

İŞLETME ÖĞRENCİLERİNİN İŞ AHLAKINA YÖNELİK

TUTUM ve DANRANIŞLARI

Dr.Aypar TOPKARA USLU

M.Ü., İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent

ABSTRACT: *This research replicates the study of small (1992) in a setting comprised in this research, the attitudes towards business ethics held by Turkish students were investigated by using the scale which was originally adopted from Preble and Reichel (1988)*

In the context of this research, the attempt was to indicate the extent of perceptual differences among items in accordance with gender differences.

T-test results revealed that there is a statistically significant difference between male and female business students with regards to 14 items out of 30

Finally, a conclusion and some implications were provided to facilitate for further research.

I.GİRİŞ

Günümüzde yaşanan bilgi devrimi, küreselleşme eğilimleri, endüstriyel gelişmeler sağlıklı şirketlerin oluşturulması zorunluluğunu beraberinde getirirken dikkatler iş ahlaki olguları üzerinde yoğunlaşmıştır.

İş ahlakı ifadesinde tanımlanan sorumluluk şirkete, personele, hissedarlara ve sosyal çevreye yönelik sorumluluktur. İş ahlakı ile ilgili faktörler; sosyal çevre, kişisel ahlak ve işletme özelliklerinin oluşturduğu bir bütün olarak tanımlanabilir. Bunlar kişinin ailesi, arkadaş çevresi, çeşitli referans gruplarının eğitim, öğretim, din ve işletme içi anlayışının oluşturduğu davranış biçimidir. Birey ya da firma bu değerlerin etkisi altında kalarak iş ahlakına uygun ya da uygun olmayan bir tutum içine girmektedir. Bu nedenle kişinin yaşamını sürdürdüğü sosyal çevrenin, ailenin, yaşam boyu aldığı eğitimin ve çalıştığı firmanın örgütsel kültürünün önemi yadsınmamalıdır. Kısaca aile, arkadaş çevresi, çeşitli referans grupları, eğitim, öğrenme, din, işletme içi anlayış gibi faktörler birey ya da firmanın iş ahlakına uygun ve uygun olmayan davranışını yönlendiren unsurlardır.

İş ahlakının ekonomik kalkınma çabalarını güdüleyici etkisi araştırmacıların bu konuya eğilmelerinde önemli rol oynamıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde yöneticilerin ve işadamlarının iş ahlakına yönelik tutum ve düşüncelerini belirlemek amacıyla yapılmış çok sayıda araştırma bulunmaktadır.

İş ahlakı ile ilgili bilimsel çalışmalar son yıllarda giderek daha da önem kazanmakla birlikte uygulama alanları açısından da çeşitlilik kazanmaktadır. Reklam,

satış yönetimi, yöneticiler gibi pazarlamanın farklı alanlarındaki araştırmalara bir o kadar da öğrenciler üzerinde yapılmış araştırmalar eklenmektedir.

Avustralya dan seçilmiş farklı öğrenci grupları üzerinde gerçekleştirilmiş çalışma ve bu çalışmada kullanılan ölçek İstanbul'daki işletme eğitimi veren dört üniversitede öğrenim gören öğrenciler arasından seçilmiş örnek kütle üzerinde uygulanmıştır[1]. Bu araştırma söz konusu alanda öğrencilerin iş ahlakına yönelik tutumlarını keşifsel olarak ele alan ve böylelikle ölçekte belirtilen ifadelere ilişkin algılama ve tutumlarını ortaya koyan çok az sayıdaki araştırmalardan birisi olması açısından önem taşımaktadır.

II.TEORİK BİLGİLER

2.1. İş Ahlakına Dönük Tutumlar

İş ahlakının çekirdeğini işletme ahlakı, bireysel ahlak ve sosyal ahlak oluştururken, müşteriler, rakipler, ortaklar, yasal ve siyasal yapıdan oluşan gruplar ise bu çekirdeği etkileyen dış çevre faktörleri olarak ortaya çıkmaktadır[2].

Uzun bir dönem iş ahlakı olgusu birey ve işletmelerce tam olarak benimsenememiştir. Bunun nedeni ünlü ABD'li ekonomist Milton Friedman'ın "iş hayatının tek ve biricik sorumluluğu karı arttırmaktır" felsefesinin kabul görmüşlüğüdür. İşletme karlılığı için her şey "mubahtır" inancı iş ahlakı olgusunun gelişip benimsenmesini engelleyici rol oynamıştır. Oysa ki, iş ahlakı olgusu ile karlılık arasında tercih yapmak söz konusu olmadığı gibi, iş ahlakı karlılık üzerinde olumlu bir role sahiptir.

