

**T.C.**  
**İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**İŞ AHLAKINDA ETİK İKLİM: BİREYSEL VE  
KURUMSAL ÖZELLİKLER AÇISINDAN ETİK  
İKLİMİN BANKACILIK SEKTÖRÜNDE  
ARAŞTIRILMASI**

**MELEK YURDAKUL**

**2501091293**

**TEZ DANIŞMANI**

**DOÇ. DR. SELİM YAZICI**

**İSTANBUL**

**2013**



## Y Ü K S E K L İ S A N S

### TEZ ONAYI

#### ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : **MELEK YURDAKUL** Numarası : **2501091293**  
Anabilim/Bilim Dalı : **ULUSLAR ARASI İŞLETMECİLİK** Danışman : **DOÇ.DR.SELİM YAZICI**  
Tez Savunma Tarihi : **11/07/2013** Saati : **13:00**

Tez Başlığı : **İŞ AHLAKINDA ETİK İKLİM: BİREYSEL VE KURUMSAL ÖZELLİKLER  
AÇISINDAN ETİK İKLİMİN BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ARAŞTIRILMASI**

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜ'NE** OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-PROF.DR.EMRAH CENGİZ		Kabul
2-PROF.DR.ESRA NEMLİ ÇALIŞKAN		Kabul
3-PROF.DR.BURAK ARZOVA		KABUL
4-DOÇ.DR.SELİM YAZICI		KABUL
5-YRD.DOÇ.DR.OYLUM KORKUT		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-DOÇ.DR.ŞEBNEM ARIKBOĞA		
2-YRD.DOÇ.DR.BAŞAK TURAN İÇKE		

# İŞ AHLAKINDA ETİK İKLİM: BİREYSEL VE KURUMSAL ÖZELLİKLER AÇISINDAN ETİK İKLİMİN BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ARAŞTIRILMASI

Melek YURDAKUL

## ÖZ

İş ahlakı, organizasyon uygulamalarında etik iklim aracılığıyla var olmaktadır. Bireyin içinde bulunduğu çevredeki algılarla oluşan ve kurumdaki uygulamaların ahlaki sonucunu yansıtan etik iklim, doğru olanın ne olduğu ile ilgili ortak algıyı yansıtmaktadır. Bu çalışmanın esas konusu iş ahlakında etik iklimin, bankacılık sektöründe incelenmesi ve sektörün bu konudaki algısının araştırılmasıdır. Tez araştırmasında öncelikle iş ahlakı kavramı ele alınmış, sonrasında etik iklim ve son olarak bireysel ve kurumsal özellikler açısından etik iklim bankacılık sektöründe incelenmiştir.

Araştırma bölümünde, demografik özelliklerin, etik iklim üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve ahlaki karar alma üzerindeki muhtemel sonuçlarının açıklanması amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında, Genel merkezi Türkiye’de bulunan ve Türkiye Bankalar Birliği’ne (TBB) üye bankaların genel müdürlüklerinde çalışan yöneticiler ve uzmanlar hedef alınmıştır.

Geri dönüş yapan 16 bankanın ilgili birimlerinden 281 adet veri ile yapılan analiz sonucunda Bankacılık sektöründe, “yasalar, kurallar ve politikalar”, “başkalarının iyiliğini düşünme”, “bağımsızlık”, “bireysel çıkar” ve “örgütsel çıkar” olmak üzere beş etik iklim boyutu belirlenmiştir. “Yasalar, kurallar ve politikalar”, bankacılık sektöründe baskın olan etik iklim olarak tespit edilmiştir. Bu durum beklediğimiz sonuç ile uyumluluk göstermektedir. Ahlaki ikilemde kalan banka çalışanları, kararlarını yasaların, kuralların ve politikaların belirlediği ahlaki sonuçlar yaratmaya yönelik olan ölçütler doğrultusunda vermektedir. Demografik değişkenlerden tecrübe süresi ile etik iklim algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farka rastlanırken; cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, pozisyon banka türü ve banka sermaye yapısı değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farka rastlanmamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Etik İklim, Demografik Özellikler, Ahlaki Karar Alama, Bankalar

**ETHICAL CLIMATE IN BUSINESS ETHICS: RESEARCH ON ETHICAL  
CLIMATE IN BANKING SECTOR REGARDING INDIVIDUAL AND  
INSTITUTIONAL CHARACTERERISTICS**

Melek YURDAKUL

**ABSTRACT**

Practices of business ethics in organizational practices and procedures occur thanks to ethical climate. Ethical climate that reflects the moral results of organization perceptions is the subject of this study. This research looks at the ethical climate as a common perception and analyze the ethical climate in banking sector. Perception of ethical climate of the sector also analyzed in this research. In this thesis, the concept of business ethics is primarily examined, then ethical climate and the impacts of ethical climate on the ethical decision making process is explained theoretically.

The purpose of this study is to examine moderating effects of demographic characteristics on perception of ethical climate and explain possible results of ethical decision making. Research takes on, managers and experts who work in headquarters of all banks which are member of The Banks Association of Turkey are targeted.

Analysis were applied to 281 data which were carried by 16 banks replied. As a result of the analysis, there are five ethical climate dimensions which are “laws, rules and politics”, “care”, “independent”, “self interest” and “company profit”. “Laws, rules and politics” is founded out as the dominant ethical climate in Turkey’s Banking sector. We expected this result. When workers have a moral dilemma, laws, rules and politics guide to them ethically. Despite there is a statistically meaningful difference between the experience and perception of ethical climate, there is no meaningful differences among gender, marital status, age, education level, status, kinds of the banks, the capital structure of the bank and the ethical climate.

**Key Words:** Ethical Climate, Demography Characteristics, Ethical Decision Making, Banking

## ÖNSÖZ

Kürerselleşme, iş dünyasında yaşanan rekabetin daha da yoğunlaşmasına neden olmuştur. Nihai amacı, kar elde etmek ve varlığını sürdürmek olan işletmeler, bu rekabet koşullar içinde daha fazla ahlak problemleri ile karşı karşıya kalmaktadır. Çalışma hayatında ahlaki olmayan kararların ve davranışların artması, birçok kişinin dikkatini bu konuya yönlendirmiş ve günümüzde iş ahlakı, üzerinde önemle durulan konulardan biri olarak yerini almıştır. Ahlaki olmayan uygulamaların neden olduğu toplumsal ve ekonomik olumsuzluklar, işletmeleri bu konuda daha özenli davranmaya itmiştir. Bugün gerçekleştirdiği faaliyetlerini ahlak temeline oturtmayan hiçbir işletme toplum tarafından kabul görmemektedir.

Ahlak konusunun günümüzde oldukça önemli bir hale gelmesi, etik iklimin ahlaki problemlerin çözümü üzerinde kurumların ortak algılarının belirleyicisi olması, araştırmamızda bu konuyu ele alma gerekçelerini oluşturmaktadır. Bu kapsamda, bu araştırmanın amacı, iş ahlakında etik iklimin, bankacılık sektöründe incelenmesi ve sektörün bu konudaki algısının araştırılmasıdır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölüm, teorik ve son bölüm ise araştırma bölümünden oluşmaktadır. Birinci bölümde, ahlak kavramı, önemi, ahlak ve etik ilişkisi, ahlakın diğer bilimlerle ilişkisi, ahlak teorilerinden teleolojik ve deontolojik teoriler; daha sonra iş ahlakı, iş ahlakının önemi, özellikleri, gelişimi konuları ele alınmıştır. İkinci bölümde, ahlaki karar alma ve etik iklim konuları üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda ahlaki olmayan kararların alınmasını etkileyen faktörler, ahlaki ikilemler, bunların çözüm yolları, ahlaki kararların alınmaması durumunda toplumsal ve çevresel etkileri, ahlaki karar alma süreci ve modeli üzerinde durulmuştur. Daha sonra, ahlaki kararların temelini oluşturan etik iklim konusu, etik iklim alt boyutları ve literatür incelenmiştir. Son bölüm olan araştırma bölümünde ise, Türkiye Bankalar Birliğine bağlı bankaların genel müdürlüklerinde çalışan yönetici ve uzmanlar üzerinde yapılan çalışmada, demografik özelliklerin etik iklim algısı üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve ahlaki karar alma üzerinde muhtemel sonuçlarının açıklanması amaçlanmaktadır. Bu bölümde, araştırmanın amacı, modeli, hipotezler, kısıtları, yöntemi ve veri toplama konuları anlatılmıştır. Son olarak, bulguların değerlendirilmesi, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

# İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
TABLOLAR LİSTESİ.....	vii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### İŞ AHLAKI

1.1. Ahlak Kavramı ve Önemi.....	4
1.2. Ahlak ve Etik İlişkisi.....	7
1.3. Ahlakın İlgili Diğer Bilimlerle İlişkisi.....	8
1.3.1. Ahlak ve Din.....	8
1.3.2. Ahlak ve Hukuk.....	9
1.3.3. Ahlak ve Ekonomi.....	10
1.4. Ahlak Teorileri.....	12
1.4.1. Teleolojik Teoriler.....	12
1.4.1.1. Egoizm Teorileri.....	12
1.4.1.2. Faydacılık Teorileri.....	13
1.4.1.2.1. Eylem Faydacılığı.....	13
1.4.1.2.2. Kural Faydacılığı.....	14
1.4.1.3. Erdem Ahlakı.....	15

1.4.2. Deontolojik Teoriler .....	16
1.4.2.1. Kant Ahlakı .....	17
1.5. İş Ahlakı.....	19
1.5.1. İş Ahlakının Özellikleri .....	20
1.5.2. İş Ahlakının Önemi.....	21
1.5.3. İş Ahlakının Gelişimi.....	23

## İKİNCİ BÖLÜM

### ETİK İKLİM VE AHLAKİ KARAR ALMA

2.1. Ahlaki İkilemler .....	29
2.2. Ahlaki Olmayan Kararın Alınmasını Etkileyen Faktörler .....	32
2.3. Ahlaki İkilemlerin Çözümü .....	34
2.4. Ahlaki Olmayan Kararların Etkileri.....	35
2.5. Ahlaki Karar Alma Süreci.....	38
2.6. Ahlaki Karar Alma Modeli .....	41
2.7. Etik İklim .....	43
2.8. Etik İklimin Alt Boyutları .....	45
2.9. Etik Kriterler .....	49
2.9.1. Egoizm.....	49
2.9.2. Yardımseverlik .....	50
2.9.3. İlkelilik.....	50
2.10. Etik Analiz Odağı.....	51
2.10.1. Bireysel Etik Analiz Odağı .....	51
2.10.2. Örgütsel Etik Analiz Odağı .....	51
2.10.3. Evrensel Etik Analiz Odağı.....	52
2.11. Araştırma Kapsamında Yapılan Bilimsel Çalışmaların İncelenmesi.....	55

2.11.1. Etik İklim Konusunda Yapılan Bilimsel Çalışmalar.....	55
2.11.2. Etik İklim ve Ahlaki Karar Alma Konusunda Yapılan Bilimsel Çalışmalar .....	59
2.11.3. Etik İklim ve Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Bilimsel Çalışmalar .....	62
2.11.4. Etik İklim ve Bankacılık Sektörü Üzerinde Yapılan Bilimsel Çalışmalar.	64

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BİREYSEL VE KURUMSAL ÖZELLİKLER AÇISINDAN ETİK İKLİMİN BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ARAŞTIRILMASI

3.1. Bankacılık Sektörü.....	67
3.2. Araştırmanın Amacı .....	69
3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri .....	70
3.4. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama.....	75
3.4.1. Örneklem .....	76
3.4.2. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi.....	77
3.4.2.1. Örnekleme Ait Demografik Göstergeler .....	77
3.4.2.2. Araştırma Değişkenlerine Ait Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar.....	79
3.4.2.3. Güvenilirlik Analizi.....	80
3.4.2.4. Faktör Analizi.....	81
3.4.3. Hipotez Testleri .....	85
3.5. Araştırmanın Kısıtları.....	108
3.6. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	108
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	111
KAYNAKÇA.....	116
EK: ETİK İKLİM SORU FORMU .....	131



## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1:</b> İş Ahlakına Genel Bakış .....	23
<b>Şekil 2 :</b> Ahlaki Karar Alma Süreci .....	42
<b>Şekil 3:</b> Araştırmanın Modeli .....	70

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1 :</b> Etik İklim Alt Boyutları .....	47
<b>Tablo 2 :</b> Güncellenen Etik İklim Alt Boyutları.....	53
<b>Tablo 3 :</b> Bankacılık Sektöründe Çalışan Sayısı .....	76
<b>Tablo 4:</b> Kişisel Demografik Özellikler .....	78
<b>Tablo 5:</b> Kurumsal Demografik Özellikler .....	78
<b>Tablo 6:</b> Değişkenlere Ait Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri .....	79
<b>Tablo 7:</b> Etik İklim Algısını Ölçmek Amacıyla Hazırlanan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	81
<b>Tablo 8:</b> KMO ve Bartlett Testi .....	81
<b>Tablo 9:</b> Etik İklim Soru Ölçeğine Yönelik Faktör Analizi Sonuçları.....	82
<b>Tablo 10:</b> Açıklanan Toplam Varyans .....	83
<b>Tablo 11:</b> Etik İklim Algısı Açısından Banka Çalışanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları.....	86
<b>Tablo 12:</b> Etik İklim Algısı Açısından Banka Çalışanlarının Medeni Durum Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları.....	87
<b>Tablo 13:</b> Etik İklim Algısı Açısından Yaş Değişkenine Göre One Way Anova Testi Sonuçları .....	88
<b>Tablo 14:</b> Etik İklim Algısı Açısından Eğitimi Durumu Değişkenine Göre One Way Anova Testi Sonuçları .....	92
<b>Tablo 15:</b> Etik İklim Algısı Açısından Tecrübe Süresi Değişkenine Göre One Way Anova Testi Sonuçları.....	94

<b>Tablo 16:</b> Etik İklim Algısı Açısından Banka Çalışanlarının Pozisyon Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları.....	98
<b>Tablo 17:</b> Etik İklim Algısı Açısından Bankaların Sermaye Yapısı Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları.....	100
<b>Tablo 18:</b> Etik İklim Algısı Açısından Banka Türü Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları .....	101
<b>Tablo 19:</b> Hipotez Sonuçlarına Ait Özet Tablosu .....	107

## KISALTMALAR LİSTESİ

**ABD:** Amerika Birleşik Devleti

**BDDK:** Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu

**ECQ:** Etik İklim Ölçeği (Ethical Climate Questionare)

**TBB:** Türkiye Bankalar Birliği

**TEDMER:** Türkiye Etik Değerl Merkezi

**TÜSİAD:** Türkiye İş Adamları Derneği

## GİRİŞ

Günümüzde rekabetin artması ile işletmeler varlığını devam ettirebilmek için daha fazla çaba sarf etmek zorundadır. Bunun yanında, işletmelerin farklı coğrafyalarda faaliyet gösterme ve ekonomik bir güç haline gelme isteği, bu işletmeleri ahlaki davranışlardan uzaklaştırabilmektedir.

Yaşanan ekonomik gelişmeler günümüzde birçok değişimi beraberinde getirmiştir. Bu değişimin içinde, insan değerlerinin bozulması, adam kayırma, rüşvet, iş sürecinde birbirini aldatma gibi ahlaki değerleri zayıflamış olgular yer almaktadır. İşletmelerin çok büyük insan, finans ve teknik kaynakları yönetmesi ve büyük kazançlar elde ederek büyük güç oluşturmaları arkasındaki gerçekler, her zaman şüphe uyandırmaktadır. Yaşanan birçok skandaldan sonra şirketler inandırıcılığını yitirmiştir. Bugün toplum için, işletmelerin tamamen masum olduğuna inanmak güç hale gelmiştir

Özellikle 21. Yüzyılla birlikte çalışma hayatında ahlaki olmayan kararların ve davranışların artması, birçok kişinin dikkatini bu konuya yönlendirmiş ve günümüzde iş ahlakı, üzerinde önemle durulan konulardan biri olarak yerini almıştır. Ahlaki olmayan uygulamaların neden olduğu toplumsal ve ekonomik olumsuzluklar, işletmeleri bu konuda daha özenli davranmaya itmiştir. Bugün gerçekleştirdiği faaliyetlerini ahlak temeline oturtmayan hiçbir işletme toplum tarafından kabul görmemektedir. Toplum ve işletme arasındaki etkileşimde geline nokta işletmelere birçok sorumluluk düşmektedir. Toplum içinde varlığını devam ettirmek ise işletmelerin insanlar üzerinde oluşturduğu güven ve samimiyete bağlanmıştır.

Toplum ile işletme arasındaki ahlaki ilişkinin bir sonucu olarak ortaya çıkan sorumluluk anlayışı, son yıllarda üzerinde en çok durulan ve tartışılan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmelerin faaliyetlerinde sadece kendi çıkarlarına yönelik hareket etme ve karlarını maksimize etme anlayışı geride kalmıştır. İşletmelerin faaliyetlerini yürüttüğü topluma karşı sosyal, ekonomik ve çevresel konularda sorumlulukları vardır.

Küresel rekabet ve yaşanan sosyal değişim nedeniyle her geçen gün önemi artan iş ahlakı, dengeli toplum ve sürdürülebilir kalkınma için vazgeçilmez bir unsurdur. Yapılan araştırmalar, son yıllarda sanayileşmiş ülkelerin, iş ahlakını kalkınmada bir araç olarak kullandığını göstermiştir. İş ahlakı, işletmenin yürüttüğü faaliyetlerin doğru ya da yanlış olmasıyla ilgilidir. Yöneticilerin, çalışanların ve yatırımcıların işletme faaliyetini kapsayan tüm davranışları iş ahlakının kapsamındadır.

1980'ler ile birlikte kamu kesiminde ve akademik çevrede iş ahlakı konusuna, bununla birlikte etik iklime karşı ilgi büyük ölçüde artmıştır. İş ahlakı, organizasyon uygulamalarında etik iklim aracılığıyla var olmaktadır. Etik iklim, çevredeki ortak algılamalar ile oluşur. İşletmede bireyin alacağı kararın sonuçları organizasyonun diğer üyelerini ilgilendiriyorsa doğrunun nasıl tespit edileceğini bu ortak algılar belirler. Çalışanların algıladıkları etik iklim, çalışan davranışlarının belirleyicisi ve kurumun toplum içindeki ahlaki yapısını belirleyecektir.

Ahlak konusunun günümüzde oldukça önemli bir hale gelmesi, etik iklimin ahlaki problemlerin çözümü üzerinde kurumların ortak algılarının belirleyicisi olması, araştırmamızda bu konuyu ele alma gerekçelerini oluşturmaktadır. Bu kapsamda, çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölüm, teorik ve son bölüm ise araştırma bölümünden oluşmaktadır. Birinci bölümde, ahlak kavramı, önemi, ahlak ve etik ilişkisi, ahlakın diğer bilimlerle ilişkisi, ahlak teorilerinden teleolojik ve deontolojik teoriler; daha sonra iş ahlakı, iş ahlakının önemi, özellikleri, gelişimi konuları ele alınmıştır. İkinci bölümde, ahlaki karar alma ve etik iklim konuları üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda ahlaki olmayan kararların alınmasını etkileyen faktörler, ahlaki ikilemler, bunların çözüm yolları, ahlaki kararlar alınmaması durumunda toplumsal ve çevresel etkileri, ahlaki karar alma süreci ve modeli üzerinde durulmuştur. Daha sonra, ahlaki kararların temelini oluşturan etik iklim konusu, etik iklim alt boyutları ve literatür incelenmiştir. Son bölüm olan araştırma bölümünde ise, Türkiye Bankalar Birliğine bağlı bankaların genel müdürlüklerinde çalışan yönetici ve uzmanlar üzerinde, etik iklimin ahlaki karar alma süreci üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu bölümde, araştırmanın amacı, modeli, hipotezler, kısıtları, yöntemi ve veri toplama konuları anlatılmıştır. Son olarak, bulguların değerlendirilmesi, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

Bankacılık sektörünün toplum ve ekonomik sistem üzerinde önemli bir etkiye ve büyük bir sermaye kaynağına sahip olması nedeniyle araştırma bölümü için bankacılık sektörü tercih edilmiştir. Sektördeki bankaların, BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu)'ya bağlı olarak faaliyetlerini yürütmesi ve uyması gereken kanunların, kuralların, prosedürlerin, meslek kodlarının varlığı nedeniyle sektörde “yasalar, kurallar ve politikalar” etik ikliminin baskın olarak çıkması beklenmektedir. Ayrıca, demografik değişkenlerin etik iklim algısı üzerinde anlamlı bir farklılık yaratması diğer bir beklentidir.

Araştırmamız, iş ahlakı konusu kapsamında tüm bankaları konu edinmektedir. Taşındığı tüm kısıtlara rağmen, bu araştırmanın, iş ahlakı literatüründe son yıllarda oldukça önem kazanan etik iklim konusunu ele alması ve sonuçlarını ahlaki karar alma çerçevesinde inceleyerek bankacılık sektöründeki yöneticilere yol göstermesi açısından teorik ve pratik anlamda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## İŞ AHLAKI

### 1.1. Ahlak Kavramı ve Önemi

Ahlak kavramı üzerinde, standart bir tanımdan söz etmek mümkün değildir. Literatür taraması sonucunda, birey ya da toplum davranışlarının doğru ve yanlış olarak değerlendirilmesi, yapılan tüm tanımlamalarda ortak değerdir. Ahlak, neyin haklı ya da haksız; yanlış ya da doğru; adaletli ya da adaletsiz; uygun ya da uygunsuz olduğunu, ahlaki olmayan davranışa neden olabilecek yanlışların ve doğruların ne olduğunu gösteren değerler ve ilkeler topluluğudur. Ahlaki sorulara uygun olacak gerçekleri derinlemesine inceler.<sup>1</sup>

Ahlak, neyin iyi ve kötü, neyin ahlaki görev ve zorunluluk olduğudur. Ayrıca, ahlaki ilkeler ve değerlerle de ilgilidir. Ahlaki davranışlar ise, doğru ve yanlış davranış ilkeleri ile ilgilidir.<sup>2</sup> Ahlak, davranışı belirleyen eylem kurallarıdır. Bu kurallar belli durumlarda nasıl davranmamız gerektiğini söyleyen kurallardır. İyi davranmak ise bu kurallara uymak demektir.<sup>3</sup>

Bireylerin ahlaki kişiliğinin oluşmasında ailenin, inancın, eğitimin önemli<sup>4</sup> olduğu görüşüne ek olarak günümüzde iletişim araçlarının ve sosyal medyanın etkisinin olduğu yadsınmaz bir gerçektir. Toplumdan topluma değişmekle birlikte ahlaki kişiliğin yerleşmesinde, sayılan bu unsurlardan biri bir toplumda daha etkinken bir başka toplumda diğer unsurlar etkinliğini artırmaktadır. İletişim ve sosyal medyanın dünyanın her kesiminde bulunan insanlar tarafından kullanılması, bu araçların bireylerin ahlaki kişiliğinin oluşmasında etkinliğini arttırmıştır.

---

<sup>1</sup> Manisha PALIWAL, **Business Ethics**, New Delhi: New Age International L. Publishers, 2006, s.4.

<sup>2</sup> Archie B. CARROLL, Ann K. BUCHHOLTZ, **Business and Society: Ethics and Stakeholder Managament**, 7th Ed., United States of America: South-Western Cengage Learning, 2008, s.242.

<sup>3</sup> E. DURKHEIM, **Ahlak Eğitimi**, Çev. Oğuz ADANIR, İzmir: Dokuz Eylül Yay., 2004, s.38.

<sup>4</sup> Kenneth R. ANDREWS, "Ethics in Practice", **Harvard Business Review**, (September – October) 1989, s.2.

Toplumsal düzen, yasaların belirlediği ölçüde yönlendirilebilecek, tarihsel bir gelişmenin ürünü değildir.<sup>5</sup> Birey ve toplumlar açısından ahlaki değerler olmazsa olmaz unsurlar olarak belirlenmektedir. Her birey ve toplumun kendine özgü ahlaki bir yapısı vardır. Bu yapı ya da ahlaki değerler, insan ve toplumların düşünce ve davranışlarını yakından etkilemektedir.<sup>6</sup> Birey ve toplum açısından sosyal bir olgu olan ahlakın, toplumsal düzen sağlanmasının en temel unsuru olduğunu söyleyebiliriz. Üstelik bu düzen sürdürülebilirliğin şekli ve yönü üzerinde de etkili olmaktadır.<sup>7</sup>

Ahlak, birey ve toplum hayatına yön veren temel bir gerçekliktir.<sup>8</sup> Toplumsal gelişimin ve toplumsal yapının şeklini belirleyen ahlak, insan davranışlarının ve ilişkilerinin nasıl olması gerektiğiyle ilgili bazı amaçları vardır. Bunlar:<sup>9</sup>

- En temel amaç kusursuz insanı tanımlamak ve buna uygun standartlar düzenlemek,
- Ahlaki normlar oluşturmak,
- İnsan davranışlarını konu alan tüm çalışmaları esas alarak neyin ahlaki neyin ahlaki olmadığını belirlemek,
- Bir görüşü veya tutumu, geneli kapsayacak şekilde ifade etmek,
- Standart ve normları, insan davranışlarına yönelik kabul edilebilir yargılara dayandırmak, ahlakın toplum hayatı içindeki amaçlarından bazılarıdır.

Ahlak bilimi, ahlaki kurallardan oluşur ve subjektiftir.<sup>10</sup> Spesifik olarak doğru ve yanlışın belirlenmesi mümkün değildir. Farklı kültür, değer ve normlara sahip topluluklar için kabul edilebilir ve kabul edilemez davranışlar değişiklik göstermektedir. Bu yüzden de, ahlaki kuralların standartlaşması mümkün değildir, bu kurallar toplumdan topluma farklılık gösterebilmektedir. Ancak unutmamak gerekir

---

<sup>5</sup> Oğuz ADANIR, “Bilim, Ahlak, Sanat”, **Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Güzel Sanatlar Dergisi**, 2010, s.85, (Çevrimiçi)

<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/gsf/article/viewFile/3152/3044>, (3/12/2011).

<sup>6</sup> Mustafa GÜNDÜZ, **Ahlak Sosyolojisi**, Ankara: Anı Yay., , 2005, s. 181.

<sup>7</sup> Selim YAZICI, “Towards Corporate Sustainability: The Link Between Business Ethics, Corporate Governance and Corporate Social Responsibility”, **İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No.43, Ekim, 2010, s.8.

<sup>8</sup> Ali AKDOĞAN, “Sosyal Gelişimin iki Dinamiği: Bilim ve Ahlak”, **Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi**, No.3, 2009, s.41.

<sup>9</sup> Manisha PALIWAL, a.g.e., s.5.

<sup>10</sup> Coşkun Can AKTAN, **Ahlak ve Ahlak Felsefesi**, İstanbul: ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını, 1999, (Çevrimiçi) <http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/ahlak-felsefesi/din-ahlak.htm>, (03/12/2011).



ki en üstün ahlak kuralları evrenseldir. Yani din, ırk, ülke farkı tanımazlar; sevgi, yardımlaşma, doğruluk, dürüstlük, insan severlik, acıma vb. duygular her toplumda geçerlidir.

Ahlaki ilkeler ve kurallar, toplumun birleştiricileri olarak ortak yaşamı mümkün kılar, toplum düzenini sağlar. Ahlakın çıkış noktası, bireylerin birbirleri ile ilişkilerini hakkı temel alan esaslara göre düzenlemek, insanların ve kuruluşların eylemlerinin toplumsal hayata zarar vermesini önlemek gibi hayati nedenlere dayanmaktadır. Zira herhangi bir toplumsal kurum, ahlak ilkeleri olmadan yaşamını sürdüremez. Ahlaki ilkeler toplumun birleştiricileri olarak ortak yaşamı mümkün kılar, toplum düzenini sağlar.<sup>11</sup> Sosyal gelişmenin sağlanabilmesi için toplumsal unsurların her birinin gelişme ve ilerleme sürecinde olması gerekmektedir.<sup>12</sup> Hayatın dinamiklerinin bir araya getirilmesi, sağlam bir temelde ilerleyebilmesi toplumun ahlaki yapısına bağlıdır.

Bütün birey ve toplum için aranan ve amaçlanan değerlere ulaşmak, ahlak ilkelerini esas almakla mümkündür. Ahlak ilkeleri:<sup>13</sup>

- Adalet,
- Doğruluk,
- Tarafsızlık,
- Sorumluluk, unsurlarını kapsamaktadır.

Günümüzde yaşanan küreselleşmeyle birlikte iş dünyasında bu ahlaki ilke ve uygulamaların oluşması gerekmektedir. Bu oluşumla birlikte, ortak bir hareket alanı bulan işletmeler faaliyetlerini gerçekleştirebilmekte ve büyüebilmektedir. Örneğin, BM'nin dünyada 6200'ün üzerinde kuruluş tarafından imzalanmış olan "Küresel İlkeler Sözleşmesi" çevre, çalışma koşulları, insan hakları ve yolsuzlukla mücadele konularından oluşan bir ahlaki ve sorumluluk manifestosudur. Tarihsel sürecin bir sonucu olarak işletmeler ve yöneticiler için ahlak, en önemli yönetim konuları arasında yer almıştır, ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet avantajını sürdürmek için, ahlak kodu olmayan ve sosyal sorumluluk projeleri yürütmeyen büyük şirketler kalmamıştır. İşletme stratejilerinin oluşturulmasında, ahlaki boyut ve paydaş

---

<sup>11</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, **Dünyada Ve Türkiye'de İş Etiği ve Etik Yönetimi**, İstanbul: TÜSİAD Yayınları, 2009, s.31.

<sup>12</sup> Ali AKDOĞAN, a.g.e., s. 37.

<sup>13</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.32.

yönetiminin değerlendirilmeye alınması zorunlu hale gelmiştir. Yönetici atamalarında ve terfilerde ahlak kriteri öne çıkmaya başlamıştır. Şirketler yıl sonu raporlarda ahlak ve sosyal sorumluluk politikalarına yönelik raporlarını kamuoyuna sunmakla birlikte tarafsız bazı işletmelere de değerlendirme yaptırmaktadır.<sup>14</sup>

## 1.2. Ahlak ve Etik İlişkisi

Ahlak ve etik kavramları bugün üzerinde en çok tartışılan konulardandır. Birbirinin yerine kullanılmakla birlikte, farklı anlamlar içermektedir. Etik, bireyleri ve grupları yöneten davranış ilkelerini inceler. Bu da ahlakın kapsamında olan bir çalışmadır. Ahlak ise, birey ve gruplarla ilgili neyin doğru neyin yanlış olduğunu söyleyen standartlardır. Etik, ahlaki standartları inceleyen bir disiplindir, yani bir ahlaki standartlar çalışmasıdır. Etiğin amacı bir ahlaki standart yapısı oluşturmaktır. Üzerinde titizlikle çalışılmış ve adaletli bir şekilde hazırlanmış olan bu standartların kabul edilebilir ve uygulanabilir olması gerekir.<sup>15</sup>

Ahlak, insan olarak bireylerin faaliyetlerine rehberlik eden kuralları düzenler. Neyin doğru ve yanlış olduğunu söyleyen ahlak, etik ilkelerle bireylere faaliyetlerinde yardımcı olur.<sup>16</sup> Etik, insanların birbirleriyle ilişkilerinde yol gösterici davranış kurallarına dayalı bir sistemdir ve hukuka, düşünmeye ve felsefeye dayalı davranış ilkelerini içermektedir. Ahlak ise, çoğu zaman dinsel inançlarımızın bir parçası olan kurallardan hareket etmekte, dinsel inançlara göre uyulması gereken kurallar bütününe kapsamaktadır. Etik ilkeler, evrensel ve herkes için geçerliliği olan bir özellik taşıırken; Ahlak göreceli, töresel ve toplumdaki topluma değişen bir nitelik göstermektedir.<sup>17</sup>

Etik bazen ahlak anlamında kullanılmaktadır. Yani belirli bir grupta, belirli bir zamanda, kişilerin değerlendirmeleri ve davranış normları sistemleri anlamında kullanılmaktadır. Bunlar genel olarak neleri yapmaları, neleri yapmamaları gerektiğine ilişkin normlardır. Bu ahlak normlarının etik ile karıştırılmaması gerekir. Etik, bir yazılı normlar bütünü, bir grup insanın belirli amaçlarla oluşturduğu norm bütünüdür.<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.55.

<sup>15</sup> Manuel G. VELASQUEZ, **Business Ethics Concepts & Cases**, Seventh Edition, USA: Pearson Education, 2012, s.12-13.

<sup>16</sup> S. S. GULSHAN v.d., **Law, Ethics and Communication**, New Delhi: New Age International Publishers, 2008, s. 619.

<sup>17</sup> Sibel GÖK, “İş Etiği ile İş Ahlakı Arasındaki İlişki ve Çalışma Yaşamında İş Etiğini Etkileyen Faktörler”, **Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi**, C.5, No.1, 2008, s.8.

<sup>18</sup> İoanna KUÇURADİ, “Etik ve Etikler”, **Türkiye Mühendislik Haberleri**, No.423, C.1, 2003, s.8.

### 1.3. Ahlakın İlgili Diğer Bilimlerle İlişkisi

Ahlak, birçok bilimle sıkı ilişki içerisindedir. ve bu bilimler birbirlerini beslemektedir. Bu araştırmada, Ahlak ve Din, Ahlak ve Hukuk, Ahlak ve Ekonomi bilim dalları arasındaki ilişki ele alınacaktır.

#### 1.3.1. Ahlak ve Din

Toplumun hayat tarzının dini yönden şekillenmiş olmasının sonucu olarak, dinin ahlakın tayin ve tespitinde rolü bulunmaktadır.<sup>19</sup> Ahlak gibi din de insanın hem kendisiyle hem de toplumla barış içerisinde yaşaması için kurallar koyar.<sup>20</sup>

Ahlak ve din arasında yakın benzerlikler olmasına karşın çatışmalar da vardır. Dini ahlakın savunucuları insanı; iyiye, doğruya ve güzele götüren şeyin “iman” olduğunu savunurlar. Onlara göre dini inançları olmayan bir kimse ahlaki davranamaz ve iyiyi kötünden ayıramaz. Bu çerçevede, dinin manevi disiplin sağlayacağı belirtilir. Ahlak kurallarını tamamen dine bağlamayan ve dinden bağımsız olarak kendiliğinden oluştuğunu savunan bazı ahlak savunucuları ise, insanın dini inançları olmadan da ahlaki değer yargılarını kabulleneceğini ve bunlara uyacağını savunurlar.<sup>21</sup> Ahlaki kurallar inançlı olmayan insanların içinde vardır ve tüm toplum bireylerine yöneliktir. Ayrıca din kuralları yaşamın her alanında karşılaştığımız problemlere yönelik çözümler üretmez, ancak ahlaki kurallar hayatın her ayrıntısında vardır.<sup>22</sup>

Günümüzde toplumdaki insanların birbirlerine, topluma karşı davranışları hukuk kuralları çerçevesinde düzenlenmiş olmasına rağmen din ve ahlak kuralları da hem hukukun özünde hem de yanında toplumu düzenlemektedir. Bunlarla birlikte din kurallarının uygulama gücü öbür dünyaya da aittir. Ahlak kurallarının uygulama gücü ise toplumun bir davranışı iyi veya kötü olarak değerlendirmesine bağlıdır.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Ünver GÜNAY, “İktisadi Ahlak ve Din”, **Atatürk Üniversitesi E-Dergileri**, No.7, 1986, s.114.

<sup>20</sup> Mevlüt KAYA, Cüneyd AYDIN, “Üniversite Öğrencilerinin Dini İnanç İle Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, No.30, 2011, s.37.

<sup>21</sup> Coşkun Can AKTAN, a.g.e., (Çevrimiçi) (03/12/2011).

<sup>22</sup> Ethics Across the Curricula Committee, “Ethics 101- A Common Ethics Language For Dialogue”, **IBPE**, 2007, s.4.

<sup>23</sup> Berrak KURTULUŞ, “İş Ahlakı: Geçmişte ve Günümüzde”, **Sosyal Siyaset Konferansları**, 50. Kitap, 2001, s.739.

Weber “Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu” adlı eserinde ekonomik davranışı dinsel davranış ve tutumlar ile açıklamış ve dinsel değerlerin toplumsal gelişmedeki rolünü belirtmiştir. Kapitalizmin gelişmesinde Protestanlığın önemli olduğunu belirtmekte ve Protestan ahlakını, kapitalizmin ruhu olarak görmektedir. Protestanlığın, kapitalizmin oluşmasının tek nedeni olmadığını ama nedenlerinden biri olduğunu savunmaktadır. Weber Protestan ahlakının kaynağının, Kalvinist (Protestanlık mezhepleri arasında en yaygın olanı) teoloji olduğunu saptamış. Kalvenizmin temel ilkesi, ilahi takdir öğretisidir. Bu öğretiye göre insanlar kurtuluşa ermek için zenginliğe yönelirler, onlar zenginleşerek ibadetlerini yerine getirirler. Kapitalizmden kasıt, modern endüstriyel kapitalizmdir. Eskiden yaşam biçimini belirleyen öğelerin en önemlileri büyü, dini güçler ve bunlara duyulan inançla ortaya çıkan ahlaki ödev duygusuyken modern zamanlarda yaşam biçimini, akıl ve mantığa dayalı ödev duygusu şekillendirmektedir. Weber, ahlakın, ödevin unutulmasıyla zedeleneceğini ileri sürmektedir. Yeni kapitalist düzenle insanların ruh ve yürek yoksunu, zevk insanları haline geleceğini belirtmiştir. Başlangıçta Protestan ahlak ekonomik gelişmeyi belirlerken, geliştikten sonra kapitalizm Protestanlığa yön vermiştir. Protestan ahlakı, dini faaliyetlerin sonucunda başarılı iktisadi kazancı getirmiştir. Din, insanlara sürekli çalışmalarını, üretmelerini ve yatırım yapmalarını gerektiğini emretmiştir. Nitekim Protestan ahlakı, hem karın artmasını, hem de bu karın büyük kısmının yeniden üretime yatırılmasını sağlamıştır. Protestan ahlakının ekonomik hayata kazandırdığı en önemli erdem, bir meslek içinde düzenli çalışmanın dini bir görev olduğu bilincidir. Bununla birlikte iyi bir ticaret ahlakı temin etmiştir.<sup>24</sup>

### **1.3.2. Ahlak ve Hukuk**

Ahlakın amacı mutluluktur ve yaşamın da bundan başka amacı olamaz. Ahlak, her bireyin, yani herhangi bir toplumun her bireyinin mutluluğu ve eylemleri ile ilgilendir. Ahlak ve hukukun göz önünde bulundurdıkları veya bulundurmamak zorunda oldukları amaç, aynı doğaya sahiptir.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Max WEBER, **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**, Ç: Zeynep GÜRATA, Üçüncü Baskı, Ankara: Araç Yayınevi, Temmuz 2002, ss.4-22.

<sup>25</sup> Jeremy BENTHAM, “Ahlak ve Yasama İlkelerine Giriş”, Çev. Aysel DOĞAN, **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, C.57, No.4, 2008, s. 384.

Bazı durumlarda hukuk kuralları işlevselliğini yitirir ve bu durumlarda ahlak devreye girer. Bu durumları ise şöyle sıralayabiliriz.<sup>26</sup>

1. Cezanın temelsiz olduğu durumlar,
2. Cezanın etkisiz olduğu durumlar,
3. Cezanın kazançlı olmadığı durumlar,
4. Cezanın gereksiz olduğu durumlardır. Bu durumlarda yasama işe karıştırılmamalı, bunun yerine ahlak işe karıştırılmalıdır.

Hukuk kurallarını ahlak kurallarından farklı kılan bazı unsurlar mevcuttur. Hukuk kuralları ahlaki kurallardan farklı olarak yetkili organlarca düzenlenmekte, uygulanmakta ve devlet gücüyle yaptırıma tabi kalmaktadır. Ahlaka uymamanın cezası ise toplum tarafından dışlanma, kınama, ayıplama gibi yaptırımlarla karşılaşır.<sup>27</sup>

Hukuk nelerin yapılmaması ile ilgilenirken ahlak kuralları nelerin yapılması konusuna adapte olur. Bu yüzden ahlaki kurallar hukuk kurallarından daha geniştir.<sup>28</sup>

### **1.3.3. Ahlak ve Ekonomi**

Ahlak ve ekonomi, ahlak felsefesi alanında en çok tartışılan konulardan biridir. Mevcut ekonomik sistemden ahlakı soyutlamak mümkün değildir. Ahlak kurallarının etkin olmadığı ekonomik sistemlerde, sağlıklı işleyen bir mekanizmadan söz edemeyiz. İnsanların evrenin doğal düzenini anlayabileceği ve ekonomide devletin rolünü sınırlandıran ve günümüzde hakim olan kapitalist ekonomik sisteme, ekonomik eşitsizlik, güvensizlik, maddi değerlerin ön plana çıkarmak, hak edilmemiş gelirlere sahip olma, israf, sömürü, istismar ve yabancılaşıma yol açma gibi konularda eleştiriler gelmektedir. Kapitalist sistemin uzun vadede sağlıklı işlemesi, bireyin kendi çıkarına değil, uzun vadeli toplum çıkarına yatırım yapmasını gerektirmektedir.<sup>29</sup>

Alışılmış iktisat literatüründe her insanın, kendi tüketimine bağlı olan ve bütün tercihlerini belirleyen fayda fonksiyonunu maksimize ettiği düşünülür. Etik

<sup>26</sup> Jeremy BENTHAM, a.g.e., s. 386.

