

Girişimciliğin Etik Boyutu

Dr. Nilhun Doğan

Özet: Son yıllarda yapılan girişimcilik ve etik arasındaki ilişkiye yönelik akademik araştırmalar oldukça yeni olmasına rağmen, konuya olan ilgi oldukça artmıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte girişimciliğin önemi artmıştır. Ancak, araştırmacılar tarafından girişimciliğin daha çok sosyo-ekonomik yönü üzerinde durulmuş ve girişimciliğin etiksel boyutuna daha az dikkat çekilmiştir. Bu bakımdan girişimciliğin etiksel boyutu çalışmada inceleme konusu yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Etik, Girişimsel Etik.

1. Giriş: Kavramsal Çerçeve

1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik (entrepreneurship) kavramı ile ilgili olarak literatürde çok çeşitli tanımlamalar yapılmış olmasına rağmen, tanım üzerinde ortak bir işbirliği pek sağlanamamıştır. Ancak, kavramın doğru bir şekilde ortaya konulması, girişimciliğin anlaşılabilmesi ve geliştirilmesi bakımından oldukça önemlidir (Döm, 2008: 1, 7). Girişimcilik kavramı, Almanca'da "unternehmen" ve Fransızca'da "entreprendre" sözcüklerinden türetilen ve Türkçe'de ise "üstlenmek" anlamına gelen bir fiil olarak tanımlanmaktadır (Güney, 2008: 55).

İktisadi açıdan girişimcilik, kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyeti; girişimci ise, pazar arayan, arz ve talebi yönlendiren kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik kavramının iktisat literatürüne girişi de 19. ve 20. yüzyıllarda başlamıştır (Aytaç, 2006: 141). Girişimcilik konusunu ilk inceleyenlerden birisi Fransız İktisatçı Cantillon'dur. Girişimci ile iktisattaki "risk içermek" kavramını beraber ele alan Cantillon'un, iktisat biliminde ilk sistematik bilimsel inceleme olarak kabul edilen eserinde, ilk kez

“girişimci” kavramının kullanıldığı gör÷lmektedir (G÷ler, 2010: 2).

Bununla birlikte, girişimci ve onun kapitalist ekonomik d÷zendeki kilit rol÷, çok uzun s÷redir fark edilmiş olsa da girişimciliğin modern anlamda çalışılmasına Schumpeter ile başlanmıştır. Schumpeter, girişimciyi “yeni kombinasyonlar” yaratmak fonksiyonunu yenilikçilik faaliyetleriyle y÷r÷ten, kısacası t÷m g÷ ve kaynakların arasından “*değişik ya da aynı Őeyleri farklı metotlar ile üreten*” bir birey olarak tanımlamaktadır (Fiş ve Wasti, 2009: 130). Yani, Schumpeter’in girişimcisi lider ve yenilikçidir. Yenilikçi (öncü kişi), ekonomik büyümenin motorudur. Yenilikler de, dinamik ekonomik sistemin içsel gelişmeleridir. Girişimsel faaliyet ve tahakkuk eden kârlar kalıcı değildir. Dolayısıyla girişimcilik, her bir birey için, yenilikler devam etmediği s÷rece geçici bir durumdur (Praag, 1999: 322).

Girişimcilik ile ilgili kavramlar incelendiğinde; girişimcilik kavramının kâr isteği, bağımsızlık isteği, risk alma, yeni işletme, kişisel fayda isteği, sorumluluk ve strateji oluşturma, başlatma, belirsizlik, değer yaratma, fırsat peşinde koşma, bulma, üretim, değişim yaratma, yönetim, sahiplik ve yaratma gibi kavramlar ile desteklenerek ifade edildiği gör÷lmektedir. Bu kapsamda, söz konusu kavram ile ilgili bir genelleme yapıldığında girişimcilik; “*iş dünyasındaki fırsatları tespit ederek, fırsatların hedeflere, imkânlarla ve değerlerle uygun olduğunun anlaşıldığı anda; kâr, saygınlık, büyüme, yeniliklere öncü olma gibi amaçlar ile riskleri de göze alarak, insanlığa faydalı ürün ve hizmetleri üreten aktif, esnek, yaratıcı, hızlı işletmelerin var olması için diğer üretim faktörlerini belirli bir düzen içinde bir araya getirme s÷reci*” olarak tanımlanabilmektedir (Demirel ve Akbıyık, 2009: 9, 10).