Sermaye ve teknolojinin yeterli düzeyde ve makroekonomik politikaların da uygun olduğu ortamlarda iş verimliliği, emeğin kalitesi ve yönetimine bağlı olarak değişmektedir. Bu da iş ahlakı olgusunu ön plana çıkarmaktadır. Firmalarda verimlilik artışının doğrudan doğruya çalışanların sorumluluğunda olduğu göz önüne alındığında iş ahlakının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda verimlilik ve iş ahlakını birbirinden ayrı düşünmek olanaksızdır. İş ahlakı işletmelerle ilgili bir olgu olarak algılansa bile, bireyden başlayan bir topluma kadar genişleyen bir sürecin her aşamasında ağırlık kazanmaktadır.

İşletmelerde üretim girdilerini kullanan insan, yani bireydir. Bireyin üretim için gerekli kaynakları optimum düzeyde özeni göstererek, en etkin zaman dilimi içerisinde kullanabilme yeteneği önemli bir etkidir. Son yıllarda yapılan araştırmalar, birey-firma ilişkisinde başarının, her iki tarafın iş ahlakı olgusuna bakışıyla ilgili olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak; iş ahlakında birey ve işletme olmak üzere iki önemli taraf belirginleşmektedir.

2.2. Öğrencilerin İş Ahlakına Dönük Tutum ve Davranışları

Bu çalışma ile Türk işletme öğrencilerinin işletmelerde iş ahlakına dönük tutum konusundaki düşünceleri araştırılmaktadır. [3]'e göre işletme öğrencilerinin gelecekteki yönetici potansiyelini oluşturuyor olmaları bu alana dönük ilginin artmasına neden olmuş ve gelecekte yönetici olacak kişilerin ne yönde tutum ve davranışları benimseyecek olmasının göstergesi olması açısından benzeri çalışmalara ilgi çekici olacaktır.

İlgili alandaki araştırma sonuçları işletme öğrencilerinin iş ahlakına dönük bilgi ve tutumları ile iş ahlakı sorumluluklarının daha da artacağını ya da en azından bu yöndeki fırsatların kendilerine sunulabileceğini ortaya koymaktadır. Örneğin; ABD'de işletme eğitimi veren okulların % 73'ü iş ahlakı dersleri eğitimi vermekte ancak bu derslerin % 58'i seçimlik dersler kategorisinde yer almaktadır[4].

Bunun yanı sıra tümüyle iş ahlakına dönük dersler yanı sıra öğrencilere iş ahlakı ve iş ahlakına dönük tutumlar konusunda yönetim, pazarlama, finansman, muhasebe gibi derslerde gerekli bilgilerde sunulmaktadır. Gelecekte işletmelerin başındaki lider konumunda bulunacak öğrencilerin yaptıkları faaliyetler ve verdikleri kararların doğuracağı sonuçlar iş ahlakı, işletme ve toplum ve işletme politikası derslerinde vakalarla işlenerek öğrencilerin konuya hem işletme perspektifinden bakmaları sağlanabilir ve hem de kendi tecrübeleri sırasındaki karşılaştıkları ahlaki sorunlar karşısında izleyecekleri yöntemler hakkında önceden bilgi sahibi olabilirler. Günümüze dek işletme öğrencileri ve işletme eğitimi veren bölümlerde konuya ilişkin detaylar çok sayıda araştırma tarafından ele alınmıştır. Üniversite öğrencilerinin özellikle son yıllarda işletme eğitimine verdikleri önemin daha önceki yıllara oranla daha da arttığı gözlenmektedir. Yine yapılan bir araştırmaya göre 5 türde ahlaki sorunu içeren 10 farklı türde senaryo ile yine üniversite öğrencilerinin söz konusu olan sorunların değerlendirilmesinde ve çözüm önerileri ortaya atılmasında tamamen kendi değer yargılarını kullandıkları ortaya çıkmıştır[5].

2.3. Öğrencilerin İş Ahlakına Dönük Tutum ve Davranışlarında Cinsiyet Farklılıklarının Etkisi

Cinsiyet ahlaki bakış açısını önemli ölçüde farklılaştırmaktadır. 2856 öğrenci üzerinde yapılan bir araştırmada kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre iş ahlakına dönük konularda erkeklerin tam zamanlı işlerde çalışma ve karar verme deneyimlerinin etkisine bakılmaksızın daha hassasiyet gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca yine aynı araştırmada üniversite öğrencilerinin ahlaki konulara daha duyarlı olduğu saptanmıştır[6].

