

İşletmelerde İş Ahlakı Uygulamaları İçin Genel Çerçeve

A General Guide for Companies on Applications of Business Ethics

Levent Şahin*
Kadir Yıldırım**

Özet: Özellikle 1950'li yıllardan sonra ekonomik hayatta yaşanan hızlı gelişim, ticari açıdan olduğu kadar sosyal açıdan da işletmelerin önemini artırmış ve bu kuruluşları toplumsal hayatın temel unsurlarından biri haline getirmiştir. Toplumun bütün kesimleri ile derin ilişkileri olan işletmeler, bu özellikleriyle sosyal ve ekonomik hayatın tamamını etkiler hâle gelmiştir. Bu gelişmeler doğrultusunda iş ahlakı ilkelerinin oluşturulması ve sosyal sorumluluk bilinciyle hareket edilmesi gerekliliği, tüm dünyada işletme yapılarında önemli etkiler meydana getirmiştir. Çalışmada, iş ahlakı kavramının ortaya çıkışı ve gelişimine değinilmiş, işletmelerin iş ahlakına uymasını gerektiren nedenler ilkesel ve pratik yönleriyle ele alınmıştır. Ayrıca işletmelerde iş ahlakı ilkelerinin oluşturulması sürecine dair öneriler geliştirilerek iş ahlakı ilkelerinin genel bir tasnifi yapılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşletme, iş ahlakı, iş ahlakı ilkeleri.

Abstract: The rapid growth in economy after the 1950's in particular, has appreciated the importance of the enterprises both in the commercial and social aspects, and let these institutions be founding elements of the social life. The enterprises, which have deep relationships with all the sections of the society, have come to a point that they affect the social and economic life entirely with this feature of themselves. This status provided the need for business ethics, which have emerged in the developed countries, USA in chief, and big companies, and the need for acting with social responsibility to be formed, and these have spread to nearly all the countries in a short while. Today, the target of the enterprises is not merely making profit. Because of their social responsibility, it has become essential that they operate being beneficial to the public in common and carry out their commercial activities considering business ethics if they want to survive within this intensively competitive market.

Keywords: Enterprise, business ethics, business ethics principles.

* Uzm., Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri alanında araştırma görevlisidir. Akademik çalışma alanları arasında çalışma ekonomisi, sosyal politika, insan kaynakları yönetimi, sivil toplum kuruluşları, emek piyasası analizleri, işçi sağlığı ve güvenliği, sosyal sorumluluk yer almaktadır.

İletişim: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Beyazıt kampüsü, 34452, Beyazıt, İstanbul. Ş leventsahin07@gmail.com Ş (+90 212) 440 0000.

** Uzm., Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri alanında doktora öğrencisidir. Akademik çalışma alanları arasında işletme yönetimi, sosyal sorumluluk, Avrupa Birliği, demografik yapı analizleri yer almaktadır.

İletişim: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Beyazıt kampüsü, 34452, Beyazıt, İstanbul. Ş kyildirim34@gmail.com Ş (+90 212) 440 0000.

Giriş

Küreselleşme olgusu, acımasız rekabet ortamı, baş döndürücü bir hızla yaşanan teknolojik değişiklikler, yeni yönetim teknikleri, organizasyon yapılarındaki değişiklikler vb. birçok gelişme, işletmeleri rekabet avantajı elde etmek uğruna yasal yükümlülüklerini ve/veya ahlaki değerleri çiğnemeye adeta teşvik etmektedir. İşte bu noktada önem kazanan iş ahlakı ilkeleri ise işletmeleri toplum yararına uygulamalarda bulunmaya davet etmektedir.

Toplumda genel kabul görmüş ahlaki ilkelerin iş hayatına yansımaları sonucu ortaya çıkan “iş ahlakı” kavramı, daha çok gelişmiş ülkelerin büyük ölçekli işletmelerinde doğmuş, zaman içerisinde gelişmekte olan ülkelerin küçük ölçekli işletmelerinde dahi kendini göstermeye başlamıştır. Bu kapsamda işletmeler, faaliyetlerini planlarken ve uygulamaya sokarken, toplumun beklentilerini de karşılayabilmek amacıyla, bunları ahlaki ilkeler çerçevesinde değerlendirmekte ve uygulamalarını bu çerçeve içinde kalmaya çalışarak yapmaktadırlar.

İşletmelerde ahlaki ilkelerin oluşturulması süreci başlangıçta bir maliyet unsuru olarak görülebilmektedir. Ancak işletmeye daha sonradan kazandıracığı toplumsal artılarla beraber büyük ölçüde kâr olarak geri dönebilmektedir. Kuşkusuz ki, bütün bu sorumluluk ilkelerinin çıkış noktası, işletmelerin kâr elde etmeleri değildir. Ancak, bu durum, birincil amaçları kâr olan işletmelerin iş ahlakı kapsamında hareket etme noktasında ateşleyici olmaktadır.

