piyasa

Üç Aylık İktisadiyat Dergisi

Cilt:2 • Sayı:5 • Kış 2003

Sahibi

Liberte AŞ. Adına

Özlem Çağlar

Yazı İşleri Müdürü

Seval Yaman

Editör

Atilla Yayla

Yardımcı Editörler

Ekrem Erdem - Metin Toprak

Kitap Değerlendirme Editörleri

Mustafa Acar - Fuat Oğuz

Yayın Kurulu

Güneri Akalın, A. Savaş Akat, Sait Akman, Bahadır Akın, Coşkun Can Aktan, Ali Alp, Yıldıray Arsan, M. Hanifi Aslan, Kürşat Aydoğan, Necmiddin Bağdadioğlu, Yusuf Bayraktutan, Tahir Büyükakın, Kemal Çelebi, Birol Çetin, Murat Çizakça, Fuat Erdal, Turan Erol, Cevat Gerni, Cahit Güran, E. Alper Güvel, Ahmet Kara, Eser Karakaş, İsmail Köksal, A. Fazıl Özsoylu, Ahmed Güner Sayar, Alev Söylemez, Selahattin Togay, Erdal Türkkan, Gülsün Yay, Turan Yay

Abonelik

ABONET

Tel:(212)222 7206 - 210 0110 Faks: (212)222 2710

e-mail: abonet@abonet.net www.abonet.net

Adres

GMK Bulvarı 108/17 Maltepe 06570 Ankara TÜRKİYE

Tel: (0.312) 230 87 03 - 230 37 19 • Fax: (0.312) 230 80 03

www.liberal.org.tr • e-mail: liberal@ada.net.tr

Tasarım ve Baskı

Provizyon Ltd. Şti.

Tel: (0.312) 342 42 54-55

ANKARA

• *Piyasa, hakemli bir dergidir.* •

Liberal Düşünce Topluluğu için Liberte A.Ş. tarafından yayınlanmaktadır.

Piyasa, 2003/5, s. 85-89.

Küreselleşme Sürecinde İşletmelerde Etik

İbrahim DURAK
Atilla YÜCEL

Sanayi uygarlığının sürekli hızlandırdığı daha çok üretim ve daha çok tüketim olgusu, doğal ve toplumsal çevrede pek çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Hava, su ve toprağın yaşamı tehdit edecek boyutlarda kirlenmesi, kimi doğal kaynakların tükenme tehlikesi altında olması, endüstrinin yaydığı tehlikeli atıklar, toz ve sıvılar, doğal gıda maddelerinin kirlenmesi, iş yaşamında ise genel ahlâkî yapının bozulması ve güven ortamının zayıflaması bu temel sorunlar arasında sayılabilir. Gelişmiş sanayi ülkelerinde, yukarıda sözü edilen sorunların kaynaklarını belirleme çabaları içinde iktisadî yaşam ve bu alanın asıl aktörleri olan işletmeler ilgi odağı olmuştur. Yalnızca kazanç amacını koşulsuz önde tutan ve fayda-maliyet analizini kendi çıkarı ve çevresi ile sınırlayan geleneksel işletme davranışının günümüz küreselleşme sürecinde artık yeterli olamadığı görüşü gittikçe güçlenmektedir. İşletmelerin amaç sistemleri ve faaliyetlerinin doğal ve toplumsal çevre beklentilerinin de dikkate alınarak yeniden belirlenmesi gerektiği yönünde güçlü bir eğilim vardır. Günümüz küreselleşme sürecinde her türlü ekonomik faaliyetleri yürüten kişi, kuruluş ve birimler artık ne istediğini iyi bilen, eğitimli ve iyi yetişmiş kaliteli müşterilerle karşı karşıyadırlar.[1]

Etik kavramının son yıllarda gelişmiş sanayi ülkelerinden başlayarak dünyada yeniden güncelleşmesi ve önem kazanması bu gelişmelerin bir sonucudur.