<sup>27</sup> Selma BAKTIR, "Ticari Ahlak", *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C.16, No.2, 2001, s.6.

<sup>28</sup> Manisha PALIWAL, a.g.e., s.7.

<sup>29</sup> Şevki ÖZGENER, *İş Ahlakının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım*, 2. Baskı, Ankara: Nobel Yayın, 2009, s. 23.

düşünceleri ise insana kendi refahi dışında bir amacı maksimize etmesini telkin edebilir. Aynı zamanda, kişisel refah, insanın kendi tüketiminden daha geniş bir tabana oturtmaya yöneltebilir. Davranış sosyal bir olgudur ve başka insanların hedeflerini ve işin içinde var olan karşılıklı bağımlılıkları göz önüne alan bir birliktelik duygusunu yansıtabilir. Başka insanların hedefleri insanın kendi hedefleri içinde olmasa bile, karşılıklı bağımlılığın kabulü belirli davranış kurallarına uymayı teşvik eder.<sup>30</sup>

Adil olmayan gelir dağılımına ve sömürüye yol açtığı düşüncesinden hareketle, özel mülkiyet yerine toplumsal mülkiyet anlayışına dayalı olan sosyalist sistemde mülkiyet hakkına yer yoktur. Devlet, sosyal adaleti sağlamak ile görevlidir. Ancak, devletin ekonomiye yaptığı müdahaleler de fakirliği ve gelir dağılımındaki adaletsizliği ortadan kaldırmadığı iddia edilmektedir.<sup>31</sup>

Protestan ahlak; hak eşitliği, düşünce özgürlüğü, kar peşinde koşma, servet ve maddi başarıya saygı gibi liberalist ideolojinin başlıca öğelerinin toplum hayatına yerleşmesinde büyük katkılar sunmuştur.<sup>32</sup> Ekonominin bireylerin özgür karar ve tercihleri doğrultusunda işlemlerini savunan bir ekonomik sistem olan Liberalizm, yani serbest piyasa ekonomisinin toplumda ahlaki değerleri yıpratıldığı, iş ahlakının bozulmasına neden olduğu, manevi değerleri yok ederek tamamen maddiyatçı bir toplum yapısı yerleştirdiği yönünde eleştirilere maruz kalmaktadır. Liberal ekonomik düzen, birey özgürlüklerini ihlal edici zorlamaları ahlak dışı kabul eder. Piyasa ekonomisinde devletin temel görevlerinin başında rekabet düzenini oluşturmak, yıkıcı ve haksız rekabeti önlemek gelmektedir. Bu açıdan rekabet, iş ahlakını bozmak yerine onu tesis etmenin temel aracı olarak görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında liberalizmin ekonomide bencilliği (egoizmi) yaygınlaştıran yönünün gayri ahlaki değil, aksine ahlaki olduğu sonucuna varılabilir.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Amarta SEN, **Etik ve Ekonomi**, Ç: Ali SÜHA, İstanbul: Doğan Kitap, Aralık 2003, s.70-72.

<sup>31</sup> Coşkun Can AKTAN, “Yeni Dünya Düzeni ve Yeni Global Değerler”, **İstanbul: ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını**, 2002, (Çevrimiçi) [www.canaktan.org/yeni-trendler](http://www.canaktan.org/yeni-trendler) (12.06.2013)

<sup>32</sup> Max WEBER, a.g.e., s.23.

<sup>33</sup> Coşkun Can AKTAN, a.g.e., (Çevrimiçi) (12.06.2013)

## 1.4. Ahlak Teorileri

Birçok araştırmacı tarafından ahlaki karar alma yaklaşımları iki yönlü olarak incelenmiştir. Bu yaklaşımlar ise, Jeremy Bentham'ın, John Stuart Mill'in Teleolojik (faydacılık) Teorisi ve Immanuel Kant'ın Deontolojik Teorisidir.<sup>34</sup> Ahlaki karar almada rehberlik eden bu yaklaşımlar bireylerin nasıl davranması gerektiğiyle ilgili yardımcı olmaktadır. Bu kapsamda araştırmamızda ahlak teorileri, teleolojik ve deontolojik ahlak teorileri olarak ele alınacaktır.

### 1.4.1. Teleolojik Teoriler

Teleolojik teoriler davranışların sonuçlarıyla ilgilenir, bu yüzden de günümüzde bu teori "sonuçsalcı teori" olarak da kullanılır. Bir eylem; memnuniyet, fayda, kariyer gelişimi, kendi çıkarlarını gerçekleştirme, zenginlik gibi arzu edilen bir sonuç doğurabiliyorsa, bu eylem doğru ve ahlaki olan eylemdir.<sup>35</sup> Bu yüzden, sonuç, kullanılan yolları ve araçları meşrulaştırmaktadır, eğer eylemin sonucu iyi ise, bu eylem doğrudur.<sup>36</sup>

Teleolojik teori, Egoizm, Faydacılık Teorileri ve Erdem ahlakı olarak ele alınmıştır.

#### 1.4.1.1. Egoizm Teorileri

Egoizm, amacı acıdan kaçınmak mutluluğa ulaşmak olan ilk dönem Yunan hedonistleriyle (hazcılar) ilişkilendirilmektedir. Birey için davranış sonuçlarının doğru ve kabul edilebilir olmasıdır. Egoizm birey çıkarlarını maksimize etme inancına dayanır bu yüzden de her birey için farklılık gösterir. Egoizme göre karar alma durumunda birey alternatifler arasında kendi çıkarlarını en yüksek yapacak seçeneği seçer. Egoizmle ilgili eleştirel görüşler de mevcuttur. Birçok düşünür egoist insanların ya da kurumların ahlaki olmayan karar aldıklarını, kısa vadeli düşündüklerini ve bu yüzden de herhangi bir faydaya ulaşamadıklarını savunurlar.<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> James GREEN, Keith WALKER, "A Contingency Model For Ethical Decision Making By Educational" **International Journal of Educational Leadership Preparation**, C.4, No.4, 2009, s.3.

<sup>35</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, **Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases**, Eighth Edition, United States of America: Cengage Learning, 2009, s. 155.

<sup>36</sup> İrfan ERDOğAN, "Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş", **İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi**, No. 23, 2006, s.7.

<sup>37</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.155.

### 1.4.1.2. Faydacılık Teorileri

Faydacılık teorisi sonuçlarla ilgili olmakla birlikte daha çok insanı kapsayan iyinin peşindedir. Alınan kararlarda en büyük toplam fayda ile en çok kişiye yarar sağlama anlayışı vardır. İşletme maliyeti ve kazançları, tüm paydaşları etkileyen kararlara dayanmaktadır bu yüzden fayda maliyet analizi yapılarak tüm seçenekler içinden en büyük yararı sağlayan karara varılmalıdır. Alınan kararların sonuçlarının değerlendirilmesinde insanlar üzerindeki etkisi olduğu kadar hayvanlar üzerindeki etkisi de dikkate alınmalıdır.<sup>38</sup> Herhangi bir davranışa kıyasla, yapıldığında toplam fayda içinde en büyük fayda sağlama ilkesine dayanmaktadır. Faydacılık ilkesi bizim bir şekilde faydayı ölçebileceğimizi ve zararı elemine edebileceğimizi varsayar. Öngörülebilir bir gelecek için, kararların bir bütün olarak, her bir alternatifin her bir birey için hassas biçimde, direkt ve indirekt tüm hesaplamalarını kapsaması gerekmektedir. Faydacılık, bugün ekonomi alanında ve fayda maliyet analizi tekniklerinin temelinde son derece etkili olmaktadır.<sup>39</sup>

Diyelim ki işletme bir kararla karşı karşıya ve vereceği kararın bir yönü temettü gelirini artıracakken diğer yönü işletmenin zararına yol açacak bir karar olması durumunda, bu teoriyi esas alan yaklaşımda birinci seçeneğin seçilmesi esastır.<sup>40</sup>

Bu teorinin sınırlılıklarına yönelik tartışmalar da mevcuttur. Faydacı yaklaşım, kantitatif ölçümün mümkün olmadığı değerlerle ilişkilendirildiği zaman kullanımı güçtür. Bir diğer sınırlılık ise, hak ve adaleti kapsayan durumlarda yetersiz kalabilmesidir.<sup>41</sup>

Faydacılık teorisi, Eylem Faydacılığı ve Kural Faydacılığından oluşmaktadır.

#### 1.4.1.2.1. Eylem Faydacılığı

Önemli temsilcilerinden biri olan Bentham, her bir duruma özel tüm mümkün durumların hassas bir hesaplama ile faydalarının hesaplanması gerektiğini ve bu hesaplamanın çeşitli kriterlerle temellendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Yasalar

---

<sup>38</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.156.

<sup>39</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.78.

<sup>40</sup> Milton SNOEYENBOS, James HUMBER, "Utilitarianism and Business Ethics", **İçinde: A Companion to Business Ethics**, Ed. Robert E. FREDEICK, USA: Blackwell Publishers, 1999, s.17.

<sup>41</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.83.



gibi toplumsal kısıtlamalar ya da bireysel duygularımız, ne olursa olsun en çok birey için en çok faydayı gözetecek şekilde eylemlerin gerçekleştirilmesi esasına dayanır.<sup>42</sup>

Bentham, toplumu bireylerden oluşan bir bütün olarak görür. Toplumsal fayda, bireylerin çıkarlarının toplamından oluşur. Toplumun mutluluğunu artıran bir eylem, bireysel mutlulukların toplamını artıran bir eylem olmak zorundadır. Doğru eylem birey refahını üst düzeye çıkaran eylemdir.<sup>43</sup>

Bu teori sayesinde birçok benzer durum karşısında bireyler karşılaştırma yapabilir, tahmin edilebilir, çözümleri kullanarak bir puanlama sistemi kullanabilir ve en çok kişi için en çok fayda seçeneğini belirleyebilir. Bu puan sistemi her bir karar için mantıklı gerekçeler sunar ve bireylerin her bir durum için uygulamasına imkan verir.<sup>44</sup>

Bireyler kendilerini en iyiye ulaştıracak eylem seçimlerinde bazen zorlanabilirler bu yüzden de eylem seçiminde şu adımlar izlenebilir:<sup>45</sup>

1. Eyleme ilişkin tüm ilgili alternatiflerin belirlenmesi,
2. Bireyin kendisini de içerecek şekilde eylem sonucunda, etkilenmesi muhtemel tüm bireyler listelenmesi,
3. Bu bireylerin bu eylemlerden nasıl etkilendiğine dair bir değerlendirme yapılması. Bu değerlendirme yarar ve zarar dengesini gözetecek şekilde olması gerekmektedir.
4. Son olarak da faydayı maksimum yapacak olan eylem yani en iyi yarar - zarar dengesini verecek alternatif seçilir.

Bu adımlar, alınan kararlarda belirli bir sistem getirir ve bu yaklaşımın ruhuna uygun olarak, bireylerin en çok kişi için en çok faydanın sağlanmasına yardımcı olur.

#### **1.4.1.2.2. Kural Faydacılığı**

Kural faydacılığının en önemli temsilcilerinden Mill, kararları önceden belirlenmiş kurallara göre düzenleyerek en iyi yaşama ulaşılacağını savunmaktadır.<sup>46</sup> Eylem faydacılığının aksine, önceden durumlara ilişkin bir değerlendirme yapma gerekliliği

<sup>42</sup> John Stuart MILL, **Remarks on Bentham's Philosophy**, German: GRIN, 2008, s.2-4.

<sup>43</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.34.

<sup>44</sup> John Stuart MILL, a.g.e., s.2-4.

<sup>45</sup> Milton SNOEYENBOS, James HUMBER, a.g.e., s.17-18.

<sup>46</sup> John Stuart MILL, a.g.e., s.2-4.

yoktur, eylemden ziyade kuralların fayda getirdiği bir anlayış vardır. Zarardan çok fayda sağlıyorsa, kuralın ahlaki olduğu savunulur. Kural faydacılığı, her bir duruma özgü davranışlar yerine en büyük faydayı sağlayacak ilke ve kurallara dayanır. Kurallar toplum tarafından kolaylıkla ahlaki kurallar olarak kabul görmez ancak belirlenen kural, bireylere daha fazla fayda sağlıyorsa kabul görür.<sup>47</sup>

Yapılan eylemin sonuçları acıdan çok mutluluk getiriyorsa, faydacılık kuralına göre bu eylemi gerçekleştirmek ahlaki açıdan bir zorunluluktur. Böyle bir eylemin tam anlamıyla sonuçlarını bilmeye gerek kalmadığı gibi, elde bulunan geçmişe ait delillerle, bir eylemin muhtemel sonuçları hakkında yeterli bilgiye de sahip olunabilir.<sup>48</sup> Örneğin, hırsızlık yapılmaması, birini öldürmeme, yalan söylememe kuralı gibi.

Faydacı kuralların oluşturulmasında izlenecek yolla en büyük fayda yaratılabilir:<sup>49</sup>

- Davranışlar, ancak ve ancak doğru olarak kabul edilen ahlaki kuralların gerektirdiği şekildeyse doğrudur.
- Ahlaki kural, ancak ve ancak alternatifler arasında en çok kişi tarafından kabul edilip en büyük toplam fayda sağlayacaksa doğrudur.

Alınacak kararlarda bu hususların dikkate alınması ile en büyük toplam faydaya ulaşılabilir.

### **1.4.1.3. Erdem Ahlakı**

Erdem ahlakına sahip bir kişi toplumun ortak ahlak değerleri olan çalışkanlık, duygusal akıl, şeref, adalet, yardımseverlik, merhamet gibi değerlere bağlı kişidir. Erdem kavramına ahlaki anlamda bakıldığında bir kişilik özelliği olduğu görülmektedir ve davranışlara olsun motivasyonlara olsun dolaylı şekilde yansımaktadır.<sup>50</sup>

Bugün birçok uzman tarafından rekabet, bireycilik, ekonomik çıkarlar gibi konular işletme erdemi çerçevesinde ele alınmakta ve bunların toplumsal yıkıcılığı üzerindeki etkisi tartışılmaktadır. 18. ve 19. yy. da işletmelerin, kendilerini toplumdan ayıran ve

<sup>47</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.157.

<sup>48</sup> Cengiz TORAMAN, “Muhasebe Denetiminde Etik ve Enron Örneği”, **Mali Çözüm Dergisi**, No.59, 2002, s.79.

<sup>49</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.88-89.

<sup>50</sup> Hasan OCAK, “Bir Ahlak Felsefesi Problemi Olarak Erdem Kavramına Yüklenen Anlamın İlkçağ’dan Ortaçağ’a Evrimi”, **Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi**, No.11, 2011, s.81.

takındıkları bireyci tutumları ile ekonomide baskın unsur olma anlayışları bugünün anlayışından çok uzakta kalmaktadır. Bunun yanında iş ahlakı ve iş erdemi işletmelerin bu konuya ilişkin bakış açılarına bağlı olarak şekillenmektedir. İş erdemi, toplumsal uyum taşımayan olgu olarak düşünüldüğünde, gerçekte hiçbir erdemlilik oluşmayacaktır ama toplumla uyum içinde iş erdemi gerçekleştirildiğinde bu çok önemli sosyal bir erdem olarak etki yaratacaktır.<sup>51</sup> Toplumsal etkilerden uzak olarak oluşturulmaya çalışılan iş erdemi anlayışının başarıya ulaşması mümkün değildir.

İşletmelerin kendine özgü uygulamaları olduğu gibi kendine özgü erdem anlayışlarının da olması gerekir. Muhasebe, finansal planlama, pazarlama konularındaki gibi işletmenin tüm faaliyetlerindeki erdemlilik, işletmeleri başarıya götürecektir. Özellikle işletme faaliyetlerinde dürüstlük çok önem arz etmektedir. Dürüstlük çalışanlarla, yatırımcılarla, tedarikçilerle, müşterilerle ilişkilerde en çok aranan erdem özelliklerinden biri olmakla birlikte; yalancılık asla kabul edilmeyecek, bağışlanmayacak davranışlardandır. Buradaki davranışın zihniyetten öteye giderek bireylerin alışkanlıklarına yerleşmesi gerekmektedir. Pazar şartlarındaki karmaşa, yoğun çalışma ortamı, ürün kalitesi ve müşterilerle ilişkiler kararların alınmasında birçok unsurun birlikte düşünülmesini zorunlu kılmakta, adil olmayı zorlaştırmakta ve karmaşıklaştırmaktadır. Kararlar, fırsat ve diğer ilişkili kavramlar çerçevesinde alınmalı, “dürüst bir insan olsaydı ne yapardı” anlayışı erdem ahlakının oluşması yolundaki temel taşların yerine oturmasında bireylere kolaylık sağlayacaktır.<sup>52</sup>

#### **1.4.2. Deontolojik Teoriler**

Davranış sonuçlarına odaklanmaktan ziyade davranışın temelindeki niyete ve insan haklarına odaklanır. Teorinin temelinde tüm insanlara saygı duymak yatmaktadır. Eylemin ahlakiliği, niyetinde saklıdır. Faydacılık teorisinin aksine bu teori, en büyük fayda sağlansa dahi bazı davranışlardan kaçınmamız gerektiğini savunur. Faydacılık teorisinde, bir davranış bir kişinin ölümüne dahi yol açarak çok büyük bir fayda sağlıyorsa, bu davranış kabul edilebilir bir davranıştır. Bunun aksine deontolojik teori, topluluk yerine bireysel olarak olaylara yaklaşır ve bireylerin doğruluğu ve haklılığı üzerinde durur. Ahlaki ilkeler kararların alınmasında temel teşkil eder.

<sup>51</sup> Robert C. SOLOMON, “Business Ethics and Virtue”, **İçinde: A Companion to Business Ethics**, Ed. Robert E. FREDERICK, USA.: Blackwell Publishers, 1999, s.33-34.

<sup>52</sup> Robert C. SOLOMON, a.g.e., s.34.

Örneğin; işyeri koşullarından kaynaklı bir kişinin yaralanması ya da ölmesi sonucunda, şartların maliyeti ne olursa olsun, şirketin iflasına ya da tüm çalışanların işsiz kalmasına neden olacaksa dahi, şartların kurallara uygun hale getirilmesi gerekir.<sup>53</sup>

Deontolojik teori, birey veya grupların temel görev ve haklarına dayalı olarak davranışlarını düzenlemesine dayanır. Hareket biçimini belirleyen ahlaki zorunluluklar ve görevler vardır ve birey, ahlaki prensip veya kurallardan oluşan bu rehberlere göre kararlarını vermeye çalışır.<sup>54</sup> Deontolojik teori, büyük ölçüde Kant ahlakından etkilenmiştir.

### 1.4.2.1. Kant Ahlakı

Kant ahlakı, sorunların çözümüne giden yolda önemli adımlar atar. Kant'a kadar, eylemler davranış sonucuna göre değerlendirilmiş, eylemi meydana getiren kişi önemsenmemiştir. Kant, bireyi kendi başına, bütünüyle eylemde bulunan varlık olarak ele almış, insan ilişkilerinde bireyin kendi kendisiyle yüzleşmesini sağlamıştır.

Kant en yüksek iyiye, iyi niyetle ulaşılabildiğini savunmuştur. Davranışların sonucundan ziyade arkasındaki niyet davranışlarımızı iyiye ulaştırmaktadır.<sup>55</sup> Kant, doğal ihtiyaç ve isteklerden, eğilimlerden kaynaklanan davranışları “ödeve uygun” davranışlar olarak nitelendirir ve ahlaklı davranmayı bu ödeve dayandırır. İçimizde neyi nasıl yapmamız gerektiğini söyleyen ve davranışlarımızı düzenleyen ödev duygusu vardır ve eylemlerimizi bu sorumluluk duygusu belirler. Madem ki, içimizde böyle bir sorumluluk duygusu var, özgürüz demektir. Kant, sorumlu olduğumuz için özgür olduğumuzu söylemiştir ve böylece, özgür olduğumuz için sorumlu olduğumuzu varsayan geleneksel ahlak felsefesini tersine çevirmiş olur. İnsanları, sadece çevresinde olanları bilme ihtiyacında olan varlıklar değil, aynı zamanda, ne yapması gerektiği hakkında bilgiyi kendisinde taşıyan salt pratik akla sahip bir varlık olarak tanımlamıştır.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.158.

<sup>54</sup> Cengiz TORAMAN, a.g.e., s.79.

<sup>55</sup> Norman E. BOWIE, “A Kantian Approach to Business Ethics”, **İçinde: A Companion to Business Ethics**, Ed. Robert E. FREDERICK, USA: Blackwell Publishers, 1999, s.3.

<sup>56</sup> Manfred KUEHN, **Immanuel KANT**, Ç: Bülent O. Doğan, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2011, ss.283-285.

Kant iki tür ödevden bahsetmiştir. Bunlardan ilki “hipotetik emirler” diğeri ise “kategorik emirlerdir.” Hipotetik emirler, bir şeyi elde etmek için başka bir şey yapma zorunluluğudur. Para kazanmak için insanların işe gitmesi, iyi not olmak için öğrencilerin çalışması hipotetik zorunluluk olarak belirtilmiştir. Kategorik emir ise, bir koşula bağlı olmayan emirlerdir. Etiğin temel ilkelerine dayanmaktadır. Herhangi bir amaca odaklanmadan eylemin yapılmasını emreder. İnsan onuruna saygıyı temel almıştır. Kant, kategorik emirleri çeşitli yollarla formüle etmiştir. Birçok yorumcu üç temel üzerinde anlaşmıştır. Bunlar:<sup>57</sup>

1. Genel bir kanun olmasını isteyebileceğin maksimler (pratik istenç) doğrultusunda davran,
2. İnsanlığı, kendinde ve başkalarında hiçbir zaman bir araç olarak değil, hep bir amaç olarak göreceğ şekilde davran,
3. Davranışlarını özerklik içinde gerçekleştir.

Kant, bu genel kanunlarıyla, hayattaki bütün davranışların ahlaka uygun olup olmadıklarını kesin olarak açığa çıkaracak kriterleri vermek istemektedir.

Şirketlerdeki kantçı ahlak yapısı ise, organizasyondaki her örgüt üyesinin diğeri ile ahlaki ilişkinin olduğu bir yapıdır. Öte yandan şirket yöneticileri, organizasyonda yer alan her bir kişiye saygı göstermeli diğeri yandan şirketteki çalışanlar, birey olarak kant ahlakına uygun şekilde sadece amaçlara ulaşmada bir araç olarak görülmemelidir. Bu, bireye saygı ilkesinin bir gereğidir. Ortak bir amaç oluşturulmalı ve tüm bireyler bu amaç etrafında toplanmalıdır. Bu da çalışma ortamında çalışanların katılımını ve demokrasiyi gerektirmektedir. Tüm paydaşlar şirkette temsil hakkına ulaşabilmelidir ve paydaş gruplar, organizasyonu yöneten politika ve kurallara rıza göstermelidir.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Manfred KUEHN, a.g.e., s.285.

<sup>58</sup> Norman E. BOWIE, a.g.e., s.11-12.

## 1.5. İş Ahlakı

İş ahlakı, spesifik durumlarda doğru ve yanlış gösteren kurallar, standartlar ve ahlaki ilkelerle ilgilidir. İşletmelere nasıl davranmaları gerektiğiyle ilgili ilkeler, standartlar, değerler ile çalışanlara rehberlik eder.<sup>59</sup> İş ahlakı, işletme içerisindeki iyi ve kötü ya da yanlış ve doğru olarak nitelendirilen davranış ve uygulamalarla ilgilidir.<sup>60</sup> İş ahlakı, genel ahlak kurallarının işletme davranışlarına uygulanmasıdır. İş ahlakı işletmenin kurallarıdır, bu kurallar işletmenin aldığı kararlarda adaleti yansıtacak nitelikteki kurallardır.<sup>61</sup>

İş ahlakı, ekonomik faaliyetlerde dürüstlük, güven, saygı ve hakça davranmayı prensip edinmek ve bunun yanında aynı çevreyi paylaşan topluma karşı destek olmaktır.<sup>62</sup> İş ahlakı, işletme politikaları, kurumsallaşma, davranış konularında ahlaki standartlara odaklanır ve ahlaki uygulamalardan oluşur. Ahlaki normları ve ahlaki değerlerin analizini kapsamakla birlikte teknoloji, işlem, faaliyet yelpazesini kapsayan uygulamaların analizini de kapsamaktadır.<sup>63</sup> İş ahlakı, işletmelere kurumsal sorumluluklar yüklemektedir. Elbette işletme sorumlulukları içerisinde işletme başarısını sağlama gerekliliği de vardır. İşletmelerin, örgüt içindeki ahlaki engelleri ya da problemleri, dinsel kurallar, ahlaki kurallar, insan hakları gibi dışarıdan herhangi bir müdahaleyle karşılaşmadan önce aşmış olmaları gerekir.<sup>64</sup>

Yirmibirinci yüzyıl işletmeleriyle birlikte iş ahlakı sorunu üstesinden gelinmesi hayli karmaşık ve hassasiyet isteyen bir konu olmuştur. Son yıllarda meydana gelen işletme skandalları, toplumda büyük bir öfkeye neden olmuş ve toplumun işletmelerden daha büyük sosyal sorumluluk projeleriyle birlikte, iş ahlakını geliştirmesi talebi ortaya çıkmıştır. Tanınmış işletmeler ile ilgili oldukça büyük yasal ve ahlak ihmallerini kapsayan tartışmalar, tüm işletme kararlarında ahlak ve sorumluluk anlayışını entegre etmeyi gerektirmiş ve vurgulamıştır. Son yıllarda işletmelere yöneltilen eleştirilere cevap olarak, işletme kararları ve faaliyetleri,

---

<sup>59</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.7.

<sup>60</sup> Archie B. CARROLL, Ann K. BUCHHOLTZ, a.g.e., s.242.

<sup>61</sup> Manisha PALIWAL, a.g.e., s.7.

<sup>62</sup> Şevki ÖZGENER, "İmalat Sanayii işletmelerindeki Kamu ve Özel Sektör Yöneticilerinin İş Ahlakına İlişkin Tutumları" **Amme İdare Dergisi**, C.35, No.1, 2002, s.52.

<sup>63</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.15.

<sup>64</sup> Michael NOVAK, "Business Ethics and the Role of the Corporation", 1996, **İçinde: Business Ethics: Case Studies and Selected Readings**, Ed. Marianne M. Jennings, Sixth Edition, USA: South Western, 2007, s.50.

müşterilerin, çalışanların, yatırımcıların, hükümet düzenlemeleri gibi birçok farklı etmenin etkisi altına girmiştir. Ayrıca yeni düzenleme ve mevzuatlar da işletmelerin daha yüksek düzeyde ahlaki standartlar uygulamasına yönelik teşvik edici niteliktedir.<sup>65</sup>

### 1.5.1. İş Ahlakının Özellikleri

İş ahlakı hukuk kurallarına uymaktan ve ahlaki kuralların ihlal edilmemesinden daha fazla anlama gelmektedir. Bu ise bireysel yaratıcılık, toplumsal, realizm ve diğer kurumsal erdemleri kapsayan ilkelere dayalı yeni bir dünya hayali demektir. İşletmeler; dini kurumlar, devlet, adalet sağlayıcı kurumlar ya da politik kurumlar değildir, öncelikle ayırt edilmesi gereken en önemli şey, işletme olarak ahlaki ideallerin işletme doğasının bir gereği olduğudur.<sup>66</sup>

İş ahlakı farklı türde problemlerle karşı karşıyadır. Bunlar; sistematik, kurumsal ve bireysel konulardır. Sistematik sorunlar, ekonomik, politik, yasal ya da diğer işletme içindeki sosyal sistemden ötürü ortaya çıkan ahlaki sorularla ilgilenir. Kurumsal sorunlar, işletmeye özgü ahlaki sorularla ilgilenir. Bireysel sorunlar ise, işletme içindeki bireylerle ilgili olan ahlaki sorularla ilgilenir.<sup>67</sup> İşletmede yönetici ve personel tarafından ahlaki uygulamalara gösterilen hassasiyet ile güçlü bir ahlaki alan oluşturulabilir ve böylece işletmenin ahlaki yapısı güçlü bir koruyucu ilaç etkisi görebilir.<sup>68</sup> Böylece işletmelerde yaşanması muhtemel problemler için önlemler alınmış olur.

İş ahlakının karakteristik özellikleri şu şekilde sıralanabilir:<sup>69</sup>

- 1) Ahlaki karar, farklı bireylerle birlikte farklı perspektiflerden ele alınır. Tüm bireyler, ahlaki problemleri kendi deneyimleri çerçevesinde inceler ve bu deneyimler tamamıyla bireylerin değer sistemleriyle ilgilidir.
- 2) Ahlaki kararlar ya da ahlaki olmayan kararların etkileri, geniş bir kesimi kapsar.

---

<sup>65</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.5.

<sup>66</sup> Michael NOVAK, a.g.e., s.50.

<sup>67</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.15.

<sup>68</sup> S. S. GULSHAN v.d., a.g.e., s.7.

<sup>69</sup> Rituparna RAJ, **Study in Business Ethics**, Mumbai: Global Media, 2009, s. 8-10.

- 3) Birçok ahlaki kararın sonuçları net değildir. Doğası gereği belirsiz olan kararların sonuçlarının ahlaki olup olmayacağı önceden açıklıkla bilinemez.
- 4) Tüm bireyler ahlaki olan ya da olmayan tüm kararlarından ya da davranışlarından dolayı bireysel olarak sorumludur. Alınan tüm ahlaki ve ahlaki olmayan kararlar kişilerin bireysel ve değer sistemleriyle ilgilidir.
- 5) Ahlaki karar alma, özgür iradeli birey davranışlarıdır. Tüm seçimler ve kararlar özgürlük anlayışıyla başlar. Özgür olmayan bir ortamda kimse aldığı kararlarından dolayı yargılanamaz.

Evrensel ahlakın oluşturulmasında, insan hakları bilinci, eşitlik, özgürlük kavramları büyük önem taşımaktadır. İnsan hakları olmadan bir toplumda ahlakın gelişmesi, ilerlemesi mümkün değildir. Sürdürülebilir bir gelecek için işletmeler, tüm bireylere karşı duyarlı ve temel değerleri içerecek şekilde faaliyetlerini yürütmeli ve kalkınma sürecini yönlendirmelidir. Ahlaklı olmak, öncelikle başkalarına zarar vermemekten ve topluma faydalı hizmet vermektir.<sup>70</sup>

### 1.5.2. İş Ahlakının Önemi

Sosyal hayatla işletme faaliyetleri arasında denge kuramayan işletmeler bugün yok olmaya mahkum olmuşlardır. Lehman Brothers ve Enron gibi işletmelerin, toplumu hiçe sayan ve tamamıyla kara odaklanan yaklaşımları yüzünden bugün faaliyetlerini sürdürememiş, yok olmuşlardır.<sup>71</sup> “İyi bir iş ahlakı, iyi bir işletme yaratır” ifadesi birçok araştırmacı tarafından desteklenmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda, işletmeler, ahlak zeminine uygun olarak davrandıkları takdirde uzun süreli olarak gelişebilirler. Bireyleri, işletmelerde ahlaki uygulamalara iten birçok neden vardır. Bunlar:<sup>72</sup>

- İşletmeler toplum içinde varlıklarını devam ettiren sosyal organizmalardır,
- Boyutu ne olursa olsun tüm işletmelerin uzun süreli hayatta kalma endişesi onları az ya da çok iş ahlakıyla ilişkilendirmiştir,

---

<sup>70</sup> Tahir AKGEMCİ, Şevki ÖZGENER, “Türkiye’de İş Ahlakının Tarihsel Gelişimi”, **SBED**, No.7, 2002, s.57.

<sup>71</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.7.

<sup>72</sup> S. S. GULSHAN v.d., a.g.e., s.8.



- İşletmelerin, ülkede sorumlu kurumsal vatandaş (devletin yasa ve kurallarının gereklerini tam olarak yerine getiren) olarak fonksiyonunu yerine getirmesi gerekliliği işletmeleri iş ahlakını uygulamaya yöneltmiştir.

İş ahlakı, iş dünyasındaki ilişkilerin kırılganlığını etkileyen faktörleri tanımlamaktadır. Çalışma hayatındaki ilişkiler, zaman ve kültür kapsamında değişiklik göstermektedir. Bu nedenle ilişkilerdeki stratejik davranışları tasarlayan iş ahlakı yaklaşımı da değişmektedir. Böylelikle, iş ahlakı, işletmelerin stratejik hamlelerinde kilit bir rol üstlenmektedir. Başka bir deyişle, iş ahlakı, işletmelerin sürekliliğinde riski en aza indiren önemli “yönetsel bir araçtır”. Alınan kararların temelinde iş ahlakıyla çerçevelenmiş bir süzgeç oluşturulmaz ise işletmenin geleceği tehdit altında olacaktır.<sup>73</sup>

İş ahlakı ile finansal performans arasındaki bağlantının ve ahlaklı davranmanın önemi, daha çok işletme tarafından fark edilmekte ve kendine büyük bir yayılma alanı bulmaktadır. Dünya çapındaki işletmeler üzerine yapılan araştırmalar ve örnekler, çalışanlar, müşteriler ve toplum arasında ahlaki bir yapı oluşturulması konusunda işletmelerin baskı altında olduklarını göstermiştir. Yatırımcılar, işletme seçimlerinde kar, temettü, hisse senedi, fiyat artış potansiyeli gibi bazı genel verilere bakarlar. Ancak bunların yanında işletmenin performansında, davranışlarında, finansal raporlarında potansiyel kusurlara da bakmaktadırlar. Bu yüzden yatırımcıların güvenini kazanmak işletmenin finansal istikrarını sürdürebilmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Genel anlayış, güçlü bir ahlaki ortama sahip işletmelerin birinci plana müşterileri koymasındadır. Bunun anlamı çalışanlar, yatırımcılar ya da diğer paydaş grupların önemsenmemesi değildir. Zaten ahlaki kültürün müşteriye odaklanması diğer tüm paydaş grupları da aynı çerçeveye içine koymaktadır. Çalışanların ahlaki ortamı müşteri ilişkilerini ve taleplerini anlamada destek olmakta ve katkı sağlamaktadır. Müşterilere yönelik ahlaki çalışmalar işletme performansını artırmakta, yenilikler üretmekte ve rekabet avantajı sağlamaktadır.<sup>74</sup>

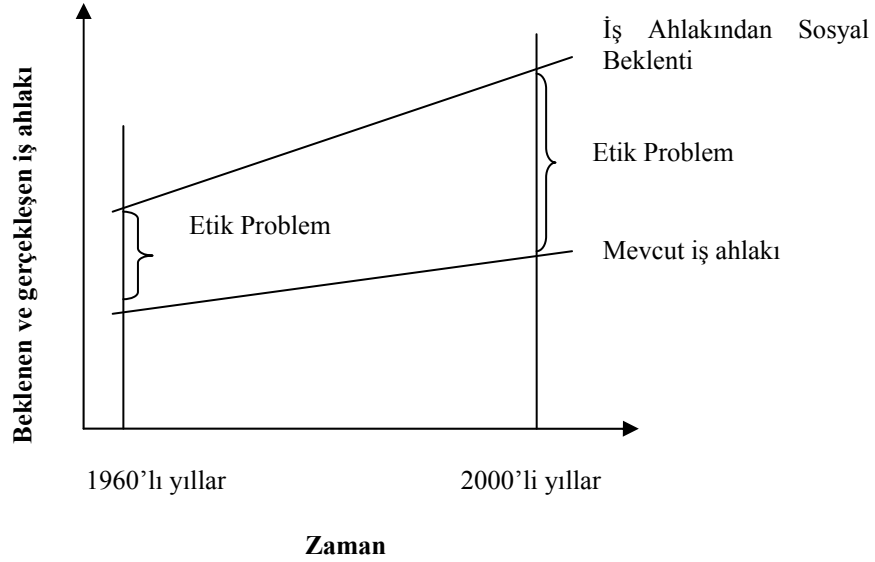
---

<sup>73</sup> Çetin BEKTAŞ, Mehmet A. KÖSEOĞLU, “İş Etiği ve İş Etiğinin Yayılım Süreci”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi**, C.13, No.1, 2008, s.145-146.

<sup>74</sup> Selim YAZICI, a.g.e., s.10.

### 1.5.3. İş Ahlakının Gelişimi

Geçmişten günümüze iş ahlakı problemleri her zaman var olmuş ve giderek artmıştır. İşletme faaliyetlerinin, ülke sınırlarını aşması, büyük boyutlu işletmelerin oluşması, teknoloji ve iletişim alanındaki gelişmeler, işletmelerden sorumluluk ve ahlaki davranışlar beklentisini arttırmış ve toplum ile işletmeler arasında ayrışmalara neden olmuştur. Toplum ve işletme arasındaki kopukluktan kaynaklanan problemler üzerine günümüzde çokça konuşulmakta ve tartışılmaktadır. Şekil 1’de de görüldüğü gibi 1960 ile 2000’li yıllar arasında mevcut iş ahlakı seviyesinde önemli bir değişiklik olmamasına rağmen işletmelerin iş ahlakı uygulamalarına yönelik toplumsal beklentilerindeki artış etik problemlerin artmasına neden olmuştur.



Şekil 1: İş Ahlakına Genel Bakış

**Kaynak:** Archie B. Carroll, Ann K. Buchholtz, Business, **Business and Society: Ethics and Stakeholder Management**, 7th Ed., United States of America: South-Western Cengage Learning, 2008, s.24.

Etik problemler, eylemde bulunmak zorunda olduğumuz günlük yaşamla doğrudan doğruya ilgili olan problemlerdir.<sup>75</sup> Geçmişten günümüze etik problemler ile ilgili değişimin seyri tüm ülkelerde benzer özellik taşımaktadır. Bu değişim ve gelişimin ayrıntıları Dünyada ve Türkiye’de iş ahlakının gelişimi çerçevesinde incelenmiştir.

<sup>75</sup> İoanna KUÇURADİ, a.g.e., s.7.

## ***Dünyada İş Ahlakının Gelişimi***

Bugün doğru olarak kabul ettiğimiz ve uyguladığımız davranışlar gelecekteki insanlar tarafından uygunsuz bulunabilir ve bizi suçlayabilirler. Biz bugünü yaşıyoruz ve bugünü davranışlarımızla etkiliyoruz. Geçmişteki insanların doğru sayıp yaptıklarını yanlış bulup, suçlayabiliyoruz. Örneğin, günümüzde tütün, kimya gibi temiz hava uygulamasına yönelik uygulamaları gelecek nesiller yetersiz bulup bizi suçlayabilirler.<sup>76</sup> Toplumsal ve ekonomik hayatın temel düzenleyicisi olan iş ahlakı değer ve ilkeleri zaman içerisinde ve toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Toplumsal, ekonomik, fiziki ve teknolojideki gelişmeler ve değişimler, geçerli olan ahlaki değer ve ilkeleri de değiştirmektedir. 1950'lere kadar ABD'de, 1960'lara kadar diğer batılı ülkelerde çevre konuları bir sorun olarak görülmemiştir. Oysa günümüzde bu konuyla ilgili ayrıntılı bir şekilde düzenlemeler ve denetlemeler söz konusudur.<sup>77</sup>

1960'lı yıllara kadar işletmeyle ilgili ahlaki sorunlar, teleoloji ya da felsefe içinde tartışılmıştır. İşletmeyle ilgili bireysel ahlaki sorunların çözümünde ise kilise, sinagog ve camiler gösterilmiştir. Dini liderler en çok, adaletli ücret, işçi uygulamaları ve kapitalist ahlak üzerinde durmuşlardır. Bu dönemde bazı Katolik okulları ve üniversiteler sosyal ahlak kursları vermeye başlamıştır. Bu dönemdeki tüm dinler, sadece işletmenin değil hükümetlerin, politikacıların, ailelerin, birey yaşamlarının ve yaşamla ilgili birçok unsurun ahlaki boyutunu incelemiştir.<sup>78</sup> İkinci dünya savaşından sonraki yıllarda ABD'de ve Avrupa'da ekonomi gelişmiş, kitlesel üretim yapan dev firmalar ve uluslararası şirketler iş dünyasına hakim olmaya başlamıştır.<sup>79</sup>

1960 yıllarında, gelişimini sürdüren sanayileşme, insan yaşamında olumsuz etkiler göstermeye başlamıştır.<sup>80</sup> Sosyal huzursuzluk hüküm sürmüş, çalışan yönetici ilişkileri iyice bozulmuştur. Değerler sadakatten kopmuş, eski değerler bir kenara atılmıştır.<sup>81</sup> Yaşanan birçok krizden sonra işletmelere karşı bir tepki oluşmuştur. Bu

---

<sup>76</sup> Saul W. GELLERMAN, "Why Good Managers Make Bad Ethical Choices", **Harvard Business Review**, (July – August) 1986, s.3.

