

T.C.
FATİH ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

İŞ AHLÂKI UYGULAMALARININ
ÇALIŞANLAR ÜZERİNE ETKİLERİ VE BİR
UYGULAMA

SİBEL TUNÇAY

Haziran 2009

T.C.
FATİH ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

İŞ AHLÂKI UYGULAMALARININ
ÇALIŞANLAR ÜZERİNE ETKİLERİ VE BİR
UYGULAMA

SİBEL TUNÇAY

Haziran 2009

Ailem'e

ONAYLAMA SAYFASI

Öğrenci : Sibel TUNÇAY
Enstitüsü : Sosyal Bilimler
Anabilim Dalı : İşletme
Tez Konusu : İş Ahlâkı Uygulamalarının Çalışanlar Üzerine Etkileri Ve Bir Uygulama
Tez Tarihi : Haziran 2009

Bu tezin şekil ve içerik açısından Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tez Yazım Kılavuzunda belirtilen kurallara uygun formatta yazıldığını onaylıyorum.

Prof. Dr. Selim ZAİM
Anabilim Dalı Başkanı

..... Anabilim Dalı numaralı öğrencisi tarafından hazırlanan bu tezin Yüksek Lisans Tezinde bulunması gereken yeterliliğe, kapsama ve niteliğe sahip olduğunu onaylıyorum.

Yrd.Doç. Dr. Halil ZAİM
Tez Danışmanı

Tez Sınavı Jüri Üyeleri

Yrd. Doç. Dr. Halil ZAİM

Yrd. Doç. Dr. Ahmet AKIN

Yrd. Doç. Dr. Ahmet ARABACI

Bu tezin Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tez Yazım Kılavuzunda belirtilen kurallara uygun formatta yazıldığını onaylıyorum.

Doç. Dr. Gökhan BACIK
Müdür

ÖNSÖZ

İş dünyasının gelişmesine katkıda bulunacak iş ahlâkı konusunda bilgi ve tecrübesi ile beni destekleyen akademik danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Halil Zaim'e, emeği geçen tüm hocalarıma ve anket çalışmasının gerçekleştirilmesine izin veren katılım bankasının İnsan Kaynakları Müdürü'ne içten teşekkürlerimi arz ediyorum.

Her daim yanımda olan ve hiçbir zaman maddi manevi desteğini esirgemeyen aileme sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Haziran 2009

Sibel TUNÇAY

İÇİNDEKİLER

ONAYLAMA SAYFASI.....	iv
KISALTMALAR	viii
TABLO LİSTESİ.....	ix
KISA ÖZET	x
ABSTRACT	xi
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM : AHLÂK VE İŞ AHLÂKI KAVRAMLARINA GENEL BAKIŞ	3
1.1. Ahlâk	3
1.2. Temel Yaklaşımlar	4
1.2.1. Teleolojik Teoriler	5
1.2.1.1. Egoizm Teorisi	5
1.2.1.2. Faydacılık Teorisi	5
1.2.2. Deontolojik Teoriler.....	7
1.2.2.1. Haklar Teorisi.....	8
1.2.2.2. Adalet Teorisi.....	9
1.3. İş Ahlâkı	10
1.4. İş Ahlâkının Tarihsel Gelişimi	12
1.4.1. Dünyada İş Ahlâkının Gelişimi.....	12
1.4.2. İş Ahlâkı Ve Ahilik	14
1.4.3. Türkiye’de İş Ahlâkının Gelişimi	18
1.5. İş Ahlâkının Kaynağı	19
1.5.1. Evrensel Değerler.....	19
1.5.2. İş Ahlâkı Ve Din	22
1.5.2.1. İş Ahlâkı Ve Hıristiyanlık	23
1.5.2.2. İş Ahlâkı Ve Yahudilik	24
1.5.2.3. İş Ahlâkı Ve İslamiyet	25
1.5.3. İş Ahlâkı Ve Sosyo-Kültürel Etmenler	27
1.5.4. İş Ahlâkı Ve Gelir Seviyesi.....	29
1.5.5. İş Ahlâkı Ve Hukuk	30
1.6. Organizasyonel Faaliyetler.....	32
1.6.1. İş Ahlâkı Ve Sosyal Sorumluluk.....	32
1.6.2. Küreselleşme Ve Rekabet	34
1.6.2.1. Küreselleşme	34
1.6.2.2. Küresel Rekabet	36
1.7. İş Ahlâkı Ve Önemi	38
2.BÖLÜM: İŞLETME YÖNETİMİNDE İŞ AHLÂKI	41
2.1. İşletmelerde Ahlâki Yönetim	41
2.1.1. İşletmelerde İş Ahlâkına Uygun Olmayan Davranışlar	42
2.1.1.1. Ayrımcılık	44
2.1.1.2. Rüşvet Ve Yolsuzluk.....	45
2.1.1.3. Cinsel Taciz.....	46
2.1.1.4. Yıldırma (Mobbing).....	47
2.1.2. İşletmelerde Yöneticiler Ve İş Ahlâkı.....	47
2.1.3. İşletmelerde Çalışanlar Ve İş Ahlâkı	50

2.1.4. İşletmelerde Ahlâki Karar Alma	51
2.2. Örgüt Kültürü.....	52
2.3. İş Ahlâki Politikaları	56
2.4. İş Ahlâkının Kurumsallaştırılması	58
2.5. İş Ahlâki Ve Çalışan Memnuniyeti.....	60
3. BÖLÜM: İŞ AHLÂKI UYGULAMA ÇALIŞMASI	63
3.1. İş Ahlâki Uygulamalarının Çalışan Memnuniyetine Etkisinin İncelenmesi Ve Örnek Bir Uygulama.....	63
3.1.1. Araştırmanın Amacı	63
3.1.2. Araştırmanın Kapsamı	63
3.1.3. Araştırmanın Yöntemi.....	63
3.1.4. Araştırmanın Değerlendirilmesi.....	64
3.2. Araştırmanın Bulguları.....	65
3.2.1. Ankete Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	65
3.2.2. İş Ahlâki Alt Faktörleri, Toplam İş Ahlâki Ve Çalışan Memnuniyetine İlişkin Güvenilirlik Katsayıları	66
3.2.3. İş Ahlâki Alt Faktörleri Ve Çalışan Memnuniyetine İlişkin Verilen Cevapların Yüzdelerle Dağılımları	67
3.2.4. İş Ahlâki Alt Faktörleri Her Birisinin Ve Toplam İş Ahlâkının Çalışan Memnuniyeti Korelasyon İlişkisi.....	77
SONUÇ	79
KAYNAKÇA	82
EKLER.....	88

KISALTMALAR

EBEN	: Avrupa İş Ahlâkı Örgütü
ICFTU	: Dünya Özgür İşçi Sendikalar Konfederasyonu
İGİAD	: İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği
JABE	: Yahudi İş Ahlâkı Birliği
OECD	: Organization for Economic Cooperation and Development
TEDMER	: Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı
SA	: Social Accountability
ISO	:International Organization for Standardization
WHO	:Dünya Sağlık Örgütü
ILO	:Uluslar arası Çalışma Örgütü

TABLO LİSTESİ

Tablo 3.1.	Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımı	65
Tablo 3.2.	Araştırmaya Katılanların Cinsiyeti	65
Tablo 3.3.	Araştırmaya Katılanların Eğitim Düzeyi	66
Tablo 3.4.	Araştırmaya Katılanların İşletmedeki Statüleri	66
Tablo 3.5.	İş Ahlâkı, Alt Faktörleri Ve Çalışan Memnuniyeti Ölçek Güvenirlik Katsayıları	67
Tablo 3.6.	Firma Uygulamalarına İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerik Dağılımı	68
Tablo 3.7.	Kişisel Değerlere İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerik Dağılımı	70
Tablo 3.8.	Yöneticilerin Tutumuna İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerik Dağılımı	72
Tablo 3.9.	Çalışma Arkadaşlarına İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerik Dağılımı	73
Tablo 3.10.	Çalışan Memnuniyetine İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerik Dağılımı	75
Tablo 3.11.	Toplam İş Ahlâkı Ve Alt Boyutları İle Çalışan Memnuniyeti Korelasyon Sonuçları	77

Enstitüsü : **Sosyal Bilimler**
Anabilim Dalı : **İşletme**
Tez Danışmanı : **Yrd. Doç. Dr. Halil ZAİM**
Tez Tarihi : **Haziran 2009**

KISA ÖZET

İŞ AHLÂKI UYGULAMALARININ ÇALIŞANLAR ÜZERİNE ETKİLERİ

VE BİR UYGULAMA

Sibel TUNÇAY

İş ahlâkı uygulamalı bir ahlâk bilgisidir ve iş hayatında karşılaşılan tüm ahlâki sorunları inceler. Bu sorunlar çalışanlar arasında, çalışanlarla yöneticiler arasında işletme ile paydaşları veya diğer çevresel faktörler arasında olabilir. Küreselleşmenin etkisi ile günümüzde, ulusal ve uluslararası alanlarda faaliyet gösteren ve başarılı olmak isteyen işletmelerin iş ahlâkı ve sosyal sorumluluk kavramlarını benimsemeleri gerekmektedir.

Bu çalışmada iş ahlâkı ve çalışan memnuniyetine teorik olarak değinilmiş ve İstanbul İli'nde faaliyet gösteren bir katılım bankasında çalışanlar üzerinde yapılan bir anket çalışması ile bu iki kavram arasındaki ilişki incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ahlâk, İş Ahlâkı, Çalışan Memnuniyeti

University : **Fatih University**
Institute : **Institute of Social Sciences**
Department : **Department of Management**
Supervisor : **Assist. Prof. Halil ZAİM**
Degree Awarded and Date : **June 2009**

ABSTRACT

THE EFFECTS OF BUSINESS ETHICS APPLICATIONS ON EMPLOYEES AND A CASE STUDY

Sibel TUNÇAY

Business ethics is the practical knowledge of morality and examines all moral problems in business life experience. These problems can be among employers and employees; organizations and their stakeholders or other environmental factors. With the impact of globalization today, national and international businesses operating in and want to be successful in business are required to adopt the ethics and social responsibility concept.

In this study, business ethics and employee satisfaction is addressed as theoretical and with a questionnaire on people working in a participation bank in Istanbul, the relationship between these two concepts were examined.

Key Words: Ethics, Business Ethics, Employee Satisfaction

GİRİŞ

Günümüzde toplumların karşılaştığı birçok sosyal sorunun kaynağı; ekonomik, sosyal, kültürel ve politik alanlarda yaşanan gelişmenin, ahlâki yönleri ihmal etmesidir. Modern dünya bir taraftan birçok yönüyle belli ahlâk anlayışlarının varlığını gerektirmekte bir taraftan da bu anlayışları ciddiye almanın zeminlerini yıkmaktadır. Çünkü toplumsal değişimin etkisiyle önceleri kabul görmüş bazı ahlâki değerler şimdi sorgulanmaktadır. Ancak toplum, değişimin getirdiği yeni oluşumların etkisiyle rasyonel bir ahlâk anlayışını talep etmektedir

Toplumda genel kabul görmüş ahlâki ilkelerin iş hayatına yansımaları sonucu ortaya çıkan iş ahlâki kavramı, iş dünyasında davranışları yönlendiren ahlâki prensipler ve standartların toplamıdır. İş ahlâki alanında yapılan çalışmalar genellikle belirli durumlarda doğru ve yanlışın ne olduğu konusuna yönelik ahlâki kurallar ve prensipleri içine almaktadır. Belirli koşullar altında işletmelerde gerçekleştirilen davranışların ahlâki olup olmadığı konusunda karar verilirken bireysel ahlâki değerlendirmelerinin yanı sıra çıkar gruplarının da içinde yer aldığı toplumsal ahlâki değerlendirmelere de başvurulmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı işletme yönetimi ve çalışanların iş ahlâki kavramına yaklaşımları, iş ahlâkına ilişkin tutum ve eğilimlerini ortaya çıkarmak ve çalıştıkları kurumun iş ahlâki ilkelerinin oluşumuna katkılarını tespit etmektir.

Çalışmanın birinci bölümünde öncelikle ahlâk kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Ahlâk kavramının daha açık bir şekilde anlaşılabilmesi için temel yaklaşımlar içerisinde teleolojik (gayeci) yaklaşım olan egoizm ve faydacılık teorileri ile deontolojik yaklaşım olan haklar ve adalet teorilerine değinilmektedir. Daha sonra iş ahlâki kavramı açıklanarak, dünyada ve Türkiye'deki tarihsel gelişimi ile birlikte ahilik sisteminden de bahsedilmektedir.

İnsanların ve toplumların ahlâkının oluşmasında etkili olan sadece ulusal değil uluslararası toplumlarda da iş ahlâkının yerleşmesini sağlayan, bütün insanları birleştirici özelliği olan evrensel değerler, din, sosyo-kültürel etkenler, gelir seviyesi ve hukukun iş ahlâki ile ilişkisi anlatılmaktadır.

Son yıllarda yaşanan hızlı değişim ve küreselleşme nedeniyle farklı kültürler arasındaki etkileşim iş ahlâkının önemini daha da artırmaktadır. İş dünyasında, topluma da yansıyan sorunların yaşanmakta olması bu ihtiyacı daha da hissettirmektedir. Özellikle kâr maksimizasyonu güdüsüyle hareket eden kimi işletmelerin, iş ahlâkı kurallarını ihlal etmeleri küresel ölçekte çok yönlü sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu nedenlerle işletmeler için sosyal ve ekonomik çevreden gelen baskılar sorumlu işletmeciliği gerekli kılar. Bu baskılar genellikle sorumsuz bir şekilde üretim yapan kuruluşların neden olduğu su kirliliği, hammadde kaynaklarının israfı, doğal düzenin tahrip edilmesi, küresel ısınma gibi çevresel sorunlara neden olan işletmelere yöneliktir. Toplumun bu konuda bilinçlenmesi ve duyarlılık göstermesi sonucu işletmeler faaliyetlerine özen göstermek durumunda kalmakta ve bunu bir rekabet aracı olarak görmektedirler. Bu doğrultuda işletmelerin faaliyetlerini etkileyen küreselleşme, rekabet ve sosyal sorumluluk ile iş ahlâkı arasındaki ilişki üzerinde durulmaktadır.

İkinci bölümde işletmelerdeki iş ahlâkının yönetim uygulamalarından bahsedilmektedir. İşletmelerde yaşanan ayrımcılık, cinsel taciz, rüşvet ve yolsuzluk, yıldırma (mobbing) gibi iş ahlâkına uygun olmayan davranış şekilleri anlatılmaktadır. İş ahlâkının yerleşmesinde önemli bir yer teşkil eden yöneticilerin karar almada yaşadıkları ahlâki ikilemlerden, işletmenin çalışanları ve paydaşları ile ilişkilerindeki sorumluluklarından bahsedilmektedir. Sadece yöneticilerin değil aynı zamanda çalışanların da işletme içerisindeki ahlâki sorumlulukları anlatılmaktadır. İşletmelerde iş ahlâkının yerleşmesini sağlamada etkili olan örgüt kültürü, iş ahlâkı politikaları ve iş ahlâkının nasıl kurumsallaştırılacağı ile birlikte çalışan memnuniyeti kavramlarından bahsedilmektedir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise konuyla ilgili olarak bir vaka çalışması yer almaktadır. Bu doğrultuda İstanbul İli'nde faaliyet gösteren bir katılım bankasında çalışanlardan toplanan veriler üzerinden analizler yapılmıştır. Söz konusu analizlerde çalışanların iş ahlâkı uygulamalarının çalışan memnuniyetine etkisi tespit edilmeye ve çalışmanın teorik kısmına destekleyici bir unsur katılmaya çalışılmıştır.

1. BÖLÜM : AHLÂK VE İŞ AHLÂKI KAVRAMLARINA GENEL BAKIŞ

1.1. Ahlâk

Ahlâk kelimesinin kendisinden türetildiği Arapça "hulk" (veya huluk) kelimesi ile İngilizce'de ahlâk karşılığında kullanılan "moral" kelimesinin türetildiği Latince "moralis" kelimelerinin anlamları birbirine yakınlık göstermektedir. Gerek Arapça hulk, gerekse Latince moralis kelimesinin her ikisi de "huy, karakter, hâl ve hareket tarzı" gibi mânâlara gelmektedir. (Kılıç, Ahlâkı Temellendirme Problemi 67)

Genel anlamda ahlâk, bir grupta ya da belirli bir çevrede kabul edilen ortak davranışların tümüdür. Felsefi açıdan ise ahlâk “belli bir toplumun belli bir dönemde bireysel ve toplumsal davranış kurallarını belirleyen ve inceleyen bilim” olarak ifade edilmektedir. Başka bir tanıma göre ise “iyilik etmek ve fenalıktan çekinmek için takibi lazım gelen usul ve kaideleri öğreten ilim” demektir. (Arslan, İş Ve Meslek Ahlâkı 1)

Sözlüklerde; “huy, karakter, yaratılış, hal ve hareket tarzı” gibi anlamlara gelen “ahlâk” kelimesi, terim olarak değişik şekillerde ifade edilmiştir. Yapılmış olan tanımları değerlendirdiğimizde, terim olarak ahlâkın, temelde birbirleriyle ilişkili üç farklı anlamda kullanılmış olduğu görülmektedir. Birinci anlamda “bir hayat şekli veya tarzı”; ikinci anlamda “ahlâkî kanun, düstur ve bir grup davranış kuralı veya uyulması gereken ilkeler bütünü”; üçüncü anlamda ise, “hayat tarzı ile ahlâk kanunu hakkında yapılan fikrî bir araştırma” olmaktadır. (Kılıç Ahlâkı Temellendirme Problemi 162) İlkçağın büyük düşünürlerinden Sokrates, ahlâkta üstün olmanın bilgiye bağlı olduğunu, ancak doğru bilginin doğru eyleme ulaştıracağını bildirir. Ona göre ahlâklı olmanın özü, iyiyi bilmektir. Bilgi insanın iradesine etki eder. Hiç kimse bile bile kötülük işlemez, kötülük bilginin eksikliğinden ileri gelir. Bilgi öğrenildiği gibi ahlâk da öğrenilir. Sokrates'e göre ahlâk ile mutluluk aynıdır. (Gökberk 50) Immanuel Kant, “Pratik Aklın Eleştirisi” adlı eserinde ahlâkı, “kendimizi nasıl mutlu edeceğimizi değil, mutluluğumuzu nasıl değerli kılabileceğimizi gösteren bir doktrin” şeklinde tanımlamıştır.

Ahlâk, nasıl ve neye göre davranılması gerektiğini bildiren bir disiplin, davranışlara yön veren kurallar veya davranış biçimini belirleyen bir yöntem olarak farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Davranışların nedenlerini arama, genellikle ahlâkla ilgili tanımların ortak özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda “neden” bir eşyanın, olayın veya davranışın ortaya çıkması kendisine bağlı olan şeydir. Ahlâk söz konusu olduğunda davranışların nedenlerinden bahsedilir. Örneğin, “Hırsızlık yapmak kötüdür”. Hırsızlık neden kötüdür, diye sorulsa muhtemel cevaplardan biri, “Başkasına ait olan bir şeyi almak, o kişiye zarar verir”. Bu durumda hırsızlık başkasına zarar verdiği için kötüdür. Temel ahlâkî prensipler de, aynı şekilde sezgi yoluyla doğrudan doğruya ve apaçık olarak idrak edilmektedir. (Başdemir 49-50)

Ahlâk genel olarak bakıldığında dinle, inançla, gelenek ve göreneklerle, kültürle ve bazen de kanun ve düzenlemelerle bağlantı kurulan karmaşık bir kavram olarak ifade edilmektedir. Bu durum, büyük ölçüde ahlâk kavramının soyut bir kavram olması ve pek çok alanı kapsayan içeriğinden kaynaklanmaktadır. Ahlâkın ilk olarak bireyler, daha sonra işletme ve organizasyonlar ve son olarak ise sistem açısından üç aşamada ele alınması mümkündür. (Aktan 3-6)

İnsan davranışları ile ilgili ahlâkın temelde bireyden ve bireylerin davranışlarından başlaması gerektiği düşünülmektedir. Çünkü organizasyonları ve sistemi oluşturan bireylerdir. Toplumun ve yaşamın her alanında kanunların ve düzenlemelerin yetersiz kaldığı durumlarda uyulması gereken kuralları ve doğru davranış biçimlerini temsil eder. Hayatın her alanındaki ahlâka uygun davranışların amacı, mevcut sistemi daha iyi çalışır ve toplumu da daha iyi yaşanır hale getirmektir. (Aras 28-29)

1.2. Temel Yaklaşımlar

Kişiler ahlâki yargılarda bulunurken ve eylemlerini gerçekleştirirken birtakım ahlâki ikilemlere düşmektedirler. Bu nedenle, karşılaştıkları bu ahlâki ikilemleri çözümlenebilmek ve eylemlerini meşrulaştırmak için ahlâki düşünce yaklaşımlarına başvurumaktadırlar. Ahlâki karar alma sürecinin daha açık bir şekilde ortaya konulması açısından, genellikle aşağıdaki yaklaşımlardan yararlanılmaktadır.

1.2.1. Teleolojik Teoriler

Bu teoriye göre bir eylem kendi başına iyi ya da kötü değildir. O eylemi iyi ya da kötü yapan eylemin sonuçlarıdır. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 12) Başka bir ifade ile bu teori bir eylemin iyiliğini veya kötülünü ya da doğruluğunu veya yanlışlığını sonuçlara göre saptamaktadır. Teleoloji terimi esasında bir gayeye yönlendirmeyi işaret eder. Teleolojik teorilere göre, bir eylem istenen sonucu ortaya çıkarıyorsa, o zaman ahlâki açıdan doğru ve iyidir. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 33)

1.2.1.1. Egoizm Teorisi

Egoizm, kendisine yol gösterici olarak “bireysel çıkarı” kabul etmektedir. Egoizm, birey için doğru ve kabul edilebilir davranışları sonuçlarına göre tanımlamaktadır. Bireyin kendisi için en iyi şekilde sonuçlanacak eylemleri seçmesi gerektiğini ifade etmektedir. Her birey, kendine göre tanımladığı kişisel çıkarlarını maksimize edecek kararlar eğilimindedir. Egoizm, “herhangi bir bireyin, başkalarına karşı ne bir yükümlülüğe mecbur olduğunu, ne de bir fedakârlığa katlanmak zorunda olduğunu ileri sürerek, davranışlar bireyin kendisi için en yüksek iyiye müsaade ediyorsa sergilenmeli” düşüncesini kabul etmektedir. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 33) Bir diğer ifade ile egoizm başkalarına yardım etmemeyi öğretmez ama böyle bir ahlâki yaptırım olmadığını söylemektedir. Egoistler aynı zamanda uzun dönemde amaçlarını gerçekleştirmek için kısa dönemli amaçlarından vazgeçebilen davranışları sergileyebilmektedirler. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 14)

1.2.1.2. Faydacılık Teorisi

Hem egoizm hem de faydacılık eylemlerin sonuçlarıyla ilgilenmektedir. Ancak, egoistlerden farklı olarak faydacılar, “en fazla sayıda insan” için “en yüksek düzeyde iyi”yi sağlamayı amaçlamaktadır. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 38-39) Buna göre eylem ya da durumun iyi ya da kötülüğü eylemden etkilenenlere sağladığı faydaya göre değişir. Faydacı yaklaşıma göre daha büyük bir kötülükten kaçınmak için daha az kötü olan şeyler hoş görülebilir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 17)

Faydacılar, iyiyi mutluluk ve zevkle aynı kullanmaktadırlar. Onlara göre, ahlâki davranışı doğru kılan şey herkesin yüksek düzeydeki mutluluğudur. Bir toplumun çıkarları, o toplumu oluşturan bireylerin çıkarlarının toplamıdır. Bir eylem, ancak bireylerin acılarını ortadan kaldırdığı ve hazlarını artırdığı zaman izin verilmelidir. Jeremy Bentham (1748-1832) faydacılık ilkesini şu şekilde ifade etmektedir: “Eğer davranışlar en fazla sayıda bireyin mutluluğunu mümkün kılıyorsa doğrudur, aksi halde, yanlışlardır”. Bentham, bireyin kendi mutluluğu için herkesin iyiliğini göz önünde tutmak zorunda olduğunu savunmaktadır.

Faydacılık teorisine göre bir eylem, en fazla sayıda birey için en büyük faydayı sağlıyor veya en az sayıda birey için en düşük düzeyde zarara sebep oluyorsa ahlâkidir. Bu faydanın ölçülebileceğini varsaymaktadır. Faydacılara göre “ne yaparsanız yapın ahlâki bir nedene sahip iseniz, bu genel refahı arttıracaktır”. Faydacılık hakkında şu önemli noktalar vurgulanmaktadır. Bireyin ahlâki ödevlerinin en önemli amacı, içinde bulunduğu toplumda mümkün olduğunca çok bireye çok mutluluk sağlamaktır.

- Eylemler sonuçları açısından değerlendirildiği için eylemlerin kendileri ahlâki açıdan iyi ya da kötü değildir. İyi ya da kötü olan eylemlerin kendileridir.
- Ahlâki davranışta bulunanlar kendi kişisel haz ve çıkarlarını gözettikleri için egoisttirler. Fakat insanların birlikte yaşamaları kendi mutlulukları için diğer insanlara bir çıkar gözetmeden iyi davranmalarına sebep olmaktadır.
- Faydacılık sadece şimdiki mutluluk düzeyini arttırmaya yönelik değil uzun dönemli mutluluğu arttırmayı da amaçlamaktadır.

Faydacılığa işletmelerin yönetimi açısından bakıldığında, işletme politikalarının oluşumunda ve ölçümünde kolaylık sağlamaktadır. Faydacılar kurallara, ilkelere ve politikalara ne ölçüde yararlı olduğunu sorgulayarak uyulmasını istemektedirler. Bunun yanında çıkar çatışmalarının çözümlenmesinde de objektif standartlar koymakta ve böylece ahlâki karar verme sürecinin esnek ve sonuçlara yönelik olmasını sağlamaktadırlar. Hiçbir eylemin iyi ya da kötü olmadığını, sonuçlara göre iyi ya da kötü olduklarını kabul eden faydacılık, işletmeleri

uygulayacakları politikaların neden olacağı sonuçları üzerinde düşünmeye teşvik etmektedir. Bu yönü ile faydacılık, gerçekçi ve uygulanabilir ahlâki kararlar verilmesine yardımcı olmaktadır. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 39-40)

Faydacılığın yukarıda ifade edilen pratik kolaylıklarına karşın, bu yaklaşımın özellikle uygulanabilirliği yönünde sorular ve eleştiriler bulunmaktadır. Yöneltilen eleştirilerden biri, faydacılığın gerçekten işleyen bir ahlâk teorisi olup olmadığıdır. Bu eleştiriyi yöneltenlere göre bazı durumlarda eylemlerin sonuçlarının tahmin edilememesi ve insanların mutluluk seviyelerinin kıyaslanması da pratikte mümkün olmamaktadır.

Yöneltilen diğeri bir eleştiri de faydacılığın adil olmadığıdır. Çünkü faydacılık toplam fayda ile ilgilenir, fakat nasıl dağıtılacağıyla ilgilenmemektedir. Bu durumda bazı insanların mutluluğu toplumun mutluluğu uğruna feda edilmektedir. Bunun ne kadar adil olduğu tartışılmaktadır. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 17-18)

1.2.2. Deontolojik Teoriler

Bir davranışın ahlâkiliğini değerlendirmede sonuçları temel alan teleolojik yaklaşımın tersine, deontolojik teoriler eylemin kendisini ele almaktadır. Deontolojik teoriler, “başkalarının sana karşı nasıl davranmasını istiyorsan, sen de o şekilde davran” ilkesini temel almaktadır. Doğru eylem, doğru araç ve olanakları seçmek, doğru ilke ve kuralları izlemekle olmaktadır. Bir eylemin ahlâki değeri, eyleme geçen kişinin niyeti ile belirlenmektedir. Topluma yönelik bir eğilimden ziyade bireye yönelik bir eğilim bulunmaktadır. (Özgener, İş ahlâkının temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 42)

Deontolojik teori, ahlâkiliği kişisel çıkarlardan tamamen ayrı tutan ahlâk felsefesidir ve Alman filozof Immanuel Kant tarafından geliştirilmiştir. Deontolojik teori, herhangi bir davranışın değerinden ziyade, davranışın altında yatan dürtülerde özellikle de görev dürtüsünde durma eğilimindedir. Bu teoriye göre bir eylemi doğru kılan, onun sonuçlarının iyi ve kötülüğü yanında başka faktörlerin varlığını da ileri sürmektedir. Bu faktörler ise eylemin dayandığı ilke ya da kurallardır.

Kant, ahlâki davranışların ilk nedeninin duygu veya eğilimler değil akıl olduğunu savunmuştur. Esas olan mutluluk ya da fayda değil, mutluluğu hak etmek ve doğru olmaktır. Kant'a göre ahlâki motive eden güç, mutluluk, zevk ya da fayda gibi koşullara bağlı olmamaktadır. Ahlâki davranış her koşulda ve durumda ortaya konması gereken bir davranıştır. Örneğin, hoşumuza gittiği için başkalarına yardım etmenin, doğruyu söylemenin ahlâki olduğunu söyleyemeyiz; bunlar bize mutluluk verdiğinden dolayı değil, sadece onları yapmak bir görevimiz olduğu için yaptığımızda ahlâki olmaktadır. (Başdemir 58-59). Bu nedenle “duyularına hoş geleni değil, aklının sana iyi gösterdiğini yapma” ilkesi benimsenmektedir.(Kant 23-36) Kant'ın bu ahlâkîlik anlayışı katı gibi görünse de Kant, ideal durumu gösteren saf bir ahlâk teorisi oluşturmaya çalışmıştır. Kant'ın amacı, ahlâklılık için ahlâklılık davranmak ile, korku veya belli faydaları elde etmek için ahlâklılık davranmayı ayırmaya çalışmaktadır.(Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 11)

1.2.2.1. Haklar Teorisi

Haklar teorisi, yükümlülük ve ilkelerden ziyade daha çok haklar üzerinde odaklanmaktadır. Thomas Hobbes'a göre, başkalarına da kendi kadar hak tanımayı ve kendi özgürlüğünü aynı şekilde sınırlamayı barış için tek koşul olarak savunmaktadır. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönelimsel Bir Yaklaşım 45)

Kant, belli bazı şeylerin sonuçları ne olursa olsun insanlık için ahlâki olarak bağlayıcı olduğunu savunmaktadır. Örneğin, öldürmek, işkence etmek, soykırım yapmak, tecavüz etmek sonuçları ne olursa olsun kötü eylemlerdir. İnsanlar doğuştan bazı haklara sahiptirler. Buna göre evrensel doğrular vardır ve bunlar zaman ve şartlara göre değişmemektedirler.