Etik (ethics) ve ahlâk (morality) genelde birçok kişi tarafından aynı manada kullanılmaktadır. Literatürde ise bu kavramlar arasında ince ve önemli bir farkın olduğu kabul edilmektedir. Etik, köken olarak Yunanca "Ethos", Latince "Ethicos" kelimelerinden türetilmiştir. Alışkanlık, töre, görenek anlamlarını taşır.[2] Etik, "Birey ya da mesleğin davranışlarını yönlendiren prensipler ya da davranış standartlarıdır" şeklinde tanım-

---

Arş. Gör. İbrahim Durak, Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi
Arş. Gör. Atilla Yücel, Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi.

1 Feyzullah EROĞLU, *Küreselleşme Sürecinde Yönetim Krizi ve Çözüm Yolları*, Berikan Yay.:3, Ankara 1998, s. 10.

2 Ruşen KELEŞ, Can HARMANCI, *Çevre Bilim*, İmge kitabevi, 2.B. İstanbul, 1997, s. 184.

lanmaktadır.[3] Ahlâk (morality) kavramı ise *Webster's Third New International Dictionary*'de, "doğru ve yanlış faaliyeti, iyi ve kötü karakteri tanımlamaya yönelik prensipler" şeklinde açıklanmaktadır. Etik, bir anlamda, bir ahlâk sistemi, görüşü ya da anlayışıdır. Bu bakımdan etik toplumda yaygın olan moral değerlerden daha özel, daha bireysel ve daha felsefîdir. Bir iş yada meslek ahlâkından söz edildiği zaman, burada kastedilen genel bir ahlâk değil, etik olarak ifade edilen özel bir ahlâktır.[4] Gordon Shea etiği, bir toplumun genel ahlâkî değerlerinden türetilmiş kurallar olarak belirtmektedir.[5] Büyük Fransız yazar La Lochefoucauld ise etik kavramını "tüm dünyanın gözleri üzerinizdeyken yapacağınız bir hareketi, sizi görecek hiç kimse yokken de yapmak" şeklinde tanımlamıştır.

Etik değerler çerçevesinde davranmak yasalara uygun hareket etmekten öte bir durumdur. Etik, bir dereceye kadar, gönüllü uymayı gerektirir.[6] İş dünyasında başkalarından önce ve saldırganca davranıp başka şirketleri devralmak yasaldır ama doğru olduğu söylenemez. ABD Yüksek Mahkeme eski yargıçlarından Potter Stewart "Bir şeyin yalnızca yasal olması onun doğru olduğu anlamına gelmez" demektedir. Geçmiş yıllarda etik davranışının standardı yasalara karşı gelmemek ya da kural ihlâl etmemek olabilirdi. Günümüzde ise etik ortamı değişmiştir. Yasa ve kurallara uymakla birlikte, "Kamu, toplumsal davranışları incelediğinde ne düşünüyor?" ve "Davranışlarda bir uygunsuzluk görülüyor mu?" soruları da önem kazanmaktadır.[7]

Ünlü *Fortune* dergisi, son zamanlarda, 1988 yılında ABD'de en çok beğenilen şirketler (the most admired companies) araştırmasının sonuçlarını yayınlamıştır. General Electric, Coca Cola, Microsoft, Dell Computer gibi devlerin zirvede sıralandığı araştırmada yönetim kalitesi, yaratıcılık, çalışanların becerisi, hizmet ve üretim kalitesi, sosyal yardıma duyarlılık, uzun dönemli yatırım değeri gibi kıstaslar kullanılmıştır. Dikkat çeken nokta ise, beğenilme ya da gözde olmak için "kâr ve üretim büyüklüğü" gibi klâsik işletme kavramlarının yerini daha sosyal içerikli, toplama karşı daha duyarlı, daha insancıl ve uzun dönemi kapsayan faktörlerin almış olmasıdır.[8] Özellikle gelişmiş ekonomilerde fertler tüketim ve yatırım tercihlerini, bir anlamda, "toplumsal bilinç" çerçevesinde yapma eğilimindedirler. Bu ülkelerde nükleer silah üretimine katkıda bulunan, çevre kirliliğine neden olan, tüketici haklarına gereken özeni göstermeyen, istihdam politikalarında ırk ve inanç ayrımı yapan firmalar menkul kıymet ve tüketici piyasalarında organize boykotlarla karşılaşmaktadır.