<sup>77</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.32.

<sup>78</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.12.

<sup>79</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.47.

<sup>80</sup> Çetin BEKTAŞ, Mehmet A. KÖSEOĞLU, a.g.e., s. 156.

<sup>81</sup> Ethics Resource Center, **Business Ethics Timeline**, (Çevrimiçi) 2009, <http://www.ethics.org/resource/business-ethics-timeline#60>, (15.02.12.)

yıllarda hava kirliliği, toksit, nükleer atık gibi büyük ekolojik problemler ve kentsel çöküşler başlamıştır. Tüketim artmış, müşteri olarak bağımsız bireyler, gruplar ve organizasyonlar kendi haklarını savunmaya yönelik faaliyetler gerçekleştirmiştir. 1962 yılında John F. Kennedy'nin çalışmaları sonucunda "Tüketici Hakları Bildirgesi" yayınlanmıştır.<sup>82</sup> Bu dönemle birlikte, iş ahlakı artık dini olguların yanında bireylerin isteklerini de dikkate almaya başlamıştır.

1970'li yıllar büyük sanayi skandallarının yaşandığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde ekonomi resesyona girmiş, işsizlik yükselmiş, çevreyle ilgili önemli kaygılar yaşanmıştır. Kamu, işletmeleri ahlaki eksiklikleri gidermeye yönelik baskı yapmıştır.<sup>83</sup> Bu yıllar iş ahlakının önemsenemeye başladığı yıllar olmakla birlikte, karar almada yeterince etkinliği olmamıştır. İşletmeler "iş ahlakını benimsiyoruz ve buna göre hareket ediyoruz" izlenimi vermektedir. İşletme faaliyetlerinde, iş ahlakının temel alınmaması bunun özümsemediğinin kanıtıdır.<sup>84</sup> Ayrıca bu dönemde, iş ahlakı, bir alan olarak gelişmeye başlamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk üzerine yazılar yazılmaya başlanmış ve işletmelerin paydaş üzerinde maksimum pozitif etki yapılmasına vurgu yapılmıştır. İşletmeler, kamu imajının önemini fark etmiş ve birçok işletme faaliyetlerinde direkt olarak iş ahlakını göstermesi gerektiği zorunluluğunu görmüştür. 1980'li yıllarda, işveren ve çalışanlar arasındaki toplumsal sözleşme yeniden tanımlanmıştır. Bu sözleşmede, sağlıklı işleyen bir ahlaka vurgu yapılmıştır. İş ahlakına yönelik akademik çalışmaların arttığı bir dönem olmuştur. Konuyla ilgili çeşitli gruplar oluşmuş, kurslar, seminerler, konferanslar düzenlenmiştir. Ticari engeller kalkmış, şirket birleşmeleri ile birlikte global bir atmosfer oluşmuştur. Ayrıca, General Electric, Chase Manhattan, General Motors, Atlantic Richfield gibi birçok işletme ahlaki ve sosyal politikalarını bu dönemde oluşturmuştur.<sup>85</sup> İşletmeler piyasada kendilerine yer bulabilmek, konumlanabilmek için iş ahlakına ihtiyaçları olduğunu fark etmişlerdir. Bu düşünce de beraberinde iş ahlakının evrenselleşebileceğini getirmiştir.

1990'lı yıllarda küresel genişlemeyle birlikte yeni ahlak sorunları da beraberinde gelmiştir. Çocuk işçiliği, çevre sorunları, rüşvet ile ilgili temel endişeler oluşmuştur

---

<sup>82</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.12.

<sup>83</sup> Ethics Resource Center, a.g.e., (Çevrimiçi) (15.02.12.)

<sup>84</sup> Çetin BEKTAŞ, Mehmet A. KÖSEOĞLU, a.g.e., s. 150.

<sup>85</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.13.

ve internetle birlikte kültürel sınırlara meydan okunmuştur.<sup>86</sup> Bu dönem haksız rekabetin önlenmesi için çabaların arttığı bir dönem olmuştur. İşletmeler, rekabette ahlaki olmaya çalışmışlardır. İşletmeler, kurumsal değer, ahlaki kod oluşturmuş, kötüye gitmesi muhtemel davranışları önlemeye yönelik düzenlemeler yapılmıştır. 2000’li yıllarda ise benzeri görülmemiş bir ekonomik büyüme, finansal başarısızlıklar tarafından takip edilmiştir. Bu yıllarda iş ahlakı, çeşitlilik kazanmakla birlikte tüm işletmelerde iş ahlakı ilkelerinin oluşturulması ve temel standart olması üzerinde çalışılmıştır. Son yıllarda iş ahlakı, işletmelerin uygulamalarındaki ahlaki boyutu sorgulamıştır. Özellikle de alınan kararların ahlaki olup olmadığıyla ilgilenilmiş ve iş ahlakı karar alma süreçleri üzerinde çalışılmıştır.<sup>87</sup>

2000’li yılların ortalarında, ahlaki sorunlar, bazı yüksek profilli firmaları yok etmiştir. Hackerler ve veri hırsızlar yüzünden bireysel ve kurumsal bilgiler kolaylıkla açığa çıkmıştır. Büyük mali krizlerden sonra işletmelerden ahlaki programları ve buna uyumları, uygulamaları, itibarları hakkında bilgilendirme talep edilmiştir. Kamu sektörü, enerji, kimya, sağlık, sigorta ve perakende gibi belirli sektörlerde, herhangi bir kriz yaşanmadan önce, yanlış davranışları önlemeye yönelik ahlak programları geliştirmek ve riskleri ortaya çıkarmak ön plana çıkmıştır. Birçok işletme bu dönemle birlikte interaktif iletişim ve şeffaflığı kapsayan formal ve informal metotlar geliştirerek güven algısı yaratmaya çalışmıştır.<sup>88</sup> Bu dönemdeki gelişmelerle birlikte yeniden değerlere, ahlaka vurgu yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu dönemle birlikte iş ahlakına yönelik büyük bir ilgi grubu oluşmuştur. Üniversitelerde iş ahlakı derslerine yer verilmiş ve yaygınlık kazanmıştır. Bu tür gelişmeler gelecekte ahlaki sanayinin oluşturulmasına yönelik cesaret verici bir çerçeve sunmaktadır.<sup>89</sup>

Günümüzde, en önemli yönetim konularından biri haline gelen iş ahlakı, iş dünyasında işletmeler ve yöneticiler için ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet avantajlarını sürdürmek adına etkin olarak kullanılmaktadır, ahlak kodu olmayan ve kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yürütmeyen büyük şirket kalmamıştır. Karar

---

<sup>86</sup> Ethics Resource Center, a.g.e. (Çevrimiçi) (15.02.12.)

<sup>87</sup> Çetin BEKTAŞ, Mehmet A. KÖSEOĞLU, a.g.e., s.151.

<sup>88</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.16.

<sup>89</sup> Archie B. CARROLL, Ann K. BUCHHOLTZ, a.g.e, s.239.

alma süreçlerinde muhtemel tüm ahlaki boyutlar ele alınmakta ve paydaş yönetimi kesinlikle değerlendirme sürecine dahil edilmektedir.<sup>90</sup>

### ***Türkiye’de İş Ahlakının Gelişimi***

1980 öncesi dönemde, dinsel ve sosyal fikirlerin, iş eylemlerini oluşturduğu düşüncesinden dolayı dinsel ideolojilerin üzerinde çokça durulmuştur. Bu dönemin ahlaki sorunlarının temelinde, dinsel gelenekler olmuştur. İlahiyat tabanlı ele alınan ahlaki sorunlara, dar çerçevede yaklaşılmıştır. Özellikle savaş döneminde, yetersiz eğitim, düşük gelir düzeyi gibi nedenlerden dolayı birçok ahlaki sorun yaşanmıştır. 1980 sonrası dönemde, firmaların, yöneticilerin ve politikacıların yolsuzluklara ve skandallara karışması üzerine iş ahlakı konusu daha fazla gündeme gelmiştir. İş-çevre ve kamu-politika konuları ahlaki problemler arasında olmuştur. Bir önceki dönemin aksine bu dönemde, iş ahlakı bir gelişme seyri içine girmiştir. Ayrıca bu dönem akademisyenleri, şirketlerin sosyal sorumlulukları üzerine çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Sosyal taleplerde artış olmuş ve işletmeler ahlaki sorunlarla ilgilenmek zorunda kalmıştır. İşletmeler kamuoyu imajına daha çok önem vermeye başlamıştır.<sup>91</sup>

1990’lı yıllarda, iş ahlakı akademik bir boyut kazanmıştır. İşletme akademileri, iş ahlakını bir inceleme alanı olarak kabul etmiştir. Farklı çıkar gruplarının artışı, iş ahlakına olan ilgiyi arttırmıştır. Ayrıca bu çalışmalar yerel boyuttan ziyade global boyutta ele alınmıştır. Çünkü artan globalleşme sonucunda, işletmeler bu pazarlarda varlıklarını devam ettirmek durumunda kalmışlardır. Dünyadaki teknolojik küçülmeye birlikte, artan kültürel farklılıklardan dolayı karmaşıklık da artmıştır. Bu da beraberinde ahlaki çatışmayı getirmiştir. Böylece bugün iş ahlakı birçok bilimle ilişkili olan bir disiplin haline gelmiştir. Bugünkü eğitim felsefi ve dini çalışmaların yanında pazarlama, örgütsel gelişme ve iş politikası ve yönetim gibi çeşitli alt disiplinleri ahlaki açıdan kapsayan bir zenginliğe ulaşmıştır.<sup>92</sup>

Özellikle son on yılda büyük kuruluşlar iş ahlakı ve sosyal sorumluluk konularını kurumsal boyuta taşımışlardır. Bu işletmeler stratejik kararların alımında ahlaki

---

<sup>90</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.55.

<sup>91</sup> Tahir AKGEMCİ, Şevki ÖZGENER, a.g.e., s.54.

<sup>92</sup> Tahir AKGEMCİ, Şevki ÖZGENER, a.g.e., s. 56.

boyutu ele almakla birlikte yılsonu faaliyet raporlarında iş ahlakına ve sosyal sorumluluğa yönelik projeleri kamuoyuna duyurmaya başlamışlardır.

Türkiye’de iş ahlakı tarihsel gelişimi, çağdaş işletmecilik ve girişimcilik anlamında yakın tarihte olgunlaşmıştır. Örneğin, ABD’de Tüketici Hakları Bildirisi 1962’de, Avrupa’da bu konular 1980 sonrası ciddi bir şekilde ele alınmışken, Türkiye’de Tüketicinin Korunma Yasası 1995’te kabul edilmiştir. Profesyonel yönetim, profesyonelleşme çok eski kavramlar değildir. Holdingleşme son 40 yılda oluşmuştur. Serbest piyasa sisteminin gelişmesi ise son 10 yıllık bir gelişmedir. 2000’li yıllara kadar iş ahlakı konusu Türkiye’de yeni olan ve çalışmalarda çok kısıtlı olarak kullanılan bir kavramdır. İş ahlakı ile ilgili konular özellikle 2000’li yıllarla beraber yaşanmış, hem iş dünyasında hem de akademik alanda kendine yer bulmuş ve önemli gelişmeler gerçekleşmiştir.<sup>93</sup>

Etik değerlere ilişkin faaliyetlere yön vermek, ulusal ekonomideki şirketlerin uluslararası benzerleri ile rekabetinde, onlara katkı sağlayarak bu konuda toplumsal bir duyarlılık yaratmak üzere Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı (TEDMER) Mart 2002’de Resmi Gazete’de yayınlanarak faaliyete geçmiştir.<sup>94</sup> Toplumda etik değer bilincinin oluşması ve yaygınlaşmasına yönelik atılan önemli bir adımdır. TEDMER, çalışma hayatında etik değerlere ilişkin yaptığı çalışmalarla kurumlara ve bireylere yol göstermektedir.

---

<sup>93</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN,, a.g.e., s.78.

<sup>94</sup> Murad KAYACAN, “Anonim Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları ve Etik Değerler”, **Küreselleşen Dünyamızda Yeni Şirket Gündemi: Kurumsal Yönetim**, I. Uluslararası Muhasebe Denetimi Sempozyumu, Antalya: İSMMMO Yayın, No:58, 2006, s.17.

## İKİNCİ BÖLÜM

### ETİK İKLİM VE AHLAKİ KARAR ALMA

Ahlaki karar alma süreci, ahlaki ikilemler, bunların çözümü ve etkilerinin anlatılacağı bu bölümde, bireyleri ahlaki kararlara götürecektir değişkenlerden biri olan etik iklim konusu ele alınacaktır.

#### 2.1. Ahlaki İkilemler

Bireylerin iş ahlakına yönelik görüşleri ve tutumlarını öğrenmek için iş ahlakının incelenmesi yeterli olmamakta, aynı zamanda ahlaki zihniyetin bir dışa vurumu olan kararların incelenmesi de gerekmektedir.<sup>95</sup> Ahlaki karar alma sürecinde etkili olan bir tek faktörden söz etmek mümkün değildir, birçok faktör ahlaki kararların alınmasında etkilidir. Bir problem, birey ya da grubun birçok seçenek içinden doğru ya da yanlış, ahlaklı ya da ahlaksız olarak bir değerlendirme ile seçim yapmasını gerektirir. Aslında hiçbir seçim, doğru ya da ahlaklı diye kolayca yapılabilecek seçim değildir. Burada asıl olan daha az ahlaksız daha az yanlış olanı seçmektir. Ahlaki sorunun belirlenmesi ve çözümü yolunda atılacak ilk adım, birçok işletme için ortak olan ahlaki sorunları sınıflandırmak ve bunun çözümüne yönelik önerilerde bulunmaktır. Sınıflandırma ise; rüşvet, dolandırıcılık, yalan söyleme, cinsel taciz, ayrımcılık, çevre konuları, gizlilik prensibinin ihlali gibi suiistimale açık ya da korkulan davranışları kapsamalıdır.<sup>96</sup>

Ahlaki kararları almak kolay değildir. Bunun nedeni, durumun siyah ve beyaz kadar açık olmamasıdır. Gerçek durum, belirsizlik, eksik bilgi, çelişkili sorumluluklar ve bunun gibi birçok faktörün etkisinde kalan şartlar altındadır. Ahlaki kararlar,

---

<sup>95</sup> Ulaş ÇAKAR, Yasemin ARBAK, “İşletme Eğitiminin Ahlaki Değerlendirmeler Üzerindeki Etkisi”, **Akdeniz İİBF Dergisi**, No.16, s.2, 2008.

<sup>96</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.64.



kendiliğinden oluşan süreç içinde yönetici deneyimi, ilgisi ve entegrasyonuna bağlı olarak alınmaktadır.<sup>97</sup>

Birçok anekdotta, iş ahlakının birçok topluluk için temel tartışma konusu olduğu ve yönetici ile sahtekar arasındaki ince bir çizgi olarak düşünüldüğü görülmüştür.<sup>98</sup> Özellikle, 2001 yılından bu yana işletmeler ve çalışanlar ahlaki ikilemleri her zaman gerektirdiği şekilde algılayamamakta ya da çözememekteler. Birçok işletme pozitif yasalara uymayı yeterli görmektedir. Ancak birçok uyum faaliyeti, ahlaki değer ve ilkeleri teşvik etse de birçok yasaya dayanan faaliyet ahlaki meseleleri artırmaktadır. Bugüne kadar finansal çöküşe ya da zarara neden olan bazı örnekleri incelediğimiz zaman; yöneticiler, yasaları ihlal etmediğini, yasal boşluklardan yararlandıklarını söylemişlerdir. Ya da tek yaptıklarının sermayesini yönettiği kurulum direktiflerine uygun olarak davrandıklarını ve bunun yasal bir gereklilik olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu söylemlerin temelinde, yasal uyumda ahlaki bazı problemlerin ve diğer standartların göz ardı edilmesi yatmaktadır.<sup>99</sup> Paydaşların en büyük kaygısı işletmelerin karar ve faaliyetlerinde ahlaki olup olmadığıdır. Yönetimin, topluluk ve toplum faaliyetlerindeki ahlaki sorunların ne olduğuna yönelik durumları irdelemesi kolaylıkla legal faaliyetleri gerçekleştirmesine yardımcı olur.<sup>100</sup>

Kar güdüsü organizasyon çalışanlarının günlük faaliyetlerine hakim olursa, olumsuz davranışlar ortaya çıkar. Kurumların etik olmayan faaliyetlerinin toplum tarafından duyulması halinde organizasyon için bu gün ve gelecekte olumsuz bir algı oluşur.<sup>101</sup> Geçmişte ahlaki olmayan uygulamaların, günümüzde de devam ettiği bir gerçektir. İhmalkarlık ve kontrol dışı davranışlar, işletmelerin önemli problemleridir. İşletmenin amaçlarını gerçekleştirme hırsı, yöneticileri gerçek faaliyetlerinin dışına çıkarabilmektedir. Ahlaki problemleri görmezden gelip sonuca odaklanmak büyük zararlara neden olmaktadır.<sup>102</sup>

Yöneticilerin maksimum kara ulaşma gayesi, ahlaki standartlara uyarak ulaşmasını gerektirir. Yöneticiler çelişkili durumlarda kendi deneyim, istek ve bilgi

---

<sup>97</sup> Kenneth R. ANDREWS, a.g.e., s.3.

<sup>98</sup> Archie B. CARROLL, Ann K. BUCHHOLTZ, a.g.e, s.237.

<sup>99</sup> Michael NOVAK, a.g.e., s.47.

<sup>100</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.85.

<sup>101</sup> Debra W. SHERRILL, "An Exploratory Study of Ethical Climate Perceptions of the Mortgage Banking Industry in the Charlotte, North Carolina Region", **A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy**, 2008, s.22.

<sup>102</sup> Saul W. GELLERMAN, a.g.e., s.4.

birikimlerinden yola çıkarak dengeyi sağlayıcı bir yol bulabilmelidir. Deneyim sahibi yöneticiler, beklenmedik ahlaki problemlerle karşılaştıklarında kendi görüşlerini diğerlerine sunmalı, alternatifler üretebilmelidir. Süreç, politikanın herhangi bir yerinde uygulanmasına ve anlaşılmasına imkan verecek kadar açık ve basit olmalıdır. Uygulamalardaki başarı, işletme üyelerinin isteklerine, enerjisine ve yaratıcılığına bağlı olarak gerçekleşmektedir.<sup>103</sup>

Ayrıca, ahlaki ikilemde kalan yöneticiler, duruma yönelik analiz yaparken şu adımları izleyebilir:<sup>104</sup>

1. Mevcut tüm durumları ele almak ve tüm durumlarla ilgili samimi olmak,
2. İkilemin çözümüne katkı sağlayacak herhangi bir varsayımın ne olduğuyla ilgili bilgileri toplamak ve bunları listelemek,
3. İkilemler ile ilgili tüm bireylerin ele alınması ve bu durumdan nasıl etkilendiği ya da etkilenme ihtimaline yönelik bir liste hazırlamak ve durumun tüm bireyler üzerindeki etkisini incelemek,
4. Problemin çözümüne yönelik liste geliştirmek ve çözüme ulaştıracak çeşitli modellere başvurmak,
5. Çözümlerin maliyetini, yasallığını ve etkilerini değerlendirmek. Her bir grubun bu çözümle birlikte nasıl etkilendiği, etkilenebileceği analizinin yapılması,
6. Yapılması düşünülen faaliyetle ilgili tavsiyelerin oluşturulması, bu analizin adımlarını oluşturmaktadır. Böylece, yöneticiler ikilem anında daha etkili karar alabilirler.

Ahlaki bileşenleri içeren paydaş sorunlarının belirlenmesi ahlaki problemlerin çözümünde öncelik taşımaktadır. Ahlaki sorunun belirlenebilmesi iş ahlakının anlaşılmasının temelini oluşturmaktadır. Bu yüzden programlara uyum ve ahlaki etkinlik, ahlaki olmayan davranışları minimize etmede temel oluşturmaktadır. Bunu yapmak amacıyla da insanlar dürüstlük, adalet gibi her yerde kabul edilebilecek ortak

---

<sup>103</sup> Kenneth R. ANDREWS, a.g.e., s.6-7.

<sup>104</sup> Michael NOVAK, a.g.e., s.35.

ahlaki davranışları anlamak zorundadır. Hiçbir şeyi gizlemeden tüm gerçekliğiyle söyleyebilme dürüstlüğünü göstermek bireylerin en büyük gücüdür.<sup>105</sup>

## 2.2. Ahlaki Olmayan Kararın Alınmasını Etkileyen Faktörler

Ahlak ilke ve kurallarının ihlali, ahlak dışı eylemlerin oluşmasına neden olmaktadır.<sup>106</sup> Ahlaki karar alma, spesifik durumlarda uygulanacak ahlak standartları olarak tanımlanmıştır.<sup>107</sup> Bununla birlikte ahlaki olmayan kararların alınmasına neden olan birçok faktör vardır. Bunlar:<sup>108</sup>

- Küreselleşmeden dolayı farklı ülkelerde farklı kültürlerin neden olduğu ayrılıklar, yöneticilerin ahlaki standartlar oluşturmasını zorlaştırmaktadır.
- Bazen karar vericiler kendi ahlaki değerleriyle organizasyonun başarısı arasında çatışma yaşamakta ve nasıl bir yol izlemesi gerektiği konusunu netleştirememektedir.
- Bireysel ahlaki standartlar organizasyon kararlarını etkilemektedir.
- Karar alıcılar, yöneticiler eğer aç gözlülük yaparsa, kısa yoldan kazanma yollarını ararsa kararlar ahlaki açıdan niteliğini kaybeder.
- Rekabet baskısı, karar alıcıların ahlak ve değerlerin dışına çıkmak zorunda bırakabilir.
- Çok boyutlu düşünülmeden alınmış olan kararlar, bireyleri yanlış kararlara götürebilir.
- Belirsiz durumlar, yöneticilerin nasıl bir karar alması gerektiğini ve hangi yolu izlemesi gerektiğini zorlaştırır ve problem yaratır.
- Mali programın baskısı, alınan kararları etkilemektedir.

Bunların yanında ahlaki olmayan kararların alınmasına neden olan başka unsurlar da mevcuttur. Bunlar:<sup>109</sup>

- İnsanlar yaptıkları faaliyetlerin gerçek anlamda ahlaksız olduğunu kabul etmezler, yaptıklarının ahlaki sınırlar içinde olduğuna inanır,

---

<sup>105</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.85.

<sup>106</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.19.

<sup>107</sup> Kim LOYENS, Jeroen MAESSCHALCK, "Toward a Theoretical Framework for Ethical Decision Making of Street Level Bureaucracy: Existing Models Reconsidered", **SAGE Journals**, No.42, C.1, 2010, s.74.

<sup>108</sup> Manisha PALIWAL, a.g.e., s.52.

<sup>109</sup> Saul W. GELLERMAN, a.g.e., s.2.

- Klasik suç ve ceza konusunun ortaya çıkmasına neden olan faaliyetlerde insanların kendilerini güvende hissetmesi ya da yaptıklarının asla ortaya çıkarılıp, yayınlanmayacağına olan inanç, işletme yöneticilerinin neden olduğu ve dev şirketlerin iflas etmesine neden olan ahlak dışı uygulamalarının altında yatan nedenlerdir.

İşletmeler, paydaşları için sorumluluk bilinciyle davranan, sosyoekonomik bir yapı olarak tanımlanmasına karşın politikalarını, en kısa sürede maksimum kara ulaşıma çalışan bir mantalite üzerine kurabilmektedir.<sup>110</sup> İşletme yöneticileri daha çok kısa dönem ölçülebilir sonuçlara odaklanmaktadır. Başta olma arzusu, ne pahasına olursa olsun kazanma, herkesin yaptığından daha iyisini yapmaya çalışma, terfi etme gibi unsurlar, bireyleri uzun süreli değerlendirme yapmaktan alıkoymakta ve ahlak dışı davranışlara itmektedir. Uzun vadeli kararlar alıp bunun sonucunu beklemektense işletme yöneticilerine kısa vadeli amaçlar koyup bunlara ulaşmak daha makul gelmektedir.

Bireyleri ahlaki olmayan kararlara iten nedenleri genel olarak üç başlık altında ele alabiliriz. Bunlar ise, çıkar çatışması, mevcut eğilimler ve son olarak baskılardır.

### ***Çıkar Çatışmaları***

Ahlak dışı eylemin oluşmasının temelinde kişisel çıkar ya da örgütsel çıkar anlayışına dayalı olarak ahlaki ilke ve kuralların ihlal edilmesi vardır. Örneğin; firma satışlarını artırmak uğruna çalışanların ya da müşterilerin haklarını göz ardı etmesi, yöneticilerin kendi çıkarlarına öncelik vermesi ve işletmenin çıkarlarından üstün tutması.

Ahlaki sorunların ortaya çıkması, işletmenin kendi çalışanlarından ziyade diğer çıkar gruplarıyla ilişkileriyle ilgilidir. Fiyatlandırma uygulamaları, fiyat hileleri, ayrımcılık gibi nedenlerden dolayı işletmeler ile çıkar grupları arasında sorunlar çıkmaktadır. İşveren ile yöneticiler arasındaki muhtemel uyuşmazlıkları iyileştirmek için birçok işletme, şirket içi düzenlemelere gitmektedir. Şirket içi düzenlemelerinden biri olan ahlaki ilkeler ve kurallar, sektörel yapıyla birlikte yasalara da uygunluk göstermesi gerekmektedir. Bu ahlaki standartların herkesçe kolaylıkla anlaşılır olması ve bireyin taşıması gereken nitelikler, çalışanlarla ilişkiler, araçlarla ilişkiler, diğer işletmelerle

---

<sup>110</sup> Kenneth R. ANDREWS, a.g.e., s.4.

ilişkiler, hükümetle ilişkiler, çevre konuları, kalite, rüşvet, ödeme gibi konuları kapsamaması gerekir.<sup>111</sup>

### ***Mevcut eğilimler***

Ahlaki olarak kabul edilemeyen kararı alan yöneticileri günah keçisi ilan etmek kolayca kaçmak olur. İnsanların büyük kısmı aynıdır, yani birbirinden çok farklı değildirlir. İnsanlar kendilerini bir ikilem içinde gördüklerinde, kendileri için en az zarar verici yolu seçerler, öte yandan işletmenin faaliyetlerine de zarar vermemeye çalışırlar.<sup>112</sup>

### ***Baskılar***

İşletme, faaliyetlerinde kendi ekonomik çıkarlarına yönelir ve bu doğrultuda karar alırsa iş ahlakı konusunda gelişemez. İş ahlakı gelişmeyen hiçbir işletme, başarıya giden yolda ve toplumda kabul gören kararlar alamaz. Kendi çıkarları doğrultusunda davranan işletmeler sadece toplumda değil hukuk sisteminde bu konudaki düzenlemeler sayesinde yaptırımlara maruz kalır.

Günümüz işletmelerin ve yöneticilerin, kaliteyi yakalamak ve daha iyi hizmet sunmak için toplumsal baskılara karşı koymamaları ve sosyal yönden kendi durumlarını değerlendirerek geribildirimde bulunması zorunlu hale gelmiştir. Başarılı işletmelerin ahlaki kurallara uygun olarak hareket ettiği ve sosyal sorumluluklarını yerine getirdikleri gözlenmiştir.<sup>113</sup>

## **2.3. Ahlaki İkilemlerin Çözümü**

İşletmelerde ortaklık yapısının belirlenmesiyle birlikte işletme liderinin, yöneticisinin, departman sorumlusunun vb. bireysel etkilerinin belirlenmesi gerekmektedir. Ahlak politikalarının netlikle belirlenmesinden sonra aynı şekilde etkili bir organizasyon yapısı oluşturacak yöneticilere yönelik yönetim prosedürünün oluşturulması gerekir. Ahlaki karar bireylerde üç nitelik gerektirir. Birincisi; yetenek, ahlaki sorunları fark edip sonuca ilişkin alternatif çözümler üretebilmek. İkincisi; öz güven, görünenden farklı noktaları görebilmek ve hangisinin doğru olduğuna karar

---

<sup>111</sup> Şevki ÖZGENER, a.g.e., s.188.

<sup>112</sup> Saul W. GELLERMAN, a.g.e.,s.3.

<sup>113</sup> Şevki ÖZGENER, a.g.e., s.99.

verebilmek. Son olarak; isteklilik; soruların, çözüme ulaşmayı zorlaştırdığı durumlarda da çözüme ulaşma gayretidir.<sup>114</sup>

Serbest rekabet düzenin işlenmesi, iş yaşamında güvenin yerleşmesi, ahlaka aykırı davranışların önlenmesi için TÜSİAD 2001 yılında iş ahlakı ilkelerini şu şekilde sıralamıştır:<sup>115</sup>

- Dürüstlük
- Hukuka saygı
- Çalışma ortamı ve çalışanlar
- Siyasi partilerle ilişkiler
- Bilgi elde etme, kullanma ve saklama
- Çevre

Bu ilkelerin yerleştiği sistemlerde iş ahlakından söz edilebilir ancak bireysel ya da kurumsal çıkarlar uğruna yapılan davranışlar ve uygulamalarda iş ahlakından söz edilemez.

Küreselleşmeyle birlikte işletmelerde ahlaki uygulamaların önemi artmakla birlikte bunların hayata geçirilmesi zorlaşmıştır. Ahlaki ikilemlerin çözümünde, dünyanın çeşitli yerlerinde faaliyet gösteren yöneticilerin buldukları yerin şartlarıyla başa çıkabilecek hassasiyette olması bir zorunluluktur. Ahlaki karar alıcı olan yöneticilerin, farklılıklarla başa çıkabilmeleri ve ahlaki konuda kendilerini olgunlaştırmaları gerekmektedir.<sup>116</sup>

## **2.4. Ahlaki Olmayan Kararların Etkileri**

Çeşitli nedenlerden dolayı bireyler ahlaki olmayan kararlar alabilmektedir. Alınan bu kararların yarattığı birçok etki söz konusudur. Bu kararların etkileri, toplum ve çevre açısından ele alınacaktır.

### ***Toplum Açısından Etkileri***

İşletmelerin toplum önünde iyi bir imaja sahip olması sürdürülebilir işletme başarısını gerçekleştirmektedir. İşletmenin toplumun karşısında olumsuz bir imaja

<sup>114</sup> Kenneth R. ANDREWS, a.g.e., s.3.

<sup>115</sup> Ümit BERKMAN, Mahmut ARSLAN, a.g.e., s.17.

<sup>116</sup> Richard DAFT, **Management**, 6th Edition, USA: Thomson South Western, 2003, s.145.

sahip olması, ne kadar iyi ve kaliteli ürün üretse bile varlığını uzun süre sürdürmesini engelleyecektir. Olumlu imaj oluşturmanın en önemli araçlarından birisi, özünde topluma katkı sağlayan ahlaki sorumluluk faaliyetleridir.<sup>117</sup>

Hızlı değişim ile birlikte mevcut değerler ve ahlaki sistem bir belirsizliğin içine sürüklenmiştir. Bu belirsizlik ekonomik değerlerin ve piyasa ilişkilerinin yönlendirdiği bireysel çikara dayalı anlayışı getirmektedir. Kısa zamanda zengin olma hırsı, profesyonel yöneticilik anlayışının yaygınlaşmaması, toplumsal ve hukuksal cezaların hafifliği, rüşvetin iş dünyasında kullanılması, torpil, fırsatçılık, vurdumduymazlık, hırs, ilgisizlik, kötü organizasyon, yöneticilerin tarafsız davranmaması, çıkarıcı yaklaşımın yaygınlaşması toplumsal tahribatı büyötmektedir.<sup>118</sup>

### ***Çevre Açısından Etkileri***

Çevre sorunları ilk olarak II. Dünya savaşı sonrasında yaşanmıştır. Buna rağmen çevreci hareketler 60'lı yıllarda başlamış ve 70'li yıllarda yoğunluk kazanmıştır. Ancak bu hareketler de çevreci sorunların yeterince ele alınmasını sağlayamamıştır. 80'li yıllarda çevre problemleri daha derin boyutlarıyla ele alınmıştır.<sup>119</sup>

Bugün ise dünyamızın en büyük sorunlarının başında doğa ve çevre kirliliği gelmektedir. Sanayileşme ile birlikte çevre sorunlarındaki artış tüm toplum kesimini sürdürülebilir kalkınma konusuna yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu gelişmelerle ortaya çıkan hava kirliliği, su kirliliği, gürültü kirliliği gibi problemler mutlaka bireyler ve kurumlar tarafından dikkate alınmalıdır.<sup>120</sup>

Dünya'nın en büyük gıda şirketi olan Nestle'nin, bazı ürünlerinde kullandığı palmiye yağı, yağmur ormanlarının tahribatına neden olmuş bu da orangutanların yaşam alanını tehdit etmiştir. 2010 yılında Greenpeace'in yürüttüğü kampanyalar sayesinde bu ürünlerin kullanımına ve bu şirkete yönelik sosyal medya aracılığıyla binlerce kişiden gelen tepki sonucunda Nestle, ormanların yok edilmesiyle bağlantılı yüksek

---

<sup>117</sup> İlic Derya KELGÖKMEN, "İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması", **Ege Akademik Barış**, No.10, C.1, 2010, s.304.

<sup>118</sup> Tahir AKGEMCİ, Şevki ÖZGENER, a.g.e., s. 57.

<sup>119</sup> "Çevre Ahlakı Bizi Evrenin Temizliğinden Sorumlu Kılıyor", (Çevrimiçi), <http://www.cekud.org.tr/haberx/316-->, (13.02.12)

<sup>120</sup> C. C. AKTAN, "Meslek Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk", İstanbul: **ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını**, 1999, (Çevrimiçi) <http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/meslek-ahlaki/sosyal-sorumluluk.htm>, (13.02.12)

riskli tarla ve dikim alanları sahibi veya işleticisi konumundaki şirketleri tedarik zincirinden çıkarmıştır.<sup>121</sup> Heathrow Havaalanı'nda inşa edilmesi planlanan 3. pist planları, İngiltere'deki karbon salımını azaltma planlarına ters düştüğü için Greenpeace plana karşı çıkmış ve pistin inşasını imkânsız hale getirecek şekilde 91.000 destekçisi ile birlikte bir miktar arazi satın almıştı.<sup>122</sup>

Toplumsal ve çevresel olarak daha iyi bir yaşam tarzına duyulan ihtiyaç, ahlaki konulara olan ilgiyi artırmıştır. Ahlaki değerler insanın çevresindeki dünyaya karşı fedakârlıklarda bulunarak daha duyarlı bireyler olması konusunda teşvik etmektedir. Son zamanlardaki birçok olay çevre koruma ile ilgili olarak ahlaki değerlerin gücünün sosyal hareketleri uyandırmadaki gücüne tanıklık etmektedir. Birçok bilim adamı, kaynak yöneticisi ve kalkınma uzmanı faaliyetlerinde topluma karşı daha fazla ahlaki sorumlu yaklaşmaktadır.<sup>123</sup>

Hava, su, toprak, tüm canlı varlıklar ve doğal kaynaklar ahlak çerçevesinde insanların sürdürülebilir kullanımını gerektirmektedir. Böylece ahlaki problemlerin neden olduğu problemler önlenebilecektir. Bunların yeterince önemsenmemesinden dolayı ortaya çıkan başlıca çevre sorunları ise şu şekilde sıralamak mümkündür:<sup>124</sup>

1. Dünya üzerinde yer alan ormanların tahribata uğraması ve azalması,
2. Endüstriyel atıkların neden olduğu deniz ve nehir kirliliği,
3. Motorlu taşıtların neden olduğu zehirli gazlar nedeniyle çevrenin ve insanların zarara uğraması,
4. Plansız şehirleşme, yapılaşma, göç nedeniyle meydana gelen çevre kirliliği,
5. Yapılaşma uğruna doğal alanların katledilmesi,
6. Enerji tüketiminin büyük artış göstermesi,
7. Sanayileşme ve şehirleşme sonucunda sera gazlarının artmasının neden olduğu iklim değişiklikleri gibi birçok çevre sorunu yaşanmaktadır.

Bugün sosyal ve çevresel değişikliklerle karşı karşıyayız. Karmaşık olan ve çok boyutlu bir çözüm gerektiren bu problem hükümet, işletmeler ve kar dışı işletmelerin ortak çalışmasını gerektirmektedir. Sosyal sorumluluk ve çevresel sürdürülebilirlik,

---

<sup>121</sup> (Çevrimiçi), <http://www.greenpeace.org/turkey/tr/news/nestle-orangutanlari-rahata-birakiyor-170510/>, (14.02.12)

<sup>122</sup> (Çevrimiçi), <http://www.greenpeace.org/turkey/tr/about/history/ba-ar-lar/>, (14.02.12)

<sup>123</sup> J.Ronald ENGEL, "Sürdürülebilir Kalkınma Ahlakı", Çev.İbrahim ÖZDEMİR, **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C.40, No.1, 1999, s.263.

<sup>124</sup> C. C. AKTAN, a.g.e., (Çevrimiçi) (13.02.12).



işletmeler açısından büyük önem taşımaktadır. Çevresel olarak gerçekleştirilen sosyal sorumluluklar, işletmelere değer yaratan önemli bir unsurdur.<sup>125</sup>

## 2.5. Ahlaki Karar Alma Süreci

Ahlaki karar, tüm paydaşlar için gerçek değer oluşturabilecek faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Bir süreç gerektiren bu ahlaki kararlar bazı avantajlar doğurmaktadır. Bunlar:<sup>126</sup>

- Ahlakın gerektirdiği spesifik sonuçlar üzerinde fikir birliğine varmanın mümkün olmadığı durumlarda süreç üzerinde uzlaşma daha kolay olacaktır. Ücret düzeyleri, çalışan güvenliği gibi üzerinde anlaşılması zor konularda, ücret düzeyleri neyle ilişkilendirileceği ve bu ilişkinin nasıl kurulacağı gibi süreçler kullanılarak sonuca ulaşmak daha kolay olacaktır.
- Ahlaki ilke, kod ve eğitim, ahlaki sorunların tam olarak tahmin edilmesini mümkün kılamaz. Ancak ahlaki karar alma süreci bunu mümkün kılar.
- Ahlaki kararların sonuçlarını değerlendirmek, süreci uygulamak ve izlemek daha kolaydır. Ahlaki karar almanın bir süreç olarak belirlenmesi alınan kararları pratikleştirir ve savunulabilir kılar. Ahlaki sorumluluk süreci bazen ahlaki görev veya ahlaki zorunlulukla eşdeğer olmaktadır.<sup>127</sup>

Sorumlu ahlaki kararlar işletmenin yönetsel bir parçasının sonucu olarak oluşur. Bu yönetsel süreç ise birçok unsuru kapsar. Bunlar; ahlaki kararların etkilerinin farkında olmak, alınacak kararı değişik noktalardan tartışmak, geçici kararların kendi içinde ve diğer ilişkili unsurlarla dengede olduğunu test etmek, gelecek politikalarla uyumluluğu sağlamak, şirketin değerleriyle bağdaştırmaktır. Bu yönetsel süreçler içinde ahlaki kararlar alınır ancak tüm bu süreçlere rağmen bir karara varılamazsa yönetici inanç ve sezgileri doğrultusunda sorumluluğu üstlenerek karara varmak zorunda kalır.<sup>128</sup>

---

<sup>125</sup> Kathy BABIAK, Sylvia TRENDAFILOVA, “CSR and Environmental Responsibility: Motives and Pressures to Adopt Green Management Practices”, **CSR and Environmental Management**, No.18, 2011, s.21.

<sup>126</sup> Sandral L, CHRISTENSEN, John KOHLS, “Ethical Decision Making in Times of Organizational Crisis: A Framework for Analysis”, **SAGE Journals**, C.42, No.3, 2003, s.332.

<sup>127</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.56-57.

<sup>128</sup> Kenneth R. ANDREWS, a.g.e., s.3.

Ahlaki karar almayla ilgili çok sayıda çalışma söz konusudur. Birçok araştırmacı farklı modeller gerçekleştirmiş olsalar da hepsinde ortak bir yön vardır, ahlaki düşünceyi ve davranışı etkileyen bireysel ve çevresel ya da durumsal faktörler.<sup>129</sup> Bu liste, ahlaki davranışları etkileyen faktörlere büyük ölçüde ışık tutmaktadır. Ancak ahlaki problemlerin çözümüne süreç odaklıdan ziyade faktör odaklı yaklaşıtları için problemlere ilişkin kesin yolu bulmada yetersiz kalabilmektedir.