Kant, kişiden kişiye değişen örneğin mutluluk gibi öznel kavramlarla insan ahlâkının incelenemeyeceğini söylemektedir. Ahlâkın temelini herkese göre değişmeyen, hiç bir kayıt ve koşula bağlı olmayan bir şey oluşturmalıdır. Bu da ahlâk yasasıdır. Buna göre insan öyle hareket etmelidir ki hareket ve davranışları başka insanlar içinde bir ilke ve yasa teşkil etmelidir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 11)

1.2.2.2. Adalet Teorisi

Adalet kavramı hem genel kural ve ilkeler hem de belirli durumlar karşısında bireylere yardımcı olması için geliştirilen özel kurallardır. Adalet teorisinin temel yaklaşımı eşit olan bireylere eşit, olmayanlara da eşit olmayacak şekilde davranmaktır. Her bireye sahip olduğu kabiliyetler, haklar, ihtiyaçlar ve çalıştıkları işler dikkate alınarak görevler yüklenmelidir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 19)

John Rawls, sosyal ve siyasi kurumların ahlâki açıdan değerlendirilmesine yönelik geniş kabul gören adalet teorisini geliştirmiştir. Eylemlerin ve politikaların dağıtım ile ilgili etkileri üzerinde odaklanmaktadır. Bu teori, karar vericinin eşitlik, doğruluk ve tarafsızlık ilkelerini dikkate alacak şekilde davranmasını ve yol göstermesini savunmaktadır. Rawls'a göre adaletin en önemli sorunu, sosyal kurumların haklarını ve ödevlerini dağıtma ve sosyal işbirliğinin avantajlarının paylaşılması yöntemidir. Düşünce ve vicdan özgürlüğünün yasal olarak korunması, rekabetçi pazarlar temel sosyal kurumların örnekleridir.

Adalet teorisine göre eylemlerin doğru ve tarafsız gerçekleşmesi ve iyinin maksimize edilmesi için iki temel prensip vardır. Bunlar; eşit temel özgürlükler ve farklılık ilkesidir.

Eşit temel özgürlükler ilkesi, her bireyin toplumun haklarıyla uyumlu, eşit söz hakkına sahip olması yani temel özgürlükler konusunda eşit haklara sahip oluğunu ifade etmektedir. Burada bahsedilen özgürlükler; düşünce ve vicdan özgürlüğü, yasalarda olan haklar ve özgürlüklerdir. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 46)

Farklılıklar prensibi ise, bireylerin faydalarında ve sahip oldukları özelliklerde herhangi bir değişiklik olduğunda, en az avantajlı olan bireylerin durumu tam eşitliğin olduğu duruma göre iyi ise, adildir. Aslında farklılık prensibi, bir dayanışma ilkesidir. Bu ilkeye uyulduğunda, bireylerin kendilerini ortak bir işbirliği sisteminin yararlanıcıları olarak görmeleri mümkün olmaktadır. Rawls'ın bu konu ile ilgili yaptığı orkestra benzetmesinin amacı, farklı insanların farklı enstrümanlar çalarak ahenkli bir bütün oluşturduklarını ifade etmektedir.

Bu nedenle, toplum içinde bütün bireylerin eşit muamele görmesi ve gerçek fırsat eşitliğinin sağlanması için doğuştan dezavantajlı ve doğal kabiliyetleri yetersiz olanlara daha fazla önem verilmesi gerektiğini savunmaktadır. Adalet teorisinin en önemli noktası, farklılığın hoş görülebilme düzeyinin belirlenmesidir. Bununla beraber, “*adil bir toplum, herkesin eşit olduğu bir toplum değil, farklılıkların veya eşitsizliklerin savunulabildiği bir toplumdur.*” Rawls, farklılık ilkesi ile farklılıkların neden hoş görülmesi gerektiğini açıklamaktadır. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım 47)

1.3. İş Ahlâkı

İş ahlâkı uygulamalı bir ahlâk bilgisidir ve iş hayatında karşılaşılan tüm ahlâki sorunları inceler. Bu sorunlar çalışanlar arasında, çalışanlarla yöneticiler arasında işletme ve işletmeyle alışverişte bulunanlar ya da işletmeyle çevresel faktörler arasında olabilir. İş ahlâkı, iş dünyasına ait özel bir ahlâk disiplini değildir. Çünkü iş dünyasında karşılaşılan ahlâki sorunlar genel ahlâki sorunlardan farklı değildir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 4)

Bu doğrultuda iş ahlâkı, ahlâki düşünce ve ilkelerin işletmecilik faaliyetlerine uygulanmasıyla ortaya çıkan bir olgudur. Örneğin, insanın sözünde durmaması ahlâki olmayan bir davranış olarak görülüyorsa, iş ilişkilerinde çalışanlara, müşterilere, hissedarlara, rakiplere ve tedarikçilere karşı sözünde durmamak da ahlâk dışı bir davranıştır. İşletmeler de “iyi”, “güzel”, “doğru” olan ahlâki ilkelere uymaya dikkat etmelidirler. (Şahin; Yıldırım 57)

İş ahlâkı; sosyal grupların davranışlarını, politika ve prensiplerini ve kararlarını değerlendirmede yol göstermektedir. Ancak iş ahlâkı konusunda bireysel ahlâktan bahsetmemek mümkün değildir. İşletmelerde işi yapan ve yöneten insan olduğu düşünüldüğünde bireysel ahlâkın, iş ahlâkının oluşmasında önemli bir payı vardır. İş ahlâkı, toplumda genel kabul görmüş normlara uygun, işletme ortamındaki doğru davranışlar olarak tanımlanmaktadır.

Kültürlerinin ve yöneticilerin algılamasındaki farklılıklar, iş ahlâkının tanımlanmasını ve uygulanmasını zorlaştırmaktadır. İş ahlâkının net bir şekilde

tanımlanabilmesi için öncelikle şu konuların açığa çıkarılması gerekmektedir. (Uzel 167-168)

- Değerler (Codes of Ethics) ve ilkeler,
- Ahlâki (morally) doğru davranışlar,
- Doğruluk (integrity),
- Durumlar.

İş, girişimcinin, servetin oluşturulması ve dağıtılması için kaynakları organize etmektir. Bütün ekonomik faaliyetlerde dürüstlük, güven, saygı ve hakça davranmayı ilke edinmek ve çevreyle temas halinde bulunurken aynı çevreyi paylaşan topluma destek olmaktır. İş ahlâki, ekonomi ve iş dünyasının sağladığı olanaklar doğrultusunda sağduyulu seçimler yapılmasında yol gösteren ilke ve değerlerin incelenmesidir. (McHugh 15)

Ahlâki açıdan bir eylemin konumunu ortak toplumsal bakış açısı belirlemektedir. Bir başka ifadeyle, spesifik bir davranışın ahlâka uygun olup olmadığı, yalnızca bireylerin kişisel ahlâki değerleri tarafından değil, kitle iletişim, çıkar grupları ve örgütleri de içine alan toplum tarafından belirlenmektedir. Toplumun bu belirleyiciliği, hiç kuşkusuz, iş dünyasının sergilediği eylemlerin iş ahlâki karşısındaki konumlanışı için de geçerlidir. Bu nedenle iş dünyasının, uygulamalarında toplum tarafından genel kabul gören ahlâki ilkeleri referans alması, toplumsal kabulün temelini oluşturmaktadır. Toplumsal kabul ise, iş dünyasıyla toplumun aynı ahlâki düzlemde buluşması anlamına gelmektedir. İş ahlâkını temel eylem altyapısı olarak esas almanın çok yönlü bireysel ve kamusal getirileri tam da bu bağlamda ortaya çıkmaktadır. Zira, iş dünyasıyla toplumun aynı ahlâki paydada buluşması, öncelikle iş dünyasına yönelik yerleşik önyargıların kırılmasını ve iş dünyasının toplum nezdinde pozitif bir konum kazanmasını mümkün kılmaktadır. İş dünyasına yönelik pozitif algılama biçimi ise, iş dünyasının toplumsal prestij ve meşruiyet düzeyinin yükselmesini sağlamaktadır. (İlhan 261-262)

1.4. İş Ahlâkının Tarihsel Gelişimi

İş ahlâkının gelişimini tarihsel süreç içerisinde değerlendirdiğimizde, toplumsal, politik, ekonomik ve yönetim alanlarındaki değişim ve gelişimler ile paralellik gösterdiğini; bu alanlarda yaşanan değişim ve gelişimlerden etkilendiği görülmektedir. (Gök 3)

1.4.1. Dünyada İş Ahlâkının Gelişimi

İş ahlâkı, insanlara yönelimli olması nedeniyle, onların duygularını, değer ve tutumlarını yönlendirmekte, onların etkinliklerini ve verimliliklerini arttırmalarına zemin oluşturmaktadır. (Tierney 30) Dolayısıyla iş ahlâkının, insanoğlunun ilk ticari faaliyetinden bu yana varolduğu söylenebilir. (Bektaş; Köseoğlu 148)

Yirminci yüzyılın başlarında Avrupa ve Amerika'daki sosyalist ve liberal anlayış arasında şiddetlenen tartışmalar, aynı zamanda işletmelerin ve işletmeciliğin amaçlarının ve topluma katkı veya zararlarının da tartışılmaya başlanmasına neden olmuştur. Bu sayede iş ahlâkı değerleri hakkında araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Bunun için Amerika Birleşik Devletleri'nde "daha iyi işletmecilik dairesi" oluşturulmuş ve üniversitelerde iş ahlâkı dersleri yer almaya başlamıştır.

Birinci dünya savaşı öncesinde iş ahlâkı hakkında yapılan tartışmalar genellikle kapitalizmin eleştirisi ve sosyalist alternatif üzerinde durmuştur. Refahın bölüşülmesi ve devletin ekonomiye müdahalesi gibi konular tartışmaların odak noktasını oluşturmaktadır. Bu dönemde ABD'de iş ahlâkı din, siyaset ve felsefeden bağımsız bir disiplin olarak gelişmiştir. 1920-1950 yılları arasında iş ve meslek ahlâkı ilkelerinin belirlenmesi, ticaret faaliyetlerinde standartların geliştirilmesi, reklamların gerçeğe uygun olması, bankerler, sigortacılar ve avukatlarla ilgili sorunlar gibi konular ele alınmıştır. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 27) Bu dönemde Batı dünyasında iş ahlâkını ilgilendiren önemli gelişmeler olmuştur. Bunlardan biri yöneticiliğin işletme sahipliğinden ayrı bir mesleki grup haline gelmesidir. Bu dönemde ortaya çıkan bir diğer önemli gelişmede, önceden kişisel bir sorun olarak görülen iş ahlâkının sonradan işletmenin iş ahlâkı ya da sorumluluğu haline gelmesidir. İş ahlâkı konusunda ilk ampirik çalışmalarda yine bu dönemde ABD'de yayınlanan reklamcılık konulu akademik dergilerde yer almıştır.

Yöneticiliğin işletme sahipliğinden tamamen ayrılmasıyla birlikte yöneticiler için kurslar, konferanslar, iş ve meslek ahlâkına ilişkin akademik yayınlar yöneticilik mesleki kimliğinin oluşmasına yardım etmiştir. 1920’de Britanya’da kurulan Endüstriyel Yönetim Enstitüsü’nün faaliyete geçmesiyle birlikte ilahiyat, felsefe ve iktisattan bağımsızlaştırılan iş ahlâkı disiplini, işletmecilik kapsamında görülmeye başlanmıştır. Yine bu dönemde iş ahlâkında işletmenin iç ve dış faaliyetlerinden kaynaklanan ahlâki sorunlar olarak iki temel ayırım ortaya çıkmıştır. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 28-29)

1960’lı yıllarda iş dünyasında önemli değişimler olmuştur. Bu değişimler sanayileşmenin gelişmesi nedeniyle kirlenme, nükleer atıklar, gibi bir çok ekolojik sorunu ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte söz konusu yıllarda pazarlama mantığındaki değişim nedeniyle tüketicilere de önem verildiği görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri’nde tüketiciler için 1962’ de Başkan John F. Kennedy tarafından “Tüketici Haklarının Korunması” ile ilgili koruma hakkı, bilgilendirme hakkı, seçme hakkı ve haberdar olma hakkı olmak üzere dört maddelik bir deklarasyon yayınlanmıştır. Bunun sonucunda “ne üretirsem” satarım anlayışına sahip işletmelerin, tüketici haklarına ve iş ahlâkına dikkat ettikleri görülmektedir. (Bektaş; Köseoğlu 150)

Bunların yanı sıra 1960’lar iş ahlâkı alanında yapılan çalışmaların büyük artış gösterdiği yıllardır. Bu dönemde pek çok alan araştırması ve akademik yayın yapılmıştır. ABD’deki üniversitelerin iş ahlâkı derslerinin sayısının artmasından daha önemli olan bu dönemde ders içeriklerinin de genişlemiş olmasıdır. Diğer yandan ABD’deki seküler iş ahlâkının tersine bu dönemde Avrupa’da iş ahlâkı çalışmalarında Kilise ve teoloji bağlantısı önemli bir yer teşkil etmektedir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 29)

1970’lerde işletmelerin ahlâki teorileri şekillenmeye başlamıştır. İş dünyasında teolojik ve dini düşünürlerin önerdiği ilkeler, iş ahlâkına katkıda bulunmaya devam etmişlerdir. İşletmeler toplum imajları konusunda bu dönemlerde daha duyarlı hale gelirken, sosyal taleplerde artış göstermektedir. Dolayısıyla akademik kökenli araştırmacılar özellikle yönetim ve pazarlama alanlarında iş ahlâkı konularını tanımlamaya çalışan araştırmalar yürütmeye, iş adamlarının belli durumlarda nasıl davranabileceklerini ortaya koymaya başlamışlardır. (Bektaş;

Köseoğlu 150) ABD’ deki işletmecilik okullarının yarıya yakını bu dönemde iş ahlâkı derslerini programlarına almışlardır. İş ahlâkı artık bu adla kurumlaşmaya başlamıştır. Buna rağmen iş ahlâkı işletmecilik okullarında hala şüpheyle karşılanan bir konu olmaya devam etmektedir. Bunun sebebi ise ahlâkın insan davranışlarının ayrılmaz bir parçası olduğu ve bundan ayrı bir iş veya işletmecilik ahlâkından söz edilemeyeceği görüşünden kaynaklanmaktadır. Bu durumda hem işletmelerin hem de kişilerin ahlâki sorumlulukları eşit ölçüde önemli hale gelmiştir. 1980’lerden sonra iş ahlâkı konusunda uluslararası organizasyonlar kurulmaya başlanmıştır. Bunlardan en önemlisi 1987 yılında Hollanda’da kurulan Avrupa İş Ahlâkı Örgütüdür. (EBEN, European Business Ethics Network). Bu dönemde iş ahlâkı alanında dünya çapında akademik dergiler yayınlanmaya ve işletmecilik alanında alan araştırmalarının sayısı artmaya başlamıştır. Bu araştırmalarda kültürler arası karşılaştırmalar özel bir yer tutmuştur. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 30-31)

Son yıllardaki gelişmelerle örgütlerin toplumlardaki yerlerinin değişmesi ve toplumun örgütlerden beklentilerinin artması ile birlikte ahlâki değerlere bakış açısı da değişikliğe uğramıştır. Özellikle kariyer hedefleri olan çalışanların gelecek kaygılarının artması, işletmelerde koşulsuz itaatin uygulanması, küreselleşme sürecinin işletmeleri yeniden yapılandırmaya yönlendirmesi gibi nedenler, organizasyon yapılarının ahlâki değerlere bakışını ve uygulamalarını da etkilemiştir. Diğer yandan bilgi teknolojilerinin ortaya çıkması, bilginin saklanması, fikri mülkiyet hakları ve ekoloji ile ilgili gelişmeler, yeni ahlâki değerlerin oluşmasına neden olmuştur. Bu durum, toplumdaki gelişmelerin gerektirdiği talebe göre ahlâkın değiştiğini ve yeni ahlâki değerlerin ortaya çıktığını göstermektedir. Özellikle çok uluslu işletmelerin küresel ekonomideki rolü ve öneminin artması ile birlikte, iş ahlâkı da küresel düzeyde önemi artan bir disiplin haline gelmiştir. (Aras 30-31)

1.4.2. İş Ahlâkı Ve Ahilik

Mesleklerin toplum hayatında etkin olması, Orta Çağlarda dini temele dayanan köklü bir meslek ahlâkının gelişmesine yol açmıştır. Meslekler loncalarda örgütlenmiş ve her meslek pir ve ruhsal önder saydıkları bir din büyüğüne bağlanmıştır. Buna göre meslek, kişiye ilahi buyruk olarak yüklenen, insanın Yaratıcıya ve meslektaşlarına karşı (meslek onuru, yeteneği gibi) belirli yükümlülükler içeren kutsal bir ödevdir. Batıda görülen lonca teşkilatları,

Osmanlı'daki Ahilik sisteminin benzerleridir. İş ahlâkı konusunda özellikle “ahilik” ve “loncalar” büyük önem arz etmektedir. (Arslan, Türkiye’de İslam ve İş ahlâkı 415)

Ahi kelimesi Arapça’da kardeş anlamına gelmektedir. Divan-ü Lügat-it Türk de Ahi kelimesinin eli açık, cömert anlamına “aki” dan geldiğini kaydetmektedir. (Güllülü 18) İbn Batuta, “ahi” kelimesinin evlenmemiş, sanat ve meslek sahibi gençlerden seçilen lider; bu liderin yönetimindeki topluluğun temsil ettiği harekete de “Ahi Birlikleri” denildiğini söylemektedir. (Şeker 71-72)

Türk dünyasında iş ve meslek ahlâkına ilişkin ilk örgüt fütüvvet teşkilatıdır. Ahilik, Horasan erenlerinin Anadolu’nun Türkleştirilmesi aşamasında kurulan ve kökü Fütüvvet teşkilatında olan esnaf örgütlenmesinin adıdır. Moğol saldırılarından kaçıp Anadolu’ya gelen Türklerin, Anadolu’da karşılaştıkları sosyal ve ekonomik sıkıntılara çözüm getirmek ve yerli Bizans ekonomisine karşı rekabet edebilmek ihtiyacından doğan özgün bir kuruluştur. Anadolu’ya gelen Türkler arasında Ahi birliklerinin kurucusu Ahi Evran, Mevlana Celaleddin Rumi ve Hacı Bektaşî Veli gibi bilge kişiler vardır. (Çağatay 49) Başlangıçta Anadolu’daki Türk esnaf, sanatkar ve üreticiler birliği olarak faaliyette bulunan örgüt, daha sonra toplumun tüm katmanlarını içine alacak biçimde gelişme göstermiştir. (G. Demir 76) Hatta bu dönemde Moğolların istilasından dolayı zayıflayan devlet otoritesi karşısında, Ahi teşkilatları bazen şehir yönetimlerini bile devralmıştır.

Ahilik 13. Yüzyıldan 20.Yüzyıla kadar Anadolu’da yaşamını sürdürmüş ve özellikle Osmanlı İmparatorluğu’nun kuruluşunda da aktif rol oynamış, toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel hayatının düzenlenmesinde etkili olmuş esnaf ve sanatkarlar birliğidir. (Arslan, Türkiye’de İslam ve İş Ahlâkı 416-417)

Çalışmayı, emek ve sermaye barışını, çevreyi temiz tutmayı, kaliteli mal üretmeyi, gençleri eğitmeyi, üretici-tüketici, devlet-millet toplumun tüm fertlerinin barışık olduğu bu sistem ile sosyal huzursuzluklar engellenmiştir. Ayrıca ilmi ve mesleki eğitime ek olarak askeri eğitim de alan Ahiler Anadolu’da iç ve dış tehlikelere karşı savunma görevi yapan sosyo-ekonomik düzenin kurulmasında önemli roller üstlenmiştir. Ahilik, özellikle Osmanlılar döneminde iş hayatının dürüst ilkeler doğrultusunda yürütülmesine katkıda bulunarak iş ahlâkının

kurumsallaşmasında önemli rol oynamıştır. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yöneltil Bir Yaklaşım 78-79)

Bütün prensiplerini dinin asıl kaynağından alan ahiliğin nizamnamelerine "Fütüvvetname" denir. Ahiliğin esasları, ticaret kuralları bu kitaplarda yazılıdır. Teşkilata girecek olan kimse ilk önce bu kitaplarda belirtilen dini ve ahlâki normlara uymak zorunda idi. Fütüvvetnamede, iyi huylu olmak, iyi kalpli, iyiliksever ve cömert olmak, din ve mezhep gözetmeksizin bütün insanlara karşı sevgi beslemek, hile yapmamak, yalan söylememek, adaletli olmak, zulme, zalime ve haksızlığa karşı gelmek ve haklı güçsüzün hakkını haksız güçlüden almaya yardım etmek vb. prensipler bulunmaktadır. (Çağatay 158)

Ahiler, Fütüvvetname'deki ilkeler doğrultusunda ahlâki bir bakış açısı kazanmışlardır. Örneğin bir Ahi esnafı müşterisine "bugün yeterince satış yaptım lütfen diğer komşu dükkandan alışveriş yapın" diyebilmekteydi. Ahiler tüketici haklarına da dikkat etmişlerdir. Örneğin aşırı fiyat dalgalanmalarının önlenerek halkın bundan zarar görmesi engellenmeye çalışılırdı. Hileli, bozuk, kalitesiz malların piyasada kullanımı engellenerek kalite standardı korunmaya çalışılmıştır. Örneğin, Ahi Evran çarşı esnafını denetlenmesi sırasında beğenmediği, kaliteli olmayan ayakkabıları dama atmasından dolayı, halk arasında "pabucu dama atılmak" deyimini yayılmıştır.

Ahiler sanat faaliyetlerini ahlâk ilkeleri ile bütünleştirerek, Ahilikte sistemleştirmişlerdir. Esnaf sanatkârlar arasında sıkı bir işbirliği, dayanışma ve yardımlaşma kurarak iyi ahlâk kurallarını halk arasında yaymayı gerçekleştirmişlerdir. Pek çok eser yayınlanması ve eserlerde toplumun anlayabileceği dil kullanılması düşüncelerinin daha hızlı kabul görmesini sağlamıştır. Ahiler, davranışlarında ve yaşamlarında topluma örnek olmuş ve öğütleri doğrultusunda yaşamışlardır. (Arslan, Türkiye'de İslam ve İş Ahlâkı 420-423)

Ahi Evran "Letaifü'l Hikme" adlı eserinde meslek sahipleri arasında rekabet ve çatışmaları çözümlenecek ilkelerin ve kuralların gerekliliğini vurgulayarak iş ahlâkının temeline işaret etmiştir. Böylece fütüvvetnameler gibi oluşturulan "Ahi Şecerenameleri", iş ahlâkı ilkelerinin Türk tarihindeki ilk örneklerindedir. Ahilikte ahlâk sahibi olmayan bir iş adamının başarılı olamayacağı

olsa bile bu başarısının geçici olacağı düşüncesi hakimdir. Ahi ahlâkı özellikle meslek ahlâkı ilkelerinde ortaya çıkmaktadır. İş ahlâkı ilkelerini içeren fütüvvetnameler de 740 kural vardı ve Ahiliğe girecek kişinin bunlardan en az 124 tanesini ezbere bilmesi beklenirdi. Ahi ahlâkının temel nitelikleri içerisinde şunlar vardır: İş ve meslek sahibi olmak, helal kazancın kutsal olması, huzurlu bir işyeri ortamı, işbölümü ve uzmanlaşma, iktisadi faaliyetlerde doğruluk, disiplinli çalışma, fırsat ve imkanlardan eşit ölçüde yararlanma, kendisi ile birlikte başkalarını da düşünme, planlı, vasıflı, kaliteli ve standart mal üretimi, tüketicinin korunması vb.

Ahiler eğitime, “insanın yeteneklerini ve insani yönünü biçimlendirme sanatı” olarak bakmışlardır. Ahi birliklerinin en önemli özelliklerinden birisi üyelerine meslek ve ortak davranışlar kazandırmaktır. Bilenin bilmeyeni yetiştirdiği Ahi eğitim sisteminde bireyin bilgi gelişimi, tutum ve davranışlarında tutarlı olması hedeflenerek yaşadıkları çevrenin sosyo-ekonomik yapısına etki ederek toplumsal fayda oluşturulmaya çalışılmıştır. (Çağatay, Bir Türk Kurumu Olan Ahilik 163)

16. yüzyılın sonlarında Batı sanayi ürünlerinin Anadolu pazarlarına girmesiyle Türk esnafı hammadde sıkıntısı çekerken, bir yandan köyden şehre göçün giderek artması, sosyal ve ekonomik dengelerin bozulması gibi nedenler Ahi birliklerinin fonksiyonlarını kaybederek çözülmelerine sebep olmuştur. Başka bir görüşe göre Kapitülasyon imtiyazları da çözülmeyi hızlandırmıştır.

Bu dönemde Ahi teşkilatının yerine Avrupa’daki loncaların benzeri olan Gedik Teşkilatı oluşturulmuş ve buraya Müslüman olmayan ticaret erbabı da dahil edilmiştir. Fakat 17. yüzyılın sonlarına doğru sanayinin hızla gelişmesi ve Avrupa sanayi ürünlerinin ülkeye gümrüksüz girmesiyle beraber Batı’da olduğu gibi Türkiye’de de lonca teşkilatları çökmüş ve yerlerini sanayi ve ticaret odaları almıştır. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 103)

Haçlı seferlerinden sonra İslâm esnaf birliklerinin, Batı esnaf birliklerinin yeniden kuruluşunda etkili oldukları görülmüştür. Bu durumun tesiriyle arada, zihniyet ve teşkilat açısından, benzerlikler bulunmaktadır. Fakat kapitalizm adım adım bu sistemi ortadan kaldırmıştır. Osmanlılarda ise kapitalizme geçme söz konusu olmadan sistem ömrünü tamamlamıştır.

Tanzimat'ın getirmek istediği Narh sisteminin liberal ekonomiye uygun olmaması nedeniyle esnaf sistemi etkisizleştirilmiş ve narh sistemi kaldırılmıştır. Bununla birlikte Osmanlı şehirlerinde esnaf birlikleri ve aralarındaki dayanışma süregelmekteydi. Öte yandan XIX. yüzyıl boyunca şirketleşme ve sınaileşme teşebbüslerinin esnaf aracılığıyla yürütülmeye çalışıldığı görülmektedir. Devlet, böyle yerleşmiş bir olguyu bir kenara bırakmamaktadır. Avrupa ve Japonya'da esnafın yıkılışının ortaya çıkardığı sosyal ve iktisadî karmaşa bu yüzden Osmanlı toplumunda görülmemiştir.

Daha sonra esnaf sisteminde bir takım düzenlemeler yapılmıştır: 1879'da İstanbul Ticaret Odası açılmış, 1909'da da 'Esnaf Cemiyeti Talimatnamesi' çıkarılmıştır. Bu tarihten sonra bazı esnaf ve iş adamları dernekler kurmaya başlamışlardır. 1910'da Ticaret ve Sanayi Odalarına Mahsus Nizamname meydana getirilmiş, 1913'te ise bütün tahditler ve dolayısıyla gedik usûlü tamamen kaldırılmıştır. 1924'te de artık esnaf birlikleri resmen tarihe karışmıştır. (Tabakoğlu 37)

1.4.3. Türkiye'de İş Ahlâkının Gelişimi

Türkiye'de 1920'li yıllarda Türk Kurtuluş Savaşı, Cumhuriyet'in ilanı, Atatürk inkılaplarının uygulanması, İkinci Dünya Savaşı gibi nedenlerden dolayı iş ahlâkı ile ilgili gelişmeler yavaş olmuştur. Bu dönemde yazılan eserler, savaş sonrası dönemdeki sosyal sorunlar (eğitimsizlik, yolsuzluk gibi) üzerinde durmuştur. Daha sonraki dönemlerde de Türk toplumunda ekonomik ve sosyal ilişkilerde ciddi ahlâki sorunlar yaşanmıştır.

1980'li yıllardan sonra birçok temel endüstriyel ekonomide yanlış ve ahlâka aykırı iş davranışlarıyla ilgili olaylar ve skandallar önemli ölçüde açığa çıkmıştır. Bu skandallar, iş ahlâkı sorunlarına ilişkin kamu, iş dünyası ve akademik çevrenin duyarlılığının artmasını sağlamıştır. İş ahlâkı konusundaki bu endişe yeni değildir. Fakat bu dönemde kitle iletişim araçlarının gelişmesi, global rekabet ve belirsizlikler, ekonomi politikalarındaki değişim, toplumsal çıkarların daha fazla dikkate alınması eğilimi, Türkiye pazarına yönelik uluslararası baskı, ticaret kanunlarındaki revizyon vb. bir çok sebep iş ahlâkının giderek önem kazanmasında önemli bir rol oynamıştır. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 81-83)

Son yıllarda sivil toplum kuruluşları ve akademik kurumlar iş ahlâkının kurumsallaşmasına katkıda bulunmaktadır. Türkiye’de iş ahlâkının kurumsallaşması için mesleki kuruluşların ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçli ve örgütlü çabalarına gereksinim duyulmaktadır. Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı (TEDMER), İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği (İGİAD), Türkiye’de faaliyet gösteren önemli mesleki ve sivil toplum kuruluşlarından bazılarıdır. (Torlak vd. 20-21)

Sonuç olarak, son yıllarda artan rekabet, bilgi teknolojisindeki hızlı gelişmeler, giderek farklılaşan işgücünü yönetmenin zorluğu, işletme faaliyetlerinin giderek karmaşık hale gelmesi, örgütsel bağlılık ve yaşamın kalitesini artırmaya yönelik çabalar ve bununla beraber Türkiye’de faaliyet gösteren kuruluşlar, iş ahlâkı konusunda iş dünyasının her geçen gün daha çok hassasiyet kazanmasına sebep olmaktadır.

1.5. İş Ahlâkının Kaynağı

Ahlâk kavramı bir davranışlar veya kurallar seti olarak tanımlanmaktadır. Bu konuda insanların iyi ve kötü davranışlarının kaynağı olan kavramlar üzerinde durulmaktadır. Genel olarak ahlâkın kaynakları olarak akıl, duygu, kurallar ve din kavramları olarak gösterilmektedir. (Ö. Demir 90) Ahlâkın kaynakları ile ilgili bu açıklamalar yanında, sosyo-kültürel etkenler, hukuk, gelir seviyesi ve bir de ahlâkın evrenselliğine değinilmektedir.

