ölçekli İşletme | Orta Ölçekli İşletme | Küçük ve Orta Ölçekli İşletme | |
| KOSGEB | 1 – 50 | 51 – 150 | 1 - 150 | — |
| Eximbank | — | — | 1 - 200 | < 2 Milyon ABD \$ |
| İSO | 1 – 20 | 21 – 100 | 1 - 100 | — |
| DİE ve DPT | 10 – 49 | 50 – 99 | 10 - 99 | — |
| DTM | — | — | 1 - 200 | — |
| Halk Bank | 10 – 49 | 50 – 250 | 1 - 250 | < 100 Bin YTL |
| TOBB | — | — | 1 - 150 | — |
| TOSYÖV | — | — | 1 - 200 | — |
| Hazine Müs. | 1 – 49 | 50 – 250 | 1 - 250 | < 400 Bin YTL |

Kaynak: DPT (2004:27)

18.11.2005 Tarihinde resmi gazetede yayınlanan, 2005/9617 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla, Sanayi ve Ticaret Bakanlığına bağlı KOSGEB’in tanımı yenilenmiş, sadece yıllık ortalama çalışan sayısına göre belirlenmiş olan tanım, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi yıllık net satış hâsılatı ve sermaye yapısı ölçütleri de eklenerek zenginleştirilmiş ve aşağıdaki gibi olmuştur. Ülkemizde resmi olarak KOBİ’lerden sorumlu tek birim olduğu için bu çalışmada KOSGEB’in bu tanımı kabul edilmiştir.

Mikro İşletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilânçosu bir milyon YTL’ yi aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler.

Küçük İşletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilânçosu beş milyon YTL’ yi aşmayan işletmeler.

Orta Büyüklükteki İşletmeler: İki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilânçosu yirmi beş milyon YTL’ yi aşmayan işletmeler.

Tablo 4. Yenilenmiş KOSGEB tanımı

| İşletme Ölçeği | Çalışan Sayısı | Bilânço Toplamı |
|----------------|----------------|-----------------|
| Orta | 50-249 | < 25 Milyon YTL |
| Küçük | 10-49 | < 5 Milyon YTL |
| Mikro | 1-9 | < 1 Milyon YTL |

KOSGEB'in yeni tanımında, Avrupa birliğinden farklı olarak işletmelerin sermaye yapıları KOBİ tanımlamasında bir ölçüt olarak alınmamış, bağımsız işletme, ortak işletme ve bağlı işletme şeklinde yalnızca bir sınıflandırma aracı olarak kabul edilmiştir.

1.5.2. Avrupa Birliğinde KOBİ Tanımı

Avrupa Birliği, KOBİ tanımları konusunda gerek ulusal gerek birlik bazında karışıklığa neden olmamak üzere yeni bir ortak tanım geliştirmiştir. 7.2.1996 tarihli Konsey Kararı çerçevesinde belirgin bir şekilde ortaya konulan KOBİ tanımı işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan ölçütleri kapsamaktadır (Sayın ve Fazlıoğlu, 1997:3). Birlik daha sonra 2003'te KOBİ tanımını yenilemiş ve 1 Ocak 2005 itibariyle güncel tanım yürürlüğe girmiştir. Yeni tanım 1996 yılından bu yana kaydedilen ekonomik gelişme ve edinilen deneyim dikkate alınarak oluşturulmuştur (Sarı, 2005:13). Yeni tanımla gelen en önemli değişiklikler firmaların bağımsızlığı ilkesinde ve KOBİ'lerin tanımlanmasında kullanılan bilanço değerlerinde meydana gelmiştir. Bilanço değerleri 1996 yılından beri meydana gelen fiyat ve üretkenlik artışları dikkate alınarak yükseltilmiştir. Firmanın bağımsızlığı ilkesi rakamsal değer olarak aynı kalmakla beraber bazı teknik değişiklikler yapılmış, birtakım özellikleri taşıyan firmalara, riskli alanlara yatırım yapan yatırımcılara, kalkınmamış bölgelere yatırım yapanlara bu sektörlerin ve bölgelerin gelişimlerini sağlayabilmek amacıyla ayrıcalıklar tanınmış böylelikle bu alanlarda ki yatırım eksikliğinin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Aşağıdaki tabloda Avrupa Birliği Komisyonunun 1996 yılında aldığı eski tanım ve 2003 yılında aldığı güncel tavsiye KOBİ tanımı karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Tanımlar arasındaki fark detaylı bir şekilde görülebilmektedir.

Tablo 5. Avrupa birliği tarafından önerilen KOBİ tanımı

| İşletme Ölçeği | Çalışan Sayısı | Bilanço Toplamı | Bağımsızlık |
|----------------|----------------|--|-------------------------------|
| Orta | < 250 | ≤ 50 Milyon € / ≤ 43 Milyon € (1996'da ≤ 40 Milyon € / ≤ 27 Milyon €) | Başka Firma Hissesi ≤ % 25 |
| Küçük | < 50 | ≤ 10 Milyon € (1996'da ≤ 7 Milyon € / ≤ 5 Milyon €) | |
| Mikro | < 10 | ≤ 2 Milyon € (1996'da belirtilmemiştir) | |

Kaynak: Arslan (2006:17)

1.5.3. Japonya'da KOBİ Tanımı

İkinci dünya savaşında ağır bir yenilgiye uğrayan, bir takım siyasi, askeri ve ekonomik ambargolara maruz kalan Japonya savaş sonrasında hızlı bir toparlanma sürecine girmiş ve çok başarılı bir büyüme trendi yakalamıştır. Kuşkusuz bu başarının arkasında KOBİ'lerin rolü oldukça büyüktür. Özellikle batı ekonomilerinin devasa şirketlerinin büyük zararlara uğradığı petrol şoklarını Japon ekonomisi KOBİ'lerin esnekliği sayesinde batı ülkelerine nazaran daha hafif atlatmıştır. KOBİ'lerin önemini bir kez daha kavrayan Japonya, KOBİ'lere gerekli desteği layıkıyla verebilmek için kapsamlı bir tanımlamaya gitmiş, değişik sektörler için çalışan kişi sayısı ve sermaye miktarını dikkate alarak farklı tanımlar geliştirmiştir.

Aşağıdaki tabloda Japonya'nın farklı sektörler için geliştirdiği tanımlar ve ölçütleri verilmektedir.

Tablo 6. Japonya'da KOBİ tanımı

| Sektör | Çalışan Kişi Sayısı | Sermaye Miktarı |
|---------------------|---------------------|------------------------|
| İmalat Sanayi | 300 Kişiye kadar | 100 Milyon Yen'e Kadar |
| Ticaret İşletmeleri | 100 Kişiye kadar | 30 Milyon Yen'e Kadar |
| Hizmet İşletmeleri | 50 Kişiye kadar | 10 Milyon Yen'e Kadar |

Kaynak: Çımat ve Laçinel (2002:28)

1.5.4. ABD'de KOBİ tanımı

Büyük coğrafyası ve farklı kalkınmışlık düzeyindeki eyaletleri nedeniyle ABD'de KOBİ'lerin resmi bir tanımı yoktur. Her eyaletin ilgili kurumları kendi durumlarını göz önünde bulundurarak özel tanımlar geliştirir. Kuruluşların tanımlarında kullanılan nicel ölçüyü ise çalışan işçi sayısı ve satış tutarı oluşturmaktadır. ABD'de küçük işletmelere her türlü bilgi ve finansman desteği veren federal bir kuruluş olan SBA (Small Business Administration) tanımlamasına göre küçük ve orta büyüklükte işletme ölçütü olarak imalat sanayinde personel sayısı 1-1500 kişi, toptancı kuruluşlarında personel sayısı 1-500 kişi ve yıllık satış gelirleri 25 Milyon \$, perakendeciler için yıllık satış geliri 3 Milyon \$ ve hizmet işletmeleri için yıllık satış geliri 13 Milyon \$ dır (Akgemci, 2001:11).

Aşağıdaki tabloda SBA tarafından yapılan ABD sanayi sektöründe kullanılan KOBİ tanımı verilmiştir.

Tablo 7. ABD sanayi sektörü KOBİ tanımı

| Ölçek | Çalışan İşçi Sayısı |
|------------------|---------------------|
| Küçük İşletmeler | 1 – 499 |
| Orta İşletmeler | 500 -1499 |
| Büyük İşletmeler | 1500 + |

Kaynak: Akgemci (2001:11)

1.5.5. Dünya Bankasının KOBİ Tanımı

Dünya bankasının kullandığı ölçüte göre ise 1-50 işçi çalıştıran işletmeleri küçük işletme, 51-200 işçi çalıştıranları orta büyüklükte işletme, 200'den çok kişi çalıştıran işletmeleri büyük işletme olarak tanımlamaktadır (Yolal, 2003:22).

Aşağıdaki tabloda Dünya Bankasının tanımı şematik olarak gösterilmiştir.

Tablo 8. Dünya Banksı KOBİ tanımı

| Ölçek | Çalışan Sayısı |
|-------|----------------|
| Küçük | 1-50 |
| Orta | 51-200 |
| Büyük | 201 + |

Kaynak: Çetin (1996:45)

1.6. KOBİ'lerin Tarihçesi

KOBİ'lerin tarihsel gelişimleri incelendiğinde konunun üç ayrı dönem halinde ele alınması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır (Alpagun, 1998:18).

- Endüstri devrimi öncesi,
- Endüstri devrimi sonrası,
- 1970'li yıllardan günümüze kadar.

KOBİ'lerin kurumsal geçmişi Loncalara, Ahiliğe, Fütüvvet namelere kadar uzanıyor. Sonraları Loncalara dönüşen Ahi Birlikleri Fütüvvet namelerdeki kurallarla yönetiliyordu. Tekil hali 'feta' çoğul hali 'fityan' olan Arapça kökenli Fütüvvet; eli açıklık, gözü tokluk, yiğitlik yani olgun kişilik demektir. Terim olarak ise, kişinin

herkese yardım etmesi, haksızlığı önlemesi, kişinin ayıbını görmemesi, kötü söylememesi, mala, cana onura el ve dil uzatmaması anlamına gelir (Anadol, 2001:1). Hadislerde ve Kur'anı Kerimde de 'feta' şeklinde kullanılan kelime İslam ahlâkıyla oldukça güzel bir biçimde uyuşmaktadır. Öğretileri fütüvvet nameler olan Ahiler Anadolu'nun Müslümanlaşmasında büyük rol oynamışlar ve halkın teveccühünü kazanmışlardır. Ahi Birliklerinin İslamiyet'ten sonra Anadolu'da uzunca yıllar etkili olmasında fütüvvetin İslam ahlâkıyla örtüşmesi önemli bir rol oynamıştır.

Daha ziyade bir tür tarikat gibi işlev gören Ahi Birlikleri çırağı bir sanat kolunda yıllarca yetiştirerek kalfa ve usta sınıfına geçiriyor, bağımsız surette dükkân açması için belirli bir törene tabi tutuyordu (Toprak, 2004:33). Bu itibarla Ahilik, küçük esnaf, usta ve çıraqları içine alan ve onların mesleklerini doğruluk, dürüstlük prensiplerine, yani iş ahlâkına uygun olarak yapmalarını ve ayrıca işbaşında ve iş dışında mesleki açıdan eğitilmelerini hedefleyen bir teşkilattır (Seyyar, 2003:9).

Ahi Birlikleri, Doğu ve Batı ülkeleriyle ticaretin artmasıyla yerlerini bugünkü esnaf odalarının eski hali olan Loncalara bırakmışlardır. Loncalar, üyelerinin menfaatlerini korumak için bir araya gelen sosyal, dini ve siyasi faaliyetleri olan bir birlik türüdür. Küçük işletmeler, tüketicilerin faydalanması için mal ve hizmet üretmiş olduklarından bütün eski kültürlerde görülmüştür (Karataş, 1991:12). Bu kurumlarda varlıklarını endüstri devrimine kadar sürdürmüşlerdir.

Endüstri devrimiyle birlikte canlanan talep, zamanla daha çok sayıda ürün üretilmesini gerekli kılmış, bu durum seri üretim gerçekleştirecek makine yoğun teknolojinin satın alınmasını, etkili ve verimli kullanılmasını gerektirmiştir (İşlek, 2003:8). Dolayısıyla işletmeler yığın üretim yapabilecek kapasiteye erişebilmek için, büyüebildikleri kadar büyümeyi sağlamaya çalışmışlardır. Yığın üretim yapabilen büyük işletmeler üretim maliyetlerini düşürüp, düşük fiyatlı mal satarak KOBİ'lerin satışlarını olumsuz yönde etkilemiş ve onları zor durumda bırakmışlardır. Ekonominin bu yöndeki hızlı ilerleyişi endüstri devrimine kadar bütün ekonomilerin temel yapıtaşı olan KOBİ'lerin yerlerini ölçek ekonomilerine sahip büyük işletmelere bırakmalarına neden olmuştur. Ancak büyük işletmelerin ürettikleri ürünlerin ara mamullerini üretiyor olmalarından dolayı KOBİ'ler eski önemleri olmasa da piyasada var olmaya devam etmişlerdir.

1960'lı yıllardan sonra, insanların gelir seviyelerinin ve ekonomik kalkınmışlık düzeylerinin artmasının meydana getirdiği yaşam biçimlerindeki değişim, zevk ve tercihlerindeki farklılaşmalar yığın üretimle sunulan malların talebini azaltmış, onları daha farklı ve daha değişken ürünler kullanmaya yönlendirmiştir.

Piyasaların esnekleşen ve değişkenliği oldukça artan bu talebe karşılık vermekte ciddi sıkıntılar çeken dev şirketlerin, tröstlerin yerini yavaş yavaş daha küçük ve esnek yapıları ve değişen talebe hızla adapte olabilen yapılarıyla KOBİ'ler almaya başlamış ve durum KOBİ'lerin önemlerini her geçen gün artırmıştır.

KOBİ'lerin önemini artıran bir diğer önemli etkende 1970'li yıllarda art arda yaşanan ve bütün dünyayı etkisi altına alan petrol krizleridir.

1960'lı yılların 2. yarısından itibaren gelişmiş ülkeler, hızlı ve devamlı ekonomik büyüme sürecine girmişlerdir. Bu büyüme sonucunda, uluslararası ticaret en yüksek seviyesine ulaşmış ve çok uluslu şirketler gelişmiştir (Apan, 2002:4). Öte yandan büyümeye devam eden işletmeler için, büyümenin belirli bir noktasından sonra yönetim, denetim ve bürokratik yapının yol açtığı masrafların, petrol krizlerinin etkisiyle yükselen enerji fiyatlarıyla birleşmesi ölçek ekonomilerinin faydalarını büyük ölçüde alıp götürmeye başlayınca, bu türden maliyetlere katlanmak zorunda olmayan KOBİ'ler büyük işletmelere karşı önemli bir maliyet üstünlüğü kazanmış ve rakip olmuşlardır.

1.7. KOBİ'lerin Sınıflandırılması

KOBİ'leri sadece bir grupta toplayarak incelemek oldukça zordur. Fabrikalardan el sanatkârlığına, ticarethanelerden hizmet birimlerine, geleneksel yöntemlerle çalışan işletmelerden modern işletmelere, bağımsız çalışan firmalardan uydu şirketlere ve fason imalatçılara kadar birçok işletmeyi kapsayan oldukça büyük, homojen olmayan bir yapı söz konusudur. Durum böyle olunca KOBİ'ler değişik bakış açılarına ve gerektiği duruma göre farklı şekillerde sınıflandırılmaktadırlar. Burada fonksiyonlarına ve iş gören sayısına göre sınıflandırma yapılmıştır.

1.7.1. Fonksiyonları Bakımından Sınıflandırma

KOBİ'ler fonksiyonlarına göre genelde 3 grupta toplanmışlardır.

- a. **İmalat İşletmeleri:** Bunlar küçük çapta hammadde alarak işlerler veya tüketilir hale getirirler. Küçük ölçekte imalat yapan birçok işletme vardır. Lokantalar, oyuncakçılar, mobilyacılar, dondurmacılar, şekerçiler bu gruba örnek olarak gösterilebilirler.
- b. **Ticaret İşletmeleri:** Bunlar genelde müşteriye doğrudan satış yapmak yerine, perakendecilere mal vermektedirler. Piyasada toptancı ya da perakendeci olarak bulunabilmektedirler. Kafeteryalar, nalburlar, elektrikçiler, bakkallar ve eczaneler bu gruba örneklerdir.
- c. **Hizmet İşletmeleri:** İmalat ve ticaret işletmeleri ile doğrudan tüketicilere hizmet eden işletmelerdir. İnsanların satın alma gücü arttıkça bazı hizmetleri kendi yapmaktansa dışarıdan satın almayı tercih eder hale gelmiş ve böylelikle hizmet işletme sektörü büyümeye başlamıştır. Kuaförler, oteller, kuru temizlemeciler, seyahat acenteleri, kunduracılar, terziler hizmet işletmelerine birer örneklerdir.

1.7.2. İş Gören Sayısı Bakımından Sınıflandırma

KOBİ tanımında nicelik bakımından en sık kullanılan ölçüt olduğundan ve tanımı doğrudan etkilediğinden iş gören sayısı bakımından KOBİ'leri sınıflandırma konusunda da tam bir netlik yoktur. Adnan Çelik ve Tahir Akgemci Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler (1998) adlı kitaplarında KOSGEB, DİE, Halk Bankası, TOSYÖV ve AB gibi kurumların ve bazı yazarların verilerine göre bir ortalama hesaplamışlardır.

Esnaflar İşyerleri: Ücretli iş gören çalıştırmayıp sadece işletme sahibi ve aile bireylerinin çalıştığı işletmelerdir.

Çok Küçük İşletmeler: 1-49 arasında iş gören istihdam eden işletmelerdir.

Küçük İşletmeler: 50-99 arasında iş gören istihdam eden işletmelerdir.

Orta Ölçekli İşletmeler: 100-499 arasında iş gören istihdam eden işletmelerdir.

1.8. KOBİ'lerin Ortak Nitel Özellikleri

Girişimcilik (Teşebbüs Yeteneği)

Kurulan her KOBİ'nin ardında daima bir girişimci ruhu ve gücü vardır. Girişimcilik ruhu ve cesareti olmayanların işletme kurması mümkün değildir. İşletme kurma fikrini geliştiren ve bunun için gerekli kaynakları sağlayarak risk üstlenen kişi aynı zamanda işletmenin yönetimini de üstlenmektedir. Dolayısıyla girişimcilik özelliklerine sahip olarak yatırım yapan kişinin aynı zamanda iyi bir yönetici olması işletmenin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır (Arslan, 2006:63).

Yönetim İşlevi

KOBİ'lerde yönetim ve icra faaliyetleri sahip yöneticinin kişiliğinde bütünleşmiş olduğundan, işletme sahibinin işletmeyi geniş bir bakış açısı ile kavraması ve lider özelliklerine sahip olması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle küçük ve orta ölçekli işletmelerde yönetim fonksiyonu, risk üstlenme biçiminde girişimciliği, varını yoğunu ortaya koyma biçiminde sahipliği ve karar mekanizmasında en üst düzey yöneticiliği kapsayan üç boyutlu bir işlevdir (Sarıaslan, 1994:12).

Pazarlama İşlevi

Küçük ve orta ölçekli işletmeler genellikle ürünlerinin pazarlanmasında pahalı ve karmaşık satış kanalları ve satış örgütleri kullanmazlar (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:67). Buna karşılık küçük ve orta ölçekli işletmeler pazar paylarının küçüklüğü ve müşteri sayılarının azlığı nedeniyle müşterileriyle yüz yüze kurduğu ilişkiler sonucunda oluşan arkadaşlık ve dostluğa dayalı bağlılık, piyasanın nabzını tutma bakımından oldukça önemli bir üstünlüktür (Sarıaslan, 1994:12).

Üretim İşlevi

KOBİ'lerin tüketiciye yakın olarak çalışmaları, onların istek ve tercihlerini hemen öğrenmelerini ve bunlar doğrultusunda üretim hatlarında gerekli değişiklikleri hızla yapmalarını sağlamaktadır (Uludağ ve Serin, 1991:20). Büyük işletmelerde daha çok kitle üretim tarzı geçerli iken, küçük ve orta ölçekli işletmelerde atölye tipi üretim tarzı yaygındır. Bu durum işletme ölçeği küçüldükçe daha çok belirginlik kazanır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:70). Atölye tipi üretimin KOBİ'lere sağladığı üstünlük farklı

müşterilerin farklı isteklerini yerine getirebilecek üretim hattı esnekliğine sahip olmaları ve müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarmalarıdır.

Finansman İşlevi

KOBİ'lerin finansman kaynaklarının çok büyük bir kısmını bazen tamamını işletme sahibinin dışından tırnağından artırdığı malvarlığı oluşturur. Sermaye piyasalarının genellikle kapalı olduğu KOBİ'ler bu piyasalara girseler de tasarruf sahibi yatırımcılar tarafından fazla riskli buldukları için genelde tercih edilmezler. Benzer sıkıntı banka kredilerinde de yaşanmaktadır. Yıllar itibariyle değişiklik göstermekle birlikte ortalama olarak toplam banka kredilerinin ancak % 5'ini alabilen KOBİ'ler bu kredileri alırken de çeşitli güçlüklerle karşılaşmaktadırlar.

Tedarik İşlevi

KOBİ'lerin hammadde ve malzeme sipariş miktarları, üretim miktarlarının düşük olması nedeniyle büyük işletmelere kıyasla oldukça düşük olmakta buda daha az satış indirimi almalarına ve birim maliyetlerinin yüksek olmasına sebep olmaktadır. KOBİ'ler Finansman sıkıntısı ve depolama maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle yüksek miktarlarda sipariş verememektedirler.

Personel İşlevi

Emek yoğun üretim tarzlarına rağmen KOBİ'ler üretim miktarlarının düşük olması sebebiyle az miktarda personel çalıştırmakta ve bu durum genellikle bir çalışan olan işletme sahibiyle personel arasında yüz yüze sıcak ilişkilerin gelişmesine neden olmaktadır. Bu sıcak ilişkiler gerektiğinde personelin patron için gerektiğinde ise patronun personel için fedakârlıkta bulunmasını sağlamakta, bu durum ise KOBİ'lerin özellikle kriz zamanlarında daha esnek bir yapıya bürünmesini sağlamaktadır.

1.9. Ahlâk Kavramı

Bir toplumun zihniyet dünyasında meydana gelen değişim sosyal yapıda, insanların tutum ve davranışlarında gözlemlenir. Zihni yapının temel unsurlarından olan ahlâk, insanların kendi aralarındaki ilişkileri düzenleyen ve yürüten inançların bütününe teşkil eder. İnsanın davranış ve kararlarının kaynağı ahlâki inançlardır. Ahlâk anlayışı olmayan bir insan topluluğu yoktur.

Ahlâkın tanımlanması çalışmalarında ortak bir tanım geliştirmek birçok bilim insanı için zor olmuştur. Bugün bu konu hakkındaki yazında ahlâka ilişkin çeşitli tanımların yapıldığı görülmektedir (Ural, 2003:3). Toplumsal yaşamın tümünü kapsama yeteneğine sahip kavramların en önemli sorunu, onların kavramsal çerçevelerinin belirlenmesinde ortaya çıkmaktadır. Nitekim ahlâk kavramı da aynı kaderi yaşamaktadır. Onun niteliği henüz netleştirilememiştir (Gündüz, 2005:1).

Ahlâkın temeli kişiyi erdemli kılmaktır. Erdeme ulaşmak için, kişinin adaletli, hayırsever, ölçülü, sabırlı, dürüst, güvenilir ve çalışkan olması gereklidir (Alkan, 1997:12). Dolayısıyla, ahlâk anlayışımızın temeline insanı koymamız gerekir. İnsan, seçim ve davranışlarında sadece kendini değil aynı zamanda başkalarını da gözetmek zorundadır. “Kendine nasıl davranılmasını istiyorsan başkalarına da öyle davran” Atasözü bu durumu desteklemekte ve gerektirmektedir.

“Bir arada bulunan insan gurubunun toplum olarak nitelendirilebilmesinin temel bazı koşulları vardır; öncelikle ortak bir yaşam sürecini paylaşmış olmaları gerekir, ardından bu süreç içinde bir arada kalmalarını sağlamış bir takım kuralların var olması gerekir. Ahlâk da bu kurallar sistemlerinden biridir ve ahlâkiliğin özünde, bireyin bu kurallara karşı duyduğu saygı vardır (Birsen, 2005:8).”

İyi bir hayat insanların kendilerini geliştirebildikleri bir hayattır. İyi bir toplum, insanların kendilerini geliştirmelerine fırsat tanıyan toplumdur. Ahlâk anlayışının temeli, böyle bir toplumun oluşmasında katkıda bulunmaktır.

1.10. Ahlâkın Tanımı ve Önemi

Ahlâk dünya ile ilgili bir vizyona ve hayatla ilgili deneyime dayanan bir görev bilincini ifade eden, bireyin ‘kişisel etiği’ için kullanılan başka bir terimdir (Bertrand, 2004:26). Ahlâk, bilinçli insanlar arasında ve onlarla ilişkili olarak sergilenen tutumlar hakkındaki bir kararın sonucu olan davranışlarla ilgilenir (Haynes, 2002:18).

Ahlâk, bir toplumda ve belirli bir zaman kesitinde, bireylerin ya da birey guruplarının uymak zorunda buldukları davranış biçimleri ve kurallardır (Schulze, 1997:36). Bu tanımda özellikle dikkat edilmesi gereken ahlâk kurallarının aynı toplum içerisinde dahi zamanla değişeceğinin vurgulanmasıdır.

Ahlâkın tanımında dikkati çeken dört özellik vardır;

1. Belirli bir yerde,
2. Belirli bir zamanda,
3. Belirli kişi, grup ya da toplum için,
4. Nasıl davranılacağını gösteren değerler sistemidir.

Ahlâk, hayatımıza yön veren tercih ve davranışlarımızı doğruluk-yanlışlık, iyilik-kötülük, adalet, hak, görev ve sorumluluk açısından değerlendiren, nasıl bir hayatın yaşamaya değer, iyi bir hayat olduğunu bize söyleyen ve toplumdaki herkesin uyması gereken ilkeler bütünü şeklinde tanımlanabileceği gibi, bu ilkeleri saptama amacını güden disiplin biçiminde de tanımlanabilir.

Osmanlıca veya Türkçe sözlüklerin pek çoğunda (Misalli Büyük Türkçe Sözlük, Türkçe Sözlük, Türkçenin Sözlüğü, Arkadaş Türkçe Sözlük, Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Sözlük vb.) Ahlâk kelimesinin ikinci anlamına değinilmekte hatta Ahlâk kelimesine dört ayrı anlam yüklenmektedir:

1. Doğuştan gelen veya terbiye ile kazanılan nitelikler (fitrat, huy),
2. Bir toplumda kişilerin davranışlarını düzenleyen ve herkesin uyması gereken kurallar (Moral),
3. İyi nitelikler güzel huy,
4. Bu kural ve kaideleri inceleyen bilim dalı (Etik).

Ahlâkın Önemi

Durkheim'in 1900 yılında kaleme aldığı ancak 1937 yılında yayınlanan Meslek Ahlâkı (La Moral Professionelle) adlı eserinde ifade ettiği gibi bir toplumsal kurum, ahlâk disiplini olmadan yaşayamaz, aksi halde ortada sadece kişisel çıkar çatışmaları kalır. Toplamların bugün muzdarip olduğu sorun işte buradan kaynaklanmaktadır. Ekonomik hayattaki gelişmenin ahlâki yönleri ihmal etmiş olması toplumsal yaşam için bir tehlike teşkil etmektedir (Durkheim, 1986:7). Ahlâk toplumun soysal ve ekonomik yapısı için olmazsa olmaz şarttır.

1.11. Temel Ahlâki Değerler

Temel ahlâki değerler genel hatlarıyla şunlardır (Şimşek, 1999a:10);

- *Dürüstlük (Honesty)*: Kişinin güvenilir, sadık, samimi, açık sözlü olması ve yalancı olmamasıdır.
- *Doğruluk (Integrity)*: Kişinin bir takım kurallara sadık olması, şerefli, mert, vicdanlı olması ve ikiyüzlü, vicdansız olmamasıdır.
- *Verilen Sözlere Bağlı Kalmak (Promise-Keeping)*: Güvenilir olmak, gerek sözleşme hükümlerine gerekse sözlü olarak verilen sözlerine bağlı kalmak.
- *Sadakat (Fidelity)*: Aileye, arkadaşlara, işverenlere, ülkeye sadık olmak, gizli bilgileri ele geçirip kullanmamak, çıkar çatışmalarından kaçınmak.
- *Adalet (Fairness)*: Adil ve açık fikirli olmak, herkese karşı eşit muamele etmek, farklılıklara karşı toleranslı olmak, başkalarının hatalarından ve zararlarından faydalanmaktan kaçınmak.
- *Başkalarına Yardım Etmek (Caring for Other)*: Kişilerin diğerlerine karşı şefkatli olması, koruması, ihtiyaçlarına yardımcı olması ve zarar vermekten kaçınmasıdır.
- *Başkalarına Saygılı Olmak (Respect for Other)*: Kişilerin haklarına, özel hayatının gizliliğine, kendini ifade etme özgürlüğüne saygılı olmak. Nazik, kibar, teşvik edici olmak, onları küçültücü, sıkıntı verici sözler söylememek.
- *Vatandaşlık Sorumluluğuna Sahip Olmak (Responsible Citizenship)*: Mevcut yasalara itaat etmek (eğer bir yasa adil değilse, açıkça onu protesto etmekte dâhil) tüm demokratik hak ve özgürlüklerden, sosyal bilinç ve kamu hizmetinden sorumlu olmak. Herhangi bir lider ya da otorite olunması halinde karar alırken tüm demokratik süreçlere uymak. Gerekli olmadıkça gizlilikten ve bilgileri saklamaktan kaçınmaktır.
- *Gayretli Olmak, Faziletli Olmak (Pursuit of Excellence)*: Çalışkan, gayretli ve güvenilir olmak, işinde en iyi performansı göstermek, kişisel ve mesleki sorumlulukların bilincinde olmak.

- *Sorumluluk (Accountability)*: Kişinin verdiği kararlardan davranışlardan sorumlu olması, davranışlarının sonuçlarını önceden görmesi, kendisini başkalarının yerine koyması, aileye, kuruma, hükümete karşı güvenilir bir örnek oluşturması.

Yukarıda genel olarak belirtilen ahlâki değerler durağan değil değişkendir. Bir toplumdaki ahlâki sistemler üyelerinin ihtiyaçlarını karşılayamazsa bazı değerler korunurken zamanla bazıları değişebilmektedir. Fakat bu değişim dünden bugüne şeklinde hızla değil, toplumun yeni değerleri sindirebilmesi ve kabullenebilmesi için oldukça yavaş olmaktadır. Kültürler arası ilişkiler bu türden değişimleri körükleyen en önemli faktörlerden birisidir.

Ahlâki değerlerin bir takım önemli fonksiyonları bulunmaktadır. Bu fonksiyonların biri; ahlâki değerlerin bireysel çıkarı sınırlayarak, toplumsal çıkarlar için işbirliğini teşvik etmesidir. Örneğin; bir üretim işletmesinin belirli bir tarihe kadar yetiştirmek zorunda olduğu, yetiştiremezse ağır tazminat ödemeye mahkûm olacağı ve büyük ihtimalle batacağı bir siparişi olduğunu varsayalım. Bu durumda firmanın genel müdür işçi demeden bütün çalışanlarının işlerini kaybetmemek uğruna canla başla çalışmaları gerekmektedir. Çalışanlardan bazılarının kendilerini yormamak uğruna fazla çaba sarf etmediklerini düşünelim. Bu durumda o çalışanların fazla yorulmayacakları düşünülebilir ancak bütün çalışanlar bu şekilde düşünürlerse sipariş yetişmeyecek, bütün çalışanların işleri tehlikeye girecek ve asıl rahatsızlık o zaman baş gösterecektir. Bütün çalışanlar ahlâki değerleri içselleştirir ve sıkı sıkıya çalışırsa bir sorun çıkmayacaktır. Yani bütün çalışanların kendi çıkarları için işbirliği zorunludur.

1.12. Ahlâk-Etik-Moral İlişkisi

‘Ahlâk’ sözcüğü etimolojik açıdan Arapça ‘hulk’ ve ‘hilk’ kelimelerinden türemiştir. Birincisi ‘yaratılış’ ve insanın yaratılış ve ruh özelliklerinin tümünü dile getiren bir deyimden çoğulu olarak ‘huylar, seciyeler, mizaçlar, adetler, karakterler, alışkanlıklar’ manalarına gelirken, ikincisi ‘yaratılmış’ veya ‘yaratıklar’ yani halk veya toplum anlamındadır (Seyyar, 2003:10).

‘Etik’ sözcüğü de Latince ‘ethicus’, eski Yunanca ‘ethikos’ olarak ‘adetler, alışkanlıklar ve karakter’ anlamında kullanılmaktadır. Bu sözcüğün kökeni, var olmanın temel

niteliğini belirleyen bireysel ahlâk ve davranışsal alışkanlıklar anlamına gelen ‘swêdhêthos’ olarak belirlenmektedir (Berberoğlu ve Karalar, 2006:74).

‘Moral’ sözcüğü Fransızca bir sözcük olarak İngilizceye de girmiştir. Latince mos, moris (çoğulu mores) sözcüğünden gelmektedir ve ‘doğruyu yanlışı belirleyen adetler’ anlamını taşımaktadır (İzveren, 1980:243). ‘Moral’ sözcüğü, bizim günlük dilimizde ‘güvenli olup olmama’, ‘iyimserlik-kötümserlik’, ‘keyfinin yerinde olup olmaması’ anlamlarında kullanılmaktadır.

