

## 10. İŞ VE MESLEK ETİĞİ

İş etiği, ahlaki standartları rasyonel bir şekilde değerlendirme ve bu standartları iş ortamlarında uygulama sürecidir. İş yerinde, etik kuralların sorgulanması ve oluşturulmasıdır. İş etiği, etiğin bir alt grubu olup, iş dünyasındaki etik sorunları inceler, davranışları düzenlemek üzere kurallar geliştirir. İş etiğinin amacı, iş adamlarının ürün ve hizmetlerinde, toplumun güvenini kazandırıcı bir takım kolaylaştırıcı kurallar bütünü oluşturaktır. İş etiği, uygulamalı bir etikdir. İş etiği ile eş anlamlı olarak; işletme etiği, firma etiği, şirket etiği, ticaret ahlakı gibi ifadeler de kullanılmaktadır. İş etiği, ahlaki düşünce ve ilkelerin işletmecilik faaliyetlerine uygulanmasını kapsar. Faaliyetlerin etik boyutunu, işletme ve birey düzeyinde ele alır. İş etiği, iş dünyasında geçerli olan doğru ve yanlışları tanımlar. Etik standartları oluşturmak ve bu standartların işletmelerde yerleştirilmesini sağlamak kolay olmamaktadır. Bu nedenle iş etiği konusu, üzerinde çok tartışılan bir konudur. Sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesi, iyi ahlakın iyi işle aynı anlama geldiğinin anlaşılması, yüksek kaliteyi arama anlayışının gelişmesi, çalışma hayatında bazı grupların çıkarlarını ön planda tutma çalışmaları, karşılıklı güven yetersizliği, iş etiğinin önemini artırmaktadır. İş etiğini oluşturan üç temel alan: (1) Çalışma etiği, (2) Meslek etiği ve (3) İşletmecilik etiğidir.

Çalışma etiği: çalışmaya ve işe karşı geliştirilen kişisel tutum ve davranışlardır. Kişiler yanında grup ve toplumların da kendilerine has çalışma etiği olabilir. Çalışma etiği kişisel bir özellik olmak yanında kültürel bir olgudur. Çalışma etiğinin güçlenmesi sürekli eğitimi gerektirir. Meslek etiği; belli bir mesleğin mensuplarının uyması gereken etik ilkeleridir. Bunlar evrenseldir. Yolsuzluk, rüşvet, hırsızlık, kayırmacılık, çetecilik gibi etik ve ahlak dışı eylemlerin artması iş ve meslek etiğinin önemini artırmaktadır. Meslek etiği doğrudan doğruya insanla ilgili mesleklerde uyulması gereken davranış kurallarıdır. Dünyanın her yerinde, aynı meslekte olanlar bunlara uygun davranmalıdır. Meslek etiği, meslek örgütlerince oluşturulur. Bu örgütler ne kadar güçlü olursa, etik ilkelere o kadar güçlü olur.

İşletmecilik etiği: bir işletmenin kurumsal ya da örgütsel etiğini temsil eder. Bir mühendisin, çalışma yerinin mesai saatlerine uygun olarak işe gelip-gitmesi o mühendisin “çalışma etiğini” gösterir. Bu mühendisin görevini meslek ilkelerine uygun olarak sürdürmesi “meslek etiğini” ifade eder. Mühendisin, çalışma etiği ve meslek etiği aynı anda kendisi için çalıştığı firmanın “işletme etiğini” oluşturabilir. İşletme etiği, işletmenin faaliyetleri sonucu doğabilecek zararı ve toplumsal hasarı önlemeye yönelik kuralları kapsar. İş etiği, uzun vadede firmanın değerini artırmada en önemli desteklerden biridir.

Çalışma etiği, toplumun kültür ve değerlerinden etkilendiği için, toplumların işe karşı yaklaşımları farklılık gösterebilir.

Çalışma etiği şunları öngörür:

- a) Disiplin
- b) Verimlilik
- c) Kalite

- d) Etkinlik
- e) Kişileri çalışkanlığı
- f) Kişilerin tutumluluğu
- g) Kişilerin zamana hassasiyetleri
- h) Kişilerin disiplini
- i) Kişilerin dürüst olması

Çalışma etiğinin, ülkenin gelişmişlik düzeyine paralel seyrettiği söylenebilir. Genellikle gelişmiş ülkelerde, çalışma etiği de yüksektir.

Çalışmanın temellerini şunlar oluşturur:

- a) Çalışma yaşamın merkezindeki bir uğraştır.
- b) Çalışma, sosyal bir görevdir.
- c) Çalışma, boş zamanlardan daha önemlidir.
- d) Çalışma, zamanı düzene sokan bir eylemdir.
- e) Çalışma kişiyi dakik, tutumlu ve disiplinli yapar.
- f) Çalışma ile kişi; kimlik, saygı, psikolojik tatmin ve statü kazanır.

Meslekler, belirli bir eğitim süresi, ihtisaslaşma eğitimi, meslek örgütünün varlığını gerektirir. Her meslek, ihtiyaç duyanlara hizmet etmeyi hedefler.

Mesleklerin etik davranış ilkeleri, kaynağını genel etikten alır, standartlar ve kurallar ilgili mesleğe özgü oluşturulur. Meslek etiklerini birbirinden farklı kılan budur. Evrensel olan meslek etiği ilkeleri, toplumsal kültür ve değerlerden bağımsızdır. Örneğin dünyanın her yerinde hekimler aynı yemini ederler.

Meslek etiği; ruhsatlı meslek gruplarının yeterlilik, güvenilirlik, tarafsızlık, bağımsız karar alabilmeleri, kendi kendilerini denetlemelerinin ve dürüstlüğün simgesidir. Mesleki etik kuralları; profesyonel davranış standartlarını belirlerken, cezalandırılması gereken davranışların tespitinin de esasını oluşturur.

Meslek etiğinin temel koşulu; kasıtlı olarak zarar vermemektir.

Meslek olmanın temelinde başkalarına ve topluma hizmet vardır. Bir uğraşın meslek sayılabilmesi için şu özellikleri taşıması gerekir:

- a) Toplumun kaçınılmaz bir ihtiyacını karşılar.
- b) Meslek, kişinin salt kendi doyumunu için değil aynı zamanda başkalarının yararı için yaptığı bir uğraştır.
- c) Meslek sistemli bir eğitimle kazanılmış özel bilgi ve becerilere dayanır.
- d) Meslek dalları araştırma ve deneylerle geliştirilerek, zamanla kendine özgü tekniklere sahip olurlar.
- e) Meslekler, kazanç elde etmek için yapılan uğraşlardır.
- f) Mesleklerin kendine özgü değer ve etik ilkeleri vardır. Mesleğin mensupları bunlara uygun davranırlar.

Meslek sahipleri, meslek örgütlerine üye olurlar. Meslek örgütleri; özerk bir yapıya sahip olmalı, üyelerini kontrol etmeli, mesleki eğitim için öncülük etmeli, meslekle ilgili standartlar geliştirmeli, meslektaşlarının haklarını koruyup, onları temsil etmeli, mesleğin onurunu koruyup, yüceltmelidir.

Bir mesleğin toplumdan, toplumunda meslekten sağladığı avantajlar, meslek ile toplum arasında ahlaki bir alt yapı oluşturur.

Meslek etiğinin temel dayanakları; doğruluk, dürüstlük ve sosyal sorumluluktur (toplumsal duyarlılık).

Meslekler giderek ticarileşmekte, rekabet artmakta ve etik beklentiler de azalma yaşanabilmektedir.

Yapılacak meslekle ilgili yetenek, her mesleğin öncelikli gereğidir. Ayrıca mesleği yapacak kişilerde, yüksek bir sorumluluk duygusu bulunmalıdır.

Mesleki faaliyetlerin sonuçları, mesleği yapanlarla, müşterisi arasındaki ilişki, şefkat, ilgi, güven ve sorumluluğa göre değerlendirilmelidir. Sadece çıktıya bakarak yapılan değerlendirmeler doğru olmayabilir. Örneğin bir tıp doktoru, hastasına doğru teşhis koyup, gerekli tedaviyi uygulayabilir ancak neticede hasta iyileşemez ise burada sadece çıktıya bakarak söz konusu hekimi değerlendirmemek gerekir.

Meslek etiği ilkeleri yazılı olursa, aktarılma ve öğrenilmeleri kolaylaşır.