Son dönemde girişimciliğin popüler olmasının temel sebepleri olarak şu üç gelişme gösterilebilir (TÜSİAD, 2002: 40): Yeni ekonominin gittikçe güçlenmesiyle değişen ekonomik yapı, istihdam sorununun artması, işletme ve ekonomi alanlarında teorik gelişmeler ve girişimciliğin genel kabul÷. Kısacası, yeni endüstrilerin doğmasını sağlayan, yeni düşüncelerin oluşmasını, yayılmasını ve uygulanmasını hızlandıran, teknolojinin kullanıldığı sektörlerde verimliliği arttıran ve hızlı bir şekilde büyüyen sektörler meydana getiren girişimcilik (Börü, 2006: 5), ekonomik kalkınmanın lokomotif konumunda olup, gelişmemiş ve gelişmekte olan ÷lke ekonomilerinin kalkınmasında, gelişmiş ekonomilerde de refah ve zenginliğin korunmasını

da temel yol olarak görülmektedir (Öneren, 2012: 13). Bu genel kabul, dünya genelinde girişimciliği önemli kılmaktadır.

Bu nedenle, bir ülke gelişmek, istihdam yaratmak, kişi başına düşen milli gelirini arttırmak, gelir dağılımında adaleti sağlamak, bilim ve teknolojide güçlü hale gelebilmek, refahı tabana yaymak, yolsuzluk ve yoksullukla mücadele etmek, sosyal güvenlik ve sosyal adaleti etkin kılmak için, girişimci gücü yüksek insanlara yatırım yapmak ve destek olmak zorundadır (Börü, 2006: 6). Özellikle gençler, bu çabanın odak noktasında yer almalıdır.

1.2. Etik Kavramı

İngilizce bir kelime olan “ethics”in, genellikle “gelenek ve örf-adet” anlamına gelen Yunanca “èthos” kelimesinden türetildiği kabul edilse de bu kavramın “swedhethos” kavramından geldiği belirtilmektedir. Söz konusu bu kavram, “var olmanın temel niteliğini belirleyen bireysel ahlâk ve davranışsal alışkanlıklar” anlamına gelmektedir. Batılı yazarların çoğu, Yunanlı felsefeciler Sokrates (469-399 B.C.), Plato (427-347 B.C.) ve Aristoteles (384-322 B.C.)’in en erken yazılarını etiksel kavramlara dayandırdıklarını ifade etmektedir. Ayrıca, ahlâkî kodlar ve kanunlara yönelik en eski yazılar da Musevilik (1800 B.C.) ve Hinduizm (1500 B.C.)’de bulunabilmektedir (Hisrich and Peters, 1998: 23).

Bazı durumlarda, etik kavramı ile ahlâk felsefesinin aynı anlamda kullanıldığı da belirtilmektedir. Dolayısıyla, bu iki kavramın birbirileriyle yakın bir ilişkide olduğu söylenebilir. Etimolojik açıdan ahlâk kelimesi, İngilizce “morality-moral” ve Latince “mos-moralitas” sözcüğünün Türkçe karşılığı olmakla birlikte, “ahlâklı, ahlâk kurallarına ve prensiplerine uyan” anlamına da gelmektedir. Buna göre ahlâk; *“insanların birbirleriyle veya devletle olan ilişkilerinde, karşılıklı olarak yapmaları istenen davranışları, toplum düzenini sağlayan kural ve normları”* kapsamaktadır (Ülgen ve Mirze, 2004: 440, 441). Yapılan tanımlar dikkate alındığında ahlâk, *bir toplum içinde yaşayan birey veya grupların tutum ve davranışlarının, çeşitli eylemlerinin doğru ve yanlış taraflarını tanılayan, neyin iyi neyin kötü olduğu hakkında bir ölçü ortaya koyan ve bu eylemlerin sonuçlarını insan ve toplum refahıyla ilişkilendirerek, insanlara, bir zaman süreci içinde, değişen şartlar çerçevesinde neyin yapılması ya da yapılmaması gerektiği konusun-*

da da yol gösterici olan ölçü, değer, yargı, ilke ve kurallar bütünüdür (Doğan ve Çağlar, 2008: 322).