Ahlâk kelimesinin yalnızca birinci kökünü (hulk) inceleyen yazarlar kelimenin anlamını “yaratılıştan veya atalardan gelen özellikler” olarak kabul etmekte, etik kelimesiyle kıyaslarken yanılığa düşmektedirler. Olayı bu şekilde değerlendiren yazarlardan biri olan Atabek (2003:205) Arapça kökenli ‘Ahlâk’ ile Latince kökenli ‘moral’ ve ‘etik’ sözcükleri arasında önemli bir fark bulunmaktadır. Ahlâk, insanın yaratılışından gelen huylar olarak atalardan gelen huylara dikkat çekerken, moral ve etik sözcükleri toplumların kabul ettiği adetleri ve alışkanlıkları öne çıkarmaktadır demektedir.

Ahlâkın kelime anlamı söylenildiği gibi sadece ‘yaratılıştan ya da atalardan gelen özellikler’ olsaydı. İslam Dininin Peygamberi Hazreti Muhammed’in birçok hadisinde de geçen ahlâk, verilmek istenen mesajları tam olarak yansıtamazdı.

Hazreti Muhammed; “Ben güzel huyları tamamlamak için gönderildim”, “Sizin en hayırlılarından biride ahlâkça en güzel olanınızdır”, “Allah katında kötü ahlâktan daha büyük günah yoktur. Çünkü kötü ahlâk sahibi, bir günahtan çıkmadan diğerine düşer” (Atay ve diğ., 1992). İslam dininin hayırlı olmayı ya da günahkâr olmayı Ahlâklı olmaya ya da olmamaya bağladığı aşikârdır. Ahlâk sadece yaratılış özellikleri olsaydı bu durumda bir adaletsizlik oluşacak hayırlı olmak ya da günahkâr olmak insanların kontrollerinden çıkıp tamamen doğuştan gelen özelliklere yani kadere bağlı olacaktı ki bu durum cennet-cehennem olgularına ve Yüce Allah’ın adaletine gölge düşürecekti.

Bu çalışmada ‘Ahlâk’ hem ‘belli bir yer ve zamandaki genel geçer ahlâk kuralları’ (Moral) hem de ‘ahlâk felsefesi’ (Etik) anlamında kullanılacaktır. Çünkü bu sözcük yüzyıllardır düşünürlerimiz tarafından bu şekilde kullanılmıştır. Öyleyse ne olmuştur ki 1990’lara kadar Türk felsefecileri ve ahlâkçıları tarafından kullanılan ahlâk, ahlâkbilim ve ahlâk felsefesi terimleri ‘ethics’ kelimesini karşılamaz olmuş ve etik kelimesine

ihtiyaç duyulmuştur? Bu ihtiyaç olsa olsa daha süslü, daha anlaşılmas ve dolayısıyla daha bilimsel görünme gayretinin bir tezahürü olmalıdır (Arslan, 2001:7). Ülkemizde yapılan bir araştırmada birçok kişinin etik sözcüğüne yabancı olduğu gözlenmiştir (Ural, 2003:6).

1.13. Ahlâkın İlişkili Olduğu Diğer Kavramlar

Bir toplumda kişilerin davranışlarını düzenleyen ve herkesin uyması gereken kurallar olarak ahlâk kavramı, töre, örf ve adet kavramlarıyla yakından ilişkilidir. Bu nedenle birçok zaman karıştırılmakta ve birbirlerinin yerlerine kullanılmaktadır. Aşağıda bu kavramlar kısaca açıklanmıştır.

1.13.1. Töre

Töre, bir toplumda benimsenmiş, yerleşmiş yaşama ve davranış biçimlerinin, kuralların, görenek ve geleneklerin, ortaklaşa alışkanlıkların, tutulan yolların bütünü olarak tanımlanmıştır. Bir toplumdaki davranış biçimlerinin tümüdür.

1.13.2. Örf ve Adet

Örf ve adetler sosyal ilişkileri düzenleyen kurallardır. Toplumlarda yapısal ve fonksiyonel bir yere sahiptirler. Dar anlamda örf ve adet belli bir biçimde davranma alışkanlığıdır. Genel kamu yararına sürekli olarak yerleşmiş kurallardır. Hukukun kaynaklarından biridir (Akdoğan, 2003:9).

Adet kelimesi birçok zaman örf ifadesiyle eş anlamlı kullanılmaktadır. Fakat bu durum gerçeği yansıtmamaktadır. Örf ve adet arasında sıkı ve anlamlı bir ilişki olmasına rağmen bu iki kavram aynı anlamı taşımamaktadır. Adetler, halk tarafından alışılmış ve yaygın olarak kullanılan davranış şekilleridir. Bunlar sosyal bakımdan kabul görmüş ve yerleşmiş hareket tarzlarıdır (Erkal, 2000:14). Örf ise bu adetlerin yaptırıcı gücü olması durumuna verilen addır.

1.14. Değerler, Normlar ve Ahlâk

Birbirleriyle iç içe geçmiş ve karşılıklı etkileşim içinde olan bu kavramlar arasındaki ilişki aşağıda incelenmeye çalışılacaktır.

1.14.1. Değerler ve Ahlâk

Ahlâkla yakından ilişkili olan değerler, bireyin yaşamındaki farklı etmenlere yüklediği önemdir. Değer birey için her türlü düşünce yapısı veya etkinlik olarak da tanımlanabilir. Değer sisteminin girdisi yaşantılar, çıktısı ise davranışların değerini yargılamak ve onları yönlendirmektir (Acar, 2000:6). Gündelik yaşamımızda, kişilerin ahlâklılığında ya da ahlâksızlığından, söz ederken onların var olan değerleri içselleştirmesine veya içselleştirmemesine gönderme yaparız.

Değerler insan davranışlarının anlaşılmasında çok önemli bir yer tutar ve çatışmaların kökeninde değerlerdeki farklılıklar yatar (Pehlivan, 1998:16).

Değerler, zorunlu olsa da olmasa da bütün insan eylemlerini ve özellikle ahlâki eylemleri belirler. Ahlâk bir yönüyle değerler dünyasının parçasıdır. Çünkü 'iyi' ve 'kötü' başta olmak üzere her türlü ahlâki yargı, birer değer olarak karşımıza çıkar. Değer kendisine yöneldiğimiz bir alan, ahlâk ise ne tür değerlere yönelineceğini belirleyen kurallardır (Gündüz, 2005:19).

Değerlerin üç temel özelliği vardır (Bölüktepe, 2001:7):

1. Değerler bireyin bir şeyin arzu edilmesini ya da arzu edilmez olduğuna dair inançlardır,
2. Değerler kalıcı ve sürekli, ancak, bu özellik onların sabit ve değişmez olduğu anlamına gelmez,
3. Değerler bireysel amaçları, tutumları etkilemekte ve yönlendirmektedir.

1.14.2. Normlar ve Ahlâk

Ahlâkla yakından ilişkili olan diğer bir kavramda normdur. Norm ise az önce çerçevesini belirlediğimiz değerlerle tanımlanabilecek bir kavramdır. Aslında değerler, genellikle normlarda vücut bulur ve normlar aracılığıyla etkinlik kazanır. Zira daha genel ve dağınık bir niteliği olan değerlere karşılık normlar, yaptırım güçleriyle toplumsal yaşamın belirgin bir unsuru olarak ortaya çıkarlar (Gündüz, 2005:20).

Belirli bir grupta veya toplumda standartlaşmış yol gösterici ve idare edici davranış şekilleridir. Fertlerin davranışlarının başkaları tarafından nasıl değerlendirileceğinin

rehberidir. Bireyin davranışlarının tasvip edilip edilmeyeceğini ortaya koymaktadır (Erkal, 2000:17). Türk Büyüklerine ve Bayrağa saygı, İstiklal Marşı veya Ezan okunurken saygılı olmak toplumumuzda yerleşmiş normlara örnek olarak verilebilir. Genellikle örf ve adetlere bağlı olarak oluşan normlar, bazen örf ve adetlerle ilişkili olmayabilir.

Normların genel özellikleri şunlardır (Pehlivan, 1998:17):

1. Grup üyelerinin çoğunluğu tarafından kabul edilir.
2. Grup yaşamının önemli bir bölümünü kapsar.
3. Grup üyelerinin duygu ve düşüncelerinden çok ortak davranışları üzerinde odaklaşır.
4. Grup üyeleri normları farklı düzeylerde benimser.
5. Normlardan sapma gösteren bireylere karşı, grup üyelerinin hoşgörü derecesi farklıdır.
6. Grup sürecinin işleyişini kolaylaştırır.

Normların temel amaçları ise (Acar, 2000:7):

1. Grubun temel değerlerini yansıttığı için, üyelerin diğer bireylerden ayrılıklarını yansıtır.
2. Grup üyelerinden beklenen davranışları basitleştirerek, kestirilebilir hale getirir. Böylece üyelerin davranışları önceden sezilebilir ve bu da grubun işleyişini kolaylaştırır.
3. Bireylerin sıkıntılı durumlara düşmelerini engeller.
4. Grubun yaşamasına yardım eder. Normlar aracılığıyla üyelerin sapkın davranışları reddedilerek, grubun varlığının sürdürülmesine çalışılır.

Ahlâkın normları, genellikle yazılmamış yasa anlamına gelir. Çiğnendikleri zaman bazı yaptırımlarla cezalandırılır. Örneğin ayıplama, hoş görmeme ve hor görme ahlâk dışı davranışı cezalandırmak için çok önemli olabilir (Pieper, 1999:64).

1.15. Gündelik Hayatta Ahlâkın Rolü

Günümüzde globalleşme ya da küreselleşme deyimleri ile ifade edilen kavram önceleri yalnızca ekonomik bir anlama ifade ederken son yıllarda sosyal boyutu ekonomik boyutunu gölgede bırakmış, özellikle ahlâki değerlerine bağlı olmayan zayıf kültürler ahlâki değerlerine sıkı sıkıya bağlı olan güçlü kültürlerin etkisinde kalmışlar ve kültürlerini büyük ölçüde yitirmişlerdir.

Kültürün bir toplum için her şey demek olduğu düşünülürse ahlâki değerlerini kaybeden toplumların kültürlerini kaybedeceği, kültürlerini kaybeden toplumlarında dolaylı olarak her şeylerini kaybedeceklerini söylemek yanlış olmaz. Tam ters mantıkla ahlâki değerlerini sahiplenen toplumlarda kültürlerini ve varlıklarını sürdürmeye devam edeceklerdir.

İkinci dünya savaşında büyük bir yenilgiye uğrayan, sonrasında ağır yaptırımları olan ateşkes ve barış anlaşmalarına imza atmak zorunda kalan Almanya ve Japonya'nın kısa sürede bu denli hızlı toparlanabilmelerinin ve dünya piyasalarının oldukça büyük bir kısmını karşılayabilmelerinin yegâne sebebi ahlâki değerlerine ve kültürlerine olan bağlılıkları, bu değerlerin toplum olma bilincini kendilerinde uyandırması ve birbirlerine sıkı sıkıya bağlanıp canla başla çalışmalarıdır. Booker Washington, Birleşik Amerikanın güneyinde Tuskegee'deki okulunda şu amacı benimsemişti: İnsanların marangoz yapmak istemiyoruz. Aksine marangozları insan yapacağız (Foerster, 1959:29). Her iş, vicdanın yüksek kontrolü altında yapılmaktadır. Her insan olağanüstü bir iş başaramaz. Fakat herkes, adi bir işi dahi olağanüstü bir ruhla başarabilir (Torlak, 2003:86). İşte Almanların ve Japon'ların yaptıkları da tam olarak buydu.

Ahlâkın bir diğer önemli rolü de çeşitli yaptırımları olması nedeniyle toplum içindeki düzeni ve güveni tesis etmesidir. Bu düzen ve güven toplumdaki sosyal, siyasi ve ticari bütün ilişkileri olumlu yönde etkilemektedir. Eğer bu anlamda düzenleyici rol oynayan ahlâki değerlerde bir bozulma meydana gelirse, mevcut düzeni sağlayabilmek ya da koruyabilmek için görece ahlâksızlıktan kaynaklanan boşluklar yasalarla doldurulmak zorundadır ki bu durum ahlâki değerlere göre oldukça maliyetlidir.

BÖLÜM 2: İŞ AHLÂKI

2.1. İş Ahlâkı Kavramı ve Sosyal Sorumluluk

Batı da, dini inançların baskın rolü sanayi devrimiyle önemli ölçüde azalmıştır. 20. Yüzyılın ilk çeyreğine kadar, Batı ülkelerinde egemen olan kapitalist felsefe, ekonomik kalkınma için işletmeleri bir araç olarak görmüş ve kazancın artırılması için pek çok şey mubah olarak kabul edilmiştir. Özellikle kârlarını arttırma güdüsüyle hareket eden kimi firmaların, ahlâki kuralları ihlal etmeleri küresel ölçekte çok yönlü bir sorunlar demetinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Çalışma koşullarının önemsenmemesi, doğal kaynakların hesapsız tüketilmesi, toplum sağlığını olumsuz etkileyen ürünlerin üretilmesi, ürün satışında kalite-fiyat dengesinin geri plana atılması, yanıltıcı reklâmlar, müşteri tatmininin önemsenmemesi, genel olarak tüketici haklarının ihlali, vergi kaçakçılığı, rüşvet, kayıt dışı ekonominin güçlenmesine yol açan çeşitli usulsüzlükler bu sorunların bazılarıdır.

İş ahlâkı alanında var olan derin boşluğu görünür kılan ve sıkça yaşanan sarsıcı skandallara kaynaklık eden bu sorunlar yumağı, sosyo-ekonomik süreçte iş ahlâkı temelinde ivedilikle yeniden yapılanma gereksinimine gönderide bulunmaktadır (İlhan, 2005:274).

Ekonomi ve ahlâktan, ticaret ve dürüstlükten söz açılınca, insana adeta yer ile gök kadar birbirinden uzak, birbirinden ezelden beri ayrı iki âlemde bahsediliyormuş gibi geliyor (Foerster, 1959:25). Bu düşünce biçimi gerçeği kesinlikle yansıtmamaktadır. Liberalizmin babası, Adam Smith'in açıkladığı gibi ekonomik hayat, sosyal hayatın derinine gömülmüştür. Dolayısıyla faaliyette bulunduğu toplumun alışkanlıklarından, göreneklerinden ve ahlâkından ayrı algılanamaz (Acar, 2000:23). İş dünyası ile toplum arasında yazılı olmayan bir sözleşme söz konusudur. İş dünyası faaliyet gösterdiği toplum içinde bu toplumun kurallarının geçerli olduğu çevreye dayanmak zorundadır (Gülmek, 1997:36).

İşadamı ve yöneticiler devamlı kararlar alırlar; bu kararlar, işletme içi ve işletme dışı olaylara ilişkin bilgiler ile onların değer yargılarına dayanır. Aynı objektif veriler karşısında, değişik kişilerin değişik kararlar almaları, aslında bu değer yargılarının kişiliğe göre değişmesinin eseridir. Kişilik ise, doğal niteliklere bağlı olduğu kadar,

toplumsal değer sistemine, yani kültürel yapıya bağlı olarak da Őekillenir. Kültürde ahlk etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Her kültürün kendine özgü olan değerler sistemi yani kendine özgü bir ahlk vardır. İŞte bu durum iş ahlknn farklı toplumlarda farklı algılanmasını ve farklı toplumlardan gelen yöneticilerin veya iŐadamlarının benzer durumlarda farklı kararlar vermelerini açıklamaktadır.

İŞ ahlk geleneksel olarak, filozofların, akademisyenlerin ve sosyal eleŐtirmenlerin inceleme alanına girmiştir. Dolayısıyla iş ahlkyla ilgili bugün yazının büyük bir kısmı, yöneticilerin ve liderlerin pratik ihtiyaını karşılamaya uygun değildirler (Akdoğan, 2003:68).

Çoğu lider ve yönetici iş ahlknn gereksiz olduğunu düşünür. Çünkü onlara göre ileri sürdüğü Şey sadece ‘iyi olanı yap’tır. Yönetici ve liderlere göre ahlk çıkmazları keŐfetmek amacıyla düzenlenmiş vakalar gerçek yaŐamda sadece doğru ve yanlıŐlar varmıŐ gibi düzenlenmiş senaryolardan ibarettir. ‘Yalan söylemeli miyim?’, ‘almalı mıyım?’ veya ‘Aldatmalı mıyım?’. Bu yüzden çoğu yönetici iş ahlkn konu dışı bulur. Onlara göre iş ahlk gerçek yaŐamda organizasyonlar yönetilirken karşılaşılan karmaŐıklıktan uzaktır (Velioğlu, 2002:87).

Şirket sorunları söz konusu olduğu zaman ahlk kararlara varmak güçtür. İŞ dinamikdir, rekabetçidir, değişken ve karmaŐıktır; her Şart için yol gösterecek ilkeler bulmak kolay değildir (McHugh, 1992:107).

İŞ adamlarının bir bölümü, ahlâk ölçütleriyle yargılanmaktan hiç hoŐlanmazlar ve bu açıdan rakiplerine bile eleŐtiri götürmezler. Bu alanda ‘sıra köŐklerin’ zarar görmemesi için bir ‘sessiz anlaşma’ yürürlüktedir. Kısacası ‘İŞ hayatının ahlk iŐtir’ (Baltaş, 2002:30) Şeklinde bir anlayış hâkimdir.

İŞ dünyası bir yandan mal, öte yandan hizmet alım satımıyla uęraŐır. İŞ aynı zamanda para, kr ve başarı demektir. Bazı kimseler için iş dünyası sadece bunlardan ibarettir ve bu kimseler iş dünyası ile ilgili olarak Őunları söylerler (McHugh, 1992:11):

- Gemisini kurtaran kaptan.
- Yakalanmadığın sürece ne yaparsan yap.
- İŞ hayatında kazık atmayan var mı?
- Dürüstlük kimi zengin etmiş Şimdiye kadar?

- Ne varsa hırsta var.
- Herkes yapıyor, ben niye yapmayayım?

Sanki bütün iş dünyası bu ilkelere göre yönetiliyormuş gibi bu sözler çok karamsar bir görünüm çizmektedir. Ancak gerçekte iş dünyasının da iyi ve kötü yanları, her işte olduğu gibi, doğruları ve yanlışları vardır (Şimşek, 1999a:16).

Asrımızın en önemli gelişmelerinden biride, insanların hırs ve beklentilerinin artmasıdır. Hızlı kalkınma ve gelişmeye paralel olarak artan bu tutumun iş hayatında ciddi anlaşmazlıklara, verim düşüklüğüne, israflara ve kayıplara yol açtığı görülebilir (Şimşek, 2004:197).

Bireylerin iş yaşamlarında ahlâka yer vermeleri ya da yer vermemeleri yani iş ahlâkına uygun hareket etmeleri ya da etmemeleri hayati öneme sahiptir. Züriç'te mühendis okulunun bahçesinde teşhir edilen Münchensteiner Köprüsünün enkazı, sadece yapım hatalarını göstermek için oraya konmamıştır. Bu enkaz ahlâk kusurlarından, inşaatta en basit teknik bilgilerin dahi tatbik edilmediğini göstermektedir (Foerster, 1959:28).

Tıpkı M.Ö. 4. yüzyıldan itibaren tüm Akdeniz dünyasının Helenleşmesi gibi bizde M.S. 20. yüzyıldan beri kaçınılmaz ve geri dönülemez bir şekilde batılılaşıyoruz (Yılmaz, 2004:143). Bu batılılaşma beraberinde iş dünyamızın yüzyıllarca büyük bir başarıyla uygulamış olduğu iş ahlâkı ilkelerimizin de bozulmasına sebep olmuş ve bu durum sonucunda yukarıda anlatılan olayın çok daha ölümcülü ülkemizde meydana gelmiştir. 17 Ağustos 1999 Marmara Depremi ve 12 Kasım 1999 Düzce Depreminde usulüne uygun yapılmayan on binlerce bina yıkılmış, genci yaşlısı, kadını erkeği, çoluğu çocuğu resmi rakamlara göre yirmi bine yakın insanımız hayatını kaybetmiş, on binlercesi evsiz kalmış bir o kadarı da yapım hatalarından kaynaklanan hasarlı binalarına girmeye cesaret edememişlerdir.

İnşaat yapımındaki ahlâksızlığı gören devlet göstermelik birkaç kişiyi mahkûm etmiş ve sonrasında ahlâkın dolduramadığı inşaat sektöründeki boşluğu yasal mevzuatlarla çözmeye çalışmıştır. Ancak bütün kanunlara rağmen münasip bir iş ahlâkının yerini tutacak hiçbir şeyin mevcut olmadığını söylersek aşırı gitmiş olmayız (Öztürk ve diğ., 1986:59).

Örgütlerde kârın tek performans göstergesi olduğu geleneksel anlayış değişime uğramaktadır. Bugün paydaşlar adı verilen toplumun, çalışanların, müşterilerin, tedarikçilerin ve hissedarların memnuniyetinin işletme performansında esas olduğu modellere tanık olmaktadır. İş hayatı gittikçe karmaşık, dinamik ve çok yoğun rekabetin yaşandığı bir hal almaktadır. Bu ortamda işletmelerin doğru şeyler yapmaları ve bu esnada hem kendilerine hem de diğerlerine zarar vermemek gibi bir sorumluluğa sahip olmaları, iş ahlâkına olan ihtiyacı daha önemli hale getirmiştir.

Uzun vadede bir kuruluşun toplumda kabul görmesi, göstereceği ‘tutarlı ahlâki tavır’ ile yakından ilintilidir. Tutarlı ahlâki tavır; müşterinin, tekrar tekrar şirket kapısına çekilmesinde etkili olacak, (Gürlek ve Gürol, 1993:201) bu tavır sayesinde müşteri taleplerinde hiçbir azalma olmayacak, böylece müşteri tatmini de sağlanmış olacaktır (Olca, 2002:29). Günümüzde, hem çalışanlar hem de yöneticiler birtakım ahlâki değerlerle donatılmadıkça, işletmelerin başarılı olması mümkün görünmemektedir (Şimşek, 1999b:19). Araştırmalar son yılların başarılı sanayileşmiş ülkelerinin iş ahlâki ve sosyal sorumluluk kavramlarını kalkınmada bir araç olarak benimsediklerini ortaya koymaktadır (Gülmek, 1997:38).

1990’ların ortalarından beri iş ahlâki hızlı bir şekilde yayılmaya ve kabul görmeye başladı. Birçok şirket özellikle büyük olanlar belirledikleri değerler sistemini veya iş ahlâki ilkelerini uygulamaya koydu (George, 2003:127). Bazı ülkelerde gelişen karmaşık ilişkiler içinde kuralları ve güven ortamını oluşturmak için her iş kolunda ahlâki kurallar oluşturulmuş, genellikle de yazılı hale getirilmiş ve personelin işe başlaması bu kurallara uyacağı konusunda yazılı güvence vermesine bağlanmıştır (Gülmek, 1997:41). Günümüzde iş ahlâki kavramı öylesine büyük bir önem kazanmaya başlamıştır ki; bunun en güzel örnekleri dünyanın çeşitli bölgelerindeki işletmelerin kendilerine has işletme içi ahlâk kuralları geliştirmeleri, iş ahlâkiyle ilgili uluslararası dergilerin, makalelerin, kitapların, tezlerin yayınlanması, üniversitelerde iş ahlâkiyle ilgili araştırma birimlerinin kurulması ve bu konularda dersler verilmeye başlanmasıdır.

İş ahlâki ve sosyal sorumluluk kavramlarını birbirinden ayrı düşünmek imkânsızdır. Bu iki kavram bir biri içine sıkı sıkıya geçmiştir. Çünkü iş ahlâkının olduğu yerde sosyal sorumluluk olmak zorundadır. Sosyal sorumluluk iş ahlâkının hem gereği hem de bir şartıdır. Aynı durum kavramlar yer değiştirildiğinde de geçerlidir. Yani her ikisi de

birbirinin hem nedeni hem de sonucudur. Daha öncede ifade ettiğimiz gibi ahlâk genel olarak bireysel çıkarları sınırlayıp toplumsal çıkarlar için işbirliğini teşvik etmektedir. Sosyal sorumluluk, mikro ve makro çevre içerisindeki tüm etmenlerin birbirine karşı sorumluluğu olarak tanımlanmaktadır (Gülmek, 1997:39). Şüphesiz tüm birey ve kurumların içinde yaşadığı çevreye karşı ödev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Örneğin, bir işletmenin kendi çalışanlarına, pay sahiplerine, ortaklarına olduğu kadar, dış çevreye (devlete, doğaya, topluma) karşı da sorumlulukları vardır. İş ahlâkına riayet eden her firma ilişkili olduğu bu kişi ve kurumlara karşı toplum olmanın gereği olan sosyal sorumluluklarını kuşkusuz yerine getirecektir. İşte bu nedenlerden ötürü iş ahlâkı ve sosyal sorumluluk kavramları birbirinden ayrı düşünülemez. Ancak her iki konunun da önemine binaen, konular üzerinde nispeten odaklanarak çalışmanın daha faydalı olacağı düşüncesiyle bu çalışmada yalnızca iş ahlâkı incelenmiş ve sosyal sorumluluk kavramına değinilmemiştir.

2.2. İş Ahlâkı Tanımı ve Önemi

İş ahlâkı oldukça geniş kapsamlı, karmaşık bir kavramdır. Bu kavramla ifade edilmek istenen şeylerin neler olduğu hususunda genel kabul görmüş bir görüşün olmadığı belirtilmektedir (Bölüktepe, 2001:9). Aynı şekilde iş ahlâkının kapsamını ve sınırlarını çizmekte oldukça zordur (Özgener, 2004:51). Ayrıca bu konudaki sorunların çözümü için herkes tarafından kabul görmüş evrensel bir yaklaşımda söz konusu değildir.

İş ahlâkı ekonomik hayatla ilgilidir ve dolayısıyla ekonomik faaliyetlere katılan insanların işlerini nasıl yapacaklarına ilişkin kurallar bütününe ifade eder (Erken, 2006:106). İş ahlâkı, iş dünyasında hüküm süren doğru ve yanlış davranışları ele alır. Neyin doğru neyin yanlış olduğunu imleyen iş ahlâkı, sosyo-ekonomik süreci tüm boyutlarıyla kuşatır. Bu nedenle ahlâki konular iş aktivitelerinin her alanını ilgilendirir (İlhan, 2005:276). Çalışanlar arasında, çalışanlarla yöneticiler arasında, işletme ve işletmeyle alışverişte bulunanlar ya da işletmeyle çevresel faktörler arasındaki ilişkiler (Arslan, 2001:5) iş ahlâkı kapsamındadır. İş ahlâkının çekirdeğini bireysel ahlâk, işletme ahlâkı ve sosyal ahlâk oluştururken, müşteriler, rakipler, ortaklar, yasal ve siyasal yapıdan oluşan gruplar ise bu çekirdeği etkileyen dış faktörler olarak ortaya çıkmaktadır (Uslu, 1996:35).

İş ahlâkı, bütün ilişkilerde dürüstlük, güven, saygı ve hakça davranmak demektir. Dürüstlük, güven ve saygı gibi değerler genel kavramlardır ve kesin çizgilerle belirlenmemiştir. İş ahlâkı konusunda söylenen sözlerin çoğu bu niteliktedir (McHugh, 1992:14). İş ahlâkı herkes tarafından farklı algılanabilen göreceli bir kavram olduğu için, bu konuda çalışan işletmeciler, sosyologlar ve diğer araştırmacılar iş ahlâkını farklı şekillerde tanımlamışlardır.

Basit olarak, iş ahlâkı, iş dünyasında davranışlarımıza yol gösteren ahlâki ilkeler ve standartları kapsamaktadır (Ferrel and Fraedrich, 1994:6). İş ahlâkını açıklamaya çalışan tüm tanımlar, belirli bir durumdaki ‘yanlış ve doğru’nun ne olduğu konusunda var olan kuralları, standartları ve ahlâki prensipleri içine almaktadır (Kırel, 2000:4). İş ahlâkı aynı zamanda çeşitli gurupları etkileyen bu değer ve kararların nasıl tanımlanacağını ve yöneticilerin ya da firma sahiplerinin şirket yönetiminde bu zorlukları nasıl uygulayacaklarını gösteren bir kavramdır.

Genel olarak ahlâk “birey ve toplum için en doğru ve en erdemli olan nedir?” sorusuna cevap ararken iş ahlâkı, bir iş yapılırken o işin, iş dünyasının kabul edeceği yöntemlerle ve toplumun benimseyeceği genel ahlâk ilkeleriyle yapıp yapılmamasıyla ilgilenir (Seyyar ve Öz, 2007:175). İş ahlâkı, hem güçlü bir yol gösterici, hem de ahlâka aykırı davranışları güçlü bir önleyici olarak işletmelere önemli yararlar sağlamaktadır (Özgener, 2004:10).

İş ahlâkı konusunda reddedilmesi gereken ilk yargı, iş dünyasına ait özel bir ahlâkın olduğu buna da iş ahlâkı dendiği şeklindeki yanlış kanıdır. İş ahlâkı ya da iş dünyasında karşılaşılan ahlâki sorunlar genel ahlâki sorunlardan ayrı bir yöntemle ele alınamazlar (Arslan, 2001:5). Hayatın diğer alanlarında sözüden dönmek doğru bir davranış değilse, iş ahlâkı bunu iş dünyasında doğru ya da kabul edilebilir bir davranış olarak sunamaz. İş ahlâkının bu konuda yapabileceği şey hangi çeşit sözlerin verilip verilemeyeceğini analiz etmektir.

İş ahlâkı konusundaki bir diğer önemli yanlış yargıda, bir işletmenin hukuka uygun ve saygılı olmasıyla iş ahlâkına uygunluğun aynı şey olduğudur. Hâlbuki yasalara uymuş olmak iş ahlâkı için yeterli bir koşul değildir. Ahlâki açıdan yapılması gereken bir şey hukuktan, yasalardan ve diğer düzenlemelerden daha farklı bir kavramdır.

İş ahlâkı uygulamalı bir disiplindir. İnsanların ahlâki kararları almasına yardım etmezse, büyüleyici olabilir, ama yararlı olamaz (McHugh, 1992:111). İş ahlâkı, ekonomi ve iş dünyasının sağladığı imkânlar doğrultusunda sağduyulu seçimler ve tercihler yapılmasında işadamlarına yol gösteren, sosyal ve manevi düsturlar, idealler, ilkeler ve değerler bütünüdür (Seyyar ve Öz, 2007:175).

İş ahlâkı, özellikle ahlâki standartların işletme politikalarına, kurumlara ve davranışlarına nasıl uygulanacağı üzerinde odaklanmaktadır. İş ahlâkı ele alınırken bireysel ahlâk da göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Bireysel ahlâk, iş ahlâkının oluşmasında çok önemli bir rol oynar. Netice itibari ile işletmelerde kararlar çoğunlukla yönetim kademesindeki bireyler tarafından verilmektedir. Bunun sonucunda, işletme yönetiminde karar verme pozisyonundaki bireylerin ahlâki değerleri ve beklentileri ile işletmenin beklentileri ve değerleri arasında bir çatışma söz konusu olduğunda ortaya ahlâki sorunlar çıkmaktadır.

2.3. İş Ahlâkının Tarihsel Gelişimi

İş ahlâkı günümüze özgü bir sorun değildir. Tarih boyunca insanlar iş ilişkilerinde ahlâk kurallarını görmezden gelmişlerdir. Rüşvetin bize Osmanlı'dan miras kaldığı söylenir ki, bu da yanlıştır. Rüşvet, insanlığın mal mülk edinmeye başlamasıyla doğmuştur (Yılmaz, 2004:26). Eski Yunan ve Roma uygarlıklarında filozoflar toplumda yolsuzluklara ve sosyal çözümlere neden olabileceği düşüncesiyle, ticari faaliyetlere olumlu bakmazlardı (Özgener, 2004:56). Zaten aristokrasinin egemen olduğu bu tür köleci medeniyetlerde el emeğine ve fiziki çabaya dayanan faaliyetler küçümsenirdi. İş ve çalışma kölelerin ve aşağı sınıfların bir özelliği olarak bilinirdi. Bu tutum ticari faaliyetler içinde sürdürülmüştür (Arslan, 2001:30). Bozkurt, antik Yunanda tüccarın durumunu Platon'un, eski Roma'da Çiçero'nun ağzından şöyle aktarmaktadır. Platon, "Yalan söylemeye ve aldatmaya alışık tüccarlara gelince, onlara sitede kaçınılmaz bir kötülük olarak katlanabiliriz ancak". Çiçero, "Tüccarlar yalan söylemeden kazanç elde edemezler, oysa yalandan daha utanç verici ne vardır" (Bozkurt, 2000:19). Görüldüğü gibi iş ahlâkı ve sorunları insanlığın ekonomik faaliyetlere başlamasıyla beraber başlamıştır.

2.3.1. ABD’de İş Ahlâkının Gelişimi

Bu bölümde içinde bulunduğumuz yüzyılda ABD’de ortaya çıkan gelişmeler kronolojik sıralamaya göre dört aşamada ele alınıp incelenecektir.

Birinci İş Ahlâkı Aşaması (1960 öncesi): 1960 öncesi ABD, Kapitalizm kavramını sorgulayan mücadeleciler birçok aşama geçirmiştir. İş ahlâkı hakkındaki araştırmalar yirminci yüzyılın başlarında geleneksel Liberal anlayışın zayıflaması ve Sosyalist akımın güçlenmesiyle başlamıştır. Sosyalist ve Liberal düşünceler arasında şiddetlenen tartışmalar aynı zamanda işletmelerin ve işletmeciliğin amaçlarının ve topluma katkı veya zararlarının da tartışılmaya başlanmasına neden olmuştur. Bu sayede işletmelerde ve işletmecilikte ahlâki değerlerde sorgulanmaya başlanmıştır.