Friedman’a göre (2007: 173) işletmeler için yegâne amaç kâr / kazanç elde etmek olup, bunun dışında sosyal sorumluluk üstlenmek veya ahlaki değerlere önem vermek gibi bir durum söz konusu değildir. Friedman her ne kadar işletmelerin sosyal anlamda topluma yönelik sorumluluklarının sadece kârlarını artırmaları olduğunu ileri sürse de, Cory (2005: 8), uzun dönemde kârlılık ve şirketin maddi manevi değerinin artmasında etik davranmanın önemli bir unsur olduğunu düşünmektedir. Hatta Cory, işletmelerin iş ahlakı ilkeleri doğrultusunda hareket etmelerinin kârlarını azaltması halinde bile yine de etik davranmaya özen göstermeleri gerektiğini iddia etmekte ve uzun dönemde hem kârlılık hem de ahlaki prensiplerin beraber götürülebileceğini ifade etmektedir.

Çalışma, genel boyutlarıyla işletmelerde iş ahlakı konusu üzerinde durmaktadır. Bu çerçevede öncelikle, iş ahlakı kavramının ortaya çıkışı ve gelişimi hakkında bilgi verilerek, günümüzde bu denli önem kazanmasının nedenleri üzerinde durulacaktır. Daha sonra, işletmelerin iş ahlakına uymasını gerektiren sebepler belirtilerek; iş ahlakı ilkeleri ve bu ilkelerin oluşturulma süreci hakkında bilgi verilecektir. Son olarak, işletmelerde iş ahlakı ilke ve kurallarının ihlal edilmesini önleyebilmek amacıyla alınabilecek bazı tedbir ve yöntemler üzerinde durulacaktır.

İşletmelerde İş Ahlakı Kavramı, Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İnsanların yüzyıllar boyunca iyi olarak değerlendirdiği davranış biçimlerinin ifadesi olarak tanımlanan ahlak olgusu (Kurtuluş, 2006: 739), işletme davranışlarını yönlendirecek şekilde iş hayatında yer edinmeye başlamıştır. Yirminci yüzyılın son çeyreğinde ekonomik ve sosyal yaşamın hemen hemen bütün alanlarında yaşanan çok yönlü kirlilik ve yozlaşma örnekleri, ekonomik hayatın ahlaki bir zemin üzerine oturtulmasının, güçlü ahlaki bağlarla birleştirilmesinin yollarını araştırma ihtiyacını doğurmuştur. Bu arayışın sonucunda da, ekonomik hayatta “iş ahlakı” kavramı ortaya çıkmıştır (Kök Bayrak, 2006).

İş ahlakı, ahlaki düşünce ve ilkelerin işletmecilik faaliyetlerine uygulanmasıyla ortaya çıkan bir olgudur. Örneğin, insanın sözünde durmaması ahlaki olmayan bir davranış olarak görülüyorsa, iş ilişkilerinde çalışanlara, müşterilere, hissedarlara, rakiplere ve tedarikçilere karşı sözünde durmamak da ahlak dışı bir davranıştır. İşletmeler de “iyi”, “güzel”, “doğru” gibi yüklemlele anılan ahlaki ilkelere uymaya dikkat etmelidirler (Ay, 2003).¹

“İş ahlakı” üzerine çalışan araştırmacılar tarafından kavram farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Carroll (1993: 118), iş davranışıyla ilgili neyin doğru neyin yanlış, neyin haklı neyin haksız olduğu konusunda inançlara dayalı ilkeler ve kurallar bütünü olarak tanımlarken, Nalbant (2005: 193) “toplumun beklentilerinden adil rekabete, reklamcılıktan halkla ilişkilere, sosyal sorumluluktan tüketicinin bağımsızlığına kadar dürüstlük ve doğruluk üzerine kurulu bütün unsurları kapsayan ilkeler ve kurallar topluluğu” şeklinde tanımlamaktadır. Öz bir ifadeyle iş ahlakı, “toplumda her ortamda genel kabul görmüş normlara uygun olarak işletme hayatında gerçekleştirilmesi gereken doğru davranışlar” şeklinde tanımlanabilir (Tezel, 2006: 167).