Mesleki etiği ilkelerini uygulamaya geçirebilmek için aşağıdaki konuların üzerinde durulmalıdır:

- a) Meslekteki etik sorunlara da yer verilen hizmet içi eğitim programları
- b) Etik dışı eylemleri önleyici cezalandırma sistemi
- c) Çalışanların, etik davranış üzerindeki etkilerini belirlemek
- d) Etik ilkeleri belirlemek üzere bir Etik Kurul oluşturmak

Meslek etiği ilkeleri, belli bir mesleğin mensuplarının uymaları gereken davranış kurallarıdır.

Her meslek için ortak sayılabilecek, ancak yönetimde de mutlaka uyulması gereken etik ilkeler şunlardır:

- a) Adalet
- b) Eşitlik
- c) Dürüstlük ve doğruluk
- d) Tarafsızlık
- e) Sorumluluk
- f) İnsan hakları
- g) Örgütsel bağlılık
- h) Hukukun üstünlüğü
- i) Hümanizm
- j) Sevgi
- k) Hoşgörü

- l) Laiklik
- m) Saygı
- n) Tutumluluk
- o) Demokrasi
- p) Pozitif insan ilişkileri
- r) Açıklık
- s) Hak ve özgürlükler
- ş) Emeğin hakkını vermek
- t) Yasa dışı emirlere direnmek

Meslek etiğinden beklenenler şunlardır:

1. Meslek mensuplarının paydaşlara karşı dürüst ve adil davranması
2. Etik olan ve olmayanı belirlemede kolaylık sağlamak
3. Meslek mensuplarının yanlış davranışlarını önlemek.
4. Meslek mensuplarının yolsuzluktan uzak durmalarını sağlamak
5. Meslek etiğine uyanları desteklemek
6. Etiğin toplumda yaygınlaşmasına katkıda bulunmak.

Meslekler arasında farklılıklar olmasına rağmen, meslek etiği ile ilgili üç ortak özellik vardır:

1. Meslek mensupları, yasaların öngördüğü düzeyin üzerinde bir davranışta bulunmalı ve bu seviyeyi her zaman korumalıdır.
2. Mesleki etik ilkeler, dürüst davranışa ve kamuoyunda olumlu bir izlenim oluşturmaya yönelik olmalıdır.
3. Meslek örgütleri, mesleki etik ilkelere aykırı davranan meslek sahiplerinin bu davranışlarını yasaklamalı ve cezalandırmalıdır.

Meslek etiğinin en önemli yönlerinden biri, dünyanın neresinde olursa olsun aynı meslek mensuplarının bu davranış kurallarına uygun davranmasıdır.

Meslek etiğinin temellendirilebileceği unsurlar şunlardır:

- a) Meslek etiği kişisel etiğe dayanır.
- b) Meslek etiği dürüstlüğe dayanır.
- c) Meslek etiği namus gerektirir.
- d) Meslek etiği doğru söylemeyi gerektirir.
- e) Meslek etiği güvenilir olmayı gerektirir.
- f) Meslek etiği iş planı gerektirir.
- g) Meslek etiği hem içsel hem de dışsal olarak uygulanır.
- h) Meslek etiği kar gerektirir.
- ı) Meslek etiği değerler üzerine kuruludur.
- i) Meslek etiği bir işletmenin tepe noktasından başlar.

Anadolu'nun Türkleştirilmesi döneminde kurulan bir esnaf örgütü olan Ahilik, "ahlak sahibi olmayan bir esnafın başarılı olamayacağı, olsa da bunun geçici olacağı" temel felsefesi ile faaliyet göstermiştir.

Aşağıda, tarihimizden örnek bir meslek örgütü olarak Ahilik hakkında kısa bilgi verilecektir:

Ahilik, Anadolu Selçukluları ile Osmanlı Devleti'nin kuruluşu arasındaki dönemde varlığı belirginleşen esnaf örgütüdür. Bir kurum olarak ahiliğin ilk defa 13. yüzyılda Ahi Evran tarafından kurulduğuna inanılmaktadır. Ahi Evran'ın Anadolu'ya gelen esnaf ve zanaatçıları bir araya getirdiği söylenir. Ahiliğin ilke, kural, töre ve öğütlerini toplayan kitaplara "fütüvvetname" denir. Arz ve talebin sınırlı, üretim koşullarının durağan olduğu döneme özgü esnaf töresi ve ahlakının Anadolu Türk İslam kültüründe taşıyıcılığını ahilik yapmıştır. Köylere kadar yayılmış olan bu örgütün temelinde yardımlaşma ve toplum düzenini koruma ilkeleri yatmaktadır. Ahilikte herhangi bir meslekte çalışabilmek için o mesleğin ahi zaviyesine (tekke) bağlanmak gerekiyordu. Ahi Evran, örgütün sürekliliğini sağlamak için ahiliği, tekke ve zaviyelere bağlamış, ancak buralarda yaşayanlara alın teriyle geçinme ilkesini öğretmişti. Ahi örgütü dışında kalan kişi herhangi bir etkinlikte bulunamazdı. Bir meslekte çalışmak isteyen kişi önce çırak alınır, daha sonra kalfa ve usta olarak zanaatında ilerlerdi. Çırak meslekte ilerlemiş bir ustayı "ata ahi", kalfalardan ikisini de "yol kardeşi" seçer ve böylece zaviyeden üç kişinin gözetiminde çalışırdı. Ahi zaviyelerinde müderrisler ve kadınlar tarafından düzenli olarak dersler verilirdi. Okuma yazma bilmeyen kalmaz, herkese yeteneğine göre hat, tezhip, müzik vb. öğretilirdi. Kalfalar ayrıca kılıç kullanmak, ata binmek, ok atmak gibi askerlikle ilgili becerilerde edinirlerdi. Ahilerin kendine özgü kıyafetleri de vardı. Hırka, başta üstüne sarık sarılı külah, mest biçimi ayakkabı giyerler, kemerlerinde saldırma taşırlardı.

Bütün merkezlerdeki ahi babalarının atanma ve azilleri, Kırşehir'deki ahi örgütü başkanı (şeyhülmeşayih) tarafından yapılırdı. Her yıl Anadolu'dan başka, Rumeli gibi uzak yerlere giden nakipler (tekkeden şeyh yardımcısı veya dede) ve halifeler, yerel ahi örgütlerinin durumunu inceler, esnafı toplar, yeni taliplere, kalfalara ve ustalara peştamal kuşatır, yeni dükkan ve tezgah açacaklara izin ve ruhsat verirdi.

- Alım-satım işlerinde birlikte davranmak,
- Kazançta belirli topluluklar biçiminde ortaklık,
- Kalitede standartlaşma, ahilikte temel ilkelerdir.

Kurallar ve idealler, ahilerin bozuk, sakat mal satmamalarını öngörürdü ve satanlar meslekten çıkarılırdı. Aralarında bir özdenetim sistemi vardı, fiyatlar narha göre düzenlenirdi.

Ahi örgütleri, konumları gereği ticaretin ve ticaret yollarının güvenliğinden, dolayısıyla barış ve siyasal istikrardan yanaydılar. Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda ahilerin büyük rolü olduğu ve Osman Gazi'nin kayınpederi olan Edebali'nin bir ahi şeyhi olduğu bilinir.

Osman Gazi'nin bir çok silah arkadaşı, oğlu Alaeddin Bey'de ahi örgütüne girmişlerdi. İlk askeri kuruluş olan yaya ordusu, ahilerin üniformasını taşırdı. Fetret Devrinde kargaşalığa karşı olan ahiler 10 yıl kadar Ankara'da yönetimi, ellerinde tutmuşlardır.