1920’lerde ABD’de vatandaşlara eğitim, eğlence, sağlık ve emeklilik için yeterli olabilecek gelir olarak tanımlanan ‘geçimlik maaşı’ sağlanmaya çalışılmıştır. İşletmeler geçimlik maaşını tehlikeye sokabilecek fiyat artışları konusunda uyarılmıştır (Kırel, 2000:10). Bu dönemde iş ahlâkı sorunlar daha çok ilahiyat açısından ele alınmıştır. Dini liderler, adil ücret, iş uygulamaları ve kapitalizm konusundaki sorunları yüksek sesle dile getirmişlerdir. Bu dönemde dinsel gelenekler iş ahlâkının temelini oluşturmuştur (Ferrel and Fraedrich, 1994:7). 1920’li yıllarda ahlâki sorunların yetersiz eğitimden kaynaklandığı düşünülmüş ve yine bu dönemde eğitim kurumlarında iş ahlâkı dersleri verilmeye başlanmış akademisyenler iş ahlâkı konusunda teorik eserler vermeye çalışmışlardır (Arslan, 2001:38).

İkinci İş Ahlâkı Aşaması (1960-1970): Bu dönemde iş ahlâkı bir gelişme seyri içine girmiştir. İş ahlâkı alanında yapılan çalışmalarda büyük bir artış olmuştur. 1960’lar şehir merkezlerinin bozulmasına, nükleer atıklar ve kirlilik gibi çevre sorunlarının artmasına tanık olmuştur (Kırel, 2000:11). 1962 yılında ABD Başkanı John F. Kennedy, ‘Tüketici Hakları Bildirgesi’ olarak bilinen bir bildiri yayınlamıştır. Bu bildiri; güvenlik hakkı, bilgilenme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme ve seslerini duyurma hakkını içermektedir (Ferrel and Fraedrich, 1994:8). Ayrıca bu dönemde iş ahlâkı derslerinin verildiği okulların sayısında bir artış olmuştur. 1967’de ABD’ndeki fakülte ve yüksekokulların yaklaşık olarak %17’si iş ahlâkı dersi vermiştir. Bu dönemde derslerin sayısından çok derslerin içeriğinin genişlemiş olması önemlidir (Arslan, 2001:38).

Üçüncü İş Ahlâkı Aşaması (1970-1980): İş ahlâkı 1970'lerde yeni bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmış ve gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde firmaların yolsuzluklara ve skandallara karışması iş ahlâkına olan ilgiyi arttırmıştır. Toplumsal kaygılar nedeniyle birçok işletme çalışanlarının iş ahlâkı eğitiminden geçmeleri gerektiğini kavramış ve bu durum iş ahlâkı alanındaki çalışmaların sayısını da arttırmıştır. Din adamları ve düşünürler belli dini ilkelerin iş faaliyetlerine uygulanabileceğini ileri sürerek iş ahlâkına temle oluşturmuşlardır. Daha sonra işletme profesörleri işletmelerin sosyal sorumluluğu hakkında yazılar yazmaya ve dersler vermeye başlamışlardır (Kırel, 2000:12). Felsefeciler iş ahlâkı disiplinini yapılandırmak için ahlâk teorileri ve felsefi analizi uygulayarak bu alana girmişlerdir. Sosyal talepler arttıkça, birçok işletme ahlâkı sorunlarla daha fazla doğrudan doğruya ilgilenmek zorunda olduğunun farkına varmıştır (Özgener, 2004:63). İşletmelerde ahlâkı sorunlar ve sosyal sorumlulukla ilgili tartışmalar düzenlenmiş, iş ahlâkı sorunlarıyla ilgilenen merkezler kurulmuştur. Disiplinler arası toplantılara işletme profesörleri, ilahiyatçılar, felsefeciler ve işadamları birlikte katılmışlardır (Ferrel and Fraedrich, 1994:9).

Dördüncü İş Ahlâkı Aşaması (1980 ve Sonrası): 1980'lerden sonra örgütler ve firmalar o zamana kadar hiç olmadığı kadar toplumda önemli roller üstlenmeye başlamışlar ve dolayısıyla iş ahlâkının önemi de buna bağlı olarak artmıştır. 1980'lerde işletme alanında çalışan akademisyenler ve uygulamacılar iş ahlâkını bir çalışma alanı olarak kabul etmişlerdir. Farklı ilgi alanlarına sahip çeşitli gruplar iş ahlâkı alanının gelişmesini sağlamışlardır (Kırel, 2000:14). İş ahlâkı konusu General Electric Co., The Chase Manhattan Co., General Motors, Atlantik Richfield Co., Caterpillar Inc., gibi önde gelen şirketlerin birçoğu ahlâk komiteleri kurarak, ahlâki konulara eğilen sosyal politika grupları oluşturmuştur (Ferrel and Fraedrich, 1994:9). 1980 yılında ABD'nde yapılan bir araştırmaya göre, 'Fortune 500' listesinde yer alan büyük şirketlerin sadece %8'i bir ahlâk koduna sahipti. Bu oran 1985 yılında %77'ye ve daha sonra 1990 yılında ise %90'ın üzerine çıkmıştır (Özgener, 2004:63).

1990'lar da ABD Başkanı Clinton, Regan ve Bush kadar sert rekabet şartları uygulamamış ve bazı kotalar geliştirmiştir. Bu dönemde hükümetler işletmelerin küresel rekabet stratejilerinin bütünleşmiş bir parçası haline gelmiştir (Kırel, 2000:15). Yirmi birinci yüzyıla girildiğinde firmaların en az devletler kadar dünyada ağırlığının

artmasıyla birlikte, iş ahlâkı da küresel düzeyde önemi artan bir disiplin haline gelmiştir (Arslan, 2001:40).

2.3.2. Avrupa’da İş Ahlâkının Gelişimi

Avrupa’da ilk olarak Adam Smith(1727-1790) ‘Ahlâki Duyguların Teorisi’ adlı eserinde ahlâk biliminin ilkelerini ortaya koymaya çalışmıştır. Smith bu çalışmasıyla ekonomi ile ahlâk arasındaki ilişkileri ele almıştır (Kırel, 2000:16). 19. yüzyılda iş ahlâkı konusunda Avrupa’da da Amerika’dakine benzer bir şekilde dinsel bir bakış açısı hâkimdi. Max Weber’in 1919 yılında yayınlanan ‘Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhı’ adlı eserinde de ifade edildiği gibi bu dönemde işe ilişkin ahlâki sorunlar Yahudilik ahlâkının iş yaşamına katkıları ya da olumsuzlukları, Protestan ahlâkının getirdikleri ya da götürdükleri gibi daha çok dinsel açıdan ele alınmıştır (Weber, 1997). Ancak, 1920 yılında Britanya’da ‘Endüstriyel Yönetim Enstitüsü’nün kurulmasıyla birlikte iş ahlâkı işletmecilik kapsamında görülmeye başlanmış, böylece iş ahlâkını konu alan dersler okulların ders programında yer almaya başlamıştır (Arslan, 2001:37). Özellikle Durkheim tarafından 1900 yılında kaleme alınan, ancak 1937 yılında yayınlanan ‘Meslek Ahlâkı’ adlı çalışmada ekonomik yaşamdaki gelişmelerin ahlâki yönlerinin ihmal edilmesinin toplumsal yaşam için bir tehlike oluşturacağı (Durkheim, 1986:7) ifade edilmiştir. 20. yüzyıl başlarında klasik liberalizm anlayışına karşı bir alternatif olarak ortaya çıkan ve güçlenen sosyalist hareket, iş ahlâkı açısından benzer sonuçları burada da doğurmuş, iş ahlâkının önemi ve bu konudaki çalışmaların sayısı önemli ölçüde artmıştır.

Avrupa’da 1950-1970 yılları arasında iş ahlâkı çalışmalarında yine Kilise ve Teoloji bağlantısı önemli bir yer tutmuştur. Katolik Kilisesi bünyesinde çalışanlar ve yöneticilerin yer aldığı organizasyonlar kurulmuştur (Arslan, 2001:35).

1984 yılında İsviçre’de bir iş ahlâkı araştırma bölümü kuruldu. Birkaç yıl sonra Hollanda’da Avrupa’nın iş ahlâkı alanındaki ilk kürsüsü kuruldu. 2000’lere gelindiğinde Avrupa’nın hemen her yerinde iş ahlâkı toplum üzerinde büyük ve sürekli bir etkiye sahip olan farklı bir araştırma ve eğitim alanı haline gelmiştir. Avrupa’da bugün yirmi beşin üzerinde iş ahlâkı kürsüsü vardır. (Özgener, 2004:65).

2.3.3. Türkiye’de İş Ahlâkının Gelişimi

Türkiye’de iş ahlâkı konusundaki gelişmelerin daha iyi anlaşılması açısından konu, İslamiyet’ten önceki eski Türk devletlerinde iş ahlâkı, İslamiyet sonrası Türk toplumlarında iş ahlâkı ve Cumhuriyet döneminde iş ahlâkı başlıkları altında incelenecektir.

2.3.3.1. İslamiyet’ten Önceki Eski Türk Devletlerinde İş Ahlâkı

İslam öncesi Türklerin çalışma hayatında tarım ve hayvancılık yanında ticari faaliyetlerde önemli bir yer işgal etmiştir. Eski Türklerde insan ve toplum yaşamını, yüzyıllar boyu büyük ölçüde dinsel inançlar ve toplumsal gelenekler belirlemiştir.

Türklerin çeşitli devirlerde Budizm, Manizm, Taoizm, Hıristiyanlık ve Musevilik gibi dinleri kabul ettikleri bilinmektedir. Bu dinlerin bilhassa kültür sahasında büyük etkileri olmuştur. Bu dinlerin çok yaygın olduğu dönemlerde bile eski inançlar korunmuştur (Özgener, 2004:75). Her ne kadar bazıları tarafından bir dinden ziyade bir ahlâk öğretisi olarak kabul edilse de Konfüçyüs öğretisi de Türk toplumlarının örflerini ve ahlâk yapılarını etkilemiştir. Eski Türklerde birçok dinin ortak olarak benimsediği ahlâki prensipler kabul görmüştür. Bunlar arasında öne çıkanlar, cinayet, zina, yalan yere yemin etme, hırsızlık gibi davranışlardır.

Hun devletinin kurulduğu M.Ö. üçüncü yüzyıldan başlayarak eski Türk devletleri, töre ile işleyişlerini düzenlemişlerdir. Töre kanunlar ve örf hukukudur. Uygarlar zamanında bu kelime yalnızca ‘kanun’ anlamında kullanılmıştır (Özgener, 2004:75).

İslamiyet öncesi Türk çalışma hayatı da diğer bütün alanlarda olduğu gibi örfi hukuk kuralları olarak nitelendirebileceğimiz törelerle şekillenmiştir. Bu hususta Kutadgu Bilig’de önemli bilgiler vardır. “Ben işleri doğrulukla hallederim, insanları bey veya kul olarak ayırmam” denilerek ‘doğruluk’ ve ‘eşitlik’ konularına, “Çalışana hizmetine göre bol ihsanlarda bulunmalı, çıplak ise giydirilmeli, aç ise doyurulmalıdır” denilerek çalışanın haklarının gözetilmesi gereğine, “insan emeğini takdir etmeyen kimseye insan dememelidir, o hayvana benzer” denilerek emeğin kutsal olduğu ve emek sahibinin korunması gerektiğine işaret edilir (Ünsür, 1998:543).

Günümüzde hala geçerliliğini koruyan iş ahlâkı ilke ve prensiplerinin İslamiyet öncesindeki Türk toplumlarında yukarıda sayılan dinlerin ve inanç biçimlerinin de etkisiyle tamamıyla benimsendiği görmek mümkündür. Bu benimseyiş yüzyıllar

boyunca Türk toplumlarının sosyal genlerini oluşturan en önemli bileşenlerden biri olmuştur. Zaten bu durum ilerleyen zamanlarda Türklerin İslamiyet'i benimsemelerini kolaylaştıran etkenlerden biri olmuştur.

2.3.3.2. İslamiyet Sonrası Türk Devletlerinde İş Ahlâkı

Biraz öncede ifade ettiğimiz gibi Türkler zaman zaman farklı dinlere girmiş olmakla beraber genel olarak tek tanrılı dinlere inanmışlardır. Bu dinlerde, İslamiyet'teki gibi, melek, şeytan, ahiret, cennet, cehennem, kurban kavramlarına sahiptiler. Bütün bu temel kavramlara uzak olmayan Türkler, kendilerinden bir şeyler buldukları İslamiyet'in ahlâk kurallarına da yabancılık çekmemişler, bu dini kendi rızalarıyla kabul etmişler ve kısa sürede dinin gereklerini içselleştirmişlerdir.

Bilindiği gibi İslamiyet çalışmanın insanın en önemli hakkı, aynı zamanda ödevi olduğunu önemle ortaya koymuştur. Hazreti Muhammed'de bizzat çalışma hayatında aktif rol almış önce küçük yaşlarda çobanlık yapmış sonra uzunca bir süre ticaretle uğraşmıştır. Zekeriya (as.)'nın marangoz olduğunu ve Hazreti Davut'un da el emeğiyle geçindiğini söyleyen Hazreti Muhammed, "hiç kimse el emeğiyle kazandığından daha hayırlı bir lokma yememiştir" sözleriyle ashabına ve ümmetine de çalışmayı şiddetle tavsiye etmiştir (Kandemir, 2003:186). Yine Hazreti Muhammed, "doğru sözlü, dürüst bir tüccar, peygamberlerle, sıdıklarla ve şehitlerle birlikte", "asılsız yeminler malı sattırır, ama bereketi, onun sağlayacağı yararı ve iç rahatlığını da yok eder (Mannan, 1980:271) buyurarak iş yaşantısında ahlâklı olmanın önemini vurgulamıştır. Başka bir hadisinde "İşçinin ücretini, teri kurumadan veriniz ve kendisine işte iken ücretini bildiriniz" (Seyyar ve Öz, 2007:176) sözleriyle iş ahlâkında iş görenlerin haklarının da korunup kollanması gerektiğini buyurmuşlardır.

İslamiyet sosyal hayatın diğer safhalarında olduğu gibi çalışma hayatında da dürüst olmayı temel ilke olarak ortaya koymuştur. Ticari ilişkilerde müşteriyi aldatmamak, satılan malın kusuru varsa bunu alıcıya bildirmek, malı olmayan özellikleriyle övmemek, reklâmda abartıdan kaçınmak, ölçü ve tartıda dürüst davranmak, alışveriş ve ödemedede kolaylık sağlamak gibi iş ahlâkı ile ilgili temel ilkeleri ortaya koyarken, çalışma ilişkilerinde işçi ve işverene birtakım sorumluluklar yüklemek suretiyle düzenlemelerde bulunmuştur.

Türklerin İslamiyet’i kabulü ile bu prensipler Türk toplumunun yaşam tarzına daha da canlılık getirmiş, zaten daha önceden var olan birtakım değerler daha da pekişmiş, gelişmiştir. Bu nedenle Türklerin İslamiyet’le kaynaşması diğer toplumlara nazaran daha kolay olmuştur.

İslamiyet sonrası Türklerin iş ahlâkı yapısını incelerken, yüzyıllar boyunca Türklerin iş hayatını düzenleyen, Anadolu’nun Müslümanlaşmasında, Osmanlı Devletinin kurulmasında önemli bir rol oynayan, bugün bile bazı özelliklerine gıpta ile baktığımız Ahi Birliklerinden bahsetmemek imkânsızdır.

Sanatta mükemmellik, yaşayışta dürüstlük, insan ve topluma hizmette erdemi esas alan ahilik sisteminde kalite ve standardizasyon çok önemlidir. Aynı cins mal ve hizmetleri sunan esnafların bir arada aynı çarşı içinde faaliyet gösterdiği sistem bizzat Ahi Evran tarafından Kayseri’de uygulanmış sonra bütün Anadolu’ya yayılmıştır. Bu uygulamanın amacı satıcılar arasında tatlı bir rekabet ortamı oluşturmak, belirli bir kalite standardı yakalamak ve esnafın kendi arasında tecrübe paylaşımı yoluyla bilgi ve becerilerini arttırmaktı. Tabi bu uygulamanın müşteri açısından da faydalarının olduğu tartışılmaz. Aradığı, istediği ürünün tamamını aynı yerde bulabilen müşteri en ideal biçimde kalite fiyat karşılaştırmasını yapabilecek ve dilediği ürünü dilediği dükkândan alabilecektir. Bu sistemde kaliteli ürün yalnızca pazarda tutunabilmek için değil aynı zamanda iş ahlâkı gereği yapılırdı. Bazen bu çarşıları teftişe çıkan Ahi Evran Veli’nin bir gün, bir esnafının incelediği ayakkabısını kalitesiz bulup dama attığı ve “Pabucu dama atılmak” deyiminin de buradan geldiği söylenir. Bu tarz bir durumla karşılaşan esnaf utancından günlerce insan içine çıkamazmış hatta bazıları mesleği bırakmak zorunda kalmış (Gülvahaboğlu, 1991).

Ahilikte ahlâk sahibi olmayan iş adamının başarılı olamayacağı, olsa bile bunun geçici olacağı düşüncesi hâkimdir. Ahiliğin Fütüvvet namelerinde belirlenmiş olan 740 iş ahlâkı kuralı vardı. Ahiliğe girecek olan kişinin en az 124’ünü bilmesi ve uygulaması gerekirdi (Ünsür, 1998:547). İş ahlâkını bu denli önemseyen ve yazılı hale getiren bu teşkilatlar, özellikle Osmanlılar döneminde iş hayatının dürüst ilkeler çerçevesinde yürütülmesine katkıda bulunarak iş ahlâkının kurumsallaşmasında önemli rol oynamıştır (Özgener, 2004:78).

Günümüz iş ahlâkı ilkelerinin güzel bir örneği olan Ahilerin iş hayatını düzenlemek amacıyla belirlediği ahlâki ilkelerin bazılarına aşağıda yer verilmiştir (Erken, 2006:111).

1. Müşteriyi aldatmamak,
2. Malı yalan sözlerle övmemek,
3. Hileli ölçüp tartmamak,
4. İhtikâr (karaborsacılık) yapmamak,
5. Müşteriyi kızdırmamak,
6. Alışverişte iyi muamelede bulunmak,
7. Çalışanın sorumluluğunu bilmesi,
8. Çalışanın işinde dikkatli olması,
9. Çalışan ferдин işi savsaklamaması,
10. Ustaya bağlılık,
11. Tüketicie saygınlık.

“Günümüz Türkiye’inde ve özellikle batıda, iş ahlâkı bakımından varılan sonuçların özünde Ahilik vardır. Veya Ahilik böyle bir ahlâkı yüzyıllar öncesinden yakalamıştır. Yani modern çağda peşinden koşulan işçi-işveren dengesini, emeğin kutsallığını, kaliteli mal üretimini, üretimden belli payların işçilere ödül olarak verilmesini Ahi ocakları gelenekleştirmiştir. İnsanlık tarihinin en eski sendikal kuruluşudur (Gülvahaboğlu, 1991:222).”

Ancak 15. yüzyıldan sonra Osmanlı devletinin genel olarak zayıflaması, ahi birliklerine olan devlet desteğinin giderek azalması, sosyal ve ekonomik dengelerin bozulması, köyden şehre göçün giderek artması, sanayileşme hamlesine ayak uydurulamaması, sermaye yetersizliği, artan vergi yükü, ithal ürünler karşısında esnafın zor durumda kalması vs. gibi nedenlerden dolayı iş yaşamının ahlâk yapısında yavaş yavaş bir bozulma meydana gelmiştir. Bundan sonra devlet müdahalesiyle ‘gedik’ adı verilen sistem oluşturulmuş ve gayri Müslimlerinde birliklere katılmasıyla durum daha da kötüye gitmiştir.

2.3.3.3. Cumhuriyet Döneminde İş Ahlâkı

Türkiye’de iş ahlâkı konusundaki gelişmeler 1920-1950 yılları arası iş ahlâkı, 1950-1980 yılları arası iş ahlâkı ve 1980 sonrası iş ahlâkı olmak üzere üç aşamada ele alınacaktır.

1920-1950 Yılları Arasında Türkiye’de İş Ahlâkı: Oldukça uzun süren savaş topluluklarının ardından ekonomisi yok olmaya yüz tutmuş, birikmiş sermayesi kalmamış olan Türk toplumu son bir gayretle Kurtuluş Savaşını yapmış ve Cumhuriyet’in ilanını gerçekleştirmiştir. Birçok konuda olduğu gibi ahlâk ve milli değerler konusunda da görüşlerini belirten Atatürk’e göre bir toplumun varlığını sürdürebilmesi için ahlâki değerler gereklidir (Özgener, 2004:82). Türkiye’de bunlar olurken dünya ülkelerinin çoğu birbiriyle savaşa başlamış, Türkiye de mevcut şartları değerlendirip ikinci dünya savaşına katılmıştır. Bütün bu nedenlerden dolayı bu tarihler arasında iş ahlâkıyla ilgili gelişmeler oldukça yavaş olmuştur.

1950-1980 Yılları Arası Türkiye’de İş Ahlâkı: 1960’ta Türkiye’yi ziyaret eden Dr. Waber, “Hayat pahalılığının yüzde ellisi esnaf tarafından meydana getirilmektedir. Türk esnafının ticari ahlâkı tam olarak olgunlaşmamıştır” tespitini yapmıştır (Özgener, 2004:82). Bu içler acısı tespit yüzyıllar boyunca üstün bir iş ahlâkıyla çalışan Türk esnafının ahlâk yapısının nasıl bozulduğunun açık bir göstergesidir.

1970’lerde yaşanan petrol şokları ve krize giren dünya ekonomisi, Türkiye’yi de büyük oranda etkilemiş, en temel ihtiyaç maddeleri bile karaborsalara düşmüştür. İhtiyaçlarını karşılamak isteyen insanlar tüccarlara akın etmiş durumu fırsat bilen tüccarlarda servetlerini arttırabilmek için durumu kullanmışlardır. Bu dönemde yaşanan gelir dengesizlikleri siyasi bölünmeleri hızlandırmış ve derinleştirmiştir. Meydana gelen bu siyasi kamplaşmaların sonucu olarak, adam kayırmak, fırsatçılık, rüşvet, kamu kurumlarında hantallık, kırtasiyecilik iş ahlâkının yapısında meydana gelen bozukluklara işaret etmektedir.

1980 Sonrası Dönemde Türkiye’de İş Ahlâkı: 1980’li yıllardan itibaren dünyada küreselleşme hız kazanmış, birçok ülke stratejilerini uzun vadeli olarak küresel ölçekte yapmaya başlamıştır. Bir önceki dönemde geçirdiği iki askeri darbe ve muhtıradan sonra bir yandan sivilleşmeye, normalleşmeye diğer yandan da dünya ülkeleriyle

rekabet edebilir hale gelmeye çalışan ve liberal ekonomi politikası uygulamaya başlayan Türkiye’de de bütün dünyada olduğu gibi büyük ölçekli ahlâk skandalları açığa çıkmaya başlamıştır.

Dönemin, “köşeyi dönmek”, “benim memurum işini bilir”, “ben zenginleri severim”, “zengin Müslüman fakir Müslüman’dan hayırlıdır” sözleriyle hatırlanan lideri Özal (Bozkurt, 2000:58) gerekli kalkınma hamlesini gerçekleştirebilmek için ülkenin ihtiyaç duyduğu yirmi milyar doları herhangi bir ülkeden çok büyük bir taviz vermeden alamayacağını iyi biliyordu. O’da bu miktarı finans kuruluşlarından yüksek faiz oranlarıyla temin etmek yerine, bilinçli olarak ihracata verdiği ‘vergi iadesi’ desteğiyle ülkenin o zamanlarda yeni tanıştığı bir ifade olan ‘hayali ihracat’ın önünü açarak sağladı. Bunun sonucunda Türkiye kalkınma hamlesi için ihtiyaç duyduğu para kaynağını dünya finans piyasalarının altına sağlamıştı. Ancak bu yolla kısa sürede akıl almaz servet sahibi olanların, toplumun zihinlerinde ve yüreklerinde açtığı yara hiçbir zaman kapanmadı (Baltaş, 2002).

1990’lar Türkiye için önemli bir dönemdi televizyon yayın hakkı devlet tekelden alındı ve şahıslara özel televizyon kurma izni verildi. Gayri ahlâki yollarla kısa zamanda servet sahibi olanlar bu önemli fırsatı da kaçırmadılar ve özel televizyonların sayısı gitgide arttı. Televizyon işine de siyasi iktidarlar üzerinde baskı oluşturup servetlerini büyütme isteyen şahısların topluma dolaylı yollardan faydaları da olmuştur. Bu yıllarda ülke neredeyse her gün yeni bir skandalla çalkalandı. Kamuoyunca bilinen isimleriyle İSKİ, Emlak Bank, İLKSAN, Parsadan Olayı, Titanzedeler, Telekulak Olayı, Mavi Akım Projesi ve hepsinden önemlisi Susurluk kazası ile başlayan yönetici-siyasetçi-mafya ilişkisinin çarpık boyutları (Özgener, 2004:85) Türkiye’de yolsuzlukların ve ahlâksızlıkların düzeyini göstermektedir.

Dünyadaki krizlere bağlı olarak gelişen 1999 ve özellikle 2001 krizleri Türkiye Cumhuriyeti tarihinin en büyük, dünyanın sayılı iş ahlâki skandallarından birini ortaya çıkardı. Kamuoyunun “Banka Hortumu” olarak bildiği skandalın ülkeye maliyetinin elli milyar dolardan fazla olduğu tahmin edilmektedir. Skandala karışan şahısların birçoğunun Özal’ın ucuza para bulabilme politikası sonucu kısa zamanda gayri ahlâki biçimde zengin olan kişiler olması önemle düşünülmesi gereken bir durumdur. Yirmi sene önce yirmi milyar doları ucuza mal edebilmek için yirmi sene sonra elli milyar

doların devlet hazinesinden, vatandaşın cebinden çıkması içler acısı bir durumdur. Elli milyar doların faturası Özal'a çıkartılmamaktadır. Bu genel bir düşünce eleştirisidir. Sadece ahlâka, iş ahlâkına uygun hareket edilmemesinin sonucunda neler olabileceğinin anlaşılması açısından konunun önemli olduğunu düşünmekteyim.

Tüm bu olumsuz gelişmelere rağmen, bu büyük skandallarında etkisiyle, 1990'ların ortalarından itibaren başlayıp 2000'li yıllarda hız kazanan bir süreçte iş ahlâkı açısından sevindirici ve umut verici gelişmelerde olmuştur. Bu tarz skandalların medyada geniş yer bulması kamuoyu baskısının artmasına sebep olmuştur. Bu durum siyasilerin, akademisyenlerin ve sivil toplum örgütlerinin bu konuya eğilmesine sebep olmuştur. Artan duyarlılık sonucunda 1994 yılında 'Beyaz Nokta Vakfı (BNV)', 1996 yılında 'Toplumsal Saydamlık Hareketi Derneği (TSHD)', 1998 yılında kurulan 'Tüketici Koruma Derneği (TÜKODER)', 2002 yılında 'Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı (TEDMER)', 2003 yılında, benimde çalışmamda kaynaklarından istifade ettiğim 'İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği (İGİAD)' gibi kendisini bu işe adanmış sivil toplum kuruluşları kurulmuştur. Bunların dışında 'Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD)' ve 'Türkiye Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB)' iş ahlâkı hakkında çeşitli çalışmaları ve yayınları mevcuttur.

Üniversitelerimizde de iş ahlâkı konusunda güzel gelişmeler yaşanmaktadır. 2000 yılından sonra Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bilkent Üniversitesinde 'Etik Kulüpleri' kurulmuş, 2001 yılında Hacettepe Üniversitesi bünyesinde 'Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi (HÜEM)' kurulmuş ve 'Avrupa İş Ahlâkı Ağının (European Business Ethics Network, EBEN)' Türkiye koordinatörlüğünü yürütmeye başlamıştır. 2002 yılında 'Ortadoğu Teknik Üniversitesi Meslek ve İş Etiği Topluluğu' kurulmuştur (Özgener, 2004).

Ayrıca üniversitelerimizin çoğunda 'İş Ahlâkı' ya da 'İş Ahlâkı ve Sosyal Sorumluluk' adları altında lisans, yüksek lisans ve doktora seviyesinde seçmeli dersler konulmuştur. Türkiye'de iş ahlâkı başlıklı bir ders, ilk defa Bilkent Üniversitesi-İşletme Yüksek Lisans programında 1992'de yer almıştır (Seyyar ve Öz, 2007:176).

2.4. İş Ahlâkıyla İlgili Yaklaşımlar

Ahlâk, neyin doğru neyin yanlış olduğuyla ilgilenmektedir. Neyin doğru neyin yanlış olduğuyla ilgili kararlarda; “doğru ve yanlışın ayırım noktası nedir?” gibi birçok sorunun aşılması gerekmektedir (Türk, 2004:2). Tarih boyunca birçok filozof bu ve bunun gibi soruları çözümlenebilmek amacıyla değişik ahlâki yaklaşımlar ileri sürmüşlerdir.

Kişiler ahlâki yargılarda bulunurken birtakım ikilemlere düşmektedir. Bu nedenle karşılaştıkları bu ahlâki ikilemleri çözümlenebilmek, doğru ve yanlışın ne olduğuna karar vermek ve yaptıklarını meşrulaştırmak için bu ahlâki yaklaşımlara başvurur.

İş ahlâki yaklaşımları kişilere eylemlerinin neden doğru ya da yanlış olduğunun gerekçelerini açıklama fırsatı verir. Bu yaklaşımlar iş dünyasında ve işletme yönetiminde ahlâki sorunlar ile ilgili tartışmalarda, ahlâki karar verme süreçlerinde bolca kullanılır.

Bu iş ahlâki yaklaşımları farklı düşünür ve yazarlar tarafından farklı şekillerde gruplanmıştır. Genellikle Teleolojik ve Deontolojik olarak iki başlık halinde incelenen yaklaşımlar bu çalışmada ise üstteki ikili gruplamaya ek olarak, bazı yazarların Deontolojik yaklaşımlar altında incelediği Rölâтивist Yaklaşımında eklenmesiyle üç gruba ayrılmıştır.

2.4.1. Teleolojik (Gayeci) Yaklaşımlar

Teleolojik yaklaşım, davranışın ahlâki değerleriyle ilgili olup, davranışı sonuçların toplam değerine göre değerlendiren felsefe dalıdır (Velioğlu, 2002:55). Teleolojik kuramı savunanlara göre bir eylemin doğru ya da yanlış olduğuna karar verebilmek için yalnızca o eylemin olası sonuçları üzerinde yoğunlaşmak gereklidir. Ahlâki eylem iyi yönleri alternatiflerinden daha fazla olan eylemdir (Ural, 2003:8). Diğer bir anlatımla, teleolojik felsefe bir davranışı sonuçlarını ele alarak değerlendirmektedir. Bu nedenle bu kuram sonuçsalcı olarak da nitelendirilmektedir (Şimşek, 1999a:27).

Teleolojik yaklaşımlar, egoizm yaklaşımları, erdem ahlâki ve faydacılık yaklaşımları olmak üzere üç başlık altında toplanabilir.

2.4.1.1. Egoizm Yaklaşımları

Günlük dilde başkalarını dikkate almadan yalnız kendi çıkarını düşünme anlamına gelen egoizm, ahlâkta ise insanın tüm eylemlerinin ‘ben sevgisi’ ile belirlendiğini ileri süren öğretilerdir. Her iki anlamıyla da evrensel bir ahlâk yasası tanımaz (Ural, 2003:9). Hem ahlâki hem de psikolojik bir kuram olan egoizm, bireysel çıkarlara yönelik olarak doğru ve kabul edilebilir davranışı tanımlamaktadır. Egoizmde bireyler (kastedilen kişi, grup ya da örgüttür) kendi çıkarlarını en çoklayacak kararların alınması gerektiğine inanırlar (Veliöglü, 2002:56). Bu yaklaşımda önemli olan bireysel (bir grup ya da işletme de olabilir) mutluluk ya da hazzır. Toplumun geri kalanının hazzı ya da mutluluğu bu yaklaşımda göz önünde bulundurulmaz. Her birey (grup ya da işletme) kendi mutluluğundan ya da hazzından sorumludur.

Bazı egoistler zevk peşinde koşabileceği gibi bazıları da güç, bilgi ya da kendini gerçekleştirme gibi amaçların peşinde koşabilirler. Egoistler hakkındaki bir diğer yanlış anlamada egoistlerin dürüst ve yardım sever olmadıklarıdır. Egoizm başkalarına yardım etmemeyi öğretmez fakat böyle bir ahlâki zorunluluk olmadığını söyler (Arslan, 2001:18).

Bu kuramın faydacılıktan farkı, bir davranışla ilgili sonuçların genele göre değil de eylemi gerçekleştiren kişiye göre değerlendirilmesidir (Torlak, 2003:104). Kuramın tezi her birey kendi çıkarlarını artırmaya çalışırsa toplumun refah ve çıkarları da maksimum düzeye ulaşacaktır. Bu da gelişme demektir (Bölüktepe, 2001:13). Ancak ahlâk felsefecilerinin çoğu bu görüşü genel ahlâk ilkelerine uygun olmadığı gerekçesiyle reddetmektedir (Şimşek, 1999a:34).

Bu kuramın zayıflığı ayrımcılık, kirlenme, güvenli olmayan ürünlerin üretimi gibi iş uygulamalarına karşı önlemler geliştirmemesi ve iki kişi arasındaki egoist çıkar çatışmalarını çözmemiş olmasıdır (Esin, 1996:12). Ayrıca bireysel yararların zamanla bireysel çıkarlara dönüşmesi nedeniyle uygulamada bir takım sapmalar ortaya çıkabilmektedir (Bölüktepe, 2001:14).

Egoizm yaklaşımına yönelik ağırlıklı olarak görülen olumsuz bakış açısına karşın, başarı kazanmanın bir yönünün de ölçüleri iyi belirlenmiş egoizmden geçebileceği ayrı bir tartışma konusu olarak görülebilir (Veliöglü, 2002:57).