Ford ve Richardson<sup>130</sup> ve Loyens and Maesschalck<sup>131</sup> ahlaki karar almada, bireysel faktörler ve örgütsel faktörlerin etkili olduğunu savunmuşlardır.

**Bireysel faktörler** bireylerin problemlere yaklaşım tarzını etkiler ve çözüm yeteneğini gösterir. Bu faktörler yaşanan kriz ortamında problemlerin ele alış tarzını şekillendirmektedir. Bireysel faktörler, yaşı, cinsiyeti, eğitimi, iş deneyimini, ahlaki psikolojiyi, bireysel değerleri, inançları kapsamaktadır.<sup>132</sup>

**Yaş** ilerledikçe bireylerin daha etik olması beklenmektedir. Bunun nedeni ise, etik konularına bakışlarının daha koruyucu niteliğe ulaşmasıdır. Sosyal bir varlık olan insanların çevresi normlar ile çevrelenmiştir. ve bu normlar aile, sosyal çevre, medya gibi birçok unsurun etkisiyle bireye kazandırılmaktadır. Bireylerin yaşı ilerledikçe bu normlara uyum konusunda baskılar artar. İşletmelerin hayata kalması içinde bu normlara ihtiyacı vardır. Organizasyonlarda kabul görmek ve sahip olduğu **pozisyonu** devam ettirebilmek için birey, çevresini saran bu kurallara daha çok uyum sağlar. Ayrıca yetişkin insan, finansal güvenliğini ve pozisyonunu korumaya daha çok yatkındır.<sup>133</sup>

**Cinsiyet**, yaş, değerler, inançlar, dindarlık, yetişme şartları gibi değişkenler bireylerin günlük ahlaki alışkanlıklarını etkilemekte ve bu alışkanlıklar çerçevesinde karar almasına neden olmaktadır.<sup>134</sup> Yapılan birçok çalışmada cinsiyet değişkenin, etik algı ve tutum üzerinde etkili olduğu ve kadınların, erkeklere göre daha fazla etik davranışlara önem verdikleri bulunmuştur.

---

<sup>129</sup> Kim LOYENS, Jeroen MAESSCHALCK, a.g.e., s. 76-77.

<sup>130</sup> Robert C. FORD, Woodrow D. RICHARDSON, "Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature", **Journal of Business Ethics**, No.13, 1994, s.205.

<sup>131</sup> Kim LOYENS, Jeroen MAESSCHALCK, a.g.e., s.77.

<sup>132</sup> Robert C. FORD, Woodrow D. RICHARDSON, a.g.e., s.206.

<sup>133</sup> Paul J. SERWINEK, a.g.e.,s.560.

<sup>134</sup> Dibyendu CHOUDHURY, v.d., "The Impact of Social and Demographic Variables on Ethical Decision Making: Exploratory Study", **International Journal of Business and Public Administration**, C. 9, No. 3, Fall 2012, s.128.

**Eğitim** değişkeni sosyal hayatta bireyler arasında etik algı açısından önemli bir farklılık neden olur ancak işletmelerde daha homojen eğitim düzeyi olduğundan, eğitim düzeyi, etik algı üzerinde önemli bir farklılık yaratabilir.<sup>135</sup>

**Örgütsel faktörler**, örgüt içindeki davranışların yönü üzerinde güçlü bir etkiye sahip olmaktadır. Araştırmalar, örgüt değerlerinin çalışan hareketlerinin üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Çalışanların davranışları aslında içinde buldukları örgütün desteklediği davranışlardır.<sup>136</sup> İşletme türü, işletme büyüklüğü, etik kodlar, örgüt politikaları, yönetici davranışları, örgüt kültürü, etik iklim, örgütsel faktörleri belirlemektedir.

Herhangi bir bireyin yaptığı faaliyetlerle benzerlik gösteren işletme faaliyetleri insanlar olmadan var olamaz. Bu ise minimum düzeyde de olsa ahlaki uygunluğu çerçeveleyecek niteliği gerektirir.<sup>137</sup> İş ahlakı, sadece bireylerin kendi kişisel ahlaklarının bir uzantısı değildir. Birçok insan güçlü ahlaki değerlere sahip kişileri elinde bulundurarak işletmelerin iyi bir kurumsal vatandaş olacağı inancındadır. Ancak bireylerin ahlaki değerleri, ahlaki karar alma sürecinde etkili olan faktörlerden sadece bir tanesidir. Bireylerin sahip olduğu ahlaki anlayışı çalıştığı ortamdan uzak tutması elbette mümkün değildir ancak bununla birlikte birçok unsur daha kararın verilmesini etkilemektedir. Burada asıl öneme sahip konulardan biri işletme şartlarında uygulanan prensip ve standartlardır.<sup>138</sup>

Bireyin ruhsal özü, karakteri, ahlaki algıyı bireysellikten kurumsallığa doğru götürebilir.<sup>139</sup> Geleneksel anlamda tartışılan, bireysel davranışlar ile kurumsal davranışların ayrı olduğudur. İşletme faaliyetlerinin sorumluları bireyler değildir. Yasaları da incelediğimiz zaman kuralların uygulanması, işletme bazında yani grup bazında esas almaktadır. Birey olarak değil, işletme yöneticileri olarak kişileri esas alır ve yasaları uygular. Bunun en önemli nedeni bireylerin bir gruba bağlı olması yani yaptıkları faaliyetlerde tam olarak özgür olmamalarıdır. Bireyler ancak ve ancak bilinçli ve özgür olduklarında eylemlerinden direkt olarak sorumludurlar. Birey,

---

<sup>135</sup> Paul J. SERWINEK, "Demographic & Related Differences in Ethical Views Among Small Business", **Journal of Business Ethics**, No.11, 1992, s.563.

<sup>136</sup> Richard DAFT, a.g.e., s.145.

<sup>137</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.62.

<sup>138</sup> C. O. FERRELL, John FRAEDRICH, Linda FERRELL, a.g.e., s.10.

<sup>139</sup> Manishal PALIWAL, a.g.e., s.4.

bilerek ve özgürce yaptığı ve ahlaki olarak neden olduğu sonuçlardan dolayı sorumludur.<sup>140</sup>

## 2.6. Ahlaki Karar Alma Modeli

Jones ahlaki karar almayla ilgili çalışmasını Rest'in çalışmasına dayandırmıştır. Rest'in çalışması dört adımdan oluşmaktadır. Bunlar; ahlaki sorunu fark etmek, ahlaki bir yargıya varmak, ahlaki niyeti oluşturmak ve son olarak ahlaki davranışı gerçekleştirmektir.<sup>141</sup> Jones ise bu dört faktörden bağımsız olarak, ahlaki yoğunluk kavramı üzerinde durmuştur.<sup>142</sup>

Miller ve Davis; yapılan birçok akademik çalışmadan faydalanarak, ahlaki karar almada yedi aşamalı bir model geliştirmişlerdir. Bu aşamalar sırasıyla şöyledir:<sup>143</sup>

1. Sorunu tanımlaması
2. Etik kodların uygulanması
3. İkilemin yapısı ve boyutlarının belirlenmesi
4. Olası kararların belirlenmesi
5. Tüm kararların olası sonuçları göz önüne alınması
6. Seçilen kararın değerlendirilmesi
7. Kararın uygulanması

Green ve Walker, Rest<sup>144</sup>'in dört aşamalı modelinden faydalanarak ahlaki karar almayı sağlayacak dört aşamalı bir model oluşturmuştur. Bu aşamalar sırasıyla şöyledir:<sup>145</sup>

1. Ahlaki ikilemin farkına var,
2. İkilemi analiz et,
3. Ahlaki teorilerden birini seç
4. Kararı al.

---

<sup>140</sup> Manuel G. VELASQUEZ, a.g.e., s.58.

<sup>141</sup> J. R. REST, "The Major Components of Morality", Ed. W. M. KURTINE, J. L. GERWITZ, **Morality, Moral Behavior and Moral Development**, New York: Wiley, 1986, s. 24-26.

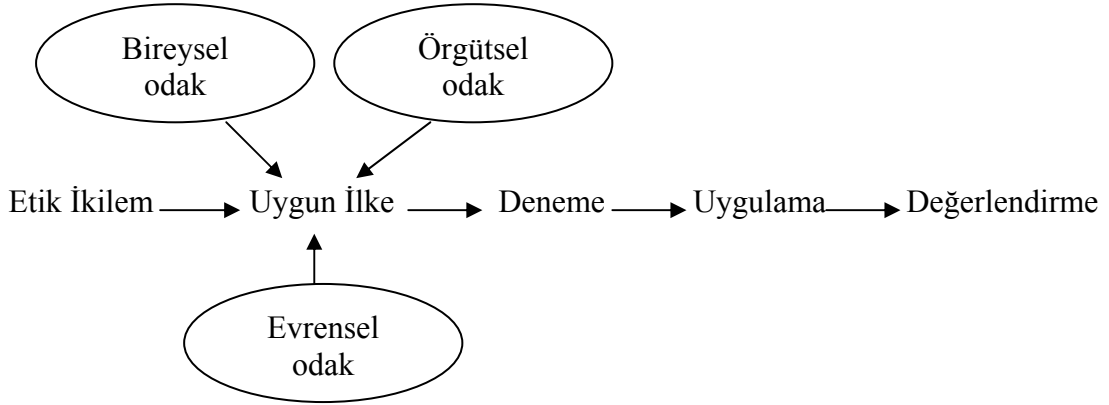
<sup>142</sup> T. M. JONES, "Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue Contingent Model", **Academy of Management Review**, C.16, No.2, 1991, s.367.

<sup>143</sup> Holly F. MILLER, Thomas DAVIS, "A Practitioner's Guide to Ethical Decision Making", **American Counseling Association**, 1996, (Çevrimiçi) [www.counseling.org](http://www.counseling.org), (13.07.2012)

<sup>144</sup> J. R. REST, a.g.e., s. 24.

<sup>145</sup> Green JAMES, Walker KEITH, "A Contingency Model For Ethical Decision Making By Educational", **Journal of Marketing**, C.4, No.4, 2009, s.8.

Hangi ahlaki teorinin kullanılacağına karar verildikten sonra ahlaki ikilem yeniden analiz edilir ve karar alınır. Karar alma bir süreçtir, bu süreç birbirini izleyen adımlardan oluşur. Randall'ın modelleştirdiği ahlaki karar alma süreci Şekil 2'de gösterildiği gibi beş aşamadan oluşmaktadır.



**Şekil 2 : Ahlaki Karar Alma Süreci**

**Kaynak:** Randall S. UPCHURCH, “Ethics in the Hospitality Industry: An Applied Model”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, C.10, No. 6, 1998, s.227.

Etik iklim'in yer aldığı bu süreçte birinci aşamada, karar alıcılar problemin farkına varırlar. İkinci aşamada, problemlerle başa çıkmada bireye yardımcı olacak bilgiyi ararlar. Bu aşamada bireyin etik iklim algısı problemi kavramlaştırmasında etkili olur. Etik iklim algısı ise, analiz odağı ve etik kriterler çerçevesinde oluşur. Üçüncü aşamada birey, ahlaki ikilemi çözmek için tek etik iklim alt boyutuna odaklanır. Dördüncü aşamada, birey etik problemi çözmek için etik stratejiyi uygular. Son aşamada ise birey, kararını almasında etkili olan etik iklimin pozitif ve negatif yönlerini değerlendirir. Uygulanan strateji, alınan kararlarda daha olumlu durum oluşturacak şekilde ilkeler ile uyumlaştırılır. Karar alıcılar tarafından etik ilkelerin ve odak noktalarının anlaşılır olması, ahlaki durumlar karşısında bireylerin nasıl etkili pozisyon alması gerektiğine yardımcı olmakta, çözümlere ilişkin faydalı yollar sağlamaktadır.<sup>146</sup>

Modelde bahsi geçen analiz odağı ve etik iklim kriterleri konusu, araştırmamızın sonraki bölümünde ele alınacaktır.

<sup>146</sup> Randall S. UPCHURCH, “Ethics In The Hospitality Industry: An Applied Model”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, C.10, No. 6, 1988, s.232.

Etik iklim, organizasyonda ahlaki kararların alınmasında büyük ölçüde etkiye sahiptir. Etik iklimi zayıf olan organizasyonlarda, çalışanlar üzerinde kontrol zayıflamakla birlikte, ihmaller ortaya çıkar ve yanlış seçimlerle ahlaki olmayan kararlara zemin hazırlar. İşletme stratejilerinin ve etik iklimlerinin uyumlu olması büyük önem arz etmektedir. Ayrıca uygulanan mekanizmalar ve karar alma süreci de iklimle uyumlu olmalıdır.<sup>147</sup>

## 2.7. Etik İklim

Etik iklim, organizasyondaki bireylerin nasıl karar aldıklarını, doğrunun ve yanlışın ne olduğunu belirleyen algılardır.<sup>148</sup> Etik iklim, bireysel algılardan farklı olarak, organizasyon içindeki gelişmelere ve alt gruplara dayalı olarak oluşur. Ancak organizasyon içinde var olan her bir grup, bölüm ya da departman farklı bir etik iklimle sahip olabilir. Her bir etik iklim boyutu, organizasyon içindeki yönetimin temelini veren dolaylı bir anlatımdır. Organizasyonların sahip olduğu kurumsal kimlikten dolayı etik iklim organizasyonlar arasında farklılıklar göstermektedir.<sup>149</sup>

Mesleki norm ve ölçütlerle biraya gelen bireyler, diğer örgütlerden farklı ancak kendi içinde nispeten ortak inanç ve değerler sistemi oluştururlar. Örgüt kültürü olarak adlandırılan bu sistem, örgüt içinde değişik inanç, değer, tutum, düşünce şekli ve ahlak anlayışının bir arada olmasına imkan tanır.<sup>150</sup> Örgüt kültürü, bir örgütün temel değerleri ve inançları ile bunları çalışanlara ileten simge, seremoni ve mitolojilerin tümüdür. Bir örgütün yaşamına ilişkin tüm değişkenleri kapsar.<sup>151</sup> Örgüt kültürü bileşenlerinden biri olan etik iklim ise, organizasyonda çalışan üyelerin hangi sorunları etik ile ilişkilendireceğine ve bu problemlerin çözümüne ilişkin ne tür kriterler kullanacaklarına yardımcı olur. Organizasyonu çevreleyen tüm değerler, neyin doğru ve yanlış olduğunu belirleyerek etik iklimin oluşmasına katkıda bulunur.

---

<sup>147</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEMPHENS, a.g.e., s.61.

<sup>148</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, "The Organization Bases of Ethical Work Climates", **Administrative Science Quarterly**, No.33, 1988, s.102.

<sup>149</sup> Debra W. SHERRILL, a.g.e., s.17.

<sup>150</sup> Erol EREN, **Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi**, 12. Baskı, İstanbul: Beta yayınları, , 2010, s.135.

<sup>151</sup> Muharrem VAROL, "Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi", **Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, C. XLIV, No.1, 1989, s.196- 220.

Oluşan etik iklim ise doğru olanın ne olduğuyla ilgili ortak bir algı oluşmasını sağlar. Ayrıca doğru olana ulaşmak için sürecin nasıl işlemesi gerektiğini de gösterir.<sup>152</sup>

Etik iklim yapısı, organizasyondaki uygulamaların ahlaki sonuçlarını yansıtan yerleşik iklim tarafından şekillenmektedir. Etik iklim, bireysel ahlaki standartlar tarafından ya da ahlaki gelişim seviyesi ile var olmaz; bireyin içinde bulunduğu çevredeki algılamalarla şekillenir.<sup>153</sup>

Etik iklim teorisi, iş ahlakı alanında en etkili kavramlardan biridir. Organizasyon içinde alınan kararlarda büyük ölçüde etkili olmaktadır. Etik iklimin organizasyondaki etkilerini açıkça görmek ve tanımlamak mümkün değildir. Ancak bireyleri, yardımsever, çıkarıcı ve ilkel olarak tanımlamak mümkündür ve böylece bireysel etik anlayışı tanımlanabilir. Aynı şekilde bu sınıflandırma organizasyonlar içinde yapılabilir ve işletmelerin etik iklimi ortaya konabilir. Yardımsever işletme tanımlaması gibi.

Yönetici, ahlaki bir çalışma ortamı yaratarak çalışanlarına güvenli bir atmosfer sunmakla sorumludur.<sup>154</sup> Etik iklimin, yönetici davranışlarından güçlü bir şekilde etkilendiği akademik yazında genel kabul görmüştür.<sup>155</sup> Etik iklimin pozitif ve açık olduğu işletmelerde, etik ikilemin yaşandığı durumlarda çalışanlardan beklentinin ne olduğunu herkes bilir. Tüm organizasyon ve yönetim tarafından desteklenen doğrular davranışlara yansır ve etik olmayan davranışların izlendiği algısı oluşur. Ahlaki olmayan davranışlara neden olabilecek baskılar, fırsatlar, çeşitli eğilimler, işletmede etik iklimi meydana getirecek proaktif bir durum yaratılarak yok edilebilir.<sup>156</sup> Bu yüzden, içinde bulunulan kurumun etik iklim algısını belirlemek ve kurumda istenen etik iklim algısını yaratma yönünde çalışmalar yapmak yöneticilerin sorumluluğunda olmalıdır.

---

<sup>152</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, "An Ethical Weather Report Assessing The Organizations Ethical Climate", **Organizational Dynamics**, No.18, C.2, 1989, s.51.

<sup>153</sup> John B. CULLEN, K. Praveen PARBOTEEAH, Bart VICTOR, "The Effects of Ethical Climates on Organizational Commitment: A Two Study Analysis", **Journal of Business Ethics**, No.46, 2003, ss.128-129.

<sup>154</sup> Nan DEMARS, "The Manager's Responsibility for the Ethical Office", Ed. Marlene Caroselli, **İçinde: Business Ethics Activity Book: 50 Exercises for Promoting Integrity at Work**, AMACOM Books, 07/2003, s.184.

<sup>155</sup> Randall S. UPCHURCH, "Ethics in the Hospitality Industry: an Applied Model", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, C.10, No.6, s.227.

<sup>156</sup> Ronald R. SIMS, "The Challenge of Ethical Behavior in Organization", **Journal of Business Ethics**, No.11, 1992, ss.510-512.

Etik iklim tek boyutlu değildir. Analiz odağı ve etik kriterler boyutları olarak ele alınan etik iklim dokuz alt boyuttan oluşmaktadır. Etik kriterler, kararların ahlaki boyutunun değerlendirilmesinde kullanılan mantık çerçevesini betimlemektedir.<sup>157</sup>

## 2.8. Etik İklimin Alt Boyutları

1980'ler ile birlikte kamu kesiminde ve akademik çevrede etik konusuna ve bunun yanında etik iklime ilgi büyük ölçüde artmıştır. Appelbaum, Deguire ve Lay<sup>158</sup>; Barnett ve Vaicys<sup>159</sup>; Deconinck<sup>160</sup>; Deshpande<sup>161</sup>; Fritzsche<sup>162</sup>; Liaw<sup>163</sup>; Vardi<sup>164</sup> ve Peterson<sup>165</sup> tarafından yapılan çalışmalarda ahlaki karar alma boyutları ve işletmelerdeki etik uygulamalar ele alınmıştır. Teorik çalışmaların ilerlemesiyle birlikte, modeller ve tipolojiler ortaya çıkmıştır. Bu tipolojilerden biri de Victor ve Cullen<sup>166</sup> tarafından oluşturulan ve bu araştırmanın da dayandığı etik iklim tipolojisidir. Victor ve Cullen çalışmalarında ahlaki davranışları belirleyen etik iklim ölçümlemesinde ahlaki davranış teorileri ve ahlaki psikolojiden faydalanmıştır. Ahlak felsefesi ve bireysel ahlaki gelişimden farklı olarak etik iklim örgütsel bir kavramdır.

Etik iklim, kuramsal modeli ile firma yöneticilerine firmalarının etik iklimini ölçüp değerlendirmek için ve gerekiyorsa bu iklimi değiştirmeye başlamak için kullanışlı bir araç sunmaktadır. Etik iklim, örgüt üyelerinin etik açıdan mevcut sorunları tespit eder ve bu sorunları anlamakta, çözmekte, düşünmekte kullanılacak kriterleri

---

<sup>157</sup> David J. FRITZSCHE, "Ethical Climates and the Ethical Dimension of Decision Making", **Journal of Business Ethics**, No.24, 2000, s.126.

<sup>158</sup> Steven H. APPELBAUM, Kyle J. DEGUIRE and Mathieu LAY, "The Relationship of Ethical Climate to Deviant Workplace Behavior", **Corporate Governance**, C.5, No.4, 2005, ss.43-55.

<sup>159</sup> Tim BARNETT, Cheryl VAICYS, "The Moderating Effect of Individuals' Perceptions of Ethical Work Climate on Ethical Judgments and Behavioral Intentions", **Journal of Business Ethics**, 2000, No.27, ss.351-362.

<sup>160</sup> James B. DECONINCK, "The Influence of Ethical Climate on Marketing Employees' Job Attitudes and Behaviors", **Journal of Business Research**, No.63, 2010, ss.384-391.

<sup>161</sup> Satish P. DESHPANDE, "Ethical Climate and the Link between Success and Ethical Behavior: An Empirical Investigation of a Non Profit Organization", **Journal of Business Ethics**, 1996, No.15, ss.315-320.

<sup>162</sup> David J. FRITZSCHE, a.g.e., ss.125-140.

<sup>163</sup> GouFong LIAW, "Cross-Level Effects of Ethical Climate on the Relationship Between Psychological Contract Breach and Ethical Decision-Making Intention", **African Journal of Business Management**, (September, 2011), C.5, No.21, ss.8511-8520.

<sup>164</sup> Yoav VARDI, "The Effects of Organizational and Ethical Climates on Misconduct at Work", **Journal of Business Ethics**, 2001, No.29, ss.325-337.

<sup>165</sup> Dane K. PETERSON, "The Relationship between Unethical Behavior and the Dimensions of the Ethical Climate Questionnaire", **Journal of Business Ethics**, 2002, C.41, No.4, ss.313-326.

<sup>166</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, "The Organizational Bases of Ethical Work Climates", **Administrative Science Quarterly**, No.33, 1988, ss.101-125.



belirlemeye yardımcı olur. Bir işletmede kullanılacak etik iklimin, verimlilik sağlaması açısından tutarlı ve anlaşılır olması çok önemlidir. Çalışanların, yönetimin kendilerinden ne istediğini ve bu isteğin nasıl gerçekleştirileceğini bilmesi gerekir. Yönetim, savunduğu değerleri destekleyecek kararların dayanağını oluşturan yapıyı oluşturmalıdır. Verimli ve uyumlu iklim yaratma çalışmasında öncelikle işletmede var olan etik iklimin ne olduğunun belirlenmesi gerekmektedir.<sup>167</sup>

Victor ve Cullen tarafından oluşturulan ECQ –Etik İklim Ölçeği (Ethical Climate Questionnaire), organizasyon içinde ya da organizasyonun alt birimlerinde ahlaki karar ya da davranış formlarında, organizasyonel beklentilerle ilgili bireylerin inançlarını yansıtan bir mozaiktir.<sup>168</sup> İşletmede hakim olan etik iklimi belirlemede uluslararası kabul görmüş bir ölçektir.

Victor ve Cullen'nin etik iklim çalışması büyük bir zenginliğe sahip ve büyük çoğunlukta araştırmacılar tarafından kabul gören bir yapıdır.<sup>169</sup> ECQ, çalışanlar için kullanılabilir bir ölçektir ve çalışanların işletme içindeki durumları hakkında analize imkan verir. Diğer taraftan, sonuçlar, çalışanların kendinden emin olarak karar aldığı, tüm çalışanların hemfikir olduğu, kritik öneme sahip bir tablo ortaya koyacaktır. Etik iklim ölçeğini cevaplandıran çalışanlardan, özellikle işletme içinde var olan durumu yansıtmaları istenmelidir. Yani etik iklim açısından ne olması gerektiğiyle ilgili düşüncelerinden ziyade, işletmedeki etik iklime dair düşüncelerin alınması esastır. Çalışma sonucunda yöneticiler, işletmede nasıl bir etik iklim olduğunu görme imkanına erişirler. İşletmenin amaçlarına, değerlerine uygun işletme etiği belirlenebilir. İşletme, çalışan davranışlarını belirleyen etik iklime müdahale ile problemler karşısında bireylerin nasıl davranması gerektiğine yön verebilir. Motorola, yazılı etik kodlar ile kurallara, yasalara uyuma katkı sağlamaktadır. Yöneticiler, kurum içi eğitimler ile ahlaki kararların alınmasını sağlayacak etik iklimi sağlayabilirler. Yazılı etik kodlar geliştirebilir, politikalar, prosedürler, süreçler izlenip değişikliklere gidilebilir.<sup>170</sup>

---

<sup>167</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., ss.51-62.

<sup>168</sup> Kelly D. MARTIN, John B. CULLEN, MARTIN, Kelly D. and CULLEN, John B., "Continuities and Extensions of Ethical Climate Theory: A Meta-Analytic Review", **Journal of Business Ethics**, No.69, 2006, s.180.

<sup>169</sup> David J. FRITZSCHE, a.g.e., s.126.

<sup>170</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.59-61.

Etik iklim, psikoloji, felsefe ve sosyolojiye dayalı olarak çeşitli alt boyutlardan oluşmuştur.<sup>171</sup> Victor ve Cullen'in çalışması, birinci bölümde ele alınan ahlak teorilerinden egoizm, yardımseverlik (faydacılık) ve ilkelilik (deontoloji) boyutlarına dayanmaktadır. Faydacılık teorisinde, davranışlar ya da kararlar alınırken en çok kişi için en büyük fayda yaratılmaya çalışılmaktadır. Deontolojik teoride ise, kurallar, yasalar, kodlar ve prosedürler başkalarına yarar sağlayacak kararları ve davranışları belirler.<sup>172</sup>

Victor ve Cullen'in<sup>173</sup> çalışması Tablo 1'de gösterildiği gibi iki temel sınıflandırmaya dayalıdır. Birinci boyut, organizasyonel kararlarda kullanılan etik kriterleri, ikinci boyut ise, ahlaki kararın analiz ya da odak noktasını belirtmektedir. Bu iki boyutun kesişimi sonucunda, dokuz farklı alt boyut ortaya çıkmıştır.

**Tablo 1 : Etik İklim Alt Boyutları**

		ETİK ANALİZ ODAĞI		
		Bireysel (Individual)	Örgütsel (Local)	Evrensel (Cosmopolitan)
ETİK KRİTERLER	Egoizm (Egoizm)	Bireysel Çıkar (Self-interest)	Örgüt Çıkarı (Company Profit)	Verimlilik (Efficiency)
	Yardımseverlik (Benevolence)	Arkadaşlık (Friendship)	Takım Çıkarı (Team interest)	Sosyal Sorumluluk (Social Responsibility)
	İlkelilik (Principle)	Kişisel Ahlak (Personal Morality)	Örgütün Kuralları ve Prosedürleri (Company Rules and Procedures)	Kanunlar ve Mesleki Kodlar (Laws and Professional Codes)

**Kaynak:** Bart VICTOR, John B. CULLEN, "The Organization Bases of Ethical Work Climates", *Administrative Science Quarterly*, No.33, 1988, s.104.

Ahlaki gelişime dair psikolojik teoriler, ahlaki gerekçelendirmede bireylerin benzer ahlaki yargılamaları kullandıklarını savunur. Bu teorilerden en etkilisi ve kabul görmüşü ise Kohlberg'in "ahlaki gelişim" teorisidir. Kohlberg, ahlaki gelişimi altı basamağı kapsayan üç temel sınıflandırma ile açıklamaktadır. Bu gelişimin üç evresi ahlaki yargılara dayanırken, diğer üçü ise ahlak teorilerine dayanmaktadır. Ahlaki

<sup>171</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.53.

<sup>172</sup> Kelly D. MARTIN and John B. CULLEN, a.g.e., s.177.

<sup>173</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.101-125.

gelişim süreci bireyin cezalandırma korkusundan başlar ve evrensel ilkelere doğru gider.<sup>174</sup> Victor ve Cullen çalışmalarını bu teori ile ortak bir çerçeveye oturtmuştur. Bu ortak çerçeveden hareketle, etik iklim kriterleri oluşturulmuştur. Bireysel ahlaki gelişim teorisinden farklı olarak etik iklim, gruba ya da örgüte dayalı bir oluşumdur.

Kohlberg, insanların çocukluk döneminden başlayıp, yetişkinlik dönemine kadar ahlaki gelişim içerisinde olduğunu söylemiştir. Ahlaki yargılama için farklı etik kriterlerden oluşan ve birbirini sırasıyla takip eden Kohlberg'in çalışması, bireylerin etik ikilemleri nasıl çözebileceğiyle ilgilidir.<sup>175</sup> Kohlberg, üç etik standart listelemiştir. Victor ve Cullen, etik iklim çalışmasında bu etik standartları kullanmıştır; bireysel çıkar, yardımsever, ilkelilik. Bu üç standart ise, etik teorisi olan egoizm, faydacılık ve deontoloji ile uyumluluk göstermektedir.

Etik kriterlerin sınıflandırılması deontoloji, faydacılık ve egoizm teorilerine dayanmaktadır. Sosyoloji teorilerinden faydalanılarak gelişen analiz boyutları ise, alınan kararların tanımlanması ve davranışların işlevselleştirmesini, seviyelere ayırarak kavramsallaşmasına yardımcı olmuştur. Bu seviyeler, örgütsel ve evrensel olarak kategorize edilmiştir. Evrensel ve örgütsel boyutlar, organizasyonun kimliğinin ve rolünün belirleyicileridir. Bu boyutlar, sosyal kimlik kriterlerini belirleyerek organizasyonları toplumda var ederler.<sup>176</sup> Ayrıca, Victor ve Cullen bir başka analiz boyutu olan bireyselliği belirlemiştir. Bireysellik analiz odağı, organizasyonel normlardan bağımsız olarak bireyin kendini baz alarak karar almasıdır. Karar alma kriterlerinin altında bireyin inançları ve değerleri yatmaktadır.<sup>177</sup>

Ahlaki karar almada kullanılan etik kriterler, analiz boyutuna göre gruplandırıldığında Tablo 1'de gösterilen dokuz farklı alt boyut karşımıza çıkmaktadır. Bu dokuz alt boyut, organizasyonda karar almaya rehberlik eden etik kriterleri ifade eder. Buna karşın ilkelilik – evrensellik iklim tipi için, ahlaki

---

<sup>174</sup> Lawrence KOHLBERG, **The Philosophy of Moral Development**, New York: HarperRow, 1984, ss.86-88.

<sup>175</sup> Lawrence KOHLBERG, a.g.e., s.88.

<sup>176</sup> Alvin W. GOULDNER, "Cosmopolitans and Locals: Toward an Analysis of Latent Social Roles II", **Administrative Science Quarterly**, 1958, C.2, No.4, s.463.

<sup>177</sup> Kelly D. MARTIN, John B. CULLEN, a.g.e., ss.177-178.

kararların belirleyicisi mesleki kodlar ve yasalardır.<sup>178</sup> Bahsi geçen alt boyutlar, güncellenen etik iklim alt boyutları bölümünde anlatılacaktır.

## 2.9. Etik Kriterler

Etik kriterler; “egoizm”, “yardımseverlik (utilitarianism)” ve “ilkelilik (deontology)” boyutlarından oluşmaktadır. Bunlar alınan ahlaki kararlara rehberlik etmektedir. Araştırmalar bu üç boyuttan birinin organizasyonlarda baskın olduğunu ve bunun organizasyonun etik iklimini tanımladığını göstermiştir.<sup>179</sup> Bu araştırmada, ahlaki kararlarda baskın olarak “ilkelilik” etik iklimi çıkmıştır.

Organizasyonların amaçları, prosedürleri, politikaları ve uygulamaları arasındaki farklılıklar, farklı etik boyutların var olmasına neden olmaktadır.<sup>180</sup>

### 2.9.1. Egoizm

Egoist iklim, kişisel çıkarların ön planda olduğu iklim tipidir. Ahlaki ikilem ile karşı karşıya kalan birey, aldığı kararları kişisel çıkarlarına dayandırır<sup>181</sup> ve birey egoizm felsefesine dayalı olarak çıkarlarını en üst düzeye çıkaran tutumu sergiler.<sup>182</sup> Egoist iklimin hakim olduğu işletmelerde çalışanlar, alınan kararlarda kişisel çıkarların desteklendiği görüşünü organizasyonun tüm bileşenlerine yayabilirler. Toplumun etik beklentilerine uymayan ve kabul edilebilir etik dışına çıkan uygulamalara gidebilirler.<sup>183</sup> Eğer organizasyon, bencil ve çıkarıcı davranışları telkin ediyorsa, çalışanlar bir bütün olarak örgüte ve örgüt çalışanlarına karşı umursamaz ve ilgisiz olacaktır.<sup>184</sup>

Organizasyonun analiz odağı çerçevesinde ahlaki kararlar bireysel, örgütsel ya da evrensel olarak alınır.<sup>185</sup> Egoist – bireysel iklim tipinde, ahlaki kararların belirleyicisi bireylerin kişisel çıkarlarıdır. Egoist – örgütsel iklim tipinde, ahlaki kararların

<sup>178</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., ss.106-107.

<sup>179</sup> Kelly D. MARTIN and John B. CULLEN, a.g.e., s.177.

<sup>180</sup> Debra W. SHERRILL, a.g.e., ss.18-19.

<sup>181</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, “Toward An Understanding of Ethical Climate: Its Relationship to Ethical Behavior and Supervisory Influence”, **Journal of Business Ethics**, C.13, 1994, s.638.

<sup>182</sup> Tim BARNETT, Cheryl VAICYS, a.g.e., s.353.

<sup>183</sup> John B. CULLEN, K. Praveen PARBOTEEAH, Bart VICTOR, a.g.e., s.130.

<sup>184</sup> Türkmen Taşer AKBAŞ, “Örgütsel Etik İklimin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Mobilya Sanayi Büyük Ölçekli İşletmelerinde Görgül bir Araştırma”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, No.12, C.9, 2010, s.123.

<sup>185</sup> Tim BARNETT, Cheryl VAICYS, a.g.e., s.353.

belirleyicisi, örgütün çıkarlarıdır. Egoist – evrensel etik iklim tipinde, ahlaki kararların belirleyicisi ise sosyal ya da ekonomik sistemin çıkarlarıdır.<sup>186</sup>

### 2.9.2. Yardımseverlik

Bu iklimin hakim olduğu organizasyonlarda kararlar diğer tüm bireyler düşünülerek alınır. Kendi çıkarlarını maksimize etmekten uzak, alınacak kararlar sonucunda diğer kişilerin olumlu ya da olumsuz olarak etkilenme durumları irdelenir ve bu kişiler için en yüksek çıkarı sağlayacak karar alınır. Ahlaki kararların yönünü, kararların başkaları üzerindeki sonuçları belirler.<sup>187</sup>

Yardımseverlik iklim türünün olduğu organizasyonlarda, yasalara, kurallara, ilkelere uyum daha zayıftır. Buna karşın, yasalara, ilkelere, kurallara uyumun yüksek olduğu işletmelerde, diğer insanlara karşı hassasiyet düzeyi daha düşüktür. Bu yüzden işletmelerde farklı etik iklimlerine yer verilebilir. İşletmeler de baskın olan tek etik iklim olmakla birlikte, bunun yanında farklı etik iklim boyutları da görülebilir.<sup>188</sup>

Yardımseverlik ikliminin baskın olduğu işletmelerde, teleolojik yaklaşım yaygındır. Ahlaki problemlerin çözümünde çalışanlar, kendisinin dışında diğer bireyleri baz alır ve en çok kişi için en iyi sonucu yaratmaya çalışır.<sup>189</sup>

Kohlberg, ahlaki kararların etkileri üzerinde de önemle durmuştur. Onun teorisi, bazı insanların her zaman kararlarını, diğer insanların nasıl etkilendiğini düşünerek aldıklarını açıklamaktadır. Bireyler aldıkları kararları aile, organizasyon ya da sosyal boyutta ele almaktadır.<sup>190</sup>

### 2.9.3. İlkelilik

İlkelilik iklim türünün yaygın olduğu işletmelerde, ahlaki kararlarda yasalar, kurallar baskın olmaktadır.<sup>191</sup> Deontolojik teori olarak da adlandırılan ilkelilik boyutu, evrensel ilkeler kullanılarak, durumlara bağlı olarak oluşan davranışlardır. Deontolojik teori çerçevesinde ahlaki kararlar alınırken kişisel çıkarlar var olmaz. Deontolojik ilkeler; bireysel inançlar ya da dünya görüşü, örgütsel faktörler ve ahlaki

---

<sup>186</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.105.

<sup>187</sup> Tim BARNETT, Cheryl VAICYS, a.g.e., s.354.

<sup>188</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.105.

<sup>189</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.105.

<sup>190</sup> Lawrence KOHLBERG, a.g.e., s.95.

<sup>191</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.105.

prensipier tarafından oluşmaktadır. Ahlaki kararların dayandığı ilkelilik kriterinin uygulanmasında esneklik yoktur. Deontolojik kriter, örgütsel politika ve prosedürlere, mesleki etik kodlara ya da sosyal düzenlemelere ve yasalara bağlı olarak oluşur.<sup>192</sup>

Organizasyonun politika ve uygulamalarının oluşturduğu algı olan etik iklim, bireylerin ahlaki kararlarının yönünü belirler ve çalışma gruplarının performansı üzerinde etkiye sahip olur. Organizasyonda uygulanan ödüllendirme sistemi ahlaki olan ve olmayan davranışlar üzerinde rol oynamaktadır. Etik politikalarla desteklenmeyen organizasyon politikaları, etik politikaları ile güçlendirilmedikçe ve ödüllerle pekiştirilmedikçe, organizasyonun çalışanları ahlaki kararlarını “egoist klime” dayandıracak ve organizasyonca arzulanana verimlilik ve başarı seviyesine ulaşmada istenen olumlu performans yaratılamayacaktır.<sup>193</sup>

## **2.10. Etik Analiz Odağı**

Etik analiz odağı, alınan ahlaki kararlarda uygulanacak etik kriterlerin limitini belirleyen bir kaynaktır. Sosyal teoriler tarafından şekillenen analiz boyutunun kaynakları temelde iki tanedir. Bireyin etik tercihlerine bakılmaksızın onun dışında bulunan kriterlerin, kararlara kaynaklık ettiği dışsal kaynaklar ile bireyin etik tercihlerine dayalı olarak etik kriterlerin değerlendirildiği içsel kaynaklardır. Dışsal kaynakların analiz limiti örgüt sınırları ile belirleniyorsa örgütsel, örgüt sınırlarını aşıyorsa evrensel odaklıdır.<sup>194</sup>

### **2.10.1. Bireysel Etik Analiz Odağı**

Bireysel etik analiz odağına sahip örgütlerde ahlaki kararlar, bireylerin kendi ahlaki inançları doğrultusunda birey esas alınarak alınır. Bu etik analiz odağı, kişisel tercihlere dayanır, bu tercihler bireysel etik ikliminin oluşmasında rehberdir.

### **2.10.2. Örgütsel Etik Analiz Odağı**

Örgütsel etik analiz odağında, ahlaki gerekçelendirmenin kaynağı organizasyonun kendisidir. Bireyler tamamen çalıştıkları kuruma bağlıdırlar. Bireysel farklılıklar dikkate alınmayarak çoğunluğun hemfikir olduğu kararlar alınır. Ahlaki kararlar,

<sup>192</sup> Tim BARNETT, Cheryl VAICYS, a.g.e., s.355.

<sup>193</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., s.641.