1.5.1. Evrensel Değerler

Değerler, arzulanan amaç ve davranış biçimlerine ilişkin normatif inançlarımızdır. Aristo’ya göre, “değerler, alışkanlıklar, beceriler ve davranışlarımızla yansıtmış olduğumuz insan mükemmeliyetine ilişkin niteliklerdir”. Diğer bir ifadeyle değerler, bireyin işinin ve günlük yaşamının temel bir parçası olan ve onun yaşamına anlam kazandıran ulaşılmak istenen idealler, tercihler, kararlar ve davranışlarına yol gösteren inançlar ve kanaatlerdir. Yani değer, insanın olmasını istediği davranış tanımlayıcı standartlardır. Bu davranış standartları baskıcı değil, ulaşılmak istenen ideallere veya olması gerekenlere yönlendirmektedirler. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 126-128)

Sokrates, doğruluk, adalet, cesaret, cömertlik vb. değerler hakkında insanlar arasında bir görüş birliği olduğuna inanmaktadır. Bu tür kavramlar ya da değerler hakkında insanlar başta farklı şeyler dile getirirler de, Sokratik yöntemle bu kavramlar sorgulandığında, onların benzer, hatta aynı şeyleri dile getirdikleri anlaşılmaktadır. O'na göre, örneğin adalet diye, doğruluk diye bir şey vardır ve bunlar, insanların duygu ve eğilimlerinden bağımsız olarak ne ise, o olarak vardır. Başta farklı düşünceler bile, planlı bir soruşturma sonucunda birçok kişi aynı görüşü ifade edeceğini ifade etmektedir.

Platon da aynı düşünceyi daha büyük bir kararlılıkla ve daha net olarak ortaya koyar. O'na göre değerler herhangi bir kimsenin kanısından ve eğiliminden bağımsız, mutlak olarak mevcuttur. Mutlak anlamda doğru ya da yanlıştır. Bir ahlâki yargı, örneğin “adam öldürmek kötüdür” yargısı, “iki kere ikinin dört ettiği” kadar kesin ve nesnel bir yargıdır. Çünkü bu tür yargıların konusunu oluşturan gerçekler, nesnel gerçeklerdir. Bu gerçekler tüm insanlığın müşterek değerlerini, sağduyusunu ve anlayışını yansıtan bir takım değer hükümleridir. Nitekim bunlar insanlığın ortak mirasıdır. İnsan olmanın gereği olarak toplumdan topluma fazla değişmeyen bir takım ahlâki norm ve ilkelerdir. (Uysal 51-69)

Ahlâkta “istenilir iyi” kavramı söz konusudur ve bu istenilir iyiler coğrafya farklılıklarından, inanç, etnik, cinsel farklılıklardan etkilenmez. Çünkü “istenilir iyiler” daha evrenseldir ve genel anlamda kabul görmektedirler. (Kılavuz 256-257)

Küreselleşme süreci iş ahlâkı ile ilgili evrensel değerlerin oluşmasını da zorunlu hale getirmektedir. Zira küreselleşme süreci toplumların, kuruluşların ve bireylerin daha önce hiç görülmemiş bir düzeyde ve ölçekte birbirleriyle entegre olmasına yol açmakta ve etkilerini hayatın her alanında derin biçimde hissettirmektedir. Söz konusu süreçte toplumlar arasındaki sınırlar kalkmış ve çok uluslu şirketlerin, sanal şirketlerin ve şebeke organizasyonların ortaya çıkışı ile işletmeler, fiziki mekandan veya coğrafi şartlardan bağımsız, yeryüzünün bütününde faaliyet gösterebilen kuruluşlar olarak tanımlanmaya başlamıştır. Bu süreçte toplumdan topluma değişen yerel değerlerin iş hayatının ihtiyacını karşılaması mümkün değildir. (Zaim, İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından İş Ahlakı 100-101) Bu nedenle iş hayatı ile ilgili olarak, küresel ölçekte etkin olan bazı kuruluşlar evrensel ahlâki standartların oluşması yönünde bilinçli çabalar sergilemektedirler.

IMF, Dünya Bankası, OECD gibi uluslararası kuruluşlar temel insanlık değerlerini referans alan bir takım asgari standartlar, kurallar ve normlar geliştirmiştir. (İlhan 261-262)

Ahlâkın bir kültürden diğerine göre değişkenlik gösterebilmesi nedeniyle iş ahlâkının da uluslararası piyasalarda farklı olması birtakım anlaşmazlıklara sebep olabilmektedir. Ancak evrensel iş ahlâkı anlayışına sahip olduğunda, iş ahlâkı çıkmazlarının daha az yaşanacağı bir iş dünyasından söz edilebilir. (Bektaş; Köseoğlu 156)

Uluslararası iş dünyasında giderek evrensel iş ahlâkı değerler bütününün belirleyici olmaya başlaması, uluslara özgü değerlerin de temel evrensel ilkelerle uzlaştırılması yönünde güçlü bir baskı oluşturmaktadır. Özellikle uluslararası işletmelerin gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelere de yatırım yapmaya başlamaları bu ülkeleri yeni hukuksal düzenlemeler yapmaya zorlamaktadır. Bu tür düzenlemelerin yapılmasıyla giderek evrensel bir ahlâki normlar zemini oluşmaktadır. Evrensel iş ahlâkı ilkelerinin egemen olması, bir toplumda meşru olan bir eylemin bir başkasında meşru olmayabileceği şeklindeki çelişkili durumu giderek ortadan kaldırmaktadır. Yerel ve ulusal ölçekte de işletmeleri iş ahlâkına uygun davranmaya yöneltici işleve sahip olan evrensel ahlâki ilkelerin iş ahlâkının yerleşiklik kazanması bakımından önemli bir yeri bulunmaktadır. (İlhan 271-272)

Evrensel değerler, ortak değerleri ve amaçları teminat altına almanın bir aracıdır. Ortak değerlerimiz olan barış, güvenlik, özgürlük, demokrasi ve eşitlik gibi idealler bütün insanlık için önemlidir. Bu standartlardan ilki insan hakları ile ilgili geliştirilen kurallardır. İnsan hakları, genel olarak insanların sahip olmaları öngörülen temel hak ve özgürlükler veya bireylerin yalnızca insan olmalarından kaynaklanan evrensel hakları olarak tanımlanmaktadır.

Her bireyin, insan hakları açısından bir diğeri ile eşit olması demokrasilerin ön koşuludur. Çağdaş demokrasilerin temelini, ulusal irade ve hukukun üstünlüğüne saygı eşliğinde, bireylerin evrensel insan haklarını, yaşamları boyunca eksiksiz olarak ve özgürce kullanabilmeleri oluşturur. 1948 Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Bildirgesi'nden başlayarak, 1975 Helsinki Nihai Senedi ile günümüze kadar imzalanmış olan çok sayıdaki uluslararası bildiri ve sözleşmenin ortak dayanak

noktası insan haklarının vazgeçilmezliği anlayışıdır. İnsan hakları ile ilgili üç kuşaktan söz edilebilir. Birinci kuşak haklar, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 2-21'inci maddelerini oluşturan kişi hakları ve siyasal haklardan oluşur. Yaşam hakkı, düşünce ve düşünceyi ifade özgürlüğü, din ve vicdan özgürlüğü, kişi dokunulmazlığı, konut dokunulmazlığı gibi "kişisel haklar" ile seçme ve seçilme hakkı gibi "siyasi haklar" birinci kuşağı oluşturan temel haklardır.

İkinci kuşak haklar ise sosyal, ekonomik ve kültürel haklardan oluşur. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 22-27'inci maddelerinde yer alan sosyal güvenlik, adil ücret, asgari ücret, sağlık, çalışma, sendikal, toplu pazarlık ve sözleşme ile grev gibi "sosyal- ekonomik haklar" ile düşüncenin çeşitli yollarla açıklanması bilim ve sanatı öğrenme hakkı gibi "kültürel haklar" ikinci kuşak hakları oluşturmaktadır.

Dayanışma hakları olarak da tanımlanan üçüncü kuşak haklar ise barış hakkı, ekonomik ve sosyal açıdan gelişme hakkı, herkesin insanlığın ortak malvarlığından yararlanma hakkı, insani yardım hakkı, gelişme ve çevre hakkı gibi son dönemlerde geliştirilen haklardan oluşmaktadır.

Bilgi toplumu yapılanmasının giderek evrensel boyutlara taşınması ve önümüzdeki yıllarda ise insan haklarının günümüzdeki konumundan daha kapsamlı olarak yeni hak ve özgürlükler eklenerek gelişmesi beklenmektedir. (Hacaloğlu 451-453)

1.5.2. İş Ahlâkı Ve Din

Her alanda ahlâktan bahsetmek mümkündür. Bunun anlamı farklı sayıda ahlâkın olduğu değil, ahlâk denen sistemin her alanı ilgilendirdiğidir. Ancak bunları beşeri tercihlerden oluşan ahlâk tamamlayacaksa ahlâki bütünlükten bahsetmek mümkün olmayacaktır. Çünkü burada dinin birleştirici özelliği yoktur. İlahi dinlerin tanımlamaya çalıştığı ahlâk ise toplum üstü bir kaynağa dayanan ama şartlara göre kapsamlı bir biçimde şekillenebilecek olan değerler demektir. (Aydın 71-88)

İnsanın sahip olduğu ahlâki tecrübesiyle Allah'ın varlığına inanması arasında ikili bir ilişki vardır. Ahlâki deneyimlerden hareketle Yaratıcı'nın varlığına ve birliğine ulaşmaya, ahlâki teoloji; Allah'ın varlığından ahlâki deneyimlere ulaşmaya ise dini ahlâk denir. Bu durum M. Abid Cabiri'nin ifadesiyle, bilgiden

ahlâka gitmek Yunan-Avrupa, ahlâktan bilgiye gitmek ise İslam düşüncesinin temel özelliğini belirlemek açısından önemlidir.

Din ve iş ahlâkı özdeşleşmesinde bir takım ibadetlerin yapılmasını istemekle ilahi dinler, insan ahlâkını ve davranışlarını iyiye yönlendirerek, kötüden kaçındırmayı sağlamaktır. İyiliğin yaygınlaşmasını, kötülüğün ise engellenmesini tavsiye eden evrensel dinlerde başkasının ve toplumun hakkına ve malına el koymayı engelleyen ilahi yasalar vardır. (Uyanık 556-560)

1.5.2.1. İş Ahlâkı Ve Hıristiyanlık

Hıristiyanlık iş ahlâkında önemli etkisi olan dünya dinlerinden biridir. Hıristiyanlık Roma İmparatorluğunda özellikle kölelerin ve alt tabakalardan insanların benimsediği bir inanç olması nedeniyle çalışmaya ve işe karşı da olumlu bir tutum sergilemiştir. Hıristiyanlığın ilk zamanlarında, kilise işletmecilik ve ticaret faaliyetlerini ahlâken kabul etmişse de para hırsı, hilekarlık ve lüks tüketime karşı uyarılarda da bulunmuştur. Hıristiyanlık ticareti, insanların birbirlerinin ihtiyaçlarını giderecek bir hizmet olarak görmekte ve Hıristiyan tüccarların Hıristiyan olan ve olmayan insanlara karşı dürüst olmalarını ve aynı iş ahlâkı standardını uygulamalarını öğütlemektedir.

Kilise ve finans dünyası arasındaki bu olumlu hava faiz yasağı nedeniyle bozulmuştur. Borç verilen miktardan daha fazlasını almanın günah olduğunu kabul eden Hıristiyan kilisesi, 19. yüzyılın yarısına kadar faiz yasağını koruyabilmiştir. (Arslan, Türkiye’de İslam ve İş Ahlâkı 412-413)

Kapitalizm öncesi iş dünyası ve kilise arasındaki bu gerilim, Protestan reformcularının faiz hakkını yasallaştırmaları ve dinen meşru saymalarıyla giderilmiştir. Protestanlık ve özellikle de Kalvinizm, faiz yasağını kaldırması, ticari ve mesleki başarıyı ilahi bir lütuf olarak görmesiyle, kapitalizmin alt yapısını oluşturmaktadır.

20. Yüzyıl başlarında Max Weber’in “Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhu” adlı eseriyle Protestanlığın kapitalizmin ilerlemesinde itici güç olduğunu ileri sürmektedir. Protestanlığın temel görüşü “Tanrı’yı hoşnut kılan tek yaşam biçimi, her türlü koşul altında dünyevi ödevin yerine getirilmesi ve bu yüzdende onaylanması

her mesleğin Tanrı katında aynı değere sahip olduğu” görüşüdür. Dünyevi hayat Püritenlik’ te ödev olarak değerlendirilmekte ve bu ödevin en iyi şekilde yerine getirilmesi gerekiyordu. “Kutsanmışlıklarını garanti edebilmek için insanlar bu dünyada ‘gündüz olduğu sürece onları gönderenin işlerini yapacaklardır’. Yaratıcı’nın kendi şanını arttırma ile ilgili açıkça görülen dileğine, boş zaman ve zevk ile değil, sadece çalışma ile hizmet edilir. Zamanı boşa harcama bütün günahlar içinde ilk ve ilkece en ağır olanıdır. İnsanın kendi mesleğini ‘kesinleştireceği’ yaşam süresi çok kısa ve değerlidir. Toplumsal yaşam içinde zaman kaybı ‘boş konuşma’, lüks ve sağlık için yeterli olanından fazla uyku vb. ahlâki açıdan mutlak olarak itiraz edilecek konulardır.” Elde edilen kazanç ve zenginliğin şahsi çıkarlar için kullanılmayacağı da temel kurallardan biridir. (Kurtuluş 745-752)

1.5.2.2. İş Ahlâkı Ve Yahudilik

Yahudilik serveti ve kişinin işindeki başarısını Yaratıcının verdiği bir lütuf olarak kabul etmektedir. Yahudi kutsal metinlerinde gelir ve servet eşitsizliklerinin tehlikelerinden bahsedilse de servet biriktirmenin ahlâka aykırı kabul edilmemesi Weber’e göre kapitalizme giden yolu açmıştır. Yahudi kutsal kitaplarında (Talmud-Tevrat ve Yahudi peygamberlerine inen diğer kitaplar) sosyal adalet, özel mülkiyet, kâr, fiyat kontrolü, ölçüler tartılar ve kalite vb. hükümler bulunmaktadır. İş ahlâkına yönelik olan faiz yasağının ticari işlemleri etkilemesi nedeniyle kâr ortaklığına dayalı sözleşmeler yapılmaktadır. Faiz yasak olmasına rağmen bir Yahudi diğer Yahudi olanlardan faiz almayıp Yahudi olmayanlardan faiz alabilmektedir. (Arslan, Türkiye’de İslam ve İş Ahlâkı 411)

Yahudilerin çok para sahibi olması dinen teşvik edilir: “Altın ve gümüş ayağın sağlam basmasını sağlar,” “zenginlik ve güç kalbi coşturur”, “dindar kişi parayı vücudundan çok sever, sevmelidir.” Hıristiyan öğretisi ve kilisenin yoksulluğu yücelttiği göz önüne alındığında, yoksulluğu sayesinde cennete gitmeye çalışan Hıristiyan ile altın ve gümüş toplamayı cennete gitmenin aracı olarak gören Yahudi arasındaki zihniyet ayrılığının ekonomik alandaki etkisi farklı olmaktadır. Nitekim “Hıristiyanlık kendine bağlı, çok dindar bir kişiyi rahip, keşiş yapar, Yahudilik ise akılcı bir iş adamı yapar.”

Yahudi dininin iş ahlâkı değerlerinin, Londra’daki Yahudi İş Ahlâkı Birliği (Jewish Association of Business Ethics-JABE) tarafından düzenlenen iş

seminerlerinde ele alındığı görülmektedir. JABE’de esas alınan iş ahlâkının özü, Haham Rabbi Hillel’in Tevrat hakkında görüşü sorulduğunda verdiği cevaptadır: “Size yapılmasından nefret ettiğiniz bir şeyi, siz başkasına yapmayınız. Tevrat’ın özü budur. Kalan kısmı sadece ayrıntıdır. Gidiniz ve çalışınız.” (Kurtuluş 750-753)

1.5.2.3. İş Ahlâkı Ve İslamiyet

İslam düşüncesinde ahlâk, öncelikle bir yeti (meleke) olarak görülmüştür. Bu anlamda Gazali’ye gör ahlâk, “nefiste yerleşmiş bulunan bir melekedir ki ondan fikri bir zorlamaya maruz kalmaksızın fiiller kolayca ortaya çıkar. Gazali’den önce İbn Sina da en Necat isimli eserinde ahlâkı, şu şekilde açıklamıştır: “Ahlâk, öyle bir melekedir ki bir takım fiiller nefisten bu meleke sayesinde, bir çaba sarf etmeden, düşünüp taşınmadan kolaylıkla sadır olur”. İslam düşüncesinde ahlâk, “nefiste yerleşmiş bulunan bir melekenin adı” şeklinde tanımlandığı için insan, davranışları yanında, henüz davranışa dönüşmemiş niyetlerinden de sorumludur.

İslam ahlâkının kaynağı Kur’an ve Hz. Peygamberin söz ve davranışlarıdır. Hz. Aişe’nin Hz. Peygamber’in ahlâkının Kur’an ahlâkı olduğu” ifadesi İslam ahlâk anlayışının temelini oluşturmuştur. İnsanın bütün düşünce ve davranışlarında cennet ümidi ve cehennem korkusunun ötesinde Allah’ın rızasını istemesi İslami ahlâk anlayışının en son noktasıdır. (Hud Suresi, 11/112; Şura Suresi42, 15; İnsan Suresi, 76/8-9) (Kılıç, İslam Kelam Düşüncesinde Ahlâk Anlayışı 161-162)

İslam’da ahlâk, zorlama olmaksızın, insanın özgür iradesiyle, niyete bağlı ve sürekli ortaya koyduğu değer içerikli eylem, tutum ve davranışlardır. İslam dünyasında ahlâk temel yapısından ziyade daha çok teorik ve pratik yönleri bulunan bir “ilim” olarak değerlendirilmiştir. (Aydın 71)

İnsan “akıl ile faydalı olanları zararlılardan, kirliyi temizden, iyiyi kötüden ayırt eder”. Ancak sosyal hayattaki meşguliyetlerin yoğunluğu akli karıştırır. Üzüntüler, değişik acı ve ıstıraplar ile sayılamayacak kadar başka sebepler de, aklın doğru karar vermesine engel olurlar. Bu gibi sebepler yüzünden şüpheye düştüklerinde, insanlara doğruyu göstermek üzere Allah’ın peygamberler gönderip vahiyle emir ve yasaklarını bildirmesi akıl için bir kolaylaştırma, hafifletmedir.

İslam dininin temeli tevhid yani Allah'ın birliği ilkesidir. İş ve ticaret yaşamında da etkisini göstermiştir. İslam dini çalışmayı bir ibadet ve Allah'ın rızasını kazanmak olarak görür. İş ahlâkı açısından Hz.Peygamber'in bizzat ticaretle uğraşmış olması da ticaret ve ticarettten elde edilen kazancın İslam tarafından övülmüş olduğunu göstermektedir. (Kılıç, İslam Kelam Düşüncesinde Ahlâk Anlayışı 162-164)

İslam geleneğinde “alınan paranın helallenmesi” çok ve iyi çalışmanın gereğini ifade etmektedir. Hatta İslam'da farz olan ibadetlerin başında gelen beş vakit namazın çalışma saatleri dışında kılınması ve zekat müessesisiyle yardımlaşması örnekleri ile iktisadi faaliyete set çekilmediğini göstermektedir. (Kurtuluş 748)

İslam iş ahlâkında tevhid ile birlikte muvazene, özgür irade, sorumluluk ve ihsan gibi dört ilke daha vardır. Tevhid ilkesi gereğince bir Müslüman dünyadaki her şeyin ve kendisinin Allah'a ait olduğunu kabul ettiği düşüncesinden ve davranışlarından sapmaması gerekir. Ayrıca dışlayıcı ve ırkçı sistemler tevhid ilkesi ile bağdaşmaz. (Aydın 81-82) İslam alimlerine göre “güzel ahlâkın en alt derecesi insanlara eziyeti terk etmek, en üst derecesi ise de kendisine kötülük edenlere iyilik etmektir. (Küçük 287)

Muvazene İslam'ın yatay yönünü temsil eder ve evrende her şeyi kuşatan ahenkle ilgilidir ve her müslümanın hayatında gayret etmesi gereken dinamik bir özelliktir. Sahip olanla olmayan arasındaki dengeyi korumak için Allah vermenin önemini vurgular ve gösterişçi tüketimi yasaklar. Muvazene ilkesi gereğince Allah Kur'an da müslümanın iş adamlarına şöyle seslenmektedir:

Ölçtüğünüz zaman dürüst olun. Doğru terazi ile tartın. Bu hem ticaretiniz için daha hayırlı hem de akıbet yönünden daha güzeldir. (Kur'an 17/35)

Özgür irade ilkesine göre bir insan, ne eylemlerinde sonuna kadar özgür ve istediğini yapabilir, ne de rüzgarın önündeki bir yaprak gibi iradesiz bir varlıktır.

İslam ahlâkının en önemli yönlerinden biri de çok yönlü bir yaptırım kullanıyor olmasıdır. Yapılan her şeyi bütünüyle insanların vicdanına bırakmamıştır. Allah inancı hem kaynak hem de bir yaptırımdır. “Allah'ı görüyor gibi ibadet

(hareket) etmek” demek olan “ihsân” ilkesi insanın her daim yaptıklarının, sorumluluğunun bilincinde olmasını sağlamaktadır. (Aydın 83)

1.5.3. İş Ahlâkı Ve Sosyo-Kültürel Etmenler

Kültür kısa anlamıyla bile birçok şeyler düşündürmektedir. Sözcük, temel iki noktayı içerir. Bunlardan birincisi standartlaşmış sosyal davranışlar (davranışlar, duygular, hareket biçimleri vb.), ikincisi ise grubun ürettiği materyallerdir (sanat, mimari vb.). Hofstede ise kültürü: bir grup insanı diğerlerinden ayıran zihinsel programlama olarak tanımlamaktadır. Bu tanımdan hareketle, bireysel düzeyde zihinsel programlara ilişkin kaynakların, kişinin yetiştiği ve yaşam deneyimlerini elde ettiği sosyal çevrelerde yattığı söylenebilir. Hofstede’ e göre programlama aileden başlamakta, okulda, arkadaş gruplarında, çalışma ortamında ve içinde yaşanılan toplumda devam etmektedir. Kültür, öğrenme sonunda oluşmakta, bir başka deyişle, kişinin genlerinden değil, sosyal ortamından kaynaklanmaktadır. (Köse vd. 221)

Kültür yaşam biçiminin bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Yaşam biçimine ya da toplumsal sisteme bağlı olarak toplumun değer yargıları, düşünce biçimi, kültürü de değişmektedir. Tarihi, toplumsal bir süreç olarak gelişen ahlâki değerler, doğrudan, kültürel gelişimin de bir ürünü olmaktadır

Ahlâk tüm toplumu ayakta tutan değerler sistemidir. Bu nedenle toplumdaki tüm sistemler ahlâk ile uyumlu olmalıdır. Ahlâk, toplumun sosyo-kültürel ve ekonomik yapısı açısından dayanışma ve istikrarın ifadesidir. Bu bağlamda ahlâk, sosyal ve kolektif bir bilincin yansımasıdır. Ahlâk, kültürel süreç içinde aktarılan, sosyal hayatın temel kurallarını oluşturan doğru ve yanlış davranış biçimlerini kapsamaktadır. (Özgener, İş ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 9)

Gelenekler, değerler ve ahlâk standartları kişiden kişiye, işletmeden işletmeye ve hatta toplumdan topluma farklılık göstermesi kültürel boyut olarak ifade edilmektedir. Yani belli bir kültürün üyesi olan bireylerin, diğer bir farklı kültüre üye olan bireylere oranla farklılıklar gösterdikleri değişkenlerdir. Uluslararası pazarlarda karşılaşılan iş ahlâkına aykırı uygulamalar, ulusal düzeydeki iş ahlâkına aykırı uygulamalardan farklılıklar göstermektedir. Örneğin, bir ülkede ahlâka aykırı olarak

değerlendirilen bir uygulama, diğer bir ülkede normal olarak kabul edilebilmektedir. (Barutçu vd. 168)

Bazı filozoflar ise, ahlâkî değerlerin, ahlâkî doğruların toplumdan topluma, çağdan çağa, hatta kuşaktan kuşağa değiştiği kanaatindedir. Pascal'a göre "Pirenelerin öbür yanında (İspanya'da) doğru olan, bu yanında (Fransa'da) yanlıştır." Dolayısıyla değerler öznel; kişiden kişiye, toplumdan topluma değişmektedir. (Uysal 55)

Yöneticilerin yaşadığı toplum ile o toplumun kültürü de liderin ahlâkî kararlarını etkileyebilecek değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Batı toplumlarında gayri-ahlâkî olduğu düşünülen ve bilgiyi tahrif etmek, işletmeye ait varlıkları kişisel kullanım amacıyla çalmak, kişinin kendi yaptığı hatalardan dolayı başkalarını suçlaması, işletmede gereksiz yere düşmanlık yaratma, çalışanlar arasında güvensizliği yayma, işletmenin sırlarını rakiplere satma, rüşvete itibar etme ve diğerlerine acı vermek şeklinde örneklendirilebilecek bazı davranışların bütün dünyada gayri-ahlâkî olarak kabul gördüğünü söylemek mümkün değildir. Örneğin rüşvet vermek ve almak, bazı toplumlar için son derece normal olarak algılanan bir davranıştır. Japonya'da birbirleri ile iş ilişkisi içerisinde bulunan kişi ve işletmelerin birbirlerine maddi değeri yüksek hediyeler vermesi hoş karşılanırken, aynı davranış Amerika'da "rüşvet alma- rüşvet verme" şeklinde düşünülmekte ve hiç de ahlâkî olarak kabul görmemektedir. Toplumların kabul edilebilir işletme uygulamaları konusunda farklı inançlara sahip olmaları, bu toplumlara üye yöneticilerin uluslararası pazarlardaki kararlarını da etkilemektedir. Evrensel doğruların olmadığı savına dayalı bu yaklaşımı benimseyen bir çok yönetici bir ülkenin sosyal ve kültürel özellikleri neyi gerektiriyorsa, o ülkede faaliyet gösteren iş adamlarının da öyle hareket etmeleri gerektiğini, aksi halde, başarısızlığın söz konusu olacağını söylemektedirler. (Güney 140)

Hayatın şartları değiştiğine göre, ahlâk kurallarında ve ahlâk yargılarında da zamanla birtakım değişikliklerin olması doğaldır. Bundan dolayı, ahlâk insanın dış dünyadan olduğu gibi alıp kabul ettiği bir sistem değildir.

"Gerçekte biz sadece ahlâkî değil, hiçbir şeyi dış dünyadan olduğu gibi almıyoruz. Ahlâkî, bize verilen bir kalıp halinde benimsemiş olsaydık, toplumun ahlâk

standartlarında zamanla hiçbir değişme olmayacağı gibi, insanlar arasında ahlâkî şahsiyet bakımından hiçbir fark da bulunmazdı. İnsan zekası bir çeşit filtre gibidir; bu filtre veya süzgeç, dışarıdan gelen şeyleri süzerek bazılarını içeri geçirir, bazı şeyleri dışarıda bırakır, içeri aldıklarını da kendine göre değiştirir.” (Güngör 48) Dolayısıyla insanlar ahlâk ilkelerini de kendi anlayış düzeylerine göre algılayıp yorumlamaktadır.

Gelenek ve göreneklerin, sosyal imkanların ve hayat şartlarının toplumdan topluma değişiklik arz etmesi, insanların aldıkları eğitimin ve hayat tecrübelerinin farklılığı (buna daha genel anlamda, sahip oldukları dünya görüşlerinin farklılığı da diyebiliriz), sonuçta ahlâk yargılarının da farklılığına yol açmaktadır. İşte insan zihninin yukarıda belirttiğimiz yapısına ilaveten, bu farklılıkların da etkisiyle, evrensel dediğimiz ahlâkî değerleri insanların algılayış biçimi ve pratiğe aktarma tarzları da farklılık arz etmektedir. Örneğin doğruluk, yardımseverlik, sözünde durma, iyilik yapma vb. evrensel birer ahlâkî değer olmalarına rağmen, herkes bunları kendi zihinsel süzgecinden geçirerek, kendi anlayışı ve birikimi doğrultusunda, sahip olduğu dünya görüşü ışığında algılamakta ve yaşamaktadır. (Güngör 93-97)

Ahlâkın temelinde din, kültürel yapı, çevre, toplumsal yapı ya da gelenekler belirleyici olmakla birlikte salt belirleyici değildir. Bu noktadan hareketle ahlâk değişkendir, ancak kendisini etkileyen öğelerden de bağımsız değildir. İş ahlâkı konusunda hem geleneksel ahlâk anlayışı, hem de dünyada ki çok boyutlu değişim dikkate alınmalıdır. Sadece geçmişe dayanan iş ahlâkı anlayışı, yeni açılımları engelleyecektir. Diğer taraftan da sadece günlük değerler üzerine kurulu bir ahlâk anlayışı da temelsiz olacağından, ilkesizliğe ve istikrarsızlığa neden olabilir. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönelimsel Bir Yaklaşım 10)

1.5.4. İş Ahlâkı Ve Gelir Seviyesi

Yaşam koşullarının oluşumunda en belirleyici konumda olan etken ekonomidir. Ekonomi bir insanın yaşam biçiminden düşünce yapısına, buradan da tüm ilişkilerine kadar belirleyici olmaktadır. Maddi koşulların belirlediği yaşam biçimi düşünce biçimini de etkilemektedir. Bir toplumun ekonomik ilişkilerini yönlendiren ideoloji o toplumun üst yapı kurumlarını yani yaşamı yönlendiren tüm

kurum ve kuralları belirlemektedir. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 19) Bu durum ahlâki değerlere bağıllık ile toplumdaki bireylerin gelir seviyesi arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bir ülkedeki Gayri Safi Milli Hasıla ve milli gelir düzeyi yeterli standartlara ulaşmadıkça, ahlâki değerlere bağıllık da zorlaşmaktadır. Toplumda bireylerin normal yaşam standardını sağlayacak gelir düzeyine sahip olmaması ve işsizlik ahlâki değerlerden uzaklaşmaya neden olan önemli faktörlerdendir. Bu tür sonuçlar genellikle ülke kaynaklarının verimsiz kullanıldığı, iş yaşamında hileli davranışların ve yolsuzlukların yaygın olduğu, bazı kesimlerin haksız kazanç elde ettiği toplumlarda daha çok görülmektedir.