İki türlü egoizmden bahsetmek mümkündür;

2.4.1.1.1. Hazcılık (Hedonizm)

Hazcılık (Hedonizm) genel olarak Egoizmden anlaşılan şeyi ifade eder. Hazcılığa göre bütün çabalarımızın gayesi ‘hazza ulaşmak ve acılardan kurtulmak’ olmalıdır. Haz veren davranış iyi, acı veren davranış ise kötüdür. Buradaki haz ve acı tamamen bireyci olduğundan, hedonizm ‘egoist’ bir ahlâk görüşüdür (Özgener, 2004:34). Hedonizme göre bireyin her eylemi zevk arayışıyla motive edilmelidir. Ahlaki Egoizmden farkı çıkarlarından hiçbir şekilde fedakârlıkta bulunmamasıdır. Toplumu bireyler oluşturduğuna göre, her birey kendi çıkarlarını sonuna kadar savunur ve korursa toplumun çıkarları da korunmuş olur.

2.4.1.1.2. Ahlâki Egoizm

Ahlâki egoizm, bir bireyin zevk arayışından başka nedenlerle de hareket edebileceğini ve motive edilebileceğini ileri sürer. Ahlâki egoizm bireyin kendisinin en büyük faydasını gözettiği düşüncesini benimseyen bir yaklaşımdır (Özgener, 2004:34). Bir eylem, diğer ahlâki alternatiflere karşı uzun dönemde birey açısından kötülüğe göre en büyük iyiyi sağladığında ahlâkidir. Ahlâki egoizm, felsefi ve normatif bir yaklaşımdır (Şimşek, 1999a:35). Birey kendi uzun dönemli çıkarlarını sağlayabilmek adına başkalarının çıkarlarına göz yumabilir hatta kendisinin kaybeden ya da acı çeken kişi olmasına da katlanabilir. A firmasında boşalan bir müdürlük için B ve C kişilerinin adının geçtiğini, B kişinin performansı ve liyakati itibarıyla boşalan göreve daha uygun olduğunu ve bu durumu herkesin bildiğini, C kişinin ise genel müdürün desteğini alan bir yakını olduğunu düşünelim. B kişisi, boşalan kadroya geçerse genel müdürün desteğini alamadığı için bulunduğu mevkide verimli çalışamayacağını belki işinden olabileceğini ama genel müdürün desteklediği kişinin müdür olmasına göz yumarsa bu durumun genel müdür tarafından göz önünde bulundurulacağını ve ileride boşalacak kadro için en güçlü adayın kendisi olacağını düşünmesi nedeniyle mevcut kadrodan (kısa vadeli çıkar) vazgeçip ilerleyen zamanlarda açılacak yeni kadrolara (uzun vadeli çıkar) genel müdürün desteğiyle gelmeyi tercih etmesi örnek olarak verilebilir.

2.4.1.2. Erdem Ahlâkı

Temelinde ‘erdem’ kavramının yer aldığı bir ahlâk öğretisi olan erdem ahlâkı; bireyin eylemlerinin nihai amacının mutluluk olduğunu ileri sürdüğünden, mutluluk ahlâkı olarak da bilinir (Özgener, 2004:35). Bu yaklaşım, bireyde var olan erdem ve iyi karakteri ahlâkiliğin temeli olarak görmektedir. Genel olarak, mertlik, cesaret, serinkanlılık, dürüstlük, adaletli davranmak, cömertlik gibi iyi özellikleri ifade eden (Türk, 2004:8) erdemler; bireyin en yüksek potansiyelini gerçekleştirecek şekilde eyleme geçmesini sağlayan tutumlar ve karakter özellikleridir (Esin, 1996:19). Erdemli yaşamak demek insanın doğayla, dünya düzeniyle, çevresiyle ve kendisiyle uyum içinde yaşaması demektir.

Erdem ahlâkı, bireyin yaptığı şeyi bilerek kendi mutluluğu için eylemi seçmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Aynı zamanda, bireyin sağlam ve değişmeyen karaktere sahip olacak şekilde davranmasını ister (Özgener, 2004:35).

2.4.1.3. Faydacılık Yaklaşımı

En basit, en etkin ve en ünlü ahlâk yaklaşımı Jeremia Bentham ve John Stuart Mill’in ilk olarak geliştirdikleri çok sayıda modern sözcüsü de olan faydacılıktır (Özgener, 2004:38). Faydacılık kuramına göre evrensel bir ahlâk yasası vardır. Bu yasa Tanrıdan ya da önsel birtakım değerlerden kaynaklanmaz. Varlığını insandan, onun yaşamından alır ve insanın karşısına onun eylemlerini belirleyen bir yasa biçiminde çıkar (Ural, 2003:9). Faydacılık yaklaşımı her bir bireye eşit oranda önem vermektedir. Bu anlamda en güçlü demokratik yaklaşımdır (Türk, 2004:4). Faydacılık bir eylemin en iyi sonuçlara neden olduğu sürece doğru olduğu veya kötü sonuçları dengelediği sürece doğru olduğu kuramına dayanmaktadır (Esin, 1996:11). Yani eylemler ya da kararlar kendi başlarına göre değil, ancak sonuçlarının iyi ya da kötü olmalarına göre doğru ya da yanlıştır.

İyinin ve ahlâklı eylemin değerlendirilmesinde yararı ön planda tutan Jeremy Bentham, “olabildiği kadar çok insanın, olabildiği kadar çok mutlu olma” düşüncesine önem vermiştir (Dedeoğlu, 2004:135). Bentham’ın faydacılık anlayışı hedonizmin bir uzantısıdır. Bentham şöyle der: “Zevkin kendisi iyidir, tek iyidir... Acı kötüdür. İyi ve kötünün başka manası yoktur” (Seyyar, 2003:20). Bu yaklaşım tarzını benimseyen bir

kişi verdiği kararın ya da yaptığı eylemin çok sayıda kişiye faydası dokunduğunu ve buna rağmen bu faydanın az sayıda kişinin aleyhine gerçekteştiğini bilir (Alkan, 1997:86). Bu durumda faydacı bir karar alma şu adımları kapsar: (1) bir karar alma durumunda alternatiflerin belirlenmesi, (2) eylemden etkilenecekler için fayda, maliyet tahmini, (3) en yüksek faydayı sağlayacak ya da en az zararı getirecek alternatifin seçilmesi (Torlak, 2003:102). Eylemin doğruluk oranı arttıka, mutlulukta artar, azaldıkça mutlulukta azalır. Mutluluk insan eyleminin en önemli amacıdır ve onun lt ahlâki oluşudur (Tuncel, 1997:82).

Faydacılık yaklaşımının kurucularından Bentham ve Mill'in birbirlerinden ayrıldıkları nokta yaklaşımı eylem faydacılığı ve kural faydacılığı şeklinde iki alt kategoriye ayırmaktadır.

2.4.1.3.1. Eylem Faydacılığı

Eylem faydacılığı, sonuçları iyi olan eylemin doğru olduğunu ileri sürerler ve toplum için yetersiz sonuçlara neden olan kararların veya eylemlerin ahlâki olmadığını savunurlar. Eylem faydacılığı, faydacılıktan genel olarak anlaşılan şeydir (Esin, 1996:11).

Eylem faydacıları iyi sonuçlar vereceğine inandıklarında, yalan söylemenin doğru olduğunu savunur ve dolayısıyla her zaman davranışların etkilerini dikkate alırlar (Torlak, 2003:102). ABD Başkanı J.W. Bush'un nükleer silahlara sahip olduğunu iddia ederek yani yalan söyleyerek (Atom enerjisi kurumu, BM temsilcileri ve hatta kendi ülkelerindeki çeşitli kurumlar tarafından kabul edilmiştir) lkesinin menfaatine uygun olduğunu düşünüp Irak'a savaş açması ve işgal etmesi bu duruma güzel bir örnek teşkil etmektedir.

Eylem faydacıları, bütünüyle farklı olduklarından dolayı, bütün durumlar ve insanları ihtiva edecek yönde kuralların saptanamayacağına inanırlar (zgener, 2004:40). Eylem faydacıları bir kuralı sadece genel rehber olarak ele almaktadırlar. Örneğin, 'rüşvet yanlıştır' kuralına genel olarak eylem faydacıları da katılır. Yinede bir faydacı başka bir olayda rüşveti kabul edebilir (şimşek, 1999a:30). Yani eylem faydacıları bir eylemin ya da kararın doğruluğunu veya yanlışlığını genel kabul görmüş kurallara göre değil de

özel durumlarda bireysel eylemlerin ya da kararların iyi veya kötü sonuçlarıyla saptanması gerektiğine inanırlar.

2.4.1.3.2. Kural Faydacılığı

Kural faydacılığı, faydacı kuramda ortaya çıkan güçlüğü kaldırmayı ve zaman zaman haksızlıklara neden olan uygulamaları bertaraf etmeyi amaçlamaktadır (Şimşek, 1999a:29). Kural faydacıları eylem faydacılarının söylemlerinin aksine, bütün insanlar ve bütün durumlara uygulanacak olan kurallar saptamayı haklı temellere oturtmak için yeterince benzer insan güdülerinin, eylemlerinin ve durumlarının var olduğuna inanırlar (Özgener, 2004:41).

Kural faydacılığı, bir davranışsal kod veya kuralın benimsenmesinin sonuçları, herkese zararlı olmaktan çok yararlı oluyorsa, o kuralın ahlâki olduğunu ileri süren faydacılık biçimidir (Tuncel, 1997:84). Bir eylem acıdan çok mutluluk üreten bir eylem sınıfına aitse, bu eylemi gerçekleştirmek ahlâki açıdan bir zorunluluktur. Eylemin bütün etkilerini bilmek gerekli değildir. Eylemin potansiyel sonuçlarını hesaplamak için geçmiş olaylar temel alınabilir (Türk, 2004:4). Kurala dayalı faydacılık yanlıları, oluşturulan bir dizi kural ile istenilen sonuca ulaşabilmek amacıyla faydacılık yaklaşımının odağından daha farklı bir yerde konumlanırlar (Velioglu, 2002:59). Kural faydacılığı savunanlar davranışın ahlâki olup olmadığını belirleyen ölçütlerin saptanan kural ve ilkeler olduğunu ileri sürerler.

Kural faydacılığı, faydacılık (teleoloji) ile Kant'ın Kategorik Emri'ni (deontoloji) bütünleştiren bir karışık (hybrid) yaklaşımdır. Bireyin yerine getirmekle mecbur kılındığı özdeşleşebilir ödevleri vardır (Özgener, 2004:41).

Faydacılık yaklaşımına getirilen eleştirilerden biri, faydanın ölçülmesinin ve alternatif davranış tarzlarıyla ilgili toplam faydanın belirlenmesinin ve dağıtımının güç hatta imkânsız olacağıdır (Torlak, 2003:103). Yine bu görüşe göre yanıtıcı reklâmlar kimseyi daha kötü yapmıyorsa haklı görülebilecektir. Faydacılık hakların dağılımı ilkesiyle çatışmaktadır. Kolektif mutluluk için yapılan bir eylem kimi zaman birey bazında zararlara neden olabilir. Örneğin hastaların %75'ini iyileştiren bir ilacı piyasaya süren işletme geri kalan %25'inin ölüm riskini ortadan kaldıramıyor demektir (Ural, 2003:11). Hayvan hakları savunucularının, hayvanların ilaç ya da kozmetik ürün üretiminde

kullanılmalarını protesto etmelerine, çevre örgütlerinin birçok işletmeyi çevreyi kirleten üretimlerinden dolayı üretimlerine son vermeye çağrılmalarına rağmen, firmalar faydacılık yaklaşımına dayanarak daha fazla insan için fayda ürettikleri iddiasıyla üretimlerine devam etmektedirler. Bu yaklaşım işte bu nedenle başta kapitalist olmak üzere birçok toplumda birçok işletme tarafından benimsenmektedir.

İşletmelerde ahlâki karar verme konusunda yapılan araştırmalarda yöneticilerin çoğunun faydacılık yaklaşımını kullandığı belirlenmiştir (Bayrak, 2001:11).

Faydacılık yaklaşımına getirilen bir diğer eleştiride, bazı konularda genel kabul görmüş ahlâk ilkelerine (adalet, kişilik hakları vb.) ters düşmesidir. Yaklaşımına göre çoğunluğun çıkarlarını sağlamak adına kişilerin hakları ihlal edilebilir.

En fazla kişiye en fazla mutluluk kabul edildiğinde, faydacılık adına korkunç şeyler yapılabilir. Örneğin, Bir hastanede ikisi böbrek biriside kalp nakli bekleyen üç ölümcül hasta vardır. Hastaneye ziyaret için gelen sağlam birisi faydacılık ilkesine göre hemen ameliyat masasına yatırılıp organları alınarak hastalara takılmalıdır. Böyle yapılırsa bir kişi ölecek ama üç kişi yaşayacaktır aksi takdirde bir kişi yaşayacak üç kişi ölecektir. Oysa bu düşünce şekli ahlâki ilkelere aykırıdır (Şimşek, 1999a:33).

Faydacı yaklaşıma yöneltilen temel eleştiriler kısaca şu sorularla ifade edilmektedir (Bölüktepe, 2001:15);

- Mutluluk, haz ve faydanın evrensel nitelikli tek bir tanımı nasıl yapılabilir?
- Mutluluk, haz ve fayda nasıl ölçülebilir?
- Belirli bir eylemin ya da kararın olası sonuçlarını tam olarak nasıl tahmin ederiz?
- Şayet bir toplumun %90'ı özgür, %10'u köleyse bu durumda en üst düzey mutluluğu nasıl sağlayabiliriz?

Bu ve benzeri eleştirilerden hareketle, bazı ahlâk filozoflarının faydacılık yaklaşımının sınırlılıklarına ilişkin şu iki sonucu çıkardıkları belirtilmektedir (Kirel, 2000:34).

1. Bir davranış, yaşam, ölüm ya da sağlık gibi ölçülmesi zor olan nicelik değerlerini kapsıyorsa, faydacılığın kullanılması zordur.
2. Faydacılık, haklar ve adaletle yeteri kadar ilgilenememektedir.

2.4.2. Deontolojik Yaklaşımlar

Eski Yunancada ‘deon’; görev, ödev demektir. Deontoloji birey üzerinde odaklaşır. Analiz birimi bireydir. Deontolojistlere göre birey refahı herhangi bir kararı ya da eylemi belirleyen en önemli bileşendir (Ural, 2003:12). Teleolojik yaklaşımlar, bir eylemin ya da kararın ahlâkiliğini değerlendirmede sonuçlarını düşünmemiz gerektiğini ileri sürerken, deontolojik yaklaşımlar teleolojik yaklaşımların temel ilkelerini reddederek eylemi ya da kararı gerektiren niyetler, eylem ya da kararın kendisi, metodu ve etkileyeceği kişilerin hakları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Deontolojistler kararlarını dürüstlük, adalet, kişilere ve mülkiyete saygı gibi soyut evrensel ilkelere dayandırır (Bayrak, 2001:12). Yani bu yaklaşım bireysel haklara saygı ve adalet prensibine uygun davranışları doğru olarak değerlendirmektedir (Şimşek, 1999a:36).

Bu yaklaşıma göre faydası çok olsa bile tek bir kişiye dahi zarar verebilecek davranışlardan kaçınılmalıdır (Torlak, 2003:105). Eylem ya da karardan elde edilecek çıkarlar çok fazla olsa bile deontolojistler bazı durumlarda yapılmaması gereken şeyler olduğunu savunmaktadırlar. Deontolojik felsefe doğru ve yanlışın evrensel ilkelerinde odaklanmaktadır. Temel prensip, aynı durumla karşılaşan herkesin aynı eylemde bulunmasıdır (Esin, 1996:12).

İş ahlâkı yazınında deontolojik kuramlar kapsamında yer alan çok sayıda yaklaşım vardır ancak bu yaklaşımlar arasında en çok tartışılan, üzerinde en çok durulan yaklaşımların Kant ahlâkı, Haklar yaklaşımı ve adalet yaklaşımı olduğu görülmektedir (Bölüktepe, 2001:16).

2.4.2.1. Kant Ahlâkı

‘Ödev ahlâkı’nın batı felsefesindeki en büyük temsilcisi olan Kant, ahlâki ödevin gayesi sorununu, kendisinden önceki ahlâk düşünürlerinden oldukça farklı bir biçimde ele almıştır (Özgener, 2004:42). Kant’ın ahlâkı bir ödev ahlâkıdır. Ödevde temelini ahlâk yasasına saygıda bulur. Bu saygı duygusu ahlâk yasasından önce gelmez, bu duyguyu ahlâk yasasının kendisi belirler (Akarsu, 1998:7). Kant ahlâkın ödev hakkında olduğunu, yani bireylerin öz çıkar itkileri ne olursa olsun yapmaları gereken şey hakkında olduğunu savundu (Poole, 1993:36).

Kant'a göre ahlâk yasaları, koşulsuz buyruk niteliğindedir ve insanların bireysel mutluluğunu toplum için feda etmelerine yol açabilir. Koşulsuz buyruk, bütün isteklerden ve mutluluk arayışlarından bağımsız olarak uyulması gereken kurallardır (Şimşek, 1999a:39). Kant ahlâki gerçeklerin binlerce yıldır bilindiğini, evrensel ve nesnel olduklarını belirtmiştir (Tuncel, 1997:83). Bu ahlâk kurallarını öğrenmek ve onlara uygun yaşamak, bütün bireylerin ödevidir. Tüm insanlar doğru ve yanlışın ne olduğuna karar verebilmek için yönlendirilmeye ihtiyaç duyarlar. Bu yargılamayı sağlayacak biricik yol göstericiler ise ahlâk kurallarıdır (Pehlivan, 1998:28).

Kant'a göre ahlâksal eylemin amacı mutluluk olamaz. Çünkü mutluluk değişken ve öznel bir kavramdır; mutluluk birisi için 'erdem', başka birisi için 'iyi', başkası içinse 'doğaya uygun yaşama' olabilmektedir (Ural, 2003:13).

Kant ahlâk öğretisinde üç kavramı ele alıp incelemektedir. Bunlar; iyi istenç (irade), kategorik emir (koşulsuz buyruk), ve özgürlüktür (Özgener, 2004:43).

- *İyi İstenç (irade)*: Kendi başına doğrudan doğruya iyi olan, başka değerli niteliklerin ve iyilerin kötüye de kullanılabilmelerine karşılık mutlak değeri olan biricik şeydir (Akarsu, 1998:87). Bir eylemin iyi olabilmesi için hiç koşulsuz olarak ödevden çıkmış olması gerekir; ancak ödevin belirlemiş olduğu bir istenç iyidir. Ahlâki iyi, 'duyular üstü bir şey' olduğundan, ona ancak akıl vasıtasıyla ulaşılabilir (Alkan, 1997:86).
- *Kategorik Emir (Koşulsuz Buyruk)*: Kant emirleri; hipotetik emirler ve kategorik emirler olarak iki gruba ayırmaktadır. Hipotetik emirler, bir koşula bağlı olan emirlerdir. Oysa kategorik (kesin) olan emirler, hiçbir şart ileri sürmeden mutlak olarak emrederler (Özgener, 2004:43). Koşulsuz buyruk; duygu, tutku, eğilim, kapris ve arzu gibi güdülere bağlı olmayan buyruklar demektir. Buyruğu koşulsuz kılan şey, onun hiçbir nedene dayanmaması, buyurucu kılan şeyde eylemi yönlendiren bir yasa olmasıdır (Ural, 2003:13). Kategorik zorunluluk yaklaşımına göre; iyi ve doğru olanı yapmak içgüdülerden, dış dünyadan bağımsız olmalıdır. Bu düşüncenin dayandığı temel, yapılan bu eylemin genel bir ilke olarak kabul edilmesine ilişkin istektir (Dedeoğlu, 2004:137). Bir eylemin ahlâksal değeri olabilmesi için doğrudan doğruya ahlâk yasasının

istenci belirlemiş olmasını öne sürüyordu Kant (Akarsu, 1998:101). Kategorik emirler, herhangi bir amaçla ilgilenmeden davranışı zorunlu olarak emrederler. Kant'a göre ahlâki olan davranışlar belirli şartlara bağlanan davranışlar değil yalnızca yapılması gerektiği için yapılan ve hiçbir koşula bağlı olmayan davranışlardır. Örneğin, Ahlâki kanun, “sen yalan söylemeyeceksin” dir. Fakat “senin sözüne itimat edilmesini arzu eder isen yalan söylemekten kendini muhafaza et” denmez (Bertrand, 2001:114). Yalan söylememe eylemini kişi kendisine itimat edilmesi için yaptığı yani bir koşula bağladığı için ahlâki bir davranış olarak kabul edilemez. Aynı şekilde bir annenin çocuğuna “hırsızlık yapmazsan seni severim” demesi sonucu çocuk hırsızlık yapmıyorsa bu davranış ahlâki bir davranış olarak kabul edilemez. Çünkü çocuk annesinin sevgisini kazanabilmek için hırsızlık yapmamaktadır, hırsızlık yapılmaması gerektiği için değil.

Kant, kesin buyruğun bir tek olduğunu ve bunun üç formülünü şu şekilde ifade eder (Özgener, 2004:43):

1. Öyle bir düstura göre hareket et ki, aynı zamanda onun genel bir yasa olmasını isteyebilesin.
 2. Başkalarına bir araç olarak değil de, bir amaç olarak davran. Diğer bir ifadeyle, bu yaklaşım bir ferdin diğer fertlere ve insanlığa karşı borçlu olduğu ‘görev’ anlayışına dayanmaktadır (Bikun, 2004:25).
 3. Öyle davran ki, kendi istencini genel bir yasa koyucu gibi saygın tutabilesin (Ural, 2003:14). İnsan ancak kendi yasasını kendi koyabiliyorsa, özgür dolayısıyla ahlâki bir birey olabilir.
- *Özgürlük*: Kant’ın öğretisinde yer alan üçüncü ve son kavram özgürlüktür. Kant ahlâklılığın ancak özgürlükle birlikte bulunduğu zaman anlamlı olduğunu ve ahlâk yasasının özgürlük varsayımı üzerine temellendirildiğini ileri sürer (Akarsu, 1998:136). Özgürlük istenç ile ilgilidir; onun bir özelliğidir. Ahlâki olmanın en üstün ilkesi, istencin özerklidir. Özgürlük bütün akıl sahibi varlıkların iradesinin bir özelliği olarak kabul edilmelidir (Özgener, 2004:44).

Kant'ın ahlâk anlayışının temel ilkeleri özet olarak şunlardır; *Genellik*: Tüm ahlâki prensiplerin tüm olgulara uygulanmasıdır. *Tarafsızlık*: Ahlâk prensiplerinin tüm olgulara eşit şekilde uygulanması, herkes tarafından aynı algılanmasıdır. *Rasyonalite*: Ahlâk prensiplerinin uygulanmasında akılcılığın, akla yatkınlığın önemli oluşudur. *Otonomi*: Ahlâkın amacının her bir bireyin özgürlüğünü tanımasını ve maksimize etmesini amaçladığını varsayan ilkelere. Yani, ahlâki olarak doğru olan eylemlerin bu ilkeleri içermesi gerekir (Şimşek, 1999a:41)

Kural ahlâkının en güçlü yönü, ahlâki davranışlar için belirgin bir temel sunmasıdır. Doğru ya da yanlışın ne olduğu hususunda bireylere yol gösteren bu ilkeler belirsizlikten hoşlanmayanlara kesinlik sunmaktadır (Bölüktepe, 2001:17).

Kural ahlâkına yöneltilen temel eleştiriler kısaca şu sorularla ifade edilmektedir (Alkan, 1997:87);

- Bu ilkelerin doğruluğunu hangi otorite belirleyecektir?
- Çatışmalı ilkeler arasında bir seçim yapılması söz konusu olduğunda, bu ilkelere hangisi yeğlenmelidir?
- Genel kurallar belirli özel durumlara nasıl uygulanabilir? Örneğin, bir insanı öldürmek isteyen katil adayına, 'yalan söyleme' ilkesi doğrultusunda kurbanın adresini vermek ahlâka ne derece uygundur (Tuncel, 1997:84)?
- Değişen koşullarla birlikte bu ilkeler nasıl değişebilecektir?

2.4.2.2. Haklar Yaklaşımı

Hak; bir şeye sahip olabilme, bir şeyi yapabilme kendisine karşı yapılmaması gerekli bir şeyin yapılmasını önleme (savunma) gücü anlamındaki yetkidir (Torlak, 2003:106). Haklar, yasal ve ahlâki olmak üzere ikiye ayrılır. Yasal haklar, kişiler ve kurumların düzenlemeleriyle oluşur ve ahlâki bir dayanak gerektirmez. Ahlâki haklar, ise yasal haklardan bağımsız olup yasal hakların adaletini eleştirme üzerinde kuruludur (Tuncel, 1997:85). Hakların amacı, bir kimseyi başkalarının müdahalesi olmadan belli davranışları özgürce yerine getirmesini sağlamaktır. Ahlâki haklar evrenseldir. Bu haklar herhangi bir kanuni sistem içinde tüm insanlara her zaman uygulanır (Kırel, 2000:36).

Hakların üç temel özelliği vardır. Bunlar (Torlak, 2003:106):

1. Her kişi, grup ya da toplum örgütlenmesinin, insanların haklarına saygı duymaları ahlâki bir görevdir.
2. Her insan, bir hak sahibi olarak bağımsızca ve diğerleriyle eşit düzeyde haklarını savunabilir.
3. Hak kişinin davranışlarına ahlâki bir haklılık zemini sağlar.

Haklar yaklaşımı, yükümlülük ve ilkelerden ziyade daha çok haklar üzerinde odaklanır (Özgener, 2004:45). Haklar yaklaşımı, 13.yüzyılda yaşamış olan Katolik düşünür Aquino'lu Thomas'ın öncüsü olduğu ve temelde akılcı olan Doğal Yasa Kuramı olarak bilinen anlayışa dayanır (Bayrak, 2001:12). Kant ahlâkında 'ne yapmalıyım?' biçiminde dile getirilen temel sorunun, haklara dayalı ahlâktaki karşılığı 'nelere hakkım var?' biçimindedir (Özgener, 2004:45).

Haklar yaklaşımı bütün bireyler ve grupların belli temel hak ve özgürlüklerini korumayla tutarlı karar ve davranışları kapsar (Kırel, 2000:37). Bu haklar ve özgürlükler Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirisinde de yer alan haklardır. Yaşama ve güvenlik, doğruluk, gizlilik, vicdan özgürlüğü, konuşma özgürlüğü ve özel mülkiyet gibi hakların yönetsel karar ve davranışlarda dikkate alınması gerekir (Alkan, 1997:86).

Kazanılmış hakları belirleyen ve onları koruyan 'haklar doktrini' işletmelerin ve toplum içindeki diğer kurumların, ahlâki olarak karar almalarında ve değerlendirmede bulunmalarında önemli bir temel olarak artan oranda kabul görmektedir (Bayrak, 2001:13). Moral haklar, özel ilişkiler, roller ya da koşulların dışında, genel olarak tüm insanlar için geçerli olan evrensel haklardır. Ahlâki paradigmanın temelini oluşturan bu haklar örgütsel kararlarda göz ardı edilemeyecek haklar olarak kabul edilmektedir (Bölüktepe, 2001:18).

Bu yaklaşımın en zayıf noktası ise, temel haklar açısından denge sağlamadaki zorluktur. Özellikle azınlıkların ve kadın çalışanların, erkek çalışanlara karşı temel haklarından olan, çalışma ve iş kurma konusunda zorlandıkları dikkat çekmektedir (Bayrak, 2001:14).

2.4.2.3. Adalet Yaklaşımı

Modern liberalizmin en önemli temsilcilerinden olan John Rawls'ın 'hakkaniyet olarak adalet' adlı kuramı faydacı yaklaşıma alternatif olan sistematik bir kuramdır. Rawls, kendisini faydacı, sezgici düşüncelerden ayırırken hak ve adaleti ön planda tutmaktadır (Bölüktepe, 2001:18). Rawls hem Kantçı hem de faydacılık felsefesinin öğelerini kullanarak, sosyal ve siyasi kurumların ahlâki açıdan değerlendirilmesine yönelik bir yaklaşım geliştirmiştir (Tuncel, 1997:86). Rawls teleolojik ve deontolojik teorilerin güçlüklerinden kaçınırken, onların güçlü yanlarını kullanmaya çabalayan bir ahlâk yaklaşımı ortaya atmıştır (Özgener, 2004:46). Rawls, iyiye göre hakkın önceliğini ileri sürmektedir. Rawls'a göre, adaletin en önemli sorunu, temel sosyal kurumların haklarını ve ödevlerini dağıtma ve sosyal işbirliğinin üstünlüklerinin paylaşılması yöntemi olmaktadır (Şimşek, 1999a:41). Rawls belli bir sosyal sistemde en fazla dezavantajlı olanların çıkarlarını maksimize etmeye çalışan sosyal ahlâk sisteminin ayrıntılarını ortaya koymuştur (Ural, 2003:19).

Adalet yaklaşımı, eylemlerin ve politikaların dağıtım ile ilgili etkileri üzerinde odaklanmaktadır, bu yaklaşım karar vericinin eşitlik, doğruluk ve tarafsızlık ilkelerini esas alacak şekilde davranmasını ve yol göstermesini savunur (Özgener, 2004:46). Bu yaklaşım örgütü, yönetsel kararları ve davranışları, fayda ve maliyetleri, bireyler ve gruplar arasında ne ölçüde eşit dağıttığına göre değerlendirir (Alkan, 1997:87).

Adalet yaklaşımına göre, temel olarak tüm insanlara adil olarak davranılmalıdır. Şayet bu noktada herhangi bir grup ya da kişinin olumsuz bir sonuçla kalması söz konusu ise, bu durumda gereken telafiler gerçekleştirilmelidir (Torlak, 2003:107). Adalet yaklaşımı tüm bireylerin aynı temel haklara ve özgürlüklere sahip olduğunu, bireylere yönelik eylemlerin, iyiliği maksimize etme, tarafsız ve adil dağıtım temelinde yerine getirilmesini ileri sürmektedir (Bölüktepe, 2001:18). Yani toplum üyeleri arasında en büyük işbirliği ve adaleti gerçekleştiren bir eylem ya da karar ahlâki açıdan adil, doğru ve tarafsız bir karardır.

Adalet yaklaşımı temel olarak üç prensip üzerine kuruludur;

- *Eşit Özgürlük Prensibi*: Her bir kişinin temel özgürlükleri diğerlerinin özgürlükleriyle eşit olmalıdır. Bu özgürlükler aynı zamanda başkalarının saldırılarından korunmalıdır (Kirel, 2000:39).
- *Farklılık Prensibi*: Vatandaşların avantajlarında ve statülerinde herhangi bir sapma olduğunda, en az avantajlı insanların durumları tam eşitliğin sürdürüldüğü duruma göre iyi ise adildir (Özgener, 2004:47).
- *Fırsat Eşitliği Hakkı İlkesi*: Bir toplumdaki tüm üyeler toplumsal statülerini yükseltmek için eşit fırsatlara sahip olmalıdır (Şimşek, 1999:41).

Rawls eşit özgürlüğün, farklılıklar prensibine göre önceliğinden; yani özgürlüğün önceliğinden bahseder. Bu prensipte ifade edilen özgürlükler; düşünce ve vicdan özgürlüğü, yasalarda ifade edilen haklar ve özgürlüklerdir (Özgener, 2004:47).

Adalet yaklaşımı işletme bazında ele alındığında temel hak ve özgürlüklerle ilgili yasaların işletmelerde uygulanması söz konusu olmaktadır. Buna göre yöneticilerin karar verme sürecinde eşitlik, adalet, tarafsızlık gibi ölçüleri dikkate alması gereklidir (Bölüktepe, 2001:19). Adil bir dağıtım, mutlak olarak eşit bir dağıtım anlamına gelmez. Çünkü adil bir pay, kişiden kişiye, toplumdan topluma değişebilecektir. Dolayısıyla yaklaşımın en zayıf yönü, toplumsal yarar ve yüklerin ölçülmesindeki güçlülük (Bayrak, 2001:15).

2.4.3. Rölâtivist Yaklaşımlar

Daha önce tartışılan kuramlar, mutlakçı oldukları gerekçesiyle eleştirilmişlerdir. Çünkü tek bir ahlâki davranışın olduğunu ileri sürerler (Esin, 1996:13). Rölâtivizm ‘ahlâki mutlaklığı’ reddeder. Diğer bir deyişle, gerçek bir ahlâk kuralı olduğunu kabul etmez. Bir durum için doğru olarak düşünülen, diğer bir durum için yanlış olabilmektedir (Ural, 2003:28). Bu ahlâk sistemi hiçbir evrensel kıstasın, bir fiilin ahlâki olup olmadığını karar veremeyeceği üzerinde durur. Her bir fert kendi şahsi kıstasını kullanır ve bu kıstas kültürden kültüre değişebilir (Bikun, 2004:21).

İlkçağ felsefesinde Sofistler, her şeyin ölçüsü olarak insanı kabul etmek suretiyle ahlâk felsefesinde rölâtivist bir anlayışı hâkim kılmışlardır (Özgener, 2004:48). Sofistler,

herkese göre geçerli olan genel doğruların olmadığını, doğruluğun tek tek insanlara göre değiştiğini söylemişlerdir. Hem bilgiyi hem de ahlâk, hukuk gibi kavramları rölâtif (görece) bir anlayışla yorumlamışlardır (Dedeoğlu, 2004:119). Sofist felsefenin en önemli düşünürü Protogoras'tır (Birsen, 2005:10). Protogoras iki olguyu ileri sürmektedir. Birincisi, ahlâk ilkeleri herkes için geçerli değildir. İkincisi, insanlar içinde buldukları toplumun geleneklerini izlemelidirler (Ural, 2003:27). Protogoras herhangi bir konu üzerinde kesin bir yargı verilemeyeceğini; herkesin düşündüğünün kendisi için doğru olduğunu, yani herkes için doğru olmadığı için herkes için yanlış olmadığını belirtmek istemektedir (Esin, 1996:14).