<sup>194</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.105-107.

organizasyonel politikalar ve uygulamalar doğrultusunda örgüt içi esas alınarak alınır. Kurum içerisinde çalışanlar arasında örgütsel bir değer yaratmak en önemli konudur. Bu kapsamda departman bazında bir eğitimden ziyade disiplinler arası bir eğitim bu analiz boyutuna sahip kurumlarda öne çıkmaktadır.<sup>195</sup> Bireysel ya da örgütsel etik analiz odağına sahip işletmeler, çok uluslu işletmeler gibi yüksek sosyal ilişkiler hassasiyetine sahip değildir.<sup>196</sup>

### 2.10.3. Evrensel Etik Analiz Odağı

Evrensel etik analiz odağında, ahlaki kararlar, mesleki kuruluşlar doğrultusunda, bireysel ve örgütsel odaktan uzak olarak alınır.<sup>197</sup> Ahlaki gerekçelendirmenin kaynağı işletme dışındadır, alınan kararlar dışarıdan gelerek işletmenin odak noktasına yerleşir (yasalar, mesleki kodlar gibi). Evrensel etik analiz boyutu, organizasyondaki formal ve informal yapı üzerinde zayıf bir entegrasyon içindedir. Bu boyut, organizasyondaki formal yapı üzerinde düşük uygulamaya ve etkiye sahiptir. Bu tür organizasyonda çalışanlarda düşük bağlılık vardır ve kalıcı olarak bu organizasyonda kalmayı düşünmezler. Evrensel analiz boyutunda çalışan bir kişi ücretinin düşük olduğunu düşündüğü anda işten ayrılabilir. Bunun yanında çalışanlar, özel yeteneklerini geliştirme konusunda kararlıdır.<sup>198</sup> Davranışlara yön veren mesleki normların kaynağı ise, çoğunlukla işletme dışında bulunan ve evrensel analiz boyutunu şekillendiren kavramlardır. Bu kavramlar çalışma normlarının bir parçası olup, etik ikliminin şekillenmesinde önemli rol almaktadır.<sup>199</sup>

Victor ve Cullen tarafından yapılan çalışmalar sonucunda, Tablo 2’de gösterildiği gibi dokuz boyutlu olan etik iklim, beş boyutta sınıflandırılarak güncellenmiştir.<sup>200</sup> Modelde belirtilen etik iklim alt boyutları, organizasyonda alınan kararlara kaynaklık etmektedir.<sup>201</sup> Bu boyutlar; “araçsallık”, “başkalarının iyiliğini isteme”, “bağımsızlık”, “kurallar”, “kanun ve kodlar”dır. “Araçsallık” boyutu, bireysel çıkar ve örgütsel çıkar faktörleri ile; “Başkalarının iyiliğini isteme” boyutu, verimlilik, arkadaşlık, takım çıkarı ve sosyal sorumluluk faktörleri ile; “bağımsızlık” boyutu, kişisel ahlak kuralları faktörü ile; “kurallar” boyutu, örgütsel kurallar ve prosedürler

<sup>195</sup> Alvin W. GOULDNER, a.g.e., s.446.

<sup>196</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.55.

<sup>197</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., s.638.

<sup>198</sup> Alvin W. GOULDNER, a.g.e., s.449.

<sup>199</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.105-107.

<sup>200</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.111.

<sup>201</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.57.

ile; “kanun ve kodlar” boyutu, kanunlar ve mesleki kodlar ile denk gelecek şekilde kullanılmıştır.

**Tablo 2 : Güncellenen Etik İklim Alt Boyutları**

		ETİK ANALİZ ODAĞI		
		Bireysel (Individual)	Örgütsel (Local)	Evrensel (Cosmopolitan)
ETİK KRİTERLER	Egoizm (Egoizm)	Araçsallık (Instrumental)		
	Yardımseverlik (Benevolence)	Başkalarının İyiliğini İsteme (Caring)		
	İkelilik (Principle)	Bağımsızlık (Independence)	Kurallar (Rules)	Kanunlar ve Kodlar (Laws and Codes)

**Kaynak:** Bart VICTOR, John B. CULLEN, “The Organization Bases of Ethical Work Climates”, *Administrative Science Quarterly*, No.33, 1988, ss.101-125.

### 1. Araçsallık

Kişisel ve örgütsel çıkar boyutlarını kapsayan araçsallık ikliminde, bireyler kendileri için daha iyiye ulaşmaya çalışırlar ayrıca bu iklimde, bireyler organizasyonun daha çok kazanca ulaşabilmesi için çabalarlar. Organizasyon kararlarında bireysel çıkar ve örgütsel çıkar temel faktördür.<sup>202</sup> Organizasyon çalışanları, alınan kararların şirket çıkarlarına hizmet etmesi gerektiğini düşünürler. Çoğunluğun çıkarları değil bireysel çıkarlar önemlidir ve alınan kararlardan etkilenme ihtimali olanlar göz ardı edilir.<sup>203</sup>

### 2. Başkalarının İyiliğini İsteme

Arkadaşlık, takım çıkarı ve sosyal sorumluluk boyutlarını kapsayan başkalarının iyiliğini isteme ikliminde bireyler, şirkette bulunan herkes için en iyinin ne olduğunu düşünür.<sup>204</sup> İklim, müşterilerin olduğu kadar çalışanlarında birbirinin iyiliğini gözetecek şekilde karakterize olmuştur.<sup>205</sup> Bu iklimdeki beklenti ise toplum ve müşteri için doğru olanın yapılmasıdır. Yardımseverlik kriterine dayanan bu iklim, diğer bireylerin çıkarına dayalı davranışları destekler. Ayrıca organizasyonun

<sup>202</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e, s.57.

<sup>203</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., s.639.

<sup>204</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.57.

<sup>205</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, Steven E. MARKHAM, “An Empirical Examination of the Relationship Between Ethical Climate and Ethical Behavior from Multiple Levels of Analysis”, *Journal of Business Ethics*, No.16, 1997, s.1706.



politikaları, uygulamaları, stratejileri de bu iklimi destekleyen önemli unsurlardır. Akademik çalışmalar, işletmelerde en çok bu iklim türünün var olduğunu göstermektedir.<sup>206</sup>

Organizasyonlarda ahlaki karar almada başkalarının iyiliğini düşünme ikliminin yüksek, araçsalcı iklimin düşük olduğu durumlarda başarı ve etik arasında güçlü bir ilişkinin olduğu algısı hakimdir.<sup>207</sup>

### 3. Bağımsızlık

Kişisel ahlak boyutunu kapsayan bağımsızlık ikliminde bireyler, faaliyetlerinde kişisel ve ahlaki inançlarını takip ederler.<sup>208</sup> Kişisel ahlak anlayışı, alınan kararlarda öncelikle belirleyici olan faktördür. Bu iklim çerçevesinde, alınan kararların temel belirleyicisi bireyin kendisidir, organizasyon içindeki ya da dışındaki herhangi bir kişi alınan bu kararda etkili değildir. Bireysel ahlaki inançlar, bireylerin ahlaki kararlarına yön verir.<sup>209</sup>

“Bağımsızlık” etik iklimi, dayandığı bireysel ahlak, aile, arkadaş, yaşam deneyimleri, kişisel değerler ve huylar gibi değişkenlerin etkisine bağlı olarak şekillenir ve bireylerin ahlaki inançlarına ve davranışlarına katkıda bulunur. Ahlaki davranışın başlangıcının birey olduğu varsayımına dayanarak kurumsal ortamda ahlaki davranış seviyesi bireysel ahlaka bağlıdır.<sup>210</sup>

### 4. Kurallar

Örgütsel kuralları ve prosedürleri kapsayan kurallar ikliminde bireylerden beklenen, işletme kurallarına ve prosedürlerine uymaktır. Alınan kararlarda içsel faktörler etkilidir, kararın yönünü, işletme içindeki genel ilkeler belirler.<sup>211</sup> Ahlaki kararların belirleyicisi olarak kurallar kabul edilir. Deontolojik temelli olan kural iklimi, kurallara ve ilkelere bağlılığı gerektirir.<sup>212</sup> Bu iklim türünün hakim olduğu

---

<sup>206</sup> Kelly D. MARTIN, John B. CULLEN, a.g.e., s.179.

<sup>207</sup> Despande SATISH P., “Ethical Climate and the Link between Success an Ethical Behavior: An Empirical Investigation of a Non profit Organization”, **Journal of Business Ethics**, 1996, No.15, s.319.

<sup>208</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.57.

<sup>209</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., s.639.

<sup>210</sup> Ömer Faruk İŞCAN, “Örgütsel Açıdan Ahlaki Davranış ve Karar Almayı Kolaylaştırıcı Bir Süreç Olarak Ahlaki Yansıma” **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, No.15, 2010, ss.286-287.

<sup>211</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.57.

<sup>212</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., s.639.

işletmelerde çok yönlü davranış kodları uygulanmaktadır ve bu kodlar kararları şekillendirmektedir.<sup>213</sup>

## 5. Kanunlar ve Kodlar

İlkelilik ve evrensellik boyutlarının kesişimi ile oluşan kanunlar ve kodlar ikliminde bireyler öncelikle kararların kanunları ihlal etmediklerine bakarlar ve mesleki kodlar aldıkları kararlarda önemlidir. Alınan kararlarda dışsal faktörler hakimdir, davranışlarının belirleyicisi işletme dışındaki standartlar ve ilkelerdir.<sup>214</sup> Evrensel boyut, bu iklim için bireylerden işletme kural ve uygulamalardan daha ötesine bakmayı gerektiriyor.<sup>215</sup>

### 2.11. Araştırma Kapsamında Yapılan Bilimsel Çalışmaların İncelenmesi

Araştırmamızın bu aşamasında, etik iklim, ahlaki karar alma ve bu kapsamda bankacılık sektöründe yapılan çalışmalar bu bölümde incelenecektir.

#### 2.11.1. Etik İklim Konusunda Yapılan Bilimsel Çalışmalar

Bu araştırmanın dayandığı Victor ve Cullen'in çalışması, organizasyonların ya da grupların, ahlaki gerekçelendirme aşamalarını, bir sıralama içinde sunmuştur. Davranışları büyük ölçüde etkileyen normlardan olan etik iklim ölçülmüştür. Dört farklı işletme üzerinde 872 çalışanla yapılan çalışma sonucunda, daha önceden dokuz boyutlu olarak belirlenmiş olan etik iklim beş boyut olarak belirlenmiştir. Dört şirket çalışanlarında tüm odak noktaları için "iyiliksever" (Başkalarının iyiliğini düşünme) tutum sergilenmiştir.<sup>216</sup> Bir başka çalışmada Cullen, Victor ve Stephens, farklı sektörlerde dört şirket üzerinde 872 çalışanla yaptıkları çalışmada söz konusu işletmelerin etik iklimini ölçmüşlerdir. Baskın etik iklim boyutları işletmeler arasında farklılık göstermiştir. İşletmelerin hepsi araçsal iklim tipine sahip olmadıklarını belirtse de analiz sonuçları işletmelerde araçsal iklimin olduğunu göstermiştir.<sup>217</sup>

---

<sup>213</sup> Kelly D. MARTIN, John B. CULLEN, a.g.e., s.179.

<sup>214</sup> John B. CULLEN, Bart VICTOR, Carroll STEPHENS, a.g.e., s.57.

<sup>215</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., s.639.

<sup>216</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., s.101.

<sup>217</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, "Theory and Measure of Ethical Climate In Organizations, **İçinde: Research In Corporate Social Performance and Policy: Empirical Studies of Business Ethics and Values**, Ed: W.C. FREDERIC, Greenwich: **Jai Press**, 1987, s. 51.

Toplumsal normlar ve değerler, çalışanların etik algılarını belirlemektedir. Yerel toplumlarda faaliyet gösteren işletmelerin etik yapıları bu çerçevede oluşmaktadır. Steve ve Snead'ın Amerika'da 343 yerel çalışan üzerinde yaptığı çalışmada, toplumsal normların ve değerlerin orta düzeyde işletme etik iklimini etkilediği ve homojen organizasyonel etik kültür yarattığı bulunmuştur.<sup>218</sup>

Etik iklimin örgütsel bağlılık üzerine etkileri birçok akademisyen tarafından araştırılmıştır. Cullen, Parboteeah ve Victor'un Amerika'da 411 telefon şirketi ve 139 muhasebe çalışanı üzerinde yaptıkları çalışmada “ilkellik” iklimi ve “yardımsever” iklimin olduğu işletmelerde etik iklim ile örgütsel bağlılık arasında pozitif bir ilişki çıkarken, egoist iklimin olduğu işletmelerde negatif bir ilişki bulunmuştur.<sup>219</sup>

Etik iklim ve yöneticiye duyulan güveni ele alan Eser, bunların örgüte bağlılık yaratmadaki rollerini incelemiştir. Türkiye'de kamu ve özel sektörde farklı pozisyonlarda çalışanlar üzerinde yapılan çalışma sonucunda “yasalar, kodlar ve kurallar”, “önemseme”, “kişisel çıkar”, “sorumluluk ve verimlilik” olmak üzere beş etik iklim boyutu çıkmıştır. Önemseme etik iklim boyutunun ise örgüte bağlılık üzerinde büyük oranda bir etkiye sahip bulunmuştur.<sup>220</sup>

Özyer, iş tatmini ile örgütsel bağlılık gibi iki önemli örgütsel değişkenin, etik iklim ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide düzenleyici rollerini araştırmıştır. Türkiye'de 13 şirkette 439 çalışan üzerinde yapılan çalışma sonucunda, hem örgütsel bağlılık hem de iş tatmini, etik iklim ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide düzenleyici aracı rolü oynadığı, çalışanların örgütsel bağlılık seviyeleri yüksek olduğunda ise etik iklim ile işten ayrılma arasındaki ilişki daha güçlü hale geldiği bulunmuştur.<sup>221</sup>

Akbaş, imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren büyük ölçekli mobilya işletmelerinde örgütsel etik iklimlerin, bu işletmelerde çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisini incelemiştir. Türkiye'de 409 çalışan üzerinde yapılan

---

<sup>218</sup> Bourne STEVE, John D. SNEAD, “Environmental Determinants of Organizational Ethical Climate: A Community perspective”, **Journal of Business Ethics** No.21, 1999, ss.283–290.

<sup>219</sup> John B. CULLEN, K. Praveen PARBOTEEAH, Bart VICTOR, a.g.e., s.127.

<sup>220</sup> Gül ESER, “Etik İklim Ve Yöneticiye Güvenin Örgüte Bağlılığa Etkisi” **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2007, ss.40-67.

<sup>221</sup> Kubilay ÖZYER, “Etik İklim Ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmininin Düzenleyici Rolü”, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 2007, s.145.

çalışmada, etik iklim boyutlarından; arkadaşlık boyutu ile takım çıkarı boyutu birleşerek bir tek faktör oluşturmuştur. “Yasa ve meslek ahlâkı kodları”, “arkadaşlık/takım çıkarı”, “firma kuralları ve prosedürleri”, “kişisel ahlâklılık” ve “örgütsel” etik iklim boyutları belirlenmiş ve bunların örgütsel bağlılık boyutlarından; duygusal, normatif ve devam üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. “Yasa ve meslek ahlak kodları”, etik iklim ile “arkadaşlık/takım çıkarı” iklim türleri örgütsel bağlılık boyutları üzerinde en yüksek etkisi olan örgütsel etik iklimler olarak ortaya çıkmıştır.<sup>222</sup>

Öğüt ve Kaplan çalışmalarında, Kapadokya bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışanların, etik iklim algılamaları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkileri analiz ederek, etik iklim algılamalarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ölçmüştür. Türkiye’de 413 çalışan üzerinde yapılan çalışmada, “araçsallık” iklim boyutu, örgütsel bağlılık üzerinde negatif etkiye sahip iken, diğer iklim boyutlarının pozitif yönlü etkiye sahip olduğu bulunmuştur.<sup>223</sup>

DeConinck, etik iklimin pazarlama çalışanlarının tutum ve davranışları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Amerika’da 226 pazarlama yöneticisi ve 280 perakendeci satıcısı üzerinde yapılan çalışmada, etik iklimin işten ayrılmayı doğrudan etkilemediği ancak akran davranış performansını doğrudan etkilediği sonucuna varılmıştır.<sup>224</sup>

Venezia, Venezia ve Hung, kamu ve özel sektör muhasebe çalışanlarının davranışlarında ahlaki olarak bir farklılık olup olmadığını incelemişler ve etik iklim ölçeğini kullanarak muhasebecilerin algılarını ölçmüşlerdir. Kamu sektöründe yüksek derecede “kural ve kod”, “başkalarının iyiliğini düşünme”, “kendini düşünme”, “sosyal sorumluluk” ve “araçsallık” iklimleri çıkarken; buna karşın özel sektörde bireysel ahlakilik daha yüksek bulunmuştur.<sup>225</sup>

Etik iklim ve kuruma güven algısı üzerine Dönertaş, Endüstriyel Mutfak sektöründe 185 çalışan üzerine yaptığı çalışmada, etik iklim boyutlarını beş olarak belirlemiştir.

---

<sup>222</sup> Türkmen Taşer AKBAŞ, a.g.e., s. 121.

<sup>223</sup> Adem ÖGÜT, Metin KAPLAN, “Otel İşletmelerinde Etiksel İklim Algılamaları İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi: Kapadokya Örneği” **Dumlupınar Sosyal Bilimler Dergisi**, No.30, (Ağustos 2011), s.191.

<sup>224</sup> James B. DECONINCK, a.g.e., s.384.

<sup>225</sup> Gerald VENEZIA, Chiulien Chuang VENEZIA, Chung Wen HUNG, “A Comparative Study of Ethical Work Climates Among Public And Private Sector Asian Accountants”, **International Business & Economics Research Journal**, C.9, No.4, April, 2010, s.77.

Etik iklim ve kuruma güvenin bütün alt boyutları birbirleri ile anlamlı düzeyde korelasyon gösterdiği; çalışma süresi kuruma güvenin destekleyicilik boyutunu olumlu yönde etkilediği bulunmuştur.<sup>226</sup>

Kore turizm endüstrisinde hangi etik iklimin hakim olduğu Kim ve Miller tarafından araştırılmışlardır. 820 turizm sektörü çalışanı üzerinde yapılan çalışmada, “ahlaki hizmet”, “takım ruhu”, “verimlilik”, “kişisel çıkar”, “yasalar ve kodlar”, “kurallar” olmak üzere etik iklim altı boyutlu olarak belirlenmiş ve toplumun çıkarlarını maximize eden etik türü olan ahlaki hizmet bulunmuştur.<sup>227</sup>

Etik iklim, kişisel ahlak felsefeleri ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının örgütsel performansa olan katkısı Elçi tarafından araştırılmıştır. 1174 telekomünikasyon çalışanı üzerinde yapılan çalışmada etik iklim, “Kanunlar ve Mesleki Ahlak Kuralları”, “Kurumsal Ahlak Kuralları”, “Sosyal Sorumluluk”, “Kişisel Çıkar”, “Verimlilik”, “Arkadaşlık”, “Takım Çıkarı”, “Kişisel Ahlak kuralları”, “Kurum Çıkarı” olmak üzere dokuz boyut olarak çıkmıştır. “Kişisel çıkar” ve “kurum çıkarı” boyutları ile relativizm; “arkadaşlık” ve “sosyal sorumluluk” boyutları idealizmle olumlu bir ilişki içinde olduğu; “takım çalışması” boyutu ile idealizm arasında anlamlı bir farklılık olmadığı; “kişisel ahlak” boyutu ile rölativizm arasında olumlu bir ilişki olduğu saptanmıştır. “Kurumsal ahlak kuralları” ve “kanunlar ve meslek ahlak kuralları” iklimleri ile idealizm arasında olumlu bir ilişki beklentisi desteklenmemiştir.<sup>228</sup>

Baykal, Altuntaş, Öztürk, Sökmen yaptıkları çalışmada; hemşirelik ve sağlık yüksekokulları hemşirelik bölümlerinde görevli hemşire akademisyenlerin, kurumlarındaki etik çalışma iklimi ile ilgili değerlendirmeleri bulunmaktadır. 644 akademisyen üzerinde yapılan çalışmada; akademik personelin, bireysellikten çok evrensel, kurumsal/örgütsel ve ilkelilik etik iklim boyutlarını daha sık gözettiği saptanmıştır.<sup>229</sup>

---

<sup>226</sup> F. Can DÖNERTAŞ, “Etik İklimin Kuruma Güven Üzerindeki Etkisi”, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2008, s.80.

<sup>227</sup> Nan Young KIM, Graham MILLER, “Perceptions of the Ethical Climate in the Korean Tourism Industry”, **Journal of Business Ethics**, No.82, 2008, s.941.

<sup>228</sup> Meral ELÇİ, “Örgütlerde Etik İklimin Personelin Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkileri”, **Gebze İleri teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze, 2005, ss.62-124.

<sup>229</sup> Ülkü BAYKAL, v.d., “Hemşirelik Eğitimi Veren Kurumlarda Etik Çalışma İklimi”, **İ.Ü.F.N. Hem. Derg.**, C.20, No.1, 2012, s.26.

Çin’de 754 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada; okulun etik iklimi ve okul performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonucunda, öğrencilerin etik iklim algısının, akademik başarı, cinsiyet ve sınıf ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Akademik başarı, üst sınıf ve yaş değişkeninin, etik iklim algısı ile pozitif ilişki içinde olduğu bulunmuştur.<sup>230</sup>

Goldman ve Tabak, İsrail’de sağlık sektöründe 95 hemşire üzerinde yaptıkları çalışma ile demografik özelliklerin, etik iklim algısı üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışmışlardır. Demografik özelliklerin, etik iklim algısı üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Hemşirelere uygulanan etik eğitim programları ise, etik ikilemde kalan hemşirelere rehberlik edebilmektedir. Etik iklim algısı açısından kadınlar ve erkekler arasında bir farklılık görülmemiştir. Eğitim düzeyi açısından çalışanlar değerlendirildiğinde, bazı farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılık ise araçsal ve hizmet etik iklim boyutlarının baskın çıkmasına neden olmuştur. Yaşça daha büyük hemşirelerde, “araçsal” ve “bağımsızlık” etik iklim boyutları görülmüştür.<sup>231</sup>

### **2.11.2. Etik İklim ve Ahlaki Karar Alma Konusunda Yapılan Bilimsel Çalışmalar**

Ahlaki karar alma, iş ahlakı literatüründe büyük ilgi gören bir konu olmasına rağmen etik iklim ve ahlaki karar alma konusunu ele alan sınırlı sayıda çalışma mevcuttur.

Upchurch, yaptığı çalışmada ahlaki karar almayı etkileyen temel unsurlar ve referansları araştırmıştır. Amerika’da dokuz bölgede küçük otelleri kapsayan çalışma sonucunda, yöneticilerin karar alırken çoğunlukla “egoizm” yaklaşımını esas alan bireysellik perspektifini kullandığına ulaşmıştır.<sup>232</sup>

Wimbush ve Shepard, etik iklim ve etik davranış arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bunun performans üzerine nasıl bir etki yaptığına dair bir çalışma ortaya koymuşlardır. Victor ve Cullen’in etik iklim boyutları çalışmasına dayanılarak yapılan kalitatif çalışma sonucunda, etik iklim ve etik davranış arasındaki ilişkiyi gösteren bir model oluşturulmuştur. Bu modelde, “başkalarının iyiliğini isteme”,

---

<sup>230</sup> Mingchu LUO, Wenmin HUANG, Lotfollah NAJJAR, “The Relationship Between Perceptions of A Chinese High School’s Ethical Climate and Students’ School Performance”, **Journal of Moral Education**, C.36, No.1, (March 2007), s.93.

<sup>231</sup> Anny GOLDMAN, Nili TABAK, “Perception of Ethical Climate and its Relationship to Nurses’ Demographic Characteristics and Job Satisfaction”, **SAGE Journals**, No.17, C.2, 2010, s.233.

<sup>232</sup> Randall S. UPCHURCH, a.g.e., s.227.

“kanun ve kod”, “kurallar”, “bağımsızlık” etik iklim boyutları, etik davranış oluşturup olumlu bir performans sağlarken; “araçsalıcı” etik iklim boyutu, etik olmayan davranışlara neden olmakta ve olumsuz performans ile sonuçlanmaktadır. Pozitif performans, kar, güven ve istenen davranışları artırırken; negatif performans ise kar, güven ve istenen davranışları azaltmaktadır. Ayrıca, organizasyon politika ve uygulamaları etik iklim oluşumunda etkili faktörler iken bunları oluşturan yöneticiler de etik iklimi belirlemektedir.<sup>233</sup>

Deshpande, Amerika’da kar amacı gütmeyen büyük bir işletmede, etik iklim ve başarılı yöneticilerin etik uygulamalarını incelemiştir. Her bir etik iklim boyutunun başarılı yönetici algılarını kapsayan bu çalışma, orta kademedeki bulunan 206 yöneticiye uygulanmıştır. Başarılı yöneticilerin ahlaki olduğu algısı ve “başkalarının iyiliğini düşünme” iklim boyutunun baskın olduğu işletmelerde, başarı ve etik davranış arasında pozitif bir ilişkinin; “araçsalıcı” iklimin baskın olduğu işletmelerde başarı ve etik davranış arasında negatif bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Çalışma kapsamında, başarılı yöneticilerin başarısız yöneticilere göre daha etik olduğu düşünülmektedir.<sup>234</sup>

Wimbush, Shepard ve Markham yaptıkları çalışmada etik iklim ve etik davranış arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Amerika’da 4400 parçecinde çalışan ile yapılan çalışma sonucunda “başkalarının iyiliğini düşünme”, “bağımsızlık”, “yasa ve kodlar”, “hizmet” etik iklim boyutu beklendiği gibi ahlaki karar alma üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bunun yanında “araçsalıcı” iklim ise sadece suça ortak olma davranışıyla pozitif yönlü olduğu bulunmuştur, beklentinin aksine hırsızlık, yalan söyleme, kurallara karşı gelme davranışlarıyla negatif yönlü olduğu bulunmuştur.<sup>235</sup>

Fritzsche, ahlaki kararlar alınırken etik iklimin yüksek oranda belirleyici olduğuna dayanarak, etik iklim ve karar alma arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 285 insan kaynakları çalışan ile yapılan çalışmada etik iklim boyutlarının ahlaki karar alma sürecinde etkili olduğu, ayrıca ahlaki ikilemede kalan çalışanlar için “yasalar ve mesleki kod”ların belirleyici olduğu bulunmuştur.<sup>236</sup>

---

<sup>233</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., ss.637-647.

<sup>234</sup> Satish P. DESHPANDE, a.g.e., ss.315-320.

<sup>235</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, Steven E. MARKHAM, a.g.e., ss.1705-1716.

<sup>236</sup> David J. FRITZSCHE, a.g.e., s.125.

Barnett ve Vaicys, etik iklim algısının, etik ikilem durumunda çalışanların etik yargı ve davranışları üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Amerika’da 207 pazarlamacı üzerinde yapılan çalışmada algılanan etik iklimin, davranışlar üzerinde direkt bir etkisinin olmadığı, ancak makul seviyede var olduğu bulunmuştur. Bu yüzden, etik iklim algısı ahlaki karar alma üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmayabileceği ancak dolaylı olarak etik iklim algısı, çalışanların davranışlarını ve etik yargılarını etkileyebileceği belirtilmiştir.<sup>237</sup>

Organizasyonel ve etik iklimin kötü davranış üzerindeki etkisini inceleyen Vardi, İsrail’de bir metal üretim şirketinde 97 alt ve üst çalışana uygulamıştır. Çalışma sonucunda organizasyonel iklim ve kötü davranış arasında negatif bir ilişki olduğu bulunmuş, ayrıca Victor ve Cullen’in etik iklim boyutlarından “kurallar”, “araçsalıcı” ve “başkalarının iyiliğini düşünme” boyutlarının, kötü davranışı negatif olarak etkilediği bulunmuştur.<sup>238</sup>

Peterson, ahlaki olmayan çalışan davranışlarıyla etik iklim boyutları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Amerika’da 202 büyük organizasyon çalışanı üzerinde etik iklim ve ahlaki olmayan davranışlar arasında bir ilişkinin var olup olmadığıyla ilgili yapılan çalışmada, ahlaki olmayan davranışlarla etik iklim boyutları arasında güçlü bir ilişki olduğu bulunmuştur. Ayrıca, etik iklim ve ahlaki olmayan davranış ilişkisinin güçlü olduğu işletmelerde etik kodların olmadığı belirlenmiştir.<sup>239</sup>

Appelbaum, Deguire ve Lay, yaptıkları çalışmada etik iklimin çalışma ortamındaki sapkın davranışları nasıl etkilediğini ve neden oluştuğunu açıklamışlardır. Etik davranışların oluşma nedeni, karşı normların varlığı, organizasyonun faaliyetlerini yürüttüğü çevre, örgütsel bağlılık, grup davranışları, sapkın davranışları çalışma ortamında tezahürü olarak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda, etik olmayan ve sapkın davranış problemlerinin büyük ölçüde organizasyonlarla ilişkili olduğu bulunmuştur. Organizasyonların bunu çözebilmesi için güçlü bir etik kültür yapısı oluşturması önerilmiştir.<sup>240</sup>

Etik iklimin psikolojik sözleşme ihlali ve ahlaki karar alma üzerindeki etkisini açıklayan Liaw, çalışma sonucunda etik iklimin, psikolojik sözleşme ihlalinde ve

---

<sup>237</sup> Tim BARNETT, Cheryl VAICYS, a.g.e., ss.351-362.

<sup>238</sup> Yoav VARDI, a.g.e., ss.325-337.

<sup>239</sup> Dane K. PETERSON, a.g.e., s.313.

<sup>240</sup> Steven H. APPELBAUM, Kyle J. DEGUIRE, Mathieu LAY, a.g.e., s.43.



ahlaki karar alma ilişkisinde önemli bir aracı etkisi olmadığını, ancak organizasyonun psikolojik sözleşme ihlalinin ve etik ikliminin ahlaki karar alma üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir.<sup>241</sup>

### 2.11.3. Etik İklim ve Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Bilimsel Çalışmalar

Bireysel demografik özelliklerin, etik üzerindeki etkilerini inceleyen birçok çalışma söz konusudur. Arlow<sup>242</sup>; Luthar, Dibattista ve Gautschi<sup>243</sup>; Dalton, Ortegren<sup>244</sup>; Chan, Jamilah, Rusinah<sup>245</sup>; Kuntz v.d.<sup>246</sup>; Brauchle ve Azam'ın<sup>247</sup> yaptıkları çalışmalarda kadınların, erkeklere göre daha yüksek ahlaki sorumluluğa sahip oldukları bulunmuştur.

Arlow, 138 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada, öğrencilerin cinsiyet, yaş ve çalışma deneyimi açısından etik algılarını ölçmüştür. 24 yaşından küçükler ve kadınlar daha etik bulunmuştur. İş deneyiminin ise, etik algı üzerinde negatif etkisinin olduğu bulunmuştur, İş deneyimi arttıkça, bireysel çıkar düşüncesi zayıflamaktadır.<sup>248</sup>

691 lise öğrencisi üzerinde yapılan çalışmada öğrencilerin etik algı ve tutumları Luthar, Dibattista ve Gautschi tarafından ölçülmüştür. Cinsiyet değişkenin, etik algı ve tutum üzerinde etkili olduğu ve kadınların, erkeklere göre daha fazla etik davranışlara önem verdikleri bulunmuştur. Yaşça daha büyük öğrenciler, etik iklimi yeterince önemsemekle birlikte daha küçük öğrenciler, etik iklimin önemine inanmakta ve

---

<sup>241</sup> GouFong LIAW, a.g.e., s.8511.

<sup>242</sup> Peter ARLOW, "Personal Characteristics in College Students' Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility", **Journal of Business Ethics**, No.10, 1991, ss.63-69.

<sup>243</sup> Harsh K. LUTHAR, Ron A. DIBATTISTA, Theodore GAUTSCHI, "Perception of What Ethical Climate is and What it Should be: The Role Gender, Academic Status, and Ethical Education", **Journal of Business Ethics**, No.16, 1997, ss.205-217.

<sup>244</sup> Derek DALTON, Marc ORTEGREN, "Gender Differences in Ethics Research: The Importance of Controlling for the Social Desirability Response Bias", **Journal of Business Ethics**, No.103, 2011, ss.73-93.

<sup>245</sup> Ling Meng CHAN, Othman JAMİLAH, Joned RUSİNAH, "Gender Differences of Human Resources Practitioners in Their Ethical Decision Making", **International Journal of Academic Research**, C.4, No.4, (July 2012), ss.38-44.

<sup>246</sup> J. R. C. KUNTZ v.d., "Characterizing Ethical Cases: A Cross-Cultural Investigation of Individual Differences, Organisational Climate, and Leadership on Ethical Decision-Making", **Journal of Business Ethics**, No.113, 2013, ss.317-331.

<sup>247</sup> Paul E. BRAUCHLE, Md. Shafiqul AZAM, "Relationships Between Selected Demographic Variables and Employee Work Ethics as Perceived by Supervisors", **Journal of Industrial Teacher Education**, C.41, No.1, 2004, ss.37-55.

<sup>248</sup> Peter ARLOW, a.g.e., s.63.

iş ahlakının işletme performansı üzerinde daha pozitif etkisinin olduğunu düşünmektedir.<sup>249</sup>

Daha önce yapılan birçok çalışmada kadınların, erkeklere göre ahlaki olarak daha yüksek sorumluluğa sahip oldukları bulunmuştur. Bunun yanında, kişinin başkaları tarafından benimsenmesi, daha olası tutumu takınma eğiliminde olmayı açıklamaya yarayan toplumsal cazibe yanlılığı değişkenine daha yatkın olduğu varılan sonuçlar arasındadır. Bunlar ise kadınların daha yüksek düzeyde ahlaki kararlar alıp almadıkları konusunda tartışmalara neden olmuştur. Buradan yola çıkarak Dalton ve Ortegren'in yaptığı çalışmada ahlaki karar alma üzerinde, cinsiyet değişkeni etkisinin, toplumsal cazibe yanlılığına bağlı olarak zayıflamış olduğu bulunmuştur.<sup>250</sup>

Chan, Jamilah ve Rusinah'ın otel endüstrisinde çalışanların, cinsiyetlerinin ahlaki karar alma üzerinde bir etkiye sahip olup olmadıklarını araştırmışlardır. Yapılan analizler sonucunda, kadınların erkeklere göre daha yüksek düzeyde ahlaki, hassas oldukları ve ahlaki kararlar aldıkları bulunmuştur. Ahlaki ikilemde kalan erkekler, kararlarını sonuç odaklı olarak aldıkları, bulunan diğer sonuçlardandır.<sup>251</sup>

Kuntz v.d., bireysel demografik özelliklerin, etik iklimin ahlaki kararlar üzerinde etkisinin olup olmadığını incelemişlerdir. Cinsiyet, deneyim, ve kültürel faktörlerin, ikilem anında alınan kararlarda etkili olduğu bulunmuştur.<sup>252</sup>

Kelley, Ferrell ve Skinner, ahlaki davranışlar ile demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, pozisyon ve deneyim süresini kapsayan demografik değişkenlerden cinsiyetin, yaşın ve deneyim süresinin etik davranışlarla ilişkili olduğu bulunmuştur. Kadınların erkeklere göre, yetişkinlerin gençlere göre, on yıl ya da daha fazla tecrübeye sahip olanların, etik davranışlara daha eğilimli oldukları görülmüştür. Eğitim düzeyi ile etik davranışlar arasında geçmiş çalışmalardan farklı olarak negatif korelasyon bulunmuştur. Yaş, iş deneyimi birbiriyle ilişkili değişkenlerdir. Yetişkinlerin daha etik davranmalarının bir

---

<sup>249</sup> Harsh K. LUTHAR, Ron A. DIBATTISTA, Theodore GAUTSCHI, a.g.e., s.205.

<sup>250</sup> Derek DALTON, Marc ORTEGREN, a.g.e., s.73.

<sup>251</sup> Ling Meng CHAN, Othman JAMILAH, Joned RUSINAH, a.g.e., s.38.

<sup>252</sup> J. R. C. KUNTZ v.d., a.g.e., s.317.

nedeni iş hayatında daha uzun süre bulunmalarıdır. Gençlerin deneyimsizliği, onları etik olmayan davranışlara yönlendirebilmektedir.<sup>253</sup>

Serwinek, Amerika’da küçük işletmelerde çalışanların demografik özelliklerinin, etik algı üzerindeki etkisini inceleyen bir araştırma yapmıştır. Genç çalışanlarda, ahlaki olmayan durumlara daha çok rastlanırken, yaşça daha büyük çalışanların işletme kurallarına daha bağlı oldukları ve bunun da daha çok etik davranışları getirdiği görülmüştür. Eğitim seviyesindeki farklılık ise, etik algı üzerinde bir farklılık yaratmamıştır. Medeni durum, etik algı üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.<sup>254</sup>

Choudhury v.d., hangi değişkenlerin iş ahlaki algısını etkilediğini ve bunların ahlaki karar alma üzerindeki etkilerini inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Bağımsız değişkenlerden biri olan yaş, etik faktörle ilişki olduğu bulunmuştur. Ayrıca yaş değişkeninin yüksek düzeyde faydacılık teorisiyle ilişkilendirilebileceği bulunan sonuçlar arasındadır.<sup>255</sup>

#### **2.11.4. Etik İklim ve Bankacılık Sektörü Üzerinde Yapılan Bilimsel Çalışmalar**

Literatür taramasında Bankacılık Sektörünün birçok değişkenle ilişkisini inceleyen çok sayıda çalışmaya rastlanmasına karşın bankacılık sektörünü ve etik iklimi ele alan çalışmanın sınırlı sayıda olduğu gözlemlenmiştir.

Mandacı, bankacılık sektöründe yaptığı çalışmayla, çalışan bireylerin etik algılarındaki farklılıkları, demografik faktörler ve Makyavelizm düzeylerindeki farklılıklar aracılığıyla incelemiştir. Araştırma bulguları Makyavelizm düzeyi ve etik algısı bakımından kadın ve erkekler arasında önemli bir farklılık olduğuna işaret etmektedir. Makyavelizm ve etik algısı bakımından evli-bekar bireyler, sektör deneyimi ve yaş gurupları arasında bir fark göstermemektedir. Özel sektör ile devlet

---

<sup>253</sup> S. W. KELLEY, O. C. FERRELL, S. J. SKINNER, “Ethical Behavior Among Marketing Reserachers: An Assessment of Selected Demographic Characteristics”, **Journal of Business Ethics**, No.9, 1990, s.681.

<sup>254</sup> Paul J. SERWINEK, “Demographic & Related Differences in Ethical Views Among Small Business”, **Journal of Business Ethics**, No.11, 1992, s.555.

<sup>255</sup> Dibyendu CHOUDHURY, v.d., “The Impact of Social and Demographic Variables on Ethical Decision Making: Exploratory Study”, **International Journal of Business and Public Administration**, C.9, No.3, (Fall 2012), s.126.

sektörü arasında Makyavelizm ve etik algılama düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık olmadığı çıkan sonuçlar arasındadır.<sup>256</sup>

Kamu ve özel bankaların etik iklime bakış açılarını Karaoğlu, deontoloji ve sonuçsalcı etik iklim boyutları ile ele almıştır. Özel sektör yöneticilerinin kamu sektörü yöneticilerine göre daha fazla sonuçsalcı oldukları bulunmuştur. Erkek yöneticiler, kadın yöneticilere göre daha sonuçsalcı düşündüğü ve davrandığı bulunmuştur. Yöneticilerin etik eğilimleri, yaş, eğitim açısından ve yönetici-yönetici asistanları arasında bir farklılık göstermemiştir.<sup>257</sup>

Sherrill tarafından Amerika mortgage bankalarındaki etik iklim algısı ile birlikte etik iklimi etkileyen faktörler üzerine yapılan çalışma sonucunda, çalışanların pozisyonu, tecrübesi, gelecek planları, yaş, eğitim, iş tatmini gibi bireysel ve kurumsal faktörlerin etik iklim algısını etkileyebileceği bulunmuştur. Yapılan faktör analizi sonucunda “başkalarının iyiliğini düşünme”, “yasa ve kod”, “kurallar”, “araçsalcı”, “bağımsızlık” iklimi olarak beş boyutta ele alınmıştır. Mortgage bankalarında yasa ve kod ve kurallar olmak üzere iki tane baskın etik iklim bulunmuştur.<sup>258</sup>

Hortaçsu ve Günay, Türk bankalarında yaygın olan etik meseleleri ve durumu üzerinde çalışmıştır. Üst düzey yöneticilere uygulanan anket sonucunda banka yöneticilerinin yüksek düzeyde etik skorlara sahip, etik kodların banka sisteminde etkin, etik değerlerin yüksek olduğu bulunmuştur. Özellikle banka krizlerinden ve düzenlemelerden sonra bankacılık sektörü etik iklimi optimistik bir yapıya sahip olmuştur.<sup>259</sup>

Woodbine, Çin’de büyük çoğunluğunu bankaların oluşturduğu finansal sektörde baskın olan etik iklimi belirlemek ve etik iklimin iş tatmini üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunu belirlemeye yönelik araştırma sonucunda Çin finans sektöründe baskın olarak “kurallar ve prosedürler” etik iklimi bulunmuştur, bununla birlikte

---

<sup>256</sup> Gamze MANDACI, , “Makyavelist Tutumların Etik Algısı Ve Demografik Faktörler Açısından Değerlendirilmesi: Bankacılık Sektöründe bir Araştırma”, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2007, ss.58-62.

<sup>257</sup> Dilşad Kırbaşı KARAOĞLU, “Consequentialist Versus Deontological Ethical Dispositions of Turkish Banking Sector Managers: Comparing A Public And A Private Bank”, **Social Sciences of Middle East Technical University**, (July 2006), ss.45-63.

<sup>258</sup> Debra W. SHERRILL, a.g.e., s.65-97.