Etik ise, geçmişten bugüne bireyin tüm davranış ve eylemlerinin, ahlâki bakımdan doğru veya yanlış, değerli veya değersiz olarak değerlenmesinden oluşmaktadır. Buna göre; *etik bir ahlâk felsefesidir, ahlâk ise etiğin araştırma konusudur* (Ülgen ve Mirze, 2004: 442). Kısaca, aıksözlülük, şeffaflık, doğruluk ve ahlâkın bir araya gelmesiyle oluşan etik (Banik, 2010: 116), ahlâk alanında geçen kavramları analiz eder ve doğrunun, iyinin anlamını açıklayıp, bir eylemi kötü veya iyi kılan ölçütler üzerinde yoğunlaşır (Torlak ve diğerleri, 2008: 16). Moral ilkelerin ve değerlerin incelenip kurallar halinde ortaya konulması neticesinde oluşan etik, bir ahlâk görüşünü/anlayışını veya bir ahlâk sistemini yansıtmaktadır. Dolayısıyla etik, toplumda yaygın olan moral değerlerden daha özel, daha felsefi ve daha kişiseldir. Bir meslek veya iş ahlâkından söz edildiğinde, ifade edilmek istenilen, genel bir ahlâktan ziyade etik olarak ifade edilen özel bir ahlâktır (Kapu, 2009: 55-56).

2. Etik Boyutu ile Girişimcilik

Girişimciliğin gelişimi, dünyaca tanınan en büyük gelişimsel yaklaşımlardan biri olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik, ekonomi ile ilgili konularda, özellikle zenginlik yaratmada, istihdam sağlamada, yeni ve iyi mal ve hizmetin elde edilmesinde her derde deva olarak görülmektedir (Banik, 2010: 115). Bununla beraber günümüzde, artık erdem merkezli yeni bir girişimcilik tanımına ihtiyaç duyulmaktadır. Erdeme dayalı yeni bir girişimcilik tanımı yapmaya çalışıldığında iki problemle karşılaşılmaktadır. Bunlardan ilki, örgütün kurulmasında, büyümesinde ve yönetiminde yatırımcıların oynadığı rol ve etkisi; ikincisi ise, birçok kişinin erdem konusunu halkla ilişkilerin konusu olarak görme eğiliminde olmasıdır (Miller and Collier, 2010: 84). Girişimciliğin geleneksel tanımından etkileşimci ve dönüşümsel tanımına geçiş şekil 1’de kısaca gösterilmektedir. Buna göre, bütünsel bir bakış açısı gerektiren, risk ve belirsizlik koşulları altında, düşük kaynaklı alandan kârlı ve yüksek verimlilik alanlarına kaydırma amacıyla yüksek gayeli ve büyük değer alanına, erdem tabanlı yenilikçi bir örgüt yaratma, girişimciliğin dönüşümsel tanımını oluşturmaktadır.

Şekil 1: Girişimciliğin Tanımları

<p>Geleneksel: Risk ve belirsizlik koşulları altında kaynakları, düşük kaynaklı alandan kârlı ve yüksek verimlilik alanlarına kaydırma amacıyla <i>yenilikçi ekonomik</i> bir örgüt yaratma.</p>	<p>Etkileşimci: Risk ve belirsizlik koşulları altında kaynakları, düşük kaynaklı alandan kârlı ve yüksek verimlilik alanlarına kaydırma amacıyla <i>yenilikçi</i> bir örgüt yaratma.</p>	<p>Dönüşümsel: Bütünsel bir bakış açısı gerektiren, risk ve belirsizlik koşulları altında, düşük kaynaklı alandan kârlı ve yüksek verimlilik alanlarına kaydırma amacıyla yüksek gayeli ve büyük değer alanına, <i>erdem-tabanlı yenilikçi</i> bir örgüt yaratma.</p>
---	---	--

Kaynak: Robert A. Miller and Elizabeth W. Collier (2010), “Redefining Entrepreneurship: A Virtues and Values Perspective”, **Journal of Leadership, Accountability and Ethics**, 8 (2), p.85.