Tarihi gelişimi antik çağlara kadar uzanan iş ahlakı, endüstri toplumu öncesinde gelenekler ve dini değerler üzerine kurulu bir olgu olarak ortaya çıkmıştır. Antik çağlarda çeşitli filozofların görüşleri ve toplumsal değerler ile beslenen ahlaki davranış ve ilkeler, altyapısının asıl önemli kısmını ise Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslamiyet gibi ilahi dinlerden almıştır. Bu dönemlerde ekonomik sürecin, çalışma ilişkilerinin ve iş değerlerinin biçimlenmesinde önemli etkiye sahip olan dinsel inançlar, iş ve çalışma hayatında uyulması gereken ahlaki ilkelerin de en önemli belirleyicisi olmuş ve bu etkisini

¹ Burada farklı insanlar ve toplumlar için ahlaki değerlerin farklılaşabildiğine, bu sebeple de işletmeler için tek bir iş ahlakı kodundan söz etmenin mümkün olmadığı, farklı inanışlara ve değerlere sahip insan kompozisyonlarından oluşan işletmelerde de iş ahlakı kurallarının farklılaşabileceğine (Ural, 2003) işaret etmek gerekir.

günümüze kadar da korumuştur. 18.–19. yüzyıllarda, özellikle Batı dünyasında dinsel inançların geri plana itilmesi, ekonomik hayatta ahlaki bir boşluğun yaşanmasına neden olmuştur. Sanayi toplumu ile birlikte kapitalizmin gelişmesiyle önceki dönemde varolan ahlak anlayışının yerini alacak yeni bir sistemin oluşmaması, bu eksiklikten kaynaklanan toplumsal bir gerilim meydana getirmiştir (Gök, 2008; Özgener, 2004). Bu durum da özellikle işçi işveren ilişkilerinde en olumsuz şekliyle belirginleşerek sosyal açıdan bir sefaletin yaşanmasına sebep olmuştur.²

20. yüzyılın başlarında Avrupa ve Amerika’da geleneksel liberal anlayışın zayıflaması ve sosyalist akımın güçlenmesiyle, iş ahlakı hakkındaki araştırmalar da yoğunlaşmaya başlamıştır. Kıta Avrupa’sında daha çok politik ekonomi yoluyla sistem tartışmalarına ağırlık verildiği 1900–1920 yılları arasındaki dönemde, ABD’de kadın ve çocukların çalışma koşullarının iyileştirilmesi, işçilerin tazminat hakları ve reklamlarda gerçeğe uygun bilgi verilmesi gibi ahlaki konular tartışılmıştır. Birinci Dünya Savaşını da kapsayan bu dönemde iş ahlakı konusundaki tartışmalar genellikle kapitalizmin eleştirisi ve sosyalist alternatif üzerinde durmuştur. Refahın bölüşülmesi ve devletin ekonomiye müdahalesi gibi makro konularda yapılan tartışmalar genellikle bazı ahlaki yargılarla sonuçlandırılmıştır. 1920–1950 döneminde ise ABD’de iş ahlakı din, siyaset ve felsefeden bağımsız bir disiplin olarak gelişmiştir. Bu dönemde iş ve meslek ahlakı ilkelerinin belirlenmesi, ticaret faaliyetlerinde standartların geliştirilmesi, reklamların gerçeğe uygun olması, bankerler, sigortacılar ve avukatlarla ilgili sorunlar gibi konular ele alınmıştır. Ayrıca kişisel bir sorun olarak görülen iş ya da ticaret ahlakının yerini yavaş yavaş işletme merkezli iş ahlakı anlayışına terk etmeye başladığına şahit olunmuştur (Arslan, 2005).

1950–1970 döneminde ekonomide yaşanan önemli büyüme ve altın çağ ile birlikte işletmecilik anlayışı da önemli ölçüde gelişerek karmaşıklaşmış, buna rağmen dönem başında ahlaki problemler ağırlıklı olarak kişisel bir sorun olarak ele alınmaya devam etmiştir. Bu dönemde ABD’de iş ahlakı ile ilgili tartışmalar seküler tabanlı yapılmaktayken, Avrupa’da kilise ve teolo-

² 18. yüzyılın son çeyreğinde meydana gelen sanayi devrimi sonrasında geçimini tamamıyla almış olduğu ücretle sağlayan, başka hiçbir gelir kaynağı ve şahsi serveti olmayan “işçi” sınıfı doğmuştur. Bu yeni sınıfın yaşam mücadelesi 19. yüzyılda giderek daha da ağırlaşmıştır. Ücretlerin düşük seviyelerde bulunması, geçimlerini sağlamaya çalışan diğer aile fertlerinin de çalışma yaşamına girmesine neden olmuştur. Kadınların ve çocukların çalışma yaşamına girmesiyle birlikte ücret düzeyi giderek azalan bir seyir izlemeye başlamış ve sonucunda “sefalet ücretleri” diye tabir edilen seviyeye düşmüştür. Bunun yanında, sosyal güvenceye sahip olamama, çok uzun çalışma saatleri, işçi sağlığı ve güvenliği ile ilgili tedbirlerin olmaması vb. birçok olumsuz etkenin varlığı toplumsal hayatı bir kaos ortamına sürüklemiştir. Devletin iş hayatında koruyucu ve düzenleyici olarak yer almaması ve işletmelerin iş ahlakı ilkelerini tamamen göz ardı ederek sadece kâr amacı güden kuruluşlar olarak ticaret hayatında yer almaları bu olumsuz durumu daha da ağırlaştırmıştır (Tuna ve Yalçın, 1997).