Özel ve Kamu işletmelerinde büyük fonların yönetiminden ve kontrolünden sorumlu olan çalışanların yeterli gelir seviyesine ulaştırılması önem taşımaktadır. Gelişmiş toplumlarda yolsuzlukların ve dolandırıcılığın daha az görülmesinin sebebi, etkin denetim ve caydırıcı yaptırımlar uygulanması olduğu kadar, çalışanların normal yaşam standardını devam ettirecek seviyede ücretlendirilmesidir. Bu sonuç ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyi ile ahlâki ilkelere bağıllık arasındaki ilişkiyi doğrulamaktadır.

Diğer bir konu da kısa yoldan kazanç sağlamanın övgüyle anılması ve tanıtılması, toplumu ve bireyleri yanlış yönlendirmektedir. Ahlâki olmayan davranış ve uygulamaların cezalandırılması ve bireylerin eşit fırsatlara sahip olmasını sağlamak, tüm sistemlerin işleyişi açısından gereklidir. İyi işleyen organizasyonlardaki güven ve istikrar, ahlâki ilkelere uyumu sağlayan en önemli faktördür. (Aras 38-39)

1.5.5. İş Ahlâkı Ve Hukuk

Niccolo Machiavelli'ye göre “İyi ahlâk için iyi yasalar gereklidir. Yasalarda iyi ahlâk olmadan korunmaz.” Toplumun sadece ahlâki kuralların varlığı ile yetinmeyip, hukuki bir düzenlemeye ve hukuk kurallarının da uygulanma açısından da ahlâki anlayışa ihtiyaç duyması her iki disiplinin birbirlerinin tamamlayıcısı durumunda olduğunu göstermektedir. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım 14-17)

Toplumsal yaşamda, ahlâki değerlerin ya da örf ve adetlerin toplumsal düzeni korumada yetersiz kaldığı alanlarda, düzenin korunması için, devletin

yetkisini kullanarak kurallar ortaya koymaktadır. Bir ülkenin hukuk sistemi, oradaki ahlâki sistemin başlıca garantisidir. (Güngör 156) Hukuk, “adaletin, insanların adalet, huzur ve emniyet ihtiyaçlarının hizmetinde olmalıdır.” Ancak bu değerlerin sağlanması ile devletin amacı gerçekleşir. “Hukuk, adalet ve hakkaniyete nispetle bir vasıta. Gaye olan adalettir.” Hukuk kurallarının insanlar arasında adaleti sağlaması ve asıl önemli olanı ise insanların mutlu olmasıdır. Hukuk kuralları bir bakıma devlet gücüyle korunan ahlâk kurallarından ibarettir veya öyle olması gerekmektedir. Devlet hukukun sahibi olmakla toplumun bütün varlığını garanti altına alıyor demektir. Toplumda düzenin ve huzurun sağlanması, ekonomik istikrara ulaşılması, bireylerin yaşam standartlarını artırması ve sistemin daha iyi işler hale getirilmesi için gerekli siyasal, ekonomik ve sosyal reformların yapılması da devletin sorumlulukları arasında yer almaktadır. (Aras 40)

Her ne kadar hukuk toplum düzenini sağlıyorsa da toplumu oluşturan fertlerde de kuvvetli bir ahlâki vicdanın olması gerekmektedir. Hiçbir devlet ne kadar güçlü olursa olsun suç işlemeye yatkın insanların çoğunluğunun meydana getirdiği bir yerde hukuk düzenini ayakta tutamaz. Hakikatte kişiyi ahlâki davranışa iten şey devletin polisi değil, kişinin vicdanıdır. (Güngör 157-158)

Hukuk işletmelerin varlık sebebidir. Çünkü işletmeler hukuki varlıklardır. Hukukun çiğnenmesi işletmelerin varlığına yönelik bir tehdittir. İşletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken hukuku çiğnemeleri kısa dönemde bazı avantajlar sağlamış olsa da uzun dönemde ve rekabetçi bir ortamda daha çok zarar görmesine neden olmaktadır. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 7)

İşletme yönetiminde, çalışanların uymaları gereken davranış ilkelerinin yasa ya da yönetmeliklerle tespit edilmesi yeterli değildir. Bu ilkelerin diğer içsel mekanizmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bu mekanizma, çalışanların iş ahlâki ilkelerine aykırı olan tutum ve davranışlarına etkili ceza hukuku yaptırımlarının öngörülmesi ve uygulanmasıdır. İşletme yönetimlerinde karşılaşılan kural tanımazlıklar, rüşvet, yolsuzluk, hediye alma ve çıkar sağlama vb hukuk dışı uygulamalar, kurumsal yapıya dönüşüp tepkilerin yoğunlaşmasına neden olmakta ve bu olumsuzlukların giderilmesine çare aranmaktadır. Çare olarak da, iş ahlâki ilkelerinin yaygın bir şekilde uygulanmasını sağlamak esastır. (Kalabalık 618)

1.6. Organizasyonel Faaliyetler

Son yıllarda yaşanan hızlı değişim ve küreselleşme, bunun yanı sıra kamuoyunun işletmelerin tüm faaliyetlerini takip ve kontrol etmesi, iş ahlâkı ve sosyal sorumluluk kavramlarına dikkat etmelerini gerektirmektedir. Bu bölümde küreselleşme, rekabet ve sosyal sorumluluk ile iş ahlâkı arasındaki ilişki anlatılmaktadır.

1.6.1. İş Ahlâkı Ve Sosyal Sorumluluk

İşletmelerin sosyal sorumluluğu işletmenin ekonomik ve sosyal yaşama, yasalara, iş ahlâkına, işletme içi ve dışındaki kişi ve grupların beklentilerine uygun olarak yönetilmesidir.

1980’li yıllara kadar işletmelerin en çok eleştirildikleri nokta, işletmelerin amaçlarının sadece kazançlarını artırmak ve içinde buldukları topluma da çok az veya hiç önem vermemelerine yöneliktir. Bu duruma örnek olarak ünlü ekonomist Milton Friedman’ın “iş hayatının tek ve biricik sosyal sorumluluğu kârı artırmaktır” görüşü verilebilir. (Demir; Songür 152) Bu görüş doğrultusunda işletme yöneticilerinin sorumluluklarının öncelikle sermayedar veya hissedara karşı olması gerektiği sonucunu doğurmaktadır. Bunun yanı sıra işletmenin sorumluluklarının ne olması gerektiği konusunda yapılan çalışmalar vardır.

Daha sonraki yıllarda ise iş hayatında önemli değişimler yaşanmıştır. Ticaretin amacının sadece para kazanmak değil topluma hizmet ve elde edilen kârın ise verilen hizmetin aracı ve ölçüsü olduğu görüşleri ortaya atılmıştır. (McHugh 36)

İş ile ahlâk kavramlarının birlikteliğinden yola çıkarak bir işletmenin sorumlu olduğu paydaşları çalışanlar, hissedarlar, müşteriler, tedarikçiler, toplum ve devlettir. Paydaşların öncelikli olarak düşünülmesi, işletmenin hedeflerine ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. İşletmenin misyonunun gerçekleştirilmesi ve sürekliliğinin sağlanması açısından paydaşlarının meşru çıkarlarını gözetmelidir. Friedman, “yöneticinin asıl sorumluluğunun kâr etmek olduğu fikrine alternatif olarak işletmenin temel amacını farklı paydaşların çıkarlarının çözümlenmesi olarak tanımlamıştır.” Ancak, hiçbir paydaş diğer paydaşın amacına ulaşması için bir araç olarak kullanılmamalıdır. (Aşçıgil 19)

Günümüzde ise işletmeler için sosyal ve ekonomik çevreden gelen baskılar sorumlu işletmeciliği gerekli kılmaktadır. Bu baskılar genellikle sorumsuz bir şekilde üretim yapan kuruluşların neden olduğu su kirliliği, hammadde kaynaklarının israfı, doğal düzenin tahrip edilmesi, küresel ısınma gibi çevresel sorunlara neden olan işletmelere yöneliktir. Toplumun bu konuda bilinçlenmesi ve duyarlılık göstermesi sonucu işletmeler faaliyetlerine özen göstermek durumunda kalmışlardır ve bunu bir rekabet aracı olarak görmüşlerdir. (Dinçer)

Kısaca, sosyal sorumluluk, işletme ile toplum arasında sosyal bir uzlaşmadır. İşletme ile toplum arasındaki uzlaşma kâr elde etme amacıyla faaliyette bulunan işletmenin işlevlerini sürdürdüğü ve kaynaklarını kullandığı toplumun beklentileriyle sınırlandırmasıdır.

İşletmelerin yapması gereken sosyal sorumluluk kapsamında topluma karşı sorumluluklarının yanı sıra işletme faaliyetlerinin ahlâki yönüne de dikkat etmesi gerekmektedir. Sosyal sorumluluk, örgütlerde alınan kararların ve yürütülen tüm faaliyetlerin, toplumun menfaatlerini dikkate alarak yürütülmesidir. Bu doğrultuda, toplum açısından, neyin iyi ya da kötü, neyin doğru ya da yanlış olduğunun belirlenebilmesi; ancak konuya iş ahlâki boyutuyla bakıldığında mümkün olmaktadır. Bu nedenle de iş ahlâki, örgütlerde sosyal sorumluluğun önemli ve vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. (İlhan 261) İş ahlâki ve sosyal sorumluluk kavramları işletme davranışlarını yönlendiren, çoğu zaman yazılı olmayan fakat toplumsal değerlere uyma zorunluluğudur.

İş ahlâki ve sosyal sorumluluk kavramları karşılaştırıldığında, sosyal sorumluluğun işletmenin dış dünya ile ilişkisini, ahlâk ise hem iç hem de dış ilişkilerini kapsamaktadır. (Demir; Songür 159-160)

Sosyal sorumluluk ve iş ahlâki konusunun iş hayatında artan önemi ve toplumların işletmelerin saygınlığı ile ilgili hassasiyeti iş ahlâki denetimlerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Özellikle küresel çapta ticaret yapan işletmeler, iş yapacakları diğer işletmelerden iş ahlâki konusunda güvence isteme ihtiyacı duymaktadırlar. Bu talebi karşılamak üzere, sosyal sorumluluk alanlarıyla ilgili geliştirilen uluslararası düzenleme ve standartlar geliştirilmiştir. Bu standartlardan bazıları şunlardır:

SA 8000, çalışma koşullarını destekleyen yönetim sistemleri kurumsal performans anlamında sürekli gelişimini sağlamaktadır. SA8000, çocuk işçiliği, çalışma saatleri, iş sağlığı ve güvenliği gibi bilinen sosyal parametreleri denetlemektedir. İnsan Hakları Beyannamesi, Uluslararası Çalışma Örgütü Anlaşmaları ve Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Konvansiyonu'na dayanan SA 8000, çalışma koşullarına ilişkin en kapsamlı uluslararası standart olma özelliğine sahiptir. SA 8000 belgesini almak isteyen işletmeler, sosyal açıdan kabul edilebilir yönetim sistemlerini benimsemekle yükümlüdürler. (Seymen 123)

Bir diğer standart ise ISO 14000 standartları, işletmelerin çevreleri ile ilgili düzenlemeleri kapsamaktadır. Bu standartlar; çevre kirliliği, gürültü, atıklar, enerji tasarrufu ve hava kirliliği konularında işletmelerin neleri nasıl yapacağını önceden belirleyerek çevreyi koruma hususunda gerekli standartlara uyumunu sağlamaktadır (Emhan, 251-254)

İşletmelerin, sosyal sorumlulukları ile ilgili geliştirilen en önemli standartlardan bir diğeri de, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) yapmış olduğu düzenlemelerdir. Bu düzenlemeler işletmelere çevresel, sosyal ve çalışanların ruhsal ve fiziksel sağlıklarını ön planda tutan çeşitli standartlar getirerek, çalışanların iş gördükleri ortamlara ait çeşitli faktörler üzerinde yoğunlaşmıştır. (Bolat; Seymen 70-71)

1.6.2. Küreselleşme Ve Rekabet

1.6.2.1. Küreselleşme

Çeşitli alanlarda, özellikle, ulaşım, enformasyon, mikro elektronik ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler, dünyayı küçülterek ülkeleri hızla birbirine yakınlaştırmıştır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ulaşım ve iletişim maliyetlerini aşırı derecede düşürmüş, ülkeleri, insanları ve piyasaları birbirinden ayıran zaman ve mekân gibi doğal engelleri büyük ölçüde ortadan kaldırmıştır.

Küreselleşme ile ilgili farklı tanımlara da rastlamak mümkündür. Bunun temel nedeni ise, küreselleşme konusunda bilim adamlarının henüz ortak bir görüşe ulaşmamış olmalarıdır. Amerikan Ulusal Savunma Enstitüsü küreselleşmeyi

“malların, hizmetlerin, paranın, teknolojinin, fikirlerin, enformasyonun ve kültürün çok hızlı ve sürekli bir biçimde sınırın ötesine akışı” olarak tanımlamaktadır. Bu enstitünün yaptığı bir çalışmada, ülkelerin ekonomileri arasında küreselleşme sayesinde daha önce hiç örneği görülmemiş bir bütünleşme sağlanmakta, bir enformasyon devrimi yaşanmakta ve pazarlar, işletmeler ve yönetim şekilleri uluslararası hale gelmektedir.

Son yıllarda yaşanan küreselleşmenin; işgücünü, işletmeleri, iş standartlarını, ticari ilişkileri ve rekabeti uluslararası bir platforma taşıdığı görülmektedir. Yaşanan gelişmeler, toplumların dönüşümüne ve iş değerlerinin değişimine neden olmakta; iş ahlâkı değerlerinin ve kültürün yeni biçimlerine gereksinim duyulmasına yol açmaktadır. (Akdemir 432)

Ekonomik ilişkilerde uluslararası iş ahlâkı vizyonunun ve ilkelerinin gücü hissedilmektedir. İşletmelerin uluslararası ticari ilişkilerini geliştirmelerinde veya birtakım birliklere katılımlarında ya da uluslararası ekonomi piyasasında destek kazanmalarında iş ahlâkı ilkeleri belirleyici bir rol oynamaktadır. Örneğin, Avrupa Birliği’ne katılım sürecindeki ilişkiler, çalışma süresi, eşit ödeme, güvenlik ve iş sağlığı gibi iş ahlâkı konularında işletmelerin dikkatli davranmalarını gerektirmektedir. Bu gereklilik aynı zamanda iş çevresinde, işletmelerin ilişkide buldukları tüm kişi ve kuruluşların ihtiyaçlarının giderilebilmesi için gereksinim duyulan kurumsallaşmış uygulamaların gelişmesini sağlamaktadır. (Gök 10)

Küreselleşmenin etkisi ile daha da önem kazanan medya iyi yönde kullanıldığı takdirde işletmelerin faaliyetlerini denetleyen bir mekanizmaya dönüşmektedir. Örneğin, yolsuzluk, rüşvet ve bunlara bağlı skandalların yazılı ve görsel medyada yer alması, bu yayınlara halkın kayıtsız kalmayarak tepki vermesi, çevreciler ve tüketiciler gibi sivil kuruluşların yaygınlaşması ve toplumun çeşitli kesimlerinden büyük destek görmesi, gazetelerde tüketici köşelerinin yaygınlaşması ve geniş okuyucu kitleleri üzerinde etkili olması, çevre ve topluma katkının insanları etkileyeceğinin ve tercihleri yönlendireceğinin anlaşılması ve toplum üzerindeki imajına zarar vermek istemeyen işletmelerin ahlâk dışı uygulamalardan kaçınmalarına neden olmaktadır. (S. Murat 67-80)

Görüldüğü gibi küreselleşme; iş ahlâkı değer ve ilkelerinin, işletmelerin ve ulusların üstünde olma niteliğini ön plana çıkarmakta; çalışma standartlarının, davranış biçimlerinin, örgüt içi ve dışı iş ilişkilerinin düzenlenmesinde uluslararası ilkelerin göz önünde bulundurulması gerektiğine vurgu yapmakta ve iş ahlâkının, çalışma yaşamındaki düzenleyici evrensel konumunu yaygınlaştırmaktadır. (Gök 11)

Her ne kadar kitle iletişim araçları, küreselleşme konusunda biricik güç değilse de küreselleşme sürecinin ortaya çıkmasında ve hız kazanmasında çok etkin bir rol oynamaktadır. Sahip olduğu teknolojik nitelikleri nedeniyle ulusal sınırları ortadan kaldırmakta, ülkeleri birbirleri ile daha fazla “etkileşim” içerisine sokmaktadır. Sadece teknolojik değil, aynı zamanda sahip olduğu sosyal, kültürel ve ideolojik özellikleri nedeniyle de küreselleşmenin altyapısını oluşturmaktadır. Yanı sıra kitle iletişim araçları ile kurulan dünya iletişim şebekesi, toplumların her yerini, her alanını kuşatmaktadır. Yerel medyaların da bu küresel iletişim ağlarına bağlanması ya da küresel medyaların yerel uzantılarıyla da (CNN-Türk örneğinde olduğu gibi) küresel alanlar yerelleşmekte ve küresel güçler, eğilimler, kültürler vb. dünyanın her tarafına ulaşmaktadır. Küresel mesajlar yerelle birleşmek suretiyle küresel akışın içeriğini zenginleştirmektedir. (Taylan; Arklan 90)

İşletmelerin, varlıklarını devam ettirmeleri güçlü bir toplumsal destek bulabilmeleriyle mümkündür. Bunun için de öncelikle güvenilir bir toplumsal imaj kazanmaları gerekmektedir. Zira, günümüzde işletmeler için yıllık cirodan çok, toplumdaki genel görünümleri ve prestijleri önemli hale gelmektedir. Yüksek prestijli bir imajın kazanılması ise hiç kuşkusuz iş ahlâkı ilkelerine uymayı, kamusal yararı dikkate alan sorumlu davranışlar sergilemeyi gerektirmektedir. Yanıltıcı reklam ve gösterişli ambalajla ürünün ayıbını örterek tüketiciyi yanıltmamak, reklamlarda özellikle çocukları olumsuz etkileyecek yaklaşımlardan kaçınmak, ürün kalitesini ön planda tutmak, kalite-fiyat dengesine riayet etmek gibi tüketici haklarına saygıyı esas alan davranışlar güvenilirliğin temel koşulları arasında yer almaktadır. (İlhan 262)

1.6.2.2. Küresel Rekabet

Küreselleşmenin dünya ekonomisi üzerindeki en önemli etkisi, rekabetin küresel düzeye taşınmasıdır. İşletmeler artık sadece ülkelerindeki rakiplerle değil,

aynı zamanda başka ülkelerdeki rakip işletmelerle de rekabet etmek zorunda kalmaktadır. Bu durum işletmelere, maliyetlerini rakiplerinin altına düşürme ve iş veya işletme stratejilerini küresel düzeye çıkarma zorunluluğunu getirmektedir. Bu amaçla işletmeler, etkinliklerini artırabilmek için, birleşme ya da devralma yoluyla ihtiyaç duyulan ölçeğe ulaşmaya çalışmakta veya stratejik harekât tarzıyla küresel pazarlarda rekabet etme yolunu seçmektedir. Bu sayede küreselleşme süreci işletmelere yeni rekabet imkânları sağlamaktadır. Bu imkânlar; rekabet avantajının artması ve yeni rekabet stratejilerinin geliştirilmesi gibi konulara bağlı olarak incelenmektedir. (Akdemir 435)

Küreselleşme, ulusal hükümetlerin ekonomik rollerini azaltmakta, küresel rekabetin ülkelerden çok, uluslararası işletmeler arasında olmasına yol açan bir süreci hızlandırmaktadır. Artık küresel rekabet, İngiltere ile Almanya, Japonya ile ABD veya Avrupa ile ABD arasında olmaktan çok, Fuji ile Kodak, Boeing ile Airbus, Compaq ve Toshiba arasında olmaktadır. Bu süreç aynı zamanda iş dünyası ile ulus devletler arasında giderek artan bir amaç çakışmasının varlığını da haber vermektedir. Uluslararası işletmelerin en ucuz emeği, en düşük vergileri ve en az çevre koruma yasalarını talep etmeleri, bir çıkar ve amaç çatışmasına neden olmaktadır.

Hangi açıdan ele alınıralsa alınsın, teknolojik gelişmeler, ekonomik ve ideolojik etkenler küreselleşmenin ana etkenleri arasında sayılmaktadır. Bilişim teknolojilerinin ucuzlaması ve yaygınlaşması bilgi akışını hızlandırmakta, zaman, mekân ve mesafe algılamalarını değiştirmekte, kültürleşme sürecine ivme kazandırarak küresel değerlerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Halen devam eden bu süreç, yeryüzü toplumlarının tümünü ilgilendirdiği için üzerinde durulması gereken bir olgudur. (Balay 63)

Küreselleşme denildiği zaman akla gelen kavramlar; dünyanın ekonomik olarak büyük bir pazar haline gelmesi, teknolojik gelişmelerin insan hayatına etkisi, kültürel değişimler, popüler kültür ve benzeri kavramlardır. Küreselleşme hayat ile ilgili her alanı ve kurumu etkilemektedir. (Yılmaz; Horzum 104)

Artan küresel ilişkiler uluslararası hareketliliği her yönüyle artırırken, gelişmekte olan birçok ülke açısından olumlu ve olumsuz etkileri de ortaya çıkarmaktadır. Küreselleşmenin ekonomik boyutu, uluslararası düzeyde başta mal ve

hizmet olmak üzere, finansal varlıkların ve insanların hareketliliğini artıran bir hızla devam etmektedir. Söz konusu sürecin yeni yatırım ve istihdam alanlarını artırması, teknolojik yeniliklerden yararlanan ve kullanan insan sayısını artırması, mal ve hizmet çeşitliliğini ve akışını hızlandırması vb. açısından olumlu katkılar meydana getirmektedir. Bunun yanında, teknoloji paralelinde emeğin nitelik değiştirme gücü ve hızının düşük olması ve sermaye-yoğun yatırımlar nedeni ile artan işsizlik, özellikle gelişmemiş ve gelişme yolunda olan ülkelerde rekabet gücünün zayıflığı nedeni ile azalan yerel üretim, artan ithal talebi, dışa bağımlılık ve cari açığın artması vb. gibi bazı olumsuz etkileri de ortaya çıkarabilmektedir. Sözü edilen olumsuz etkilerin bir yönünü de yoksulluğun artması oluşturmaktadır. (Altay 58)

İşletmelerin, kendilerinden beklenenleri yerine getirebilmeleri ve iş dünyasında güvenilir bir sosyo-ekonomik ilişkiler zemininin ortaya çıkması bakımından devletin de belli yükümlülükleri bulunmaktadır. Devletin, küreselleşmenin etkisi ile oluşan haksız rekabet ortamını nesnel koşullar temelinde yapılandırması ve kurumsallaştırması birincil gereksinim konumundadır. Çünkü haksız rekabet ortamının oluşturduğu şiddetli baskı iş ahlâkı ilkelerinin göz ardı edilmesinde en etkili faktörlerden biridir. Dahası, haksız rekabet ortamı kimi işletmeler için iş ahlâkına uymayan eylemlerini meşrulaştırma gerekçesi bile olabilmektedir. Oysa rekabet sürecinin nesnel ölçütlere göre işler hale getirilmesi, işletmelerin, tüm muhataplarıyla olan ilişkilerini ve örgütsel yapılarını, kendi edimlerinin ahlâkiliğini ön plana çıkararak stratejik rekabet koşullarına göre kurmaları yönünde teşvik edici bir etmendir. (İlhan 263)

Sonuç olarak, küreselleşme, olumlu ya da olumsuz yönleriyle bir gerçeklik olarak dünya üzerinde hızla işlemeye devam eden bir süreçtir. Bu zorlu süreçte başarılı olabilmenin ve ayakta kalabilmenin yolu, küreselleşmeyi bir olmazsa olmaz durum gibi görüp ona tamamen sorgulamadan tabi olmak ya da tümüyle onu yok sayarak mevcut gerçekliğini kabul etmemek değil, küreselleşen dünyada rekabet edebilir değerler ve beceriler üretebilmektir. (Çalık; Sezgin 65)

1.7. İş Ahlâkı Ve Önemi

Bireylerden kuruluşlara, ailelerden devletlere varıncaya kadar toplum hayatının tüm katmanlarının huzurlu, istikrarlı ve güvenli olabilmesinin temel şartı

ahlâki kurallara uygun davranmaktır. Bu bakımdan hem bireylerin hem de organizasyonların iş hayatında ahlâki ilkelere uygun davranması en önemli bir görev ve sorumluluktur. (Zaim, İş Ahlâkı 128)

Kant, “ahlâki davranmanın bir koşula veya nedene bağlanamayacağını ve her ne koşulda olursa olsun ahlâki davranışın ortaya konması gereken esas durum olduğunu” ifade etmektedir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 9-11) Bu doğrultuda işletmeler için ahlâki norm ve ilkelere uymanın çeşitli sebeplerden kaynaklanan bir sonuç olmadığı veya sadece çıkar amaçlı yapılabilecek bir davranış olamayacağı ifade edilebilir. Günümüzde iş ahlâkı yalnızca kişilerin vicdanlarına bırakılacak kadar basit bir mevzu değildir. Bu nedenle işletmelerde iş ahlâki ilkelerine uygun politika ve stratejiler geliştirmenin bireysel ve kurumsal performansı olumlu yönde etkilediği kabul edilmektedir. (Şahin; Yıldırım 55-66)

Ahlâk, iş hayatında, ekonomide, sosyal yaşamda ve siyasette ayrı ayrı ele alınmaktadır. İş dünyası ile ilişkilerdeki karmaşıklık, kurumlarda iş kontrollerini ve kamunun denetimini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte ilişkiler karmaşıklaştıkça tarafların birbirlerine olan güvenleri daha önemli hale gelmektedir. (Aras 28-29)

İşletmeler, iş ahlâkına uygun hareket etmediklerinde maddi-manevi zararlar ile karşılaşmaktadırlar. Günümüzde iş ahlâkı ile ilgili çeşitli ihmal ve suistimaller örneğin yanıltıcı reklâm, çevreye duyarsızlık, çalışanına haksızlık bir anda bir işletmeyi, kamu-özel fark etmemekte, işletmelere binlerce dolarlık tazminatlara ve bundan da önemlisi kamuoyunda yıllarca düzeltilemeyecek itibar kaybına sebep olmaktadır. (S. Murat 67-81)

İş ahlâki değerlerine bağlılık ve alınacak kararlarda ahlâki davranmak, bir ekonomideki kaynakların daha etkin kullanımını sağlamaktadır. Üretimdeki firelerin ve yolsuzlukların önlenmesi, herkesimin üzerine düşeni gerektiği gibi yerine getirmesi, milli gelir seviyesini artırmaktadır. Zira iş ahlâkının başlıca ilkelerinden biri olan “işin doğru ve güzel biçimde yapılması” ilkesi verimlilik ve kalite anlamında son derece önemli olduğu gibi çalışma barışının korunması, organizasyon içinde ekip ruhu ve yardımlaşma anlayışının gelişmesi gibi çok değişik açılardan da organizasyonları etkileyen bir konudur. Ayrıca kuruluşun ahlâki ilkelere saygılı bir imajının olması müşteriler açısından da söz konusu işletmenin daha fazla tercih

edilmesini sağlamaktadır. Bu sebeple araştırmacılar iş ahlâkı ilkelerini hayata geçirmenin işletmelere ölçülebilir ve ölçülemeyen değerler kazandırdığını belirtmektedir. (Zaim, İş Ahlâkı 128)

Küreselleşme sonucunda tüm dünyada daha fazla demokrasi ve insan haklarına talep artmaktadır ve etnik köken, dil, din, mezhep ve cinsiyet gibi konularda ayırım yapılmaması arzu edilmektedir. Çok uluslu şirketlerde farklı kültürlerden gelen insanların çalışması yeni ahlâkı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle işletmelerde insanlar, birbirlerini anlamalı ve birbirlerinin kültürlerine saygı göstermeleri gerekmektedir. Diğer bir deyişle iş ahlâkı ilkelerine uygun hareket etmeleri anlamına gelmektedir. (S. Murat 67-81)

Yolsuzlukları, kayıt dışılığı ve hileli işleri onaylamayan iş ahlâkı kuralları, kurumsal ve bireysel zaafaları ortadan kaldırarak alınacak kararlarda rasyonelliği artırmaktadır. Bu şekilde, kurumun ve sistemin yararına dolayısıyla toplumun çıkarına sonuçlar elde edilmesi sağlanmaktadır. İş ahlâkı değerlerine uygun davranışlar ile elde edilen fayda toplum yararına dönüşmektedir. (Aras 32-49)

2.BÖLÜM: İŞLETME YÖNETİMİNDE İŞ AHLÂKI

2.1. İşletmelerde Ahlâki Yönetim

Ahlâki görevler deyince elbette insanın aklına kişiler gelmektedir. Ne var ki, bazı bakımlardan, kişilere atfolunan fikir ve işlevler, kişilerden oluşan kuruluşlara da uygulanabilmektedir. (McHugh 23)

İşletmelerin müşterilerine ve alışverişte buldukları diğer işletmelere karşı tutumu anlaşılır ancak işletmenin çalışanlarına karşı tutumu en az müşterilerine karşı tutumu kadar önemlidir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâki Kitabı 109)

Bir işletmede ortaya çıkabilecek ahlâki sorunlar, diğer insanlara zarar verebilecek sorunlardır. İş ahlâkına uygun faaliyetlerin gerçekleştirilmesi üst düzey yöneticinin bireysel kararı ya da tercihi olarak düşünülmemekte, örgütsel bir zorunluluk olarak ele alınmaktadır. (Güney 140)

İşletme yönetimlerinde karşılaşılan ahlâki sorunlar siyah- beyaz değildir, gri tonlar içerir. (Tierney 21) Bunların çözümünde; kanuni düzenlemelerin ve denetim mekanizmalarının etkisiz kalması iş ahlâki konusunu gündeme getirmektedir. İş ahlâki, işletme yönetici ve çalışanlarının tarafsız, objektif ve dürüst davranmalarını, buldukları konumu kişisel, maddi çıkarları için kullanmaktan sakınmalarınıdır.