Girişimci birey, üretim sürecinde sermaye ve insan kaynaklarını etkin kullanan, bir felsefesi olan, dünyaya baktığı büyük pencerenin gerektirdiği gibi yarınlarını ayarlayan kişidir. Girişimci, hem iyi niyetli hem de ahlâki tutarlılık içinde olur (Bozkurt, 2013).

Girişimci bireyler, sürekli piyasaları gözetip talep boşlukları yakalayan, talepteki değişimleri zamanında fark edip gerekli adaptasyonu sağlayan ve yeni talepler yaratan, rekabetten kaçmayan, kaynakları toplayıp yatırım yapan, sorumluluk almaktan ve riske girmekten çekinmeyen, yaratıcı ve çevik kişiler olarak algılanmalıdır. Burada para, bütün bu çabaların neticesinde ortaya çıkan bir başarı ödülü olarak değerlendirilmelidir. Çünkü girişimcilik, her ne olursa olsun para kazanmak değildir. Bilgi toplumunda sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda ilerlemenin yolu; nitelikli insan, nitelikli işletme ve nitelikli ülke (toplum) olma bileşkesinden geçmektedir. Özellikle bireyi nitelikli bir insan olarak yetiştirmenin koşulu da çağdaş ve teknolojinin sunmuş olduğu imkânları en iyi şekilde değerlendiren etik değerleri gözetilen bir eğitim sisteminden geçmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 32-33).

şekil 2. Girişimcinin Özellikleri

Risk Alan Dinamik Lider Fırsat Değerlendirici Gerçek Zamanlı Stratejist İyi İletişimci Etik Tabanlı Hedef Ayarlayıcı Karar Verici Duygusal Açından İstikrarlı Enerjik Esnek Kendine Güvenen ve Optimist Problem Çözücü	G i r i ř i m c i	Kaynakları Organize Etme Yeteneği Net Bir Vizyon Yaratıcı Zenginlik Yaratıcı Yenilikçi Kavramsal Beceriler Adapte Olabilirlik Yüksek Başarı Belirsizliğe Tolerans Gelecek Yönelimli Geri Bildirime Duyarlı Yüksek Sorumluluk ve Bağlılık Çok Yönlü Bilgi
--	---	--

Kaynak: Vardhaman Mahaveer Open University (Kota Open University), (Çevrimiçi). <http://vmouonline.in/oldweb/studymaterial/BBA%2012.pdf>, 23.08.2013, p.50.

Girişimcilik, birtakım özelliklerin birleşimidir. Girişimci kişiler, bu özelliklerin bazılarını daha çok önemserken bazılarını da daha az önemseyebilir. Kısacası, bu özelliklerin hepsi girişimcinin kişiliğinde baskın olmayabilir (Taşkın, 2008: 38). Herhangi bir özellikler kümesi, kimin girişimci olacağını ya da kimlerin başarılı olup olmayacağını tahmin edemeyebilir. Nitekim çeşitlilik, girişimcilerin belli başlı bir özelliği olarak görölmektedir (Vardhaman Mahaveer Open University, 2013: 50). Girişimcilerin bu özellikleri şekil 2’de gösterilmektedir.

Son yıllarda girişimcilere ve faaliyetlerine yönelik ilginin artmasıyla birlikte, girişimciler ve örgütleri tarafından karşılaşılan etik problemler üzerine yapılan araştırmalar da dikkat çekmektedir. Genel olarak kabul edilen bir gerçeklik var ki, o da güçlü bir etik temel olmadan, hiçbir girişimsel girişim uzun süre varlığını sürdüremez. Etiğe bağlı hususlar olmadan hiçbir girişim nihaî başarıya ulaşamaz. Dolayısıyla etik ve girişimcilik arasında ayrılmaz bir bağ vardır (Banik, 2010: 115).