Ahiler, savaş sırasında savaşıyor, barış zamanında ise öğretmenlik ve ticaret yapıyorlardı. Çıraklıktan ustalığa giden yolda bireyi olgunlaştırmayı hedefleyen Ahilik Teşkilatı'nın temel ilkelerinden bazıları şunlardı:

- İyi huylu, güzel ahlaklı ve herkes için sevgi dolu olmak.
- Kını, hasedi, düşmanlığı ve dedikoduyu hayatından çıkarmak.
- Anlaşmada, sözünde ve sevgisinde vefalı olmak, gözü, gönlü ve kalbi tok olmak.
- Şefkatli, merhametli, adaletli, faziletli, iffetli, dürüst ve kerem sahibi olmak.
- Büyüklere sevgi ve saygı göstermek.
- Başkalarının ayıp ve kusurlarını örtmek, gizlemek ve affetmek, hataları yüze vurmamak.
- Tatlı dilli, güler yüzlü, samimi ve güvenilir olmak.
- Gelmeyene gitmek, dost ve akrabayı ziyaret etmek.
- Herkese iyilik yapmak, iyiliklerini istemek ve yapılan iyiliği asla başa kakmamak.
- İnsanların işlerini içten, gönülden ve güler yüzle yapmak.
- Daima iyi komşu olmak, cahil komşuların verdiği sıkıntıya katlanmak.
- İnsanlar arasında din, dil, mezhep, ırk, renk farkı gözetmemek.
- Hata ve kusurları daima kendi nefsinde aramak, iyilerle dost olup, kötülerden uzak durmak.
- Fakirlerle dostluktan, oturup, kalkmaktan çekinmemek.
- Hakkı söylemekten korkmamak.
- Zenginlere, zenginliğinden dolayı itibardan kaçınmak.
- Emri altındakileri ve hizmetindekileri korumak ve gözetmek.
- İçi, dışı, özü, sözü bir olmak.
- Kötü söz ve hareketlerden sakınmak, hakkı korumak, haksızlığı önlemek.
- Kötülük ve kendini bilmezliğe iyilikle karşılık vermek.
- Bela ve kötülöklere karşı sabretmek.
- Düşmana, düşmanın silahıyla karşılık vermek.
- İnanışlarında samimi olmak, fani dünyada kalacak şeylerle övünmemek.
- İyilik ve hayırda menfaat gözetmemek.
- Alimlerle dost olup, onlara danışmak ve sır saklamak.
- Doğru örf, adet ve törelere uymak.
- Aza kanaat, çoğa şükrederek dağıtmak.
- Feragat ve fedakarlığı daima kendi nefsinden yapmak.

Ahi örgütü 17. yüzyıldan sonra loncalara (karşılıklı yardım ve korumanın yanı sıra dinsel ve mesleki çıkarlı savunma amacını güden tüccar, esnaf ya da zanaatçı birliği) dönüşmeye başladı. 1927 yılından başlayarak ustalık ve gedik [Osmanlı Devleti'nde esnaf ve sanatkarlar arasında yardımlaşma ve dayanışmayı sağlamak, kalite kontrolü yapmak ve esnaf içinde tekelleşmeyi önlemek için kurulmuş sistem (1727-1913)] deyimleri esnaf örgütüne girdi. Gediği olmayan kişi sanat ve ticaretle uğraşamaz oldu. Osmanlı

Devletin gerileme döneminde, ahi birlikleri büyük ölçüde çözüldü, tamamen loncalara ve gediklere dönüştü. 18.yüzyıldan sonra lonca ve gedikler de iç ve dış ekonomik gelişmelerin etkisiyle işlevlerini yitirmeye başladılar ve Meşrutiyet dönemi yenilikleriyle iyice zayıfladılar. Ahilik; dinsel, siyasal ve ekonomik yönleriyle önemli bir yapı olarak 15. yüzyıldan sonra yalnız ekonomik yönden önemini sürdürmüş, esnaf ve zanaatçıların resmi kuruluşu durumuna gelmiştir.

Ahi birlikleri, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde, günümüzdeki kooperatif, sendika, sigorta ve bankalara benzer rol oynamış ve iş ahlakını yayan kuruluş olmuştur. İzleri Anadolu'da imece, yaren meclisi ve sohbeti biçiminde bugünde sürmekte olan ahi birlikleri 1925 senesinde resmen kapatılmıştır.

### **10.1. İş Etiğinin Sınıflandırılması**

İş etiği ikiye ayrılır:

- a) Normatif iş etiği
- b) Betimleyici iş etiği

Normatif iş etiği, etik değerler, ilkelere göre iş etiğine uygun karar, eylem ve davranışların neler olması gerektiğini inceler, iş etiği kurallarını belirlemeye çalışır.

Betimleyici iş etiği, iş hayatında mevcut ilişkilerin ahlaki boyutunu ve sorunlarını inceleyerek, tutum ve davranışları ortaya çıkarmaya çalışır, bunların nedenlerini inceler.

Normatif etik, çözüm önerileri içeren bir paket ortaya koyarken, betimleyici etik çözümleyici bir yaklaşım sergiler.

Normatif iş etiği, yasal düzenlemelerde kapsamamış durumlar için kurallar koyarak, taraflara güven ve istikrar ortamı sağlar. Bu yaklaşımıyla "hukuka uygun ama ahlaki değil" diye nitelendirilebilecek, halk arasında "kitabına uydurmak" olarak ifade edilebilecek, toplumca hoş karşılanmayan eylemleri azaltmaya çalışır.

### **10.2. İş Etiğinin Gerekliliği**

İş hayatında karşılaşılan etik sorunlar dört grupta ele alınabilir:

- a) Çalışanlar arasında,
- b) Çalışanlarla, yöneticiler arasında,
- c) İşletme ve işletmeyle ilişkide bulunanlar arasında,
- d) İşletmeyle, çevresel faktörler arasında.

Ekonomi, varolan kaynakların sınırsız insan ihtiyaçlarını karşılaması için en verimli şekilde kullanılmasını, bireysel ve toplumsal refahın artmasını amaçlar. Etik, ekonominin bu amaca ulaşmada kullandığı önemli bir araçtır.

Bireylerin kısa vadeli çıkarları ile toplumların uzun vadeli çıkarları çatışmaktadır. Bazı bireyler, kısa devre çıkar maksimizasyonu sağlamak için etik dışı davranışlara sapmakta, böylece hak etmedikleri katma değeri, kendileri yaratmadan ele geçirmek istemektedirler. Bir toplumda böyle davranışların artması, kabul görmesi, o toplumda ortak davranış normlarının ve toplumsal bağların kopmasına neden olmakta, o toplumun çöküşünü hazırlamaktadır. Günümüzde iş hayatında, etik dışı davranışların esas kaynağını, haksız çıkar sağlamaya yönelik ilişkiler oluşturmaktadır. Bu etik dışı davranışların yarattığı mali sıkıntılarının faturası ise topluma çikartılmaktadır.

Çalışma etiğinin yüksek olduğu toplumlarda, iş etiği alanında yaşanan sorunlar azalmaktadır. Çalışmanın mutlaka gelir getirici olması gerekmez. Sosyal, kültürel, hayır amaçlı faaliyetlerde çalışma tanımı kapsamındadır. Çalışmanın parasal ve parasal olmayan yönleri vardır. Bazı insanlar geçinmek için çalışmaya ihtiyaçları olmadığı halde çok yoğun bir şekilde çalışırlar. Çünkü çalışmak insanları fiziksel, ruhsal ve mutluluk yönünden destekler. Bilim ve teknolojideki gelişmeler, insanları yaratıcılıklarını daha iyi ortaya koyabilecekleri işlere yönlentmektedir.

İş etiği, sadece teorik ahlak felsefesiyle ilgili olmayıp, günlük etik değerlerle de sıkı ilişki halindedir.

Sanayi Devriminden sonra loncalar tarafından geliştirilmiş bulunan iş ve meslek ahlakı ilkeleri bozulmuş, yığın üretim, toplumsal ilişkilerdeki ve doğadaki dengeyi tehdit etmeye başlamıştır. Yirminci yüzyıldan itibaren özellikle sanayileşmiş ülkelerde, iş faaliyetlerinin topluma ve doğaya en az zarar verecek şekilde yürütülmesi gayretleri artmış, iş etiği önem kazanmış, iş etiği dersleri verilmeye başlanmıştır.

Gelişmekte olan ülkelerde, gelir dağılımı artan oranda bozulmakta, ortak kamu yararı yok sayılmakta, vergi vermeden ekonomik faaliyette bulunmak, kamu kaynaklarının hortumlanması, rüşvet ve adam kayırma bir sistem olarak kanıksanır duruma gelebilmektedir. Bu noktada iş etiğine ve sosyal sorumluluğa ihtiyaç artmaktadır.

Toplumsal kurumun yaşayabilmesi, birbirleriyle çarpışan çıkarların önlenmesi, ancak etik disiplinin varlığı ile mümkün olur.

İş etiği, evrensel etik kurallarının hayata geçirildiği önemli bir alandır. İş etiği, iş hayatında ortaya çıkan sorunların yönetimi ve çözümünde yasal düzenleme ve uygulamalarda, iş hayatındaki bölüşüm ve sosyal sorumluluk alanlarında kendini gösterir.

Bir işte çalışmak; o işin gerektirdiği bilgi ve becerilere sahip olmak yanında, işin gerektirdiği; sosyal davranışları, konuşmayı ve görgü kurallarını da bilmeyi gerektirir.

Piyasalarda, rekabetin artan yoğunluğu, firmaların mükemmelliğe ulaşmasında çok büyük yanlışlar yapmasına yol açmaktadır.