Görecelilik ya da rölâivist perspektiften ahlâki davranışın tanımı, kişi ve grupların tecrübeleri ya da kültürel değerlerinden çıkarılır. Olumlu bir fikir birliği, eylemin doğru veya ahlâkiliği göz önüne alındığına işaret eder (Torlak, 2003:108).

Gezgin eğitimciler olan Sofistler, hem kanunların hem de ahlâk kurallarının çok çeşitli ve değişik olduğunu yere ve zamana göre değişiklik gösterdiğini görmüş bunların çoğunun insan eliyle konulmuş düzenler olduğunu saptamışlardır (Birsen, 2005:10). Koşullarda görülen değişiklik ya da grup yapısının değişmesi, önceden ahlâk sınırları içinde kabul edilen davranışın daha sonra yanlış ya da ahlâk dışı görülmesine neden olmaktadır (Velioğlu, 2002:64).

Bunun doğal sonucu olarak ahlâk kuralları toplumdan topluma, kültürden kültüre hatta bireyden bireye farklılık arz etmektedir. Yani, ahlâki rölâtizizm, ahlâki ilkelerin ve yargıların birey ya da kültürle ilişkili olduğu akımdır (Özgener, 2004:48).

Rölâtizmi diğer yaklaşımlardan ayıran en önemli yorum farkı tüm ahlâki kuralların kültürlere özel olması durumudur. Bir toplumda doğru veya ahlâki olarak kabul edilip takdir edilen eylem ya da kararlar, diğer toplumlarda doğal olarak diğer kültürlerde edilmeyebilir. Her toplum kendi kurallarına sahiptir ve ahlâklılık tamamıyla bireyin kendi kültüründe kabul edilen kural ve standartların şekillendirilmesiyle ilgilidir. Görecelilere göre iyi ya da doğru olan şey, belirli bir kültürün iyi ya da doğru dediği şeydir. Amerikalıların çoğu ifade özgürlüğünün bir değer olduğunu kabul etmektedir. Aynı kişiler yetkeci bir ülkede yetişmiş olsalardı, özgürlüğe değer vermezlerdi (Şimşek, 1999a:43).

Bu yaklaşım, genel ahlâk teorilerinde olduğu kadar iş ahlâkı yaklaşımı olarak çok fazla üzerinde durulmamakla birlikte son yıllarda küreselleşmenin de etkisiyle gelişen ve artan uluslar arası ticaretinde etkisiyle önem verilmesi gereken yaklaşımlardan biri olmaktadır. Ülkemizde ve dünyada her boyda işletme farklı ülkelerde yani farklı kültürlerde üretim yapmakta ya da ürünlerini bu farklı kültürlerdeki müşterilere satmaktadırlar. Bu ticari ilişkilerin düzenlenebilmesi için gerekli olan iş ahlâkı kurallarının oluşturulmasında, karşı tarafın kültürünün ve ahlâki değerlerinin bilinmesi ve anlaşılmaya çalışılmasında bu yaklaşım büyük önem kazanmaktadır.

Diğer taraftan, kültürel görecelik yaklaşımının bazı durumlarda, pragmatist yani bencilliğin bir başka boyutu olarak makyavelist bir yaklaşım olarak kullanılabilme ya da değerlendirilebilme olasılığı da söz konusudur (Torlak, 2003:109). Birey, eylemleri kendi toplumuna uygun olduğu sürece, diğer toplumların hiçbir ahlâki eleştirisini kabul etmez ve hepsini temelsiz bulur (Ural, 2003:29). Sofistlerin bilgiyi, doğruyu, yasaları göreceli olarak nitelendirmeleri, genel bir ölçüyü kabul etmemeleri, tekil kişilerin görüşlerini de şüpheli hale getiren yaklaşımları nedeniyle, değer anarşisi yarattıkları ve toplumda yıkıcı rol oynadıkları söylenir (Dedeoğlu, 2004:149).

Hunger Wheelen relativizmin dört türü olduğunu ileri sürmektedirler. Rölativizmin türleri şu şekilde açıklanabilir (Özgener, 2004:49):

2.4.3.1. Saf Rölativizm

Saf rölativizm, bütün ahlâki kararların her yönüyle kişisel olduğunu, bireylerin kendi yaşamlarını sürdürme hakkına sahip olduğunu, her bir bireyin durumları yorumlamasına ve kendi ahlâki değerlerini esas alarak harekete geçmesine izin verilmesi gerektiği inancına dayanır.

2.4.3.2. Rol Rölativizmi

Rol rölativizmi, bireyin yalnızca sosyal rolüyle ilişkili belirli yükümlülükleri taşıması gerektiğini ileri sürmektedir, örneğin; bir bölümden sorumlu olan yönetici, kendi kişisel inançlarını bir yana bırakmalı ve bunun yerine rollerinin gerektirdiği şeyi yapmalıdır. Yani, bölümün çıkarlarını en iyi şekilde koruyacak biçimde hareket etmelidir.

2.4.3.3. Sosyal Grup Rölativizmi

Sosyal grup rölativizmi, ahlkn bir emsal grubunun normlarını takip etmeye yönelik bir sorun veya konu olduğu inancına dayanmaktadır. Kararlar kabul görmüş uygulamalara dayalı olarak verilir. Sosyal grup rölativizmi bugün dünyada giderek yaygınlaşmaktadır.

2.4.3.4. Kültürel Rölativizm

Kültürel rölativizm, ahlkn belirli bir kültür, toplum veya toplulukla ilişkili olduğunu ileri sürer. Bu yüzden, insanlar diğer ülkelerin uygulamalarını kavramalı, onları yargılamamalıdır. Kültürel norm ve değerler ülkeler arasında ve hatta bir ülkedeki farklı coğrafik bölgeler arasında ve de etnik gruplar arasında değişiklik gösterebilir.

BÖLÜM 3: İŞLETMELER ve İŞ AHLÂKI

3.1. Ahlâki Karar Verme

İşletmelerin içeride kendi personeliyle, dışarıda müşterileri, tedarikçileri, toplum, devlet vs. ile uzun vadede güvenilir ilişkiler kurabilmesi için karar verme sürecinin her aşamasında ahlâki yönleri dikkate alması gerekmektedir. Buradan hareketle, ahlâki karar verme süreci çeşitli yönleriyle ele alınmaktadır.

3.1.1. Ahlâki Karar Vermenin Önemi

Ahlâki kararlar örgütsel yaşamın bütün yönleriyle yakından ilgilidir. İşletme temsilcileri sık sık ahlâki olarak karmaşık ve zor kararlarla karşılaşmaktadırlar. Ahlâki karar verme seçenekler açık seçik olduğunda kolaydır. Ancak belirsizlikler arttıkça, karar sonucunda farklı çıkar gruplarının çıkarları çakıştıkça karar vermek daha zor ve daha karmaşık bir hal almaktadır.

İşletme yöneticileri kararlarının ahlâki boyutunu dikkate almak zorundadırlar. Bu zorunlulukların nedenleri şunlardır (Ural, 2003:41).

1. *Kararların ahlâki değerlemesini yapmak kaçınılmazdır:* Toplumlar temel olarak ahlâki, yasal, politik ve ekonomik yapılanmalardır. İşletmelerde bu yapıda faaliyet göstermektedirler. Yani işletmelerin aldığı ya da alacağı kararlar doğrudan toplumu ilgilendirir.
2. *Günümüzde işletmelerin gücü çok artmıştır:* Çalışan nüfusun büyük bir çoğunluğunun yaşamları işletmelere bağlıdır. Dünyada çok önemli bir güç olarak yerlerini alan çokuluslu işletmelerin değerleri, yöntemleri ve ticari tutumları ülkeden ülkeye yayılmaktadır. Bu işletmelerin parasal güçleri bazı ülkelerin gayri safi milli hâsılasından fazla olabilmektedir. Örneğin Shell'in geliri Fas'ın gayri safi milli hâsılasını aşmaktadır (Bölüktepe, 2001:63).
3. *Yöneticilerin aldıkları kararlar çeşitli derecelerde insanların yaşamlarını etkilemektedir:* Yöneticiler ya da işverenler işletmeyle ilgili kararlar alırken ahlâki duyarlılıklarını mutlaka arttırmalıdır. Çünkü çalışanların işyerindeki güvenliğinden, müşterilerini ve çevreyi korumaktan, yatırımcıların kazançlarını ve sermayelerini korumaktan sorumludurlar.

4. *İşletmenin kendi çıkarları açısından ahlâki değerlendirme önemlidir:* İşletmenin kendi çıkarları, yaşamını sürdürmesi, büyümesi ve kârlılığıdır. İşletmelerin toplum gözündeki algısı işletme açısından hayati bir öneme sahiptir. Kararlarında ve eylemlerinde ahlâki olan yönetici ya da işveren işletmenin toplum gözündeki algısını olumlu yönde etkileyecek, işletmeyi olumsuz durumlardan koruyacak ve nitelikli işgücünü kendisine çekebilecektir. İşletmenin çalışanlarıyla ilişkileri de çok önemlidir. Mal ya da hizmeti üreten çalışanlar olduğuna göre işletmenin çalışanlarını koruyup kollaması onların sağlığını, güvenliğini ve çeşitli çıkarlarını düşünmesi, çalışanların firmalarını benimsemelerini ve daha verimli çalışmalarını sağlayacaktır. İş ahlâkına aykırı hareket etmenin kısa vadede ki büyümesine kapılmak çok yanlış olacaktır. Çünkü uzun dönemde en iyi işletme kararlarının ahlâki temellere oturtulmuş kararlar olduğu görülmüştür (Çabuk ve Şengül, 2005:172).

Karar vermenin işletmeler üzerindeki önemli etkisi, verilecek kararlarda ahlâki olmayı daha da önemli kılmaktadır. Stanford ve Harvard Üniversitelerinde yürütülen akademik çalışmalar, şirketleri yenileyecek ve geliştirecek unsurun karar alma kalitesini artırmak olduğu üzerinde yoğunlaşmakta ve süreci çok az geliştirmenin dahi, değer zincirinin ucunda muazzam bir kaldıraç etkisi yapabileceği üzerinde durmaktadırlar (Bayrak, 2001:41). Verilen bazı kararların bireysel veya kurumsal yaşamı tehdit etmesi mümkün olabileceği gibi, tam ters istikamette her ikisini de olumlu yönde etkileyebilir.

3.1.2. Ahlâki Karar Verme Modelleri

Biraz önce ahlâki karar vermeden ve öneminden bahsetmiştik. Ahlâk konusu sınırları kesin olarak belirlenemeyen, belirlenen sınırlar içerisinde dahi biraz sonra sayacağımız çeşitli faktörlerden dolayı üzerinde tam bir uzlaşma sağlanamayan yarı açık bir konudur. İşletmelerde alınacak olan kararlar ancak iş ahlâkına uygun olursa farklı çıkar gruplarını tatmin edebilecektir. Tabii kısmen göreceli olan bu durum işletmenin faaliyetlerini alınabilecek iş ahlâkına aykırı kararlarıyla doğrudan ya da dolaylı olarak olumlu ya da olumsuz etkileyecektir. Ortaya çıkabilecek olumsuzlukları bertaraf edip olumlu tarafları arttırabilmek için verilecek kararlarda öznelliği nispeten azaltacak ve kararları sınırları daha önce belirlenmiş çerçeveler içerisinde belirli bir standarda oturtacak arayışlar artmıştır. Bu arayışlar sonucunda işletmelerde verilecek olan kararların iş ahlâkına

uygun olmasını sağlayabilmek konusunda, karar vericilere yol gösterici nitelikte çeşitli ahlâki karar verme modelleri geliştirilmiştir.

Ahlâki karar verme modelleri öncelikle temel faktörler dikkate alınarak işletmenin tümünde uygulanacak şekilde geliştirilmelidir. Modelin iyi çözümler üretmesi için yeterince kapsamlı olması gerekir (Özgener, 2004:117). Kararlara ilişkin bu yaklaşım, ahlâki ikilemler nedeniyle doğal olarak çıkacak ‘bulanık’lığı gidermek ve doğru kararlar aracılığıyla kararın daha fazla benimsenmesini mümkün kılacaktır (Bayrak, 2001:43).

Ahlâki karar verme modelleri önemine binaen ayrı bir çalışma konusudur. Bu çalışmada bu modellere ayrıntılı bir biçimde girilmeyecek olup yalnızca belli başlı modellere dair genel bir bilgi verilecektir. Verilecek olan kararları belirli standarda bağlamaya çalışan ahlâki karar verme modellerinden bazıları şunlardır (Acar, 2000; Bayrak, 2001; Bölüktepe, 2001; Ural, 2003; Özgener, 2004):

3.1.2.1. Bartel Modeli

Ahlâki karar verme sürecindeki karmaşık ilişkileri bir matris yardımıyla açıklamaya çalışan model temelde iki soruya cevap vermeye çalışmaktadır:

1. Ahlâki standartlar nasıl oluşturulabilir?
2. Ahlâki kararlar nasıl alınır?

Model iki bölüm içermektedir a). Ahlâki standartlar oluşturmak: kültür, çeşitli kuramsal süreçler, yapılar veya ekonomik katılımcılarından elde edilir b). Ahlâki karar alma: belirlenmiş olan standartlar çerçevesinde alternatif hareket tarzlarının seçilmesidir (Acar, 2000:37).

3.1.2.2. Cavanagh Modeli

Faydacılık, kişisel haklar ve adalet kuramına dayanan model, işletmelerde bir karar verileceği zaman önce faydacılık sonra kişisel haklar sonra adalet yaklaşımına uygunluk açısından test edilir. Eğer karar üç yaklaşımın herhangi birinden olumlu cevap alamazsa karar reddedilir. Üç yaklaşım tarafından da olumlu karşılanırsa karar ahlâki kabul edilir.

3.1.2.3. Bommer Modeli

Bommer normatif ahlâki karar alma modelinde ahlâki ve gayri ahlâki davranışları etkileyen faktörler arasındaki ilişkiyi, bireylerin karar alma sürecini de dikkate alarak ortaya koymaktadır (Bölüktepe, 2001:61)

3.1.2.4. Etzioni'nin İlmî Deontoloji Kuramı

Etzioni neo klasik ekonomik paradigmanın çekirdek varsayımlarını temel alarak insanın tek aradığının faydayı maksimize etmek olduğunu belirtmektedir. Ahlâk felsefesi terimlerindeki karşılığı ahlâki egoizmdir (Ural, 2003:51). Yani Etzioni insanların başkalarını düşünen kibar davranışlarda bulunmalarını, imece usulü iş görmelerini vb. yine insanın kendi menfaati için yaptıklarını ileri süren bir ahlâki egoisttir. İşletmeyle ilgili verilecek kararların ahlâki olup olmadığına da ahlâki egoizm yaklaşımına uygun olup olmamasına göre karar verilebileceğini ileri sürer.

3.1.2.5. Pruden Modeli

Model karar verme aşamasında olan kişilerin davranışlarını ve kararlarını etkileyen üç referans olabileceğini ileri sürmektedir (Acar, 2000:36):

1. *Kişisel Ahlâk*: Verimlilik, yaratıcılık, amaçlar, ödüller, performans standartları.
2. *Mesleki Ahlâk*: Teknik bilgi, davranış standartları, örnek grup desteği ve kontrol, destekleme, sosyal sorumluluk.
3. *Örgütsel ahlâk*: Destekleme, mevcut sorunlar, çevresel geri bildirim, davranış standartları.

3.1.2.6. Kohlberg'in Bilişsel Ahlâki Gelişim Modeli

Ahlâki karar verme modelleri arasında en etkili ve en popüler olanlarından biri olan Kohlberg'in bireylerin ahlâki gelişimlerini üç düzey ve altı aşamada tamamladıklarını ileri süren yaklaşımına birazdan ahlâki karar verme sürecini etkileyen faktörler başlığı altındaki bireysel faktörler alt başlığı altında ayrıntılı bir biçimde değinileceği için burada sadece modelin ismi verilmekle yetinilecektir.

3.1.2.7. Stassen Modeli

Modelin, ahlâki kararlarda nedensellik boyutunun en önemli elemanlarını ortaya koyması ana katkısını oluşturur ve modeli önemli bir konuma getirir. Ahlâki karar vermeyi etkileyen koşullar şunlardır (Ural, 2003:54):

1. *Bir Durumun Ampirik Tanımı*: Durumun sahip olduğu özel durumsal koşullar (algılanan risk, alternatif hareket tarzlarının yasaya uygunluğu vs.) kişinin durumu algılamasına etki etmektedir.
2. *Ahlâki Nedensellik Boyutu*: Üç önemli normatif ahlâk kuramını içerir. Deontoloji, teleoloji ve ilahi emirler.
3. *Teleolojik Boyut*: “Niçin ahlâklı olmalıyım?” sorusuna verilen cevaptır.
4. *Sadakat Boyutu*: kişinin ahlâki algılamalarını etkileyen gruplarda odaklaşır.

3.1.2.8. Ferrel, Gresham ve Fraedrich Modeli

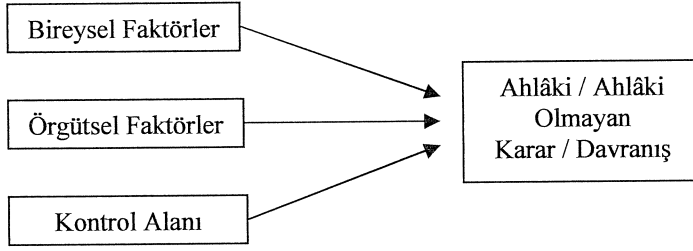
Ahlâki davranışın, bireysel ve örgütsel faktörlerden etkilendiğini ileri süren model, temelde süreç odaklı karar verme yaklaşımındaki problemi tanımlama, araştırma, değerlendirme, seçim ve sonuç düzenini izlemektedir (Bayrak, 2001:46). Kişi bir kararı seçtiğinde, bu sonuçlar bir niyetler demeti olarak ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan karar sonuçları ise, öğrenme yoluyla gelecekteki ahlâki kararların verilmesinde bir geri besleme rolü oynamaktadır (Özgener, 2004:118).

3.1.3. Ahlâki Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler

Peki, bireysel ve kurumsal başarı büyük ölçüde etkilemesi beklenen kararlarda insanlar neden akılcı davranıp ahlâki olan kararı vermiyorlar? Örgütlerde yönetici ve çalışanları ahlâki ya da ahlâki olmayan karar ve uygulamalara yönelten çok sayıda değişik faktörler bulunmaktadır. Bu faktörlerin neler olduğunu tam olarak belirlemek oldukça zordur (Bölüktepe, 2001:65).

Bu faktörleri tam olarak belirleyememenin yanında mevcut yazında farklı faktörler ele alınmıştır. Bu çalışmada ahlâki karar verme sürecini etkileyen faktörler bireysel faktörler, örgütsel faktörler ve kontrol alanı olarak üç başlık altında incelenmeye çalışılmıştır.

Şekil 1. Ahlâki / ahlâki olmayan karar / davranış modeli



Kaynak: Bölüktepe (2001:65)

3.1.3.1. Bireysel Faktörler

Burada karar verecek olan kişi ya da kişilerin sahip olduğu bireysel değerler ve bireyin doğru ya da yanlışın ne olduğunu yargılama yeteneği olarak kabul edilen ahlâki gelişim aşaması dikkate alınmaktadır. Ahlâki gelişim basamakları olarak da Kohlberg'in tanımı temel alınmaktadır. Çocukluktan başlayarak ahlâk basamaklarının gelişmesi üzerine ayrıntılı çalışmalar yapmış olan Kohlberg insanların ahlâki gelişimlerini üç düzey ve altı aşamada tamamladıklarını öne sürmektedir (Seyyar, 2003:26).

Geleneksel Öncesi Düzey

Bu düzeyde bireyin ahlâki bilinç ve duyarlılığı tam olarak gelişmemiştir. Bu düzeyde birey iyi-kötü, doğru-yanlış gibi kültürel kural ve değerlere açıktır (Bölüktepe, 2001:66). Ancak bunları, ceza ödül gibi fiziksel sonuçlarına göre ya da bu kuralları ortaya koyan kimselerin fizik gücüne göre değerlendirilir. İki alt devresi bulunmaktadır.

a. İtaat ve Ceza Eğilimi

Davranışın sonuçları, o davranışın iyi ya da kötü olduğunu tayin eder. Başın derde girmemesi önemlidir.

b. Saf Çıkarıcı Eğilim

Doğru davranış, kişinin gereksinimlerini tatmin eden davranıştır. Pragmatik alış-veriş kavramı (sen bana yardım et, ben de sana ederim), sevgi, bağlılık ve adalet kavramı yerine geçerlidir.

Geleneksel Düzey

Bireyin ahlâki bilinç ve duyarlılığı kısmen gelişmiştir. Bu düzeyde, aile, grup ya da ulusun beklentileri kendi başına değer taşır. Bu aşamada kişi kendisinden çok diğer insanlar üzerinde odaklanmaktadır (Şimşek, 1999a:130). Buradaki tutum sadece sosyal düzen ve beklentilere uymak değil, aynı zamanda onlara sadakattir. Bu düzeyin de iki alt devresi mevcuttur.

c. İyi Çocuk Eğilimi

Bu devrede iyi davranış başkalarını memnun eden, onlara yardımcı olan ve takdir gören davranıştır.

d. Kanun ve Düzen Eğilimi

Bu aşamada yerleşmiş kurallar ve sosyal düzeni korumak önemlidir. Doğru davranış "görevini yapmaktır".

Gelenek Sonrası Düzey

Ahlâki gelişim bakımından bireyin ulaşabileceği en yüksek düzeydir. Bu düzeye ulaşmış birey açısından doğru olan toplumsal kuralların ötesinde adaleti, eşitlik, insan hakları, dürüstlük gibi tüm insanlık için geçerli olan evrensel değerlere göre belirlenir (Özgener, 2004:117). Bu düzeyde, geçerliliği olan ahlâki değerleri, bunları ortaya koyan grup ya da kişilerin yetkilerinden bağımsız olarak tanımlama çabası görülür. İki devresi vardır.

d. Kontrat ve Yasaya Uygunluk Eğilimi

Doğru davranış, insan hakları ve toplum yararı gözetilerek toplum tarafından kabul edilmiş ilkelere uygun davranıştır. Yasal görüş kabul edilmekle birlikte, topluma daha fazla yarar sağlayabilmek için yasaların değişebileceğine inanılır, bu bakımdan dördüncü devreden farklıdır.

e. Evrensel Ahlâk İlkeleri Eğilimi

Bu en yüksek devrede doğru ve yanlış, sosyal düzenin yasa ve kuralları ile değil, kişinin kendi vicdanı ile kendi geliştirdiği ahlâk ilkeleriyle tanımlanır.

Tablo 9. Kohlberg'in bilişsel ahlâk gelişim modeli

| Düzyey / Aşamalar | Doğru Olma Tanımları |
|--|---|
| Geleneksel Öncesi Düzyey Aşama 1 (İtaat ve Ceza) | Cezadan veya zarar görmekten kaçınmak için kurallara karşı gelmekten kaçınma. |
| Aşama 2 (Bireyselci Görüş) | Birilerin çıkarlarına hizmet eden kuralları takip etme |
| Geleneksel Düzyey Aşama 3 (Kişiler Arası Karşılıklı Beklentiler, İlişkiler ve Uyum) | Diğerlerinin beklentileri için yaşama. |
| Aşama 4 (Sosyal Sistem ve Vicdan) | Toplumun refahı için toplum kurallarını ve kanunlarını takip etme. |
| Geleneksel Sonrası Düzyey Aşama 5 (Sosyal Anlaşma ve Bireysel Haklar) | Kurallara ve kanunlara dayanmakla birlikte bireysel görüşlerle ilgilenme. |
| Aşama 6 (Evrensel Ahlâk Kuralları) | Ahlâksal kurallar olan doğruluk ve adalete uygun davranma. |

Kaynak: Türk (2004:15)

3.1.3.2. Örgütsel Faktörler

İlk kısımda örgütsel karar alma sürecinde bireysel faktörlerin önemli olduğu vurgulanmış ve bunların neler olduğu sıralanmıştır. Bu kısımda ise bir işletme içerisinde yer alan bireyin ahlâki karar alma sürecini etkileyen örgütsel faktörler incelenecektir.

Örgütsel Yapı

Örgütsel yapının çok çeşitli şekillerde tanımlanabilir. Ama örgütsel yapılar temelde ikiye ayrılırlar. Birincisi merkezi örgüt yapıları, ikincisi ise merkezi olmayan daha basık yönetime sahip örgüt yapılarıdır. Otoritenin en üst düzey yöneticilerde toplandığı merkezi örgüt yapısında yöneticiler karar alma aşamasında resmi kurallar, politikalar, prosedürler ve ahlâki ilkeler harfiyen uygulanır.

Merkezi olmayan bir örgütte karar alma yetkisi mümkün olduğunca emir komuta zincirinin tüm aşamalarına yayılmaktadır. Böyle örgütler nispeten daha az biçimsel kurallara sahiptir. Merkezi olmayan örgütlerin yöneticileri ahlâki koşullardaki değişikliklere çabuk karşılık verebilirler.

Her iki örgüt şekli karşılaştırıldığında, merkezi örgütlerin uygulamalarında ahlâki değerlere daha çok yer verdiği görülmektedir. Çünkü bu örgütlerde ahlâki kurallar kurumsallaştırılmıştır (Şimşek, 1999a:135).

Örgütsel Kültür

Örgütsel kültür, tavırlar, inançlar ve değerlerden oluşan örgütün iç ve dış çevreyle uyumunu sağlayabilmek için örgütte geliştirilen kavramlardır. Örgüte yeni katılan üyelerin iş koşullarına uyum sağlayabilmesi için kültür rehberlik görevini üstlenmekte, eski üyelerle kaynaşmasını ve uyum sağlamasını kolaylaştırmaktadır. Örgütsel kültür ortak bir kimlik ve eylem için birliktelik sağlamakta, bu da karar vericinin duygularını ve düşüncelerini etkileyerek davranışlarında ve kararlarında yol gösterici olmaktadır.

Örgütsel kültürü örgütsel iklim ve örgütsel amaçlar olarak da incelemek mümkündür. Yöneticilerin kararlarında örgütsel kültürün boyutları olan her iki kavramda son derece önemlidir (Şimşek, 1999a:136). Örgütsel kültür konusunu ayrıntılı olarak ele almak mümkündür fakat bu çalışmanın temel amacı bu olmadığı için kısaca özetlenmeye çalışılmıştır. Yinede, bundan sonra anlatılacak olan etkenlerde aslında örgütsel kültürün birer unsurudur.

Örgütsel Amaçlar

Bir örgütte var olan amaçlar, örgütsel etkinlik, yüksek verimlilik ya da kârı en üst düzeye çıkarma gibi amaçlardan oluşabilir. Bu amaçların varlığı ve yoğunluğu karar verecek olan kişi üzerinde bir baskı oluşturacaktır. Bu amaçlara ulaşmak isteyen kişi ahlâki davranabileceği gibi, ahlâki değerlere göze almadan sadece örgütsel amaçlar içinde çalışabilir.

İş Ahlâki Kurallarının Etkisi

İş ahlâki kuralları, çalışanlara işletmenin amaçlarını, ilkelerini tanımlamaya yönelik resmileştirilmiş kurallar bütünüdür (Acar, 2000:96). Bu ahlâk kurallarının üstünlüklerinden biri, şirketlerin kendi bünyelerinde ahlâk dışı davranışları ortadan kaldırmalarıdır. Özellikle son yıllarda firmaların yazılı ahlâk kuralları oluşturdukları bilinmektedir. Yazılı ya da sözlü ahlâk kurallarının varlığı bireylerin kararlarında ahlâka daha çok yer vermelerine neden olmaktadır.

İşletmenin Ödül / Ceza Yapısının Etkisi

Diğerlerine ek olarak örgütteki mevcut ödül ya da ceza yapısı da karar vermenin ahlâki yönünü etkilemektedir. Ahlâk dışı davranışları ödüllendirecek bir sistemin ahlâk dışı davranışları arttıracığı ve ahlâki kararları olumsuz etkileyeceği açıktır. Tam aksi yönde ahlâk dışı davranışları, ahlâki kararları kararlılıkla kınayan ve cezalandıran, ahlâki karar ve davranışları ödüllendiren bir sistem ise ahlâki davranışları ve ahlâki karar vermeyi olumlu yönde artıracaktır.

3.1.3.3. Kontrol Alanı

Kontrol alanı kişinin yaşamı ile ilgili sonuçları kendisinin (içsel güçlerin) belirlediğine, ya da kaderin, şansın, diğer güçlerin ve kurumların (dışsal güçlerin) ve kurumların belirlediğine ne ölçüde inanıp inanmadığını göstermektedir. Bir birey olarak yaşamı ile ilgili sonuçları kendi içsel güçlerinin belirlediğine inanan bireylere proaktif, kendisinin dışında tamamen dışsal güçlerin belirlediğine inanan bireylere ise reaktif denilmektedir. Yüksek düzeyde proaktif bireyler, kendi yaşamlarından, eylemlerinden ve sonuçlarından sorumlu olduklarına inanırlar, davranışlarından dolayı olayları, koşulları ya da başkalarını suçlu bulmazlar. Yapılan araştırmalarda proaktif bireylerin reaktif bireylere göre davranışlarından dolayı daha fazla sorumluluk duydukları, ahlâki değerlere daha fazla bağlı kaldıkları saptanmıştır (Bölüktepe, 2001:68).

3.2. İş Ahlâkına Uygun Olmayan Davranışlar

Günümüz, çalışanların ahlâk dışı tutum, davranışları, işletmelerin karşılaştığı en önemli yaygın ve ortak sorunlardan biridir. Örgütün en üst basamaklarında ya da en alt basamaklarında bulunan tek bir birey, grup ya da gruplar iş ahlâkına aykırı davranabilir (Bölüktepe, 2001:76). Ahlâka uygun olmakla yasaya uygun olmak kavramları birbirinden farklıdır. Yasaya uygun olan bir davranış iş ahlâkına uygun olmayabilir. Bu yüzden işletmelerde iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar geniş bir çeşitlilikte ve karmaşık bir şekilde ortaya çıkabilmektedir.

Çalışanların iş ahlâkına uygun davranışları ya da davranmamalarının nedenleri bireysel nedenler ya da dışarıdan kaynaklanan nedenler olabilir. Çalışanların ahlâki yargılama ve karar verme sürecini etkileyerek, onları ahlâk dışı davranışlara yöneltten bu

faktörlerin neler olduğu birazdan iş ahlâkına aykırı davranmanın nedenleri başlığı altında ayrıntılı bir biçimde ele alınacaktır.

İş ahlâkına uygun olmayan davranışların neler olduğunu anlayabilmek için bu davranışlara bazı örnekler vermek ve aşağıdaki gibi sınıflamak yerinde olacaktır (Aktan, 1999:38).

Firma açısından iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar:

- Vergi kaçırma,
- Sigortasız veya Asgari ücretin altında işçi çalıştırma,
- Tüketici haklarına saygı duyulmaması, tüketici haklarının ihlal edilmesi,
- Aldatıcı-yanıltıcı reklâm yapmak ya da haksız rekabet ortamı yaratmak
- Rakip firmalar hakkında negatif reklâm yapmak,
- Doğaya ve çevreye karşı saygılı davranmamak,
- İnsan sağlığına uygun olmayan ürünler piyasaya sunmak.

Lider açısından iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar:

- Rüşvet mukabilinde hediye verme,
- Çalışanlara değer vermeme,
- Çalışanlara adil ve hakça davranmama ya da onları özel işlerinde kullanma,
- Politikacı ve bürokratlara çıkar temin ederek teşvik vs. çıkar elde etme.

Yöneticiler açısından iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar:

- Gereksiz ve aşırı harcama yapılması,
- Sahte belgelerle işletmeden fazla para çekme ya da gideri fazla gösterme
- Bilgi sızdırma, defter ve belgelerde tahrifat yapma,
- Satın alım ve hizmet ifasında çıkar temini ya da firma kayırma,

- Performans değerlendirmede adil olmama,
- Özel masraflarını Őirkete yüklemek.

İŞçi açısından iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar:

- İŞletmenin araç, gereç ve malzemelerini özel olarak kullanma,
- İŞin yapılma süresini gereksiz yere uzatma,
- Çalışma saatleri içinde özel iÇler yapma ya da görevi ihmal etme,
- Müşteriye kötü davranma,
- İŞe geç gelme ya da işten erken ayrılma.

3.3. İŞ Ahlâkına Aykırı Davranmanın Nedenleri

Birey bazında ve işletmeler bazında iş ahlâkına uygun davranmak toplum tarafından bu kadar olumlu karŐılanıp, ödüllendirilirken. İŞ ahlâkına aykırı hareket edilmesi durumunda ise aksine toplum tarafından ayıplanıp, cezalandırılırken bireyler ya da işletmeler neden iş ahlâkına aykırı davranırlar. Bu nedenleri kişisel nedenler ve dışarıdan kaynaklanan nedenler olarak iki başlık altında inceleyeceğiz.

3.3.1. Kişisel Nedenler

Bireyleri gayri ahlâki davranmaya yönlendiren nedenlerden biri olan kişisel nedenler tamamen o kişinin kendi eksiklikleri, zaafı, ikilemleri veya yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. AŞağıda bu kişisel nedenlere değinilecektir.

3.3.1.1. Ahlâki Ölçütleri Farklı Yorumlama

Bireyleri ahlâk dışı davranmaya yönlendiren nedenlerden birisi kişisel ölçütlerin, ahlâki ölçütlerin toplum tarafından kabul edilenlerden farklı olmasıdır. Bunun nedeni ise kişinin ailesinden ve çeşitli eğitim kurumlarından aldığı eğitimin ve kültürün baskın olmasıdır (Ural, 2003:45).