The Achieving Society (1961) adlı kitabıyla tanınan David McClelland, girişimcilik ile ilgili ciddi etiksel sorular soran ilk çağdaş bilim adamları arasında yer almaktadır. Bu alanda daha fazla çalışma yapılmasına yönelik bir çağrı yapan McClelland, “şu anda girişimci, ilişkilerinde ne kadar etik bilmiyoruz ama belli ki, gelecek araştırmalar için önemi artacak birkaç sorun mevcut olacaktır” diyerek bu hususa dikkat çekmektedir. Girişimciler, genellikle stresli iş ortamlarında faaliyet göstermekte ve çoğunlukla da etiksel düşünmeye odaklanmada zaman ve bir bakış açısı bulmak için çabalamaktadırlar. Uzun saatler çalışma ve bazen diğer insanlardan ayrı kalma gibi nedenlerden dolayı girişimciler, kararlarının etiksel sonuçlarını değerlendiremeyebilmektedirler. Oysaki girişimciler, temelde adalet, personel ve müşteri ilişkileri, iletişimde dürüstlük, dağıtım ikilemleri vs. ile ilgili karmaşık ve zorlu etiksel sorunlarla karşı karşıya gelmektedirler (Hannafey, 2003: 99).

Bununla birlikte, girişimsel başarıya yönelten özellikler ve eylemler açısından girişimsel sürecin bir taslağı yapıldığında, etik bunun neresinde olmalı sorusu gündeme gelmektedir. Bu kapsamda, etiğe yönelik yaklaşımlardan biri de “erdem”dir (Hicks, 2009: 53). Kavram olarak erdem, Antik Yunan’da ahlâki bir kullanıma kavuşmadan önce “*bir varlığın yerine getirmesi gereken işlevi en iyi biçimde yerine getirmesi*” olarak anlaşılmıştır. Erdem, toplumsal ve kişisel mutluluğu kazandıran bir ahlâksal sonucu sağlayıcıdır. Eflatun’un erdemler listesinde bulunan ölçülülük, adalet, cesaret ve bilgelik, ruhun kısımlarına uygun olmakla birlikte, toplumu oluşturan sınıfların yerine getirmesi gereken görevleri de belirtmektedir. Bu kapsamda erdem, insan için iyi olanın gerçekleştirilmesi şeklinde ifade edilebilir (Ocak, 2011: 80-81). Aristotle ise, ahlâki erdemlerin kişilik ve karakter ile ilişkili olduğunu ileri sürmekle birlikte erdemi, “*ıhlımlılığı niyet ederek aşırılıklardan sakınan bir anlayış tarafından ortaya çıkarılan karakterin bir ifadesi*” şeklinde tanımlamaktadır. Bu şekilde bir karakter ifadesinin de, bireyin iyi olmasına ve fonksiyonunu iyi bir biçimde icra etmesine yardım edeceğini belirtmektedir (Kapu, 2009: 78-79).

Erdemler, iyi sonuçları hedefleyen ve eyleme kılavuzluk eden karakter özellikleridir. Bazı erdem etiği uzmanlarının iddiasına göre; karakter, kurallar ya da ilkeler, eylemler ve sonuçları üzerinde etiksel bir değerlendirmede önceliğe sahiptir (Hicks, 2009: 53). Kısacası ahlâkî anlamda erdem, hem

motivasyonlara hem de davranışlara dolaylı olarak yansıyan bir kişilik özelliğidir. Ahlâkî açıdan erdemli birey, duygusal akıl, merhamet, adalet, çalışkanlık, yardımseverlik, şeref gibi toplumun ortak ahlâk değerlerine bağlı bir bireydir (Ocak, 2011: 81).

Belli tarzlarda davranma eğilimi ve belli türden bir karakter özelliği olan erdem (Ural, 2003: 30), kendi özellikleri ile girişimsel karakter özellikleri çarpıştırıldığında şöyle bir tablo ortaya çikarılabilir:

Tablo 1. Girişimsel Karakter Özellikleri ve İlişkili Olduğu Ahlâkî Erdemler

Girişimsel Özellik:	Ahlâkî Erdem:
Bilgi ve yaratıcılık	Rasyonellik
Hırs	Övünme
Metanet	Cesaret
İnisiyatif	Dürüstlük
Sonuna kadar direnme	Bağımsızlık
Sinama ve yanılma	Objektiflik
Verimlilik	Üretkenlik
Ticari değer	Adalet
Girişimsel Sonuç:	Ahlâkî Değer:
Başarıyı tecrübe etme, tadını çıkarma	Kendine saygı, övünme, iyiliği sevmeye.