<sup>259</sup> Ayfer HORTAÇSU, E. Nur Özkan GÜNAY, “Ethical Issues and Attitude In The Turkish Banking Sector”, **Munich Personal Repec Archive**, (June 2004), s.1.

“bağımsızlık” iklimine de rastlanmıştır. Ayrıca, “araçsalıcı” etik iklimi iş tatmini üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.<sup>260</sup>

Gupta ve Sulaiman, etik ya da etik olmayan davranışlara neden olan yönetici yargılarını, bunların etik boyutlarını ve algıları belirlemek için Malezya’daki banka yöneticilerinin de dahil olduğu 381 yönetici üzerinde bir çalışma yapmıştır. Yapılan çalışma sonucunda genç bankacı çalışanların ahlaki olmayan davranışlara daha yatkın olduğu ancak diğer sektör yöneticileri ile karşılaştırıldığında bu farkın önemsiz olduğu belirlenmiştir. Ayrıca etik kodların etik ve etik olmayan davranışlar üzerinde belirleyici rolü olduğu görülmüştür.<sup>261</sup>

Müşteriler ile uzun süreli kurulabilen ilişkiler işletmelere büyüme ve kar getirmektedir. Bunun için işletmeler müşterilerine yönelik çeşitli uygulamalar, teşvikler ve jestler uygularlar ama bu uygulamaların gerçekten istenen algıyı yaratıp yaratmadığı tam olarak bilinmemektedir. Valenzuela, Mulki, Jaramillo’nun Şili’de 299 banka müşterileri üzerinde yaptıkları çalışmada, müşterilerin etik olarak algıladıkları kurumlarda uygulamalar, teşvikler ve jestler pozitif bir etki göstermiştir.<sup>262</sup>

Yapılan literatür taraması sonucunda etik iklimin birçok değişken üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Etik iklimin, örgütsel bağlılık, iş tatmini, kuruma güven, performans, ahlaki karar alma üzerinde etkili olduğu; demografik özelliklerin ise etik iklim algısı üzerinde etkili olduğu yapılan çalışmalarda görülmüştür.

---

<sup>260</sup> Gordon F. WOODBINE, “Ethical Climate Types and Job Satisfaction: Study of Chinese Financial Institutions”, **International Review of Business Research Papers**, C.2, No.1. May 2006, s.86.

<sup>261</sup> J. L. GUPTA, Mohamed SULAIMAN, “Ethical Orientations of Managers in Malaysia”, **Journal of Business Ethics**, No.15, 1996, s.735.

<sup>262</sup> Lesier M. VALENZUELA, Jay P. MULKI, Jorge Fernando JARAMILLO, “Impact of Customer Orientation, Inducements and Ethics on Loyalty to the Firm: Customers’ Perspective”, **Journal of Business Ethics**, No.93, 2010, s.277.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BİREYSEL VE KURUMSAL ÖZELLİKLER AÇISINDAN ETİK İKLİMİN BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ARAŞTIRILMASI

Araştırmanın bu bölümünde, literatür kısmında tartışılan ve alınan kararlara kaynaklık eden etik iklim, bireysel ve kurumsal özellikler açısından incelenecek ve bankacılık sektöründe bir araştırma yapılacaktır. Bu kapsamda, bu bölümde öncelikle bankacılık sektörü açıklanacak, araştırmanın amacı, örneklem, veri toplama yöntemi ve aracı ve araştırma sonuçlarına ilişkin konular anlatılacaktır.

#### 3.1. Bankacılık Sektörü

Bir ekonomide fon fazlasına sahip kişi ve kurumlar ile fon ihtiyacı olan kişi ve kurumlar arasında köprü görevi gören bankalar<sup>263</sup> günümüz ekonomisinin vazgeçilmez unsuru haline gelmiştir. Yüklendikleri görevlerle ekonomileri yönlendiren bankalar, ulusal ve uluslararası düzeyde büyük öneme sahip finansal kuruluşlardır. Her ülkenin ekonomik ve sosyal özellikleri genel ekonomi politikası, bankacılık mevzuatı ve iş hayatına yerleşmiş örf ve adetler gibi çeşitli etkenler nedeniyle bankaların tutumları ülkeler arasında farklılık göstermektedir.<sup>264</sup>

2005 yılında kabul edilen ve resmi gazetede yayımlanan Bankacılık Kanunu ile finansal piyasalarda güven ve istikrarın sağlanması, kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışması, tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunması amaçlanmıştır. “Bankalar bütün birim, şube ve konsolidasyona tabi ortaklıklarını kapsayan bir iç denetim sistemi kurmak zorundadır. Bu çerçevede, faaliyetlerin mevzuata, ana sözleşmeye, iç düzenlemelere ve bankacılık ilkelerine uygunluğu, banka müfettişleri tarafından denetlenir.” “Denetim komitesi, iç kontrol, iç denetim ve risk yönetimi

<sup>263</sup> Ünal GÜLHAN, Evcan UZUNLAR, “Bankacılık Sektöründe Karlılığı Etkileyen Faktörler: Türk Bankacılık Sektöründe bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, No.15, C.1, 2011, s.341.

<sup>264</sup> Rauf ARIKAN, *Ekonomi*, Ankara: Tutibay yayınları, 2003, s.157.

sistemleri kapsamında oluşturulan birimlerden ve bağımsız denetim kuruluşlarından; görevlerinin ifasıyla ilgili olarak düzenli rapor almak ve bankaların faaliyetlerinin sürekliliği ve güven içinde yürütülmesini olumsuz etkileyebilecek hususları veya mevzuata ve iç düzenlemelere karşı aykırılıkları yönetim kuruluna bildirmekle ile yükümlüdür.” Bankalar ile bunların mensupları; Bankacılık Kanunuyla ilgili düzenlemelere, kuruluş amaç ve politikalarına uygun olarak faaliyetlerin icra edilmesini temin etmeye ve yönetim de adalet, doğruluk, dürüstlük ve sosyal sorumluluğu esas almaya yönelik **etik ilkelere** uymakla yükümlüdürler. Etik ilkeler, kuruluş birlikleri tarafından Kurulun uygun görüşü alınmak suretiyle belirlenir.<sup>265</sup>

2000 Kasım ve 2001 Şubat bankacılık sektörü krizlerinin ardından, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, ekonomiyi yeniden yapılandırma çalışmaları çerçevesinde **Bankacılık Sektörünü Yeniden Yapılandırma Programı'nı** uygulamaya koymuştur. Ekonomide yaşanan nispi iyileşmeler ve Bankacılık sektörü yeniden yapılandırma programının olumlu sonuç vermesi, bankaların mali yapılarını güçlendirmiş, bankalara olan ilgiyi yeniden atmıştır. Özellikle yabancı yatırımcılar Türk bankalarına olan yatırımlarını arttırmış, birçok yerli banka yabancılara satılmıştır.<sup>266</sup> Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren ve dünya bankacılık sektörünün önemli aktörlerinin ülke ekonomisine girişi Türk Bankacılık Sektörü'ne bir ivme kazandırmıştır.<sup>267</sup>

Bankacılık Kanunu'nun 79'uncu maddesi hükümlerine göre kurulmuş olan tüzel kişiliği haiz kamu kurumu niteliğinde bir meslek kuruluşu olan Türkiye Bankalar Birliği, faaliyetlerinde etik ilkeler ve kurumsal yönetim ilkelerini gözeterek davranır. Türkiye'de faaliyet gösteren bütün mevduat bankaları ile kalkınma ve yatırım bankaları Kanun hükümlerine göre faaliyet izni aldıkları tarihten itibaren bir ay içinde Birliğe üye olmak, bu Statü hükümlerine uymak ve Birliğin yetkili organlarının aldığı kararları uygulamak zorundadır. Üye banka mensuplarının uyacakları etik ilkeleri, meslek ilkeleri ve standartlarını Kurumun uygun görüşünü alarak belirler. Bankacılık konusundaki mevzuatı izler ve bu alandaki düzenlemeleri

---

<sup>265</sup> Bankacılık Düzenleme ve Denetleme kurumu, 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu, 2005, (Çevrimiçi), [www.bddk.org.tr/](http://www.bddk.org.tr/), (06.03.2013)

<sup>266</sup> Cevat SARIKAMIŞ, **Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar**, Ed: Nurhan AYDIN, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını, Ekim 2009, s.196.

<sup>267</sup> Cevat SARIKAMIŞ, a.g.e., s. 342.

üye bankalara duyurur ayrıca Birliğin aldığı karar ve tedbirlerin uygulanmasını takip eder.<sup>268</sup>

TEDMER tarafından 2007 yılında, üst düzey yöneticiler ile yapılan anket sonucunda ülkemizin etik durumu hakkında ve sektörel bazda bazı sonuçlar elde edilmiştir. Firmaların üst yönetimlerinin etik yaklaşımı desteklemesi, iş etiğinin gelişmesine önemli düzeyde katkı sağladığı (%96,9), etik tutumun kısa vadede olumsuz (%38), uzun vadede olumlu (91,9) etkilerinin olduğu bulunan sonuçlardandır. Sektör bazında yapılan değerlendirmede ise, etik konusunda en fazla gelişimin bankacılık ve finans sektöründe olduğu belirlenmiştir, Türk iş dünyası %49 oranında etik bulunmamıştır. Yerli/yabancı firmaların karşılaştırılmasında %79.4 oranla yabancı firmalar daha etik olduğu düşünülmektedir. Etik dışı uygulamaların ise çoğunlukla münferid düzeyde; çalışan bireyler düzeyinde yapıldığı anket sonuçları arasındadır.<sup>269</sup>

### 3.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmalar, organizasyon alt birimlerinde, demografik özellikler ile etik iklim boyutları arasında bir ilişkinin kurulabileceğini göstermiştir. Örgüt ikliminin belirleyicisi olan yönetici, organizasyon içinde var olan etik dışı davranışları, etik iklimi değiştirerek önleyebilir. Bu çerçevede, uygun olmayan davranışların organizasyon içinde önlemenin ilk yolu, var olan etik iklimi belirlemektir.<sup>270</sup>

Bireysel karakterler, bireylerin tecrübe süresi, yaşı, eğitim durumu, etik iklim uygulamalarını etkileyebilir.<sup>271</sup> Etik iklim ise, organizasyon içerisinde bireysel ahlaki karar alma üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.<sup>272</sup> Bu bağlamda bu araştırmanın amacı, örgütün ortak kültürünü yansıtan etik iklim algısını ve alt boyutlarını belirlemek, bu boyutların kişisel ve kurumsal demografik özellikler açısından anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemektir. Ayrıca etik iklim boyutları, ahlaki karar alma çerçevesinde değerlendirmektir.

<sup>268</sup> <http://www.tbb.org.tr/tr/tbb/hakkinda/vizyon,-misyon-ve-temel-degerler/12> (Çevrimiçi)(05.02.2013)

<sup>269</sup> Türkiye Etik Değerler Vakfı, “Etik Barometre Araştırması”, 2007, (Çevrimiçi), <http://www.tedmer.org.tr/index.php?sayfa=arastirmalarimiz>, (22.02.2013).

<sup>270</sup> Dane K. PETERSON, a.g.e., s.313.

<sup>271</sup> Debra W. SHERRILL, a.g.e., s.21.

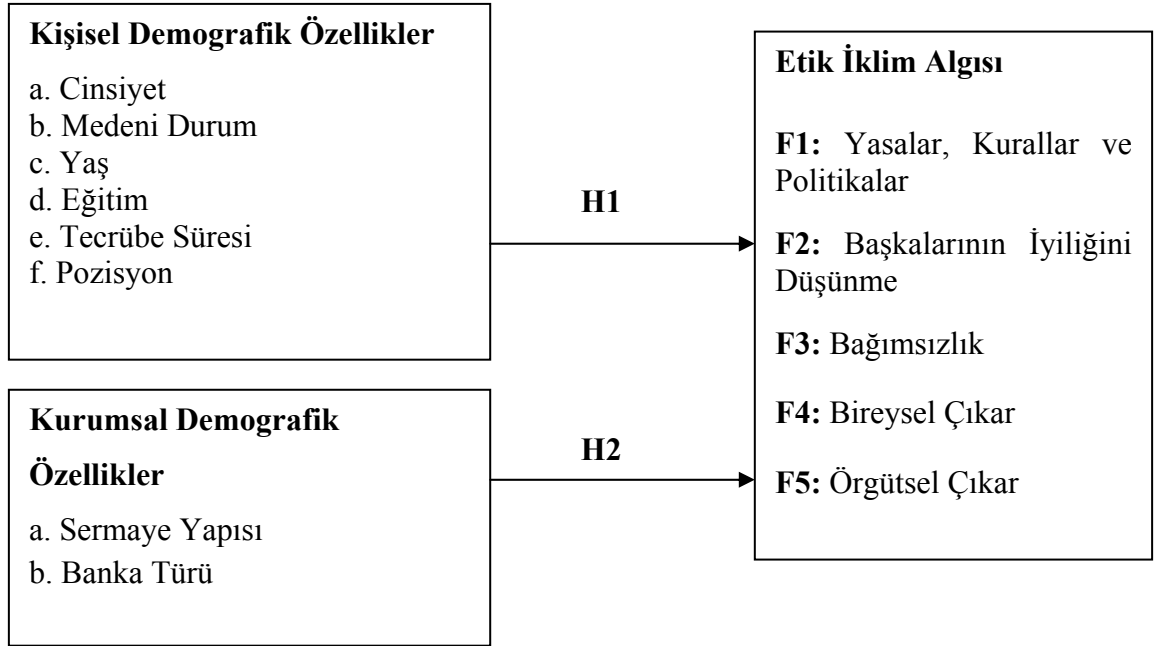
<sup>272</sup> Tim BARNETT, Cheryl VAICYS, a.g.e., s.351.



### 3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Yapılan çalışmalardan yola çıkarak bireysel demografik özelliklerin etik algı ve ahlaki davranışlar üzerindeki varsayımlarını şöyle sıralayabiliriz: cinsiyet; kadınlar erkeklere göre daha yüksek düzeyde etik değerlere sahip çıkarlar, bu yüzden daha az ahlaki olmayan davranışlarda bulunurlar. Tecrübe; daha uzun çalışma süresi, çalışanları daha fazla etik algıya ve davranışa itmektedir. Eğitim; etik davranışlar ile pozitif korelasyon içindedir, eğitim seviyesi arttıkça bireylerden daha ahlaki davranışlarda bulunmaları beklenir. Yaş; etik değerler ile pozitif korelasondadır. Yaş ilerledikçe, bireylerin etik değerler konusunda daha tutucu olması ve ahlaki olmayan davranışlardan kaçınması beklenir.<sup>273</sup>

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıdaki gibi kurulmuştur.



**Şekil 3: Araştırmanın Modeli**

Araştırmanın modeli çerçevesinde kişisel ve kurumsal demografik özelliklerin etik iklim algısı ile arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için H1 (Kişisel demografik özellikler) ve H2 (Kurumsal demografik özellikler) hipotezleri oluşturulmuştur. Demografik özelliklerin her bir değişkeni için alt hipotezler

<sup>273</sup> Steven H. APPELBAUM, Kyle J. DEGUIRE, Mathieu LAY, a.g.e., s.45.

kurulmuştur. Böylece kişisel ve kurumsal demografik özelliklerin her bir değişkeni için etik iklim algısı ile anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığı ölçülmüştür. Son olarak, her bir demografik değişkenin, etik iklim alt boyutları çerçevesinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığını inceleyebilmek için yeni alt hipotezler oluşturulmuştur. Bunun sonucunda, her bir etik iklim boyutu için demografik değişkenlerin bir farklılık oluşturup oluşturmadığı belirlenebilecektir.

**H1: Kişisel demografik özellikler ile etik iklim algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.**

H1a: Etik iklim algısı açısından **cinsiyet** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1a1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1a2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1a3: “Bağımsızlık” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1a4: “Bireysel çıkar” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1a5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1b: Etik iklim algısı açısından **medeni durum** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1b1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1b2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1b3: “Bağımsızlık” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1b4: “Bireysel çıkar” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1b5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1c: Etik iklim algısı açısından **yaş** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1c1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1c2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1c3: “Bağımsızlık” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1c4: “Bireysel çıkar” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1c5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1d: Etik iklim algısı açısından **eğitim** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1d1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1d2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1d3: “Bağımsızlık” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1d4: “Bireysel çıkar” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1d5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1e: Etik iklim algısı açısından **tecrübe süresi** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1e1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1e2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1e3: “Bağımsızlık” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1e4: “Bireysel çıkar” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1e5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1f: Etik iklim algısı açısından **pozisyon** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1f1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1f2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1f3: “Bağımsızlık” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1f4: “Bireysel çıkar” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H1f5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

**H2: Kurumsal demografik özellikler ile etik iklim algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.**

H2a: Etik iklim algısı açısından **yabancı ve Türk sermayeli banka** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2a1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2a2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2a3: “Bağımsızlık” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2a4: “Bireysel çıkar” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2a5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2b: Etik iklim algısı açısından **kamu ve özel banka** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2b1: “Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2b2: “Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2b3: “Bağımsızlık” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2b4: “Bireysel çıkar” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2b5: “Örgütsel çıkar” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

### 3.4. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama

Araştırma tanımsal bir araştırmadır. Araştırmada internetten gönderilen bilgisayar destekli anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır.

Anketin birinci bölümde, etik iklim algısı ile ilgili sorular bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde, çalışanları tanımaya yönelik kişisel ve kurumsal bilgi formu bulunmaktadır. Bu bölümde deneklerden cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, tecrübe süresi, banka yapısı ve bankanın türü gibi sorulara cevap vermeleri istenmiştir.

Araştırmamızda katılımcıların kurumlarına yönelik etik iklim algılarını ölçebilmek amacıyla Victor ve Cullen tarafından geliştirilmiş olan etik iklim ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin orijinali 9 boyutludur ancak Victor ve Cullen<sup>274</sup>; Wimbush, Shepart<sup>275</sup>; Peterson<sup>276</sup>; Vardi<sup>277</sup>; Öğüt ve Kaplan<sup>278</sup> tarafından yapılan çalışmalarda ölçeğin beş boyutta toplandığı görülmüştür.

Ölçek içerisinde yer alan ifadelerin Türkçeye adaptasyonu bir dil uzmanından yardım alınarak tercüme-geri tercüme yolu ile yapılmıştır. Bu amaçla ölçekteki ifadeler araştırmacı tarafından Türkçeye çevrilmiş ve sonrasında İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümünden mezun bir akademisyen tarafından tekrar İngilizceye çevrilmiştir. Ayrıca, yönetici düzeyindeki 12 erkek ve 21 kadın banka çalışanından oluşan toplam 33 kişi üzerinde yapılan pilot çalışma sonucunda, anlaşılmayan veya yanlış anlaşılan ifadeler üzerinde gerekli düzeltmeler yapılarak güvenilirlik testine tabi tutulmuştur ( $\alpha = 0,85$ ) (N=33). Sosyal bilimlerde güvenilirlik düzeyi için öngörülen kabul edilebilir en düşük değer 0,70 olarak öngörüldüğünden elde edilen Cronbach's Alpha değerinin ölçeğin iç tutarlılığı açısından oldukça iyi bir sonuç olduğu söylenebilir.<sup>279</sup> Güvenilirlik değerinin yüksek olması ve pilot çalışmaya dahil edilen cevaplayıcıların ankette bir problem belirtmemelerinden dolayı araştırmamız için veri toplama sürecine başlanmıştır.

<sup>274</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, a.g.e., ss.101-125.

<sup>275</sup> James C. WIMBUSH, Jon M. SHEPARD, a.g.e., ss. 637-647.

<sup>276</sup> Dane K. PETERSON, a.g.e., ss.313-326.

<sup>277</sup> Yoav VARDI, a.g.e., ss.327-335.

<sup>278</sup> Adem ÖĞÜT, Metin KAPLAN, a.g.e., ss.191-206.

<sup>279</sup> Jum NUNALLY, **Psychometric Theory**, New York: McGraw Hill, 1978.

Ankette demografik sorular kapalı uçlu; etik iklim ile ilgili sorular ise aralıklı ölçek türlerinden biri olan 5’li Likert tipi ölçek ile sunulmuştur. Anket Ek bölümünde sunulmuştur.

### 3.4.1. Örneklem

Araştırmanın örnekleme, Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların genel müdürlüklerini kapsamaktadır. Türkiye’deki bankaların listesine ise TBB’nin verileri baz alınarak ulaşılmıştır.

Bankacılık, sektöründe Tablo 3’de görüldüğü gibi Aralık 2012 itibariyle; 32 adet mevduat, 13 adet kalkınma ve yatırım olmak üzere toplam 45 banka bulunmaktadır. Mevduat bankalarında 181.218, kalkınma ve yatırım bankalarında ise 4.902 olmak üzere bankacılık sektöründe toplam 186.120 çalışan bulunmaktadır.<sup>280</sup>

**Tablo 3 : Bankacılık Sektöründe Çalışan Sayısı**

	2012	%
<b>Mevduat Bankaları (32 Adet)</b>	<b>181.218</b>	<b>0,97</b>
Kamu Sermayeli	51.587	0,27
Özel Sermayeli	90.612	0,49
Fondaki Bankalar	226	0,001
Yabancı Sermayeli	38.793	0,20
<b>Kalkınma ve Yatırım Bankaları (13 Adet)</b>	<b>4.902</b>	<b>0,3</b>
<b>Toplam</b>	<b>186.120</b>	<b>100</b>

**Kaynak:** Türkiye Bankalar Birliği, **Çalışan Sayısı Raporu**

Bankacılık sektöründe çalışanların yüzde 28’i kamu sermayeli mevduat bankalarında, yüzde 49’u özel sermayeli mevduat bankalarında ve yüzde 20’si yabancı sermayeli bankalarda yüzde 3’ü kalkınma ve yatırım bankalarında çalışmaktadır.<sup>281</sup>

Örnekleme yöntemi olarak; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Etik iklim algısının oluşumuna büyük ölçüde katkı

<sup>280</sup> Türkiye Bankalar Birliği, (Çevrimiçi), (31.01.2013), <http://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-bilgileri/banka-bilgileri/bankalar/64>.

<sup>281</sup> Türkiye Bankalar Birliği, **Türkiye’de Bankacılık Sistemi Banka, Şube ve Personel Sayıları: Aralık 2012**, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği, Ocak 2013, s.1.

sağlayan yöneticilerin büyük bir bölümünün bankaların genel müdürlüklerinde olduğu düşünüldüğü için burada yönetici düzeyindeki çalışanlar hedef alınmıştır. Bu yüzden yargısal örnekleme yöntemi bu çalışma için en elverişli yöntem olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda, tüm bankaların Genel Müdürlük çalışanlarından İnsan Kaynakları bölümü aracılığıyla, yönetici ve uzman pozisyonundaki çalışanlara uygulamak üzere bilgi mesajı ve anket formu gönderilmiştir. Anket formu gönderilen 45 bankadan 16 bankanın genel müdürlüğünden geri dönüş olmuştur. Geri dönüş yapan bankaların her birinde yönetimde etkili olduğu düşünülen 40 çalışana uygulanmak üzere tüm bankalara toplamda 640 adet anket gönderilmiştir. Anketler gönderildikten üç hafta sonra İnsan Kaynakları bölümüne hatırlatma mesajları atılmıştır. 281 anket kullanılabilir anket olarak geri dönmüştür (Geri dönüş oranı 0,43).

### **3.4.2. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi**

Araştırma sonucu elde edilen veriler, SPSS paket programında yer alan istatistik yöntemler kullanılarak yorumlanmıştır.

Araştırma bulguları ve değerlendirilmesi bölümünde, verilerin analize hazır hale getirilmesi amacıyla cevaplayıcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımlarına, araştırma değişkenlerine ait standart sapma ve ortalama değerlerine, verilerin istatistiki analize uygun olup olmadığını anlamak için güvenilirlik analizi sonuçlarına, ölçeğin kaç boyutlu olduğunu belirlemek amacıyla yapılan faktör analizi sonuçlarına ve iki grup arasında karşılaştırma yapabilmek için Independent Samples T testi ve ikiden fazla gruplar arası karşılaştırma yapabilmek için ise One Way ANOVA sonuçlarına yer verilmiştir.

#### **3.4.2.1. Örnekleme Ait Demografik Göstergeler**

Katılımcıların 147'si (% 52,5) kadın ve 133'ü (%47,5) erkektir. 1 kişi ise cinsiyetini belirtmemiştir. Katılımcıların 124'ü (%44,4) bekar, 155'i (%55,6) evlidir. 2 kişi medeni durumu hakkında bilgi vermemiştir. Katılımcıların 24'ü (%8,5) 18-25 yaş arasında, 138'i (%49,1) 26-32 yaş aralığında, 79'u (%28,1) 33-42 yaş aralığında, 25'i (%8,9) 43-50 yaş aralığında, 15'i, (%5,3) 50 yaşın üzerindedir. Katılımcıların 23'ü (%8,2) lise mezunu, 213'ü (%76,3) lisans mezunu, 43'ü (%15,4) lisansüstü mezundur. Katılımcıların 43'ü (%15,5) 1 yıldan az, 57'si (%20,5) 1 - 5 yıl arası, 68'i (%24,5) 6 - 10 yıl arası, 34'ü (%12,2) 11- 20 yıl arası, 76'sı (%27,3) 21 yıldan



fazla çalışanlardan oluşmaktadır. 3 kişi ise tecrübe süresi hakkında bilgi vermemiştir. Katılımcıların 128'i (%52,2) yönetici ve 117'si (%47,8) uzmandır. 36 çalışan ise pozisyonu hakkında bilgi vermemiştir. Bu değişkenler ile ilgili veriler Tablo 4'de verilmektedir.

**Tablo 4:Kişisel Demografik Özellikler**

	N	Frekans	Geçerli yüzde
<b>Cinsiyet</b>		280	100
Kadın	281	147	52,5
Erkek		133	47,5
<b>Medeni Durum</b>		279	100
Bekar	281	124	44,4
Evli		155	55,6
<b>Yaş</b>		281	100
18-25		24	8,5
26-32	281	138	49,1
33-42		79	28,1
43-50		25	8,9
50 ve üstü		15	5,3
<b>Eğitim Durumu</b>		279	100
Lise	281	23	8,2
Lisans		213	76,3
Lisansüstü		43	15,4
<b>Tecrübe</b>		278	100
1den az		43	15,5
1-5	281	57	20,5
6-10		68	24,5
11-20		34	12,2
21den fazla		76	27,3
<b>Pozisyon</b>		245	100
Yönetici	281	128	52,2
Uzman		117	47,8

Katılımcıların 138'i (%49,1) kamu bankalarında, 143'ü (%50,9) özel bankalarda çalışmaktadır. Katılımcıların 204'ü (%72,9) Türk sermayeli bankalarda çalışırken, 76'sı (%27,1) yabancı sermayeli bankalarda çalışmaktadır. Bu değişkenler ile ilgili veriler Tablo 5'de verilmektedir.

**Tablo 5: Kurumsal Demografik Özellikler**

	N	Frekans	Geçerli Yüzde
<b>Banka Türü</b>		281	100
Kamu	281	138	49,1
Özel		143	50,9
<b>Sermaye Yapısı</b>		280	100
Türk	281	204	72,9
Yabancı		76	27,1

### 3.4.2.2. Araştırma Değişkenlerine Ait Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar

Araştırmada, önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, banka sektörünün etik iklim algısını belirleyen toplam 26 değişken mevcuttur.<sup>282</sup> Likert tipi (Likert Type) ölçek olarak düzenlenen ölçekte 1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=ne katılıyorum / ne katılmıyorum, 4=katılıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum ifadelerini temsil etmektedir. Değişkenlere ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6: Değişkenlere Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

	Ortalama	Standart Sapma
1. Kurumumuzda çalışanların bir bütün olarak iyiliğini gözetmek temel kriterimizdir.	3,82	1,063
2. Kurumumuzda en önemli konu, bir bütün olarak çalışanların çıkarlarıdır.	3,06	1,191
3. Her zaman en önemli endişemiz, diğer kişiler için neyin en iyisi olduğudur.	3,37	1,028
4. Kurumumuzda her çalışan birbirinin iyiliğini gözetir.	3,22	1,173
5. Kurumumuz bizden, her zaman müşteriler ve kamu için doğru olanı yapmamızı bekler.	4,15	,921
6. Kurumumuzda en verimli yol, en doğru yoldur.	3,73	1,057
7. Kurumumuzda herkesin, her şeyden önce, verimli çalışması beklenir.	4,11	,926
8. Tüm çalışanlardan, her şeyden önce kanunlara ve mesleki standartlara uyması beklenir.	4,30	,888
9. Bu kurumda kanun ve mesleki standartlar, her türlü karar ve uygulamada esas kriterlerdir.	4,13	,985
10. Kurumumuzda, çalışanların kanunlara ya da mesleki standartlara sıkı sıkıya uymaları beklenir.	4,28	,877
11. Kurumumuzun öncelikli kriteri, alınan bir kararın herhangi bir kanuna aykırı olup olmadığıdır.	4,22	,884
12. Kurumumuzun kural ve prosedürlerine uymak çok önemlidir.	4,29	,851
13. Tüm çalışanların, kurumun kuralları ve prosedürlerine bağlı olması beklenir.	4,34	,799
14. Kurumumuzdaki başarılı insanlar, yazılı talimatlara uyan kişilerdir.	3,37	1,082
15. Kurumumuzda çalışanlar, şirket politikalarına sıkı sıkıya uyarlar.	3,67	,867
16. Kurumumuzda çalışanlar, kendi çıkarlarını her şeyin üstünde tutarlar.	2,64	1,070
17. Kurumumuzda çalışanlar, çoğunlukla kendilerini düşünürler.	2,74	1,575

<sup>282</sup> Bart VICTOR, John B. CULLEN, “The Organization Bases of Ethical Work Climates”, *Administrative Science Quarterly*, No.33, 1988, s.101-125.

18. Kurumumuzda, çalışanların kendi ahlak ve etik değerlerine yer yoktur.	2,38	1,074
19. Çalışanlardan, sonuçlarını düşünmeksizin kurum çıkarları için her şeyi yapmaları beklenir.	2,47	1,176
20. Kurumumuzda çalışanlar, kurum çıkarları dışında hiçbir şeyle ilgilenmezler.	2,58	,964
21. Yapılan iş kurum çıkarlarına zarar verdiği zaman başarısız kabul edilir.	3,52	1,031
22. Kurumumuzda çalışanların başlıca sorumluluğu, maliyetleri kontrol altında tutmaktır.	3,48	,885
23. Kurumumuzda çalışanların, kendi kişisel ve ahlaki inançlarına göre hareket etmeleri beklenir.	2,68	,987
24. Kurum çalışanları, neyin doğru neyin yanlış olduğuna kendileri karar verirler.	2,49	1,089
25. Kurumumuzda en önemli konu çalışanların kendi doğru ve yanlış algısıdır.	2,36	,968
26. Kurumumuzda çalışanlar, kendi kişisel etik değerleri tarafından yönlendirilir.	2,43	,918

Ölçek maddeleri arasında en yüksek ortalamaya sahip değişken tüm çalışanların kararlarında, kurumun kuralları ve prosedürlerine bağlı olması beklentisiyken (ortalama=4,34); en düşük ortalamaya sahip değişken ise çalışanların kendi doğru ve yanlış algısına göre karar almasıdır (ortalama=2,36).

### 3.4.2.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi sonucunda, çalışanların etik iklim algısını ölçmek amacıyla hazırlanan 26 değişkenden oluşan ölçeğin Cronbach's Alpha değerinin Tablo 7'de gösterildiği gibi 0,829 olduğu tespit edilmiştir. Sosyal bilimlerde güvenilirlik düzeyi için öngörülen kabul edilebilir en düşük değer 0,70 olarak öngörüldüğünden elde edilen Cronbach's Alpha değerinin ölçeğin iç tutarlılığı açısından oldukça iyi bir sonuç olduğu söylenebilir.<sup>283</sup>

<sup>283</sup> Jum NUNALLY, *Psychometric Theory*, 1978, New York: McGraw Hill.

**Tablo 7: Etik İklim Algısını Ölçmek Amacıyla Hazırlanan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

Cronbach's Alpha	N
,829	26

#### 3.4.2.4. Faktör Analizi

Etik iklim algısının boyutlarını belirlemek için yapılan faktör analizi sonucunda etik iklim algısının 5 boyutta toplandığı görülmüştür. Bunlar; “yasalar, kurallar ve politikalar”, “başkalarının iyiliğini düşünme”, “örgütsel çıkar”, “bireysel çıkar”, “bağımsızlık” etik iklim boyutları olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörler ile ilgili veriler Tablo 9’da verilmektedir.

Faktör analizi sonucunda, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği istatistiği ve Bartlett Küresellik İstatistiği sonucu Tablo 8’de verilmiştir. Değerler incelendiğinde, KMO testi sonucuna göre, örneklemin, faktör analizi yapmak için yeterli olduğu ve Bartlett küresellik testi sonucuna göre ise, değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki bulunduğu anlaşılmaktadır.<sup>284</sup>

**Tablo 8: KMO ve Bartlett Testi**

Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy		,883
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3,518E3
	df	276
	Sig.	,000

<sup>284</sup> Beril SİPAHİ, E. Serra YURTKORU, Murat ÇİNKO, **Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi**, 2.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2010, s.80.

**Tablo 9: Etik İklim Soru Ölçeğine Yönelik Faktör Analizi Sonuçları**

Sorular	Bileşenler				
	1	2	3	4	5
<b>1. Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>					
10. Kurumumuzda, çalışanların kanunlara ya da mesleki standartlara sıkı sıkıya uymaları beklenir.	,876				
8. Tüm çalışanlardan, her şeyden önce kanunlara ve mesleki standartlara uyması beklenir.	,864				
11. Kurumumuzun öncelikli kriteri, alınan bir kararın herhangi bir kanuna aykırı olup olmadığıdır.	,862				
13. Tüm çalışanların, kurumun kuralları ve prosedürlerine bağlı olması beklenir.	,851				
12. Kurumumuzun kural ve prosedürlerine uymak çok önemlidir.	,825				
9. Bu kurumda kanun ve mesleki standartlar, her türlü karar ve uygulamada esas kriterlerdir.	,797				
5. Kurumumuz bizden, her zaman müşteriler ve kamu için doğru olanı yapmamızı bekler.	,591				
7. Kurumumuzda herkesin, her şeyden önce, verimli çalışması beklenir.	,498				
<b>2. Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>					
1. Kurumumuzda çalışanların bir bütün olarak iyiliğini gözetmek temel kriterimizdir.	,732				
4. Kurumumuzda her çalışan birbirinin iyiliğini gözetir.	,729				
2. Kurumumuzda en önemli konu, bir bütün olarak çalışanların çıkarlarıdır.	,718				
3. Her zaman en önemli endişemiz, diğer kişiler için neyin en iyisi olduğudur.	,679				
6. Kurumumuzda en verimli yol, en doğru yoldur.	,597				
<b>3. Bağımsızlık</b>					
25. Kurumumuzda en önemli konu çalışanların kendi doğru ve yanlış algısıdır.			,808		
24. Kurum çalışanları, neyin doğru neyin yanlış olduğuna kendileri karar verirler.			,790		
23. Kurumumuzda çalışanların, kendi kişisel ve ahlaki inançlarına göre hareket etmeleri beklenir.			,770		
26. Kurumumuzda çalışanlar, kendi kişisel etik değerleri tarafından yönlendirilir.			,749		

<b>4. Bireysel Çıkar</b>					
16. Kurumumuzda çalışanlar, kendi çıkarlarını her şeyin üstünde tutarlar.					,775
18. Kurumumuzda, çalışanların kendi ahlak ve etik değerlerine yer yoktur.					,757
19. Çalışanlardan, sonuçlarını düşünmeksizin kurum çıkarları için her şeyi yapmaları beklenir.					,741
17. Kurumumuzda çalışanlar, çoğunlukla kendilerini düşünürler.					,639
<b>5. Örgütsel Çıkar</b>					
22. Kurumumuzda çalışanların başlıca sorumluluğu, maliyetleri kontrol altında tutmaktır.					,784
21. Yapılan iş kurum çıkarlarına zarar verdiği zaman başarısız kabul edilir.					,753
20. Kurumumuzda çalışanlar, kurum çıkarları dışında hiçbir şeyle ilgilenmezler.					,543

Ölçekteki 14. ve 15. değişkenler, uygun faktörde yüklenmediği için çıkarılmıştır.

**Tablo 10: Açıklanan Toplam Varyans**

	Açıklanan Toplam Varyans
Yasalar, Kurallar ve Politikalar	22,859
Başkalarının İyiliğini Düşünme	12,802
Bağımsızlık	11,270
Bireysel Çıkar	10,805
Örgütsel Çıkar	7,571

Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan bu faktörlerin modeli açıklama oranı (açıklanan toplam varyans) Tablo 10'da gösterilmiştir. Açıklanan Toplam Varyans her bir faktör bazında incelenmiştir.

### **1. Faktör: Yasalar, Kurallar ve Politikalar**

“Yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim alt boyutu; verimlilik, kurumsal kural ve prosedürler, mesleki standartlar boyutlarından gelen ifadelerden oluşmaktadır. Bu faktör altında 8 değişken toplanmıştır. Bunlar ölçekteki 10., 8., 11., 13., 12., 9., 5. ve 7. değişkenlerinden oluşmuştur ve faktör yükleri incelendiğinde en yüksek faktör yüküne sahip olan değişkenlerin kanunlar, standartlar ve politikalar ile ilgili olduğu görülmüştür. Bu yüzden faktör, “Yasalar, Kurallar ve Politikalar” etik iklimi olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün orijinalinden farklı olarak adlandırılmasının nedeni, “Kurallar” faktörünün, “Kanunlar ve Kodlar” faktörüyle aynı faktör altında toplanmasıdır. Bankaların kurum içi düzenlemelerini BDDK’ya bağlı olarak yürütmesi sebebiyle bu iki faktör çalışanlarda benzer bir algı yaratmış olabilir. Bu faktörün açıklanan varyans yüzdesinin 22,859 olduğu görülmüştür.

### **2. Faktör: Başkalarının İyiliğini Düşünme**

Bu faktör, her çalışanın birbirinin iyiliğini gözettiği, çalışanların bir bütün olarak davranışlarını şekillendirdiği ve diğer kişiler için en iyisinin ne olduğuna dayanan ifadeleri kapsamaktadır. Arkadaşlık, takım çıkarı ve sosyal sorumluluk boyutlarını kapsayan bu faktör altında 5 değişken toplanmıştır. Ölçekteki 1.,4.,2., 3. ve 6. değişkenlerinden oluşmuştur ve faktör yükleri incelendiğinde en yüksek faktör yüküne sahip değişkenlerin çalışan bütünlüğünü ve iyiliğini gözetilen ifadelerin yer almasından dolayı faktör, “Baskalarının İyiliğini Düşünme” etik iklimi olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün açıklanan varyans yüzdesinin 12,802 olduğu görülmüştür.

### **3. Faktör: Bağımsızlık**

Bu faktör, bireylerin kişisel ve ahlaki inançlarına, kişisel etik değerlerine ve doğru - yanlış algılarına dayalı olarak oluşmuştur. Bu faktör altında 4 değişken toplanmıştır. Ölçekteki 25., 24., 23. ve 26. değişkenlerinden oluşmuştur ve en yüksek faktör yüküne sahip değişkenler incelendiğinde kişisel ahlak boyutuna vurgu yapan ifadelerin yer almasından dolayı faktör “Bağımsızlık” etik iklimi olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün açıklanan varyans yüzdesinin 11,270 olduğu görülmüştür.

#### **4. Faktör: Bireysel Çıkar**

Çalışanların kendi çıkarlarına yönelik ifadeleri kapsamaktadır. Bu faktör altında 4 değişken toplamıştır. Ölçekteki 16., 18., 19. ve 17. sorulardan oluşmuştur ve en yüksek faktör yüküne sahip değişkenler incelendiğinde bireysel çıkar ile ilgili olmasından dolayı bu faktör “Bireysel Çıkar” etik iklimi olarak adlandırılmıştır. Orijinalinde bu boyut araçsalıcı etik iklim boyutunun altında yer alırken, araştırmamızda ayrı bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörün açıklanan varyans yüzdesinin 10,805 olduğu görülmüştür.

#### **5. Faktör: Örgütsel Çıkar**

Bu faktör, kurum maliyetini kontrol altında tutmayı ve örgüt çıkarlarını savunan ifadeleri içermektedir. Faktör altında 3 değişken toplanmaktadır. Ölçekteki 22., 21. ve 20. sorulardan oluşmuştur ve en yüksek faktör yüklerinin kurum çıkarı ile ilgili olmasından dolayı faktör “Örgütsel Çıkar” etik iklimi olarak adlandırılmıştır. Orijinalinden farklı olarak araçsalıcı etik iklim boyutundan ayrı bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörün açıklanan varyans yüzdesinin 7,571 olduğu görülmüştür.