Günümüzde iş etiği alanında önem taşıyan konuların başında;

- Çalıştırılacak kişinin objektif kritere göre işe alınması,
- Çalışan ve işverenin karşılıklı sorumlulukları,
- Etik dışı uygulamaların ilgili yerlere duyurulması,
- İşten çıkartmalarda etik davranılması,
- Adil ücret uygulamaları,
- Ayrımcılık ve tacize yer verilmemesi gelmektedir.

İş yaşamının küresel boyut aldığı, örgütlenmenin etkin olduğu, rekabetin olabildiğince arttığı, uluslararası ilişkilerin, teknolojinin geliştiği, iş hayatıyla ilgili düzenlemelerin yapıldığı bilgi çağında, iş etiği aşağıda sıralanan nedenlerle gerekli duruma gelmiş ve önemini artırmaktadır:

- a) Dünya nüfusu ve istihdam gereksiniminin artması.
- b) Yeni geliştirilen ve iş dünyasının elinde olan teknolojilerin sorumlu kullanılmasının gerekli oluşu.
- c) Küreselleşme sonucu, farklı kültürlerden gelen insanların çok uluslu firmalarda anlayış ve saygılı biçimde çalışmalarının gerekmesi.
- d) Demokrasi ve insan hakları ilkelerinin iş hayatında uygulanması gereği.
- e) İş dünyasının, gittikçe artan çevresel sorunlara duyarlı olması.
- f) Farklı dinlerin, iş dünyasındaki kültür ve değerleri etkilemesi.
- g) Temiz bir ekonomik hayat için yolsuzlukla mücadele.
- h) Etik davranışın ortaya çıkmasında; bireysel faktörler, etik karar verme ideolojileri ve felsefeleri, dışsal kuvvetler ve örgütsel kuvvetlerin etkili olması.
- i) Devletlerin, ekonomideki ağırlığının azalması, serbest piyasa sisteminin yaygınlaşması, özel sektörden buna paralel olarak sorumluluk üstlenmesinin beklenmesi.
- j) İşletmelerin iktisadi birimler olduğu kadar, sosyal birimlerde olduğu kabul edilerek, sosyal sorumluluk taşımaları ve bunun tüm paydaşlar için tanımlanması.
- k) Toplumsal (müşteriler, çalışanlar, medya, sivil toplum örgütleri gibi) duyarlılık ve kamuoyu baskısının artması, bunların işletmelerden hesap vermelerini beklemeleri.

1987 yılında Time Dergisi'nin yaptığı bir araştırmada Amerikan halkın %76'sı azalan ahlaki standartların nedeni olarak işletmelerde sosyal sorumluluk ve etik olmamasını göstermişlerdir. Bu da halkta etik bilincinin oluştuğunu ifade etmektedir.

İşletmelerde etik davranmanın yararlı olduğunu çeşitli araştırmalar göstermektedir. Sanayide etik dışı uygulamalar, maliyet artışına neden olmakta ve şirket imajına zarar vermektedir. Ayrıca yasal ve mesleki organlardan gelen sosyal beklenti ve baskılarda işletmeleri etik davranmak konusunda zorlamaktadır. İşletmelerde itibar kaybına üç unsur neden olmaktadır:

- 1) Finansal düzensizlikler
- 2) Etik dışı davranışlar
- 3) Yöneticilerin kötü davranışları

### 10.3. Yönetim Etiği

Yönetimde etik dışı davranmak, işyerinde etik ilkelerin personel tarafından benimsenip, uygulanmasının önündeki en önemli engellerdendir. Yöneticilerin, etik konusunda duyarlı olup kararlarını etik değerlendirmeye almaları durumunda, o işyerinde etik sorunlar azalır. Yönetimde dikkate alınması gereken ilkeler; adalet, eşitlik, dürüstlük ve doğruluk, tarafsızlık, sorumluluk, bağlılık, tutumluluk, açıklık, emeğin hakkını vermektir.

Yönetimde etik dışı davranışların temel sebepleri:

- Haksız rekabet
- Keyfi davranmak
- Hesap vermemek
- Kişisel çıkar
- Şeffaflığın olmamasıdır.

Yönetimde etiğe uygun davranılmayan durumlara uygulamadan; sigortasız işçi çalıştırmak, fikri haklara dikkat etmemek, üretilen ürünün sorumluluğundan kaçınmak, terfilerde liyakatı dikkate almamak, ayrımcılık yapmak, taciz, mobbing kapsamındaki uygulamalar örnek verilebilir.

Yönetici etiği, yöneticilik pozisyonundaki kişilerin kararları ve davranışlarına etik çerçeve kazandırmaya yönelik kuralları kapsar. Daha çok yöneticilerin, yönetimle ilgili talimat, iletişim vb. faaliyetlerinde odaklaşılır.

Yöneticinin etik davranmasını, kişisel değerleri yanında yasal çerçeve, sosyo-kültürel çerçeve, pazar güçleri, yönetim yapısı, sektörün özellikleri belirler.

Yöneticiler etik liderler olmak durumundadırlar. Bu yönleriyle, çalışanların davranışlarını iyiye, doğruya yönlendirmede modeldirler. Yöneticiler, yönettikleri yerde etik standartları belirlerler, yayılmasına çalışırlar, doğru davranışları ödüllendirip, yanlış eylemleri cezalandırarak, hesap verebilirliği uygulamaya geçirirler.

Etiğe uygun davranın yöneticiler, her kararlarında taşıdıkları sorumluluğu dikkate alarak hareket ederler.

Etik lider konumundaki yöneticiler:

a) Her yönetim kararında, etik beyanı ortaya çıkartarak, belirginleştirirler.

b) Etik ilkeleri açık ve kesin ifade ederek, gerçekleştirirler.

Etik lider pozisyonundaki yöneticilerin üç temel etik görevi vardır:

- a) Gerçekçi olmak,
- b) Verilen kararların etkilerinin sorumluluğunu taşımak,
- c) Yönettikleri işletmenin amaçlarının gerçekleştirilmesinden sorumlu olmak.

Etik liderler; tarafsız, zarar vermekten sakınan ve erdemli olmak yönünde niyet ve davranışlar ortaya koymaktadırlar.

Etik davranmayan yöneticiler; bilgi ve tekniklerini, insan gücünü, sahip oldukları yetkiyi kullanarak kendi çıkarlarını gerçekleştirmek yönünde değerlendirmek yoluna başvururlar. Bu tarz davranan yöneticiler çıkarıcı olup kendilerini düşünürler. Güçlerini kendi menfaatleri doğrultusunda kullanan liderler; yapıcılıktan uzaklaşıp, haklı taleplere duyarsız bir durum sergilerler.

Etik davranmayan liderlerin uygulamada karşılaşılan bazı davranışlarına şu örnekler verilebilir:

- a) Haksız ve aşırı kar elde etmek.
- b) Devlete karşı sorumluluklarını zamanında yerine getirmemek.
- c) Çalışanların güvenliği ve sağlığını tehlikeye atmak.
- d) İşe almak ve terfi konularında adaletli ve liyakata önem veren bir yaklaşım sergilememek.
- e) Kişisel çıkarları için kurumun olanaklarını kullanmak ve işgörenleri zarara uğratmak.
- f) Çalıştığı kurumun çıkarlarını ve sırlarını rakiplere satmak veya açıklamak.
- g) Toplumsal sorumluluk konusunda duyarsız olmak.
- h) Kurum çalışanları arasında düşmanlık ve güvensizlik ortamı oluşturmak.

Yöneticiler, etik dışı davranışlara kısa vadeli çıkarları için başvururlar ise de, uzun dönemde yıkıcı finansal tablolar ve sosyo psikolojik süreçlerle karşılaşabilirler.

Bir ülkedeki sosyal, ekonomik, politik ve kültürel yapı liderlerin etik olma durumunu etkileyebilmektedir.

İnsanların toplumda güven yaratmaları, onların inandırıcılığıyla ilgilidir. Erdem sahibi, etik davranışta bulunan kimseler güvenilir ve inandırıcıdır.

Etığe uygun davranan yöneticiler, çalışanların işletmeye olan bağlılıklarını artırır. Çünkü bu liderler; paylaşılan değerleri, personelle bütünleşmeyi, işle etkileşimi personeline de empoze ederler.

Etik lider; dürüst, adaletli, güvenilir, hesap verebilirlik anlayışıyla kararlar alabilen kimsedir ve verdiği kararların etik boyutunu dikkate alır.

Etik liderlerin kredibilitesi yüksek olduğundan, etkileme güçleri de fazladır. Çalışanlara görev verirken işin önemini ve sorumluluğunu onlara anlatarak, yaptıkları işten tatmin duymalarını sağlarlar. Genel olarak çalışanlara değer vermek, sorumluluk yüklemek onların başarılarını yükseltmektedir.