Kaynak: Stephen R. C. Hicks (2009), “What Business Ethics Can Learn from Entrepreneurship”, **The Journal of Private Enterprise**, 24(2), 2009, p.55.

Girişimciler, pratik başarıya doğru yönlendirilmiş bireylerdir ve onları iyiyi elde etmede olanak sağlayan taahhütler ve özellikler erdemlerdir. Bu erdemler, etik ve ahlâklılığın konusunu oluşturmaktadır. Girişimcilik, ahlâkî etkinlik için belirli bir araçtır. Bu kapsamda, etiğin girişimsel kodları temelinde iş etiği olarak yaratıcılık, verimlilik ve iş üzerine odaklanmalıdır. Yaratıcı ve üretken tüccarlar, yüksek farkındalığa sahip ahlâklı bireylerdir (Hicks, 2009: 56-57).

Ölçeği ne olursa olsun bir iş kuran girişimci, hem özel hem de kamu sektöründe birçok ilişkiye girmektedir. İçin büyüklüğu ne olursa olsun, bu iliş-

kiyi güvenilir tutmak ve iyi ilişkiler sağlamak çok önemlidir. Şüphesiz itibar, imaj ve güven gibi duyguların inşası çok zor olduğu kadar, bunları bir anda kaybetmek çok kolaydır. Dolayısıyla, ilişkilerin boyutu, yaklaşımlar, ahlâkî ve etik değerler, girişimcinin yaşamında çok önemli hususlardır. Gerçek iş ilişkisinde bulunduğu kuruluşlara gerekse yakınındaki kişilere karşı bu değerler mutlak surette korunmalıdır (Arıdur, 2013).

Her ne kadar girişimci, tanımı gereği sermayesini riske eden kişi olarak düşünülse de, bir girişiminin gâyri ahlâkî uygulamalar sebebiyle prestij ve müşteri kaybetmesi hem girişimcinin sermayesinin hem de toplumun kit kaynaklarının israfı anlamına gelmektedir. Bu kapsamda Carroll, daha çok girişimcilerin ahlâkî durumlarıyla ilgili bazı örgütsel özelliklerin analiz edilebileceğini öne sürerek, gâyri ahlâkî yönetim (immoral management), ahlâkî yönetim (moral management) ve ahlâk dışı yönetim (amoral management) tarzlarını ortaya koymuştur (Güney, 2008: 325-326). Buna göre; gâyri ahlâkî yönetim modelinde yönetim kararları, kabul edilen değerli etiksel prensiplerle uyumsuzdur. Gâyri ahlâkî yöneticiler bencildir, sadece kendilerinin veya örgütlerinin kazanımlarını önemserler. Yasal standartlar, üstesinden gelinmesi beklenen engeller olarak görülmektedir. Ahlâkî yönetimde, karar vericiler gayretli bir biçimde etiksel davranışın yüksek standartlarına uygun hareket ederler. Bu standartlar, hem kişisel hem de örgütselidir. Etiksel liderlik, ahlâklı yöneticilerin temel özelliğidir. Ahlâklı yöneticiler, sadece etiksel ilkelerin sınırları içerisinde başarılı olmak isterler. Ahlâklı yöneticiler, kâr ile ilgilenirler; ama yasal itaatın sınırları içerisinde finansal başarı elde etmenin peşindedirler. Ahlâk dışı yönetimde ise, yöneticilerin karar vermelerinde ve eylemlerinde etik değerlendirme bir faktör değildir. Çünkü ahlâksız yöneticiler, işletme faaliyetinin ahlâkî kararların uygulandığı bir alanın dışında kaldığına inanmaktadırlar. Niyetsel ahlâksızlık içerisinde örgütsel düşünmede, politika, kararlar veya uygulamalarda etğin bir yeri yoktur (Carroll, 2001: 367-368).

Kısacası etik, girişimcilikte önemli bir değerdir ve özellikle karar verme sürecinde oldukça önemlidir. Etiksel vicdan (ahlâkî duygu) girişimcileri sorumlu, güvenilir ve kârlı girişimcilik kazancı elde etmede yol göstermektedir. Bu bakımdan girişimciler, tüm iş kararlarında, etiksel karar verme yaklaşımını uygulamaya çalışmalıdırlar (Sarif, 2013: 1). Aksi takdirde, sonuç-

ları ağır olabilmektedir.