ji bağlantısı iş ahlakı çalışmalarında önemli bir yer tutmuştur. 1980'lere gelindiğinde ise işletmelerin kurumsal ahlaki teorileri oluşmaya başlamıştır. İş ahlakı derslerinin üniversite programlarına alınmaya başlandığı bu dönemde, işletmelerin topluma karşı sorumlulukları olduğu ve bu sosyal sorumluluğun incelenmesi gerektiği, iş ahlakı savunucularının temel argümanı olmuştur. 80'lerden sonra işletmeler, o zamana dek hiç olmadığı kadar toplumda önemli roller üstlenmeye başlamışlar ve dolayısıyla iş ahlakının önemi de buna bağlı olarak artmıştır. İş ahlakı ile ilgili uluslararası organizasyonlar da bu dönemde kurulmaya başlanmıştır. 90'lardan sonra ise, özellikle küreselleşmenin de hız kazanmasıyla firmaların en az devletler kadar ağırlığının arttığı yeni bir dönem başlamış, iş ahlakı da küresel düzeyde önemi artan bir disiplin haline gelmiştir (Arslan, 2005). Günümüzde işletme ve yönetim anlayışında yaşanan gelişmelerle birlikte *sürdürülebilir kalkınma*, *şeffaflık* ve *dürüstlük* kavramları işletmelerin iş ahlakı anlayışında öncelikli olarak yer edinmiş ve iş ahlakı anlayışındaki bu değişimden pek çok işletme etkilenmiştir (Gök, 2008).

Çizilen çerçeveden hareketle iş ahlakı uygulamalarının giderek daha fazla önem kazanması ve ilgi çekmesinin altında yatan temel sebepler şu şekilde özetlenebilir (Tutar, Yılmaz ve Erdönmez, 2003; Uslu, 2001):

- Yapılan işin ahlaki değer yargılarına uygun olması için kamu baskısı,
- Kamu baskısına paralel gelişen “sosyal sorumluluk” vurgusu,
- “İyi iş”in “iyi ahlak” ile özdeş olduğunun farkına varılması,
- Ahlâk ve iş yaşamı konusundaki tartışmaların bir tehdit veya zayıflık olarak değil, günümüz endüstrilerinin mükemmellik ve yüksek kaliteye ulaşma çabalarının doğal bir uzantısı olduğu algısı,
- Çeşitli çıkar gruplarının menfaatlerinin dengelenmesi ihtiyacının artan oranda önem kazanması,
- İş ahlakının basit olarak bir güven meselesi olması ve hem bireyler hem de organizasyonlar arasındaki ilişkilerin karşılıklı güven ve birbirlerinin çıkarlarına saygı gösterilmesi gerçeğine dayanması düşüncesinin yaygınlaşması,
- Küreselleşme sürecine paralel olarak çok uluslu şirketlerin yaygınlaşmasıyla birlikte değişik kültürlerden gelen insanların bu şirketlerde beraber çalışması, dolayısıyla ortak ahlaki ilkelere gereksinim duyulması,
- Dünya ölçeğinde doğal ortamın ve kaynakların uygun kullanılmamasından doğan yaşamı tehdit edici mahiyette sorunların ortaya çıkması.

İşletmelerin İş Ahlakına Uymasını Gerektiren Nedenler

Ekonomi ve iş dünyasının sağladığı olanaklar doğrultusunda işletmelere sağduyulu seçimler yapılmasında yol gösteren ilke ve değerleri inceleyen iş ahlakı disiplini, kanun ve düzenlemelere itaatini daha ötesine giden bir davranış kuralları bütünü haline gelmiştir. Son yirmi yılda bu alana artan ilgi, daha fazla işletme ve kurum tarafından iş ahlakı değerleri ve ilkelerine özellikle de işletme stratejisi ve örgüt yapılanması noktasında daha fazla önem verilmesi ile sonuçlanmıştır (Özgener, t.y.).

Yoğun rekabet ortamında iş yapan işletmelerin sosyal sorumlulukları çerçevesinde hareket ederek ahlaki prensiplere riayet etmeleri, bu kurumlara toplum ve tüketiciler nazarında önemli bir artı puan sağlayabilmektedir. Değınilecek çeşitli sebeplerin bir araya gelmesi, işletmeleri ahlaki davranmaya teşvik etmekte hatta zorunda bırakmaktadır. Ancak bu noktada, işletmelerin ahlaki ilkelere uygun hareket etmelerini bir çıkar elde etme aracı olarak değil, varoluşlarının doğal bir gereğı olarak görmeleri gerektiğı, dolayısıyla bir işletme için ahlaki ilkelere uymanın kesinlikle bir nedene dayanmak zorunda olmadığına da savunulabileceğı belirtilmelidir. Örneğın Immanuel Kant, ahlakiliğı kişisel çıkarlardan tamamen ayrı tuttuğı ahlak felsefesinde, –çok özet bir ifadeyle– “esas olanın mutluluk ya da fayda değil, mutluluğı hak etmek ve doğruluk” olduğunu ileri sürmektedir. Dolayısıyla Kant, ahlaki davranmanın bir koşula veya nedene bağlanamayacağını ve her ne koşulda olursa olsun ahlaki davranışın ortaya konması gereken esas durum olduğunu ifade etmektedir (Arslan, 2005). Bu doğrultuda işletmeler için ahlaki norm ve ilkelere uymanın çeşitli sebeplerden kaynaklanan bir sonuç olmadığı veya sadece çıkar amaçlı yapılabilecek bir davranış olamayacağı ifade edilebilir. Yine de işletmelerin, iş ahlakı kapsamında faaliyette bulunmasını gerekli kılan faktörler şu şekilde sıralanabilir (Ay, 2003):