Günümüzde iş dünyasında işletmelerin başarılı sayılmaları için iş ahlâki değerlerine uygun davranışlar sergilemeleri gerekmektedir. Bunun için işletmelerin performans değerlendirme yöntemlerinin sosyal performansı da ölçecek şekilde değiştirilmesi gerekmektedir. Ekonomik düzen çerçevesinde de başarı iş ahlâki davranışını gerektirmektedir. (Aşçıgil 19)

Ahlâki yönetimi uygulayan işletmelerin sahip oldukları faydaları şu şekilde ifade etmek mümkündür. Ahlâki kurallara uygun olarak yönetilen bir işletme, her şeyden önce, ahlâk-dışı uygulamalarla yönetilen bir işletmenin sahip olduğu kötü ünün zararlarından korunmaktadır. İşletmenin ahlâka aykırı davranışlar sergileyerek kârlılığını artırması sadece kısa vadede bir fayda sağlayan bir işletme uzun vadede bu

tür uygulamalardan zarar görmektedir. İkinci olarak, ahlâki anlamda temeli sağlam bir biçimde oluşturulmuş işletmelerin farklı taleplere yanıt vermesi çok daha kolay olacaktır. Ahlâki yönetimin üçüncü faydası ise, ahlâki yönetimin söz konusu olduğu işletmelerin iki önemli grubun yani müşterilerin ve çalışanların saygısını kazanması iken, dördüncü ve son fayda, ahlâki davranışları keşfeden işletmelerin, kazançlarını artırma şansını yakalayabilecek olmalarıdır. (Güney 144)

Yapılan bir tüketici eğilimi araştırmasına göre “eğer kalite ve fiyat farkı olmazsa, toplum için iyi şeyler yaptığina ve sorumluluk taşıdığına inandığım işletmenin ürünü tercih ederim”, diyenlerin oranı üç yıl içinde %55’ten %65’e yükselmiştir. Bu araştırma bulgusu topluma katkıda bulunmanın ve ahlâki değerler doğrultusunda hareket etmenin karşılığının ticari olarak da fazlasıyla alınmaya başladığını göstermektedir. (Acar 42)

2.1.1. İşletmelerde İş Ahlâkına Uygun Olmayan Davranışlar

İşletmelerde bazı durumlarda iş ahlâki ilkelerine bağlılık sadece yolsuzluk yapıp yapmamaya indirgenmektedir. Yolsuzluklar ahlâk dışı hareketler olmakla birlikte bir işyerinde zamanında işe gelmemek ya da ayrılmak, işi zamanında bitirmemek, işletme malzemelerini kişisel amaçlar için kullanmak, görevlerini başkalarına yüklemek, başkalarını rahatsız edecek ve işlerini aksatacak davranışlarda bulunmak gibi olaylar da iş ahlâkına uygun değildir. (Aras 44)

İş ahlâki ile ilgili karşılaşılan sorunların oranı oldukça ürkütücü bir boyuta ulaşmıştır. ABD’de yapılan bir araştırmada çalışanların %40’ının, yöneticilerin ise %65’nin işyerinde bir şekilde ahlâk dışı bir tutumla karşılaştığını ortaya koymaktadır. İş ahlâkının hem olumlu hem de olumsuz anlamda iktisadi yönü hiç de ihmal edilemeyecek kadar önemli bir hale gelmiştir. (Zaim, İş Ahlâki 128-129)

Çalışma hayatında karşılaşılan iş ahlâki sorunlarının hem bireysel hem de örgütsel nedenleri bulunmaktadır. (Kayacan 14)

Bu nedenlerden bazıları şu şekildedir:

- Yöneticinin çalışanlara ulaşılması zor ya da gerçekçi olmayan hedefler koyması,

- Çalışanların iş programına yetişme kaygısı ve zamanın iyi kullanılamaması,
- Batmamak için kriz zamanında her yöntemin denenebilmesi,
- İşletme yönetiminin nepotizme (hısmcılık) tavır alacak kadar profesyonel olmaması,
- İşletme ile çalışanların ya da çalışanla diğer bir çalışanın çıkarlarının çatışması,
- Çalışanların ödüllendirmesinde ve maaşların belirlenmesinde eşitliği sağlayıcı somut bir yöntemin olmadığına çalışanlar arasında inanç,
- İşletme yönetiminin tecrübesizlik ya da kişisel yetersizlik nedeniyle yönetsel zafiyet içinde olması ya da çalışanlarca öyle algılanması,
- İşletme yönetiminin paydaşlar nezdinde işletme itibarını yüksek tutmak adına mevzuata aykırı davranması,
- İşletme yönetimindeki bireylerin kişisel zenginleşmelerini her şeyin üstünde tutması,
- İşletmenin temel değerlerinin, amaç ve misyonunun tüm çalışanlarca benimsenmemiş olması.

İş ahlâkına uygun olmayan davranışlar işletmeler açısından tedavisi aciliyet arz eden bir hastalık ifadesidir. Ancak işletmelerin bu konuda tek başlarına çalışma yapmaları bu hastalığa bir çözüm oluşturmamaktadır. İş ahlâkına aykırı davranışların kaynağı bireysel algılama yanlışlıkları ve toplumsal dejenerasyonun sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Böyle bir süreçte işletmelerin tedavi maksatlı çalışmaları, bataklık kurutmaktan ziyade sivrisinekle mücadeleden öteye gitmemektedir. (Gül 68-69)

İşletmelerde çok çeşitli ahlâki sorunlarla ve iş ahlâkına aykırı davranışlarla karşılaşmaktadır. 1987 yılında yapılan bir araştırmada, ankete katılan işletmelerin

% 80'ninden fazlası “çıkar çatışması” , “rüşveti” ve “cinsel tacizi” en önemli iş ahlâkına aykırı davranış olarak değerlendirmişlerdir. (Şahin; Demir 205)

İş ahlâkına aykırı davranışlar, örgüt içerisinde çeşitli nedenlerle meydana gelen çatışmalar, saldırgan davranışlar ve davranışsal sorunları ifade etmektedir. Hangi nedenlerle ve hangi düzeyde çıkmış olursa olsun iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar örgütsel yaşamın kalitesini, çalışanların motivasyonunu, performansını, bağlılığını ve tatminini olumsuz yönde etkilemektedir. (Gül 62)

Vogel ve Zabid ve Alsagoff yürüttükleri çalışmalarda iş ahlâkına aykırı davranışları araştırmışlardır. İşletme raporlarında tahrifat yapmak, işletme hakkındaki kamunun bilmediği gizli bilgileri işletme dışına sızdırmak, bilgi saklamak, işletme hesabından gereksiz maddi harcamalar yapmak, çalışma saatleri içinde kişisel işler yapmak, çevre kirliliği, rüşvet almak ve vermek iş dünyasında sıkça bahsedilen ve karşılaşılan iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar olarak sıralanmaktadır. (Ekin; Tezölmez 945)

2.1.1.1. Ayrımcılık

Yöneticilerin çalışanları din, dil, etnik köken ve cinsiyete dayalı olarak bir ayırma tabi tutmaması bir iş ahlâkı sorumluluğudur. (Berkman 105) Yöneticilerin, personel alımı, çalışma koşulları, ücret belirleme, performans değerlendirme, kariyer ilerlemesi hatta işten çıkarma gibi durumlarda çalışanlara yönelik olarak ayrımcılığa gitmemesi ahlâki sorumluluklarıdır. Çalışanlara karşı yöneticilerin tüm davranışlarının adil, tarafsız ve eşit olması gerekmektedir. Özellikle bazı ülkelerde, yalnız cinsiyete dayalı olarak değil, etnik köken açısından da böyle ayrımcılıkların olduğu ne yazık ki görülmektedir.

Sonuçta özgürlük, bireysel haklar ve fırsat eşitliği tanınmış olsa da, işyerinde bunlara aykırı davranışlar olabilmektedir. Bu ayrımcılığın da azınlıklar ve kadınlar üzerinde daha yoğun olarak uygulandığı görülmektedir. Tüm bunlara ek olarak kişilerin sahip olduğu dini veya politik inançları nedeniyle çalışma hayatında ayrımcılığa uğraması da iş ahlâkı açısından kabul edilemez davranışlardandır. (Şimşek 77-78)

İşe alma sürecinden itibaren yapılacak ayrımcılık ve haksızlıklar mevcut çalışanları olumsuz etkileyerek motivasyonlarının düşmesine neden olmaktadır. İstihdam işletmelerin en önemli sorumluluğudur. Çalışanlara yönelik yapılan adaletsizlikler, işletmenin verimliliğini olumsuz etkileyebileceği gibi toplumsal huzursuzluklara da neden olmaktadır. Bu durum, işletme yönetiminin işe alma sürecinden başlayarak mevcut çalışanları da kapsayan adil bir istihdam politikası oluşturmasını gerektirmektedir. (Arslan, İş ve Meslek Ahlâkı 111)

2.1.1.2. Rüşvet Ve Yolsuzluk

Rüşvet, genellikle ya bir zarardan kurtulmak ya da bir menfaat temin etmek ya da bir işi hızlandırmak amacıyla verilmektedir. Dolayısıyla rüşvet, kişinin, bürokratik mekanizmayı kendi lehine çalıştırmasının bir aracı olarak da değerlendirilmektedir. Rüşvet, bir çalışanın görevini, bir gerçek veya tüzel kişiye haksız çıkar sağlayacak biçimde yapması ya da bu kişinin eylemlerini görmezlikten gelmesini sağlamak için kendisine verilen para, hediye ya da sağlanan olanak olarak tanımlanmaktadır.

Yolsuzluk, gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerin en önemli sorunlarından birini teşkil etmektedir. Yolsuzluğun biri genel diğeri hukuksal-sosyolojik olarak iki tanımından söz etmek mümkündür. Bunlardan ilkinde göre yolsuzluk, yolunda yapılmayan, kurala aykırı, uygunsuz usulsüz iş anlamına gelmektedir. Hukuksal ya da sosyolojik anlamda ise yolsuzluk, kamusal yetki, görev ve kaynakların toplumsal düzenin temelini oluşturan hukuksal ve sosyal norm ve standartlara aykırı olarak özel çıkarlar için kullanılmasıdır. Yolsuzluk, örgütsel bir sorun olarak değerlendirilmekte ve yapılmaması gereken işlemleri yapmak ve yapılması gereken işlemleri yapmamak şeklinde tanımlanmaktadır. Rüşvet, zimmete para geçirme, irtikap (kötü iş yapma, kötülük etme), memuriyet görevini kötüye kullanma gibi tutum ve davranışların hepsi yolsuzluk kavramı içerisinde yer almaktadır. (M. Özdemir 187-188)

İşletmelerdeki diğer önemli sorunlardan biri de hediye, her zaman çıkar sağlamak amacıyla verilmemektedir. Verilen hediyeleri, hediye verenin niyeti açısından ikiye ayırmak mümkündür. Birincisinde hediye verenin herhangi bir menfaat beklentisi bulunmamaktadır. Örneğin yöneticilik görevine getirilen amirlerini ziyaret eden çalışanların verdikleri bir hediye, yılbaşında verilen ajanda ve

benzeri hediyeler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bu tür hediyeler daha çok sembolik niteliktedir.

İkincisinde ise hediye veren bir menfaat elde etme ya da hizmetin kolayca ve süratle görülmesi yönünde bir beklentisi bulunmaktadır. Bu durumda hediye veren, ayrıcalıklı işlem yapmasını beklediği kamu görevlisine, önceden meşruiyet kazandırılmış çıkarlar sağlama yoluna gitmekte, böylece doğrudan rüşvet vermenin risklerini en aza indirmeye çalışmaktadır. Bu kapsamdaki hediyeler genellikle sembolik olmanın ötesinde çalışana belli bir çıkar sağlamayı hedeflemektedir.

Hediyede genellikle süreci hediye veren başlatmaktadır. Çalışan, hediye alma karşılığında hediye verene çıkar sağlama konusunda bir taahhütte bulunmamaktadır. Hediye alan çalışan, hediye veren tarafa bir çıkar sağlama “ihtimal”i söz konusudur. Hediye verme, rüşvetten farklı gibi görünse de, verenin veriş amacının gerisinde yatan gerçeği saklamaktan öteye geçmemektedir. Bir menfaat elde etmek için çalışana açıkça rüşvet veremeyenler, hediye vermek suretiyle ona çıkar sağlamaktadırlar. Bu anlamda hediye, rüşvet olarak değerlendirmek mümkündür. (Şen 363-364)

2.1.1.3. Cinsel Taciz

Genel olarak taciz; bir kimsenin istemediği davranışlara maruz kalması, canının sıkılması, rahatının kaçması veya tedirgin olması şeklinde açıklanmaktadır. Cinsel taciz ise, işyerinde karşı cins tarafından yapılan her türlü istenmeyen, rahatsız edici ve devamlılık arz eden cinsel tutum ve davranışları ifade etmektedir. Cinsel tacizin pek çok farklı tanımı yapılmaktadır. Başka bir tanıma göre cinsel taciz işyerinde gereksiz ve istenmedik fiziksel temas, dokunma, sözlü cinsel yaklaşımlar, aşağılayıcı konuşmalar, cinsel ayırım güden sözler, müstehcen resimler ve cinsel ilişki talebinde bulunmaktır. (Tengilimoğlu; Tahtasakal 33)

Cinsel tacizi tam olarak tanımlamak zor olmakla birlikte Dünya Özgür İşçi Sendikalar Konfederasyonu'nun (ICFTU) kadın komitesi şöyle bir tanım yapmıştır; işyerindekiler tarafından, tekrar edilen ve istenmeyen sözle, vücut hareketleriyle veya jestler ile gerçekleştirilen her yaklaşım, cinsel bakımdan küçümseyici her beyan cinsel ayırım güden her söz cinsel tacizdir. (İşseveroğlu 62)

Cinsel taciz insan kaynakları açısından çalışanların iş verimini düşüren ve temel insan haklarını ihlal eden bir sorundur. Cinsel taciz, iktidar ve otoritenin fiziksel ve zihinsel üstünlüğünü kötüye kullanmasıdır. İş topluluklarında, kişilerin, fiziksel durumları, yaşları, medeni durumları, konumları, cinsel taciz olaylarının yaşanmasını engellememektedir. (Tengilimoğlu; Tahtasakal 34)

2.1.1.4. Yıldırma (Mobbing)

Duygusal bir saldırı olan mobbing; bir kişinin diğer insanları kendi rızalarıyla veya rızaları dışında başka bir kişiye karşı etrafında toplaması ve sürekli kötü niyetli hareketlerde bulunma, ima, alay etme ve karşısındakinin toplumsal itibarını düşürme gibi yollarla, saldırgan bir ortam oluşturarak, söz konusu kişiyi işten çıkmaya zorlamadır. Bir başka tanıma göre ise, çalışanlara üstleri, astları veya kendileriyle eşit düzeyde olanlar tarafından sistematik biçimde uygulanan her türlü kötü muamele, tehdit, şiddet, aşağılama davranışlarıdır.

Türkçe’de ve başka dillerde mobbing yerine kullanılması tercih edilen belli başlı karşılıklar şunlardır: işyerinde duygusal linç, işyerinde psikolojik terör, işyeri travması, iş yerinde psikolojik taciz, işyerinde duygusal saldırı, yıldırma, vb. dir.

Tim Field yaptığı araştırmada mobbingin nedenlerini araştırmış ve şu sonuçlara ulaşmıştır: Mobbing eksik ve yetersiz yönetimlerde, yönetim olarak dikkatli olunmadığında, düşük iş tatmininin oluşması durumunda, çalışanlar arasındaki moralsizliğin artması halinde, çalışanlara yetki verilmediğinde, örgütsel sağlık azaldığında, işyerlerindeki monotonluk arttığında, işyerlerinde zaman ve enerji ekonomik şekilde kullanılmadığında, çalışanların işyerinden soğutulması durumlarında, kültürel yoksunluklarda ve sürekli çatışmalar sonucu oluşan kötü örgüt ikliminde ortaya çıkmaktadır. (Yılmaz vd. 335-338)

2.1.2. İşletmelerde Yöneticiler Ve İş Ahlâkı

İşletmelerin başarılı olmaları ve uzun süreli yaşamaları yöneticilerin davranış ve tutumlarıyla yakından ilişkilidir. Günümüz dünyasında işletmeler büyük bir rekabet içerisindedir. Bu rekabetten başarıyla çıkmak için sadece güçlü sermaye yeterli olmamakta aynı zamanda bu sermayeyi yönetebilecek ve geliştirebilecek güçlü yöneticiler de gerekmektedir.

Yöneticiler, işletmede bireysel değerler ile organizasyon değerleri arasında köprü gibi önemli kilit rolü oynamaktadırlar. (McHugh 25) Bu nedenle işletmelerde ahlâki değerlere uygun kararlar alınmasında ve ahlâki değerlerin geçerli olduğu bir çalışma ortamı oluşturulmasında yöneticilere büyük görevler düşmektedir. Yöneticiler dürüstlük, güven ve sorumluluk kavramlarının örgütte yerleşmesini sağlamak durumundadırlar. (Elbeyi; Evren 36)

Buna rağmen bazı yöneticilerin iş ahlâkına uygun hareket etmedikleri görülmektedir. Baumhart 1961 yılında Amerika'daki işletmelerde iş ahlâki olgusunu araştırmak amacıyla yürüttüğü çalışmasında yöneticinin üstlerinin davranışları, sanayinin ahlâk yapısı, yönetici ile aynı düzeydeki diğer çalışanların davranışları, işletmede yazılı iş ahlâki kurallarının bulunmaması ve yöneticinin şahsi maddi gereksinimlerinin bulunmasını, yöneticileri iş ahlâkına aykırı davranmaya yönelten faktörler olarak sıralamaktadır. Daha sonra 1977 yılında Brenner ve Molander ve 1993 yılında ise Zabid ve Alsagoff tarafından Amerikalı ve Malezyalı yöneticiler hakkında yapılan araştırmalarda da üstlerin davranışları ve işletmede yazılı iş ahlâki kurallarının bulunmaması, yöneticilerin iş ahlâkına aykırı davranışlarda bulunmasına sebep olan en önemli iki faktör olarak sıralanmaktadır. (Ekin; Tezölmez 961)

İşletme yöneticilerine farklı olan uygulamalar ile yanlış olanlar arasında ayırım yapabilmeleri için yardımcı olmalıdır. Ahlâki davranışı biçimlendirme konusunda işletmelere yol gösterebilecek şu üç ilke vardır: İş faaliyetlerinin mutlak ahlâki eşliğini belirleyen çekirdek insani değerlere saygı göstermek, yerel geleneklere saygı göstermek ve neyin doğru ya da neyin yanlış olduğuna karar verirken ahlâkın önemli olduğunu kabul etmek. (Donaldsan 119)

Yöneticinin rolü işletmeye yönelik meydan okumalara karşı işletmenin refahı için belirsizlik koşulları altında çözüm önerileri tasarlamaktır. Amaç işletmenin yaşamına yönelik olumsuz davranışlara karşı işletmenin devamını sağlamak ve bu amacın gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği işletmenin sağlığı ile değerlendirilmektedir. Yöneticinin görevi bazı çok önemli amaçları rasyonel olarak takip etmekten ziyade önce bir gurubu daha sonra diğer gurubu tatmin eden bir politikacı tarzıyla problemleri zamanında çözmektir. Yani işletme içerisindeki farklı grupların isteklerini karşılamaktır. Bu alandaki bir diğer önemli çalışma Chester Bernard'a aittir. Bernard yöneticiyi bir işletmedeki değerlerin hem oluşturucusu hem

de yürütücüsü olarak tanımlamaktadır. Bernard yönetim sorumluluğunu ayırt edici özelliğini şu şekilde açıklamaktadır: Yönetici sadece var olan ahlâki kurallara uymak zorunda olan kişi değildir. Yönetici aynı zamanda diğer çalışanlar için ahlâki değerler ihdas etmek ve bunlar arasında iletişimi sağlamak zorundadır. (Yüce 5)

Ahlâk İlkeleri (The Principles of Ethics) adlı eserinde Herbert Spencer (1820-1903) “herkes ahlâklı olmayınca hiç kimse ahlâklı olamaz.” diye yazmıştır. Diğer bir ifade ile birinin ahlâka uygun olmayan davranışlarda bulunması diğerlerinin de ahlâk dışı davranmasına neden olabilmektedir. 19. yüzyılda yaşamış büyük liberal filozoflardan biri olan Spencer’e göre ise, “bir kişinin ahlâklı olması yetmez!”. Bu doğrultuda bir tek alanda ahlâka uygun olan davranışların bulunması yeterli değildir, tüm alanlarda ahlâka uygun ilkelerin ve standartların yürürlükte olması gerekmektedir. Bu konu ile bağlantılı olarak “Balık baştan kokar” atasözünün verdiği mesaj şu şekilde yorumlanmaktadır. Örneğin, bir işletme yönetiminde ya da devlet yönetiminde eğer lider ve üst yöneticiler ahlâka uygun davranmadıkları takdirde işletme ya da devlet kuruluşunda görev yapan diğer çalışanların da iş ahlâkına uygun davranması ya da üst yönetimin, kendi altlarında çalışanlardan ahlâka uygun davranış ve eylemlerde bulunmalarını beklemeleri mümkün değildir. (Aktan 2-3)

Diğer taraftan, bir örgüt yöneticisinin; emri altındaki çalışanlara ne kadar adil davranırsa çalışanların da, o yöneticiye olan güveninin ve bu sayede de verilen emri yerine getirme isteğinin artacağı hemen hemen çalışma hayatıyla ilgili yapılan araştırmaların, yoğun olarak üzerinde durdukları konulardandır. Bu doğrultuda, yöneticilerin yöneticilik görevini yerine getirirken göstermiş oldukları yönetim anlayışları, çalışanların genel olarak işlerine ve işletmelerine karşı olan bakış açılarını da önemli ölçüde etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Başka bir anlatımla bu durum, çalışanların işlerinden sağladıkları doyum ve örgüte bağlılıklarında da önemli ölçüde bir etkiye sahip olacak, bu da o çalışanın işletmeye sağlayacağı katkıda ve işletmeyi sahiplenme duygusunda olumlu etki yapmaktadır.

İşletme bünyesinde ahlâki yapıyı tesis etmek için hangi işletmede olursa olsun yöneticilik görevini üstlenen kişinin, yöneticilik görevi kapsamında, sorumlu olduğu örgütteki tüm etkinlikleri sergilerken; işi bitirme azim ve heyecanı, çalışkanlık, bilgi, organizasyon gücü, denetim kabiliyeti, iletişim becerisi, çevre ile

dışta ve içte iyi ilişkiler kurabilme, insan sevgisi, sezgi gücü, duygusallık, olgunluk, kararlarında açık olma, objektif olma, hoşgörü, dürüstlük, yaratıcılık, güvenilirlik, vb. özelliklere sahip olması gerekmektedir. (Elbeyi; Güçer 33-35)

Bu noktada, faaliyette bulunduğu sektör türü ne olursa olsun herhangi bir işletmede yönetici konumundaki kişinin, yönetsel faaliyetleri yerine getirirken doğru hareket edebilmesi için davranışlarına bazı genel kuralların rehberlik etmesi gerekir ki, ahlâki ilkeler söz konusu bu kurallar arasında vazgeçilemeyecek unsurlardandır.

Yukarıda belirtilen tüm bu hususlar, yöneticilerin; dürüstlük, güven ve sorumluluk kavramlarının örgütte yerleşmesini sağlamada önemli rolleri olduğunu ve bunları örgüte yerleştirmede azami çaba sarf etmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır. Nihayetinde, örgütsel yaşamda çalışanlar birbirlerine güvendikleri takdirde işbirliği yapabilmekte ve açık davranabilmektedirler. Ahlâk dışı davranışlar ise işletmede doğrudan ve dolaylı olarak çok büyük maliyetlere yol açmaktadır. Bu bakımdan, bir işletmede yöneticilik rolünü üstlenen kişinin, verdiği tüm kararlarda özünü de oluşturan, doğru ve yanlış ölçütlerini dikkate alması, diğer bir anlatımla, ahlâki ilkelere uygun davranışlar sergilemeleri, hem işletmeyi temsil eden en yetkili kişiler olmaları açısından, hem de çalışan ve müşterilere örnek rol modeli olmaları bakımından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, yöneticilerin çalışanlara karşı ahlâki sorumluluklarını genel olarak şu şekilde sıralamak mümkündür: Çalışma hakkına saygı gösterme, adil ücret ödeme, çalışanların özgür konuşma hakkını sağlama, özel hayatın gizliliği hakkında saygılı olma, güvenli ve sağlıklı koşullar yaratma ve çalışma hayatının kalitesini yükseltme, çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama ve cinsel tacizden sakınma, çalışanların kararlara katılma hakkını sağlama sorumluluğudur. (Şimşek 69-86)

2.1.3. İşletmelerde Çalışanlar Ve İş Ahlâkı

İşletme yöneticilerinin işletmenin varlığını sürdürmesi, büyümesi ve karlılığı için, ilişki içerisinde olduğu tüm gruplara karşı iş ahlâkı davranış ölçütlerine göre hareket etmesi, mesleklerini icra ederken iş ahlâkına duyarlı davranmaları önem arz etmektedir. (Elbeyi; Güçer 36) Bu doğrultuda, işletmelerde güveni tesis etmek için çalışanlara da ahlâki sorumlulukla yaklaşmak gerekmektedir.

Günümüzde, çalışan kesimin yeni nitelikler kazanmış olması bu kesimin beklentiler düzeyinin de değişmesine neden olmaktadır. Örneğin, günümüzün

çalışanları daha eğitimidirler ve 19. yüzyıldaki akranlarından daha yüksek bir beklentiler setini iş yerine taşımaktadırlar. Böylece eski örgütsel alışkanlıklar yeni taleplerle karşılaşmakta ve sonuç olarak da yeni iş ahlâkı sorunlarıyla yüz yüze gelinmektedir. Emek temel bir üretim faktörü olduğundan, yeni iş ahlâkı sorunları, örgütsel yapının emeğin niteliklerine göre kurulmasını gerektirmektedir. Çünkü sermaye ve teknolojinin yeterli düzeyde ve makro ekonomik politikaların da uygun olduğu ortamlarda iş verimliliği emeğin kalitesine ve yönetimine bağlı olarak değişmektedir. Bu da iş ahlâkı olgusunu ön plana çıkarmaktadır.

İşletmelerde verimlilik artışının doğrudan doğruya çalışanların sorumluluğunda olduğu göz önüne alındığında iş ahlâkının önemi bir kez daha ortaya çıkmakta ve verimlilikle iş ahlâkını birbirinden ayrı düşünmek olanaksızlaşmaktadır. Bu bağlamda; çalışanların iş güvenliğini sağlamak, çalışma ortamını sağlık koşullarına uygun olarak düzenlemek, tatminkâr bir ücret politikası izlemek, sendikal faaliyetlere karşı hoşgörülü olmak, gizli kamera vb. enstrümanlarla gözetlememek, eleman seçiminde ve terfisinde liyakati esas almak, çalışanlardan herhangi birinin mesleki yeterliliğine ve güvenilirliğine yönelik duygusal taciz ve küçük düşürücü davranışlar sergilememek, ırk ve cinsiyet ayrımcılığı yapmamak, çocuk ve kadın emeğini sömürmemek, iş yeri ortamını olumsuz etkileyerek verimliliğin düşmesine neden olan cinsel taciz olaylarına karşı caydırıcı önlemler almak ve çeşitli sosyal hakları teslim etmek gibi emeğin kalitesini de yükseltici, ahlâki ilkelere dayalı uygulamalar bütünü, işletme güvenilirliğinin ve verimlilik artışının ana koşulları arasında yer almaktadır. (İlhan 263-264)

İşletmelerin politika oluşturmalarında, günlük karar almalarında, çalışanların tüm iş faaliyetlerinde uygun davranmaları uzun dönemde işletmelerin başarısını olumlu yönde etkileme gücüne sahip olduğu gibi, tersi davranışlar da işletmenin başarısını olumsuz yönde etkileme gücüne sahiptir.

2.1.4. İşletmelerde Ahlâki Karar Alma

Olgular açık ve tercihler siyah ve beyaz olduğunda ahlâki kararlar almak kolaydır. Fakat belirsizlik, eksik enformasyon, çoklu bakış açıları ve çatışan sorumluluklar olduğunda durum farklılaşmaktadır. Yöneticilerin sık karşılaştığı bu tarz durumlarda ahlâki kararlar hem karar alma sürecine hem de karar alıcının deneyim, zeka ve dürüstlüğüne bağlıdır.

İşletmelerin iş ahlâkına ait hükümleri yöneticilere hazır halde sunmaları mümkün değildir. Fakat ahlâki kararlarda bulunacak kişilerden şu niteliklere sahip olmalarını sağlamak ve geliştirmek mümkündür. Birincisi, ahlâki meseleleri fark etme ve alternatif sonuçları düşünebilme yetkinliğidir. İkincisi, farklı bakış açılarını aramada ve neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar vermede özgüven sahibi olmak. Üçüncüsü ise, bilinmesi gereken her şey bilinmediğinde karar almaya istekli olmaktır. (Andrews 75-76) İşletmelerde yöneticiler karar alırken, herhangi bir çözümü belirlemek için dört temel soru üzerinden hareket etmektedirler:

- Hangi eylem en az zarar ve en fazla fayda sağlar?
- Hangi alternatif çözüm, paydaşların haklarını en iyi korur?
- Hangi eylem işletmenin ve toplumun amaçlarına en uygun olanıdır?
- İşletmenin rekabetçi, finansal ve politik gücüne göre en uygun eylem hangisidir?

Bu sorulardan ilki John Stuart Mill'in faydacılık görüşünü yansıtmaktadır. Mill'in yaklaşımı, yöneticilerin ahlâki olarak sağlam bir karar, etkilenen herkes için iyi sonuç doğurur. İkinci soru, kişi hakları ile ilgilidir. Yöneticilerin kişi haklarına karşı yükümlülüklerini getirmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Üçüncü soru ise temeli Aristo mantığına dayanmaktadır. Yöneticilerin karar verirken yaşamdaki amaçlarını ve ne tür bir işletme olmak istediklerini belirlemelerini istemektedir. Son olarak dördüncü soru da, Machiavelli'nin pragmatik yaklaşımını sergilemektedir. Machiavelli'ye göre "amaca ulaşmak için her yol mubah" mantığı ile hareket etmektedir. Bir yöneticinin, karar verirken yukarıdaki dört soruyu ayrı ayrı değil de, birlikte sorarak cevaplaması ve bir dengeye varması mümkün olmaktadır.(Aşçıgil 16)

2.2. Örgüt Kültürü

Her bireyin kendine özgün bir kişiliği olduğu gibi, her işletmenin de kendine has onu diğer işletmelerden ayıran bir kişiliği mevcuttur. Örgütün farklı karakteristik ve yapıları bu kültürü belirgin kılmakta ve onu diğerlerinden ayırmaktadır. (Köse vd. 227) Örgüt kültürü, bir örgütte geçerli olduğu kabul edilen

varsayımların, değerlerin, normların, sembollerin, ahlâki değerlerin ve uygulamaların tümünü kapsamakta ve örgütün genel kültürünü temsil etmektedir.