Ahlâklđ girişimcilik, adalet, dürüstlük, hak ve değerleri önceleyen ekonomi anlayışının bir ürünüdür. Dolayısıyla, “*ahlâkî olmayan bir iş meşru değildir*” prensibi ticarî girişimlerde gözetilmesi gereken önemli bir ölçüt olarak görülmelidir (Öztürk, 2008: 5). Aksi takdirde, etik ve girişimcilik konusunu *Marjinal Moral Teorisi*'ne göre açıklayan Alman sosyolog Von Götze'nin ifade ettiği gibi (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 34):

Toplumda geçerli olan hukuki ve ahlâkî kuralların en alt sınırında oynayanlar kazançlı çıkarsa, uzun vadede bu alt sınırdaki oynayanların sayısı artmaktadır. Alt sınır bu ağırlığı taşıyamadığından hukukî ve ahlâkî kurallar gevşetilerek sınır daha aşağıya çekilmektedir. Yine, kuralların en alt sınırında oynayanlar kazançlı çıkarsa, yeni çizilen sınıra kayanların sayısı artmakta, hukukî ve ahlâkî kuralların tekrar gevşetilmesi gerekmektedir. Bu sürecin devamı ise kuralların dejenerasyonu ve neticede toplumun bozulmasıyla sonuçlanmaktadır.

Toplumda böyle bir bozulmayla karşı karşıya kalınmaması için, sosyo-ekonomik hayatın her alanında ahlâklđ girişimciliğin yerleşip yaygınlaşması hayati bir öneme sahiptir.

Sonuç

Günümüzde girişimciliğin öneminin artmasına paralel olarak, girişimciliğin etiksel boyutunun oluşturulması da oldukça önemli hale gelmiştir. Bu doğrultuda, girişimcilerin etik davranışlarının yanı sıra karşılaşmış oldukları etiksel problemler de daha çok dikkat çekmeye başlamıştır. Bu durum, girişimcilik ve etik ilişkisi üzerine araştırmaların yapılmasına neden olmuştur.

Sonuçta, girişimciliğin sadece sosyo-ekonomik boyutu dışında etiksel boyutunun da önemi kavranırken, artık etik temele sahip olmayan herhangi bir girişimin varlığını sürdürebilmesinin ve nihai başarıya ulaşmasının zor olacağı fikri egemen olmaktadır.

The Ethical Dimension of Entrepreneurship

Abstract: In recent years, although the academic researches on the relationship between entrepreneurship and ethics are relatively new, the interest in the topic has considerably increased. Within the transition from industrial so-

ciety to information society, the importance of entrepreneurship has increased. However, socio-economic aspect of entrepreneurship is more emphasized by the researchers and the ethical dimension of entrepreneurship has attracted less attention. In this regard, the ethical dimension of entrepreneurship is examined in the study.

Keywords: Entrepreneurship, Ethics, Entrepreneurial Ethics.

Kaynakça

- Arıduru**, Ayşen, “Girişimci Kimdir?”, (Çevrimiçi)
<http://www.fortune.com.tr/girisimciliktemel.asp>, 20.08.2013.
- Aytaç**, Ömer (2006), “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 15: 139-160.
- Banik**, Gour Gopal (2010), “Ethics in Global Perspective: An Inseparable Elements of Entrepreneurship”, **Sri Krishna International Research&Educational Consortium**, 1(3): 115-130.
- Bozkurt**, Rüştü, “İş Dünyasına Bakış-Girişimcinin Özellikleri Üstüne Düşünceler”, (Çevrimiçi) <http://www.halklailiskiler.com/girisimcinin-ozellikleri-ustunedusunceler.html>, 20.08.2013.
- Börü**, Deniz (2006), “Girişimcilik Eğilimi-Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları**, İstanbul: Yayın No.21: 1-76.
- Carroll**, Archie B (2001), “Models of Management Morality for The New Millennium”, **Business Ethics Quarterly**, 11(2): 365-371.
- Demirel**, Erkan T. ve Nihat **Akbıyık** (2009), “Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı”, **Girişimcilik ve Küçük İşletmeler**, (Ed. Mehmet Tikici ve Ali Aksoy), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Doğan**, Seyhun ve Ünal **Çağlar** (2008), “Piyasa ve Ahlâk: Geçiş Ekonomileri ile İlgili Bir Değerlendirme”, **Integration and Economic Development in Transition Economies**, Proceedings of The International Congress (October 9-11, 2008), Bishkek: Kyrgyz-Turkish Manas University Publications:106, Conference Series:14: 321-330.
- Döm**, Serpil (2008), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fiş**, Ahmet Murat ve S. Arzu Wasti (2009), “Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi”, **ODTÜ Gelişme Dergisi**, 35 (Özel Sayı): 127-164.
- Güler**, Burcu Kümbül (2010), **Sosyal Girişimcilik**, Ankara: Efil Yayınevi.