3.3.1.2. Bireyin Bencil Davranması

Uygulamada iş ahlâkına aykırı davranışların önemli bir bölümü bencil davranış nedeniyle ortaya çıkmaktadır. İş yaşamında, işverenler, yöneticiler, çalışanlar kendi çıkarları veya işletmenin çıkarları doğrultusunda kural dışı davranabilmektedir. Her durumda kişililer davranışlarının doğru olmadığını bilmelerine rağmen, kendilerine çıkar sağlamak amacıyla, iş ahlâkı kurallarını çiğnemektedirler. Hatta bunu haklı çıkarabilecek savlar bile ileri sürebilmektedirler. Kişisel öncelikler toplumsal değerlerin önüne geçmektedir.

3.3.1.3. Ahlâki İkilemler

Ahlâki ikilemler bir olayın birbiriyle ters düşen iki tarafında da doğru yanların olması durumunda ortaya çıkabilmektedir. Karmaşık ve zor tanımlanabilen olgulardır. Kişilerin olayın çözümünde yargılarını kullanırken içine düştüğü kararsızlıktan kaynaklanır (Bölüktepe, 2001:68). İş hayatında hemen her kademedede karşılaşılan bu tarz ahlâki ikilemler farklı şekillerde ortaya çıkabilir. Birey kendisinin ya da işletmenin ya da her ikisinin de çıkarlarına uygun olduğu halde, diğer birey ya da gruplara zarar verebilecek belirli bir konuda karar vermek zorunda kalabilir. İş ahlâki yaklaşımları konusunda bu duruma uygun birkaç örnek verilmişti. Yapılan araştırmalarda, yöneticilerin, astlar, üstler, müşteriler, rakipler, tedarikçiler, toplum ve devletle olan iş ilişkileri sürecinde, birçok ahlâki ikilemle karşılaştıkları belirtilmektedir (Akdoğan, 2003:13).

3.3.1.4. Mesleki Bilgi Yetersizliği

Herhangi bir kademedede çalışan bireyin kendi mesleğini kusursuz yapabilmesi için yapacağı işin gerektirdiği bilgiye hem teorik olarak hem de uygulamalı olarak sahip olması gerekir. Mesleğinin gerekliliklerini yeterince yerine getiremeyen kişi kaliteli mal ya da hizmet üretemeyecek ama işini kaybetme korkusu ya da para kazanma dürtüsüyle işine devam edecektir. Bu durum iş ahlâkına kesinlikle uymamaktadır. Görevin gerektirdiği donanıma sahip olmayan bireyin eksik olduğu konularda eksikliklerini gidermesi ve kendini geliştirmesi gerekir.

3.3.2. Dışarıdan Kaynaklanan Nedenler

Çeşitli kademelerde ve sayılarda iş görenin çalışma alanı olan işletmeler, çıkar çatışmalarının en yaşandığı yerlerdir. Örgütsel yapıları gereği işletme yönetiminde yer alan kişilerin tutum ve davranışları altlarında çalışanları çok yakından etkilemektedir. Bu nedenle karar verme yetkisine sahip insanların mutlaka iş ahlâkına uygun kararlar vermeleri gerekmektedir. Ancak daha öncede söylediğimiz gibi iş ahlâkına aykırı hareket etmenin nedenleri sadece kişisel nedenler değildir. Birde bu kararları olumsuz etkileyen dışarıdan kaynaklanan nedenler vardır. Aşağıda bu nedenlere değinilecektir.

3.3.2.1. Gri Alanlar

İş dünyasında, doğru ya da yanlışın ne olduğuna dair, kesin bir yargıya ulaşarak, doğru olan seçeneği seçmek sanıldığı gibi her zaman kolay değildir. Çünkü iş hayatında doğru ya da yanlış, siyah ya da beyaz şeklinde ayıramayacağınız, rengi tam olarak belli olmayan biraz siyah biraz beyaz yani gri alanlar vardır. İş ahlâkı yaklaşımları konusundaki örneklerin birçoğu yine bu duruma güzel birer örnek teşkil etmektedir. İşte bu alanlarda bireylerin iş ahlâkına aykırı davranmalarına neden olabilir.

3.3.2.2. İşletme Yönetiminin Ahlâki Davranışları Algılama Farkı

İş ahlâkı, ahlâkın iş hayatındaki uygulaması olduğu ve yapısı itibariyle çizgileri çok net çizilemediği için işletmeden işletmeye bazı algılama farklılıkları olması mümkündür. İşletme yönetimi ahlâki olmayan davranışlar içinde olabilir. İşletmedeki diğer çalışanlarda bu ahlâki olmayan davranışlara katılabilirler ya da en azından karşı çıkmayabilirler. Hatta bazı durumlarda işletme içerisinde yükselmenin yolu iş ahlâkına aykırı davranışlara bağlı olabilir.

3.3.2.3. Rekabet

Bir diğer neden ise rekabettir. Ancak burada kastedilen ve iş ahlâkına aykırı davranmaya iten haksız rekabettir. Normal şartlarda rekabet hem işletmeler için hem de müşteriler için olumlu sonuçlar doğurur. İşletmeler kalitelerini arttırmak zorunda kalır ve güçlenirler. Müşteriler ise daha kaliteliyi daha ucuza alırlar. Ancak işin içine kazanma aşırı kazanma hırsı ve gayri iş ahlâkı davranışlar girerse, örneğin bir ihaleyi

almak için rüşvet verilmesi gerekiyor ise haksız rekabet ortamı oluşur. İhaleyi almak isteyen işletmeler ya işten vazgeçecekler ya da rüşveti vereceklerdir.

3.3.2.4. Meslek Ücreti

Herhangi bir iş alan işletme yeterli düzeyde para kazanabileceği fiyatlar teklif etmelidir. Ya da iş yaptırmak isteyen kişi ya da kurumlar işlerini maliyetinin altına fiyatlara yaptırmayı talep etmemelidirler. Çünkü kâr edemeyeceğini bilen işletmeler ürün ya da hizmetin kalitesini düşüreceklerdir. Aynı şekilde işletmeler iş görenlerine yeterince maaş ödemeli ki iş gören severek işini yapsın ya da işin kalitesini düşürmesin.

3.3.2.5. Karşılıklı Güvensizlik

İş dünyasında gerek işletme içinde gerekse işletme dışında karşılıklı güvene dayalı bir iletişim kurulması çok önemlidir. İşletmeyle diğer işletmeler arasında, işletmeyle müşterileri arasında, işletmeyle çalışanları arasındaki güvensizlik bu tarafların birbirlerine karşı iş ahlâkına aykırı davranışlarda bulunmaları muhtemeldir.

3.4. İş Ahlâkına Uygun Olmayan Davranışların Maliyeti

Ahlâka uygun davranmak yapılması gereken en uygun davranıştır. Yöneticiler; kişisel, kurumsal ve toplumsal zararları önlemek için iş ahlâkına uygun davranmak zorundadır (Esin, 1996:26). Ahlâki değerler, yumuşak ve soyut bir konu gibi algılanabilir. Ancak nihai analizde ahlâka aykırılık, somut ve ölçülebilir çıkarlar, işin özüne, parasal getirilere zarar verebilir. Dahası ahlâkı göz ardı etmek, kişinin ismini ve kariyerini mahvedebilir (Acar, 2000:47).

İş ahlâkına aykırı davranışların neden olduğu kayıplar, güvenin kaybedilmesi, grup çalışmalarının etkinliğinin kaybedilmesi, iletişimin zarar görmesi, bağlılık duygusunun yok olması ve toplum karşısındaki imajın işletme görüntüsünün zarar görmesidir (Tierney, 1997:57).

İşletmelerdeki iş ahlâkına aykırı tutumlar; emek maliyetlerinin artmasına, hırsızlığın yaşattığı kayıplara, iyi niyetin yok olmasına, verimli iş davranışlarının azalmasına, şirketin adının kötüye çıkmasına ve kötü anılmasına yol açmaktadır (Ural, 2003:68). Şirket isminin zarar görmesi veya uygulamaları hakkında kuşkuların ortaya çıkması, satışların düşmesine yol açabilir. Müşteriler başka şirketlerle iş yapmayı tercih edebilir,

siparişler azalabilir. Sonuçta kârda azalır (Acar, 2000:47). Nestle şirketinin, üçüncü dünya ülkelerinde, annelerin eğitim durumlarının düşüklüğünü fırsat bilip pazarladığı (uygun sağlık koşullarında imal edilmemiş) mamanın, anne sütü yerine geçtiğini iddia etmesi sonucu yanlış beslenme binlerce bebeğin ölümüne sebep olmuştur (Esin, 1996:26). Bu durum da firmanın toplum içinde saygınlığının ortadan kalkmasına sebep olmuştur. İş ahlâkına uygun olmayan uygulamalar toplumsal yukarıdaki örnekte olduğu gibi toplumsal zararlarla sonuçlanabilmekte ve firmaların toplum nezdinde ki görüntüsü bu durumdan olumsuz etkilenmektedir.

3.5. İş Ahlâkı, Verimlilik ve Kârlılık

İş dünyasında yaygın bir şekilde kabul gören düşünce, iş ahlâkına göre iş yapmanın kârlılığı olumsuz etkileyeceği hatta diğer işletmelerle rekabet edemeyen işletmenin piyasadan silinebileceği yönündedir. İş ahlâkı olgusu ile kârlılık arasında tercih yapmak söz konusu olmadığı gibi, iş ahlâkı kârlılık üzerinde olumlu bir role sahiptir (Gülmeç, 1997:49). Gerçekte iş ahlâkı kârlılık üzerinde olumlu bir role sahiptir. Buda ekonomi ve iş ahlâkının birbirine bağımlılığındaki teorik araştırmalarda ortaya çıkmaktadır (Esin, 1996:27).

Modern anlayışı benimseyen yöneticiler, iş dünyasının iş ahlâkıyla iç içe geçme zorunluluğuna bir tehdit olarak değil bir fırsat olarak bakmakta, kalite ve mükemmelliği iş dünyasının; ahlâkı ise, kalite ve mükemmelliğin ayrılmaz parçaları olarak değerlendirmektedirler (Tierney, 1997:30).

Sermaye ve teknolojinin yeterli düzeyde ve makro ekonomik politikaların uygun olduğu ortamlarda iş verimliliği, emeğin kalitesi ve yönetimine bağlı olarak değişmektedir (Esin, 1996:27). Firmalarda verimlilik artışının doğrudan doğruya çalışanların sorumluluğunda olduğu göz önüne alındığında iş ahlâkının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır (Gülmeç, 1997:49). Emeğin üretkenliği de, iş ahlâkına dayandırılmaktadır. O halde iş ahlâkı verimliliğin itici gücüdür (Türkdoğan, 1998:113). İşletmelerde üretim girdilerini, teçhizatlarını ve üretime katkısı olan her şeyi kullanan insandır. Çalışanların üretim için gerekli olan kaynakları gerekli ve yeterli miktarda, gerekli özeni göstererek kullanabilme yeteneği verimi arttıran en önemli etkidir. Bütün bunlar göz önüne alındığında verimlilik ve iş ahlâkını birbirinden ayrı düşünmek imkânsızdır.

Bir organizasyon kendi çalışanlarını düşünüp korursa, çalışanlar da bu organizasyon için daha etkin çalışacaklar, işletmeye sadık kalarak, verimliliği ve kaliteyi artırarak bu düşünülme ve koruma için ödenen finansal maliyetin üstünde bir yarar sağlayacaklardır (Çabuk ve Şengül, 2005:171). Son yıllarda yapılan araştırmalar, birey-firma ilişkisinde en uygun verimi almanın, her iki tarafın iş ahlâkı olgusuna bakışıyla yakından ilgili olduğunu göstermiştir (Gülmek, 1997:50).

Bu yöndeki ifadelerin sadece teoriden ibaret olamadığının, lafta kalmadığının en güzel kanıtı pratik hayatta iş dünyasında bulunan ve en yoğun rekabetin yaşandığı sektörlerden birinde faaliyet gösteren IBM şirketi yönetim kurulu başkanı John E.'nin bu konudaki sözleridir. John E. "Ahlâki esasların ekonomik başarı ve güçlü bir ekonomi oluşturulmasında hayati öneme haiz olduğu konusu doğrudur. Eğer bir işletme toplumda karşılıklı olarak topluma güven vermiş ve inandırıcı bulunmuşsa o ölçüde ekonomik gücüde artacaktır (Alkan, 1997:12).

3.6. İş Ahlâkının Kurumsallaşması

İşletmeler için güçlü rekabetin belirleyici olduğu piyasada var olabilmek, hiç kuşkusuz yüksek bir rekabet kapasitesine sahip olmakla mümkündür. Rekabet kapasitesini yükseltmenin temel koşulu ise markalaşmak ve toplum tarafından kabul görmektir (İlhan, 2005:283). Firmaların markalaşmalarının ve toplum tarafından kabul görmelerinin yegâne yolu uygulamalarını, kararlarını ve bütün ilişkilerini iş ahlâkı standartlarına oturtmasıdır. Günümüzde, toplum örgütlerden daha duyarlı davranışlar beklemekte, tepkilerini dile getirmektedir. Örgütler yalnızca birtakım ahlâk standartlarına sahip olduklarını beyan etmemeli, aynı zamanda bu standartları sürekli bir şekilde uygulamalı ve yaşatmalıdırlar (Bölüktepe, 2001:58). Yani kısaca iş ahlâkı karar mevkiindeki kişilerin bireysel ahlâkı olmaktan çıkarılıp işletmenin ahlâkı haline getirilmeli ve iş ahlâkı kurumsallaştırılmalıdır.

İş ahlâkının kurumsallaşması, konunun resmi ve harici olmaktan çıkarılıp günlük iş hayatına yerleştirilmesi anlamına gelmektedir (Esin, 1996:37). İş ahlâkını kurumsallaştırmak hem işletmenin hem de karar merciinde olan kişilerin itibarının olumsuz etkilenmesine engel olacaktır. Ahlâki bir iklimde kalan yönetici ya da sahibin ne yapacağına önceden karar verilmesi ve kurala bağlanması verilecek kararları kolaylaştıracaktır.

İş ahlâkını kurumsallaştırma süreci, örgüt kültüründe ahlâki değerleri daha etkili bir duruma getirmek, sürekli gözetmek amacına yönelik bilinçli ve sistemli çabaları ifade etmektedir (Acar, 2000:50). Yöneticiler, ahlâki değerleri örgüt kültürü ile bütünleştirmeyi başardıkları takdirde, ahlâk kişisel düzeyde değil, örgütsel düzeyde değerlendirilen, tüm çalışanların tutum ve davranışlarını etkileyen bir unsur olacaktır (Bölüktepe, 2001:58). Artan önemine rağmen işletmelerde kurumsallaşma biranda gerçekleştirilebilecek bir olgu değildir. İşletmelerde iş ahlâkının kurumsallaşması ancak belli bir süre içerisinde gerçekleşmektedir (Bayrak, 2001:61).

J. Weber'e göre bir işletme üç temel yolla iş ahlâkını kurumsallaştırabilir (Ural, 2003:85).

- İşletme politikalarına iş ahlâkı kurallarını dâhil etmek,
- Resmi olarak birinin başkanlığında ahlâk komitesi oluşturmak,
- Yönetim programına işletme ahlâkını dâhil etmek.

Konuyla ilgili kaynaklara bakıldığında farklı yazarlar tarafından işletmelerde iş ahlâkını kurumsallaştırmanın farklı yollarından bahsedildiği görülmekle beraber bunlar temel olarak birbirine benzemektedir. Burada bu yolların hepsine değinilmeyip sadece bir örnekle yetinilecektir. İşletmelerde iş ahlâkını kurumsallaştırmasında kullanılan yöntemler aşağıda kısaca izah edilmeye çalışılacaktır.

İş ahlâkı kurallarının yazılı hale getirilmesi kurumsallaşmanın sağlanmasında başlıca yöntemlerden biridir ve bir kurumsallaşma göstergesi olarak kabul edilebilir. Hem yöneticilerin hem de çalışanların işletmede doğabilecek sorunları ve bu sorunlar karşısında nasıl bir tutum içinde olacaklarını belirleyen kurallar olduğu için okuyan herkesin rahatlıkla anlayabileceği nitelikte olması gerekir. Yazılı iş ahlâkı kuralları işletmelerin tercihlerine bağlı olarak bir iki sayfalık genel kurallardan oluşabileceği gibi, yirmi otuz sayfalık ayrıntılı davranışlar rehberi olarak da hazırlanabilir. Çalışanlar ve yöneticiler çoğu zaman ahlâk kurallarına bir moda veya şirket süsü olarak bakarlar. Ama bilhassa kriz dönemlerinde, ahlâki çıkmazlarla karşılaşıldığında ve ne karar verileceğinin kestirilemediği dönemlerde ahlâk kuralları çok büyük önem taşır (Acar, 2000:55). İşletmelerde alınan bütün kararlarda olduğu gibi bu kuralların oluşturulmasında da bütün çalışanların ya da temsilcilerinin görüş ve önerilerini almak

çalışanların kuralları benimsemesini, içselleştirmesini kolaylaştıracak ve etkinliğini arttıracaktır. İş ahlâki ilke ve kuralları içselleştirildiği oranda kabul göreceklerdir.

Kurumun içinde yüksek düzeyde bir ahlâk kavramının yerleştirilmesi ve şirket değerlerinin çalışanlara aktarılması için etkili bir yöntem çalışanlar için ahlâki eğitim programları ve seminerlerin düzenlenmesidir (Esin, 1996:43). İşletmeler nasıl çalışanlarına muhasebe yöntemleri, pazarlama teknikleri, güvenlik, kalite vs. gibi konularda eğitim veriyorsa iş ahlâki konusunda pek tabii eğitim verebilirler hatta kurumsallaşabilmek iş ahlâkını işletme ahlâkına dönüştürebilmek için vermeleri de gerekir. Amacı bireylerin ahlâki çıkmazlar karşısında kendi kendine yargılama yapabilecek duruma getirmek olan bu eğitimlerin içeriği teorik konular olabileceği gibi çeşitli ahlâki ikilemler karşısında verilen kararlar ve sonuçlarını içeren örnek olaylar da olabilir. Yöntem olarak da toplantılar, seminerler, kurslar ya da şirketin daha önce ya da o anda karşılaştığı ahlâki ikilemleri tartışmak olabilir. İş ahlâki eğitim programları hakkındaki yaygın yaklaşım, faaliyetlerin üst yönetim kadrosundan başlaması ve organizasyonun aşağı seviyelerine doğru akmasıdır (Acar, 2000:61). Şirketler tarafından sağlanan iş ahlâki eğitimlerinin şirketlerin iş ahlâkının kurumsallaşmasının bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

İşletmenin herhangi bir kademesinde çalışan kişileri ne kadar eğitirseniz eğitin, ne kadar iş ahlâki ilkesi, kuralı belirlerseniz belirleyin uygulamaya geçmedikten sonra kurumsallaşma açısından hiçbir anlam ifade etmez. Belirlenen ve öğretilen iş ahlâki kurallarının çalışanlar tarafından uygulanmasını sağlayacak en etkili yöntem işveren ya da üst düzey yöneticilerin iş ahlâkına uygun tutum ve davranışlarıdır. Bir lider olarak yönetici astları ve meslektaşları tarafından sürekli büyüteç altındadır. Değerleri doğrultusunda yapacağı örnek davranışlar, kuru bir ifadeyle yazılmış olan ahlâk kurallarından veya değerler bildirisinden daha etkili olacaktır (Acar, 2000:53). İş ahlâki konusu gündeme geldiğinde, işletmelerde hiçbir kişi ya da grubun üst yönetim kadar yönlendirici ve etkili bir role sahip olmayacağı açıktır (Bayrak, 2001:68). Şimdiye kadar yapılan çalışmalar şu sonucu ortaya koymuştur; bir çalışanın patronunun davranışı ve ahlâki tutumu, çalışanın işindeki ahlâki veya gayri ahlâki davranışında en önemli faktördür (Yılmaz, 2005:313). Bu durum iş ahlâkının kurumsallaşması konusunda eğitim veremeyecek olan küçük işletmeler için biçilmiş kaftandır.

Kurum üyeleri tarafından kabul edilen ortak değer ve inançlar olan ‘kurum kültürü’ de iş ahlâkının kurumsallaşmasında oldukça önemli bir faktördür. Ayrıca işletmeler tarafından kararlılıkla uygulanacak olan ödül ve ceza sistemi de kurumsallaşmada etkilidir. İş ahlâkının kurumsallaşmasında kullanılan başkaca yöntemlerde mevcuttur ancak bu yöntemler KOBİ’lere uygun olmadıkları için bu çalışmada değinilmeyecektir.

BÖLÜM 4: ADAPAZARI'NDA FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERİN İŞ AHLÂKI YAKLAŞIMLARINA DAİR BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde ilk üç bölümde ayrıntılı bir biçimde incelenen iş ahlâkı çerçevesinde, Adapazarı'nda faaliyet gösteren KOBİ'lerin iş ahlâkı yaklaşımlarına yakınlıkları ya da uzaklıklarını ortaya çıkarmaya yönelik bir saha araştırması yapılmıştır.

4.1. Araştırmanın Problemi

Dünyanın hemen her yerinde ülke ekonomilerinde çeşitli mal ve hizmet üretimlerinden, istihdamdan büyük paylar alan, refah dönemlerinde ve kriz dönemlerindeki esneklikleri sayesinde büyük başarılarla imza atan KOBİ'ler her zaman akademisyenlerin ve çeşitli araştırma gruplarının ilgisini çekmiştir ve çekmeye devam etmektedir.

İş ahlâkı da son yıllarda akademisyenler, şirketler, müşteriler ve toplum için yükselen bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü küreselleşen dünya ve gelişen teknoloji şirketlerin yapacakları her şeyi ama özellikle olumsuz şeyleri çok kısa bir sürede neredeyse tüm dünyada duyulmasına sebep olmaktadır.

Değişen ve gelişen müşteri özellikleri işletmelerin daha dikkatli adımlar atmalarını gerektirmektedir. Küreselleşen ve liberalleşen dünya birçok ülkede serbest piyasa ekonomisine geçilmesine sebep olmuş işletmeler arasındaki rekabet Ulusal boyuttan çıkıp uluslararası bir boyut kazanmıştır. Bu durum neredeyse yeryüzündeki bütün işletmeleri vazgeçilmez olmaktan çıkarmış ve hemen hepsinin bir alternatifi olmasına sebep olmuştur. Çünkü işletmelerin yaptıkları ya da yapacakları yenilikler kısa sürede başka firmalar tarafından yapılabilmektedir. Günümüzde farklılaşmanın yolu büyük oranda ahlâki değerlerle gerçekleşmektedir.

Günümüzde şirketler sadece sonuçlarla değil, bu sonuçların nasıl elde edildiği konusunda da ilgilenmek zorundalar. Artık müşteriler iş ahlâkına uygun hareket eden firmalarla etmeyen firmaları ayırmakta kalite ve fiyat farkı yoksa iş ahlâkına uygun hareket eden firmalar tercih edilmektedir. Bu durum bazen kalite ve fiyat farkı olsa da gerçekleşebilmektedir. Kimi işletmelerin ürünleri ne kadar kaliteli ne kadar ucuz olursa olsun bazı müşteriler tarafından asla tercih edilmemektedir. Yani iş ahlâkına uygun

hareket etmek bütün işletmeler için olduğu gibi KOBİ'ler içinde hayati derecede öneme sahiptir. Özellikle KOBİ'ler büyük işletmelerle Ulusal ve uluslar arası düzeyde rekabet edebilmeleri için iş ahlâkına uygun hareket etmeye mecburdurlar.

İş yaşamında neyin ahlaki olduğunu neyin olmadığını belirlemeyi amaçlayan iş ahlaki yaklaşımları bu durumda büyük önem kazanmaktadır. KOBİ'lerin sahip ya da yöneticilerinin iş ahlaki yaklaşımlarına eğilimlerinde çeşitli demografik özelliklerin etkili olup olmadığı konusu tez konusu olarak ele alınmıştır.

4.2. Araştırmanın Amacı

Önemi artık tartışılmayan İş ahlâkı konusunda ülkemizde benzer konularda yapılmış çalışmalar olmakla birlikte ilgili yazın incelendiğinde KOBİ'lerin iş ahlâkı yaklaşımları açısından değerlendirildikleri bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu konudaki yazın eksikliğini bir nebze olsa doldurmaya çalışmak çalışmanın amaçlarından birisidir. Ülkemizde konuya olan ilgiyi arttırmak, iş ahlâkına ve iş ahlâkı yaklaşımına ilgi duyan çalışmacılara en azından bir fikir verebilmek çalışmanın diğer amaçları arasındadır. Çalışmanın bir diğer amacı da KOBİ'lerimizin bu tarz konulara ilgi duyan, öğrenmek konusunda hevesli sahiplerinin, yöneticilerinin istekleri doğrultusunda çalışma sonucunu kendileriyle paylaşmak ve onların iş ahlâkına uygun hareket etmelerini sağlayabilmektir.

4.3. Araştırma Soruları

Araştırma probleminde vurgulandığı gibi iş ahlâkına uygun hareket etmek hayati öneme sahiptir. Bir yandan neyin ahlaki olup neyin olmadığına nasıl karar verebileceğimiz sorularına cevaplar sunmaya çalışan iş ahlâkı yaklaşımlarına KOBİ'lerin sahip ya da yöneticilerinin eğilimlerini ölçülmeye çalışılırken bu eğilimleri etkileme ihtimali olan bazı demografik özelliklerle ilişkilendirilerek çeşitli araştırma soruları geliştirilmiştir.

Soru 1: İşletmelerde çalışan sayısı arttıkça Hedonist düşünce biçimi artış eğilimi gösterecek midir?

Soru 2: Öğrenim durumu yükseldikçe Faydacılık yaklaşımına eğilim yükselecek midir?

Soru 3: Erkeklerle kadınların Ahlâki Egoizme yaklaşımları arasında fark var mıdır?

Soru 4: İşletme sahiplerinin Haklar Yaklaşımına eğilimleri çalışanların eğiliminden farklı mıdır?

Soru 5: İş hayatında çalışma süresi Rölâivist yaklaşıma eğilimi arttırmakta mıdır?

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Veri edinme yöntemi açısından anket (elden bırakıp alma) ve biçimsel mülakat (cevaplayıcıların isteği üzerine sohbet havasında sorular ve cevaplar şeklinde) tekniklerinden faydalanılmıştır. Ele alınan süre açısından durumun fotoğrafını çekmeyi amaçlayan anlık bir çalışma yöntemidir. Süreklilik arz etmemektedir. Araştırma amacı açısından ise tanımlayıcı ve açıklayıcı bir araştırmadır.

Önce hazırlanan anket sekiz işletmeye verilerek doldurmaları istenmiştir. Daha sonra sesli bir şekilde anket hakkında yorum yapmaları, anlaşılmayan bir yer, bir soru varsa belirtmeleri istenmiştir. Bu pilot çalışma neticesinde esnaftan alınan geri bildirimler ve tavsiyelerde göz önünde bulundurularak anketteki bazı sorularda gerekli görülen değişiklikler yapılmıştır.

İş Ahlakı hakkında daha önce yapılan tezlerde, makalelerde ve çeşitli çalışmalarda kullanılan anketlerden bu çalışmaya uygun olanlarının seçilmesi yoluyla elde edilen anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm cevaplayıcıların demografik özelliklerini ölçmeye çalışan bölümdür ve on bir sorudan oluşur. İkinci bölüm işletmelerde iş ahlâkının genel durumunu ölçmeyi amaçlamakta ve yedi sorudan oluşmaktadır. Üçüncü bölüm ise çeşitli iş ahlâkı yaklaşımlarını ölçmeyi amaçlayan senaryoların olduğu bölümdür ve dokuz sorudan oluşur. Ankette farklı sorularda farklı ölçekler kullanılmıştır. Asıl araştırılmak istenen konunun olduğu üçüncü bölümde bireylerin ifadelerine katılma düzeylerini ölçmeyi amaçlayan beşli Likert ölçeği yöntemi kullanılmış, açık uçlu sorulara yer verilmemiştir. Ölçekte bireylerin ifadelerine ‘Kesinlikle Katılıyorum’, ‘Katılıyorum’, ‘Fikrim Yok’, ‘Katılmıyorum’ ve ‘Kesinlikle Katılmıyorum’ seçeneklerinden biri ile katılmaları istenmiştir. Alınan cevaplar ilgili bilgisayar programının veri tabanına girilirken 1= Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Fikrim Yok, 4= Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılmıyorum şeklinde kodlanmıştır.

Anketin iyi ve nitelikli bir anketin özelliklerini taşımasına, ankete katılanların sıkılmadan cevaplayabilecekleri, fazla zaman almayan soru ve seçeneklere sahip olmasına, açık uçlu sorular bulunmamasına, net cevapların alınabileceği sorular sorulmasına ve farklı eğitim seviyelerinden insanların soruları cevaplayacağı dikkat edilmiştir.

4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini oluşturan Adapazarı'nda faaliyet gösteren KOBİ'lerin sayıları hakkında net bir bilgi sağlanamamıştır. ATSO'nun gerek internet sitesindeki gerek yayınladığı yıllık raporlarındaki verileri genel olarak Sakarya ilini kapsamaktadır. Adapazarı'ndaki KOBİ'lerin sayısının tam olarak bilinmemesi örneklem çerçevesinin tam olarak belirlenmemesine sebep olmuştur. Bu durum örneklem çerçevesinin eldeki verilerle tahmin edilmeye çalışılmasını ve örnek büyüklüğünün buna göre belirlenmesini beraberinde getirmiştir. Yani, evreni temsil ettiği düşünülen örneklemin temsil gücü tartışmaya açıktır.

Yapılan yazın taraması konusunda ülkemizde 'iş ahlâkı yaklaşımları'yla ilgili bir alan araştırmasına doğal olarak iş ahlâkı yaklaşımlarına yakınlığı ölçecek bir ölçeğe rastlanamamıştır. Durumun çözümü için iş ahlâkıyla ilgili yapılmış olan çalışmaların anketleri incelenmiş belirli bir iş ahlâkı yaklaşımına yakınlığı ölçebileceği düşünülen sorular ölçek olarak kabul edilmiştir. Bazı ölçekler ise iş ahlâkı yaklaşımları ile ilgili yazın etraflıca tarandıktan sonra tarafımdan senaryolaştırılmıştır. Daha önce denenmemiş olan iş ahlâkı yaklaşımları ile ilgili olarak hazırlanmaya çalışılan ölçekler geçerlilik açısından tartışmaya ve geliştirilmeye açık bırakılmıştır.

Anketin kapağındaki açıklamalara ilaveten şahsen yaptığım açıklamalarda anketin 'ahlâklılık' veya 'ahlâksızlık' kavramlarıyla ilgili olmadığı, bütün soruların belirli bir ahlâki temeli olduğu özellikle vurgulanmasına rağmen, özellikle Hedonizmle ilgili soru senaryolarının da etkisiyle cevaplayıcılar açısından ahlâksızlık olarak algılanmış ve büyük çoğunlu tarafından şiddetle karşı çıkmıştır.

Üzerinde araştırma yapılacak olan grubun birkaç kişinin çalıştığı ufak işletmelerden 249 kişinin çalıştığı orta büyüklükteki işletmelere kadar geniş bir yelpazeyi kapsaması, cevaplayıcıların kişisel özelliklerinin çok farklı olmasını beraberinde getirmiştir. Bütün

bu geniş yelpazedeki bireylere uygun sorular hazırlamanın güçlüğü neticesinde bazı sorulara beklenen cevapların alınamayışı araştırmanın sınırlılıklarından bir diğeridir.

4.6. Evren

Araştırmanın ideal evreni Türkiye'deki KOBİ'ler olmakla birlikte, bu tarz araştırmalar için geçerli olan kısıtlar nedeniyle gerçekçi evren Adapazarı'nda merkez ilçede faaliyet gösteren KOBİ'lerdir. Evreni daha net tanımlayabilmek adına Sakarya'nın KOBİ dağılımına bir göz atmak evreni anlamak açısından faydalı olacaktır.

Adapazarı Ticaret ve Sanayi Odasının (ATSO) 2006 yılında yayınladığı 'Geçmişten Günümüze Sakarya Ekonomisi' adlı raporun verilerine göre sanayi siciline kayıtlı KOBİ sayısı 1990 yılların başında 200 civarında iken bugün 600'lere ulaşmıştır. Sakarya'da sanayi kuruluşlarının % 33,9'u gıda sektörüne (süt ürünleri, tavukçuluk, hayvancılık, fındık vs.) ait olduğu raporda yine gıda sektöründe yapılan yatırımların tamamına yakınının Pamukova, Akyazı, Geyve ve Kaynarca ilçelerinde yapıldığı ifade edilmektedir. Aynı raporda tekstil sektörünün toplam içindeki payının %10 olduğu ve bu yatırımların özellikle Geyve, Hendek ve Akyazı ilçelerinde yapıldığı belirtilmektedir. Ayrıca 2. OSB(Organize Sanayi Bölgesi)'de üretimdeki firma sayısı 17, 3. OSB'de ise 5 firma olduğu, 2. OSB'nin Hendek, 3. OSB'nin Söğütlü ilçelerinde olduğu (www.adptso.org.tr) göz önünde bulundurulduğunda;

Sakarya'daki KOBİ'lerin sayısı 600 kabul edilirse gıda %34 + tekstil %10 = yaklaşık olarak Sakarya'daki gıda ve tekstil firmalarının %44'ünün yani 264'ünün Adapazarı sınırları dışında olduğu yorumu yapılabilir. Bu rakama 2. ve 3. OSB'lerdeki 22 firmanın da eklenmesiyle yaklaşık olarak 286 KOBİ'nin evren olarak tanımlanan Adapazarı sınırlarının dışında olduğu ve Adapazarı'nda faaliyet gösteren KOBİ'lerin 300 civarında olduğu tahmin edilmektedir.