Diğer bir ifadeyle örgüt kültürü, örgüt bireylerini bir arada tutan ortak değerler, davranışlar ve örgütün hafızasında toplanmış bilgilerin, normların toplamıdır. Örgüt kültürü bireyler ve takımlar arasındaki ilişkileri, çevre ile ilişkileri, faaliyetleri başka bir deyişle örgütsel yaşamı düzenlemekte ve örgütün geleceğini belirlemektedir. (Göktaş vd. 352-353)

İşletmelerde çalışanlar tarafından bir takım iş değerlerinin ve kuralların paylaşılmaması, çalışanların ortak bir kültüre zorlanması işten uzaklaşmalara ve tepki davranışlarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle iş ahlâkının geliştirilebilmesi için öncelikli olarak örgüt kültürünün oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışma yaşamında ya da sosyal toplum içinde davranışlarıyla farklı bir unsur meydana getiren grup kültürünün oluşturulması, başka bir ifadeyle alt kültür, iş ahlâkının, özdenetim, eleştiri ve tartışma süreçlerinin pozitif gelişimini mümkün kılmaktadır. (Gök 11)

Örgüt kültürü, bir işletmenin çevresinden algılanan kimliğidir. İşletmenin vizyonu, iş yapma politikaları, iş ahlâkı, yönetim tarzı ve felsefesi vb. örgüt kültürü etrafında oluşturulmaktadır. Tom Peters ve Bob Waterman'a göre "organizasyonlar değerlerle bezendiklerinde kurum olurlar, aksi takdirde ruhsuz insana benzerler". (Özgener, İş Ahlâkının Kurumsallaşmasında Üst Yönetim Kademesinin Rolü 46)

Örgüt içinde değişimi sağlamak için, yönetim kademesinin örgüt içinde kültürel yenilenmeyi yönlendirmesi, bu arada değerlere, geleneklere ve normlara özen göstermesi gerekmektedir. Örgüt kültürünün oluşturduğu ve çalışanların davranışsal ve tutumsal özelliklerinin yansıdığı örgüt ikliminin, iş ahlâkının yönetimi ve çalışanların ahlâki davranışları üzerinde belirleyici etkisi bulunmaktadır. İşletme çalışanlarının yanı sıra müşterilerin ve işletmelerin ilişkide buldukları diğer grupların (tüketiciler, sunucu işletmeler, satıcı işletmeler, rakipler, vb.) işletmeye duydukları güven, örgüt kültürünün ahlâki davranış ve tutumları yansıtılabildiği ölçüde oluşmaktadır. İş ahlâkı ilkelerine sahip işletmeler, tüketicilerin bağlılık ve desteklerini kazanabilme, çalışanların olumlu tutumlarını ve işletme dışı müşterilerle ilişkileri geliştirebilme özelliklerine sahiptir. (Gök 11)

Günümüzde örgüt kültürü kuruluşların rekabet avantajı kazanmalarında önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü örgüt kültürü kuruluşun amaçları, stratejileri ve politikalarının oluşturulmasında önemli bir etkiye sahip olduğu gibi, yöneticilere seçilen stratejinin yürütülmesini kolaylaştıran ya da zorlaştıran bir araçtır. (Köse vd. 221)

Başarılı olan örgütlere bakıldığında örgütün amaçları ile paralel değerleri örgüt kültürü olarak benimseyen çalışanlar görülmektedir. Başka bir deyişle çalışanların kendilerini örgütle bütünleştirdikleri, örgüt için kolaylıkla özveride bulunabildikleri örgütler başarılı olmaktadır. (Murat; Açıköz 3-4)

Bir örgüt için doğru stratejiyi ve vizyonu bularak doğru amaçları belirlemek, uzun dönemli başarı için gereklidir. Kısa dönemde çalışanlar terfi, ücret artışı gibi ödüllerle motive edilirken, uzun dönemde örgüte bağlılık motivasyon aracı olarak kullanılabilir. Çalışan örgüte fayda sağladığına ve bir fark oluşturduğuna inandığı takdirde, örgüte bağlanma konusunda mesafe almaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, örgütün kültüre yönelik gönderdiği mesajların çalışanlar tarafından doğru anlaşılıp anlaşılmadığının tespit edilmesidir. Eğer çalışana gönderilen resmi ve resmi olmayan mesajlar planlanan şekilde algılanmıyorsa, bu örgütte bir kültürel boşluk olduğundan bahsedilmektedir. Stratejik amaçlarına etkin ve verimli bir biçimde ulaşmayı isteyen örgütler, var olan kültürel boşlukları doldurmaları gerekmektedir. Kültürel boşlukları doldurmada en etkili yollar örgütte etkin bir iletişim mekanizmasının, sürekli öğrenmenin ve personel güçlendirme aktivitelerinin desteklenmesidir. (Murat; Açıköz 8)

İşletmeler açısından rekabetin sürekli artması, tüketici taleplerinin sürekli değişmesi ve teknolojinin hızla gelişmesi gibi nedenlere bağlı olarak, örgüt kültürlerinin işletme stratejilerini desteklemesi oldukça önemli bir konudur. O'Reilly'ye göre güçlü bir örgüt kültürünü değerli kılan iki neden bulunmaktadır. İlk neden kültür ile strateji arasında uyum varsa, kültür stratejinin benimsenmesini kolaylaştırmaktadır; aksi takdirde değişimi güçleştiren ve engelleyen bir unsur haline dönüşmektedir.

Bu nedenle örgüt stratejisinde ve yapısında bir değişiklik düşünülürken, kültürün temelini oluşturan değerler göz ardı edilmemesi gerekmektedir. İkinci

neden ise çalışanların işletmeye daha fazla bağlanmasını sağlıyor olmasıdır. Örgütsel bağlılık, bireyin işine duyduğu ilgiyi, sadakati ve örgütsel değerlere duyduğu inancı içeren ve bireyin örgütle kurduğu psikolojik bağ olarak tanımlanmaktadır.

Örgüt kültürü oluşturmada, örgütteki varsayımların, değerlerin, davranış kalıplarının ve diğer kültürel formların nedenli yoğun ve yaygın biçimde benimsendiğini ortaya koymak, modern örgütlerin hazırlanan vizyonlar doğrultusunda ilerlemesini kolaylaştırmaktadır. Çalışanların üretkenliğini ve örgütün başarısını gösteren parametrelerin oluşturulmasında çok önemli bir rol oynayan örgüt kültürünün temel özellikleri şunlardır:

- Misyon ifadeleri hazırlamak ve örgütün geleceğine ilişkin bir kurumsal vizyon oluşturmak bu temel özelliklerin ilkidir. Kurumsal vizyon, güçlü değerlere ve karizmatik bir kişiliğe sahip üst düzey yöneticiler tarafından örgüt çalışanlarına açıkça iletildiği takdirde etkinlik kazanmaktadır.

- Örgüt kültürü, çalışanların bireysel değerleriyle uyuşan ve işletmenin amaçlarıyla tutarlılık gösteren kurumsal değerlerce desteklenmektedir. Kurumsal vizyon ve değerler, üst düzey yöneticilerin tutarlı bir biçimde örnek davranışlar sergilemesi sonucu örgütün bütün kademelerine nüfuz etmektedir.

- Çalışanlara değer verilmekte, arkadaş ya da takım arkadaşı gözüyle bakılmaktadır. Farklı bölümlerde çalışan çalışanlar arasında etkileşim bulunmaktadır.

- Örgüt kültürü, değişen dışsal koşullara uyarlabilir niteliktedir. Çalışanlara eşit ve adil davranılmasını öngörmektedir.

- Kültür, kurumsal değerleri vurgulayan birtakım somut semboller aracılığıyla günlük yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Bu somut semboller arasında kahramanlar, semboller, seremoniler, ritüeller, anlatılan hikâye, masal ve destanlar, mitler, kullanılan beden dili ve mimikler, fiziki düzenlemeler, ile iş yerinde giyilen giysiler yer almaktadır. (Murat; Açıkgöz 3-5)

İş ahlâkı sadece örgütsel kültürün kalbi değil, aynı zamanda değişimi üretmeye ilişkin dayanak noktasıdır. İş ahlâkı değişen kültürün temel dayanağıdır. İşletmelerde ahlâki bir örgüt kültürünün oluşturulması, toplumsal dayanışmayı artırması ve sürekliliğinin güvencesi için önemli görülmektedir. (Özgener, İş Ahlâkının Kurumsallaşmasında Üst Yönetim Kademesinin Rolü 47)

2.3. İş Ahlâkı Politikaları

Birey sosyal bir varlıktır: Sevmek, sevilme, gruba ait olmak, takdir etmek- edilmek, grup içinde başarılı olmak vb. ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu ihtiyaçlar bireyin başkalarıyla yaşamasını gerektirmektedir. Diğer yandan birey özgür olmak, kendini geliştirmek, kendi mutluluğu, başarısı için çabalamak gereksinimi de duymaktadır. Bu iki farklı ihtiyaç birbiriyle çatışabilmektedir. Kurallar, bu çatışmanın en aza indirgenmesine yaramaktadır. Bireyin hem diğer bireylerle birlikte daha uyumlu ve barışık yaşayabilmesini, hem de azamî derecede özgür olabilmesini sağlamaktadır. Bunlar bir arada yaşama oyununu mümkün kılan; bireye, ihtiyacı olan azamî özgürlüğü garanti eden kurallardır. Kurallar, bireyin kendi özgürlüğünü yaşarken başka bireylerin özgürlüğüne zarar vermemesini sağlamak ve böylece bir yandan bireyi kısıtlarken, diğer yandan başka bireylerin özgürlüklerinin onun özgürlüğünü engellemesini sınırlayarak bireye ihtiyacı olan özgürlüğü vermektedir. Bu anlamda kurallar bireyin azami özgürlüğünün garantisidir. Bireysel ahlâk ise bu türden kurallara bireyin özgür irade ve bilinci ile uyması ve bireyde böyle bir bilincin oluşması sürecidir. (Çiftçi 46)

İş ahlâkı, birey, aile ve toplum ahlâkından bağımsız değildir. Her birey bir aile içerisinde yetişmekte ve terbiyesini aileden almaktadır. Bunun yanı sıra okullarda ahlâk konusunda eğitim verilmektedir. Dolayısıyla, bireyin ahlâklı olmasında aile ve eğitim kurumlarının çok önemli yeri vardır. Fakat iş ahlâkının tesis edilmesi için eğitimin önemini ihmal etmeden başkaca önlemler de almak gerekmektedir. (Aktan 32)

İşletme yönetiminde ahlâk konusu misyon veya sloganlarında tek bir sözcük veya tek cümle olarak yer alması yeterli değildir. Yapılması gereken, detaylı politikalar geliştirmek, iş ahlâkı sorunları konusunda eğitim programlarına ağırlık vermek ve işletme genelinde uygulanacak prosedürler hazırlamaktır. (Tierney 21)

Ahlâki değerlerin benimsetilmesi, değerlere sahip çıkılması, uygulanması ve uygulamaların denetlenmesi için devlet, toplum, sivil toplum örgütleri, işletmeler ve eğitim kurumlarının işbirliği içinde olmaları gerekmektedir. (Aras 39)

Ahlâk kriterleri ile donatılacak bir işletme mensubunun, çalışma hayatında da iş ile ilgili ahlâki ilkeleri edinmesi ve bunlara göre hareket etmesi beklenmektedir. Bu noktada genel ahlâki ilkelere ilave olarak işletmenin belirlediği kurallar ve iş hayatında genel kabul gören ahlâki davranışlar tespit edilerek çalışana sunulmalı ve böylece bireylerin iş yaşamında ahlâklı davranmasını sağlayacak bir yapı oluşturulmalıdır. Bu doğrultuda bir işletmede iş ahlâki ilkelerinin oluşturulması ve uygulanması sürecinde takip edilmesi gereken unsurlar şu şekilde sıralanabilir:

İlk olarak, işletme yönetiminin iş ahlâki konusunda oluşturduğu standartları yazılı hale getirmek ve bu kurallara uygun hareket etmek. İkinci ilke, işletme sahip ve yöneticilerinin iş ahlâkının oluşturulması konusunda kararlı ve inançlı olmalarının yanında tüm çalışanlara ve çevreye karşı örnek olacak davranışlarda bulunmak. Üçüncü ilke, yöneticilerin iş ahlâki konusundaki çalışmalarını takip etmek üzere bir "ahlâk kurulu" oluşturarak, işletmede ahlâk kültürünün uzun dönemli olarak kurumsallaşmasını sağlamak. Dördüncü ilke, işletmede iş ahlâkına yönelik olumlu davranışları takdir etmek ve ödüllendirmek, buna karşılık iş ahlâkına uymayan olumsuz davranışları ise kınamak ve gerekirse cezalandırmak. Beşinci ilke, işletmede iş ahlâkına önem verildiğini açık bir şekilde göstermek ve hissettirmek. (Örneğin iş ahlâkına ve uygulanmasına yönelik olarak afişler ve sloganlar kullanmak) Altıncı ilke ise, iş ahlâki konusunda çalışanlara sürekli olarak eğitim vermek. Yedinci ilke, iş ahlâkına yönelik hukuksal düzenlemeler (örneğin; vergi kaçakçılığı, kaçak işçi çalıştırma ve haksız rekabet ile mücadele edilmeli, tüketici haklarını koruma vb.) yapmak. Bununla birlikte iş ahlâkına yönelik bazı resmî kurumlar (rekabet kurulu, tüketici koruma kurumu vs.) oluşturmak. (Şahin; Yıldırım 61-62)

İşletmeler, çalışanların ve diğer bütün personelin belirlenen iş ahlâki kurallarına uyması için, son zamanlarda yaygın bir biçimde örgüt içinde, tarafsız bir hakem işgören, ahlâk görevlileri veya ombudsman diye tabir edilen personeller de istihdam etmektedirler. Özellikle çok büyük ve gelişmiş işletmelerde yaygın olan bu görevliler, işyerindeki ahlâki sorunlarda, özellikle ahlâki ikilemleri çözmede önemli rol oynamaktadırlar. Bu kişiler genellikle işletmede on yıl ve daha fazla deneyimi

olan kişiler arasından seçilmektedir. Bu görevliler, ahlâki ilkeleri tespit edip üst yönetime raporlandırarak, çözümü için tavsiyede bulunma yetkilerine sahiptirler. (Özgener, İş Ahlâkının Kurumsallaşmasında Üst Yönetim Kademesinin Rolü 41)

İşletmelerin ahlâki ilkelere bağlı kalınması için çalışanlara yönelik olarak, kameralı bilgisayar sistemleri aracılığı ile çalışanların takip edilmesi, alınan ve gönderilen e-maillerinin takip edilmesi vb. uygulamalar da alınan tedbirlerdendir. Ancak bu tedbirlerin her ne kadar iş ahlâkı ilkelerinin çiğnenmemesi için alındığı belirtilse de, bu tür tedbirleri özel hayatın gizliliğini ihlal etmesi, güven esasına dayalı insanlar arası ilişkileri zedelemesi, çalışanların psikolojik durumlarını olumsuz etkilemesi ve benzeri nedenlerle ahlâk dışı olarak niteleyenler de bulunmaktadır (İşseveroğlu 61-62)

2.4. İş Ahlâkının Kurumsallaştırılması

Kişiler gibi işletmelerin de ahlâki gelişim geçirdiklerini öne süren bazı iş ahlâkı uzmanları organizasyon piramidi veya hiyerarşisini beş ahlâki gelişme düzeyine ayırmaktadır. İşletmeler bu beş gelişme düzeyinden birinde bulunmaktadırlar. (Özgener, İş Ahlâkının Kurumsallaşmasında Üst Yönetim Kademesinin Rolü 45)

Hiyerarşinin en düşük düzeyi birinci düzeydir. Bu düzey temel olarak ahlâk dışı düzey olarak adlandırılmaktadır. Bu tür organizasyonlarda işletme sahibi ve yöneticiler tek önemli pay sahipleridir. Egemen olan düşünce kârları maksimize etmektir. İkinci düzey organizasyonlar yasaların uygulanmasına izin veren, ahlâk dışı organizasyonlara göre bir kademe daha fazla ahlâki olan işletmelerdir. Ancak bu düzeydeki işletmelerde sadece yasal yükümlülükler tanınmaktadır. Piramidin bir üst basamağını üçüncü düzey işletmeler oluşturmaktadır. Bu işletmelerin özelliği, ahlâki ilginin gelişmeye başlaması nedeniyle işletmenin dış çevreye tepki vermesidir. Bu düzeydeki işletmeler için çok sayıda toplulukla iyi ilişkiler kurulması önemli olduğundan belirli sosyal sorumluluklar kabul edilmektedir. Dördüncü düzey, işletmede iş ahlâkını uygulamak için “iş ahlâkı kodları” ve “iş ahlâkı komiteleri” gibi düzenlemeler oluşturulmaktadır. İş ahlâkı ile ilgili sorunlarda çalışanları ahlâki yönde eylemlerde bulunmaya teşvik edecek belirli eylem dokümanlarının işletmede oluşturulması ahlâklı bir işletmenin ortaya çıkmasının işaretleri olmaktadır. En

yüksek düzey olan beşinci düzeyde yer alan organizasyonlar, iş ahlâkı sorunları için kabul edilen ilkelere ve anlaşılır değer sistemlerine sahiptirler. Ancak, bu düzeye gelen ve iş ahlâkı ilkelerine sahip organizasyonların sayısı çok fazla değildir. (E. Özdemir 155)

Yöneticinin iş ahlâkı anlayışı ve kurumsal iş ahlâkı anlayışı birbiri ile bağlantılıdır. Bir işletmede iş ahlâkı değerleri ve ilkeleri öncelikle işletmenin kendi koşullarına göre kendi içinde ve işletme geleneklerinden oluşturulmaktadır. Oluşturulacak iş ahlâkı ilkelerini, yöneticinin tutum ve davranışları yönlendirmektedir. Kendisi iş ahlâkı kurallarına uymada hassas olmayan bir yöneticinin iş ahlâkı kuralları koyması ve denetlemesi pek mümkün olmamaktadır. Bunun gibi durumlar kurumsallaşmamış, küçük ve yönetimde kararların daha çok tek kişi tarafından alındığı işletmelerde görülmektedir. Kurumsallaşmış işletmeler ise bireylerin ve tek bir yöneticinin kararlarından ve davranışlarından kolay etkilenmemektedir. (Aras 44)

İş dünyasındaki ahlâki değerler, bir parçası olduğu toplumun ideallerini ve standartlarını yansıtmaktadır. Her bir kültür kendisine özgü ahlâki değerler sistemine sahiptir. Davranışlar belirlenen değerlerle çatıştığında, çalışanların günlük karar ve eylemleri üzerinde değerlerin etkisi ciddi bir şekilde zayıflamaktadır. Bu nedenle iş ahlâkının kurumsallaşması giderek önem arz etmektedir. İş ahlâkının kurumsallaşması bir anda gerçekleşecek bir olgu değil, uzun vadeli bir süreçtir.

Kurumsallaşma, kaliteli mal ve hizmet üretebilen, kamuoyuna mal olabilen, bürokratik yapıya sahip ve kişilerden bağımsız uzun süre ayakta kalabilen işletmelerin önemli ve vazgeçilmez bir özelliğidir. Kurumsallaşmayı etkileyen faktörler arasında örgüt kültürü, değerler ve inançlar, ahlâk anlayışı, yönetim tarzı, eğitim ve örgüt yapısı yer almaktadır. (Özgener, İş Ahlâkının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım 134-137)

Bir çok işletme, ahlâkın bireysel vicdan ve fazilet sorunu olduğu varsayımı altında yönetilmektedir. Dolayısıyla iyi ahlâka sahip insanlar işe alındıkça işletmede iyi bir işletme olacaktır. Aynı mantıkla, işletme de yanlış şeyler oluyorsa belirli insanların yanlış davranışları nedeniyledir. Bu düşünce yapısında işletme ahlâkı, kişisel ahlâka dayalı olarak şekillenmektedir. Ancak günümüzde, kişisel ahlâka

dayalı işletme ahlâkı anlayışı yeterli olmamakta, pek çok büyük işletme, işyerlerinde ahlâki bir ortam yaratma çabası ile ahlâki karar süreçlerini kurumsallaştırmaya çalışmaktadırlar. Ahlâki kurumsallaştırma yolları arasında; işletme yönetim kuralları, ahlâk komiteleri, şikayet büroları, yasal kurullar, ahlâk eğitimi programları ve yazılı ahlâk yasalarının geliştirilmesi sayılmaktadır. (Demir; Songür 164)

Kurumsallaşma için önemli olan örgütsel ahlâk; sosyal, profesyonel ve bireysel ahlâkın bir ürünüdür. Model haline gelmiş olan ABD'deki Johnson & Johnson işletmesinin “İşletme Anayasası” örnek teşkil etmektedir. Bu anayasa ilk kez 1948'de yayımlanmış ve zamanla geliştirilerek bugünkü hale getirilmiştir. İşletme yalnızca ürün kalitesine değil, aynı zamanda çalışanların işletme amaçlarına katılımını yüreklendirecek anayasasını tesis etmekte ve bu anayasanın çalışanların ortak paydaları olduğu belirtilmektedir.

Bu tür ahlâk yasaları, işletmeye ya da endüstriye karşı kamu güvenini artırmak, hükümet tasarruflarına karşı gerekli önlemleri almak, ahlâki ve yasal davranış standartları geliştirilerek işletme içi işlemleri geliştirmek, ahlâki ya da yasal olmayan davranışlar sonucu ortaya çıkan sorunları çözmek vb. işlevlerden bir ya da birkaçını gerçekleştirmek amacıyla tasarlanmaktadır.

Sonuç olarak ahlâk yasası çalışanlara ahlâki ikilemlerde, ahlâki belirsizlik alanlarında işletmenin durumunu açıklığa kavuşturma ve örgütün neyi ahlâki kabul ettiğini belirlemeyi sağlamaktadır. (Şahin; Demir 211-212)

2.5. İş Ahlâkı Ve Çalışan Memnuniyeti

İş memnuniyeti bireylerin çalıştıkları örgütler hakkında sahip oldukları düşünceler, inançlar ve duyguların tümüdür. (E. Özdemir 160) Çalışanların ahlâki davranışlarının kurum içinde sergilenmesine sebep olan iş memnuniyeti, çalışanın iş yaşamını değerlendirmesi sonucunda duyduğu haz, ulaştığı olumlu duygusal durumdur. (İşseveroğlu 30)

İş tatmininin temelinde kişilerin fizyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçları yatmaktadır. Çalışanların tatmininde bireysel ihtiyaçlar en önemli noktayı oluşturmaktadır. Bununla beraber iş seçimi, işin kendisi, yeri, fiziki şartlar, işin türü gerektirdiği bilgi düzeyi, amacı, ücreti, çalışanlar arası ilişkiler, güvenlik vb. etkenler

de tatmini etkileyen en önemli değişkenler olarak sayılmaktadır. İşletme yönetiminin çalışanlarının memnuniyetini sağlamak için sadece ekonomik ihtiyaçlarını karşılamasının yeterli olmadığı aynı zamanda sosyal ihtiyaçlarını da karşılaması gerektiği anlaşılmaktadır. (Sabuncuoğlu 19-20)

İş ahlâkı ilkelerinin işletme içi ilişkilere egemen kılınması, özelde çalışanların motivasyonunu arttırıcı niteliktedir. Değer görmenin, önemli olmanın güdeleyici rolü dikkate alındığında; çalışanlara değer verilmesi, performanslarının takdir edilmesi motivasyonlarını yükseltmektedir. Motivasyon, moral ve coşku bir çalışanın veriminde en önemli belirleyicilerdir. (İlhan 264)

İşletme yönetimi tarafından motivasyonun oluşturulması, çalışanları organizasyonel amaçlara doğru çalışmaya teşvik etmektedir. Motivasyonun iyi anlaşılması çalışanları yönetmede önemlidir ve çalışanların iş ahlâkı davranışını açıklamaya yardımcı olmaktadır. Örneğin, bir organizasyonda daha yüksek konumlara ulaşmak isteyen bir kişi çalışma arkadaşlarının kötü görünmesi için onların çalışmalarını engelleyebilir. İş ahlâkına uygun olmayan bu tür davranışların artması çalışanların motivasyonunu doğrudan etkilemektedir. Çalışanlar organizasyonda orta kademe ve daha yukarıya doğru ilerlerken, sosyal kabul ve saygı gibi yüksek dereceli ihtiyaçlar ile ücret ve iş güvenliği gibi daha düşük dereceli ihtiyaçlarla daha fazla ilgilenmektedirler. (E. Özdemir 160)

İnsan merkezli yaklaşım biçimi, çalışanların işletme çıkarına aykırı yönelimlerini baştan engellemekte ve çalışanlarda iş güvencesine sahip oldukları düşüncesini uyandırmaktadır. Uzun süre aynı işletmede istihdam olunan çalışanlar zengin bir mesleki deneyim kazanmaktadırlar. Bu da işletmeler için deneyimsiz personeli yetiştirmek amacıyla yapılan yüksek miktartlı harcamaları azaltmakta ve zaman israfını önlemektedir. Böylesi çalışanların, işletme tarafından benimsenen iş ahlâkı normlarını da kolaylıkla içselleştirerek sosyalle olmaktadır. Öte yandan işletmenin, eleman seçiminde ilkeli davranarak, liyakati esas almasının çalışanlara işletmeyi temsil sorumluluğu noktasında da belli davranışlar kazandırdığı belirtilmektedir. Belirli kişisel özelliklere sahip kişilerin işe alınması ve çalıştırılması, işletmenin içte ve dışta istenilen nitelikte temsil edilmesini sağlamaktadır. (İlhan 264-265)

İş tatmini hem işin kendisi, kişisel büyüme ve başarı fırsatları gibi içten gelen ödüllerden kaynaklanan, hem de ücret, işletme politikası ve desteği, idare, çalışma arkadaşları, terfi şansları ve müşteri memnuniyeti gibi dışarıdan kaynaklı olabilmektedir. İş ile ilgili yaşanan tüm tecrübelerin sonucunda oluşan tutumların iş memnuniyetini şekillendirdiği, iş ortamındaki bireylerle iletişimin memnuniyeti belirleyen faktörlerin başında geldiği ifade edilmektedir. (Dinç; Ceylan 15-16)

Memnuniyet, bir işletmenin iş ahlâkı ortamını etkileyen etkenler politika ve denetim yönetimidir. Politika ve denetim yönetimi iş ahlâkı konularındaki belirsizlikleri gidermesi büyük bir tatmin kaynağı olabilir. Ayrıca iş ahlâkı, dürüstlük ve güven gibi ahlâki değerleri destekleyeceğinden iyi bir çalışma ortamı oluşturmaktadır. (Schwepker 41)

3. BÖLÜM: İŞ AHLÂKI UYGULAMA ÇALIŞMASI

3.1. İş Ahlâkı Uygulamalarının Çalışan Memnuniyetine Etkisinin İncelenmesi Ve Örnek Bir Uygulama

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın önemi, araştırma yöntemi ve araştırma sonucunda elde edilen bulguların değerlendirilmesi üzerinde durulacaktır.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde işletmelerin faaliyet alanları ne olursa olsun iş ahlâkı problemleri ile karşılaştıkları görülmektedir. Bu problemlerin çözümü ise hem işletme yöneticilerinin hem de çalışanlarının iş ahlâkına uygun hareket etmelerini gerektirmektedir.

İşletme faaliyetleri kapsamında iş ahlâkına uygun olmayan davranışların tespit edilerek, yöneticilerin ve çalışanların davranışları için rehber oluşturabilecek iş ahlâkı kodlarının oluşturulmasını sağlamak ve iş ahlâkının işletme içinde kurumsallaşmasına katkıda bulunmaktır.

İş ahlâkı konusunun çalışanlar açısından işletme faaliyetleri kapsamındaki davranışlarını hangi boyutlarda ve ne düzeyde etkilediğinin ortaya çıkarılması ayrıca verimlilik, motivasyon, karşılıklı güven gibi konulara etkilerinin tespit edilmesidir.

3.1.2. Araştırmanın Kapsamı

Yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda bir finans katılım bankasında müdür, yönetmen ve yetkili olarak çalışanlar arasında yapılan ankette 90 çalışan sorulara cevap vermiştir. Ankete katılan denekler örneklem için uygun sayıdadır ve istatistiki veriler elde edilmiştir.

3.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada bilgi toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Yapılan literatür araştırması sonucunda konumuzla uyumlu olan makalelerden yararlanılarak araştırmamıza uygun anket soruları oluşturulmuştur.(Özdemir; Yaman) Bahsedilen çalışmada kullanılan ankete dayanarak uyarlanan anketin de geçerlilik ve

güvenilirliğini ölçmek için geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alpha testi 0.865 olarak belirlenmiştir. 1.00'a çok yakın olduğundan soruların güvenilir olduğuna ve araştırmada kullanılmasına karar verilmiştir. Toplam 51 sorudan oluşan ankette ilk olarak yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve statü gibi demografik özellikte sorulardan oluşmaktadır.

Anket 4 alt faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler ve ankette yer alan maddeler aşağıdaki gibidir;

1. faktör; Firma uygulamaları
2. faktör; Kişisel değerler
3. faktör; Yöneticilerin Tutumu
4. faktör; Çalışma Arkadaşları

1-11 arasındaki sorular, firma uygulamalarında iş ahlâkının mevcudiyetine ait sorulardır. 12-22 arasındaki sorular, çalışanların kişisel değerlerine; 23-30 yöneticilerin tutumu; 31-36 çalışma arkadaşlarının aralarındaki ilişki ve son olarak 37-47 arasındaki sorular ise çalışan memnuniyetini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Ankette beşli Likert Ölçeği tekniği kullanılmıştır. Likert Ölçeği bir tutum ölçeği olarak kabul edilir ve diğer ölçeklerden farklı olarak, konu ile ilgili çeşitli yargıları cevaplayıcının ne derecede tasvip ettiğini veya etmediğini saptayarak kişilerin tutumlarını belirlemeyi amaçlar. (Altunışık vd. 108) Kullanılan Likert ölçeğinde olumludan olumsuz doğru yapılan dereceye göre; 1= Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılmıyorum anlamlarını ifade etmektedir.