- Toplumun işletmelerden beklentileri, işletmeleri iş ahlakı ilkelerine uymaya zorlayan sebeplerin başında gelmektedir. Bu sebebi görmezden gelen işletmeler toplum tarafından eleştirilmeyi, faaliyetlerinde engellenmeyi ve cezalandırılmayı göze almak zorundadırlar.
- İşletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirmeye çalışırken paydaşlarına ve çevreye zarar vermemesi temel ahlaki gerekliliklerden birisidir. Bu gerekliliğın ihlal edilmesi durumunda, işletmenin sürekliliğının tehlikeye gireceğı önemli bir gerçektir.
- İşletmeyi, iş ahlakı kapsamında hareket etmeyen ve işletmeye ait ürün, cihaz ve iş görmek için kullanılması gereken servisleri kendi kişisel çıkarları için kullanan çalışanlardan korumak için de ahlaki norm ve ilkelere uyumlu bir iş ortamı sağlamak gerekir.

- Çalışanlarına karşı iş ahlakı kapsamında hareket ederek, onlara saygılı davranan bir işletme, bunun karşılığını yüksek moral ve verimlilik olarak geri alacaktır.
- Ahlakilik çerçevesinde hareket eden işletmelerde öz tatmin yüksekliği ve ahlaka aykırı faaliyette bulunma durumunda ortaya çıkabilecek stres ve suçluluk psikolojisinden de arınmışlık söz konusudur.

Bununla birlikte ahlaki kurallara uymayan işletmelerin katlanmak zorunda kalacağı bir takım maliyetler de olacaktır. Bunlardan bazıları (Kutlu, 2008);

- Tüketici tatminsizliği,
- Verimlilikte düşüş,
- Kârlarda azalma,
- Metod ve süreçlere karşı ilgisizliğin norm hâline gelmesi,
- İşyerinde korku ve yıkıcı rekabet atmosferi oluşması,
- İş ortamında işbirliği ve dayanışmayı sağlamanın güçleşmesi,
- İşgörenlerde ve yönetim kadrosunda yüksek seviyeli bireysel stres düzeyi,
- İş ortamını paylaşanlar arasında saygı dışı davranışlarda artış,
- İşletme açısından itibar ve satış kaybı.

İşletmelerde İş Ahlakı İlkelerinin Oluşturulması

Ahlaki değerlerin oluşturulması işletmede görevli bireyler için ayrı, kurumsal olarak işletmeler için ayrı bir biçimde gelişmektedir. Bu doğrultuda bireyler açısından bakıldığında, bu ahlaki değerlerin oluşturulması anlık bir mesele olmayıp, insan yaşamını da kapsayacak şekilde uzun bir dönemde gerçekleşebilmektedir. Buna göre iş ahlakı, birey, aile ve toplumla yakından ilişkili bir kavramdır. Her bireyin bir aile içinde yetiştiği ve aile terbiyesi aldığı, bunun yanında okullarda öğretimin yanı sıra eğitim verildiği düşünülürse, bireylerin ahlaklı olmasında aile ve eğitim kurumlarının çok önemli bir yeri olduğu ortaya çıkmaktadır. İlk aşamada bu şekilde ahlak kriterleri ile donatılacak bir işletme mensubunun, çalışma hayatında da iş ile ilgili ahlaki ilkeleri edinmesi ve bunlara göre hareket etmesi beklenir. Bu noktada genel ahlaki ilkelere ilave olarak işletmenin belirlediği kurallar ve iş hayatında genel kabul gören ahlaki davranışlar tespit edilerek personele sunulmalı ve böylece bireylerin iş yaşamında ahlaklı davranmasını sağlayacak bir yapı oluşturulmalıdır (Aktan, t.y., a).