### **3.4.3. Hipotez Testleri**

Ankete katılan çalışanların, cinsiyet, medeni durum, pozisyon, banka sermaye yapısı ve banka türü değişkenlerine göre etik iklim algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını anlamak amacıyla kurulan hipotezlere ilişkin ifadeler aşağıda yer almaktadır. Etik iklim algısı önceki bölümde belirtildiği üzere 5 boyutta toplanmaktadır. Bu nedenle, her bir hipotez bu 5 boyutu ele alacak şekilde kurulmuştur. Ayrıca etik iklim algısı, faktör analizine tabi tutulmadan 26 değişkenin her bir cevaplayıcı için genel ortalaması alınarak ölçülmüş ve bu genel etik iklim algısına ilişkin sonuçlar, veri analiz sonuçları tablolarında yer verilmiştir.



**H1a: Etik iklim algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Cinsiyet grupları arasında etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını anlamaya yönelik yapılan Independent Samples T testi sonuçları Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11: Etik İklim Algısı Açısından Banka Çalışanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları**

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	t	P
<b>H1a1: Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Kadın	144	4,2569	,61394	,638	,524
	Erkek	129	4,1986	,85975		
<b>H1a2: Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Kadın	144	3,3917	,81348	-1,081	,280
	Erkek	132	3,4985	,82647		
<b>H1a3: Bağımsızlık</b>	Kadın	141	2,4521	,73552	-,853	,394
	Erkek	127	2,5354	,86242		
<b>H1a4: Bireysel Çıkar</b>	Kadın	145	2,4966	,88535	-1,123	,263
	Erkek	133	2,6222	,98021		
<b>H1a5: Örgütsel Çıkar</b>	Kadın	143	3,1538	,69513	-,804	,422
	Erkek	132	3,2222	,71536		
<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Kadın	130	3,3562	,39820	-,471	,638
	Erkek	124	3,3818	,46791		

**P<0,05**

Etik iklim algısı genel ortalaması ve etik iklimi oluşturan hiçbir boyut ile cinsiyet arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır. Bu durumda H1a1, H1a2, H1a3, H1a4 ve H1a5 hipotezleri reddedilmiştir.

Ortalamalar açısından bir değerlendirme yaptığımız zaman cinsiyet değişkeni açısından “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısı en baskın çıkan etik iklimdir. Cinsiyet grupları arasında ise kadınların (ortalama=4,2569), erkeklere (ortalama=4,1986) göre daha yüksek düzeyde yasalara, kurallara ve politikalara uydukları söylenebilir. Başkalarının iyiliğini düşünme açısından ise erkekler (ortalama=3,4985), kadınlara (ortalama=3,3917) göre daha yüksek düzeyde bir algıya sahip oldukları görülmüştür.

Bu nedenle, H1a (Etik iklim algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

**H1b: Etik iklim algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Medeni durum grupları arasında etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan Independent Samples T testi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 12: Etik İklim Algısı Açısından Banka Çalışanlarının Medeni Durum Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları**

	Medeni Durum	N	Ortalama	Standart Sapma	t	P
<b>H1b1:Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Bekar	122	4,2100	,74243	-,516	,607
	Evli	150	4,2567	,74139		
<b>H1b2:Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Bekar	123	3,4602	,79751	,154	,878
	Evli	152	3,4447	,84578		
<b>H1b3: Bağımsızlık</b>	Bekar	119	2,5693	,83611	1,371	,171
	Evli	148	2,4341	,77116		
<b>H1b4: Bireysel Çıkar</b>	Bekar	123	2,6301	,91063	1,016	,311
	Evli	154	2,5146	,96306		
<b>H1b5: Örgütsel Çıkar</b>	Bekar	122	3,2705	,68075	1,608	,109
	Evli	152	3,1316	,73407		
<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Bekar	115	3,3950	,45580	,723	,536
	Evli	138	3,3604	,43191		

**P<0,05**

Etik iklim algısı genel ortalaması ve etik iklimi oluşturan hiçbir boyut açısından medeni durum ile arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır. Çalışanların evli ya da bekar olması, etik algılarda her hangi bir değişikliğe neden olmamıştır. Bu durumda, H1b1, H1b2, H1b3, H1b4 ve H1b5 hipotezleri reddedilmiştir.

Medeni durumu ortalama açısından değerlendirdiğimizde, “yasalar, kurallar ve politikalar” en baskın çıkan etik iklim olmuştur. Medeni gruplar arasında evliler (ortalama=4,2567), bekarlara (ortalama=4,2100) göre daha yüksek düzeyde yasalara, kurallara ve politikalara uydukları söylenebilir.

“Başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim algısı bekarlarda ortalama 3,46602 iken evlilerde bu ortalama 3,4447’dir. Bunun yanında “örgütsel çıkar” etik iklimi algısı, bekarlarda (ortalama= 3,2705) evlilere (ortalama= 3,1316) göre daha yüksektir.

Bekarların evlilere göre daha yüksek düzeyde “başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim ve “örgütsel çıkar” algısının olduğunu söyleyebiliriz.

Bu nedenle, H1b (Etik iklim algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi red edilmiştir.

**H1c: Etik iklim algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Yaş değişkeni ile etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan One Way ANOVA testi sonuçları Tablo 13’te verilmiştir.

**Tablo 13: Etik İklim Algısı Açısından Yaş Değişkenine Göre One Way ANOVA Testi Sonuçları**

				P*	N	Ortalama	P**
<b>H1c1: Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Yaş	18-25	26-32	,101	22	4,5625	,150
			33-42	,533			
			43-50	,556			
			50 ve üstü	,748			
		26-32	18-25	,101	137	4,1451	
			33-42	,655			
			43-50	,982			
			50 ve üstü	,982			
		33-42	18-25	,533	77	4,2873	
			26-32	,655			
			43-50	,998			
			50 ve üstü	1,000			
		43-50	18-25	,556	24	4,2344	
			26-32	,982			
			33-42	,998			
			50 ve üstü	1,000			
		50 ve üstü	18-25	,748	14	4,2589	
			26-32	,982			
			33-42	1,000			
			43-50	1,000			

<b>H1c2: Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Yaş	18-25	26-32	,013	24	3,9750	<b>,021</b>
			33-42	,025			
			43-50	,035			
			50 ve üstü	,435			
	26-32	18-25	,013	136	3,3971		
		33-42	1,000				
		43-50	,983				
		50 ve üstü	,981				
	33-42	18-25	,025	78	3,4077		
		26-32	1,000				
		43-50	,980				
		50 ve üstü	,988				
	43-50	18-25	,035	24	3,3000		
		26-32	,983				
		33-42	,980				
		50 ve üstü	,923				
50 ve üstü	18-25	,435	15	3,5200			
	26-32	,981					
	33-42	,988					
	43-50	,923					
<b>H1c3: Bağımsızlık</b>	Yaş	18-25	26-32	,387	21	2,8810	<b>,070</b>
			33-42	,049			
			43-50	,269			
			50 ve üstü	,457			
	26-32	18-25	,387	133	2,5489		
		33-42	,370				
		43-50	,928				
		50 ve üstü	,984				
	33-42		,049	76	2,3421		
		26-32	,370				
		43-50	,997				
		50 ve üstü	,994				
	43-50	18-25	,269	24	2,4062		
		26-32	,928				
		33-42	,997				
		50 ve üstü	1,000				
50 ve üstü	18-25	,457	15	2,4333			
	26-32	,984					
	33-42	,994					
	43-50	1,000					

<b>H1c4: Bireysel Çıkar</b>	Yaş	18-25	26-32	,911	23	2,8152	,175
			33-42	,616			
			43-50	,182			
			50 ve üstü	,765			
		26-32	18-25	,911	138	2,6341	
			33-42	,850			
			43-50	,252			
			50 ve üstü	,951			
		33-42	18-25	,616	78	2,5000	
			26-32	,850			
			43-50	,690			
			50 ve üstü	1,000			
		43-50	18-25	,182	25	2,2200	
			26-32	,252			
			33-42	,690			
			50 ve üstü	,944			
		50 ve üstü	18-25	,765	15	2,4500	
			26-32	,951			
			33-42	1,000			
			43-50	,944			
<b>H1c5: Örgütsel Çıkar</b>	Yaş	18-25	26-32	,121	23	3,5217	,091
			33-42	,265			
			43-50	,172			
			50 ve üstü	,993			
		26-32	18-25	,121	137	3,1411	
			33-42	,993			
			43-50	,989			
			50 ve üstü	,587			
		33-42	18,25	,265	76	3,1842	
			26-32	,993			
			43-50	,951			
			50 ve üstü	,756			
		43-50	18-25	,172	25	3,0667	
			26-32	,989			
			33-42	,951			
			50 ve üstü	,537			
		50 ve üstü	18-25	,993	15	3,4222	
			26-32	,587			
			33-42	,756			
			43-50	,537			
26-32	1,000						
43-50	,793						
50 ve üstü	,968						

<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Yaş	18-25	26-32	<b>,006</b>	18	3,7286	<b>,005</b>
			33-42	<b>,010</b>			
			43-50	<b>,004</b>			
			50 ve üstü	,313			
		26-32	18-25	,006	129	3,3536	
			33-42	1,000			
			43-50	,757			
			50 ve üstü	,964			
		33-42	18,25	,010	73	3,3530	
			26-32	1,000			
			43-50	,793			
			50 ve üstü	,968			
		43-50	18-25	,004	21	3,2326	
			26-32	,757			
			33-42	,793			
			50 ve üstü	,659			
50 ve üstü	18-25	,313	14	3,4341			
	26-32	,964					
	33-42	,968					
	43-50	,659					

**P<0,05**

**\*Her bir değişkenin P değeri**

**\*\*Faktörlerin P değeri**

Etik iklim algısı genel ortalaması ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür (P<0,05). 18-25 yaş grubu ile 26-32, 33-42 ve 43-50 yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Ortalamalara baktığımız zaman 18-25 yaş arası grupta etik iklim algısının diğer gruplara göre daha yüksek olduğu görülmektedir (ortalama=3,7286).

Yaş değişkeni ile “başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim algısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür (P<0,05). 18-25 arası yaş grubuyla 26-32 (P=,013); 33-42 (P=,025); 43-50 (P=,035) yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur. 18-25 arası çalışanlar (ortalama=3,9750) diğer yaş gruplarından daha yüksek düzeyde “başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim algısına sahip olduğu görülmektedir. Diğer yaş gruplarıyla etik iklim boyutları arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır.

Bu nedenle, H1c (Etik iklim algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

**H1d: Etik iklim algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Etik iklim algısı açısından eğitim durumu değişkeni analize tabi tutulmadan önce ilköğretim, lise, önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora olan eğitim grupları lise, lisans ve lisansüstü olarak gruplandırılmıştır. Daha sonra, eğitim durumu ile etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan One Way ANOVA testi sonuçları Tablo 14’de verilmiştir.

**Tablo 14: Etik İklim Algısı Açısından Eğitimi Durumu Değişkenine Göre One Way ANOVA Testi Sonuçları**

				P*	N	Ortalama	P**
<b>H1d1: Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Eğitim Durumu	Lise	Lisans	,803	22	4,1875	,056
			Lisansüstü	,577			
		Lisans	Lise	,803	208	4,2915	
			Lisansüstü	,046			
		Lisansüstü	Lise	,577	42	3,9940	
			Lisans	,046			
<b>H1d2: Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Eğitim Durumu	Lise	Lisans	,191	22	3,7909	0,16
			Lisansüstü	,014			
		Lisans	Lise	,191	210	3,4733	
			Lisansüstü	,097			
		Lisansüstü	Lise	,014	43	3,1907	
			Lisans	,097			
<b>H1d3: Bağımsızlık</b>	Eğitim Durumu	Lise	Lisans	,701	21	2,6429	,406
			Lisansüstü	,529			
		Lisans	Lise	,701	203	2,4951	
			Lisansüstü	,814			
		Lisansüstü	Lise	,529	43	2,4128	
			Lisans	,814			
<b>H1d4: Bireysel Çıkar</b>	Eğitim Durumu	Lise	Lisans	,994	22	2,5795	,993
			Lisansüstü	,993			
		Lisans	Lise	,994	212	2,5566	
			Lisansüstü	1			
		Lisansüstü	Lise	,993	43	2,5523	
			Lisans	1			

<b>H1d5: Örgütsel Çıkar</b>	Eğitim Durumu	Lise	Lisans	,092	21	3,5556	<b>,001</b>
			Lisansüstü	,001			
		Lisans	Lise	,092	211	3,2212	
			Lisansüstü	,009			
		Lisansüstü	Lise	,001	42	2,8730	
			Lisans	,009			
<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Eğitim Durumu	Lise	Lisans	,726	19	3,4899	<b>,002</b>
			Lisansüstü	,017			
		Lisans	Lise	,726	193	3,4105	
			Lisansüstü	,002			
		Lisansüstü	Lise	,017	41	3,1576	
			Lisans	,002			

**P<0,05**

**\*Her bir değişkenin P değeri**

**\*\*Faktörlerin P değeri**

Etik iklim algısı genel ortalaması ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ( $P<0,05$ ). Lise mezunları ile lisansüstü mezunları arasında etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $P<0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında, Lise mezunlarının etik iklim algısı (ortalama=3,4899) lisansüstü mezunlarına (ortalama=3,1576) göre daha yüksek seviyededir. Ayrıca, lisans mezunları ile lisansüstü mezunları arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $P<0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında ise, lisans mezunları (ortalama=3,4105) lisansüstü mezunlara (ortalama=3,1576) göre daha yüksek düzeyde etik iklim algısına sahiptirler.

“Örgütsel çıkar” ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $P<0,05$ ). Lisans ve lise mezunları arasında örgütsel çıkar açısından anlamlı bir farklılık bulunmazken lisansüstü ile lisans ( $P=0,09$ ) ve lise ( $P=0,01$ ) mezunları arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur.

Lise mezunları (ortalama=3,5556), lisans (ortalama=3,2212) ve lisansüstü (ortalama=2,8730) mezunlarından daha yüksek “örgütsel çıkar” etik iklim algısına sahip olduğu görülmektedir. Eğitim değişkenine göre diğer etik iklim alt boyutları arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır.

Bu nedenle, H1d (Etik iklim algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.



**H1e: Etik iklim algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Tecrübe süresi ile etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan One Way ANOVA testi sonuçları Tablo 15’te verilmiştir.

**Tablo 15: Etik İklim Algısı Açısından Tecrübe Süresi Değişkenine Göre One Way ANOVA Testi Sonuçları**

				P*	N	Ortalama	P**
<b>H1e1: Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Tecrübe Süresi	1’den az	1-5	,508	14	4,3750	<b>,043</b>
			6-10	,997			
			11-20	1,000			
			21’den fazla	,991			
		1-5	1’den az	,508	94	4,0426	
			6-10	,190			
			11-20	,038			
			21’den fazla	,589			
		6-10	1’den az	,997	65	4,3000	
			1-5	,190			
			11-20	,980			
			21’den fazla	1,000			
		11-20	1’den az	1,000	70	4,3714	
			1-5	,038			
			6-10	,980			
			21’den fazla	,965			
		21’den fazla	1’den az	,991	30	4,2667	
			1-5	,589			
			6-10	1,000			
			11-20	,965			
<b>1e2: Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Tecrübe Süresi	1’den az	1-5	,215	15	3,8400	<b>,308</b>
			6-10	,494			
			11-20	,388			
			21’den fazla	,702			
		1-5	1’den az	,215	96	3,3583	
			6-10	,934			
			11-20	,985			
			21’den fazla	,899			
		6-10	1’den az	,494	64	3,4625	
			1-5	,934			
			11-20	,999			
			21’den fazla	,999			
		11-20	1’den az	,388	70	3,4257	
			1-5	,985			
			6-10	,999			
			21’den fazla	,990			
		21’den fazla	1’den az	,702	31	3,5097	
			1-5	,899			
			6-10	,999			
			11-20	,990			

<b>H1e3: Bağımsızlık</b>	Tecrübe Süresi	1'den az	1-5	,234	14	3,0536	<b>,028</b>
			6-10	,054			
			11-20	,064			
			21'den fazla	,026			
		1-5	1'den az	,234	91	2,5824	
			6-10	,710			
			11-20	,782			
			21'den fazla	,402			
		6-10	1'den az	,054	65	2,4192	
			1-5	,710			
			11-20	1,000			
			21'den fazla	,953			
		11-20	1'den az	,064	67	2,4366	
			1-5	,782			
			6-10	1,000			
			21'den fazla	,924			
21'den fazla	1'den az	,026	32	2,2969			
	1-5	,402					
	6-10	,953					
	11-20	,924					
<b>H1e4: Bireysel Çıkar</b>	Tecrübe Süresi	1'den az	1-5	1,000	16	2,8281	<b>,012</b>
			6-10	,635			
			11-20	,695			
			21'den fazla	,143			
		1-5	1'den az	1,000	95	2,7763	
			6-10	,240			
			11-20	,309			
			21'den fazla	,013			
		6-10	1'den az	,635	65	2,4692	
			1-5	,240			
			11-20	1,000			
			21'den fazla	,571			
		11-20	1'den az	,695	70	2,4964	
			1-5	,309			
			6-10	1,000			
			21'den fazla	,471			
21'den fazla	1'den az	,143	32	2,1719			
	1-5	,013					
	6-10	,571					
	11-20	,471					

<b>H1e5: Örgütsel Çıkar</b>	Tecrübe Süresi	1'den az	1-5	,396	16	3,5208	,201
			6-10	,167			
			11-20	,691			
			21'den fazla	,419			
		1-5	1'den az	,396	95	3,1825	
			6-10	,887			
			11-20	,949			
			21'den fazla	,999			
		6-10	1'den az	,167	65	3,0769	
			1-5	,887			
			11-20	,546			
			21'den fazla	,991			
		11-20	1'den az	,691	68	3,2647	
			1-5	,949			
			6-10	,546			
			21'den fazla	,936			
21'den fazla	1'den az	,419	32	3,1458			
	1-5	,999					
	6-10	,991					
	11-20	,936					
<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Tecrübe Süresi	1'den az	1-5	,192	11	3,6399	,182
			6-10	,324			
			11-20	,547			
			21'den fazla	,195			
		1-5	1'den az	,192	87	3,3338	
			6-10	,989			
			11-20	,743			
			21'den fazla	,997			
		6-10	1'den az	,324	64	3,3684	
			1-5	,989			
			11-20	,960			
			21'den fazla	,961			
		11-20	1'den az	,547	65	3,4213	
			1-5	,743			
			6-10	,960			
			21'den fazla	,744			
21'den fazla	1'den az	,195	28	3,3008			
	1-5	,997					
	6-10	,961					
	11-20	,744					

<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Tecrübe Süresi	1'den az	1-5	,192	11	3,6399	,182
			6-10	,324			
			11-20	,547			
			21'den fazla	,195			
		1-5	1'den az	,192	87	3,3338	
			6-10	,989			
			11-20	,743			
			21'den fazla	,997			
		6-10	1'den az	,324	64	3,3684	
			1-5	,989			
			11-20	,960			
			21'den fazla	,961			
		11-20	1'den az	,547	65	3,4213	
			1-5	,743			
			6-10	,960			
			21'den fazla	,744			
		21'den fazla	1'den az	,195	28	3,3008	
			1-5	,997			
			6-10	,961			
			11-20	,744			

**P<0,05**

**\*Her bir değişkenin P değeri**

**\*\*Faktörlerin P değeri**

Genel etik iklim algısı ile tecrübe süresi değişkeni arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır. Ancak, tecrübe süresi ile “bireysel çıkar” etik iklim algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır. (P<0,05) 1-5 yıl arası çalışanlar ile 21'den fazla tecrübe süresine sahip çalışanlar arasında “bireysel çıkar” etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık vardır (P=,013). 1-5 yıl arası çalışanlar (ortalama=2,7763), 21'den fazla tecrübe süresine sahip çalışanlardan (ortalama=2,1719) daha yüksek düzeyde “bireysel çıkar” etik iklim algısına sahip olduğu görülmektedir.

“Bağımsızlık” etik iklim algısı ile tecrübe süresi arasında anlamlı bir farklılık vardır (P<0,05). 1 yıldan az süre çalışanlar ile 21 yıldan fazla süre çalışanlar arasında “bağımsızlık” etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur (P=,026). 1 yıldan daha az çalışanlarda (ortalama=3,0536) “bağımsızlık” etik iklim algısı, 21 yıldan daha fazla çalışanlara (ortalama=2,2969) göre daha yüksek çıkmıştır.

“Yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısı ile tecrübe süresi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (P<0,05). 1-5 yıl arası çalışanlar ile 11-20 yıl çalışanlar arasında “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür (P=,038). 11-20 yıl çalışanlar (ortalama=4,3714), 1-5

yıl arası çalışanlardan (ortalama=4,0426) daha yüksek düzeyde yasalara, kurallara ve politikalara uyduğu söylenebilir.

Bu nedenle, H1e (Etik iklim algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

**H1f: Etik iklim algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Pozisyon grupları arasında etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan Independent Samples T testi sonuçları Tablo 16'da verilmiştir.

**Tablo 16: Etik İklim Algısı Açısından Banka Çalışanlarının Pozisyon Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları**

		N	Ortalama	Standart Sapma	t	P
<b>H1f1: Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Yönetici	124	4,2802	,72631	,738	,461
	Uzman	116	4,2112	,72164		
<b>H1f2: Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Yönetici	126	3,4127	,84351	-,059	,953
	Uzman	116	3,4190	,81207		
<b>H1f3: Bağımsızlık</b>	Yönetici	123	2,3659	,76239	-2,187	<b>,030</b>
	Uzman	113	2,5929	,83264		
<b>H1f4: Bireysel Çıkar</b>	Yönetici	128	2,4180	,84945	-2,945	<b>,004</b>
	Uzman	116	2,7759	1,02913		
<b>H1f5: Örgütsel Çıkar</b>	Yönetici	127	3,2178	,71440	,448	,655
	Uzman	115	3,1768	,70824		
<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Yönetici	115	3,3351	,43665	-1,448	,149
	Uzman	109	3,4210	,45030		

**P<0,05**

Yönetici ve uzmanların etik iklim algılarını karşılaştırdığımız zaman, etik iklimi oluşturan boyutlardan biri olan “bireysel çıkar” açısından yönetici ve uzman arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (P<0,05). Uzmanların bireysel etik iklim algısı ortalama=2,7759 iken yöneticilerin ortalama=2,4180'dir. Uzmanların, yöneticilere göre daha yüksek seviyede “bireysel çıkar” etik iklim algısına sahip olduğu görülmüştür.

“Bağımsızlık etik” iklim algısı açısından, yöneticiler ve uzmanlar arasında anlamlı bir farklılık çıkmıştır ( $P<0,05$ ). Uzmanların “bağımsızlık” etik iklim algısı ortalama=2,5929 iken, yöneticilerin ortalama=2,3659 çıkmıştır. Uzmanların, yöneticilere göre daha “bağımsız” bir etik iklim algısına sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Etik iklimi oluşturan “örgütsel çıkar”, “başkalarının iyiliğini düşünme”, “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısıyla yönetici ve uzman arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Ortalama açısından pozisyonlar arasından bazı farklılıklar söz konusudur. Yöneticilerin “örgütsel çıkar” (ortalama=3,2178) etik iklim algıları, uzmanlardan (ortalama=3,1768) daha yüksektir. Ayrıca yöneticilerin, “kurallar ve politikalar” etik iklim algısı (ortalama=4,2802), uzmanlara (ortalama=4,2112) göre küçük bir farkla daha fazla çıkmıştır.

Pozisyon değişkenine göre ortalamaları karşılaştığımızda “yasalar, kurallar ve politikalar” baskın çıkan etik iklim olmuştur. Yöneticiler (ortalama=4,2802) uzmanlara (ortalama=4,2112) göre daha yüksek düzeyde “yasalar, kurallar ve politikalar” uymaktadır.

Genel etik iklim algısı ile pozisyon arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır.

Bu nedenle, H1f (Etik iklim algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

## **H2a: Etik iklim algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Bankaların sermaye yapısı değişkeni ile etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan Independent Samples T testi sonuçları Tablo 17’de verilmiştir.

**Tablo 17: Etik İklim Algısı Açısından Bankaların Sermaye Yapısı Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları**

		N	Ortalama	Standart Sapma	t	P
<b>H2a1: Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Türk	201	4,2425	,70386	,383	,702
	Yabancı	73	4,2038	,83477		
<b>H2a2: Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Türk	202	3,4020	,83862	-1,389	,166
	Yabancı	74	3,5568	,76590		
<b>H2a3: Bağımsızlık</b>	Türk	196	2,4031	,76722	-3,018	<b>,003</b>
	Yabancı	72	2,7292	,82836		
<b>H2a4: Bireysel Çıkar</b>	Türk	202	2,5693	,89368	,315	,753
	Yabancı	76	2,5296	1,04640		
<b>H2a5: Örgütsel Çıkar</b>	Türk	201	3,1990	,69216	,381	,703
	Yabancı	74	3,1622	,75900		
<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Türk	186	3,3612	,43286	-,778	,437
	Yabancı	69	3,4097	,46505		

**P<0,05**

Türk ve yabancı sermayeli bankalar arasında, “bağımsızlık” etik iklim boyutu açısından anlamlı bir farklılık vardır ( $P<0.05$ ). Yabancı sermayeli bankalarda “bağımsızlık” etik iklim ortalaması, 2,7292 iken Türk sermayeli bankalarda bu oran 2,4031’dir. Türk sermayeli bankalarda bu oranın daha düşük çıkmasının nedeni ise, Türk toplumunun daha kolektivist yapıda olmasıyla ilgili olduğu söylenebilir.

“Yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısı, Türk sermayeli bankalarda 4,2425; yabancı sermayeli bankalarda 4,2038 ortalama düzeyindedir. Her iki grupta da, “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklimi ortalaması daha baskın çıkmıştır. Bunun nedeni de, bankacılık sektöründe uyulması zorunlu yasaların ve kuralların olmasıdır. BDDK’ya bağlı olarak kurulan bankalar, bu kurumun belirlediği yasalara, kurallara ve politikalara uymak zorundadır. Bankalar tüm faaliyetlerini BDDK’nın belirlediği çerçevede içinde gerçekleştirirler.

Genel etik iklim ortalaması ile bankaların sermaye yapısı değişkeni arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Bu nedenle, H2a (Etik iklim algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

**H2b: Etik iklim algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.**

Banka türü değişkeni ile etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan Independent Samples T testi sonuçları Tablo 18’de verilmiştir.

**Tablo 18: Etik İklim Algısı Açısından Banka Türü Değişkenine Göre Independent Samples T Testi Sonuçları**

		N	Ortalama	Standart Sapma	t	P
<b>H2b1: Yasalar, Kurallar ve Politikalar</b>	Kamu	136	4,1112	,74375	-2,720	<b>,007</b>
	Özel	138	4,3514	,71840		
<b>H2b2:Başkalarının İyiliğini Düşünme</b>	Kamu	136	3,3324	,88014	-2,314	<b>,021</b>
	Özel	141	3,5603	,75184		
<b>H2b3:Bağımsızlık</b>	Kamu	132	2,4053	,75572	-1,854	,065
	Özel	137	2,5858	,83657		
<b>H2b4:Bireysel Çıkar</b>	Kamu	136	2,6324	,92493	1,176	,240
	Özel	143	2,5000	,95266		
<b>H2b5:Örgütsel Çıkar</b>	Kamu	135	3,1284	,71118	-1,485	,139
	Özel	141	3,2553	,70894		
<b>Etik İklim Algısı Genel Ortalama</b>	Kamu	123	3,2964	,42780	-2,756	<b>,006</b>
	Özel	132	3,4470	,44308		

**P<0,05**

Kamu sermayeli bankalar ile özel sermayeli bankalar arasında “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklimi açısından anlamlı bir farklılık görülmüştür (P<0,05). Kamu sermayeli bankalarda bu ortalama 4,1112 düzeylerindeki, özel sermayeli bankalarda bu ortalama 4,3514 düzeyinde çıkmıştır. Özel bankaların “yasalara, kurallara ve politikalara” daha bağlı olduğu görülmektedir.

“Başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim algısı ile kamu ve özel bankaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (P<0,05). Kamu bankalarında bu ortalama 3,3324 düzeyindeyken, özel bankalarda bu ortalama 3,5603 düzeyindedir. Başkalarını düşünme etik iklim algısı, özel bankalarda daha yüksek çıkmıştır. Yapılan bankacılık faaliyetlerinde diğer paydaşları düşünme oranı özel sektörde daha yüksek çıkmıştır.



“Örgütsel çıkar”, “bireysel çıkar”, “bağımsızlık” etik iklim boyutlarıyla kamu ve özel bankaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Ancak, kamu bankalarının bireysel etik iklim algısı (ortalama = 2,6324), özel bankalara (ortalama = 2,5000) göre daha yüksek seviyede çıkmıştır. Özel bankaların ise, “örgütsel çıkar” (ortalama= 3,2553) ve “bağımsızlık” (ortalama = 2,5858) etik iklimi algıları, kamu bankalarının “örgütsel çıkar” (ortalama = 3,1284) ve “bağımsızlık” (ortalama = 2,4053) etik iklim algılarından az bir farkla da olsa yüksek çıkmıştır.

Bu nedenle, H2b (Etik iklim algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

## **Hipotez Testi Sonuçlarının Özeti**

**H1: Kişisel demografik özellikler ile etik iklim algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.**

H1a: Etik iklim algısı açısından **cinsiyet** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H1a1 (“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1a2 (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1a3 (“Bağımsızlık” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1a4 (“Bireysel çıkar” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1a5 (“Örgütsel çıkar” algısı açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1b: Etik iklim algısı açısından **medeni durum** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H1b1 (“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1b2 (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1b3 (“Bağımsızlık” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1b4 (“Bireysel çıkar algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1b5 (“Örgütsel çıkar” algısı açısından medeni durum grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1c: Etik iklim algısı açısından **yaş** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H1c1: (“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1c2: (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H1c3: (“Bağımsızlık” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1c4 (“Bireysel çıkar” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1c5: (“Örgütsel çıkar” algısı açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1d: Etik iklim algısı açısından **eğitim** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır hipotezi reddedilmiştir.

H1d1 (“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1d2 (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1d3 (“Bağımsızlık” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1d4 (“Bireysel çıkar” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1d5 (“Örgütsel çıkar” algısı açısından eğitim grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H1e: Etik iklim algısı açısından **tecrübe süresi** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H1e1 (“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H1e2 (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1e3 (“Bağımsızlık” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H1e4 (“Bireysel çıkar” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H1e5 (“Örgütsel çıkar” algısı açısından tecrübe süresi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1f: Etik iklim algısı açısından **pozisyon** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H1f1(“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1f2 (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H1f3 (“Bağımsızlık” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H1f4 (“Bireysel çıkar” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H1f5 (“Örgütsel çıkar” algısı açısından pozisyon grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

**H2: Kurumsal demografik özellikler ile etik iklim algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.**

H2a: Etik iklim algısı açısından **yabancı ve Türk sermayeli banka** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H2a1 (“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H2a2 (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H2a3 (“Bağımsızlık” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H2a4 (“Bireysel çıkar” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H2a5 (“Örgütsel çıkar” algısı açısından yabancı ve Türk sermayeli banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H2b: Etik iklim algısı açısından **kamu ve özel banka** grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H2b1 (“Yasalar, kurallar ve politikalar” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H2b2 (“Başkalarının iyiliğini düşünme” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

H2b3 (“Bağımsızlık” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H2b4 (“Bireysel çıkar” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

H2b5 (“Örgütsel çıkar” algısı açısından kamu ve özel banka grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır) hipotezi reddedilmiştir.

Hipotez sonuçlarına ait özet bilgiler, Tablo 19’da verilmiştir.

**Tablo 19: Hipotez Sonuçlarına Ait Özet Tablosu**

	<b>RED</b>	<b>KABUL</b>
<b>H1 Hipotezi</b>	<b>X</b>	
H1a Hipotezi	X	
H1a1 Hipotezi	X	
H1a2 Hipotezi	X	
H1a3 Hipotezi	X	
H1a4 Hipotezi	X	
H1a5 Hipotezi	X	
H1b Hipotezi	X	
H1b1 Hipotezi	X	
H1b2 Hipotezi	X	
H1b3 Hipotezi	X	
H1b4 Hipotezi	X	
H1b5 Hipotezi	X	
H1c Hipotezi	X	
H1c1 Hipotezi	X	
H1c2 Hipotezi		X
H1c3 Hipotezi	X	
H1c4 Hipotezi	X	
H1c5 Hipotezi	X	
H1d Hipotezi	X	
H1d1 Hipotezi	X	
H1d2 Hipotezi	X	
H1d3 Hipotezi	X	
H1d4 Hipotezi	X	
H1d5 Hipotezi		X
H1e Hipotezi		X
H1e1 Hipotezi		X
H1e2 Hipotezi	X	
H1e3 Hipotezi		X
H1e4 Hipotezi		X
H1e5 Hipotezi	X	
H1f Hipotezi	X	
H1f1 Hipotezi	X	
H1f2 Hipotezi	X	
H1f3 Hipotezi		X
H1f4 Hipotezi		X
H1f5 Hipotezi	X	

<b>H2 Hipotezi</b>	<b>X</b>	
H2a Hipotezi	X	
H2a1 Hipotezi	X	
H2a2 Hipotezi	X	
H2a3 Hipotezi		X
H2a4 Hipotezi	X	
H2a5 Hipotezi	X	
H2b Hipotezi	X	
H2b1 Hipotezi		X
H2b2 Hipotezi		X
H2b3 Hipotezi	X	
H2b4 Hipotezi	X	
H2b5 Hipotezi	X	

### **3.5. Araştırmanın Kısıtları**

Örnekleme yöntemi olarak araştırmada yargısal örnekleme yöntemi seçilmiştir. Yargısal örnekleme yöntemi, örnek seçiminde subjektif olması ve örnek kapsamına giren bireylerin gerçekten hedef ana kütleyi temsil edip etmedikleri tam olarak bilinmediği için genelleştirilebilirlik kısıtı taşımaktadır.<sup>285</sup> Ulaşılan bankalar arasında hiç katılım bankalarının bulunmaması, araştırmanın sadece genel müdürlükleri kapsayarak şubeleri çalışmanın dışında bırakması araştırmanın diğer kısıtıdır.

Ancak, iş ahlakı konusunun özellikle tartışıldığı bankacılık sektöründe yapılan birçok çalışmadan farklı olarak, bu araştırmada etik iklim algısının Genel Müdürlüğü Türkiye’de olan tüm bankaları hedef alması, literatürde bu yöndeki eksikliğe bir ölçüde katkı sağlaması açısından önemlidir.

### **3.6. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi**

Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların genel müdürlüklerine uygulanan etik iklim anket çalışması bulguları, literatürdeki birçok çalışma ile desteklenmekle birlikte, farklı çıkan yönleri de bulunmaktadır.

Bu araştırmada, öncelikle araştırma ölçeğinin faktöryel yapısı ve içsel tutarlığı incelenmiştir. Sonuçlara bakıldığında, Türkiye’de bankacılık sektörü çalışanlarının algıları açısından etik iklimin 5 boyutlu olduğu bulunmuştur (“Yasalar, Kurallar Ve Politikalar”, “Başkalarının İyiliğini Düşünme”, “Bağımsızlık”, “Bireysel Çıkar”,

<sup>285</sup> A. Ercan GEGEZ, **Pazarlama Araştırmaları**, İstanbul: Beta Yayınları, 2007, s.249.

“Örgütsel Çıkar”). Araştırmamızın literatür çalışmaları kısmında açıklandığı üzere, yapılan birçok çalışmada etik iklim 5 boyutlu olarak bulunmuştur. Bu yüzden araştırmanın bu bulgusu önceki çalışmalar tarafından desteklenmektedir. Ancak faktörlerin adlandırılmasında bazı farklılıklara rastlanmıştır. Bu farklılıklar; “Araçsalıcı” ve “Yasalar, Kurallar ve Politikalar” etik iklim boyutlarında ortaya çıkmıştır. “Araçsalıcı” etik iklim boyutunda, aynı faktör altında yer alan “bireysel ve örgütsel çıkar” boyutları, yapılan analiz sonucunda farklı faktörlerde toplanmıştır. Ayrıca “Yasalar, Kurallar ve Politikalar” etik iklim boyutu da diğer çalışmalardan farklı olarak tek faktör altında toplanmıştır.

Faktör analizinden sonra demografik değişkenlerin etik iklim algısı üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla Independent Samples T testi ve One Way ANOVA uygulanmıştır.

Yapılan bu analizler sonucunda bankacılık sektöründe beklediğimiz gibi “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısı baskın olarak çıkmıştır. Bu sektörde çalışan bireylerin davranışları bu kurallar çerçevesinde şekillenmektedir. Bu etik iklimin uygulanmasında çalışanlara esneklik tanınmaz ve çalışanlardan yasaların, politikaların, mesleki kodların gerekliliklerini yerine getirmesi beklenir.

Araştırmamızın her iki hipotezi de reddedilmiştir. Yani beklendiği gibi kişisel demografik özellikler ve kurumsal demografik özellikler ile etik iklim algısı arasında önemli bir farklılık bulunmamıştır. Bu bakımdan, demografik özellikler ile etik iklim algısı arasında anlamlı bir farklılık olduğunu belirten çalışmalardan farklılık taşımaktadır. Bununla birlikte, demografik özelliklerin bazı boyutları ile etik iklim algısı arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür.

18-25 yaş grubu arası çalışanların diğer yaş gruplarına, özel banka çalışanları da kamu çalışanlarına göre daha yüksek düzeyde, “başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim algısına sahip olduğu çıkmıştır. Yani genç çalışanlar ve özel banka çalışanları, davranışlarını ya da alacakları kararları belirlerken, diğer tüm bireyleri dikkate almaktadır. Ahlaki kararların yönünü, kararların başkaları üzerindeki sonuçları belirlemektedir.

Lise mezunları ile örgütsel çıkar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. “Örgütsel çıkar” etik iklim algısı baskın olan çalışanlar, örgütün daha fazla çıkara



ulaşabilmesi için çabalar ve kararlarını buna göre alır. Alınan kararlarda şirket çıkarları ön plandayken, bu kararların diğer bireyler üzerindeki etkileri yeterince önemsenmez. Literatürde yapılan çalışmalar, örgüt çıkarlarına dayalı olarak alınan kararların ahlaki olmayan davranışlara neden olabileceğini göstermiştir.

Uzmanlar ve 1 yıldan daha az tecrübe süresine sahip çalışanlar ile “bireysel çıkar” etik iklim algısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu görölmüştür. Kararların yönü üzerinde bireylerin çıkarlarını maksimize etme anlayışı vardır. Bu yüzden de bu etik iklimin, ahlaki olmayan kararlara yol açabileceği birçok araştırmacı tarafından kabul görmüştür.

Yabancı sermayeli banka çalışanları, uzmanlar ve 1 yıldan daha az tecrübe süresine sahip çalışanlar ile “bağımsızlık” etik iklim algısı arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu iklim çerçevesinde, alınan kararların temel belirleyicisi bireyin kendisidir, organizasyon içindeki ya da dışındaki herhangi bir kişi alınan bu kararda etkili değildir. Bireysel ahlaki inançlar, bireylerin ahlaki kararlarına yön verir. Kişisel ahlak anlayışı, alınan kararlarda öncelikle belirleyici olan faktördür. “Bağımsızlık” etik ikliminin alınan kararlarda ahlaki sonuçlar doğurduğu literatürdeki birçok çalışma ile desteklenmektedir.

11-20 yıl arası tecrübe süresine sahip olan çalışanlarda ve özel banka çalışanlarında daha yüksek düzeyde “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısı görölmüştür. İlkelik etik kriterine dayalı olarak oluşan bu etik iklim algısında, bireyler öncelikle kararların kanunları ihlal edip etmediklerine bakarlar ve bu doğrultuda davranırlar. Ahlaki kararların belirleyicisi olarak mesleki kodlar, kurallar ve politikalar kabul edilir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Davranışların yönü üzerinde belirleyici olan etik iklim algısının, sektör bazında belirlenmesi ve demografik değişkenlerin etik iklim algısı üzerinde nasıl bir farklılığa neden olduğunun ortaya çıkarılması bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, bankacılık sektörü hedef alınmış ve genel müdürlükte çalışan yönetici ve uzmanlara anket uygulanmıştır. Kullanılabilir 281 adet anket verilerinden yola çıkarak, KMO, faktör analizi, frekans dağılımı, Independent Samples T testi ve One Way ANOVA analizleri yapılmıştır. Bu analizlerin sonuçlarına ise bu bölümde yer verilmiştir.