3.1.4. Araştırmanın Değerlendirilmesi

Anket formları dağıtılırken, cevapların doğru olması ve etki altında kalmaması için isim belirtilmemesi istenmiş ve cevaplandıktan sonra toplanmıştır. Bu çalışmada elde edilen veriler SPSS 12 paket programı yardımı ile değerlendirilmiştir. Değişkenlere ait frekans ve yüzdesel değerler verilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilere de Korelasyon analizi ile bakılmıştır. Anket soru kağıdına ilişkin güvenilirlik katsayıları (Cronbach's Alpha) hesaplanmıştır. Anlamlılık seviyesi olarak 0,05 kullanılmış olup, $p < 0,05$ olması durumunda anlamlı farklılık olduğu, $p > 0,05$ olması durumunda ise anlamlı farklılığın olmadığı belirtilmiştir.

3.2. Araştırmanın Bulguları

3.2.1. Ankete Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmadan elde edilen ilişkisel verilerin değerlendirilip yorumlanmasında öncelikli olarak anketin uygulandığı örneklem grubuna dair bilgilerin verilmesi, çalışan memnuniyetine ilişkin verilecek bilgilere ışık tutacağından bu bölümde örneklemin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve statü durumuna göre dağılımları verilmiştir. Örneklemin yaşa göre dağılımları Tablo 3.1. 'de gösterilmiştir;

Tablo 3.1. Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımı

		n	%
Yaşınız	25 ve altı	17	18,9
	26-34	61	67,8
	35-44	8	8,9
	45 ve üstü	4	4,4
	Toplam	90	100,0

Çalışanların %18.9 'u (17 kişi) 25 ve altı yaş aralığında, % 67.8'i (61 kişi) 26-34 yaş aralığında , %8.9'u (8 kişi) 35-44 yaş aralığında, %4.4'ü (4 kişi) 45 ve üstü yaş aralığında bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre çalışanların büyük bir çoğunluğunun 26-34 genç yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 3.2. Araştırmaya Katılanların Cinsiyeti

		n	%
Cinsiyet	Erkek	75	83,3
	Bayan	15	16,7
	Toplam	90	100,0

Çalışanların cinsiyete göre dağılımları Tablo 3.2.'de gösterilmiştir. Çalışanların %83.3'ü (75 kişi) erkek, %16.7'si (15 kişi) bayandır. Bu sonuçlara göre çalışanların büyük bir çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır.

Tablo 3.3. Araştırmaya Katılanların Eğitim Düzeyi

		n	%
Eğitim düzeyiniz	Önlisans	7	7,8
	Lisans	70	77,8
	Yüksek Lisans	12	13,3
	Doktora	1	1,1
	Toplam	90	100,0

Çalışanların eğitim düzeyine göre dağılımları Tablo 3.3.'de gösterilmiştir. Çalışanların % 7.8'i (7 kişi) Önlisans, % 77.8'i (70 kişi) Lisans, % 13.3'ü (12 kişi) Yüksek Lisans, %1.1'i ise (1 kişi) Doktora eğitimi almışlardır. Bu sonuçlara göre çalışanların büyük bir çoğunluğu Lisans eğitimi almışlardır.

Tablo 3.4. Araştırmaya Katılanların İşletmedeki Statüleri

		n	%
Statü	Müdür	3	3,3
	Yönetmen	17	18,9
	Yetkili	70	77,8
	Toplam	90	100,0

Çalışanların statü durumlarına göre dağılımları Tablo 3.4.'de gösterilmiştir. Çalışanların %3.3'ü (3 kişi) Müdür, %18.9'u (17 kişi) Yönetmen, % 77.8'i (70 kişi) ise Yetkili konumundadır.

3.2.2. İş Ahlâkı Alt Faktörleri, Toplam İş Ahlâkı Ve Çalışan Memnuniyetine İlişkin Güvenilirlik Katsayıları

İş ahlâkı alt faktörleri, Toplam iş ahlâkı ve çalışan memnuniyeti sorularına ilişkin güvenilirlik katsayıları Tablo 3.5'te verilmiştir.

Tablo 3.5. İş Ahlâkı, Alt Faktörleri Ve Çalışan Memnuniyeti Ölçek Güvenilirlik Katsayıları

Boyut	Cronbach's Alpha	n
Firma Değerleri	0.785	11
Kişisel Değerler	0.693	11
Yöneticilerin Tutumu	0.845	8
Çalışma Arkadaşlarına İlişkin tutum	0.805	6
Toplam İş Ahlâkı	0.904	36
Çalışan Memnuniyeti	0.910	11

Güvenilirlik, ölçme aracının duyarlı, birbiriyle tutarlı ve kararlı sonuçlar verebilmesi gücüdür. Ölçeğin güvenilirliği için Cronbach Alfa testi kullanılır. Bu teste göre, birbiriyle yüksek ilişki gösteren maddelerden oluşan ölçeklerin alfa katsayıları yüksek olur. Alfa katsayısı ne kadar yüksek olursa bu ölçekte bulunan maddeler birbiriyle o derece tutarlı ve aynı özelliği ölçmeye çalışan maddelerden oluşur. (Tezbaşaran 46)

Cronbach Alpha katsayısı, ölçekte yer alan maddelerin homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini araştırır. Alfa katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki aralıklara göre yorumlanmaktadır.

$0 < \text{Alfa} < 0,4$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 < \text{Alfa} < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.

$0,60 < \text{Alfa} < 0,80$ ise ölçeğin oldukça güvenilirdir.

$0,8 < \text{Alfa} < 1,0$ ise ölçek yüksek düzeyde güvenilirdir.

Yukarıdaki tablo 3.5.'de iş ahlâkı alt faktörleri, toplam iş ahlâkı ve çalışan memnuniyetine ilişkin ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının $0,60$ ' dan büyük olması, ölçeklerin oldukça yüksek güvenilirliğe sahip olduklarını göstermektedir.

3.2.3. İş Ahlâkı Alt Faktörleri Ve Çalışan Memnuniyetine İlişkin Verilen Cevapların Yüzdelerle Dağılımları

Çalışanların tüm sorulara verdikleri cevapların yüzdelerle dağılımları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 3.6. Firma Uygulamalarına İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerle Dağılımı

Firma uygulamaları	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1.Kurumumuzda iş ahlâkı yazılı olarak belirtilmiştir.	26	28,9	26	28,9	23	25,6	9	10,0	6	6,7	90	100
2.Kurumunuzda iş ahlâkına uygun olmadığını düşündüğüm durumlarla karşılaşıyorum.	8	8,9	14	15,6	21	23,3	30	33,3	17	18,9	90	100
3.Kurumumuzda iş ahlâkı zorlayıcı bir kural olarak yer alır.	12	13,3	24	26,7	28	31,1	17	18,9	9	10,0	90	100
4.Çalıştığım kurumda bizleri zaman zaman istenilmeyen davranışlara iten ya da zemin hazırlayan bir ortam yoktur.	23	25,6	30	33,3	15	16,7	16	17,8	6	6,7	90	100
5.Dürüstlüğü ödüllendiren mekanizmaların sık sık kullanılması bizi çalışmalarımızda motive eder.	49	54,4	20	22,2	8	8,9	8	8,9	5	5,6	90	100
6.Kurumumuz için müşteri memnuniyeti ön plandadır.	27	30,0	37	41,1	20	22,2	2	2,2	4	4,4	90	100
7.İş ahlâkına uygun olmayan davranışların hoş görülmeceği açık kurallarla belirtilmiştir.	26	28,9	42	46,7	10	11,1	9	10,0	3	3,3	90	100
8.Kurumumuzda çalışanların hiçbir şekilde hediye alıp vermesi uygun görülmemektedir.	15	16,7	21	23,3	24	26,7	15	16,7	15	16,7	90	100
9.İşletmenin iş ahlâkı değerleri işletme stratejisinin başarısını artırmaktadır.	46	51,1	26	28,9	10	11,1	5	5,6	3	3,3	90	100
10.Çalışanların, kurumdaki iş ahlâkı modelini geliştirmek için önerdikleri fikirler ödüllendirilmektedir.	18	20,0	21	23,3	32	35,6	15	16,7	4	4,4	90	100
11.Kurumumuzda güvenli ve sağlıklı bir iş ortamının olduğunu düşünmekteyim.	26	28,9	30	33,3	22	24,4	8	8,9	4	4,4	90	100

Yukarıdaki Tablo 3.6'da iş ahlâkı alt faktörü olan firma uygulamalarına ait ifadelerin yüzdelik dağılımı verilmiştir. “Kurumda iş ahlâkının yazılı olarak belirtildiğini” ifade eden %57,8 civarında çalışan bulunmaktadır. “Kurumumuzda iş ahlâkı zorlayıcı bir kural olarak yer alır” sorusuna “katılıyorum” cevabını verenlerin oranı %40'tır.

“Kurum içerisinde iş ahlâkına uygun olmadığını düşündüğüm durumlarla karşılaşıyorum” ifadesine çalışanların %52,2'si “katılmıyorum” cevabını vermiştir. Çalışanların %75,6'sı “iş ahlâkına uygun olmayan davranışların hoş görülmeceğinin açık kurallarla belirtildiğini” ifade etmektedirler.

Çalışma ortamı ile ilgili olan sorularda çalışanların %58,9'u “Kurum içerisinde çalışanları, istenilmeyen davranışlara iten ya da zemin hazırlayan bir ortam olmadığını” düşünmektedir. “Kurumda güvenli ve sağlıklı bir iş ortamının olduğunu” düşünenlerin oranı ise % 62,2'dir.

Çalışanların %80'i “işletmenin iş ahlâkı değerlerinin işletme stratejisinin başarısını artırdığı” ifadesine katılıyorum cevabını vermiştir. Çalışanların %43,3'ü, “kurumda iş ahlâkı modelini geliştirmek için önerdikleri fikirlerin ödüllendirildiğini” düşünmektedir. İşletme yönetiminin çalışanların iş ahlâkı konusunda fikirlerine değer vermesi, iş ahlâkı uygulamalarını kolaylaştırır ve işletme stratejisi ile uyumlu olmasını sağlar.

Çalışanların %40'ı “Kurumda çalışanların hiçbir şekilde hediye alıp vermesinin uygun görülmediğini” düşünmektedir. Verilen hediyelerin kurumun içinde yer aldığı herhangi bir iş veya anlaşmayla ilgili karşı tarafı etkilemek amacını taşımaması gerekmektedir.

%76,6 oranında çalışan ise “dürüstlüğü ödüllendiren mekanizmaların sık sık kullanılması bizi çalışmalarımızda motive eder” şeklinde düşünmektedir. Bu alanda yapılan başka bir araştırmaya göre çalışanların en önemli gördüğü ahlâki değerler dürüstlük ve doğruluk, ikinci olarak kişisel sorumluluk duygusu taşımak, üçüncü olarak karşısındakine güven veren ve kendine saygısı olan birinin diğer değerlere de kendini kolayca yönlendirebileceğini belirtmişlerdir. (Yılmaz 316)

%71,1 oranında çalışan “Kurumumuz için müşteri memnuniyeti ön plandadır” ifadesine katılmaktadır. Bu ifade işletme ve çalışanların “müşteri memnuniyetine karşı sorumluluğu”nun farkında olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.7. Kişisel Değerlere İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdeler Dağılımı

Kişisel Değerler	Kesinlikle Katılıyor		Katılıyor		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
12.İşini doğru ve güzel yapmak iş ahlâkının gereğidir	75	83,3	9	10,0	1	1,1	2	2,2	3	3,3	90	100
13.İşyerimiz için gönüllü hizmet etmekten kaçınmayız.	31	34,4	34	37,8	12	13,3	6	6,7	7	7,8	90	100
14.Bazen kurumun fiziksel kaynaklarını (malzeme, araç, gereç v.b.) kişisel amaçlarım için kullanırım.	6	6,7	15	16,7	18	20,0	30	33,3	21	23,3	90	100
15.Benim için itibar paradan daha önemlidir.	46	51,1	26	28,9	9	10,0	7	7,8	2	2,2	90	100
16.İş ahlâkı ve sosyal sorumluluktan önce para gelir.	4	4,4	5	5,6	10	11,1	22	24,4	49	54,4	90	100
17.Geçim sıkıntısı ve ekonomik güçlüklerden dolayı çalışanlar bazen yasal olmayan yollara başvurabilirler.	3	3,3	10	11,1	10	11,1	25	27,8	42	46,7	90	100
18.Günümüzde iş ahlâkı değerlerine aykırı davranış normal bir davranıştır. İş hayatında güç ve para böyle kazanılır.	3	3,3	6	6,7	8	8,9	11	12,2	62	68,9	90	100
19.Kuruma ait gizli bilgilerin dışarıya aktarılmasının yanlış olduğunu düşünmekteyim.	75	83,3	6	6,7	0	0,0	0	0,0	9	10,0	90	100
20.Bir işin yapılabilir süresinin gereksiz uzatılabileceğini düşünmekteyim.	8	8,9	9	10,0	15	16,7	22	24,4	36	40,0	90	100
21.Çalışanlar kurumdan ihtiyaç duyduğu şeyleri habersiz eve götürebilirler.	2	2,2	1	1,1	3	3,3	16	17,8	68	75,6	90	100
22.Çalışanlar arkadaşlarını korumak için yöneticilere yalan söyleyebilirler.	4	4,4	5	5,6	20	22,2	22	24,4	39	43,3	90	100

İş ahlâkı alt faktörü olan kişisel değerler, çalışanların bireysel ahlâki değerlerine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Tablo 3.7.'de çalışanların yaklaşık %93,3'ü "işini doğru ve güzel yapmanın iş ahlâkının gereği olduğunu" ifade etmişlerdir.

“Çalıştıkları kurum için gönüllü hizmet edebileceğini” söyleyen %72,2 oranında çalışan bulunmaktadır. Çalışanların kurum için fedakarlıkta bulunabileceğini gösteren bu durum işletmenin çalışanları ile ilişkilerinin iyi yönde olduğunu göstermektedir.

Çalışanların %56,6’sı “Bazen kurumun fiziksel kaynaklarını (malzeme, araç, gereç v.b.) kişisel amaçları için kullanmadığını”, % 93,4’ü ise “kurumdan ihtiyaç duyduğu şeyleri habersiz eve götürmediğini” ifade etmektedir.

Çalışanların %80’i “itibarın paradan daha önemli olduğunu” düşünmektedir. Çalışanların %78’i “iş ahlâkı ve sosyal sorumluluktan önce para gelir”, %81’i ise “günümüzde iş ahlâkı değerlerine aykırı davranış normal bir davranıştır. İş hayatında güç ve para böyle kazanılır” ifadesine kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum cevaplarını vermişlerdir. İş ahlâkı ve para ile ilgili yöneltilen ifadelerde çalışanların verdikleri cevapların oranlarında tutarlılık görülmektedir.

Çalışanların %90’ı “kuruma ait gizli bilgilerin dışarıya aktarılmasının yanlış olduğunu düşünmekteyim” şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu durum çalışanların kurumun çıkarlarını düşündüğünü göstermektedir.

“Geçim sıkıntısı ve ekonomik güçlüklerden dolayı yasal olmayan yollara başvurmayacağını” ifade eden %74,5 oranında çalışan bulunmaktadır. Çalışanların sahip oldukları ahlâk anlayışına göre böyle bir uygulama yapmayacaklarını göstermektedir. Kişinin güncel hayatta sahip olduğu ve sürdürdüğü ahlâk anlayışı, inancı, değerleri diğer bir ifadeyle kültürü çalıştığı kuruma yansıtması doğaldır. Kişiler ve yöneticileri ekonomik yaşamda ahlâk dışı davranmaya yönelten güçlü faktörlerden biri de düşük yaşam standardı yani mali sorunlardır. Kendisinin ve ailesinin ihtiyaçlarını karşılayamayacak düzeyde gelir düzeyi düşük olan kişilerin yaşamları süresince ahlâki olmayan davranış ve tutumlarla karşılaştıklarında doğru karar vermede zorlanacakları bir gerçektir. İngiltere’de, Fransa’da ve Almanya’da yapılan çalışmalarda ve çıkan bulgularda da ahlâki düzeyinin insanın gelir düzeyi ile paralellik gösterdiği saptanmıştır. (Yılmaz 317)

Tablo 3.8. Yöneticilerin Tutumuna İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzelik Dağılımı

Yöneticilerin Tutumu	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
23. Kurumunuzda iş ahlâkı değerlerine önem verildiğini düşünüyorum.	26	28,9	39	43,3	11	12,2	9	10,0	5	5,6	90	100
24. İstenmeyen davranışlar meydana geldiğinde çalışanlar önce sorgulanır, eğer gerekiyorsa ceza verilir.	28	31,1	33	36,7	18	20,0	7	7,8	4	4,4	90	100
25. İş ahlâkına uygun davranıp, sorumluluklarını yerine getirdiğimde yönetim tarafından terfi ettirileceğimi düşünmekteyim.	13	14,4	18	20,0	27	30,0	20	22,2	12	13,3	90	100
26. Ahlâki kaygıların verimlilikten daha üstün tutulması gerektiğini düşünüyorum.	17	18,9	33	36,7	30	33,3	9	10,0	1	1,1	90	100
27. Kurumumuzda uygun, istenilir, dürüst davranışlar sergilememizi sağlayacak rehber ve liderlerimiz vardır.	15	16,7	38	42,2	22	24,4	9	10,0	6	6,7	90	100
28. Kurumumuzda hakkını arayan ya da haksızlıkları ortaya koyan arkadaşlarımızı yöneticilerimiz destekler.	12	13,3	21	23,3	34	37,8	14	15,6	9	10,0	90	100
29. Çalışanlar arasında cinsiyet ve yaş ayrımı yapılmamaktadır.	16	17,8	26	28,9	23	25,6	12	13,3	13	14,4	90	100
30. Terfi için aday belirlerken iş ahlâkının etkisi düşünülmektedir.	16	17,8	24	26,7	27	30,0	16	17,8	7	7,8	90	100

İşletmelerde iş ahlâkının yerleştirilmesi ve uygulanabilmesi için bu konuda yöneticilerin tutumu önemlidir. Yöneticilerin tutumu alt faktörüne ilişkin sorulara çalışanların verdikleri cevapların yüzelik dağılımı Tablo 3.8.’ de gösterilmiştir. Çalışanların % 72,2’ si “kurum içerisinde iş ahlâkı değerlerine önem verildiğini” düşünmektedir. İşletme yönetiminin iş ahlâkı politikalarının olduğunu ve çalışanlarında bu konuda bilgilendirildiği görülmektedir.

“İstenmeyen davranışlara yönelik kurum içerisinde gerekli uyarı ve cezai yaptırımın uygulandığını” ifade eden %67,8 oranında çalışan bulunmaktadır.

Çalışanların %34,4’ü “iş ahlâkına uygun davranıp, sorumluluklarını yerine getirdiğinde yönetim tarafından terfi ettirileceğini”, %44,5’i ise “terfi için aday belirlenirken iş ahlâkının etkisinin düşünüldüğünü ” ifade etmişlerdir. Bu iki soruya

verilen cevaplardan anlaşılan çalışanların, terfi edebilmeleri için iş ahlâkına uygun hareket etmelerinin yeterli olmadığını, fakat etkili olduğunun farkında olduklarını göstermektedir.

%55,6 oranında “ahlâki kaygıların verimlilikten daha üstün tutulması gerektiğini” düşünmektedir. Ahlâki kaygı ile verimliliğin önceliği konusunda kararsız kalan % 33,3 oranında çalışan bulunmaktadır.

Çalışanların %46,7’si “cinsiyet ve yaş ayrımının yapılmadığını” düşünmektedir. Çalışanların %36,6’sı “Kurum içerisinde hakkını arayan ya da haksızlıkları ortaya koyan çalışanların yöneticiler tarafından desteklendiğini” düşünürken, %37,8’inin bu soruya kararsız kaldıklarını göstermektedir.

Çalışanların %58,9’u “kurum içerisinde uygun, istenilir, dürüst davranışlar sergilememizi sağlayacak rehber ve liderler vardır” ifadesine “katılıyorum” cevabını vermişlerdir. Ankete katılan çalışan sayısının yarısından fazlasının bu şekilde düşünmesi, yöneticiler ile çalışanlar arasındaki ilişkinin iyi yönde olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.9. Çalışma Arkadaşlarına İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerle Dağılımı

Çalışma Arkadaşları	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
31.Çalışanlar kurumumuzda birbirine karşı dürüst ve saygılıdır.	20	22,2	39	43,3	18	20,0	13	14,4	0	0,0	90	100
32.Çalışanlar arasında karşılıklı güven ve sorumluluk ön plandadır.	22	24,4	42	46,7	13	14,4	10	11,1	3	3,3	90	100
33.Kurumumuzdaki çalışanlar geçim sıkıntısı ve ekonomik güçlüklerle rağmen yasal olmayan yollara başvurmazlar.	31	34,4	41	45,6	9	10,0	7	7,8	2	2,2	90	100
34.Çalışanlarımız çevremizi ve doğal kaynakları koruma konusunda hassas davranmaktadırlar.	13	14,4	35	38,9	27	30,0	12	13,3	3	3,3	90	100
35.İşimizi yaparken yöneticilerimiz tarafından denetlenmek rahatsız eder.	8	8,9	25	27,8	15	16,7	23	25,6	19	21,1	90	100
36.Çalışanlar iş akdine sadakat gösterirler.	23	25,6	44	48,9	15	16,7	5	5,6	3	3,3	90	100

İş ahlâkı alt faktörü olan “çalışma arkadaşları”, çalışanların birbirlerine, çalıştıkları işyerine ve çevreye karşı tutumlarını ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Çalışanların %65,5’i “Kurumda çalışanların birbirine karşı dürüst ve saygılı olduğunu”, %71.1’i de “çalışanlar arasında karşılıklı güven ve sorumluluğun ön planda olduğunu” düşünmektedir. “Kurumda çalışanların birbirine karşı dürüst ve saygılıdır” ifadesine “kesinlikle katılmıyorum” diyen çalışan bulunmamaktadır. Bu durum çalışanlar arasında karşılıklı güven ve saygının önemli olduğunu göstermektedir. Örgütsel yaşamda çalışanlar birbirlerine güvenirlerse işbirliği yapabilir, açık davranabilirler. Çalışanlar arasındaki bu tarz bir ilişki işletmenin ve çalışanların verimliliğini artırır ve iş ahlâkı uygulamaları açısından da kolaylık sağlar.

Çalışanların %80’i “geçim sıkıntısı ve ekonomik güçlüklerle rağmen yasal olmayan yollara başvurmazlar”, %74,5’i “çalışanlar iş akdine sadakat gösterirler” ifadesine katılıyorum şeklinde cevaplandırmışlardır. Çalışanların ekonomik ve sosyal güvencelerinin olması, sağlık sorunlarıyla ilgilenilmesi, çalışanların işletmeye karşı olan sadakatlerini artırır. Bu da çalışanların yaptıkları işe daha iyi yoğunlaşmalarını sağlayarak üretilen hizmetlerin kalitesinin artırılmasını da sağlar.

“İşimi yaparken yöneticilerim tarafından denetlenmek rahatsız eder” sorusuna “katılıyorum” cevabını veren %36,7, aynı soruya katılmıyorum cevabını veren ise %46,7’dir.

“Çalışanlar çevreyi ve doğal kaynakları koruma konusunda hassas davranmaktadırlar” ifadesine % 53,3 oranında çalışan “katılıyorum” cevabını verirken, % 30 oranında çalışan ise kararsızım cevabını vermiştir. İşletmenin sosyal sorumluluk kapsamında sadece paydaşlarına karşı değil, doğal kaynaklara ve çevreye karşı da sorumluluklarının farkında olduğunu göstermektedir. İşletmenin çalışanlarını ve paydaşlarını, sosyal sorumluluk projeleri kapsamında doğal kaynakların kullanımı ve topluma karşı duyarlılığı konusunda daha fazla bilgilendirmesi gerekmektedir.

Tablo 3.10. Çalışan Memnuniyetine İlişkin Sorulara Verilen Cevapların Yüzdelerle Dağılımı

Çalışan Memnuniyeti	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
	37.Çalıştığım kurumda fikirlerim ve görüşlerim dikkate alınmıyor ve onlara değer veriliyor.	11	12,2	37	41,1	19	21,1	18	20,0	5	5,6	90
38.Çalıştığım kurumda yükselme fırsatımın olduğuna inanıyorum.	29	32,2	29	32,2	16	17,8	11	12,2	5	5,6	90	100
39.Kurumda yükselme ve terfilerin adil biçimde gerçekleştiğini düşünüyorum.	9	10,0	24	26,7	26	28,9	16	17,8	15	16,7	90	100
40.İşimi düzgün yapabilmem için gerekli yetkiye sahibim.	15	16,7	46	51,1	16	17,8	7	7,8	6	6,7	90	100
41.Haklı bir gerekçe olmadıkça işime son verilmeyeceğini düşünüyorum.	41	45,6	30	33,3	6	6,7	6	6,7	7	7,8	90	100
42.İhtiyaç duyduğumuz kişiye (yöneticiler dahil) istediğimiz zaman ulaşabiliyoruz.	29	32,2	30	33,3	18	20,0	9	10,0	4	4,4	90	100
43.Ücretlerden memnunum.	12	13,3	30	33,3	25	27,8	19	21,1	4	4,4	90	100
44.Genel olarak işimden memnunum.	33	36,7	33	36,7	15	16,7	7	7,8	2	2,2	90	100
45.Ücret dışı ödüllendirmelerden memnunum.	23	25,6	22	24,4	20	22,2	14	15,6	11	12,2	90	100
46.Çalıştığım işyeri ortamının sosyal açıdan (ilişkiler, kurum kültürü vs.) çalışmaya uygun olduğunu düşünüyorum.	39	43,3	27	30,0	14	15,6	5	5,6	5	5,6	90	100
47.Çalıştığım kurumdan memnunum.	41	45,6	28	31,1	14	15,6	3	3,3	4	4,4	90	100

Tablo 3.10., çalışanların memnuniyetini ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Çalışanların %53,3'ü “kurumda fikirlerinin dikkate alındığını ve değer verildiğini” düşünmektedir. İnsanların görüşlerine değer verilmesi motivasyonlarını arttıran en önemli davranış şekillerindedir.

“Çalıştığım kurumda yükselme fırsatımın olduğuna inanıyorum” ifadesine “katılıyorum” cevabını veren çalışan oranı %64,4'tür. Bu durum çalışanların yaptıkları işte kendilerine güvendiklerini ve çalıştıkları kurumda terfi imkanlarının olduğunu göstermektedir. Çalışanların %36,7'si “Kurumda yükselme ve terfilerin adil biçimde gerçekleştiğini düşünüyorum”, fadesine “katılıyorum” cevabını vermişlerdir. Çalışanların işteki memnuniyetini etkileyen en önemli konulardan biri

de terfidir. İşletmede tüm çalışanlara yönelik adil bir terfi politikasının olması, çalışanların motivasyonlarını arttırarak, kuruma karşı güven duymalarını sağlar.

İşgören çalıştığı kurumdan ağır bir kusur işlemedikçe işini, statüsünü ve bunlara bağlı olarak diğer haklarını yitirmeyeceğinden emin olmak ister. Her an işini kaybetme korkusu yaşayan birinden verimli bir hizmet beklenemez. Bu nedenle çalışana her türlü kuşkudan uzak, güven içinde ortam hazırlanmalı ve gönül rahatlığı içinde çalışması gerçekleştirilmelidir. (Sabuncuoğlu 21-22) Çalışanların % 78,9'u iş güvencesi ile ilgili olan "haklı bir gerekçe olmadıkça işime son verilmeyeceğini düşünüyorum" ifadesine "katılıyorum" cevabını vermiştir. Bu durum, işletme ve çalışanların arasında karşılıklı güvenin sağlandığını göstermektedir.

Çalışanların %67,8'i "İşimi düzgün yapabilmem için gerekli yetkiye sahibim" ifadesine "katılıyorum" cevabını vermişlerdir. %65,5 oranında çalışan "İhtiyaç duyulan kişiye (yöneticiler dahil) istenilen zamanda ulaşabildiğini" ifade etmektedir. Çalışanların gerekli yetkiye sahip olmaları ve ihtiyaç duydukları kişilere ulaşmalarının kolay olması, bu kurumda işlerin daha kısa zamanda yapılabilme imkanını oluşturur.

Çalışanların % 46,6'sı "ücretlerden memnunum", % 73,4'ü "genel olarak işimden memnunum", %50'si "ücret dışı ödüllendirmelerden memnunum", % 73,3'ü "çalıştığım işyeri ortamının sosyal açıdan (ilişkiler, kurum kültürü vs.) çalışmaya uygun olduğunu düşünüyorum" ve % 76,7'si "çalıştığım kurumdan memnunum" ifadelerine "katılıyorum" cevabını vermişlerdir. Çalışanların genel olarak ekonomik ve sosyal açıdan işlerinden ve kurumdan memnun oldukları görülmektedir.

3.2.4. İş Ahlâkı Alt Faktörleri Her Birisinin Ve Toplam İş Ahlâkının Çalışan Memnuniyeti Korelasyon İlişkisi

Korelasyon analizi, aralık ve rasyo seviyesinde ölçülmüş iki değişken arasındaki ilişkinin veya bağımlılığın şiddetini belirlemeye yönelik bir analiz tekniğidir. Korelasyon analizinde ölçülmeye çalışılan ilişki, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olan kısmı ile ilgilidir.(Altunışık vd. 199-200) Bu analizde iş ahlâkı alt faktörlerinin her birisinin ve toplam iş ahlâkının, çalışan memnuniyeti ile ilişkisi ölçülmektedir.