Etik liderlerin davranışları beş grupta toplanabilir:

- a) Her çalışan için dürüstlüğün standartlarını belirlerler.
- b) Kaliteli ürün, müşteri servisi ve dağıtım yoluyla rekabet gücü kazanmaya çalışırlar.
- c) Çalışmak istedikleri kişiler; yaratıcı ve sorunlara çözüm üretebilme yeteneğine sahip olanlardır.
- d) Liderlik potansiyeli olan personelin önünü açarak, bu noktalara ulaşmalarında engel oluşturmazlar.

- e) Firmanın paydaşlarının güvenini kazandıkları ve onlar istedikleri için liderlik yaparlar.

Etik liderler, alınacak kararları etkileyeceği için destekleyici bir firma kültürünün olmasını gerekli görürler. Firma kültürünün alt yapısını ise; etik liderlik, etik davranış, etik muhakeme ve etik farkındalık oluşturur.

Etik eğitimi sayesinde, etik farkındalık yaratılarak, çalışanların etik muhakeme yapabilmeleri, etik sorunlarla karşılaşınca çözümleyebilmeleri sağlanır.

Çalışanları değerlendirmede onlardan yapılabilir kriterler istenmelidir. Aksi halde çalışanlar hileye başvurabilirler.

Etik davranmayan işletmelerin itibarı zarar görür, firma değerleri ile çalışanların değerleri çelişir, denetimin artırılması gerekir.

Etik liderlerden çalıştıkları işletmelerde gerçekleştirmeleri beklenen hususlar şunlardır:

- a) Çalışanlar nezdindeki algısını öğrenir.
- b) Dürüst personelden geri besleme ister.
- c) Çalışanlara etik rehberlik yapar.
- d) Karar verme süreçleri, düşünceleri, gerekçeleri görünür olmalıdır.
- e) Astlarının yetki ve sorumluluklarından kendisini de mesul tutar.
- f) Etiğe bir süreç olarak bakar, etik liderliği öğretir.
- g) Çalışanların kanunlar ve etik ilkeler çerçevesinde davranmalarını ister.
- h) Çalışanlarını doğru işler yapmaları konusunda cesaretlendirir, onları destekler.
- i) Dürüst ve samimi olup, görüldüğü gibidir.
- j) Etik davranışın, etkili olmaya olumlu katkı yaptığına inanır.
- k) Sürdürülebilirliğin, etik davranmaya bağlı olduğunu bilir.
- l) Doğru olduğuna inandığı şeyleri gerçekleştirmede cesaretlidir.
- m) Özel yaşamına dikkat eder.
- n) Karar almada katılımcılığa dikkat eder ve o kararlardan etkilenecek olanların görüşünü alır.
- o) Profesyonelliğe özen gösterir.
- ö) Firmanın, kendinin, çalışanların ve mesleğinin itibarını korur.

Yöneticiler, duygularıyla davranmamalı her zaman mantık yolunu seçmelidirler. Yöneticiler, insanın çevresindekileri kişiliğiyle idare edeceğini bilmelidirler. Yönetimde etik dışı davranışlar, genel olarak şöyle sıralanabilir:

- a) Ayrımcılık, kayırma
- b) Rüşvet
- c) Yıldırma, korkutma
- d) İhmal
- e) Sömürü, istismar
- f) Bencilik
- g) Yolsuzluk

- h) İşkence, eziyet
- i) Yaranma, dalkavukluk
- j) Şiddet, baskı, saldırganlık
- k) İlişkilerine politika karıştırmak
- l) Hakaret ve küfür
- m) Bedensel ve cinsel taciz
- n) Kötü alışkanlıklar
- o) Görev ve yetkinin kötüye kullanımı
- p) Dedikodu
- q) Zimmet
- r) Doğmatik davranış (kendi kavram ve inançlarını değiştirmeye, yenilikleri benimsemeye karşı direnmek)
- s) Yobazlık-bağnazlık
- t) Liyakatı göz ardı etmek

#### **10.4. Pazarlama Etiği**

Pazarlama, malların ve hizmetlerin, üreticiden son tüketiciye kadar akışını sağlayan olayları ve bu akıştan doğan faaliyetleri inceler. Pazarlamada, tüketiciye mümkün olan en yüksek tatmini sağlamak esas amaçtır.

Pazarlama etiğine aykırı davranışların temelinde müşteri ve tüketicilerin, haklarına dikkat etmemek vardır. Bu kapsamda; kalitesiz, hatalı, güvensiz ürünü piyasaya sürmek, ürün hakkında eksik ve yanıltıcı bilgilendirme, rakip firmalar hakkında gerçek dışı suçlamalar, karalamalar, satış sonrası hizmetlerin taahhüt edilen ölçüde yeterli olmaması, ürünün garanti koşullarını uygulamada kullanmak ve bundan yararlanmak durumunda kalacak tüketici için güç ve karışık hale getirmek, pazarlama etiğine uymayan davranışlardan bazılarıdır.

Günümüzdeki “toplumsal pazarlama” anlayışı; modern pazarlama uygulamalarındaki aksamalar karşısında toplumun ve tüketicilerin korunması gereğini benimser. Bu anlayış, pazarlama faaliyetlerinde, sosyal ve ahlaki düşünceler üzerinde durulmasını da ister. Firmalar, müşteri isteklerini tatmin ile halkın çıkarlarını örtüştürüp, dengeli şekilde yönetmelidirler. Yöneticiler, toplumsal sorumlulukları gereği, işletmelerinin ya da örgütlerin eylem ve etkinliklerini, toplumun normları ile uyumlu duruma getirmelidirler. Pazarlama etiği ile sosyal sorumluluklar arasında sıkı bir ilişki vardır.

Bugünün pazarlama anlayışı, pazarlama faaliyetlerini ve firma amaçlarını sadece kar üzerinde yoğunlaştırıp, toplumsal gelişmeyi ve toplum çıkarlarını göz ardı ederek günü kurtarmayı kabul etmez. Pazarlama etiği ve sosyal pazarlama anlayışları gereği firmalar, doğa ve çevreye daha duyarlı davranmalıdırlar.

Pazarlama etiğinde, pazarlama etkinlikleri ile toplumun değer yargıları arasındaki uyumu gözetken, yasal ve moral sorumluluklara dikkat ederek davranmak vardır. Aldatıcı reklam ve satışlar, keyfi fiyat uygulamaları, tröstler

hoş karşılanmaz. Çünkü bunlar tüketiciyi maddi ve manevi yönden mağdur ederler.

İşletmelerin, etik ilkelere uygun davranmamaları, çıkarlarına zarar verir. Bu nedenle işletmeciler, kalite ve düşük maliyet yanında, etik ilkelere uygun faaliyet göstermeyi de; faaliyetlerini sürdürüp, amaçlarına ulaşabilenin önemli bir koşulu görmeye başlamışlardır.

Günümüzde işletme faaliyetleri ve uygulamaları; ekonomik işlemler yanında, etik sonuçlar, sosyal çabaları da kapsar olmuştur.

Firmaların pazarlama kararları ve uygulamaları, toplum tarafından görülen, etkilenilen faaliyetleridir. Bu sebeple, pazarlama hizmetleri, toplumsal ihtiyaçları dikkate alarak, sosyal sorumluluk çerçevesinde yerine getirilmelidir. Böyle davranılmadığı zaman, pazara sunulan ürünlerle ilgili etik sorunlarda yaşanabilecektir.

Pazarlamada etik kavramı, pazarlamanın; toplama, işleme, dağıtma, fiyat, reklam, tutundurma v.d. tüm faaliyetleriyle ilgilidir.

Tüketiciler günümüzde geçmişe göre daha duyarlılık kazanmış, iletişim olanakları artmış, yasal koruma altına alınmış durumdadırlar. Buna eğitim düzeyinin yükselmesi, medyanın ilgisi de eklenince pazarlama faaliyetlerinde, işletmelerin alacağı kararlarda ve uygulamalarda daha dikkatli olmaları ve etik davranmaları gerekmektedir.

Üretim sürecinde işletmeler, etik yaklaşımlarına bağlı olarak şu üç yaklaşımdan birini tercih edebilirler:

- a) Tüketicileri bilgilendirmek  
Etik açıdan uygun olan budur.
- b) Sorunu görmezden gelmek  
Etik olmayan, fırsatçı ve egoist bir yaklaşımdır.
- c) Sorunu inkar etmek(yalanlamak)  
Etik olmayıp, uzun vadede daha kötü sonuçlara yol açabilir.