4.7. Örneklem

Araştırma evreninin büyük olması, zaman ve maliyet imkânlarının kısıtlı olması sebebiyle araştırmada örneklem grubu oluşturulmuştur. Örneklem grubu oluşturulurken olasılığa dayalı olmayan yöntemlerden kasti örnekleme tercih edilmiştir. Kasti örnekleme seçilmesinin nedeni KOBİ'lerin çoğunlukla belirli sanayi bölgelerinde

toplanmış olmaları ve bu sanayi bölgelerindeki KOBİ'lerin gerek sayı olarak gerekse nitelik olarak evreni temsil edebileceği kanaatine varılmasıdır.

Evrenin 300 civarında olduğu varsayıldığında 170 örneğin evreni temsil edebileceği düşünülmüş ve 170 adet anket bastırılmıştır. Anketler geri dönüş oranının yüksek olması ve hızlı olması için geleneksel yöntemlerden cevaplayıcının yönettiği elden bırakıp alma ve araştırmacının yönettiği biçimsel mülakat yöntemleriyle 1.OSB, ASEM, SAMOB, Modern Sanayi, Umut Sanayi, Merkez Sanayi, Artvin Sanayi, Eskişehir Sanayi, Atatürk Sanayi, Çark Sanayi bölgelerinde uygulanmıştır. Anılan sanayi bölgeleri Adapazarı'ndaki KOBİ'lerin toplu olarak üretim yaptıkları bütün sanayi bölgeleridir. Bu sanayi bölgeleri dışında marketler, yapı denetim şirketleri, inşaat şirketleri gibi KOBİ'lerin çarşı merkezinde iş hanlarında olacağından dolayı Adapazarı merkezinde gezilmiştir.

4.8. Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi

Gezilen sanayilerden elde edilen anketlerin 18 tanesi 250 ve üzeri işçi çalıştırdığı ve çalışmada kullandığımız KOBİ tanımına uymadığı için, 7 anket ise eksik ve yetersiz veriye sahip olduğu için değerlendirmeye alınmamıştır. Anketi daha sonra doldurup haber vereceğini söyleyen ve anketi göndermeyenler ile unutilan anketlerin sayısı ise 26'tir. Tüm bunlardan sonra değerlendirmeye değer görülen anket sayısı 119 olarak ortaya çıkmıştır. Bu anketler SPSS 10.0 programında analize tabi tutulmuştur.

4.8.1. Anketin Geçerliliği

Anketin geçerliliğini sağlayabilmek için önceden ankete konulan kontrol sorularıyla yakınsak geçerlilik ölçülmeye çalışılmıştır. Ankette ikinci bölümün beşinci sorusu olan, "Sizce iş ahlâkına uygun hareket etmenin o iş yerindeki kârlılığa etkisi nasıldır?" sorusunu kontrol etmek amacıyla, üçüncü bölümün altıncı sorusuna "Global rekabetin kaçınılmaz ve zamanın çok değerli olduğu iş yaşamında ahlâki değerlerle hareket etmenin, kârlılık düzeyini ve rekabet gücünü olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum" ifadesi konulmuştur. Cevapların tesadüfi olmadığından emin olmak için ilk sorunun cevap yönü ters çevrilmiş yani önce 'Kesinlikle Katılıyorum' ifadesi yerine 'Kesinlikle Katılmıyorum' ifadesi konulmuş veri girişi yaparken tekrar düzeltilmiştir. Yapılan analizlerde ilk ifadenin ortalamasının 4.84, ikinci ifadenin ise 3.82 olduğu gözlenmiştir.

İki sorunun korelasyonları ise 0,183'tür. Birinci sorunun tersten sorulmasına rağmen pozitif yönde bir ilişki olması sorulara verilen cevapların tesadüfi olmadığını göstermekle birlikte çok güçlü bir ilişki olduğu söylenemez. Aralarında daha güçlü bir ilişki olması beklenen bu sorularda ilişkinin zayıf çıkmasının sebebi ikinci sorunun yani kontrol sorusunun çifte soru olma olasılığının yüksek olmasıdır. İlgili soruda hem 'kârlılık düzeyi' hem de 'rekabet gücü' sorulmakta ve ikinci sırayı 'rekabet gücü' almaktadır. Cevaplayıcıların bu soruya verdikleri yanıtlarında 'rekabet gücü'nü temel almış olma ihtimalleri yüksektir.

Aynı şekilde yakınsak geçerliliği ölçmek için anketin birinci bölümündeki 1. soru "Yaşınız" ve "Toplam kaç yıldır iş hayatındasınız?" soruları da kullanılabilir. İki sorunun ölçekleri farklı olduğu için ortalamalar bir anlam ifade etmemektedir. Sorular arasındaki korelasyon ise 0,868 gibi yüksek bir değerdir. Bu sonuç mantık olarak yaş arttıkça iş yaşamında olma süresinin arttığının güçlü göstergesidir.

4.8.2. Anketin Güvenilirliği

Anketin güvenilirlik testi için yaygın olarak kullanılan Cronbach Alfa olarak bilinen Alfa katsayısı kullanılmıştır. Yöntem anketin asıl araştırmak istediği soruların olduğu üçüncü bölümde uygulanmıştır. Alfa katsayısının ölçümü için gerek şartlardan biri ölçek türlerinin aynı olmasıdır. Bu nedenle üçüncü bölümdeki 9. soru dışındaki sekiz soru bir grup olarak değerlendirilmiş ve Alfa katsayısı (α)=0,598 olarak ortaya çıkmıştır. 0 ile bir arasında değer alan, en az 0,7 olması beklenen, inceleme türü çalışmalarda 0,5 kadar makul kabul edilebilen (Altunışık ve diğ., 2005:116) Alfa değerinin makul bir seviyede olduğu düşünülmektedir.

4.9. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

4.9.1. Örneklemin Genel Özellikleri

Bu bölümde evreni açıklamak için kullanılan örneklemin demografik özelliklerine değinilecektir. Cevaplayıcılara ait yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, işletme içindeki konum, aylık gelir, yöneticilik yapma yılına ait bilgilerle, işletmenin faaliyette bulunduğu sektör ve işletmenin toplam çalışan sayısı gibi ölçümlerden elde edilen frekanslar ve yüzdeler verilecek ve dağılımlar hakkında kısa açıklamalar yapılacaktır.

Cevaplayıcıların yaklaşık %60'ını 26-40 yaş aralığının oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca 20-25 aralığında ki cevaplayıcı sayısı da dikkate değerdir. Anket soruları hazırlanırken bu aralıkta böyle bir frekansla karşılaşılacağı tahmin edilmemekteydi.

Tablo 10. Cevaplayıcıların yaşlarına göre dağılımı

| Yaş | Frekans | Yüzde |
|-------------|---------|-------|
| 20-25 | 14 | 11,8 |
| 26-30 | 26 | 21,8 |
| 31-35 | 19 | 16,0 |
| 36-40 | 23 | 19,3 |
| 41-45 | 9 | 7,6 |
| 46-50 | 13 | 10,9 |
| 51 ve üzeri | 15 | 12,6 |

Genelde sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren KOBİ'lerde çalışan kadın sayısının erkeklerin beşte biri olması kadın işgücü açısından iyi bir rakamdır.

Tablo 11. Cevaplayıcıların cinsiyetlerine göre dağılımı

| Cinsiyet | Frekans | Yüzde |
|----------|---------|-------|
| Erkek | 99 | 83,2 |
| Kadın | 20 | 16,8 |

Cevaplayıcıların yarısına yakınının Üniversite mezunu olması KOBİ'lerimiz açısından şaşırtıcı ve sevindirici bir durumdur. Bir diğer önemli nokta, ankette eğitim durumunu ölçen soru 'Ortaokul', 'Lise', 'Üniversite', 'Yüksek Lisans' ve 'Doktora' olarak seçeneleştirilmişti. Cevaplayıcılarla beraber gerçekleştirilen doldurmalarda cevaplayıcılardan 'ilkokul' mezunu olanların belirtmesiyle 'ilkokul' şeklinde notlar alınmıştı ancak cevaplayıcıların yalnız doldurdıkları anketlerde kendilerine en yakın seçenek olan 'ortaokul'u işaretlemiş olmaları muhtemeldir. Anket sonrasında edinilen tecrübe KOBİ'lerle yapılacak bir çalışmada 'ilkokul' mezununa rastlama olasılığının 'doktora' mezununa rastlama olasılığından daha fazla olduğudur. Yapılan bütün anketlerden sadece iki tane doktora seçeneği çıkmıştır. Onlar da KOBİ kapsamı dışında kalan firmalardaki üst düzey yöneticilerdir. Cevaplara ya 'ilkokul'da konulmalıydı ya da 'ilkokul' ve 'ortaokul' 'ilköğretim' şeklinde birleştirilmeliydi.

Tablo 12. Cevaplayıcıların eğitim seviyelerine göre dağılımı

| Eğitim Düzeyi | Frekans | Yüzde |
|---------------|---------|-------|
| İlkokul | 5 | 4,2 |
| Ortaokul | 19 | 16,0 |
| Lise | 41 | 34,5 |
| Üniversite | 49 | 41,2 |
| Yüksek Lisans | 5 | 4,2 |

Cevaplayıcılarla yapılan mülakatlardan edinilen bilgi, cevaplayıcıların işveren olmalarına rağmen kendilerini genel müdür şeklinde ifade etmeleridir. Bunun nedeni işverenlerin sigortadan ve emekli ikramiyesinden yararlanabilmek için kendilerini kendi iş yerlerinde resmi olarak genel müdür pozisyonunda göstermeleri olabilir. Yani verilen cevaplardaki genel müdürlerin işveren olma ihtimalleri yüksektir.

Tablo 13. Cevaplayıcıların konumlarına göre dağılımı

| İşletme İçindeki Konum | Frekans | Yüzde |
|------------------------|---------|-------|
| Ustabaşı | 6 | 5,0 |
| Şef | 15 | 12,6 |
| Bölüm Müdürü | 43 | 36,1 |
| Genel Müdür | 5 | 4,2 |
| İşveren | 50 | 42,0 |

Cevaplayıcılar genel olarak gelire net cevaplar vermemişlerdir. Cevap almanın en zor olduğu sorunun gelir olduğu söylenebilir. Ya gerçekten söyledikleri gibi gelirlerini bilememektedirler ya da söylemek istememektedirler. Araştırma sırasında “Hadi bi 1000 YTL yazalım” ifadesine sıkça rastlanmıştır. Frekansların 1000-1950 YTL arasında yoğunlukta olmasının nedeni bu olabilir.

Tablo 14. Cevaplayıcıların aylık gelirlerine göre dağılımı

| Aylık toplam aile geliriniz | Frekans | Yüzde |
|-----------------------------|---------|-------|
| 950 YTL' ye kadar | 14 | 11,8 |
| 1000-1950 YTL | 41 | 34,5 |
| 2000-2950 YTL | 28 | 23,5 |
| 3000-3950 YTL | 23 | 19,3 |
| 4000-4950 YTL | 3 | 2,5 |
| 5000 YTL ve üzeri | 10 | 8,4 |

ATSO'nun yıllık raporunda da belirtildiği gibi Adapazarı'nın KOBİ'leri oldukça genç bir yapıya sahiptir. Cevaplayıcıların yöneticilik yapma oranları bu bilgiyle paralellik göstermektedir.

Tablo 15. Cevaplayıcıların yöneticilik yapma yıllarına göre dağılımı

| Toplam kaç yıl yöneticilik yaptınız | Frekans | Yüzde |
|-------------------------------------|---------|-------|
| 4 yıla kadar | 44 | 37,0 |
| 4-9 yıl | 25 | 21,0 |
| 10-14 yıl | 17 | 14,3 |
| 15-19 yıl | 13 | 10,9 |
| 20-24 yıl | 9 | 7,6 |
| 25-29 yıl | 7 | 5,9 |
| 30 yıl ve üzeri | 4 | 3,4 |

Sektörel dağılımda ATSO'nun raporundaki işletmelerin faaliyet alanlarına dair olan dağılım bilgisiyle örtüşmektedir. Raporda gıda sektöründe çalışan firmaların sayısının bütün firmaların sayısına oranının %33,9 olduğu belirtilmişti. Bu işletmelerin tamamına yakınının Pamukova, Akyazı, Geyve ve Kaynarca ilçelerinde toplandığı ifade edilmişti. Yani gıda sektöründe faaliyet gösteren işletme sayısının Adapazarı merkez ilçede düşük çıkması beklenen ve olması gereken bir durumdur. Örneklem içerisindeki gıda işletmelerinin çoğu da sanayi bölgelerindeki işletmelerin ve çalışanların yemek ihtiyacını karşılamaya yönelik kurulmuş olan yemek şirketleridir. Benzer durum tekstil sektörü içinde geçerlidir. Raporda tekstil sektöründe önemli yatırımlar olduğu ve bu yatırımların özellikle Geyve, Hendek ve Akyazı ilçelerinde yapıldığı belirtilmekteydi. Yani merkez ilçe Adapazarı'nda tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin frekansının ve yüzdesinin görece düşük çıkması beklenen bir durumdur.

Tablo 16. İşletmelerin faaliyet gösterdiği sektöre göre dağılımı

| İşletmenin faaliyette bulunduğu sektör | Frekans | Yüzde |
|--|---------|-------|
| Otomotiv | 25 | 21,0 |
| Mobilya | 23 | 19,3 |
| İnşaat | 13 | 10,9 |
| Gıda | 13 | 10,9 |
| Tekstil | 11 | 9,2 |
| Demir-Çelik | 10 | 8,4 |
| Makine | 8 | 6,7 |
| Diğer | 16 | 13,4 |

Örnek kütledeki KOBİ'lerin çalışan sayılarına göre dağılımları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir. Çalışan sayısının az olduğu işletme frekanslarının nispeten fazla çalışan sayısının fazla olduğu işletmelerin frekanslarının az olması beklenen bir dağılımdır.

Tablo 17. İşletmelerin çalışan sayılarına göre dağılımı

| İşletmenin toplam çalışan sayısı | Frekans | Yüzde |
|----------------------------------|---------|-------|
| 1-9 | 38 | 31,9 |
| 10-49 | 51 | 42,9 |
| 50-99 | 20 | 16,8 |
| 100-249 | 10 | 8,4 |

4.9.2. Araştırmanın Başlıca Bulguları

Bu bölümde araştırmanın öğrenmek istediği şey olan KOBİ'lerin iş ahlâkı yaklaşımlarına mesafeleriyle ilgili bulgular paylaşılacaktır. KOBİ'lerin hangi yaklaşıma daha yakın hangilerine daha uzak olduklarına dair çıkarımlardan sonra bu yakınlık uzaklık ilişkisinin sebep olabileceği düşünülen değişkenlerle ilgili olarak oluşturulmuş olan araştırma soruları test edilecektir.

Hedonist Yaklaşım

Yaklaşımda esas olan bireyin kendi mutluluğudur. Amaç acıdan kaçınmak ve mutlu olmaktır. Mutlu olurken başkalarının durumu göz önüne alınmaz. Bu yaklaşımı ölçmeyi amaçlayan soru 3. bölümün 1. sorusudur. Cevaplayıcıların “İçinde bulunduğum bir takım çalışmasında benim hatamdan kaynaklanan bir sorun olduğunda yapabiliyorsam sorumluluğu başkasının üzerine atarım.” İfadesine katılma düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Cevaplayıcıların ifadeye katılma düzeyleri arttıkça yaklaşıma olan eğilimin artacağı düşünülmektedir.

Tablo 18. Hedonist Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı

| | Frekans | Yüzde |
|---|--------------------|-----------------------|
| Benim hatamdan kaynaklanan bir sorun olduğunda sorumluluğu başkasına atarım | | |
| Kesinlikle Katılıyorum | 4 | 3,4 |
| Katılıyorum | 6 | 5,0 |
| Fikrim Yok | 1 | 0,8 |
| Katılmıyorum | 21 | 17,6 |
| Kesinlikle Katılmıyorum | 87 | 73,1 |
| Ortalama = 4,52 | Çarpıklık = -2,376 | Standart Sapma = 0,99 |

Soruya verilen cevapların ortalamasının 4,52 çıkması çarpıklığında negatif yönde büyük olmasına sebep olmuştur. Görüldüğü gibi standart sapmada çok yüksek değildir. Yani cevaplayıcılar verdikleri cevapların değişkenliği oldukça düşüktür.

Faydacılık Yaklaşımı

Bir eylemin ya da kararın ahlâki olmasını en çok kişinin faydasına bağlayan yaklaşım olan Faydacılık Yaklaşımını ölçmeyi amaçlayan soru 3. bölümün 2. sorusudur. Cevaplayıcıların “Başında bulunduğunuz kimya şirketi yaygın ve ölümcül bir hastalığı %75 oranında tedavi edebilen bir ilaç geliştirdi. Ancak üretim aşamasında ortaya çıkan kimyasal atıklar çevreyi kirletmekte ve her ay birkaç kişinin ölümüne sebebiyet vermektedir. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda üretime devam etmek yerinde bir karar olacaktır.” ifadesine katılma düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Cevaplayıcıların ifadeye katılma düzeyleri arttıkça yaklaşıma olan eğilimin artacağı düşünülmektedir.

Tablo 19. Faydacılık Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı

| | Frekans | Yüzde |
|---|--------------------|-----------------------|
| Ölümlere rağmen üretime devam edilmelidir | | |
| Kesinlikle Katılıyorum | 8 | 6,7 |
| Katılıyorum | 6 | 5,0 |
| Fikrim Yok | 6 | 5,0 |
| Katılmıyorum | 37 | 31,1 |
| Kesinlikle Katılmıyorum | 62 | 52,1 |
| Ortalama = 4,17 | Çarpıklık = -1,571 | Standart Sapma = 1,17 |

Hedonist Yaklaşımında olduğu gibi Faydacılık Yaklaşımında da ortalama oldukça yüksek çıkmış ve dağılımın negatif yönde olmasına sebep olmuştur. Standart sapma Hedonizme nispeten düşük çıkmış yani cevaplayıcılar diğer seçeneklere biraz daha fazla yönelmişlerdir.

Ahlâki Egoizm

Bir egoizm yaklaşımı olan Ahlâki Egoizmde esas olan yine bireyin kendi mutluluğudur. Ancak gerektiğinde birey kendi çıkarları için başkalarının çıkarlarına göz yumabilir yani kısa vadeli çıkarlardan uzun vadeli çıkarlar tercih edilir. Bunun için acı çekmek, mutsuz olmak göze alınabilir. Cevaplayıcıların “Yeni boşalan bir üst düzey kadroya, rakibime göre daha uygun ve kıdemli olmama rağmen, rakibimin üstlerim tarafından desteklendiğini bildiğim için uzun vadeli çıkarlarımı kısa vadeli çıkarlarıma tercih eder ve kadroyu istemediğimi söylerim.” ifadesine katılma düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Cevaplayıcıların ifadeye katılma düzeyleri arttıkça yaklaşıma olan eğilimin artacağı düşünülmektedir.

Tablo 20. Ahlâki Egoizm Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı

| Bu durumda kadroyu istemediğimi söylerim | Frekans | Yüzde |
|--|--------------------|-----------------------|
| Kesinlikle Katılıyorum | 11 | 9,2 |
| Katılıyorum | 25 | 21,0 |
| Fikrim Yok | 17 | 14,3 |
| Katılmıyorum | 41 | 34,5 |
| Kesinlikle Katılmıyorum | 25 | 21,0 |
| Ortalama = 3,37 | Çarpıklık = -0,381 | Standart Sapma = 1,28 |

Bu soruda cevaplar çarpıklıktan da anlaşılacağı gibi normale yakın bir dağılım göstermiştir. Aynı sonuç frekans dağılımlarından da çıkarılabilir. Ortalama nerdeyse ortadadır. Ve cevapların standart sapması önceki iki soruya göre daha yüksektir. Cevaplayıcılar ortalama farklı cevaplara yönelmişlerdir.

Haklar Yaklaşımı

Eylemlerin ya da kararların ahlâkiliğinin bireyin doğuştan sahip olduğu bazı haklara saygısıyla doğru orantılı olduğunu savunan Haklar Yaklaşımını ölçmeyi amaçlayan soru 3. bölümün 4. sorusudur. Cevaplayıcıların “Şirketlerin geleceklerini güvence altına alabilmek için çalışanların özel yaşamları hakkında gizlice bilgi toplamaları kabul edilebilir bir davranıştır.” İfadesine katılma düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Cevaplayıcıların ifadeye **katılmama** düzeyleri arttıkça yaklaşıma olan eğilimin artacağı düşünülmektedir.

Tablo 21. Haklar Yaklaşımına verilen cevapların dağılımı

| Çalışanların özel yaşamları hakkında bilgi toplamak kabul edilebilir bir davranıştır | Frekans | Yüzde |
|--|--------------------|-----------------------|
| Kesinlikle Katılıyorum | 17 | 14,3 |
| Katılıyorum | 36 | 30,3 |
| Fikrim Yok | 8 | 6,7 |
| Katılmıyorum | 32 | 26,9 |
| Kesinlikle Katılmıyorum | 26 | 21,8 |
| Ortalama = 3,12 | Çarpıklık = -0,049 | Standart Sapma = 1,42 |

Çarpıklık negatif yönde küçük bir değer almış olmasına rağmen cevapların dağılımı normal bir çan eğrisine oldukça yakındır. Standart sapmada diğer sorulardan daha fazladır. Yani cevaplayıcıların sorulara verdiği cevaplar diğerlerine daha değişkendir.

Rölâтивist Yaklaşım

Evrensel bir ahlâk ilkesinin olmadığını ve olamayacağını, bir eylemin ya da kararın ahlâkiliğinin toplumdan topluma, kültürden kültüre değişeceğini yani ahlâkın göreceli olduğunu söyleyen Rölâтивist Yaklaşımı ölçmeyi hedefleyen soru 3. bölümün 5. sorusudur. Cevaplayıcıların “Birey olarak siz ve yaşadığınız toplum rüşveti ne olursa olsun kabul edilebilir bir davranış olarak görmemektesiniz. Yeni görüşmeleriniz sonucu, rüşvetin bütün toplum tarafından normal kabul edildiği bir ülkeyle iş yapmaya başlamak üzeresiniz. Bu ülkede iş yapmak rüşvet verip vermemenize bağlıdır. O halde bu durumda rüşvet verilmelidir.” ifadesine katılma düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Cevaplayıcıların ifadeye katılma düzeyleri arttıkça yaklaşıma olan eğilimin artacağı düşünülmektedir.

Tablo 22. Rölâтивist Yaklaşıma verilen cevapların dağılımı

| Bu durumda rüşvet verilmelidir | Frekans | Yüzde |
|--------------------------------|--------------------|-----------------------|
| Kesinlikle Katılıyorum | 2 | 1,7 |
| Katılıyorum | 28 | 23,5 |
| Fikrim Yok | 7 | 5,9 |
| Katılmıyorum | 33 | 27,7 |
| Kesinlikle Katılmıyorum | 49 | 41,2 |
| Ortalama = 3,83 | Çarpıklık = -0,642 | Standart Sapma = 1,24 |

Frekans dağılımları incelendiğinde yaklaşıma katılma yönünde görüş bildirenlerin çoğunun ‘kesinlikle katılıyorum’ ifadesinden ziyade ‘katılıyorum’ ifadesini işaretledikleri görülmektedir.

4.9.3. Araştırma Sorularının Test Edilmesi

Bu bölümde daha önce belirlenen araştırma soruları %5 anlamlılık seviyesine göre uygun analiz teknikleriyle sırasıyla test edilmiştir.

Soru 1: İşletmelerde çalışan sayısı arttıkça Hedonist düşünce biçimi artış eğilimi gösterecek midir?

Ölçümler test için gerekli şartları sağladığı için, bu araştırma sorusunun testinde Ki Kare ve Korelasyon tekniği kullanılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 23. Araştırma sorusu 1'in Ki Kare ile testi

| Chi-Square Tests | | | |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
| Pearson Chi-Square | 10,704 ^a | 12 | ,554 |
| Likelihood Ratio | 12,335 | 12 | ,419 |
| Linear-by-Linear Association | ,835 | 1 | ,361 |
| N of Valid Cases | 119 | | |

a. 14 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,08.

Test sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde Sig=0,554 yani $p>0,05$ olduğu için farklı çalışan sayısına sahip işletme gruplarının soruya verdikleri cevaplar arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Bunun yanında yapılan korelasyon testinde pearson correlation değeri=0,084 olarak hesaplanmıştır. Gruplar arasında çok küçükte olsa pozitif bir ilişkinin olduğunu yani araştırma sorusunun aksine işletme ölçeği büyüdükçe katılmama düzeyinin küçükte olsa arttığını belirtmekte fayda vardır.

Soru 2: Öğrenim durumu yükseldikçe Faydacılık yaklaşımına eğilim yükselecek midir?

Ölçümler test için gerekli şartları sağladığı için, bu araştırma sorusunun testinde Ki Kare ve Korelasyon tekniği kullanılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 24. Araştırma sorusu 2'nin Ki Kare ile testi

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 26,050 ^a | 16 | ,053 |
| Likelihood Ratio | 26,585 | 16 | ,046 |
| Linear-by-Linear Association | 3,553 | 1 | ,059 |
| N of Valid Cases | 119 | | |

a. 19 cells (76,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,25.

Test sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde Sig=0,053 yani $p>0,05$ olduğu için farklı öğrenim düzeylerine sahip grupların soruya verdikleri cevaplar arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Bununla beraber Öğrenim seviyesi arttıkça soruya verilen cevapların ortalamaları azalmaktadır (ortalamanın azalması yaklaşıma eğilimin artması demektir). En belirgin fark aynı frekansa sahip 'İlkokul' ve 'Yüksek Lisans' grupları arasındadır. 'İlkokul' 4,20 'Yüksek Lisans' 3,40 ortalamaya sahiptir. Değişkenler arasında yapılan korelasyon testinde pearson correlation= -0,174 negatif çıkmıştır. Yani zayıfta olsa öğrenim düzeyi ile Faydacılık Yaklaşımına eğilim arasında bir ilişki vardır.

Soru 3: Erkeklerle kadınların Ahlâki Egoizme yaklaşımları arasında fark var mıdır?

Araştırma sorusunun testi için önce Independent-Samples T testi düşünülmüş ancak ölçüm, testin istediği şartlardan biri olan çarpıklığın 1'in altında olması şartını sağlayamadığı için (çarpıklık = 1,798>1) T testinin parametrik olmayı olarak da bilinen ve çarpıklık şartına T test kadar duyarlı olmayan Mann Whitney U Testine karar verilmiştir.

Tablo 25. Araştırma sorusu 3'ün Mann Whitney U ile testi

| | | Ranks | | |
|--|--------------------|-------|-----------|--------------|
| | Cinsiyetiniz=Soru2 | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
| Yeni boşalan bir üst düzey kadroya, rakibime göre daha uygun ve kıdemli olmama rağmen, rakibimin üstlerim tarafından desteklendiğini bildiğim için uzun vadeli çıkarlarımı kısa vadeli çıkarlarıma tercih eder ve kadroyu istemediğimi söylerim=Soru21 | Erkek | 99 | 60,69 | 6008,00 |
| | Kadın | 20 | 56,60 | 1132,00 |
| | Total | 119 | | |

Eğer her iki gruba ait sıralamaların dağılımı benzer değilse, iki grubun farklı ana kitlelerden gelmiş olacağı konusunda bir işaret olarak değerlendirilebilir (Altunışık ve diğ., 2005:186). Bu testte sıralama değerleri (Mean Rank) birbirinden farklı görünmemektedir. Test istatistiğinden çıkan sonuçlar; Mann-Whitney U değeri = 922,000, Wilcoxon W değeri = 1132,000, Z değeri = -0,499, Asymp. Sig. (2-tailed) değeri = 0,618 çıkmıştır. Sonuç olarak %5 anlamlılık düzeyinde Sig=0,618 yani $p > 0,05$ olduğu için farklı cinsiyetlere sahip grupların soruya verdikleri cevaplar arasında istatistikî açıdan anlamlı bir fark görülmemiştir.

Soru 4: İşletme sahiplerinin Haklar Yaklaşımına eğilimleri çalışanların eğiliminden farklı mıdır?

Ölçümler test için gerekli şartları sağladığı ve çarpıklığı = -0,292 < 1 olduğu için, bu araştırma sorusunu test etmek için One-Way Anova tekniği uygun görülmüş ve kullanılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki gibidir. Bu soruda dikkat edilmesi gereken diğer sorulardan farklı olarak soruya **katılmama** düzeyi yaklaşıma yakınlığı göstermektedir. Yani ortalamalar ne kadar büyükse yaklaşıma o denli yatkın olma söz konusudur.

Tablo 26. Araştırma sorusu 4'ün One-Way Anova ile testi

ANOVA

Şirketlerin geleceklerini güvence altına alabilmek için çalışanların özel yaşamları hakkında gizlice bilgi toplamaları kabul edilebilir bir davranıştır=Soru22

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | 6,239 | 4 | 1,560 | ,766 | ,549 |
| Within Groups | 232,114 | 114 | 2,036 | | |
| Total | 238,353 | 118 | | | |

Test sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde Sig=0,549 yani $p>0,05$ olduğu için işletme içindeki konumları itibariyle farklı grupların soruya verdikleri cevaplar arasında istatistikî açıdan anlamlı bir fark görülmemiştir. Bu soruda paylaşılmaya değer görülmüş ilginç bir gözlem, genel olarak işletme içindeki konum azaldıkça sorulara verilen cevapların ortalaması yani yaklaşıma yatkınlığı artmasıdır. Ancak en alt düzey çalışan olarak gruplandırılan ‘ustabaşı’ grubunun cevap ortalaması (2,67) ‘işveren’lerin ortalamasından (2,92) daha düşüktür. Yani ustabaşları çalışanın özel yaşamının araştırılmasını işverenlerden daha makul karşılamaktadırlar. Durumu daha ilginç kılan durum, ustabaşlarının öğrenim seviyelerinin düşük olabileceği yani soruyu tam olarak anlamamış olabilecekleri düşüncesiyle yapılan korelasyon testiyle ortaya çıkmıştır. İki grup arasında yapılan korelasyon testinde Pearson correlation=-0,148 çıkmıştır. Yani zayıfta olsa beklenin aksine işletmenin içindeki konum arttıkça öğrenim düzeyi azalma eğilimi göstermektedir. Bu tuhaf durumun nedeni anlaşılamamıştır.

Soru 5: İş hayatında çalışma süresi Rölâivist yaklaşıma eğilimi arttırmakta mıdır?

Ölçümler test için gerekli şartları sağladığı için, bu araştırma sorusunun testinde Ki Kare ve Korelasyon tekniği kullanılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 27. Araştırma sorusu 5'in Ki Kare ile testi

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 15,957 ^a | 20 | ,719 |
| Likelihood Ratio | 20,823 | 20 | ,408 |
| Linear-by-Linear Association | 3,238 | 1 | ,072 |
| N of Valid Cases | 119 | | |

a. 19 cells (63,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

Test sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde Sig=0,719 yani $p>0,05$ olduğu için iş hayatında bulunma süreleri açısından farklı grupların soruya verdikleri cevaplar arasında istatistikî açıdan anlamlı ilişki görülmemiştir. Gruplar arasında yapılan Korelasyon testinde pearson correlation=0,166 olarak çıkmıştır. Düşük bir değerde olsa iki değişken arasında araştırma sorusunun tersi yönde bir eğilim olduğu gözlenmektedir.

4.9.4. Araştırmanın Diğer Bulguları

Bu kısımda araştırma için ikincil öneme sahip birkaç bulgu paylaşılacaktır. Önce iş ahlâkının kurumsallaşmasıyla ilgili sorulara verilen cevaplar incelenecektir.

Yazılı İş Ahlâkı Kuralları

Yazılı iş ahlâkı kuralları işletme sahibinin ya da yetkili yöneticilerin ahlâk anlayışlarının işletme ahlâkına dönüşmesinin yani iş ahlâkının kurumsallaşmasının en önemli göstergelerinden biridir.

Tablo 28. İşletmelerde iş ahlâkının yazılı olmasına verilen cevapların dağılımı

| Yazılı iş ahlâkı kuralları var mıdır? | Frekans | Yüzde |
|---------------------------------------|---------|-------|
| Hayır yoktur | 43 | 36,1 |
| Hazırlanması düşünülüyor | 13 | 10,9 |
| Hazırlanıyor | 12 | 10,1 |
| Evet vardır | 51 | 42,9 |

Beklenmedik biçimde KOBİ'lerin yaklaşık %63'ünde iş ahlâkı kurallarının yazılı olduğu ifade edilmiştir.

Ödül / Ceza Sistemi

İşletmelerde iş ahlâkına uygun davranışlar sergileyen bireylerin ödüllendirilip aksi davranışlarda bulunanların cezalandırılması da iş ahlâkının işletmelerde benimsenmesi ve kurumsallaşmasında önemli ve etkili bir faktördür.

Tablo 29. Ödül / Ceza sistemi sorusuna verilen cevapların dağılımı

| Ödül / Ceza sistemi var mıdır? | Frekans | Yüzde |
|--------------------------------|---------|-------|
| Hayır yoktur | 65 | 54,6 |
| Evet vardır | 54 | 45,4 |

Yapılan görüşmelerden edinilen bilgi genelde ödüllendirmenin takdir etmek suretiyle bazen de maddi ödülle yapıldığı ve ceza mekanizmasının fazla kullanılmadığı bunun sebebinin yetişmiş kalifiye eleman ihtiyacında ki sıkıntı olduğu yönündedir.

İş Ahlâkından Sorumlu Birim

İş ahlâkının kurumsallaşmış olmasının önemli göstergelerinden biride iş ahlâkıyla ilgili bir problemle, ikilemele karşılaşıldığında sorunu çözmekle görevlendirilmiş ve yetkilendirilmiş sorumlu bir bölüm ya da birimdir.

Tablo 30. İş ahlâkıyla ilgili birim var mıdır sorusuna verilen cevapların dağılımı

| İş ahlâkıyla ilgili birim var mıdır? | Frekans | Yüzde |
|--------------------------------------|---------|-------|
| Hayır yoktur | 65 | 54,6 |
| Evet vardır | 54 | 45,4 |

İki sorunun frekans ve yüzde dağılımları aynıdır. Bu soruya olumlu yönde verilen cevaplarda beklenmedik kadar yüksektir. Yapılan görüşmelerden edinilen bilgilere göre sebebi işverenlerin bu tarz sorunları kendilerinin bizzat çözdüğünü söylemesi ve sorumlu birim olarak kendilerini görmeleri olabilir.