- Güney, Semra** (2008), **Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hannafey, Francis T.** (2003), “Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review”, **Journal of Business Ethics**, 46: 99-110.
- Hicks, Stephen R. C.** (2009), “What Business Ethics Can Learn from Entrepreneurship”, **The Journal of Private Enterprise**, 24(2): 49-57.
- Hisrich, Robert D. and Michael P. Peters** (1998), **Entrepreneurship**, United States of America: Irwin/McGrawHill, Inc.
- Kapu, Hüsnü** (2009), “Akademik Bir Disiplin Olarak İş Ahlakı”, **İşletmelerde İş Etiği**, (Ed. Sabri Orman ve Zeki Parlak), İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları (İTO), Yayın No: 2009-23.
- Miller, Robert A. and Elizabeth W. Collier** (2010), “Redefining Entrepreneurship: A Virtues and Values Perspective”, **Journal of Leadership, Accountability and Ethics**, 8(2): 80-89.
- Müftüoğlu, M. Tamer ve Tülin Durukan** (2004), **Girişimcilik ve KOBİ’ler**, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ocak, Hasan** (2011), “Bir Ahlak Felsefesi Problemi Olarak Erdem Kavramına Yüklenen Anlamın İlkçağ’dan Ortaçağ’a Evrimi”, **Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi**, 11: 79-101.
- Öneren, Melahat** (2012), “İç Anadolu Bölgesindeki Genç Nüfusun Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”, **Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 7(2): 7-28.
- Öztürk, İbrahim** (2008), **Girişimcilik Raporu**, İstanbul: İktisadî Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD) Yayınları.
- Praag, C. Mirjam Van** (1999), “Some Classic Views on Entrepreneurship”, **The Economist**, 147(3): 311-335.
- Sarif, Suhaimi bin Mhd.** “Ethics and Social Responsibility Practices Among Entrepreneurs”, The International Islamic University Malaysia-IIUM Repository (IREP) System, (Çevrimiçi)
http://irep.iium.edu.my/3039/2/ETHICS_AND_SOCIAL_RESPONSIBILITY_PRACTICES_AMONG_ENTREPRENEURS.pdf, 30.08.2013.
- Taşkın, Ercan** (2008), “Girişimcilik ve Özgüven”, **Girişimcilik ve Kobiler-Teori ve Uygulama**, (Ed. B. Zafer Erdoğan), Bursa: Ekin Yayınevi.
- Torlak, Ömer, Şuayp Özdemir ve Erkan Erdemir** (2008), **İGİAD 2008 İş Ahlakı Raporu**, İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği, Yayın No.9, Raporlar:2, 1-143.
- Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD)** (2012), “Türkiye’de Giri-

şimcilik”, Lebib Yalkın Yayınları ve Basım, Yayın No. TÜSİAD-T/2002-12/340).

Ural, Tülin (2003), **İşletme ve Pazarlama Etiği**, (Ed. Cemal Yükselen), Ankara: Detay Yayıncılık.

Ülgen, Hayri ve S. Kadri **Mirze** (2004), **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Vardhaman Mahaveer Open University (Kota Open University), (Çevrimiçi) <http://vmouonline.in/oldweb/studymaterial/BBA%2012.pdf>, 23.08.2013.