Üreticilerce bazı uygulamalar, tüketiciler istemese de, onların lehine, iyiliğine olduğu için hatta yasal düzenlemelere göre yapılmak zorundadır. Örneğin, taşıt araçlarında hız sınırlaması.

Günümüzün pazarlama etiğinde, firmaların ürün ve hizmet sunumunda öne çıkan konular:

- a) Ürün güvenliği,
- b) Ambalaj,
- c) Etiketleme,
- d) Sahte ürün,
- e) Taklit ürün,
- f) Üretim hatası (defolu ürün) olan ürünlerin geri çağırılması,
- g) Üretim, tasarım ve kullanımda çevre duyarlılığıdır.

Ürünün sorumluluğu üretici ve satıcı tarafından taşınmalıdır ve ciddi yaptırımlar uygulanmalıdır ki, üretici ve satıcılar, ürün hakkında tüketiciyi bilgilendirebilsinler.

Ürünlerin çevreye verdiği zararları azaltabilmek için;

- a) Doğa dostu teknolojiler kullanılmalı,
- b) Üretim sürecinde oluşan atıklar en aza indirilmeli ve uygun şekillerde ortamdaki uzaklaştırılmalı,
- c) Ürünün ekonomik kullanım süresi sonunda çevresel etkileri en aza indirilmelidir.

Pazarlama etiği açısından; ürünlerin çevreye dost ambalajlara konulması, etiketlenerek tüketicinin bilgilendirilmesi, ambalajların ürünü koruması, tekrar kullanım olanağı sunması da önem taşımaktadır.

Taklit ürünler; tüketicilerin aldatılması, ürünün gerçek üreticilerinin zarar görmeleri yönünden ağır yaptırımlara konu olmalıdır.

İmalat hatası nedeniyle tüketicilerin mağduriyetlerin önlenmesi yönünden şu tedbirlere alınabilir:

- a) Hatalı ürünler toplatılır ya da ücretsiz onarım için ürünü alanlar, mümkünse, servislere davet edilir.
- b) Hataları gidermek mümkün değilse, ürün yenisi ile değiştirilir ya da bedeli alıcıya iade edilir.

Satış mağazalarının raflarında son kullanım tarihi dolan ürünler bulundurulmamalıdır. Uzun ömürlü malların yedek parça temini ve servis hizmetleri o malların ekonomik ömürleri boyunca sürdürülmelidir.

Pazarlama etiği alanında en fazla karşılaşılan sorunlardan biri de ürünün ve hizmetin fiyatlandırılmasıdır.

Fiyatlandırma konusunda etik açıdan dikkat edilmesi gereken hususlar şöyle sıralanabilir:

- a) Müşterilere, nedeni anlaşılabilir biçimde farklı fiyat uygulaması yapılması, firmanın güvenilirliği yönünden önemlidir. Örneğin, mağaza müşteri kartı olanlara bazı ürünlerde iskonto sağlanması gibi.
- b) Fiyat, maliyet esaslı belirlenmeli ve ürünün maliyet fiyatına, makul bir kar marjı ilave edilerek satış fiyatı saptanmalıdır.
- c) Aynı ürün için farklı satış noktalarında farklı fiyatlar uygulanmamalıdır.
- d) İş, işletme ve zaman farklılığı var ise farklı fiyat uygulaması hoş görülebilir.
- e) İşletmelerin görünürde rakip olup, gizlice anlaşarak ürün fiyatlandırmaları, etik olmayıp, rekabetin yararlarını, ortadan kaldırır.
- f) Belli bir süre çok düşük fiyat uygulayarak rekabeti önlemek ve rakip firmaların piyasadan çekilmelerine yol açmak etik değildir. Bu uygulamalar zaman zaman şehirlerarası ulaşım sektöründe görülebilmektedir.
- g) Fiyatlar, tüketicileri yanıltmamalı, yol gösterici olmalıdır.
- h) Fiyatlar, fahiş sayılabilecek biçimde yüksek olmamalıdır.
- I) Mallar tezgah altına alınarak ya da bilinçli olarak arzı kısılarak, karaborsaya meydan verilmemelidir.

i) Fiyat indirimlerinde, malın önceki fiyatı hakkında tüketiciler doğru bilgilendirilmeli, indirim tüm ürünlerde ve bir birim mal için yapılmalı, ikinci ya da takip eden ürün alımlarına iskonto şeklinde uygulanmamalıdır.

j) İndirime tabi ürünlerde tüketici haklarına dikkat edilmeli, indirimde daha kalitesiz, defolu ürünler yer almamalı, stokta olmayan ya da stok miktarı sembolik miktarda olan ürünler için geniş indirim kampanyası reklamları ile tüketiciler aldatılıp, tüketicilerin mallar arasında doğru karşılaştırma yapmaları engellenmemelidir. İndirimli ürün ilanlarında stok sayısı gerçekçi biçimde verilmelidir.

k) Yanıltıcı küsuratlı fiyatlandırmalardan (örneğin 10 TL yerine 9,90 TL gibi) kaçınılmalıdır.

l) Malın üzerindeki ve raflardaki etiket ve fiyat listeleri ile kasada uygulanan fiyatlar tutarlı olmalıdır.

Pazarlamanın ana hizmetlerinden biri de dağıtımdır. Dağıtımda dikkat edilmesi gereken etik konular şunlar olabilir:

a) Tedarikçilerle işlemler, güven ve verilen sözlerin yerine getirilmesi temelinde yürütülmelidir.

b) Sosyal sorumlu satın almak kapsamında; çevreci satın almak, çeşitli kaynaklardan tedarik, tedarikçilerin haklarına saygı, tedarikçilerden gönüllü faaliyetlerde bulunmaları, çalışanlarına güvenli bir ortam sağlamaları beklenir.

c) Dağıtımda çevrenin korunmasına özen gösterilmesi, bu konudaki yasal, örgütsel düzenlemelere, müşterilerden gelen taleplere, rakip firmaların iyi uygulamalarına uyum sağlanması beklenir.

d) Doğal kaynakların korunması, malzemenin geri kazanılması, atıkların yok edilmesine dikkat edilmelidir.

e) Ürünler için legal dağıtım kanalları kullanılmalı, ürünün düşük fiyata satıldığı ülkelerdeki aracılardan, yasal olmayan yollardan ürünlerini pahalıya satılan ülkelerde satmalarının engellenmesi.

f) Yanıltıcı ve abartılı reklam, kalitesiz ve faydasız ürünlerin satılması, ahlaka aykırı cinsellik içeren reklamlardan kaçınmaya özen gösterilmelidir.

Satış işleminde, tüketiciyi aldatici hiçbir uygulama etik açıdan kabul edilemez. Satış geliştirmek için verilen promosyonlar, söz verilen nitelik ve kalitede olmalıdır. Satış noktalarında, tüketicilere rahat alış-veriş olanağı sunulmalı, yanıltıcı yönlendirme ve bilgilendirmelerden kaçınılmalıdır.

Firmalar, halkla ilişkiler faaliyetlerinde sahte bir imaj yaratmamalı, tüketiciyi yanıltma aracı olarak kullanmamalıdır. Medya, reklam karşılığı, ürünle ilgili bilgileri tüketicilere yanlış yansıtmamalıdır.

Firmalar, daha sonra teslim edilecek ürünler için vaat ettikleri ürünü, zamanında teslim etmeye dikkat etmelidir.

Firmalarda pazarlama etiğine uygun davranışların uygulamaya geçirilebilmesi şunlara bağlıdır:

- a. Etik koda ve etik sisteme sahip olmak.
- b. Çalışanları etik konusunda eğitmek ve etik pazarlama anlayışını benimsetmek.
- c. Uluslar arası pazarlama örgütlerinin uyguladıkları etik davranış şekillerini izlemek.



## 10.5. İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları

İşletme ve toplum iç içedir. Bu nedenle işletmelerden yerine getirmeleri gereken sosyal sorumluluklar vardır. İşletmeler, toplumun beklediği uygun davranış ve faaliyet sonuçlarını ortaya koymalıdır. İşletmeler faaliyetlerini; yasalar, yönetmelikler, etik ilkeler çerçevesinde toplumla uyumlu biçimde sürdürmelidirler.

Sosyal sorumluluk, işletmelerin, toplumun normları, değerleri ve beklentilerini dikkate alarak çalışmalarını gerektirir. İşletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri, işletmeler için stratejik açıdan önem taşır ve işletmelerin değerini artırıcı etki yapar.