Bir işletmede iş ahlakı ilkelerinin oluşturulması ve uygulanması sürecinde takip edilmesi gereken unsurlar ise şu şekilde sıralanabilir (Nalbant, 2005):

- İşletmelerde iş ahlakı ve toplumsal sorumluluk konularında ilkeler belirlenerek yazılı hâle getirilmelidir.
- İşletme liderleri ve üst yönetim işletmede iş ahlakının tesis edilmesi konusunda kararlı ve inatlı davranarak, çalışanlara örnek olacak şekilde ahlaki davranış ve eylemler sergilemelidir.
- İş ahlakı konusunda çalışanlara sürekli eğitim verilmeli ve bunun önemli bir işletme politikası olduğu açıkça belirtilmelidir.
- İşletmelerde iş ahlakına uygun davranış ve eylemler takdir edilmeli ve ödüllendirilmeli, buna karşın iş ahlakına uygun olmayan davranışlar kınanmalı, gerekirse cezalandırılmalıdır.
- İşletmeler, müşterilerinin isteklerine uygun ve onların sağlığına zarar vermeyecek ürünler üretmeli, çevreye zarar vermemeli, ürünlerin pazarlanmasında ve reklamında dürüst davranmalı, ilgili işletme fonksiyonlarında bu ilkelere göre yapılandırılmalıdır.

İşletmelerde İş Ahlakı İlkeleri

İşletmelerin uyması gereken iş ahlakı ilkeleri şu başlıklar altında tasnif edilebilir: İşletmelerin uyması gereken genel iş ahlakı ilkeleri, işletme çevresine ilişkin iş ahlakı ilkeleri, yasaların ve hukukun üstünlüğüne saygı çerçevesinde iş ahlakı ilkeleri, işletmelerin fonksiyon ve faaliyetleri kapsamında iş ahlakı ilkeleri ve örnek davranış sorumluluğu kapsamındaki iş ahlakı ilkeleri³.

Genel İş Ahlakı İlkeleri

Bu ilkeler, işletmelerin var oldukları andan itibaren üzerlerine düşen, genel ahlaki ilkelerin iş yaşamına yansımalarından oluşan bir takım görev ve sorumlulukları kapsar. Bu çerçevede işletmeler kaynak israfını engelleyici, toplumun çıkarlarını kurumsal çıkarlardan üstün tutucu, çevreye saygıyı ifade edici, çalışanları arasında ahlaka uymayı destekleyici, haksızlıkları (haksız uygulama, kazanç, rekabet vb.) dışlayıcı, faaliyette bulunduğu alanın saygınlığını artırıcı davranışları teşvik edici bir takım ilkeler belirlemedirler / belirlemektedirler. Ayrıca kamu görevlileriyle, siyasal parti gibi çı-

3 İşletmelerin uyması gereken iş ahlakı ilkeleri bağlamında tasnif edilmeye çalışılan unsurların somut ifadelerini görmek üzere bk. Aktan, t.y., b; İşseveroğlu, t.y.; Kayseri Ticaret Odası, t.y.; Lafarge, t.y.; Mumcu, 2003; Pelit ve Güçer, 2007; SHELL, t.y.; SİSTEK, t.y.; Staubli, 2007; TOFAŞ, t.y.; TOTAL, t.y.; TÜPRAŞ, t.y.; TÜSİAD, 2001; Ural, 2003; Yalçın, 2000.

kar grubu ya da kaynak üleştirici yapılarla ilişki biçimlerini düzenleyici ilkelere de bu başlık altında anılabilir. Genel iş ahlakı ilkeleri bütün bu bileşenleri itibariyle işletme, işletme içi paydaşlar ve işletme dışı paydaşlarla ilgili hak ve yükümlülükleri belirlemek üzere genel çerçeveyi oluşturur.

İşletme Çevresine İlişkin İş Ahlakı İlkeleri

İşletmeler de tıpkı insanlar gibi doğar, büyür, gelişir ve son bulur. Tüm bu yaşam süresi boyunca pek tabiidir ki işletme, içeriden ya da dışarıdan pek çok kişi, kurum ya da grupla ilişkiye girer. Bu süreçte tüm paydaşlarına karşı bir takım görev ve sorumluluklar yüklenmelidir. İşletmelerin bu görev ve sorumlulukları yüklenmesi tüm paydaşları nezdinde güvenilirliğini oluşturan atmosferi işletmeye kazandırır. Bu bağlamda işletmeler işletme ile ilgili olarak paydaşını azami derecede bilgilendirecek eksiksiz, yoruma açık olmayacak ve şeffaf bir bilgilendirme ilke setini oluşturmalıdır. Bu seti oluşturacak her bir ilke *saygı, kalite, sürekli denetim ve geliştirme, uzmanlık, dürüstlük, liyakat, eşitlik, güven, sağlık, yasalara uygunluk, özel hayata saygı, mesleki gelişimi destekleme, katılım* gibi anahtar kelimelerle ifade edilebilecek unsurları somutlaştırılmalı ve tüm paydaşlar arasında karşılıklılık çerçevesinde belirlenmelidir.