Benzer şekilde yapılan bir başka araştırmaya göre işletme yüksek lisansı yapan kız öğrenciler erkekler gibi ahlaki konulara daha duyarlı davranmaktadırlar. 400 öğrenci üzerinde yapılan bu çalışmada ahlaki konulara ilişkin ikilemlere dönük tepkilerde cinsiyet farklılıklarının söz konusu faaliyetlerin biçimlendirilmesinde karşı tepki verilmesinde önemli olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmaya katılan kız öğrencilerin daha büyük bir çoğunluğu erkeklerle oranla iş ahlakına aykırı bir durum söz olduğunda karşı eyleme bulunmaya daha da istekli oldukları görülmektedir[7].

İş ahlakına aykırı davranış içerisinde girmekle cinsiyet arasında bir bağlantı söz konusudur. 213 işletme öğrencisi üzerinde yapılan araştırma sonucunda anket öğrencilerin kız öğrencilere göre iki kat daha fazla iş ahlakı ihlallerine yöneldiklerini ortaya koymuştur.

Ayrıca bir başka araştırma bulgularına göre kız öğrenciler işletme faaliyetlerinin sorgulanmasında erkekler gibi daha duyarlıdır[8].

Amerikalı ve İngiliz işletme öğrencileri ahlaki yargılarındaki kültürler arası farklılıkları ortaya koyan bir araştırma sonucunda ise kültürel farklılıklardan çok cinsel farklılıkların önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin iş ahlakı senaryoları üzerindeki yargılarının cinsiyete göre daha anlamlı olduğu görülmekte ve erkek öğrencilerin kızlara göre ahlaki tutumlarının daha zayıf olduğu anlaşılmaktadır[9].

Erkek öğrencilerin paraya olan ilgisi ve ileriye dönük istek ve ihtiyaçları ahlaki konulara daha az eğilimlerini gerekli kılmaktadır. Kızlar insan ilişkileri ve yardımlaşma konusunda erkekler gibi daha aktifken erkeklerin yukarıda belirtilen unsurlara ilişkin zayıflıkları sık sık iş ahlakını ihlal edici tutum ve davranışlar içine girmelerine neden olmakta bu da bir kez daha cinsiyet farklılıklarının konunun boyutu ile ilgili olduğunu göstermektedir[10].

2.4. İşletme Eğitimi Veren Bölümlerde Okuyan Öğrenciler ile Diğer bölümlerde Okuyan Öğrenciler Arasındaki Farklılıklar

Bir çok araştırmada işletme bölümünde okuyan öğrenciler ile okumayan öğrenciler arasında iş ahlakı açısından tutum ve davranış farklılıkları olduğu ve işletme öğrencilerinin diğerlerine göre değerleri ön planda tutan ve rasyonel kararlar verdikleri görülmektedir. İşletme öğrencilerinin ahlaki değerlerinin daha güçsüz ve iş ahlakını ihlal edici tutum ve davranışlara daha kolay girebildiklerini göstermektedir. Diğer bir çok araştırmada da bunu destekler değerler bulunmaktadır [11-15]

Yine bir araştırmaya göre işletme eğitimi alan öğrencilerin diğer öğrencilere göre işletme faaliyetlerinde daha toleranslı oldukları [13], bir diğer araştırmaya göre ise işletme yüksek lisans öğrencilerinin diğer disiplinlerdeki öğrencilere göre ahlaki sorgulamalarının daha düşük düzeyde kaldığı tespit edilmiştir [16].

İşletme öğrencileri mühendislik eğitimi alan öğrencilere göre iş ahlakına aykırı faaliyetlerde daha toleranslı davranabilmektedirler. İşletme yüksek lisans öğrencilerinin ahlaki değerli mühendislik eğitimi alanlara göre daha düşük seviyede kalmakta bu da sonuçta işletme faaliyetlerinde takınılacak tutum ve davranışları olumsuz etkilemektedir [17].

III. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırma Sorusu

Yukarıda verilen bilgiler ışığında aşağıda belirtilen araştırma sorusunun cevabı test edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma Sorusu: öğrencilerin cinsiyet farklılıkları soru formunda verilen ifadelerin algılamasında önem taşımaktadır.

3.2. Soru Formu

Soru formu esas olarak [1] deki kullanılan ölçek esas alınarak hazırlanmıştır. Esas itibarıyla ifadelerin anlaşılabilirliğini arttırmak amacıyla gerekli değişiklikler yapılmıştır.

Soru formunda yer alan ölçek soruları İngilizceden Türkçe'ye testten çeviri ve grup çeviri yöntemleri kullanılarak uyarlanmıştır [18].