Eğitim Programı ve Seminerler

İş ahlâkının işletmelerde ast üst ayrımı yapmadan çalışan herkese benimsetilmesinde, iş ahlâkının kurumsallaştırılmasında ve iş ahlâkını içselleştirmiş bir örgüt kültürünün oluşturulmasında eğitimin önemi oldukça büyüktür. Birden fazla seçeneğin işaretlenebileceği iş ahlâkı bilgilerinizi nereden edindiniz sorusundaki seçeneklerden biri olan 'işletmenin sağladığı eğitim programları ve seminerler aracılığıyla'

seçeneğinin frekans ve yüzde dağılımları bize örnekleme içinde bu konuda eğitim veren işletmelerin miktarına dair bilgi verecektir.

Tablo 31. İşletmenin verdiği eğitimler sorusuna verilen cevapların dağılımı

| Şirketin sağladığı eğitim programları | Frekans | Yüzde |
|---------------------------------------|---------|-------|
| Hayır | 94 | 21,0 |
| Evet | 25 | 79,0 |

Görüldüğü gibi işletmelerde bu konudaki eğitime fazla önem verilmemektedir. Çalışan sayısı ve sağlanan eğitim programları soruları arasında yapılan karşılaştırmalı analiz sonuçlarında (Crosstab ve Anova) gruplar arasında %5 anlamlılık seviyesine göre anlamlı bir fark olduğu (Pearson Chi-Square = 0,007 Anova = 0,006) bu farkında 1-9 arası çalışanı olan işletmelerle 11-49 arası çalışanı olan işletmelerden kaynaklandığı görülmüştür.

İş Ahlâkı Hakkındaki Bilgilerinizi Nereden Edindiniz

Bu soruya verilen cevaplar frekansları ve yüzdeleri itibariyle sıralanacaktır. Soruda isteğe bağlı olmak üzere seçenekler arasında birden fazla seçilebildiği için frekanslar ve yüzdeler toplamı olması gerekenin üzerinde çıkacaktır.

Tablo 32. İş ahlâkı bilgilerinizi nereden edindiniz sorusunun cevap dağılımı

| İş ahlâkı bilgilerinizi nereden edindiniz | Frekans | Yüzde |
|---|---------|-------|
| Kulaktan dolma bilgiler | 20 | 16,8 |
| İş ahlâkıyla ilgili kitap ve makaleleri okuyarak | 35 | 29,4 |
| Şirketin verdiği eğitim programları ve seminerler | 25 | 21 |
| Öğrencilik sırasında aldığım derslerden | 47 | 39,4 |
| Beraber çalıştığım üstlerimden | 85 | 71,4 |
| Bu konuda yeterli bilgim yok | 11 | 9,2 |

Görüldüğü gibi KOBİ'lerde iş ahlâkı bilgilerinin edinildiği en önemli kalem beraber çalışılan üstlerdir. Geçmiş Ahi Birliklerine dayanan KOBİ'ler o zamanki usta çırak ilişkilerinden bir nebze olsa bir şeyler barındırıyor demektir. İkinci önemli kalem ise 'öğrencilik sırasında aldığım dersler' seçeneğidir. Örneklemin genel öğrenim düzeyine bakıldığında tüm cevaplayıcıların %45,4'ünü Üniversite ve Yüksek Lisans oluşturmaktadır. Öğrenim durumu ve öğrencilik sırasında aldığım dersler arasında yapılan Anova testinde Sig.=0,000<0,05 çıkmıştır yani gruplar arasında anlamlı bir fark

vardır. Scheffe testi sonuçları bu farkın Ortaokul, Lisans ve Yüksek Lisans gruplarından kaynaklandığını göstermektedir.

Ödül / Ceza Sistemi ve Görevci Eğilim İlişkisi

3. bölümün üçüncü sorusu olan “Yaptığımız işin ahlâki değerlerimiz açısından doğru olduğundan şüphemiz olsa bile, üstlerimiz ne görev veriyorsa onu yapmalıyız” sorusuyla işletmenin ödül / ceza sistemi arasında bir ilişki olup olmadığını anlamak için One-Way Anova testi yapılmıştır. Testte faktör olarak kullanılacak olan ölçümün çarpıklığı = -0,188’dir. Yani çarpıklık bu teste uygundur.

Tablo 33. Ödül/Ceza sistemi ve görev eğilimi Independent Samples T ile testi

| Independent Samples Test | | | | | | | | | |
|--|--|------|------------------------------|---------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|-------|
| | Levene's Test for Equality of Variance | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
| | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | Lower | Upper |
| Yaptığımız işin ahlâki değerlerimiz açısından doğru olduğundan şüphemiz olsa bile üstlerimiz ne görev veriyorsa onu yapmalıyız=soru2 | 1,019 | ,315 | 2,102 | 117 | ,038 | ,48 | ,23 | ,79E-02 | ,94 |
| Yaptığımız işin ahlâki değerlerimiz açısından doğru olduğundan şüphemiz olsa bile üstlerimiz ne görev veriyorsa onu yapmalıyız=soru2 | | | 2,101 | 112,857 | ,038 | ,48 | ,23 | ,75E-02 | ,94 |

Test sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde Sig=0,038 yani $p < 0,05$ olduğu için ödül / ceza sistemi olan işletmelerdeki cevaplayıcılarla, ödül / ceza sistemi olmayan işletmelerdeki cevaplayıcıların soruya verdikleri cevaplar arasında istatistikî açıdan anlamlı bir fark vardır. Olması beklenen sonuçta budur. Ancak bu beklenti şu varsayımlar üzerine kuruludur. Ödül / ceza sisteminin olduğu işletmelerdeki çalışanlar, ödül almak ve cezadan kaçınmak için verilen görevi ahlâki bulmasalar da yapacaklardır. Ödül / ceza sisteminin olmadığı işletmelerde motive edecek bir ödül ya da ceza olmadığı için görev reddedilebilecektir. Ancak durum bunun tam tersidir. Durumu şaşırtıcı ve paylaşılmaya değer kılanda budur. Ödül / ceza sisteminin olduğu işletmelerdeki cevaplayıcıların soruya verdikleri cevapların ortalaması 3,85 ödül / ceza sistemi olmayan işletmelerde çalışanların verdikleri cevapların ortalaması ise 3,37’dir. Ortalama azaldıkça ifadeye katılma oranı doğal olarak görev eğilimliliği artmaktadır. Yani tahmin edilenin tam tersi ikinci grubun ifadeye katılma oranı birinci gruptan daha fazladır.

SONUÇLAR

Genel olarak çalışma hayatında ahlâkın yani iş ahlâkının ele alındığı bu çalışmada, temel amaç Adapazarı'nda faaliyet gösteren KOBİ'lerin ne kadar ahlâki olduklarını ya da ne kadar olmadıklarını tespit etmeye çalışmak değildir. Amaç bu KOBİ'lerin iş ahlâki profillerinin çok detaylı olmayan küçük bir fotoğrafını çekmek, özellikle çeşitli iş ahlâki yaklaşımları açısından onları değerlendirip, hangisine daha yakın hangisine daha uzak olduklarını anlamaya çalışmak ve bazı demografik özelliklerin yaklaşımlara eğilimi etkileyip etkilemediğini anlamaya çalışmaktır. İş ahlâki ve yaklaşımlarıyla ilgili gerekli kaynak taraması yapıldıktan sonra bu teorinin pratik hayatta nasıl olduğunu anlamak adına yapılan alan araştırmasında şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Toplum arasında egoizm denildiği zaman anlaşılana en yakın iş ahlâki yaklaşımı olan Hedonizmle ilgili soru örnek kütle tarafından 4,52 gibi bir cevap ortalamasıyla net bir şekilde reddedilmiştir. Sahada yapılan yüz yüze görüşmelerden de böyle bir bilgi toplanmıştır. Genellikle “hayır canım suç benimse benimdir. Cezasını neden bir başkası çeksin” şeklindeki ifadelerle bazen de “evet toplum böyle yapıyor ama ben yapmam” şeklinde ifadelerle karşılaşılmıştır. Doğrusu Hedonist Yaklaşımın genel kabul görmeyeceği tahmin edilebilir ancak bu derece kuvvetle reddedilmesi şaşırtıcıdır. Ya toplumun iş yaşamına dair bu yöndeki genel kanısı yanlıştır. Ya da cevaplayıcılardan dürüst cevaplar alınamamıştır. Hedonist düşünce biçimini etkileyip etkilemeyeceği merak edilen işletmenin çalışan sayısı ile ilgili araştırma sorusunun testlerinden çıkan sonuçlarda çalışan sayısı ve Hedonist düşünce biçimine eğilim arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

En çok kişi için en çok faydayı öngören Faydacılık Yaklaşımına örneklem tarafından verilen cevapların ortalaması 4,17'dir. Yani cevaplayıcılar Faydacılık yaklaşımını benimsememektedirler. Yapılan görüşmelerde bu soru üzerinde biraz düşünüldüğü gözlenmiştir. Senaryo hakkında detaylı bilgi istemişlerdir. “Kaç kişi kurtulacak, kaç kişi ölecek” vb. netice de “birileri kurtulacak diye birilerini öldürmeye gerek yok”, “hem hastaları kurtaracağız diye sağlamlarımızı öldürelim” şeklinde düşüncelerle yaklaşıma katılmamışlardır. Yani bu yaklaşımda örneklem tarafından kabul görmemiştir. Korelasyon testinden çıkan sonuç bu yönde bir eğilim olduğunu gösterse de, öğrenim düzeyinin bu yaklaşıma olan eğilimi etkileyip etkilemeyeceği ile ilgili araştırma

sorusunun testinden çıkan sonuç öğrenim düzeyi ile Faydacılık yaklaşımına olan eğilim arasında belirlenen güven aralığında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki olmadığıdır.

Ahlâki egoizmle ilgili sorunun ortalaması 3,37'dir. Genel bir katılmama eğilimi vardır. Bu sorunun senaryosu itibariyle özellikle kadınların iş yaşamında daha hırslı oldukları göz önünde bulundurulduğunda boşalan kadroyu ne pahasına olursa olsun isteyecekleri bu konuda erkekler kadar stratejik düşünmeyecekleri tahmin edilmişti. Ancak testler sonucunda gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştı. Sonuçta her iki grubunda cevapları örneklemin düşük bir düzeyde de olsa Ahlâki Egoizme yatkın olmadığını göstermektedir. Erkeklerin ve kadınların Ahlâki Egoizm anlayışları arasında bir fark olup olmadığıyla ilgili oluşturulan araştırma sorusunun testlerinden çıkan sonuçta gruplar arasında anlamlı bir fark görülmemiştir. Yani cinsiyetin Ahlâki Egoizme eğilime herhangi bir etkisinin olmadığı anlaşılmıştır.

Bir eylem ya da kararın ahlâki olması için kişilerin haklarına saygı göstermesi gerektiğini söyleyen Haklar Yaklaşımıyla ilgili soruya cevaplayıcıların verdikleri cevapların ortalaması 3,12'dir. Yüz yüze yapılan görüşmelerde işverenlerden yaklaşıma yatkın olanların olduğu gibi, çalışanlardan yaklaşıma katılmayanların olduğu gözlenmiştir. Cevapların ortalaması da örneklemin bu yaklaşıma yatkınlığı ya da uzaklığıyla ilgili yorum yapmaya izin vermeyecek kadar ortadadır. İşletme içindeki konumun Haklar yaklaşımını etkileyip etkilemediği ile ilgili yapılan testlerden çıkan sonuç işletme içindeki konumun bu yaklaşıma eğilimde anlamlı bir etkisi olmadığı yönündedir.

Evrensel ahlâk kurallarını kabul etmeyen ahlâkın toplumdaki topluma değişebileceğine söyleyen Rölâтивist yaklaşıma verilen cevapların ortalaması 3,83'tür. Örneklemin "rüşvet verilmelidir" ifadesine katılmadıkları görülmektedir. Yapılan görüşmelerde bu konu üzerinde konuşulan hemen herkesten benzer sözler işitilmiştir. Piyasada kalabilmek için özellikle devletten (resmi bütün kurumlar) ihale alabilmek ve iş yapabilmek için rüşvetin olmazsa olmaz olduğu ama kendilerinin asla vermediğini ifade etmişlerdir. Yaklaşımı ölçen sorunun içeriği itibariyle yaklaşıma eğilimin daha yüksek olması yani verilen cevapların ortalamasının düşük çıkması beklenirdi ancak verilen cevaplar örneklemin evrensel bir ahlâk anlayışları olduğunu ya da olması gerektiğini düşündüklerini göstermektedir. İş hayatında toplam çalışma süresinin Rölâтивist

yaklaşımı etkileyip etkilemeyeceğini araştıran sorunun testlerinden çıkan sonuç çalışma süresiyle Rölâtivist yaklaşım arasında anlamlı bir ilişki olmadığı yani çalışma süresinin bu yaklaşıma eğilimi etkilemediğidir.

Araştırmanın teorik kısmında da bahsedilen ‘yazılı iş ahlâkı kuralları’, ‘Ödül / Ceza sistemi’, ‘iş ahlâkından sorumlu birim / bölüm’, ‘eğitim programları ve seminerler’ kurumsallaşma göstergeleri olarak kabul edilip sırasıyla test edilmiştir. İş ahlâkının kurumsallaşmasıyla ilgili soruların analizinden çıkan sonuç örneklemdaki KOBİ’lerin iş ahlâkının kurumsallaşması konusunda zayıf olduklarıdır.

KAYNAKLAR

- ACAR, A. Gökhan (2000), *Etik Değerlerin Kurumsallaştırılması Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AKARSU, Bedia (1998), *Immanuel Kant'ın Ahlak Felsefesi*, 4. Baskı, İnkılâp Kitapevi, İstanbul.
- AKDOĞAN, Habip (2003), *Muhasebe Meslek Etiğinin Kamunun Aydınlatılmasındaki Önemine Meslek Mensuplarının Yaklaşımları*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- AKGEMCİ, Tahir (2001), *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, KOSGEB, Ankara.
- AKTAN, Coşkun Can (1999), *Ahlaki Yeniden Yapılanma ve Toplam Ahlaka Doğru (2): Meslek Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, Arı Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği, İstanbul.
- ALKAN, Cemal (1997), *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ALPUGAN, Oktay (1998) *Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*, Özgün Matbaacılık, Ankara.
- ALTUNIŞIK, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu, E. Yıldırım (2005), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 4. Baskı, Sakarya Kitapevi, Adapazarı.
- ANADOL, Cemal (2001), *Türk-İslam Kültüründe Ahilik Kültürü ve Fütüvvetnameler*, 2. Baskı, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- APAN, Mehmet (2002), *Türkiye'de KOBİ'lerin Teşvik ve Özendirilmesi: İMES Uygulaması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ARSLAN, Kahraman (2006), *Kobilerde Yönetim ve Pazarlama Aracı Olarak Franchising*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

- ARSLAN, Mahmut (2001), *İş ve Meslek Ahlakı*, 1. Basım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- ATABEK, Erdal (2003), *Modern Dünyada Değer Kayması ve Gençlik*, Birinci Basım, Alkım Yayınevi, İstanbul.
- ATAY, İ., İ. Eken, Y. İskender ve A. Serdaroğlu (1992), *Seçme Hadisler*, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- AYDEMİR, Muzaffer (2002), “Küçük İşletmelerde İş Ahlakının Kurumsallaştırılmasında Önder-İzleyen İlişkilerinin Rolü”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 6, Haziran, s.267-284.
- BALTAŞ, Acar (2002), “İş Hayatı, Sorumluluk ve Ahlak”, *Activeline Finans Dergisi*, Yıl:5, Sayı:23, Şubat, s.29-33.
- BAYRAK, Sabahat (2001), *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, Beta Basım, İstanbul.
- BAYRAK, Sabahat (2006), “Organizasyonel Kurumsallaşmada Bir Değer Boyutu: İş Ahlakının Kurumsallaşması”, *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt 8, Sayı 1, Ocak, s.58-78.
- BERBEROĞLU, Güneş N., R. Karalar (2006), *Genel İşletme*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- BERKMAN, Ümit., S. Güney (2001), *Yönetim ve Organizasyon*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- BERTRAND, Alexis (2001), *Ahlak Felsefesi*, Çev., Salih Zeki, 2. Baskı, Akçağ Yayınları, Ankara.
- BERTRAND, C. Jean (2004), *Medya Etiği*, Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- BIKUN, Refik İsa (2004), *İş Ahlakı*, Çev., Ahmet Yaşar, 1. Basım, İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği, İstanbul.

- BİRSEN, Haluk (2005), *İşgören Niteliği ve Üretim Süreci Açısından Haber Sitelerinin Basın Etiği Kurallarını Uygulayabilme Yeterliliği*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- BOZKURT, Veysel (2000), *Prütanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği*, Birinci Basım, Alesta Yayınları, Bursa.
- BÖLÜKTEPE, F. Eren (2001), *İşletmelerde İş Etiğinin Verimlilik Üzerindeki Etkileri ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇABUK, Serap., S. Şengül (2005), “İşletme Yöneticilerinin Mesleki Değerlerinin ve Demografik Özelliklerinin İşletme Etiği Üzerindeki Etkisi: Türkiye’de Büyük Ölçekli Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, s.171-180.
- ÇELİK, Adnan., T. Akgemci (1998), *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- ÇETİN, Canan (1996), *Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*, Der Yayınları, İstanbul.
- ÇİMAT, Ali., A. Laçinel (2002), *Kobilerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesi*, Vergi Denetmenleri Derneği, Ankara.
- DEDEOĞLU, Gözde (2004), *Etik Düşünce ve Postmodernizm*, Telos Yayıncılık, İstanbul.
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı), (2004), *Kobi Stratejisi ve Eylem Planı*, DPT Yayınları, Ankara.
- DURKHEIM, Emile (1986), *Meslek Ahlakı*, Çev., Mehmet Karasan, 3. Basım, Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, İstanbul.
- ERKAL, Mustafa E. (2000), *Sosyoloji(Toplumbilimi)*, 11. Basım, Der Yayınları, İstanbul.
- ERKEN, Erhan (2006), *İktisat Tarih Zihniyet Dünyamız*, MÜSİAD, İstanbul.

- ESİN, Murat (1996), *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- FERREL O.C., John Fraedrich (1994), *Business Ethics Ethical Decision Making And Cases*, 2nd ed., New York:Haughton Mifflin Company, Boston.
- FOERSTER, F. W. (1959), *İyi İnsan, İyi İş Adamı*, Doğan Kardeşler Yayınları, İstanbul.
- GEORGE, Richard (2003), *The Ethics of Information Technology and Business*, Blackwell Publishing, United Kingdom, Bodmin, Cornwall.
- GÜLMEK, Âdem (1997), *İşletmelerde İş Ahlakı ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- GÜLVAHABOĞLU, Adil (1991), *Ahi Evran Veli ve Ahilik*, Memleket Yayınları, Ankara.
- GÜNAY, Mustafa M. (2005), *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansmanında Alternatif Yaklaşımların Analizi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÜNDÜZ, Mustafa (2005), *Ahlak Sosyolojisi*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- GÜRLEK, Bilgehan., M. A. Gürol (1993), “Kaliteye Giden Yolda Etik Yapının Rolü”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt 8, Sayı 1, s.192-203.
- HAYNES, Felicity (2002), *Eğitimde Etik*, Çev., Semra Kunt Akbaş, Birinci Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- İLHAN, Süleyman (2005), “İş Ahlakı Kurumsal Bir Yaklaşım”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, Cilt 7, Sayı 2, Aralık, s.273-289.
- İŞLEK, Erhan (2003), *KOBİ Kapsamındaki Konaklama İşletmelerinde Muhasebe Organizasyonu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İZVEREN, Adil (1980), *Toplumsal Törebilim*, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Bilim Dizisi, Ankara.
- KANDEMİR, M. Yaşar (2003), *Örneklerle İslam Ahlakı*, Nesil Yayınları, İstanbul.

- KARATAŞ, Süleyman (1991), *Sanayileşme Sürecinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*, 2. Baskı, Veli Yayınları, İstanbul.
- KIREL, Çiğdem (2000), *Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması*, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Yayınları, Eskişehir.
- KOÇEL, Tamer (1993), *İşletme Yöneticiliği: Yönetici Geliştirme, Organizasyon ve Davranış*, 3. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul.
- MANNAN, M. A. (1980), *İslam Ekonomisi Teori ve Pratik*, 4. Baskı, Çev., Bahri Zengin, Fikir Yayınları, İstanbul.
- MCHUGH, Francis P. (1992), *Ethics in Business Now (İş Ahlakı)*, TÜSİAD Yayınları, İstanbul.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer., T. Durukan (2004), *Girişimcilik ve KOBİ'ler*, Gazi Kitapevi, Ankara.
- MÜSLÜMOV, Alövsat (2002), *21. Yüzyılda Türkiye'de Kobiler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri*, 1. Basım, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- OLCAY, Atınç (2002), *Turizm İşletmelerinin Ahlaki Ve Sosyal Sorumluluklarında Personel Eğitiminin Önemi Üzerine Bir Alan Araştırması (Ankara Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- ÖZGENER, Şevki (2004), *İş Ahlakının Temelleri Yönetimsel Bir Yaklaşım*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- ÖZTÜRK, A., A. Tabakoğlu., A. Şafak., A. Bardakoğlu., C. Yeniçeri., H. Ünal., H. Aktan ve H. Döndüren (1986), *İslam'da Emek ve İşçi İşveren Münasebetleri*, Ensar Neşriyat, İstanbul.
- PEHLİVAN, İlayet (1998), *Yönetimsel, Mesleki ve Örgütsel Etik*, 1. Basım, Pegem Yayınları, Ankara.
- PIEPER, Annemarie (1999), *Etiğe Giriş*, Çev., Veysel Atayman, Gönül Sezer, 1. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

- POOLE, Ross (1993), *Ahlak ve Modernlik*, Çev., Mehmet Küçük, Birinci Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- SARI, A. Odabaş (2005), *Avrupa Birliğinde Kobi Destek Mekanizmaları ve Türkiye*, İktisadi Kalkınma Vakfı, İstanbul.
- SARIASLAN, Halil (1994), *Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunları; Çözüm İçin Bir Finansal Paket Önerisi*, TOBB Yayınları, Ankara.
- SAYIN, Meral., M. Akan Fazlıoğlu (1997), *Avrupa Birliğinde KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları*, 2. Baskı, KOSGEB, Ankara.
- SCHULZE, Nergis (1997), “İşletme Etiği Konusuna Kavramsal Bir Yaklaşım”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 30, Sayı 4, Aralık, s.35-53.
- SEYYAR, Ali (2003), *Ahlak Terimleri Ansiklopedik Sözlük*, Beta Basım, İstanbul.
- SEYYAR, Ali., C. Selek Öz (2007), *İnsan Kaynakları Terimleri Sözlüğü*, Değişim Yayınları. İstanbul.
- ŞİMŞEK, Birgül (1999a), *Yöneticilerin Çalışanlara Karşı İş Etiğine Yönelik Değerlerinin Tespit ve Analizine İlişkin Bir Çalışma (Bursa İli İmalat Sanayi İşletmelerindeki Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ŞİMŞEK, Birgül (1999b), “Yöneticilerin Çalışanlara Karşı Etik Sorumlulukları”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 1, Sayı 3, s. 69-86.
- ŞİMŞEK, Muhittin (2004), *İş Hayatında Mükemmellik*, Hayat Yayıncılık, İstanbul.
- TANYEL, Ferruh (2001), *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerimizde ISO 9000 Uygulamaları*, KOSGEB Yayınları, Ankara.
- TIERNEY, P. Elizabeth (1997), *İş Ahlakı*, Çev., Günhan Günay, Rota Yayınları, İstanbul.
- TOPRAK, Zafer (2004), *Loncadan Kobiye Esnaf ve Sanatkârın Dünü*, Osmanlı Bankası Müzesi Yayınları, İstanbul.
- TORLAK, Ömer (2003), *Pazarlama Ahlakı*, 2. Basım, Beta Basım, İstanbul.

- TUNCEL, Asude (1997), *Girişimci Etiği Ve İşletmecilikte Bir Başarı Ölçütü Olarak Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TUTAR, Hasan., O. Küçük (2003), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- TÜRK, Zeynep (2004), *Muhasebe Meslek Ahlakı*, Nobel Kitapevi, Adana.
- TÜRKDOĞAN, Orhan (1998), *İşçi Kültürünün Yükselişi*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- ULUDAĞ, İlhan., V. Serin (1991), *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler – Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler –*, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
- URAL, Tülin (2003), *İşletme ve Pazarlama Etiği*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- USLU, Aypar Topkara (1996), “İşletme Öğrencilerinin İş Ahlakına Yönelik Tutum ve Davranışları”, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 1, Sayı 5, s.35-40.
- ÜNSÜR, Ahmet (1998), “Geleneksel Türk Kültüründe İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk”, *1. Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu*, s.541-555, Adapazarı.
- VELİOĞLU, Meltem Nurtanış (2002), *Pazarlamada Etik Karar Alma Davranışına Yönelik Bir Model ve Beşeri İlaç Sektöründe Uygulama*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- WEBER, Max (1997), *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, Çev., Zeynep Aruoba, 2. Baskı, Hil Yayın, İstanbul.
- YILMAZ, Emre (2004), *Genç Bir İşadamına*, 22. Baskı, Angora Yayınevi, Ankara.
- YILMAZATİLLA, Ender (1999), *İş Ahlakı Etik Değerlerin Oluşturulması Alışkanlık Haline Getirilmesi ve Bir İşletmede Uygulaması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.

YILMAZER, Aydın (2005), “Belediye Yöneticilerinin İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluğa Yönelik Tutumlarının İncelenmesi: Adapazarı Büyükşehir ve Merkez Belediyesinde Bir Araştırma”, 2. *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, s.311-324, Adapazarı.

YOLAL, Medet (2003), *Türkiye'deki Küçük ve Orta Büyüklükteki Konaklama İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri Kullanımı*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

EKLER

Anket Formu

Sayın Şirket Mensubu,

Bu anket formu, Sakarya'daki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İş Ahlakı anlayışlarını ortaya çıkarmaya yönelik yapılan bir saha araştırması için hazırlanmıştır. Araştırma Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı çerçevesinde yürütülmektedir.

Günümüz iş hayatında önemi yadsınamayacak hale gelen İş Ahlakıyla ilgili olarak tecrübe ve bilgilerinize dayanarak vereceğiniz yanıtlar, bilimsel açıdan konunun gelişimine katkıda bulunacaktır.

Vermiş olduğunuz yanıtlar genel olarak değerlendirileceği için işletmenizin ve sizin isminizi belirtmeniz **gerekmemektedir**. Çalışmanın verimliliği açısından tüm soruları içtenlikle yanıtlamanızı rica eder, ayırmış olduğunuz değerli zaman ve katkınız için teşekkür ederim.

Herhangi bir konuda bilgi istediğinizde aşağıdaki telefonlardan ve e-mailden bana ulaşabilirsiniz. Dilerseniz anketi e-mailinize göndermem ve anketi elektronik ortamda doldurmanız mümkün olabilecektir.

Saygılarımla,

Arif Yıldız

1. BÖLÜM

1. Yaşınız ?

2. Cinsiyetiniz ? () Erkek () Kadın

3. Medeni durumunuz ? () Evli () Bekâr () Dul

4. Öğrenim durumunuz ?

() İlköğretim () Lise () Üniversite () Yüksek Lisans () Doktora

5. İşletme içindeki konumunuz ?

6. Aylık toplam **aile** geliriniz ?

7. Toplam kaç yıldır iş hayatındasınız ?

8. İş hayatınız boyunca kaç yıl **yöneticilik** yaptınız ?

9. Şirketinizin faaliyette bulunduğu sektör ?

() Otomotiv () Tekstil () Elektronik () Gıda () Mobilya () Diğer

10. Şirketinizin sermaye yapısı ?

() Tamamı yerli () Yerli ve yabancı ortak () Tamamı yabancı

11. Şirketinizin toplam çalışan sayısı ?

() 1-9 () 10-49 () 50-99 () 100-249 () 250-350 () 351-499 () 500 ve üzeri

2. BÖLÜM

1. İşletmenizde çalışanlar ve yöneticiler için oluşturulmuş **yazılı** iş ahlakı kuralları varmıdır ?

() Hayır yoktur () Hazırlanması düşünülüyor () Hazırlanıyor () Evet vardır

2. İş Ahlakı kurallarının uygulanma şekli nasıldır ?

() Vardır ama uygulanmaz () Uygulanır () Önem verilerek uygulanır

3. Kurallara uyanlara ödül uymayanlara ceza sistemi varmıdır ?

() Hayır yoktur () Evet vardır

4. İş ahlakı konusundaki bilgilerinizi nereden edindiniz ? (Cevabınız 1'den fazlaysa 1'den başlayarak önem sırasına göre numaralandırınız)

() Kulaktan dolma bilgiler

() İş ahlakıyla ilgili kitap ve makaleleri okuyarak

() Şirketin sağladığı eğitim programları ve seminerler aracılığı ile

() Öğrencilik sırasında aldığım iş ahlakı derslerinden

() Beraber çalıştığım üstlerimden edindiğim bilgilerden

() Bu konuda yeterli bilgim yok

5. Sizce iş ahlakına uygun hareket etmenin o iş yerindeki karlılığa etkisi nasıldır ?

() Olumsuz () Kısmen olumsuz () Etkisi yoktur () Kısmen olumlu () Olumlu

6. Sizce iş ahlakına aykırı davranmanın nedeni ne olabilir ? (Cevabınız 1'den fazlaysa 1'den başlayarak önem sırasına göre numaralandırınız)

() Amirlerin veya üstlerin davranışlarına ve kararlarına tepki

() Aynı düzeyde çalışan diğer insanlara ayak uydurmak zorunda kalmak

() İş kolunun ahlak yapısı bozuktur

() Ekonomik zorluklar ve geçim sıkıntısı nedeniyle

() Toplumun ahlak yapısı bozuktur

() Siyasi alanda yaşanan ahlaki çöküntü ve bürokratik engeller

() Kişisel çıkar ve maddi beklentiler nedeniyle

() Diğer (Lütfen belirtiniz)

7. Şirketinizde ahlaki problemlerin çözümünde rol oynayabilecek veya ahlaki çıkmazlar karşısında karar verebilecek sorumlu birim / bölüm bulunmakta mıdır ?

() Hayır () Bilmiyorum () Evet

3. BÖLÜM

Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma düzeyinizi ifade ediniz.

1. İçinde bulunduğum bir takım çalışmasında benim hatamdan kaynaklanan bir sorun olduğunda yapabiliyorsam sorumluluğu başkasının üzerine atarım.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

2. Başında bulunduğunuz kimya şirketi yaygın ve ölümcül bir hastalığı %75 oranında tedavi edebilen bir ilaç geliştirdi. Ancak üretim aşamasında ortaya çıkan kimyasal atıklar çevreyi kirletmekte ve her ay birkaç kişinin ölümüne sebebiyet vermektedir. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda üretime devam etmek yerinde bir karar olacaktır.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

3. Yeni boşalan bir üst düzey kadroya, rakibime göre daha uygun ve kıdemli olmama rağmen, rakibimin üstlerim tarafından desteklendiğini bildiğim için uzun vadeli çıkarlarımı kısa vadeli çıkarlarıma tercih eder ve kadroyu istemediğimi söylerim.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

4. Şirketlerin geleceklerini güvence altına alabilmek için çalışanların özel yaşamları hakkında gizlice bilgi toplamaları kabul edilebilir bir davranıştır.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

5. Birey olarak siz ve yaşadığımız toplum rüşveti ne olursa olsun kabul edilebilir bir davranış olarak görmemektesiniz. Yeni görüşmeleriniz sonucu, rüşvetin bütün toplum tarafından normal kabul edildiği bir ülkeyle iş yapmaya başlamak üzeresiniz. Bu ülkede iş yapmak rüşvet verip vermemenize bağlıdır. O halde bu durumda rüşvet verilmelidir.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

6. Global rekabetin kaçınılmaz ve zamanın çok değerli olduğu iş yaşamında ahlaki değerlerle hareket etmenin, karlılık düzeyini ve rekabet gücünü olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

7. İşletmelerce iş ahlakına yer verildiğini ileri sürmek yalnızca bir aldatmaca ve iki yüzlülük olacaktır.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

8. Yaptığımız işin ahlaki değerlerimiz açısından doğru olduğundan şüphemiz olsa bile, üstlerimiz ne görev veriyorsa onu yapmalıyız.

| Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Fikrim Yok | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| () | () | () | () | () |

9. Üstlerimin / İşverenimin, (Alttaki ifadelerden boşluk için uygun olduğunu düşündüğünüz seçeneği **işaretleyiniz**)

() Beni sevmesi / takdir etmesi için işlerimi özenle yaparım.

() Beni sevmesi / takdir etmesi önemli değil, ne olursa olsun işlerimi özenle yaparım.

ANKETE KATILDIĞINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİM ☺

ÖZGEÇMİŞ

1983 yılında Erzurum'un Oltu ilçesinde doğdu. Derince'de okuduğu ilkokulu 1993 yılında bitirdi. 1993-1999 yılları arasında ortaokul ve liseyi İzmit'te okudu. 2000 yılında Mersin Üniversitesi Anamur Meslek Yüksek Okulu İşletmecilik bölümüne başladı ve 2002'de mezun oldu. Aynı yıl dikey geçişle Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İşletme bölümüne başladı. Lisans eğitiminin 3. ve 4. sınıflarını burada tamamlayıp 2004 yılında mezun oldu. Aynı yıl Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Ana Bilim Dalı Programına başladı. Hala bu bölümün öğrencisidir.