İşletmelerin Fonksiyon ve Faaliyetleri Kapsamında İş Ahlakı İlkeleri

İşletmenin belirleyeceği ilkeler, nihai anlamda yapılacak işlerin, üretilecek mal ve hizmetlerin üretim sürecinde bağlı kalınacak çeşitli ahlaki değerlerin ifadesidir. Bu bağlamda fiyatlandırma, pazarlanma, muhasebeleştirme, satış gibi adımlar ilkelere bağlanmalıdır. Zira –örneğin– bir mal ve hizmete dair ilk piyasaya sürülme aşamasında belirlenen fiyatın bir süre sonra çok altında bir indirimle piyasada bulunması durumunda müşterinin düşeceği “aldatılmışlık” düşüncesi ancak bu durum başlangıçta ilan edilmiş açık bir ilkeye istinat ederse anlaşılır olabilir. Aksi hâlde ahlaki olarak yanlış bir tavır sergilenmiş demektir. Bu çerçevede mal ve hizmetlerin üretiminin aşamaları ilkeler bazında yapılandırılmalıdır. Bu bağlamda yapılandırma sürecinde ileride karşılaşılması muhtemel sorun başlıkları olarak rekabet, fiyat tespiti, imtiyazlar, kâr / kazanç düzeyi, ürün ve hizmetlere dair bilgilendirme ve raporlama, muhasebe hesap ve kayıtları, hukuki süreçler, denetleme dikkate alınmalıdır.

Toplum Düzeni ve Sosyal Sorumluluk Kapsamında İş Ahlakı İlkeleri

Gerek yaşam alanı anlamında gerekse kültürel ve manevi atmosfer anlamında “toplum”, işletmelerin dış paydaşlarıyla paylaştığı “zemin”dir. Toplumu oluşturan tüm taraflar bütün faaliyetlerini bu zemin üzerinde icra ederler.

Dolayısıyla bu zeminin korunması, geliştirilmesi ve geleceğe daha iyi bir şekilde devredilmesi ortak bir sorumluluktur. Bu bağlamda işletmeler faaliyetleri ve sundukları hizmet ve ürünleri ile başkalarına zarar vermemeye, onların bağımsız karar verme yeteneğini etkileyebilecek yönlendirme mekanizmaları oluşturmamaya, diğer kişi ya da işletmelerin maddi ve/veya manevi haklarına hâlel getirmemeye, yolsuzluklardan uzak durmaya dair ilkeler belirlemelidir.

İşletmelerde İş Ahlakı Kurallarının Uygulanmasına Yönelik Çeşitli Tedbirler

İşletmeler özellikle çalışanlarının iş ahlakı ilkelerine uymaması durumunda çeşitli uyarı ve ceza sistemleri uygulamaktadırlar. Buna göre, ahlaki ilkelere riayet etmeyen çalışanlarını bu davranışlarından dolayı, sözlü ya da yazılı olarak uyarabilir veya kınayabilir, çalışanı kuralı ihlal ettiği iş alanından uzaklaştırabilir, daha sert bir yönetim tarzı uygulayabilir, para cezası verebilir, işini sonlandırabilir veya geçici olarak işletmeden uzaklaştırabilir (Kök Bayrak, 2006).

İşletmeler, çalışanların ve diğer bütün personelin belirlenen iş ahlakı kurallarına uyması için, son zamanlarda yaygın bir biçimde ahlak görevlileri veya ombudsman diye tabir edilen personeller de istihdam etmektedirler (De George, t.y.). Özellikle çok büyük ve gelişmiş işletmelerde yaygın olan bu görevliler, işyerindeki ahlaki sorunlarda, özellikle ahlaki ikilemleri çözmede önemli rol oynamaktadırlar. Bu kişiler genellikle işletmede on yıl ve daha fazla deneyimi olan kişiler arasından seçilmektedir. Bu görevliler, ahlaki ilkeleri tespit edip üst yönetime raporlandırarak, çözümü için tavsiyede bulunma yetkilerine sahiptirler (Özgener, t.y.).

İşletmelerin ahlaki 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 ahlakı ilkelerinin çiğnenmesi 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 ahlak dışı olarak niteleyenler de bulunmaktadır (İşseveroğlu, t. y.).