Küreselleşme, ekonomik ve sosyal organizasyonlar, bilgi toplumuna dönüşüm gibi makro dinamiklerin yanısıra firma ölçeğinde bilgi teknolojilerinin getirdiği imkânlar toplumsal kurum ve kurallarda da köklü değişikliklere neden olmaktadır. Kamu yönetiminde şeffaflık, topluma yönelme, vatandaşların istek ve tercihlerine daha fazla duyarlı

---

3 Robert F. Hartley, *Business Ethics, Violentions of Public Trust*, Cleveland State University, John Wiley and Sons Inc., 1993, s.3.

4 George F. DURLY, *Applied Professional Ethics*, University Prenson, Boston, 1994, s. 19.

5 Gordon F. Shea, *Practical Ethics*, Amma Membership Publication Division, NewYork, 1998, s. 15.

6 Norman Augustine, "Etik davranışların ürünlerini toplamak", *Executive Excellence*, Ağustos, 1999, s. 14.

7 William Oncken III, "Etik Değerler ve Dürüstlük", *Executive Excellence*, Temmuz 2001, s. 14.

8 Hidayet Atasoy, "İşletme Yönetiminde Etik", *Ekopol*, Nisan-Haziran 1999, s. 70.

olma, kamunun sürekli aydınlatılması gibi demokratik uygulamaları ön plana çıkaran bu süreçte, işletmecilik alanında ise üretim prosesi, dağıtım kanalları, yönetim felsefesi, sosyal sorumluluk, çevre duyarlılığı gibi kavramlar yeni bir anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda, "işletme yönetiminde etik" kavramı yönetim anlayışında önemli bir yer tutmaktadır. Bunu, işletmelerin kötü işler yapmaktan kaçınma sorumluluğunu taşımaları olarak ifade edebiliriz. İşletmeler serbest piyasa ekonomisi içerisinde ahlâkî ve yasal olarak rekabet ederken, bu çerçevede çalışanlarına, ortaklarına, tedarikçilerine, müşterilerine, rakiplerine, topluma ve ilişkide bulunduğu diğer tüm kuruluşlara karşı da işlemlerinde etik değerleri vazgeçilmez kılmalıdır.[9] İşletmeler ticarî ilişkilerinde, âdil olmalı, dürüst olmalı, yalan söylememeli, hile yapmamalıdır. Çalışanlarının herbirine birey olarak davranmalı, onların kararlara katılmalarını desteklemeli, fikirlerine saygı göstermelidir. Ortaklarının beklentilerini karşılayabilmeli, tedarikçi seçiminde etik değerlere önem veren uzun vadeli ilişkilere girmeli, değer sunuş şebekelerini güven üzerine kurmalıdırlar. Girdi temininde fiyat, kalite, miktar, teslimat konularında dürüst olmalı, sözlerini zamanında yerine getirmelidir.

İşletmeler çevreye ve topluma da zarar vermekten kaçınmalı, hukuka uygun davranmalı, rüşvet almamalı ve rüşvet vermemeli, kaynaklarını bireyin ve toplumun hayat standardının artmasına katkıda bulunacak şekilde kullanmalıdır.

Müşterilerine kaliteli, çevreye saygılı, güvenilir ürünler sunmalı, tüm müşteri ilişkilerinde yüksek ahlâkî standartlar sağlamalı, sorunlarına çözüm getirip, onları mutlu etmelidir. Bir işletme, müşterilerine, rakiplerini ve onların ürünlerini kötülememeli, kendisinden daha iyi şirketlerin ve ürünlerin varlığını kabul edebilmelidir. Farklı tercihlerde bulunan bireysel veya kurumsal müşterilerine saygılı ve hoşgörülü olması da etik kuralları içerisindedir. Müşterilerinin başka işletmeleri veya ürünleri tercih etmelerinde kendi hatalarını aramalıdırlar. Ayrıca müşteri tercihlerini özgürleştiren ve seçimini etkinleştiren reklamlar etik dayanaktan yoksun olmamalıdır. Aldatıcı ve yanıltıcı reklamlardan kaçınılmalıdır. Genel amacına uygun bilgiler verilmelidir. Reklam konusundaki bu etik standartlar işletme tarafından çıkar gruplarına sunulan finansal bilgiler için de geçerlidir. Şirketten sızabilecek bir bilgi başkalarına ayrıcalık getirmemeli ve aşırı kazanç sağlamalarına yol açmamalıdır. Böylece mevcut tüm bilgilerin piyasaya, dolayısıyla fiyatlara yansıdığı varsayımına dayanan "tam etkin piyasa" kavramı etkinsizleştirilmemelidir.