İşletmelerin sosyal sorumlulukları, aşağıdaki üç ilke çerçevesinde gerçekleştirilir:

a) Kurumsal ilke

Toplumun nezdinde, meşru bir faaliyet zemini oluşturmaya yöneliktir. İşletmelerin toplumun beklentilerine uygun faaliyet yürütmesini ortaya koyar.

b) Organizasyonel ilke

İşletmelerin kendi faaliyetlerinden dolayı ortaya çıkan sorumluluklarını yerine getirmesiyle ilgilidir. Toplumla, işletmelerin bütünleşmesini öngörmektedir. İşletmeler, faaliyetlerinden dolayı ortaya çıkan, toplumda rahatsızlık yaratan sorunların çözümüne destek vermelidirler. Örneğin, otomobil üreticileri, hava kirliliğini azaltıcı projeleri (elektrikli otomobil gibi) desteklemelidirler.

c) Bireysel ilke

Yöneticilerin fonksiyonel görevleri dışında, sosyal sorumluluklar üstlenmelerini de esas alır.

İşletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirmede etik önemli bir araçtır. İşletmeler, varlıklarını sürdürebilmek için çevrelerine karşı duyarlı olmak, çevrelerinde oluşan değişimlere ve beklentilere göre faaliyetlerini ayarlamak zorundadırlar. Bu açıdan sosyal sorumluluk, işletmeler için yol göstericidir.

Toplum, sosyal sorumluluk çerçevesinde, işletmelerden öncelikle şunları bekler:

a) Toplumsal refahı artırmak

b) İhtiyaca uygun kaliteli ve yeterli mal ve hizmet sunmak

c) İstihdam olanağı yaratmak

d) İşletmelerin faaliyetlerinden kaynaklanan sosyal, çevresel sorunları önlemek.

Sosyal sorumluluk kapsamında, işletmelerin de, toplumdan şu beklentileri bulunmaktadır:

a) Faaliyette bulunabilecekleri,

b) Kendilerini geliştirebilecekleri,

c) Yatırım yapabilecekleri, ortamın sunulması.

İşletmeler sadece karlılıklarını düşünen iktisadi birimler olmamalıdır. Bunun yanında faaliyetlerinden kaynaklanan sosyal sonuçları da düşünerek, örneğin; çalışan hakları, çevre kirliliği, azınlık hakları, hayvan hakları, tüketici hakları gibi pek çok sosyal konuda topluma karşı sorumlu olmalı ve gerekli önlemleri almalıdır.

Etik anlamda sosyal sorumluluk, işletmelerin çevrelerine ve insanlara zarar verecek tüm eylemlerden kaçınmalarını gerektirir. İdeal sorumlu işletme, etik ilkelere göre çalışan işletmedir.

İşletmeler, çalışanlarına karşı tutum ve davranışlarını “kendine nasıl davranılmasını istiyorsan, başkalarına da öyle davran” ilkesine göre ayarlamalıdır. İşletmelerde katılımcılığa önem verilmeli, çalışanların özgürlükleri ve fikirlerini rahatça söylemeleri için uygun ortam yaratılmalıdır. Çalışanlar arasında ayrımcılık yapılmamalı, sağlıklı ve uygun çalışma ortamı yaratılmalı, iş güvencesi, sosyal güvenlik hakkı sözleşmelere uyulması gibi hususlara özen gösterilmelidir.

Müşteriler, işletmelerden şunları bekler.

- a) Ürün ve hizmet güvenliği hakkı.
- b) Ürün, hizmet ve üreticiye ait bilgi almak hakkı.
- c) Özgür seçim yapabilmek hakkı.

İşletmelerin hissedarlarının beklentileri:

- a) Kar payı almak,
- b) Rüçhan hakkı kullanmak,
- c) Hisselerini satabilmek,
- d) İşleme faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olmaktır.

İşletmelerin tedarikçileri ise; doğru, dürüst, adaletli ve hoşgörüyü dayalı, rüşveti ve fiyat baskısını esas almayan, karşılıklı kabule dayalı, antlaşmalara sadık, tedarikçilerin varlığını tehlikeye atmayacak şekilde ilişki kurulmasını beklerler.

İşletmeler, faaliyette buldukları ülkenin yasal düzenlemelerine, yaptırımlarına uygun hareket etmelidirler. Örneğin kayıtlı faaliyette bulunup, vergi vermek gibi.

İşletmeler, faaliyet şekillerine bağlı olarak; zararlı atıklar, çevre kirliliği, gürültü, görüntü kirliliği, ormanları tahrip etmek, ekolojik dengeyi bozmak, çarpık yapılaşma gibi sorunlara neden olabilirler ve bunların olumsuz etkilerini azaltıcı faaliyette bulunmalıdırlar.

Kamuoyu yaratmak, alınacak kararlarda temsil ettikleri kitlenin düşüncelerini ilgililere ulaştırmak, yanlış uygulamalara yasalar çerçevesinde tepki vermek v.b. amaçlar için toplumun bazı kesimleri, sivil toplum örgütlerinde bir araya gelirler. İşletmeler, sivil toplum örgütleri ile düzenli, dürüst ve iyi niyete dayalı ilişki kurmalıdırlar. Bu grupların çalışmalarını desteklemek, toplumun sağlık ve refahının artması için gayret göstermek, eğitime, kültürel ve sanatsal faaliyetlere destek vermek, işletmelerin sorumluluk alanı kapsamındadır.

Sivil toplum örgütleriyle uyumlu ilişkiler kurmak, önemli bir etik işletme göstergesidir.

İşletmeler, medya kuruluşları ile de; aldatıcı olmayan, inandırıcı tanıtımlar yapmalı, istenilen bilgileri doğru ve net biçimde aktarmalı, işletmenin çıkarları için medyayı kullanmamalıdır.

İşletmeler, paydaşlarıyla ilişkilerini yukarıda belirlenen kapsam çerçevesinde sürdürürlerse, faaliyetleri iş etiğiyle uyumlu, aksi halde iş etiğine aykırı olacaktır.

İşletmelerin sorumlulukları Carroll tarafından dört kısımda belirlenmiştir:

a) Ekonomik sorumluluklar

Sahip olunan kaynakları en verimli, karlı ve rasyonel şekilde kullanmak, istihdam yaratmak, vergi vermek, ekonomik hayatı canlı tutmayı kapsar.

b) Yasal Sorumluluklar

Faaliyetlerin, yasalar çerçevesinde sürdürülmesini içerir.

c) Etik Sorumluluklar

Faaliyetlerin, toplumun değer yargılarına uygun, paydaşların beklediği şekilde doğru yürütülmesini ifade eder.

d) Gönüllü Sorumluluklar

İsteğe bağlı sorumlulukları (örneğin; toplumun sorunlarının çözümüne yönelik sağlık, çevre, kültür, sanat faaliyetlerini desteklemek) ortaya koyar.

Türkiye’de özellikle son on yıldır, büyük firmalar; müze açmak, tarihi yapıları restore ettirmek, sergi düzenlemek, çevre projelerini desteklemek, kitap toplama kampanyaları yapmak, eğitim tesisleri, öğrenci yurtları, spor kompleksleri yapmak gibi isteğe bağlı sorumluluklar kapsamında faaliyetlerde bulunmaktadırlar.

Bazı firmalar, zaman içinde sosyal sorumluluk fikrini benimseyip, kurumsallaştırmışlardır. Toplum huzuru açısından firmaların, ekonomik performans yanında sosyal performans da yer vermeleri gerekir. Bu kapsamda firmalar ve örgütlerin toplumsal duyarlılıklarını artırdıkları söylenebilir. Örneğin 1995 yılında Uluslar arası Kooperatifler Birliği (ICA) Genel Kurulu, kooperatifçilik ilkelerini 7 tane olarak kabul etmiş olup, yeni getirilen ilke “Topluma Karşı Sorumluluk” olmuştur.

Firmaların toplumda saygı ve güven kazanmaları için iş etiğine bağlılık ve sosyal sorumluluk bilinci önemlidir.

Günümüzde iş etiği ve sosyal sorumluluk bilinci adeta bütünleşmiştir.

## 10.6. İşletmelerde Etik Açısından Yönetim

Etik açıdan işletmelerde yönetim, üç şekilde ele alınabilir:

a) Etik olmayan yönetim

Yasal düzenlemelerden kaçınılması mümkünse kaçınan, şeffaf olmayan, paydaşların ihtiyaçlarını ve beklentilerini önemsemeyen, müşterilere karşı etik davranmayan yönetimdir.

b) Etiğe kayıtsız yönetim

Yasal düzenlemelere uyumlu yetinen, ancak etik konulara ilgisiz kalan yönetimdir. Paydaşlarla ilişkiler en düşük düzeyde tutulur.

c) Etik yönetim

Yasalara uygun, etik konulara duyarlı, paydaşlarla ilişkilerinde katılımcı ve etik boyuta önem gösteren yönetimdir. Bu yönetimde, toplumun önemi anlaşılmalı, toplumla uyumlu, topluma katkıda bulunacak şekilde davranılması uygulamaya geçirilmiştir.