Kaynakça

- Aktan, C. C. (t.y., a). *İş ahlakının tesisi için çözüm önerileri*. <http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/meslek-ahlaki/cozum-oneri.htm> web adresinden 06.05.2007 tarihinde edinilmiştir.
- Aktan, C. C. (t.y., b). *İş ahlakına uygun olmayan davranışlar*. <http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/meslek-ahlaki/uygun-olmayan.htm> web adresinden 06.05.2007 tarihinde edinilmiştir.
- Arslan, M. (2005). *İş ve meslek ahlakı*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Ay, Ü. (2003). *İşletmelerde etik ve sosyal sorumluluk*. Ankara: Nobel Kitabevi.
- Kök Bayrak, S. (2006). Organizasyonel kurumsallaşmada bir değer boyutu: İş ahlakının kurumsallaşması. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8 (1). s. 58–78.
- Carroll, A. B. (2003). *Business and society: Ethics and stakeholder management*. Cincinnati. OH: South-Western Publishing.
- Cory, J. (2005). *Activist business ethics*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- De George, R. T. (2005). *A history of business ethics*. <http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html> web adresinden 25.04.2007 tarihinde edinilmiştir.
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. *Corporate Ethics and Corporate Governance* içinde. (eds. Zimmerli, C. W., Richter, K., & Holzinger, M.) Berlin: Springer Science. p. 173–178.
- Gök, S. (2008). İş etiği ile iş ahlakı arasındaki ilişki ve çalışma yaşamında iş etiğini etkileyen faktörler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (1) s. 1–19.
- İşseveroğlu, G. (t.y.). *Meslek ahlakı*. <http://www.igiad.com/isahlaki/makaleler/gulsunisseyveroglu.htm> web adresinden 25.04.2007 tarihinde edinilmiştir.
- Kayseri Ticaret Odası. (t.y.). *Yüksek iş ahlakı projesi*. <http://www.kayserito.org.tr/pxp/projelerimiz/diger-projeler/yukse-isk-ahlaki.php> web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.
- Kurtuluş, B. (2006). İş ahlakı: Geçmişte ve günümüzde. *Sosyal Siyaset Konferansları: Prof. Dr. Nevzat Yalçıntaş'a Armağan Özel Sayısı*, 50. Kitap. İstanbul. s. 737–759.
- Kutlu, H.A. (2008). *Muhasebe meslek ahlakı*. Ankara: Nobel Yayın.
- Lafarge. (t.y.). *İş ahlakı kuralları*. http://www.lafarge.com.tr/yayinlar/is_ahlaki.doc web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.
- Mumcu, H. (2003). *Mühendislikte meslek ahlakı ve onuru*. http://www.maden.org.tr/resimler/ekler/2dad6e273d32235_ek.pdf web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.
- Nalbant, Z. E. (2005). İşletmelerde sosyal sorumluluk ve iş ahlakı. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi*, 12 (2) s. 193–201.
- Özgener, Ş. (t.y.). *Organizasyonlarda iş ahlakının kurumsallaşması*. <http://www.igiad.com/isahlaki/makaleler/sevkiozgener.htm> web adresinden 25.04.2007 tarihinde edinilmiştir.
- Özgener, Ş. (2004). *İş ahlakının temelleri: Yönetimsel bir yaklaşım*. Ankara: Nobel Yayın.
- Pelit, E. ve Güçer, E. (2007). İşletme yöneticilerinin çalışanlara karşı davranışlarının iş etiği kapsamında değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*. s. 32–49.
- Staubli. (2007). *İş ahlakı ilkeleri*. http://www.staubli.com.tr/fileadmin/user_upload/staubli-tr/pdf/Ethics_Turkish_F14234016A.pdf web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.
- Shell. (t.y.). Genel iş ilkelerimiz. http://www.shell.com/home/content/tr-tr/shellturkiyehakkinda/shellturkiye/genelisilkelerimiz/genelis_11051208.html web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.

Sistek. (t.y.). *Meslek etiği-ahlak ilkeleri*. http://www.sistek.com.tr/html/bilisim_ahlak_ilkeleri.htm web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.

Tezel, U. (2006). İş ahlakı: Cinsiyetler arasındaki farklılıklar açısından literatür incelemesi. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13 (1), s. 167-176.

Tofaş. (t.y.), Tofaş iş ahlakı ilkeleri. http://www.tofas.com.tr/pdf/Tofas_isAhlaki.pdf web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.

Total. (t.y.). İş ilkeleri. http://www.total.com.tr/Os/osturkey.nsf/V5_OPM/E88EF48BF5F1E8F9C1256FA9005E22F6?OpenDocument web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.

Tuna, O. ve Yalçıntaş, N. (1997). *Sosyal Siyaset*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

Tutar, H., Yılmaz, M. K. ve Erdönmez, C. (2003). *İşletme becerileri grup çalışması*. Nobel Basımevi: Ankara.

Tüpraş (t.y.). *Tüpraş iş etiği kuralları*. <http://www.tupras.com.tr/file.debug.php?lFileID=1151> web adresinden 07.05.2008 tarihinde edinilmiştir.

Tüsiad (Ocak-Şubat 2001). Tüsiad iş ahlakı ilkeleri. *Görüş Dergisi*, 46, s. 14-16.

Ural, T. (2003). *İşletme ve pazarlama etiği*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Uslu, S. (Ocak-Şubat 2001). İş etiğinde geleneği ve yeniliği harmanlayabilmek. *Görüş Dergisi*, 46, s. 84-86.

Yalçın, A. (2000). Pazarlama araştırmasında etik ve etik ilkeler. *Muhasebe-Finansman Dergisi*, -9 (12), s. 41-50.