İfade etmeye çalıştığımız bu etik değerlere uygun düşmeyen davranışlar, işletmenin ilişkide bulunduğu çevrelerce hukukî, malî ve davranışsal olarak cezalandırılabilir. Çünkü temel etik değerler olmadan ticaretin uzun vadeli olması güçtür ve işletmelere maliyet yüklemesi kaçınılmazdır.

Günümüzde küresel pazarlarda faaliyet gösteren pek çok şirket, kendi etik davranış kurallarını belirlemiş durumdadır.[10] Şirketler arasında bu davranış kuralların niçin gerekli olduğu, hangi konular üzerinde durulacağı ve çalışanlara nasıl tanıtılacağına dair giderek büyüyen bir uzlaşma vardır. Buna karşılık uygulamada etik değerlere gereken

---

9 William, Oncken III, s. 12.

10 Ronald BERENBEİM, "Küresel Etik", *Executive Excellence*, Temmuz 2001, s. 22.

önemin verilmemesinin en önemli nedenlerinden birisi, etik davranmanın genelde kısa vadede birtakım davranışsal ve ekonomik bedeller ödenmesini gerektirmesidir.[11]

Etik değerlere uygun davranan işletmelerin uzun vadede beş temel avantaj elde edebilecekleri söylenebilir:[12]

a) Verimlilik: Etik değerler çerçevesinde çalışanların diğerlerinden daha yüksek performans gösterirler. Daha fazla satış yapar, daha az servis isteği ile karşılaşır ve yüksek kâr marjlarına ulaşırlar. Bu iş yeri gerçekten, "iş yapılacak" bir yerdir. Çünkü, çalışanlar kendilerinden ne beklendiği konusunda kuşkuya düşmezler, başka kaygılarla işleri zarar görmez. Güven içindedirler.

b) Sorumluluk: Kendilerinden ne beklendiğini bilen çalışanlar, hangi konumda olurlarsa olsunlar kişisel davranışlarından sorumlu olduklarını hissederler. Etik konusundaki çelişkileri çözme konusunda sorumluluk üstlenirler.

c) İletişim: İnsanlar etik çelişkiler ortaya çıktığı zaman bunlar üzerinde konuşmak isterler. Dolayısıyla sorunların baştan çözümlenmesi ve karmaşıklığın önlenmesi para ve zaman tasarrufu sağlar.

d) Gizlilik: Teslim süreleri, fiyatlar, bütçeler, performans değerlendirmeleri ve ürünler hakkında dışarıya bilgi sızmaz.

e) Kötü sürprizlere uzak olma: Taciz davaları, iş kazaları gibi kötü sürprizler şirketlere çok pahalıya mal olmaktadır. Etik kültürün egemen olduğu işletmelerde çalışanlar, etik çelişkileri ortaya çıktığı anda çözümlemeye çalışırlar. Potansiyel sorunlar henüz tomurcuk halindeyken önlenmiş olur.

Küreselleşen dünyamızda uluslararası ticarî ilişkilerin artması şirketler için etik kuralların önemini daha da artırmaktadır. Bir şirketin dünyanın her yerinde ve her koşulda dürüst ve etik kurallara uygun bir şekilde faaliyetlerini yürütmesi güven duygusu yaratmaktadır. Etik bir faaliyet, şirket olarak güvenirliliğimizi koruduğumuz bireyin saygınlığını koruyan, ortaklarımızın ve müşterilerimizin güvenini kazandığımız bir olgudur. W. Edward Deming'e göre, başarı için güven vazgeçilmez bir unsurdur. Çünkü: "güven olmadan insanlar, ekipler ve birimler arasında işbirliği sağlanamaz. Güven olmadığında, bütünün her parçası uzun vadede hem kendine hem de sistemin tümüne zarar verecek bir biçimde yalnızca kendi çıkarlarını kollamayı amaçlayacaktır.[13]