İşletmelerin ahlaki gelişimleri beş aşamada tamamlanarak, etik işletmeler noktasına gelinir:

AŞAMA I (Etik Dışı İşletmeler)

a) Yöneticilerin yaklaşımı

Yakalanmadığın sürece yapabildiğin her şeyi yapmak eğilimi vardır. Etik ihlaller noktasında yakalanınca bunun işletmeye maliyeti üstlenilir.

b) İşletme Kültürünün Etik Görünümü

Elde edebileceği her şeyi elde etmeye yönelik olarak işletme kültürü yasa dışı görülür, riskler eleştirilir.

c) İşletme Çalışanlarının Etik Durumu

Etik kodlar bir anlam taşımaz. Açgözlü bir bakış açısı hakimdir.

AŞAMA II (Yasalara Uyuma)

a) Yöneticilerin Yaklaşımı

İçerde yasal kurallara göre hareket etmek ve bu doğrultuda ekonomik getirileri değiştirebilecek durumlarla mücadele etmek, sosyal sorunlar olduğunda halkla ilişkileri kullanmak, sosyal problemlere yeterli tepkiyi göstermek.

b) İşletme Kültürünün Etik Görünümü

Yasal olanın, etik olduğunu kabul etmek. Ekonomik performans değişime egemendir ve ödüllendirilir.

c) İşletme Çalışanlarının Etik Durumu

İşletmenin etik kodları varsa, bunlar işletme içi belge niteliğindedir. Organizasyona zarar verebilecek şeyler yapılmaz, iyi bir işletme çalışanı olunur.

AŞAMA III (Sorumlu İşletmeler)

a) Yöneticilerin Yaklaşımı

Yalnızca yasalara uyarak çalışmanın yeterli olmadığı anlaşılmalıdır. Etik gereksiniminin, karlılık için gereği hissedilmektedir. Daha sorumlu davranışlar öğrenilmeye çalışılmaktadır.

b) İşletme Kültürünün Etik Görünümü

İşletmenin paydaşları düşünülme ve işletme kültürü daha sorumlu bir yaklaşımla değerlendirilmeye başlanmıştır.

c) İşletme Çalışanlarının Etik Durumu

Etik kodlar sadece işletmeye yönelik değil, dışarıya odaklı durumdadır.

#### AŞAMA IV (Etik Yönden Gelişen İşletmeler)

##### a) Yöneticilerin Yaklaşımı

Yöneticilerde etik sorunları ortaya koymak ve firma olarak doğruyu yapmak anlayışı vardır. Etik bakışı açısı vardır ancak uzun dönem planları yapılmamıştır. Etik yönetim esaslarının oluşumunda yapılan doğrular ve yanlışlara göre hareket durumu gözlenir.

##### b) İşletme Kültürünün Etik Görünümü

Etik değerler, işletme kültürünün bir parçasıdır. Bunlar işletmeye yol göstericidir.

##### c) İşletme Çalışanlarının Etik Durumu

Etik kodlar, işletmenin faaliyet dokümanı durumundadır ve işletmenin temel değerlerini yansıtır. İşletmedeki etik sistem unsurlarından yararlanılmaktadır.

#### AŞAMA V (Etik İşletmeler)

##### a) Yöneticilerin Yaklaşımı

Ekonomik sonuçlar ile etik sorunlar dengelenmiştir. Etik değerlendirmeler, işletmenin stratejik planlarına ve misyonuna adapte edilmiştir.

##### b) İşletme Kültürünün Etik Görünümü

Temel değerler üzerine oturtulmuş bir işletme etik görünümü vardır. İşletme kültürü, etik şekilde planlanıp, yönetilir.

##### c) İşletme Çalışanlarının Etik Durumu

İşletmeye ait tüm belgeler etik yapıya uygundur. Etik sistem işlemektedir.

Firmanın etik yönetiminin başlıca çıktıları arasında şunlar gösterilebilir:

- a) Müşteri memnuniyeti ve bağlılığı,
- b) Çalışanların firmaya sadakati,
- c) Nitelikli insan kaynağı için firmanın cazip gelmesi,
- d) Devletin denetim organlarının olumlu yaklaşımı,
- e) Rekabet üstünlüğü,
- f) Ortakların çıkarlarına olumlu yansıma,
- g) Ekonomik göstergelere olumlu etki.

Yönetimde etiğe dikkat ederek çalışan firmalar, sosyal sorumluluk alanlarına da dikkat ederler. Bu sosyal sorumluluklar arasında:

- a) Çevre koruma konularında duyarlı davranılması,
- b) Tüketilen mal ve hizmetin sorumluluğunu taşımak, takip olanağı yaratmak,
- c) Üretilen mal ve hizmetin sorumluluğunu taşımak, takip olanağı yaratmak,
- d) Çalışanların işyeri dışındaki yaşamlarına destek vermek,
- e) Toplumsal sorunlara duyarlı ve bu sorunların çözümü konusunda yardımcı olmak,
- f) Toplum yaşamını kolaylaştırıcı ve zenginleştirici kültür ve sanat faaliyetlerine katkı sağlanması,

g) Öğrenciler, dar gelirliler, mahrumiyet bölgeleri ile ilgili olanakların geliştirilmesi gibi faaliyetler sıralanabilir.

2000’li yıllardan itibaren toplum ve iş yaşamında ortaya çıkan sorunlar, iş etiğinin önemini artırmış, adeta bu alanda bir rönesans yaşanmasına yol açmıştır.

Firmalar; özellikle tüketicilerin bilinçlendirildiği, demokrasinin iyi işlediği, insan haklarına saygının yerleştiği, etik değerlerin benimsenip, uygulamaya geçirildiği, sivil örgütlenme düzeyi yüksek toplumlarda, ulusal ve uluslar arası rekabet avantajını sürdürmek için etik koda sahip olmak ve sosyal sorumluluk projelerini yürütmeye önem vermeye başlamışlardır. Firmalar, mali raporları yanında, sosyal denetim raporlarını da yayınlamaya başlamışlar, atamalarda liyakata dikkat etmek hassasiyetlerini artırmışlardır.

Sosyal sorumluluklar 1800’lü yılların sonunda, büyük şirketlerin sayılarının artmasıyla, kavramsal olarak ortaya çıkmıştır ve devletleri bu konuda yasal düzenlemeler yapmaya yöneltmiştir. Sosyal sorumluluklar, tüketici ve toplum refahına hizmet eder. İşletmenin kendi çıkarlarının yanında; toplumun çıkarlarını koruması, çalışanlara yeterli ücret vermek, kaliteli mal satmak, devlete vergi vermek gibi sosyal sorumluluklarını yerine getirmesiyle yakından ilgilidir.

İş etiği, firmaların piyasa değeri ve marka değerine olumlu katkı yapmaktadır. Uluslar arası finans kuruluşları (IMF, Dünya Bankası gibi) kredi vermede, etiği öncelikli kriterler arasına almışlardır. İş etiği konusu uluslar arası boyut kazanarak, bu konuda faaliyette bulunan kuruluşlar ortaya çıkmıştır (“Uluslar arası Saydamlık Örgütü”, Türkiye’deki “Etik Değerler Merkezi” gibi)

Özelleştirme ve küreselleşmenin etkisiyle ekonomide özel sektörün yeri ve öneminin artması, uluslar arası örgütleri etik dışı uygulamalarla daha etkin mücadele etmeye yöneltmiştir. Kamu kesimi ile ilgili çalışmalarda yaygınlaşmıştır. Örneğin 2000’li yıllarda AB Bakanlar Konseyi “Kamu Görevlileri İçin Model Davranış Kodu” nu kabul etmiştir. OECD “Etik Yönetim İlkeler Listesi” ni oluşturmuştur.

Etik ilkeleri olan ve bunlara göre faaliyetlerini sürdüren firmalar, kendileriyle iş yapan tedarikçi ve dağıtıcılardan da aynı standartta çalışmalarını istemektedirler. Etikle ilgili olarak çalışan uluslararası kuruluşlar, düzenli olarak belirli aralıklarla “Küresel Yolsuzluk Raporları” gibi çalışmalar yayınlamaya, ülkelerin etik yönden sıralamadaki yerlerini ortaya koymaktadırlar.