Etik iklim ve davranış arasındaki ilişki, temelinde etik iklimin de bulunduğu ahlaki karar alma sürecinden kaynaklanmaktadır. Etik iklim boyutlarının desteklediği karar alma süreci, organizasyondaki tüm bireyleri, politikaları, uygulamaları etkileyeceğinden, grup üyelerinin daha etik olması bekleniyorsa; davranışlar, “yasalar, kurallar ve politikalar”, “başkalarının iyiliğini düşünme”, “bağımsızlık” etik iklim boyutları ile desteklenmelidir. Çünkü bunlar tüm bireyler için en yüksek toplam faydayı gözeten “faydacılık” ve ödeve duygusuna dayanan “deontolojik” teorilerine dayanmaktadır. Etik dışı davranışların beklendiği organizasyonlarda, “bireysel çıkar” ve “örgütsel çıkar” etik iklim boyutlarının olduğunu söylenebilir. Çünkü bu etik iklim boyutu bireysel çıkarları maksimize etme anlayışını ifade eden “egoizm” teorisine dayanmaktadır. Bu etik iklim boyutu, alınan kararlardan etkilenme ihtimali olanları göz ardı eder. Yapılan birçok çalışmada alınan kararlarda “bireysel çıkar” ve “örgütsel çıkar” iklimin hakim olduğu durumlarda, etik olmayan davranışların ortaya çıktığı yargısı hakimdir.

Araştırmamız sonucunda, bankacılık sektöründe baskın olarak belirlenen “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklimi, deontolojik temellidir ve bu iklim çalışanların kararlarında kurallara ve ilkelere bağlılığı gerektirir. BDDK’nın finansal piyasalarda güven ve istikrarı sağlamaya yönelik yaptığı düzenlemelere bankalar uymakla yükümlüdür. Bu çerçevede, banka faaliyetlerinin mevzuat, ana sözleşme, iç düzenlemeler ve bankacılık ilkeleri ile uyumlu olması gerekir. Bu yükümlülükler beraberinde bu etik iklimin baskın çıkmasına neden olmuştur. Davranışlarını bu etik

iklim boyutu çerçevesinde şekillendiren çalışanların, aldıkları kararlarda ahlaki sonuçlar yaratacağı yapılan birçok çalışmada kabul görmektedir.

Bankacılık sektöründe ikinci olarak “Başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim boyutuna rastlanmıştır. Bu etik iklim boyutunun yaygın olduğu kurumlarda “teleolojik” teorilerden olan “faydacılık” teorisi hakimdir. Sonuç odaklı olan bu teori, en çok kişi için en iyi sonucu yaratma anlayışına sahiptir. Bu yüzden bu etik iklim boyutunun baskın olduğu kurumlarda, ahlaki problemlerin çözümünde çalışanlar, kendisinin dışında diğer bireyleri baz alır ve en çok kişi için en iyi sonucu yaratmaya çalışır. Bunun ise beraberinde ahlaki kararları getirdiğine inanılır.

“Bağımsızlık” etik iklimi, bireysel ahlak ve etik inançlar ile ilgilidir. Birey kendi doğru ve yanlış algısına göre kararlarını şekillendirir. “Bağımsızlık” etik iklim algısındaki farklılaşma her bir kurumda farklı çalışanların olmasına dayanmaktadır. Kişilerin kendi prensiplerinin karar almada en önemli ve temel dayanak noktası olduğu “bağımsızlık” etik ikliminde dışsal faktörlerin etkisi mümkün olduğunca az olmaktadır. “Bağımsızlık” etik iklimi, davranışların sonuçlarına odaklanmaktan ziyade davranışın temelindeki niyeti esas alan deontolojik teoriye dayanmaktadır. Bu teoride gereği ödev duygusuyla yapılan faaliyetler sonucunda alınan kararlar etik bir içerik taşımış olur.

“Egoist” iklim kriterine dayalı olarak oluşan “örgütsel çıkar” ve “bireysel çıkar” etik iklim algısının hakim olduğu kurum çalışanları, alınan kararların şirket ve birey çıkarlarına hizmet etmesi gerektiğini düşünürler. Yapılan birçok çalışmada “bireysel çıkar” ve “örgütsel çıkar” etik iklim boyutlarının hakim olduğu kurumlarda iş tatmini, örgütsel bağlılık, performans, başarı ve ahlaki karar alma üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bankacılık sektörü açısından incelediğimizde “bireysel” ve “örgütsel” çıkar etik iklim boyutu en düşük düzeyde ortaya çıkmıştır. Organizasyonlarda ahlaki karar almada “başkalarının iyiliğini düşünme” ikliminin yüksek, “bireysel çıkar” ve “örgütsel çıkar” iklim algısının düşük olduğu durumlarda ahlaki karar ve etik arasında güçlü bir ilişkinin olduğu düşüncesi hakimdir.

Yapılan analiz çalışması sonucunda, eğitim seviyesi ile etik iklim alt boyutları arasında beklediğimiz gibi anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bakımdan, iki değişken arasında anlamlı bir farklılık olduğunu söyleyen çalışmalardan bir farklılık

taşımaktadır. Araştırmamızın örneklemini oluşturan çalışanların benzer bir donanıma sahip olması bu farklılığı ortadan kaldıran sebeplerden biri olabilir.

Yaş ve etik iklim algısını ölçen birçok çalışma sonucunda, yaşça daha büyük çalışanların işletme kurallarına daha bağlı olduklarını ve bununda “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklim algısını daha hakim kıldığını göstermiştir. Yaptığımız analiz bunu desteklemektedir. İleri yaştaki çalışanlarda “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklimi genç çalışanlara göre daha yüksek çıkmıştır. Bunun nedeni ise, sosyal bir varlık olan insan çevresinin normlar ile çevrelenmesi ve yaş ilerledikçe bireylerden bu normlara uyması konusunda beklentilerin artmasıdır.

Kadınların erkeklere göre daha yüksek bir etik algıya sahip olduğu daha önce yapılan birçok çalışma tarafından belirlenmesine rağmen araştırmamız bu yargıyı desteklememektedir. Bankacılık sektöründe çalışan kadınlar ve erkekler arasında etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırmamızda etik iklim algısı ve tecrübe süresi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Daha uzun süre çalışma hayatı beraberinde daha yüksek düzeyde etik iklim algısını getirmektedir. Bu sonuç önceki çalışmalar tarafından desteklenmektedir. Bunun birçok nedeni olabilir; uzun çalışma süresi sonunda bireylerin etik konulara bakışlarının daha koruyucu hale gelmesi, bu süre sonunda sahip olduğu finansal güvenliği riske atamaması sayılabilir.

Gelir düzeyindeki farklılaşma ve sorumluluk gibi nedenlerden dolayı üst pozisyon çalışanlarının daha yüksek etik algıya sahip olması beklenmektedir. Analiz çalışmamızın bazı sonuçları bunu desteklemekle birlikte, çalışanların pozisyonu ile etik iklim algıları arasında çok önemli bir farklılık görülmemiştir. Tüm katılımcıların, genel müdürlüklerde benzer pozisyonlarda çalışıyor olması, beklenen farklılaşmayı ortadan kaldırmış olabilir.

Etik iklimi belirlemede önemli bir rolü olan yönetici algılarının değerlendirilmesi, bize sektör bazında çıkması muhtemel etik iklimi de gösterecektir. Yönetici algısında en baskın çıkan etik iklim, “yasalar, kurallar ve politikalar” etik iklimi olmuştur. Bunun yanında, “örgütsel çıkar” etik iklim algısı da baskın çıkan bir diğer etik iklim boyutudur. Yönetici algısında “yasalar, kurallar ve politikalar” etik ikliminin baskın çıkması muhtemel ahlaki kararları da beraberinde getirmesi beklenmektedir. Ancak

“örgütsel çıkar” etik iklimi anlayışına dayalı olarak alınan kararın, ahlaki olmayan sonuçlara yol açması muhtemeldir.

Farklı inanç, kültür değer ve yetiştirme şartlarından dolayı Yabancı sermayeli bankalar ile Türk Sermayeli bankalar arasında etik iklim algısı açısından anlamlı bir farklılığın olması beklenmekteydi. Ancak, Türk ve yabancı sermayeli bankalar arasında “bağımsızlık” etik iklim algısı dışındaki diğer etik iklim boyutları arasında önemli bir farklılık görülmemiştir. Bunun nedeni, bankacılık sektörünün sıkı bir düzenlemeye tabi olması olabilir. Ayrıca, uluslararası işletmelerin ev sahibi ülkelerin kültürüne, değerlerine uyumlu politikalar geliştirmesi, çalışanların çoğunlukla Türk olması ve genel müdürlüklerinin Türkiye’de kurulması da bu nedenler arasında sayılabilir. Yabancı sermayeli bankalar çoğunlukla, Türk sermayeli bankaları satın alarak Türkiye’ye gelmektedir. Her ne kadar tepe yöneticiler yabancı olsa da bunun dışındaki çalışanların Türk olması, bankalar arası farklılaşmayı ortadan kaldıran nedenlerden biri olabilir.

Kamu bankaları ve özel bankalar arasında bazı etik iklim alt boyutları açısından anlamlı bir farklılık olduğu bulunan sonuçlar arasındadır. Özel bankalar, kamu bankalarına göre daha yüksek “yasalar, kurallar ve politikalar” ve “başkalarının iyiliğini düşünme” etik iklim algısına sahip olduğu bulunmuştur. Bunun nedeni; özel bankalarda müşteri memnuniyetine verilen önemin daha fazla olması gösterilebilir.

Ahlaki farklılıkların yönetilmesi tecrübe, bilgi, yetenek gerektiren zorlu bir süreçtir. Farklı toplumlarda faaliyetlerini yürüten işletmeler kültür, inanç, değer gibi birçok faktörün etkisi altında karar almak durumundadır. Yaptığımız araştırma sonucunda, Türkiye de faaliyetlerini yürüten yabancı sermayeli bankaların bahsedilen bu farklılıkları elemine edebildikleri söylenebilir.

Bu araştırma, tüm alan çalışmalarında olduğu gibi bazı sınırlamalara sahiptir. Ancak tüm bu sınırlamalara rağmen, literatüre önemli katkılar sunduğu düşünülmektedir. Genel merkezi Türkiye’de bulunan ve TBB’ye üye olan tüm bankaları kapsamaması ve buradaki çalışanların demografik özelliklerinin ayrıntılı biçimde incelenip, etik iklim algısı üzerinde bir farklılık yaratıp yaratmadığının incelenmesi, bu katkılarının biri olarak değerlendirilebilir.

Bu araştırma, Türkiye'deki bankaların genel müdürlüklerinde yapılmış, araştırma sonuçları ve yorumları sektör baz alınarak değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar diğer sektörlerde yapılacak çalışmalar için yol gösterici olabilir. Ayrıca sektör bazında elde edilen sonuçlar karşılaştırılarak daha genelleyici sonuçlara ulaşılabilir.

Yeterli sayıda Türk ve yabancı yöneticiye ulaşılarak, karar alma sürecinde yer alan yöneticilerin etik iklim algısı arasındaki farkın ölçülmesi, önemli bir katkı olarak değerlendirilebilir.

Katılım bankalarını kapsayan bir çalışma ayrıca yapılabilir ve katılım bankaları ile diğer bankaların etik iklim algıları arasındaki farklılıklar ölçülebilir.

## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

- Aktan, Coşkun Can: **Ahlak ve Ahlak Felsefesi**, İstanbul: ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını, 1999, (Çevrimiçi) <http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/ahlak-Felsefesi/din-ahlak.htm>, (03/12/2011)
- Arıkan, Rauf: **Ekonomi**, Ankara: Tutibay Yayınları, 2003.
- Aydın, Nurhan (Editör): **Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, Ekim 2009.
- Berkman, Ümit, Arslan,: **Dünyada Ve Türkiye’de İş Etiği Ve Etik Yönetimi**, İstanbul: TÜSİAD Yayınları, 2009.
- Caroselli, Marlene: **Business Ethics Activity Book: 50 Exercises for Promoting Integrity at Work**, USA: AMACOM Books, 07/2003.
- Carroll, Archie B.: **Business and Society: Ethics and Stakeholder Management**, United States of America: 7th Ed., South-Western Cengage Learning, 2008.
- Buchholtz, K. Ann
- Daft, Richard: **Management**, 6th Edition, USA: Thomson South Western, 2003.
- Durkheim, E.: **Ahlak Eğitimi**, Çev. Oğuz Adanır, İzmir: Dokuz Eylül Yay., 2004.
- Erol, Eren: **Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi**, 12. Baskı, İstanbul: Beta yayınları, 2010.
- Ferrell, C. O. Fraedrich: **Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases**, Eighth Edition, United States of America: Cengage Learning, 2009.
- John, Ferrell Linda

- Frederick, Robert E.: **A Companion to Business Ethics**, USA: Blackwell Publishers, 1999.
- Frederic, W.C. (Editör): **Research In Corporate Social Performance and Policy: Emprical Studies of Business Ethics and Values**, Greenwich: Jai Press, 1987.
- Gegez A. Ercan: **Pazarlama Araştırmaları**, İstanbul: Beta Yayınları, 2007.
- Gulshan, S. S., v.d.: **Law, Ethics and Communication**, New Delhi: New Age International Publishers, 2008.
- Gündüz, Mustafa: **Ahlak Sosyolojisi**, Ankara: Anı Yay., 2005.
- Jennings, Marianne M.: **Business Ethics: Case Studies and Selected Readings**, Sixth Edition, United States of America: South Western, 2007.
- Kohlberg Lawrence: **The Philosophy of Moral Development**, New York: HarperRow, 1984.
- Kuehn, Manfred: **Immanuel KANT**, Ç: Bülent O. Doğan, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2011.
- Kurtine, W. M. Gerwitz: **Morality, Moral Behavior and Moral Development**, J. L. New York: Wiley, 1986.
- Mill, John Stuart: **Remarks on Bentham's Philosophy**, Germany: GRIN, 2008.
- Nunally, Jum: **Psychometric Theory**, New York: McGraw Hill, 1978.
- Özgener, Şevki: **İş Ahlakının Temelleri- Yöneltil bir yaklaşım**, Ankara: Nobel yayın, 2. Baskı, Kasım, 2009,



- Paliwal, Manisha: **Business Ethics**, New Delhi: New Age International L. Publishers, 2006.
- Raj, Rituparna: **Study in Business Ethics**, Mumbai: Global Media, 2009.
- Sen, Amarta: **Etik ve Ekonomi**, Ç: Ali SÜHA, İstanbul: Doğan Kitap, Aralık 2003.
- Sipahi, Beril, Yurtkoru,: **Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi**, 2. Baskı, E. Serra, Çinko, Murat İstanbul: Beta Yayınları, 2010.
- Velasquez, Manuel G.: **Business Ethics Concepts & Cases**, Seventh Edition, US: Pearson Education, 2012.
- Weber, Max: **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu**, Ç: Zeynep GÜRATA, Üçüncü Baskı, Ankara: Araç Yayınevi, Temmuz 2002.

## MAKALELER

- Adanır, Oğuz: “Bilim, Ahlak, Sanat”, **Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi**, No.7, 2010, ss.83-95.
- Akbaş, Türkmen Taşer: “Örgütsel Etik İkliminin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Mobilya Sanayi Büyük Ölçekli İşletmelerinde Görgül bir Araştırma”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, No. 12, C.9, 2010, ss.121-137.
- Akdoğan, Ali: “Sosyal Gelişmenin iki Dinamiği: Bilim ve Ahlak”, **Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi**, No.3, 2009, ss.11-44.
- Akgeçici, Tahir: “Türkiye’de İş Ahlakının Tarihsel Gelişimi”, **SBED**, No.7, 2002, ss.45-60.
- Özgener, Şevki

- Andrews, Kenneth R.: “Ethics in Practice”, **Harvard Business Review**, (October- September), 1989, ss.1-8.
- Appelbaum, Steven, H.: “The Relationship of Ethical Climate to Deviant Workplace Behavior”, **Corporate Governance**, C.5, No.4, 2005, ss.43-55.
- Deguire, Kyle J. And Lay, Mathieu
- Arlow, Peter: “Personal Characteristics in College Students’ Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility”, **Journal of Business Ethics**, No.10, 1991, ss.63-69.
- Babiak, Kathy,: “CSR and Environmental Responsibility: Motives and Pressures to Adopt Green Management Practices”, **CSR and Environmental Management**, No.18, 2011, ss.11-24.
- Trendafilova, Sylvia
- Baktır, Selma: “Ticari Ahlak”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, C.16, No.2, 2001, ss.1-10.
- Barnett, Tim, Vaicys: “The Moderating Effect of Individuals’ Perceptions of Ethical Work Climate on Ethical Judgments and Behavioral Intentions”, **Journal of Business Ethics**, No.27, 2000, ss.351-362.
- Cheryl
- Baykal, Ülkü, v.d.: “Hemşirelik Eğitimi Veren Kurumlarda Etik Çalışma İklimi”, **İ.Ü.F.N. Hem. Dergisi**, C.20, No.1, 2012, s.26-34.
- Bektaş, Çetin,: “İş Etiği ve İş Etiğinin Yayılım Süreci”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi**, C.13, No.1, 2008, ss.145-158.
- Köseoğlu, Mehmet Ali
- Bentham, Jeremy: “Ahlak ve Yasama İlkelerine Giriş”, Çev.: Aysel Doğan, **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, C.57 No.4, 2008, ss.381-390.

- Bourne, Steve, Snead, John D.: “Environmental Determinants of Organizational Ethical Climate: A Community Perspective”, **Journal of Business Ethics**, No.21, 1999, ss.283–290.
- Bowie, Norman E.: “A Kantian Approach to Business Ethics”, **İçinde: A Companion to Business Ethics**, Ed. Robert E. FREDERICK, USA:Blackwell Publishers 1999, ss.1-16.
- Brauchle, Paul E. Azam, Md. Shafiqul: “Relationships Between Selected Demographic Variables and Employee Work Ethics as Perceived by Supervisors”, **Journal of Industrial Teacher Education**, C.41, No.1, 2004, ss.37-55.
- Chan, Ling Meng, Jamilah Othman, Rusinah Joned: “Gender Differences of Human Resources Practitioners in Their Ethical Decision Making”, **International Journal of Academic Research**, C.4, No.4, July 2012, ss.38-44.
- Choudhury, Dibyendu, v.d.: “The Impact of Social and Demographic Variables on Ethical Decision Making: Exploratory Study”, **International Journal of Business and Public Administration**, C.9, No.3, 2012, ss.126-145.
- Christensen, L. Sandral, Kohls, John: “Ethical Decision Making in Times of Organizational Crisi: A Framework for Analysis”, **SAGE Journals**, C.42, No.3, 2003, ss.328-358.
- Cullen, B. John, Parboteeach, Praveen K., Victor, Bart: “The Effects of Ethical Climates on Organizational Commitment: A Two Study Analysis”, **Journal of Business Ethics**, No.46, 2003, ss.127- 141.
- Cullen, John B. Victor, Bart, Stephens, Carroll: “An Ethical Weather Report Assessing The Organizations Ethical Climate”, **Oranizational Dynamics**, No.18, C,2, 1989, ss.50-62.

- Çakar, Ulaş, Arbak,:  
Yasemin “İşletme Eğitiminin Ahlaki Değerlendirmeler Üzerindeki Etkisi”, **Akdeniz İİBF Dergisi**, No.16, 2008, ss.1-19.
- Dalton Derek, Marc:  
Ortegren “Gender Differences in Ethics Research: The Importance of Controlling for the Social Desirability Response Bias”, **Journal of Business Ethics**, No.103, 2011, ss.73-93.
- Deconinck, James B.: “The Influence of Ethical Climate on Marketing Employees’ Job Attitudes and Behaviors”, **Journal of Business Research**, No.63, 2010, ss.384-391.
- Demars, Nan: “The Manager’s Responsibility for the Ethical Office”, **İçinde: Business Ethics Activity Book: 50 Exercises for Promoting Integrity at Work**, Ed. Marlene CAROSELLI, USA: AMACOM, 2003, ss.176-185.
- Deshpande, Satish P.: “Ethical Climate and the Link Between Success an Ethical Behavior: An Emprical Investigation of a Non Profit Oganization”, **Journal of Business Ethics**, No.15, 1996, ss.315-320.
- Engel, J.Ronald: “Sürdürülebilir Kalkınma Ahlakı”, Çev.: İbrahim ÖZDEMİR, **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C.40, No.1, 1999, ss.255-271.
- Erdoğan, İrfan: “Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No.23, 2006, ss.1-26.
- Ethics Across The:  
Curricula Committee “Ethics 101- A Common Ethics Language For Dialogue”, **IBPE**, 2007, (Çevrimiçi), <http://condor.depaul.edu/pszczerb/Ethics101Manual.pdf>. (03/12/2011)

- Ford, Robert C.:  
Woodrow, D.  
Richardson  
“Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature”, **Journal of Business Ethics**, No.13, 1994, ss.205-221.
- Fritzsche, David J.:  
“Ethical Climates and the Ethical Dimension of Decision Making”, **Journal of Business Ethics**, No.24, 2000, ss.125-140.
- Gellerman, W. Saul:  
“Why Good Managers Make Bad Ethical Choices”, **Harvard Business Review**, (July- August) 1986, ss.1-8.
- Goldman, Anny, Tabak, Nili  
“Perception of Ethical Climate and it’s Relationship to Nurses’ Demographic Characteristics and Job Satisfaction”, **SAGE Journals**, No.17, C.2, 2010, ss.233-246.
- Gouldner, Alvin W.:  
“Cosmopolitans and Locals: Toward an Analysis of Latent Social Roles II”, **Administrative Science Quarterly**, C.2, No.4, 1958, ss.444-480.
- Gök Sibel:  
“İş Etiği ile İş Ahlakı Arasındaki İlişki ve Çalışma Yaşamında İş Etiğini Etkileyen Faktörler”, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, C.5, No.1, 2008, s.1-19.
- Gupta J. L. Sulaiman, Mohamed  
“Ethical Orientations of Managers in Malaysia”, **Journal of Business Ethics**, No.15, 1996, ss.735-748.
- Green, James, Walker, Keith  
“A Contingency Model For Ethical Decision Making By Educational” **International Journal of Educational Leadership Preparation**, C.4, No.4, 2009, ss.1-10.
- Hortaçsu, Ayfer Günay, E. Nur Özkan  
“Ethical Issues and Attitude in The Turkish Banking Sector”, **Munich Personal Repec Archive**, June 2004, ss.1-8.

- Işık, Aydın: “Kant’ın Din Felsefesinde Doğru Dinin Ölçütü Üzerine”, **Felsefe Dünyası**, No.47, C.1, 2008, ss.163-178.
- İşcan, Ömer Faruk: “Örgütsel Açıdan Ahlaki Davranış ve Karar Almayı Kolaylaştırıcı Bir Süreç Olarak Ahlaki Yansıma” **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, No.15, 2010, ss.285-299
- Jones, T. M.: “Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue Contingent Model, **Academy of Managment Review**”, C.16, No.2, 1991, ss.366-396.
- Kaya, Mevlüt, Aydın,: “Üniversite Öğrencilerinin Dini İnanç İle Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, No.30, 2011, ss.15-42.
- Kayacan, Murad: “Anonim Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları ve Etik Değerler”, **Küreselleşen Dünyamızda Yeni Şirket Gündemi: Kurumsal Yönetim**, I. Uluslararası Muhasebe Denetimi Sempozyumu, Antalya: İSMMMO Yayın, No:58, 2006, s.1-22.
- Kelgökmen, Derya İlic: “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması”, **Ege Akademik Bakış**, No.10, C.1, 2010, ss.303-318.
- Kelley, S. W. Ferrell, O.: “Ethical Behavior Among Marketing Reserachers: An Assessment of Selected Demographic Characteristics” **Journal of Business Ethics**, No.9, 1990, ss.681-688.
- Kim, Nan Young,: “Perceptions of the Ethical Climate in the Korean Tourism Industry”, **Journal of Business Ethics**, No.82, 2008, ss.941-954.

- Kuçuradi, Ioanna: “Etik ve Etikler”, **Türkiye Mühendislik Haberleri**, No.423, C.1, 2003, s.7-9.
- Kuntz, J. R. C. v.d.: “Characterizing Ethical Cases: A Cross-Cultural Investigation of Individual Differences, Organisational Climate, and Leadership on Ethical Decision-Making”, **Journal of Business Ethics**, No.113, 2013, ss.317-331.
- Kurtuluş, Berrak: “İş Ahlakı: Geçmişte ve Günümüzde”, **Sosyal Siyaset Konferansları**, 50. Kitap, 2001, ss.737-759.
- Liaw, Goufong: “Cross-Level Effects of Ethical Climate on the Relationship Between Psychological Contract Breach and Ethical Decision-Making Intention”, **African Journal of Business Management**, September, C.5, No.21, 2011, ss.8511-8520.
- Loyens, Kim,;  
Maesschalck, Jeroen: “Toward a Theoretical Framework for Ethical Decision Making of Street Level Bureaucracy: Existing Models Econsidered”, **SAGE Journals**, No.42, C.1, 2010, ss.66-100.
- Luo, Mingchu Huang,;  
Wenmin, Najjar  
Lotfollah: “The Relationship Between Perceptions of A Chinese High School’s Ethical Climate and Students’ School Performance”, **Journal of Moral Education**, C.36, No.1, March 2007, ss.93-111.
- Luthar, Harsh K. ;  
Dibattista, Ron A.,  
Gautschi, Theodore: “Perception of What Ethical Climate is and What it Should Be: The Role Gender, Academic Status, and Ethical Education”, **Journal of Business Ethics**, No.16, 1997, ss.205-217.
- Martin, Kelly D.,;  
Cullen, John B.: “Continuities and Extensions of Ethical Climate Theory: A Meta-Analytic Review”, **Journal of Business Ethics**, No.69, 2006, ss.175-194.

- Novak, Michael: “Business Ethics and the Role of the Corporation”, **İçinde: Business Ethics: Case Studies and Selected Readings**, Ed.Marianne M. JENNINGS, United States of America: South Western, 1996, ss.49-52.
- Ocak, Hasan: “Bir Ahlak Felsefesi Problemi Olarak Erdem Kavramına Yüklenen Anlamın İlkçağ’dan Ortaçağ’a Evrimi”, **Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi**, No.11, 2011, ss.79-101.
- Öğüt, Adem, Kaplan,:  
Metin “Otel İşletmelerinde Etiksel İklim Algılamaları İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi: Kapadokya Örneği” **Dumlupınar Sosyal Bilimler Dergisi**, No.30, Ağustos 2011, ss.191-206.
- Özbek, Volkan, v.d.: “Tüketicilerin Seyahat Acentelerine İlişkin Etik Algıları ve Niyetlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, **Ege Akademik Bakış**, C.11, No.2, 2011, ss.325-338.
- Özgener, Şevki: “İmalat Sanayii işletmelerindeki Kamu ve Özel Sektör Yöneticilerinin İş Ahlakına İlişkin Tutumları” **Amme İdare Dergisi**, C.35, No.1, 2002, ss.175-199.
- Peterson, Dane K.: “The Relationship between Unethical Behavior and the Dimensions of the Ethical Climate Questionnaire”, **Journal of Business Ethics**, C.41, No.4, 2002, ss.313-326.
- Rest, J. R.: “The Major Components of Morality”, **İçinde: Morality, Moral Behavior and Moral Development**, Ed. W. M. KURTINE, J. L. GERWITZ, New York: Wiley, 1986, ss. 24-38.



- Sarikamış, Cevat: “Merkez Bankaları”, **İçinde: Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar**, Ed. Nurhan AYDIN, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, Ekim 2009, ss.177-196.
- Serwinek, Paul J.: “Demographic & Related Differences in Ethical Views Among Small Business”, **Journal of Business Ethics**, No.11, 1992, ss.555-566.
- Sims, Ronald R.: “The Challenge of Ethical Behavior in Organization”, **Journal of Business Ethics**, No.11, 1992, ss.505-513.
- Snoeyenbos, Milton,:  
Humber, James: ”Utilitarianism and Business Ethics”, **İçinde: A Companion to Business Ethics**, Ed. Robert E. FREDEICK, USA: Blackwell Publishers, 1999, ss.17-29.
- Solomon, Robert C.: “Business Ethics and Virtue”, **İçinde: A Companion to Business Ethics**, Ed. Robert E. FREDEICK, USA: Blackwell Publishers, 1999, ss.33-34.
- Toraman, Cengiz: “Muhasebe Denetiminde Etik ve Enron Örneği”, **Mali Çözüm Dergisi**, No.59, 2002, ss.79-89.
- Upchurch, Randall S.: “Ethics in the hospitality industry: An Applied Model”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, C.10, No.6, 1998, ss. 227-233.
- Ünal, Gülhan Evcan,:  
Uzunlar: “Bankacılık Sektöründe Karlılığı Etkileyen Faktörler: Türk Bankacılık Sektöründe bir Uygulama”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No.15, C.1, 2011, ss.341-368.
- Ünver, Günay: “İktisadi Ahlak ve Din”, **Atatürk Üniversitesi E-Dergileri**, **Atatürk Üniversitesi E-Dergileri**, No.7, 1986, ss.109-128.

- Valenzuela, Lesier M.,: “Impact of Customer Orientation, Inducements and Ethics on Loyalty to the Firm: Customers’ Perspective”, **Journal of Business Ethics**, No. 93, 2010, ss.277–291.
- Mulki, Jay P. Jaramillo Jorge Fernando,
- Vardi, Yoav: “The Effects of Organizational and Ethical Climates on Misconduct at Work”, **Journal of Business Ethics**, No.29, 2001, ss.325-337.
- Varol, Muharrem: “Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi”, **Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, C. XLIV, No1., 1989, ss.195- 222.
- Venezia, Gerald: “A Comperative Study of Ethical Work Climates Among Public and Private Sector Asian Accountants”, **International Business & Economics Research Journal**, C.9, No.4, April 2010, ss.77-86.
- Venezia, Chiulien Chuang, Hung Chung Wen
- Victor, Bart Cullen, B.: “The Organization Bases of Ethical Work Climates”, **Administrative Science Quarterly**, No.33, 1988, ss.101-125.
- John
- Victor, Bart Cullen, B.: “Theory and Measure of Ethical Climate In Organizations”, **İçinde: Research In Corporate Social Performance and Policy: Emprical Studies of Business Ethics and Values**, Ed.: W.C. FREDERIC, Greenwich: Jai Press, 1987, ss.51-71.
- John
- Wimbush, James C.: “An Emprical Examination of the Relationship Between Ethical Climate and Ethical Behavior from Multiple Levels of Analysis”, **Journal of Business Ethics**, No.16 1997, ss.1705-1716.
- Shepard, Jon M., Markham, Steven E.

- Wimbush, James C.: “Toward An Understanding of Ethical Climate: Its Relationship to Ethical Behavior and Supervisory Influence”, **Journal of Business Ethics**, C.13, 1994, ss.637-647.
- Shepard, Jon M.
- Woodbine, Gordon F.: “Ethical Climate Types and Job Satisfaction: Study of Chinese Financial Institutions”, **International Review of Business Research Papers**, C..2, No.1. May 2006, ss.86-99.
- Yazıcı, Selim: Towards Corporate Sustainability: The Link Between Business Ethics, Corporate Governance and Corporate Social Responsibility”, **İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No.43, Ekim 2010, ss.1-17.

#### **YAYINLANMAMIŞ TEZLER**

- Dönertaş, F. Can: “Etik İklimin Kuruma Güven Üzerindeki Etkisi”, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2008.
- Elçi, Meral: “Örgütlerde Etik İklimin Personelin Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkileri”, **Gebze İleri teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Doktora Tezi, Gebze, 2005.
- Eser, Gül: “Etik İklim Ve Yöneticiye Güvenin Örgüte Bağlılığa Etkisi” **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2007.

- Karaoğlu, Dilşad:  
Kırbaşı “Consequantialist Versus Deontological Ethical Dispoisitions of Turkish Banking Sector Managers: Comparing A Public And A Private Bank”, **Social Sciences of Middle East Technical University**, July 2006.
- Mandacı, Gamze: “Makyavelist Tutumların Etik Algısı Ve Demografik Faktörler Açısından Değerlendirilmesi: Bankacılık Sektöründe bir Araştırma”, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2007.
- Özyer, Kubilay: “Etik İklim Ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatmininin Düzenleyici Rolü”, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı**, Doktora Tezi, Ankara, 2007.
- Sherrill, Debra W.: “An Exploratory Study of Ethical Climate Perceptions of the Mortgage Banking Industry in the Charlotte, North Carolina Region”, **School of Business & Technology**, The Degree Doctor of Philosophy, 2008.

## İNTERNET KAYNAKLARI

- Aktan, C. C.: “Meslek Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk”, İstanbul: ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını, 1999, (Çevrimiçi) <http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/meslek-ahlaki/sosyal-sorumluluk.htm> (13.02.12).
- Aktan Coşkun Can: “Yeni Dünya Düzeni ve Yeni Global Değerler”, İstanbul: ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını, 2002, (Çevrimiçi) [www.canaktan.org/yeni-trendler](http://www.canaktan.org/yeni-trendler) (12.06.2013)

Bankacılık Düzenleme: “5411 Sayılı Bankacılık Kanunu”, 2005, (Çevrimiçi),  
ve Denetleme Kurumu [www.bddk.org.tr/](http://www.bddk.org.tr/) (06.03.2013).

Ethics Resource Center: “Business Ethics Timeline”, 2009, (Çevrimiçi),  
<http://www.ethics.org/resource/business-ethics-timeline#60>.

Miller, Holly F. Davis,: “A Practitioner’s Guide to Ethical Decision Making”,  
Thomas American Counseling Association, 1996, (Çevrimiçi)  
[www.counselling.org](http://www.counselling.org) (13.07.2012)

Türkiye Bankalar Birliği: (Çevrimiçi), 31.01.2013. <http://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-bilgileri/banka-bilgileri/bankalar/64>

Türkiye Bankalar Birliği: “Türkiye’de Bankacılık sistemi Banka, Şube ve Personel  
Sayıları: Aralık 2012”, Ocak 2013, s.1-4. (Çevrimiçi),  
<http://www.tbb.org.tr/>

(Çevrimiçi) <http://www.cekud.org.tr/haberx/316-->,  
“Çevre Ahlakı Bizi Evrenin Temizliğinden Sorumlu  
Kılıyor”.

(Çevrimiçi)  
<http://www.greenpeace.org/turkey/tr/news/nestle-orangutanlari-rahata-birakiyor-170510/>,

(Çevrimiçi)  
<http://www.greenpeace.org/turkey/tr/about/history/ba-ar-lar/>

## **EK: ETİK İKLİM SORU FORMU**

## SAYIN KATILIMCI,

Bu anket, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İşletmecilik Anabilim Dalı tarafından yürütülmekte olan bir yüksek lisans tez çalışması kapsamında yapılmaktadır. Çalışmanın amacı, iş yerlerindeki etik iklimin, ahlaki karar alma süreci üzerindeki etkisini incelemektir. Anketin doldurulması en fazla 7 dakikanızı alacaktır. **Vereceğiniz cevaplar bilimsel araştırma dahilinde kullanılacak olup, firmanız ile ilgili bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır.** Çalışmanın bulguları, anketi cevaplayan firmaların isteği doğrultusunda, kendileri ile gizlilik esasları çerçevesinde paylaşılacaktır. Çalışmanın sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için soruların, olması düşünülen durum değil, gerçek durum ile bağdaştırılarak ve cevapsız soru bırakılmayacak şekilde cevaplandırılması önemlidir.

Bu anket çalışmasında, çalışma ortamınızla ilgili sorular bulunmaktadır. Anket sorularını doğru bulma düzeyinize göre; Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum şeklinde belirlenen cevap kriterlerinden size en uygun olanı seçerek işaretleyiniz.

Göstermiş olduğunuz ilgiye teşekkür eder, saygılarımızı sunarız.

Tez Danışmanı:

Doç. Dr. Selim YAZICI

İstanbul Üniversitesi  
Siyasal Bilgiler Fakültesi  
İşletme Bölümü  
[selim@istanbul.edu.tr](mailto:selim@istanbul.edu.tr)

☎ 0212 440 0000 / 12288

Tez Öğrencisi:

Arş. Gör. Melek YURDAKUL

Gedik Üniversitesi  
İktisadi İdari Bilimler Fakültesi  
Uluslararası Ticaret Bölümü  
[melek.yurdakul@gedik.edu.tr](mailto:melek.yurdakul@gedik.edu.tr)

☎ 0216 452 45 85 / 1175

## ANKET SORULARI

Cevaplarınızı “kesinlikle katılmıyorum”dan “kesinlikle katılıyorum”a doğru **ölçek** üzerindeki **gri kutucukları işaretleyerek belirtiniz. Yazılması gerekli alanlar için gri alanın tıklanması gerekmektedir.**

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Kurumumuzda çalışanların bir bütün olarak iyiliğini gözetmek temel kriterimizdir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Kurumumuzda en önemli konu, bir bütün olarak çalışanların çıkarlarıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Her zaman en önemli endişemiz, diğer kişiler için neyin en iyisi olduğudur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Kurumumuzda her çalışan birbirinin iyiliğini gözetir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Kurumumuz bizden, her zaman müşteriler ve kamu için doğru olanı yapmamızı bekler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Kurumumuzda en verimli yol, en doğru yoldur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Kurumumuzda herkesin, her şeyden önce, verimli çalışması beklenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Tüm çalışanlardan, her şeyden önce kanunlara ve mesleki standartlara uyması beklenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Bu kurumda kanun ve mesleki standartlar, her türlü karar ve uygulamada esas kriterlerdir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Kurumumuzda, çalışanların kanunlara ya da mesleki standartlara sıkı sıkıya uymaları beklenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Kurumumuzun öncelikli kriteri, alınan bir kararın herhangi bir kanuna aykırı olup olmadığıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Kurumumuzun kural ve prosedürlerine uymak çok önemlidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Tüm çalışanların, kurumun kuralları ve prosedürlerine bağlı olması beklenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Kurumumuzdaki başarılı insanlar, yazılı talimatlara uyan kişilerdir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Kurumumuzda çalışanlar, şirket politikalarına sıkı sıkıya uyarlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Kurumumuzda çalışanlar, kendi çıkarlarını her şeyin üstünde tutarlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Kurumumuzda çalışanlar, çoğunlukla kendilerini düşünürler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Kurumumuzda, çalışanların kendi ahlak ve etik değerlerine yer yoktur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Çalışanlardan, sonuçlarını düşünmeksizin kurum çıkarları için her şeyi yapmaları beklenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
20	Kurumumuzda çalışanlar, kurum çıkarları dışında hiçbir şeyle ilgilenmezler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Yapılan iş kurum çıkarlarına zarar verdiği zaman başarısız kabul edilir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Kurumumuzda çalışanların başlıca sorumluluğu, maliyetleri kontrol altında tutmaktır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Kurumumuzda çalışanların, kendi kişisel ve ahlaki inançlarına göre hareket etmeleri beklenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Kurum çalışanları, neyin doğru neyin yanlış olduğuna kendileri karar verirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Kurumumuzda en önemli konu çalışanların kendi doğru ve yanlış algısıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Kurumumuzda çalışanlar, kendi kişisel etik değerleri tarafından yönlendirilir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## DEMOGRAFİK SORULAR

<p>1. Cinsiyetiniz,</p> <p><input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek</p>	<p>2. Medeni Durumunuz</p> <p><input type="checkbox"/> Bekar <input type="checkbox"/> Evli</p>
<p>3. Yaşınız?</p> <p><input type="checkbox"/> 18 – 25 <input type="checkbox"/> 26 – 32 <input type="checkbox"/> 33 – 42 <input type="checkbox"/> 43 – 50 <input type="checkbox"/> 51 ve üzeri</p>	<p>4. Eğitim Durumunuz (Son mezun olduğunuz okul),</p> <p><input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora</p>
<p>5. Çalışma hayatınızdaki toplam tecrübeniz</p> <p><input type="checkbox"/> 1'den az <input type="checkbox"/> 1-5 <input type="checkbox"/> 6-10 <input type="checkbox"/> 11-20 <input type="checkbox"/> 21 ve üzeri</p>	<p>6. Şu anki kurumunuzdaki çalışma süreniz</p> <p><input type="checkbox"/> 1'den az <input type="checkbox"/> 1-3 <input type="checkbox"/> 4-6 <input type="checkbox"/> 7-9 <input type="checkbox"/> 10 ve üzeri</p>
<p>7. Hangi Pozisyonda görev almaktasınız? (Genel müdür, müdür, uzman, yönetici gibi.)</p>	<p>8. Uyruğunuz?</p>
<p>9. Bankanız için uygun olanı işaretleyiniz.</p> <p><input type="checkbox"/> Türk Sermayeli <input type="checkbox"/> Yabancı sermayeli</p>	<p>10. Bankanız için uygun olanı işaretleyiniz.</p> <p><input type="checkbox"/> Kamu Bankası <input type="checkbox"/> Özel Banka</p>