Gelişmiş sanayi toplumlarında bu konudaki çalışmalar gittikçe hızlanmaktadır. ABD'deki yeni federal yasalar, etik kurallara uyulması için gerekli önlemleri Önceden almamanın getireceği cezaları artırmıştır.[14] Etik, Harvard Business School'un en çok izlenen dersleri arasına girmiştir. Benzer şekilde 1980'lerin başından bu yana Avrupa'da çok sayıda üniversite'de "İktisat ve İşletme Etiği" lisans ve lisansüstü programlarının dersleri arasında yer almaktadır.[15]

1987'de İsviçre'de St. Gailen Üniversitesi'nde, 1990'da Almanya'da Eichstaett Üniversitesi'nde, "İktisat ve İşletme Etiği" kürsüleri kurulmuş, konuya özel lisans ve lisans

---

11 Norman R.AUGUSTINE, "Etik Davranış", *Executive Excellence*, Ekim 1998, s. 17.0

12 Nan DEMORS, "Etik Değerlere Uygun Bir İşyeri", *Executive Excellence*, Ağustos 1999, s. 13.

13 Goldberg, a.g.m., s. 20.

14 William C.FERGUSON, "Etik Temeller", *Executive Excellence*, Ekim 1998, s. 16.

15 Nergiz SCHULZE, "İşletme Etiği", *Amme İdaresi Dergisi*. Cilt No: 30, Sayı: 4, Aralık 1997, s. 35.

üstü eğitim programlan düzenlenmiştir. Ayrıca Almanya'da pek çok kurum ve kuruluş etikle ilgili paneller ve sempozyumlar düzenleyerek, çeşitli araştırmalar yapmakta ve ilgili araştırma ve projeleri desteklemektedir. Ülkemizde ise işletme etiği sorununun pek az tartışıldığı görülmektedir. Konu ile ilgili Türkçe literatür, bazı makaleler ve bazı işletme yönetim organizasyon ders kitaplarındaki sınırlı değinmelerden oluşmaktadır.

Etik değerlere uymamak kişisel, kurumsal ve toplumsal çeşitli zararları da beraberinde getirmektedir. İşletmeler etik değerlere uygun davranmayan kişileri, toplumdaki saygınlıklarının zedelenmesi için işten çıkaracaktır. Bu durum ise ilgili kişinin kariyeri açısından zararlı olacaktır. Tipik kurumsal zararı ise satışların azalması ve iyi niyetin ortadan kalkmasına neden olmasıdır. Toplum bazında ise karşılıklı güven ortamı yok olarak çeşitli çatışmaların olduğu, gelir dağılımının bozulduğu, doğal ve ekolojik dengelerin tahrip edildiği bir ortam oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, küresel dünyada rekabet edebilmek ve başarılı olabilmek için, bugün, etik kurallara uygun davranmanın bedelini ödeyerek uzun vadede daha iyi yatırımlar yapabilmek ve toplum bilincini oluşturabilmek gerekmektedir. Bunun için toplumda iş adamı, yönetici, eğitimci ve her türlü meslek sahibi kişilere çeşitli görev ve sorumluluklar düşmektedir. Bunlardan ilki, bireyleri, ellerindeki güçleri kötüye kullanmayacak şekilde eğitmek, toplumsal değer sistemlerimizi onlara benimsetmektir. Bir diğeri ise, toplumsal ve etik değerlere uygun davranmayan kişi ve kuruluşları hukukî yaptırımlar ile sınırlamaya çalışmaktır. Ayrıca meslekî kuruluşlar, ticaret odaları gibi demokratik sivil toplum örgütlerine de düzenleyici ve denetleyici çeşitli görevler düşmektedir. Etik değerlere uygun davranmanın ve davranmamanın bir karşılığı olmasını sağlayan mekanizmalar oluşturulmalıdır.