Tablo 3.11. Toplam İş Ahlâkı Ve Alt Boyutları İle Çalışan Memnuniyeti Korelasyon Sonuçları

		Çalışan Memnuniyeti
Firma Uygulamaları	r	0.489
	p	0.000
	N	90
Kişisel Değerler	r	0.480
	p	0.000
	N	90
Yöneticilerin Tutumu	r	0.684
	p	0.000
	N	90
Çalışma Arkadaşları	r	0.704
	p	0.000
	N	90
Toplam İş ahlâkı	r	0.717
	p	0.000
	N	90

Korelasyon analizi neticesinde hesaplanan korelasyon katsayısı r ile gösterilir ve -1 ile + 1 arasında değerler alabilir. Katsayının + 1 olması ($r > 0$) iki değişken arasında doğrusal bir ilişkinin olduğunu gösterirken, katsayının -1 olması ($r < 0$) ise değişkenler arasındaki ilişkinin iyi olduğu fakat ters yönde olduğunu göstermektedir. (Altunışık vd. 199-201)

Yukarıdaki iş ahlâkı alt faktörleri ve toplam iş ahlâkının çalışan memnuniyetini gösteren tabloların arasındaki ilişki şu şekildedir:

Firma uygulamalarına ilişkin puanlar arttıkça, çalışan memnuniyetinin de arttığı görülmektedir.($p < 0,05$, $r = 0,489$)

Kişisel değerlere ilişkin puanlar arttıkça, çalışan memnuniyetinin de arttığı görülmektedir.($p < 0,05$, $r = 0,480$)

Yöneticilerin tutumuna ilişkin puanlar arttıkça, çalışan memnuniyetinin de arttığı görülmektedir.($p<0,05$, $r=0,684$)

Çalışma arkadaşlarına ilişkin puanlar arttıkça, çalışan memnuniyetinin de arttığı görülmektedir.($p<0,05$, $r=0,704$)

Toplam iş ahlâkına ilişkin puanlar arttıkça, çalışan memnuniyetinin de arttığı görülmektedir.($p<0,05$, $r=0,717$)

İş ahlâkı politikaları ve çalışanların tutumları arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Örneğin 1992 yılında Boyer ve Webb, eğer iş ahlâkı kuralları etkin bir biçimde uygulanırsa, iş memnuniyeti artar. Benzer olarak, Vitell ve Davis (1990), üst yönetimin iş ahlâkına uygun davranışlar üzerinde önemle durduğunda, çalışanların işlerinden daha çok tatmin olduklarını ortaya çıkarmıştır. Aynı şekilde Weeks ve Nantel (1992) geliştirilmiş iş memnuniyetinin iyi anlaşılması iş ahlâkı kurallarına bağlı olduğunu bulmuşlardır. (Randi 387) Bu bulgular, işletme yönetimi tarafından, iş ahlâkına uyulması teşvik edildiği takdirde çalışan iş memnuniyetini artırdığını göstermektedir.

SONUÇ

İş ahlâkının insanoğlunun ilk ticari faaliyetinden bu yana varolduğu söylenebilir. İş ahlâkı, ahlâki düşünce ve ilkelerin işletmecilik faaliyetlerine uygulanmasıyla ortaya çıkan bir olgudur. Fakat sadece iş dünyasına ait özel bir ahlâk disiplini değildir. Çünkü iş dünyasında karşılaşılan ahlâki sorunlar genel ahlâki sorunlardan farklı değildir. İş ahlâkı tüketicilerden çalışanlara toplumun her kesimini, çevreyi ve iş yaşamının her alanını ilgilendirmektedir.

İşletmelerin amaçlarının ve topluma katkı veya zararlarının da tartışılmaya başlanması iş ahlâki değerleri hakkında araştırmalar yapılmasına neden olmuştur. Bu süreç içerisinde iş ahlâki önceden kişisel bir sorun olarak görülürken sonradan işletmenin iş ahlâki ya da sorumluluğu şeklinde düşünülmektedir.

Çalışanların veya yöneticilerin iş ahlâki ilkelerine uygun hareket etmemesi yüzünden işletmeler maddi ve manevi açıdan zarara uğramaktadır. Söz konusu zararlar “ölçülebilen” ve “ölçülemeyen” zararlar olarak iki grupta ele alınabilir. Ölçülebilen zararlar işletmelerin, iş ahlâki ile ilgili çeşitli ihmal ve suistimallerden ötürü ödemek zorunda kaldıkları tazminatlar, cezalar veya bu sebeple maruz kaldıkları işgücü/verimlilik kayıpları gibi hususlardır. Ölçülemeyen zararlar ise bahsi geçen suistimallerin sebep olduğu güven ve itibar kaybı gibi sonuçları daha uzun süre etkisini devam ettiren ve tamiri güç olan hususlardır. Nitekim “Güven bir ruh gibidir, bir kere gittiğinde bir daha geri gelmez” sözü bu durumu veciz biçimde ifade etmektedir.

Bilgi teknolojilerinin ortaya çıkması, bilginin saklanması, fikri mülkiyet hakları ve ekoloji ile ilgili gelişmeler, yeni ahlâki değerlerin oluşmasına neden olmaktadır. Toplumdaki gelişmelerin gerektirdiği talebe göre ahlâkın değiştiğini ve yeni ahlâki değerlerin ortaya çıktığını göstermektedir. Özellikle çok uluslu işletmelerin küresel ekonomideki rolü ve öneminin artması ile birlikte, iş ahlâki da küresel düzeyde önemi artan bir disiplin haline gelmektedir. Bu doğrultuda küresel anlamda işletmelerin evrensel iş ahlâki standartlarına sahip olmaları, ticarete karşılaşılan iş ahlâki çıkmazlarını önlemektedir.

İşletme yönetimlerinde karşılaşılan ahlâki sorunlar siyah- beyaz değildir, gri tonlar içerir. Bunların çözümünde; kanuni düzenlemelerin ve denetim mekanizmalarının etkisiz kalması iş ahlâki konusunu gündeme getirmektedir.

İşletmelerde iş ahlâkının uygulanabilmesi için yönetimin desteğine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle iş ahlâkının uygulanması konusunda öncelikle yöneticilerin örnek davranış sergilemeleri, karar alırken iş ahlâkı kriterlerini göz önünde bulundurmaları ve işletme içerisinde ayrımcılık, rüşvet ve yolsuzluk gibi iş ahlâkına uygun olmayan davranışlar konusunda hassas olmaları gerekmektedir.

İş ahlâkının kurumsallaştırılması için, örgütsel kültürü, yöneticinin ve çalışanların ahlâki eğilimi, tepe yönetiminin desteği ve belirgin ahlâk politikası özellikle önem taşımaktadır. Bunların yanı sıra işletme yönetim kuralları, ahlâk komiteleri, şikayet büroları, yasal kurullar, ahlâk eğitimi programları ve yazılı ahlâk yasalarının geliştirilmesi de sayılabilir.

Bu çalışmada bir katılım bankasında çalışanlardan toplanan veriler incelendiğinde kurumsal kültürün benimsendiği, bu işletmenin iş ahlâkı kavramına sahip çıktığı ve çalışanların kişisel ahlâki değerlerinin yüksek olduğu ve iş ahlâkı kurallarını benimsediğini göstermektedir. Genel olarak iş ahlâkı değerlerinin artması çalışanların memnuniyetini de artırdığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre söz konusu firmada iş ahlâkı ile ilgili yazılı ilkelerin var olduğu görülmektedir. Ayrıca işletmede iş ahlâkı kurallarının açıkça belirtildiği, güvenli ve sağlıklı bir iş ortamının olduğu ve çalışanların bu durumdan memnun oldukları dikkati çekmektedir.

Kurumun yazılı iş ahlâkı değerleri, örgüt içi ve çevresiyle uyumlu olup örgüt içindeki bütün işlemleri etkilerken bu değerlerin çalışanların kişilik değerlerine önem verdiği görülmektedir. Bu durum örgütün iş ahlâkı stratejisi, hedef ve amaçları, iş ahlâkı politika ve prosedürleri örgütü olumlu etkilemektedir. Ayrıca işletmenin iş ahlâkına dayalı davranışları destekleyen bir yapısı vardır ve iş ahlâkına uygun davranışları ödüllendiren sistem gibi adaletli bir biçimde çalışmaktadır.

İş ahlâkı konusunda çalışanlara verilen eğitimler ve oryantasyonlar da dahil örgütteki tüm işler için politikalar, stratejiler ve benzerleri belirlenirken bireylerin özellikleri dikkate alınmaktadır. Bu durumda iş ahlâkı değerleri, tüm bireylerin ahlâki değerlerini içermeyeceğinden genel ifadeleri ve herkese göre kesin doğruları içermektedir. Çalışanların kişisel iş ahlâkı değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Biçimsel olmayan ilişkilerinin güçlü olmasının da etkisiyle çalışanlar yazılı ifade edilmeyen iş ahlâkı konularında ne yapmaları gerektiğini bilmektedir.

İşletme yönetiminde, yöneticilerin tutumu, çalışanların genel olarak işlerine ve işletmelerine karşı olan bakış açılarını da önemli ölçüde etkileyen bir faktör olarak

ele alınmaktadır. Başka bir anlatımla bu durum, çalışanların işlerinden sağladıkları doyum ve örgüte bağlılıklarında da önemli ölçüde bir etkiye sahip olmakta, bu da o çalışanın işletmeye faydalı olma ve işletmeyi sahiplenme duygusunu geliştirmektedir. Bu araştırmada iş ahlâkının bir faktörü olan “yöneticilerin tutumu” değerlendirilmiş ve elde edilen sonuçlar ışında çalışanlar ile yöneticiler arasındaki ilişkinin iyi ve çalışan memnuniyetinin de yüksek olduğu görülmüştür.

Çalışmada incelenen diğer bir faktör de “Çalışma arkadaşları”nın iş ahlâkı ile ilgili tutumlarıdır. Elde edilen sonuçlara göre çalışanların büyük çoğunluğu arkadaşları ile ilişkilerinde dürüstlük ve saygının, karşılıklı güven ve sorumluluğun ön planda olduğunu düşünmektedirler. İş ortamında verimliliğin ve etkinliğin artırılması için çatışma olmadan çalışanların belirli bir uyum içinde bulunmalarını gerektirmektedir. Araştırma sonuçları söz konusu kuruluştaki çalışanların kendi aralarındaki ilişkinin iyi ve çalışan memnuniyetinin de yüksek olduğunu göstermektedir.

İşletmelerde çalışanların her türden sorunuyla bire bir ilgilenmenin işletme politikası haline getirilmesi, motivasyonu artırıcı ve verimliliği yükseltici etkin bir yöntemdir. Bu doğrultuda çalışanların memnuniyetinin sağlanabilmesi için hem ekonomik hem de sosyal açıdan ihtiyaçlarının giderilmesi gerekmektedir.

Çalışanlar ücretlerden, yaptıkları işten, ücret dışı ödüllendirmelerden ve kurumdan memnun olduklarını, işyeri ortamının sosyal açıdan çalışmaya uygun olduğunu düşünmektedirler.

Önceki dönemlerde “en güçlü olan yaşasın”, “ne üretirsem satarım” vb. anlayışında bulunan işletmelerin, günümüzde küreselleşme ve rekabetin ve içinde bulunduğu toplumun da etkisi ile tüm faaliyetlerine dikkat etmeleri zorunludur. Önümüzdeki yıllarda işletmelerin başarılı olabilmeleri ve uzun süre ayakta kalabilmeleri için yüksek iş ahlâkı değerlerine sahip olmaları gerekmektedir. Genel olarak iş ahlâkının tesis edilebilmesi için devlet, toplum ve iş dünyası birlikte hareket etmelidirler. Kısacası, ahlâk, kişinin huzurlu yaşaması açısından ne derece önemli ise, ekonomik ve toplumsal ilişkilerdeki güven ve sadakat açısından da o derece önemlidir.

KAYNAKÇA

- Acar, Baltaş. “İş Hayatı, Sorumluluk Ve Ahlâk”, *Activeline Dergisi*, Şubat 2002.
- Akdemir, Bünyamin. “Küresel Rekabet Ortamında İnsan Kaynakları Yönetiminin Değişen Rolü: Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi”. 427-455. (18.04.2009)
<<http://iibf.kocaeli.edu.tr/ceko/armaganlar/turanyazgan/17.pdf>>
- Aktan, Coşkun Can. “Temiz Bir Toplum Yapısı Oluşturulmasında Toplam Ahlâk Yönetimi Perspektifi. Yolsuzlukla Mücadele Stratejileri”, Ankara: Hak-İş Yayınları, 2001.
- Altay, Asuman. “Küreselleşen Yoksulluk Olgusunun Önlenmesinde Mikro Finansman Yaklaşımı”, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar* 44 (2007): 57-67
- Altunışık, Remzi, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu Ve Engin Yıldırım. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2007.
- Andrews, R. Kenneth. “Uygulamada Ahlâk”. Çev. Cemal Engin, *Şirket Ahlâkı. Harvard Business Review*. İstanbul: Mess Yayınları, Eylül 2005.
- Aras, Güler. “Toplantı Sonuç Raporları”, *İş Etiği: Eski Sorunlar, Yeni Kavramlar, Yeni Yaklaşımlar*, İstanbul: Friedrich Ebert Stiftung Yayınları, 2001:49-62.
- Arslan, Mahmut. “Türkiye’de İslam Ve İş Ahlâkı”, *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*. Editör: Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık. İstanbul: Dem Yayınları, 2007.
- Arslan, Mahmut. *İş ve Meslek Ahlâkı*. Ankara: Siyasal Kitabevi, Mart 2005.
- Aşçıgil, F. Semra, “Toplantı Sonuç Raporları”, *İş Etiği: Eski Sorunlar, Yeni Kavramlar, Yeni Yaklaşımlar*, İstanbul: Friedrich Ebert Stiftung Yayınları, 2001 .
- Aydın, Mustafa. “İslam Bağlamında Ahlâk”, *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*. Editör: Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık. İstanbul: Dem Yayınları, 2007.
- Balay, Refik. “Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37 (2004): 61-82
- Barutçu, Süleyman, Muzaffer Aydemir ve Esin Barutçu. “Uluslararası Pazarlarda Rüşvet Sorunu: Denizli’de Faaliyet Gösteren İşletmelerde Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (2005): 157-176.
- Başdemir, Hasan Yücel. “Ahlâk Metafiziği”, *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*. Editör: Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık. İstanbul: Dem Yayınları, 2007.

- Bektaş, Çetin, Mehmet Ali Köseoğlu. “İş Etiği Ve İş Etiğinin Yayılım Süreci”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 13 (2008): 145-158.
- Berkman, Ümit. *Az Gelişmiş Ülkelerde Kamu Yönetiminde Yolsuzluk ve Rüşvet*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, 1997.
- Bolat, Tamer, Oya Aytemiz Seymen. “Örgütlerde İş Etiğinin Yerleştirilmesinde Dönüşümcü Liderlik Tarzı’nın Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme”. Sosyal Bilimler Dergisi. (23.04.2009)
<http://w3.balikesir.edu.tr/~seymen/Orgutlerde_is_Etiginin.pdf>
- Çağatay, Neşet. *Bir Türk Kültürü Olan Ahilik*. Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1997.
- Çalık, Temel, Feridun Sezgin. “Küreselleşme, Bilgi Toplumu Ve Eğitim”, Kastamonu Eğitim Dergisi 13 Mart. 2005: 55-66.
- Çiftçi, Nermin. “Kohlberg’in Bilişsel Ahlâk Gelişimi Teorisi: Ahlâk Ve Demokrasi Eğitimi.” Değerler Eğitimi Dergisi 1(2003): 43-77.
- Demir, Galip. “Ahilik ve Yükselen Değerler”, Görüş Dergisi Ocak 2001: 76-82.
- Demir, Hulusi, Neşe Songür. “Sosyal Sorumluluk Ve İş Ahlâkı”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2 (1999): 150-168
- Demir, Ömer. *İktisat ve Ahlâk*. Ankara: Liberte Yayınları, 2003.
- Diñer, Ömer. *Stratejik Yönetim Ve İşletme Politikası*. İstanbul: Beta Basım, 1998.
- Donaldsan, Thomas. “Gerilim Altında Değerler”. Çev. Cemal Engin, *Şirket Ahlâkı*. *Harvard Business Review*. İstanbul: Mess Yayınları, Eylül 2005.
- Ekin, Serap, S. Hande Tezölmez. “Türk İş Dünyasındaki Yöneticilerin İş Ahlâkı Konusundaki Düşünceleri”. *Prof. Dr. Nusret Ekin’e Armağan*, Ankara: TÜHİS Yayınları, 2000.
- Elbeyi, Pelit, Evren Güçer, “İşletme Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Davranışlarının İş Etiği Kapsamında Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma”, Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi, Bahar. 2007: 32-49.
- Emhan, Abdurrahim. “Başarılı İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Kavramına Bakış Açısı”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 6, Güz. 2007: 247-258. (12-03.2009)
<www.esosder.org>
- Gök, Sibel. “İş Etiği İle İş Ahlâkı Arasındaki İlişki Ve Çalışma Yaşamında İş Etiğini Etkileyen Faktörler”, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi ISSN:1303-5134, 5 (2008): 1-19. (13.05.2009) <<http://www.insanbilimleri.com>>
- Gökberk, Macit. *Felsefe Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1980.

- Göktaş, Bayram, Gökçe Aslan ve Filiz Aslantekin, Ramazan Erdem. “Örgüt Kültürü ve Ekrem Hayri Üstündağ Kadın Hastalıkları ve Doğum Hastanesi Örneği”. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi 8 (2005): 351-372.
- Gül, Hasan, “Etik Dışı Davranışlar Ve Ussallaştırılması: Devlet Hastanelerinde Bir Uygulama”, Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi Haziran 2006: 65-79
- Güllülü, Sabahattin. *Ahi Birlikleri*. İstanbul: Ötüken Yayınları, 1992.
- Güney, Semra. “Ahlâki Liderliğin Kavramsallaştırılması ve Ahlâki Yönetimde Liderliğin Rolü”, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi 13 (2006): 135-148.
- Güngör, Erol. *Ahlâk Psikolojisi ve Sosyal Ahlâk*. İstanbul: Ötüken Yayınları, 2008.
- Hacaloğlu, Algan, “Günümüzden Geleceğe İnsan Hakları’nın Evrimi”, Yeni Türkiye Ocak- Şubat 1998: 451-453
- İlhan, Süleyman. “İş Ahlâkı: Kuramsal Bir Yaklaşım”. Sosyal Bilimler Dergisi .258-275 (14.05.2009) <www.sosbil.aku.edu.tr/dergi/VII2/suleymanilhan.pdf>
- İşseveroğlu, Gülsün. “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Ve Etik” Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F, Yönetim Ve Ekonomi 8 (2001): 55-67.
- Kalabalık, Halil. “İdarede Etik Davranışlar Ve Bunları Destekleyen Mekanizmalar”, *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*. Editör: Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık. İstanbul: Dem Yayınları, 2007.
- Kant, Immanuel. *Ethica*. Çev. Oğuz Özügül, İstanbul: Pencere yayınları, 2003.
- Kayacan, Murad. “Anonim Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları Ve Etik Değerler” (26.04.2009) <http://www.tkyd.org/files/downloads/Anonim_Sirketlerin_Sosyal_Sorumluluklari.pdf>
- Kılavuz, Raci. “Yönetimsel Etik Ve Halkın Yönetimsel Etik Oluşumuna Etkileri”. C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi 26 Aralık 2002: 255-266
- Kılıç, Recep. “Ahlâkı Temellendirme Problemi”, Felsefe Dünyası Temmuz 1993: 67-78
- Kılıç, Recep. “İslam Kelam Düşüncesinde Ahlâk Anlayışı”. *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*. Editör: Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık. İstanbul: Dem Yayınları, 2007.
- Köse, Sevinç, Semra Tetik ve Cuma Ercan. “Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler”. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi 7 (2001):219-242.
- Kurtuluş, Berrak. “İş Ahlâkı: Geçmişte Ve Günümüzde”. Ss. 737-759. (26.04.2009) <<http://iibf.kocaeli.edu.tr/ceko/ssk/kitap50/31.pdf>>

- Küçük, Sezai. “Mesnevi’de Mevlana’nın Ahlâk Anlayışı”. Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk. Editör: Recep Kaymakcan, Mevlit Uyanık. İstanbul: Dem Yayınları, 2007.
- Mc Hugh, Francis PJ. *İş Ahlâkı*. Çev.Tüsiad, İstanbul: Tüsiad yayın, 1992.
- Murat, Güven, Banu Açıkgöz. “Yöneticilerin Örgüt Kültürü Algılamalarına İlişkin Bir Analiz: Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Örneği”, Z.K.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi 3 (2007): 1-20.
- Murat, Sedat. “İş ahlâkı ve İş uygulamaları”. *İĞİAD İş Ahlâkı Sempozyumu Bildiriler*. İĞİAD Yayınları, 31 Mayıs 2008.
- Özdemir, Erkan, “Liderlik Ve Etik”, Uludağ Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 11 (2003): 151-168.
- Özdemir, Murat. “Kamu Yönetiminde Etik”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi 4 (2008): 179-195.
- Özdemir, Şuayip, Fikret Yaman. “Afyon’daki Yerel Ve Ulusal Perakendecilerde Çalışan Satış Elemanlarının İş Ahlâkı Ve Sosyal Sorumluluk Açısından Karşılaştırılması”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 13 (2008): 83-94.
- Özgener, Şevki. “İş Ahlâkının Kurumsallaşmasında Üst Yönetim Kademesinin Rolü”. *İĞİAD İş Ahlâkı Dergisi* 1(2008): 31-54.
- Özgener, Şevki. *İş Ahlâkının Temelleri: Yönelimsel Bir Yaklaşım*. Ankara: Nobel Yayın, 2004.
- Randi, L. Sims. “When Formal Ethics Policies Differ From Informel Expectations: A Test of Managers Attitudes”. *Leadership & Organization Development Journal*, 19 (1998): 386-392.
- Schwepker, JR, C.H. “Ethical Climate’s Relationship to Job Satisfaction, Organizational Commitment , and Turnover Intention In The Salesforce”. *Journal of Business Research*, 54 (2001):39-52.
- Şahin, Ayşe, M. Hulusi Demir. “Yönetici İkilemi, İş Ahlâkı”. Muğla Üniversitesi SBE Dergisi, Güz 2000: 203-213.
- Şahin, Levent, Kadir Yıldırım. “İşletmelerde İş Ahlâkı Uygulamaları İçin Genel Çerçeve”, *İĞİAD İş Ahlâkı Dergisi* 1(2008): 55-66.
- Şeker, Mehmet. *İbn Batuta’ya Göre Anadolu’nun Sosyal-kültürel ve İktisadi Hayatı İle Ahilik*. Ankara: T.C.Kültür Bakanlığı, 2001.

- Şen, Lütfi. “Kamu Görevlilerini Yoldan Çıkararak Bubi Tuzakları: Hediye Ve Kişisel Kullanım Amacıyla Yapılan Bağışlar”. ss. 361-368 (04.05.2009) <www.etikturkiye.com/etik/kam1/3MustafaLutfiSEN.pdf>
- Şimşek, Birgül. “Yöneticilerin Çalışanlara Karşı Etik Sorumlulukları”. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 1(1999): 69-86.
- Tabakoğlu, Ahmet. “Ahilik ve iş ahlâkı”. *İGAD İş Ahlâkı Sempozyumu Bildiriler*. İGAD Yayınları, 31 Mayıs 2008.
- Taylan, Hasan Hüseyin, Ümit Arkan. “ Medya Ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi”. Sosyal Bilimler Dergisi Haziran. 2008.
- Tengilimoğlu, Dilaver, Meral Tahtasakal, “Büro Etik Kuralları Ve Bürolarda Yaşanan Cinsel Taciz Olaylarının Cinsiyete Göre Algılanma Biçimi: Bir Alan Çalışması”, Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi 15 (2004):30-44.
- Tezbaşaran, Ata. *Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, 1997.
- Tierney, Elizabeth P. *İş Ahlâkı Yöneticiler için Bir Rehber*. Çev. Günhan Günay. İstanbul: Rota Yayınları, 1997.
- Torlak, Ömer, Şuayip Özdemir ve Erkan Erdemir. “İGİAD İş Ahlâkı Raporu”. İstanbul: İGİAD Yayınları, 2008.
- Uyanık, Mevlüt.. “Bireysel Ahlâk”. *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*. Editör: Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık. İstanbul: Dem Yayınları, 2007.
- Uysal, Enver. “Değerler Üzerine Bazı Düşünceler ve Bir Erdem Tasnifi Denemesi: İnsanî Erdemler–İslâmî Erdemler” T.C.Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi 12 (2003): 51-69.
- Yılmaz, Abdullah, Derya Ergun Özler ve Nuray Mercan. “Mobbing Ve Örgüt İklimi İle İlişkisine Yönelik Ampirik Bir araştırma”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Güz 2008: 334-357.
- Yılmaz, Kürşad, M. Barış Horzum. “Küreselleşme, Bilgi Teknolojileri Ve Üniversite”, Eğitim Fakültesi Dergisi Güz 2005: 103-121.
- Yılmaz, Aydın. “Belediye Yöneticilerinin İş Ahlâkı Ve Sosyal Sorumluluğu” (07.02.2009) <<http://www.etikturkiye.com/etik/yerel/3AydinYilmazer.pdf>>
- Yüce, Alpaslan “Yöneticiler Açısından Ahlâk Olgusu: Kavramsal Bir İrdeleme”, 1-13 (28.02.2009) <http://www.universite-toplum.org/pdf/pdf_UT_307.pdf>

Zaim, Halil. "İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından İş Ahlakı". İş Ahlakı Dergisi,
Kasım 2008: 97-104.

Zaim, Halil. "İş Ahlakı". MÜSİAD Çerçeve Dergisi, Ocak 2009: 126-129.

EKLER

Bu anket bilimsel çalışmalarda kullanılmak üzere toplanmaktadır. Lütfen anket sorularını çalıştığınız kurumda gözlemlemiş olduğunuz uygulamaları dikkate alarak doldurunuz. Doldurmuş olduğunuz bu anketteki bilgiler dikkate alınacak olup, kurum ve kişi bilgileri kullanılmayacaktır.

Yaşınız : () 25 ve altı () 26-34 arası () 35-44 arası () 45 ve üstü

Cinsiyetiniz: () Erkek () Bayan

Eğitim Düzeyiniz: () Önlisans () Lisans () Yüksek lisans () Doktora

Statü : () Müdür () Yönetmen () Yetkili

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1.Kurumumuzda iş ahlâkı yazılı olarak belirtilmiştir.					
2.Kurumunuzda iş ahlâkına uygun olmadığını düşündüğüm durumlarla karşılaşıyorum.					
3.Kurumumuzda iş ahlâkı zorlayıcı bir kural olarak yer alır.					
4.Çalıştığım kurumda bizleri zaman zaman istenilmeyen davranışlara iten ya da zemin hazırlayan bir ortam yoktur.					
5.Dürüstlüğü ödüllendiren mekanizmaların sık sık kullanılması bizi çalışmalarımızda motive eder.					
6.Kurumumuz için müşteri memnuniyeti ön plandadır.					
7.İş ahlâkına uygun olmayan davranışların hoş görülmeyeceği açık kurullarla belirtilmiştir.					
8.Kurumumuzda çalışanların hiçbir şekilde hediye alıp vermesi uygun görülmemektedir.					
9.İşletmenin iş ahlâkı değerleri işletme stratejisinin başarısını artırmaktadır.					
10.Çalışanlar, kurumdaki iş ahlâkı modelini geliştirmek için önerdikleri fikirler ödüllendirilmektedir.					
11.Kurumumuzda güvenli ve sağlıklı bir iş ortamının olduğunu düşünmekteyim.					
12.İşini doğru ve güzel yapmak iş ahlâkının gereğidir					
13.İşyerimiz için gönüllü hizmet etmekten kaçınmayız.					
14.Bazen kurumun fiziksel kaynaklarını (malzeme, araç, gereç v.b.) kişisel amaçlarım için kullanırım.					

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
15. Benim için itibar paradan daha önemlidir					
16. İş ahlâkı ve sosyal sorumluluktan önce para gelir.					
17. Geçim sıkıntısı ve ekonomik güçlüklerden dolayı çalışanlar bazen yasal olmayan yollara başvurabilirler.					
18. Günümüzde iş ahlâkı değerlerine aykırı davranış normal bir davranıştır. İş hayatında güç ve para böyle kazanılır.					
19. Kuruma ait gizli bilgilerin dışarıya aktarılmasının yanlış olduğunu düşünmekteyim.					
20. Bir işin yapılabilir süresinin gereksiz uzatılabileceğini düşünmekteyim.					
21. Çalışanlar kurumdan ihtiyaç duyduğu şeyleri habersiz eve götürebilirler.					
22. Çalışanlar arkadaşlarını korumak için yöneticilere yalan söyleyebilirler.					
23. Kurumunuzda iş ahlâkı değerlerine önem verildiğini düşünüyorum					
24. İstenmeyen davranışlar meydana geldiğinde çalışanlar önce sorgulanır, eğer gerekiyorsa ceza verilir.					
25. İş ahlâkına uygun davranıp, sorumluluklarımı yerine getirdiğimde yönetim tarafından terfi ettirileceğimi düşünmekteyim.					
26. Ahlâki kaygıların verimlilikten daha üstün tutulması gerektiğini düşünüyorum					
27. Kurumumuzda uygun, istenilir, dürüst davranışlar sergilememizi sağlayacak rehber ve liderlerimiz vardır.					
28. Kurumumuzda hakkını arayan ya da haksızlıkları ortaya koyan arkadaşlarımızı yöneticilerimiz destekler.					
29. Çalışanlar arasında cinsiyet ve yaş ayrımı yapılmamaktadır.					
30. Terfi için aday belirlerken iş ahlâkının etkisi düşünülmektedir.					
31. Çalışanlar kurumumuzda birbirine karşı dürüst ve saygılıdır.					
32. Çalışanlar arasında karşılıklı güven ve sorumluluk ön plandadır.					
33. Kurumumuzdaki çalışanlar geçim sıkıntısı ve ekonomik güçlüklerle rağmen yasal olmayan yollara başvurmazlar.					
34. Çalışanlarımız çevremizi ve doğal kaynakları koruma konusunda hassas davranmaktadırlar.					
35. İşimizi yaparken yöneticilerimiz tarafından denetlenmek rahatsız eder.					
36. Çalışanlar iş akdine sadakat gösterirler.					
37. Çalıştığım kurumda fikirlerim ve görüşlerim dikkate alınmıyor ve onlara değer veriliyor.					
38. Çalıştığım kurumda yükselme fırsatımın olduğuna inanıyorum.					
39. Kurumda yükselme ve terfilerin adil biçimde gerçekleştiğini düşünüyorum.					

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
40. İşimi düzgün yapabilmem için gerekli yetkiye sahibim.					
41. Haklı bir gerekçe olmadıkça işime son verilmeyeceğini düşünüyorum					
42. İhtiyaç duyduğumuz kişiye (yöneticiler dahil) istediğimiz zaman ulaşabiliyoruz.					
43. Ücretlerden memnunum					
44. Genel olarak işimden memnunum.					
45. Ücret dışı ödüllendirmelerden memnunum.					
46. Çalıştığım işyeri ortamının sosyal açıdan (ilişkiler, kurum kültürü vs.) çalışmaya uygun olduğunu düşünüyorum.					
47. Çalıştığım kurumdan memnunum					