Ayrıca Türkçe çevirinin gerekli anlam bütünlüğünü sağlayıp sağlamadığı üçüncü bir kişi tarafından da kontrol edilmiştir. Ön test ve anlaşılabilirliği ölçücü diğer ayarlamalardan sonra soru formu örnek kitle üzerinde uygulanmıştır.

Soru formu (demografik değişkenler hariç) 30 soruluk bir ölçekten oluşmaktadır. Buna göre tüm sorular

5'li Likert ölçeğine göre (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) hazırlanmıştır.

3.3. Örnek Kütlenin Seçimi ve Veri Toplama Yöntemi

Bu çalışmada da kullanılan yöntem benzer şekilde veri toplama yöntemi kullanılmıştır.

İstanbul'daki işletme eğitimi veren dört üniversiteden toplam 243 öğrenciye söz konusu anket formu uygulanmıştır. Ankete cevap veren öğrencilerin 117'si kız 134'ü erkektir.

IV. BULGULAR

Tablo da cinsiyet farklılıklarına göre üniversite işletme bölümü öğrencilerinin iş ahlakına yönelik tutumlarındaki değişimler görülmektedir.

Buna göre "para kazanma savaşı içinde her şey mübahdır" görüşü cinsiyetlere göre istatistiki açıdan anlamlılıktır.

Bu da daha önceki araştırmaları doğrular nitelikte iş hayatından beklenen verimlilikte iş ahlakına gösterilen duyarlılık arasında cinsiyete göre farklılık olduğunu göstermektedir.

Teorik bölümde de ele alındığı gibi toplumların iş ahlakına olan güvenleri henüz fazla gelişmemiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçta da kamuoyunun iş ahlakına yönelik güvenleri konusunda cinsiyetlere göre farklılık göstermektedir. Son yıllarda Tüketici Korunması konusunda kaydedilen gelişmeler bu yönde ciddi sorunların varlığından doğrular niteliktedir. Bu da dünyadaki gelişmiş ülkelere bakıldığında, hemen hemen hepsinin iş ahlakı konusunda makro ve mikro düzeyde önlemler aldığı göstergesidir. İş dünyasında alınan bu tedbirler karşısında değişim olup-olmadığı konusunda da cinsiyetlere göre anlamlı farklılıklar vardır.

Ayrıca rekabetin engellenmesi işletme ve toplum ikileminde tüketici haklarının zedelenmesine hizmet edeceği gerçeği cinsiyetlere göre farklı bakış açısına sahiptir. Bireyin firma çıkarları doğrultusunda işletmecilik anlayışında her türlü faktörü mübah sayması, ayrıca birey-firma ilişkisi içinde de kendisinin her türlü hakkı kendi yararı doğrultusunda yorumlama isteği de kendi içinde bir çelişkidir. Bu da cinsiyetlere göre farklı algılanmaktadır. Tıpkı toplumun iş ahlakına aykırı davranışlardan korunmak için geliştirdiği tüketici korunması kavramı gibi işletmelerde bireyin işletme içinde iş suistimaline engel olmak için iş ahlakı konusunda tedbiri beraberinde getirmiştir. Bu ilişkide karşılıklı beklentilerin gerçekleşeceğine yönelik inançta güven duyma isteği, iş ahlakının kurumsallaşmasına yönelik ihtiyacı arttırmıştır.

Yine iş hayatına yönelik beklentiler, davranışlar ve tahmin düzeyinde cinsiyetlere göre anlamlı farklılık gözlenmektedir. Örneğin, kişilerin hedeflerine ulaşmak için izleyecekleri yol, iyi iş adamı tanımı, doğruluk kavramının ve güzel ahlak olgusunun bireyin anlayışındaki yeri gibi önemli kişilik faktörleri cinsiyetlerde farklı bakış açısına sahiptir. Bu da göstermektedir ki bireyin iş ahlakına uygun ya da uygun olmayan davranış göstermektedir

ki bireyin iş ahlakına uygun ya da uygun olmayan davranış göstermesinde öncelik bireysel karakteristikler, bireyin bilgi düzeyi, değer yargıları, tutum ve amaçlarından oluşmaktadır.

Sonuç olarak 30 değişken üzerinde yapılan çalışmada 14 değişken üzerinde cinsiyetlere göre farklılık tanımlanmış araştırma sorumuz doğrulanmıştır.

TABLO-1 : Cinsiyetlere Göre İş Ahlakı Değerlendirmesi

	Aritmetik ortalama	Standart sapma	t-değeri (2'li Kuyruk)	p-değeri
1.İşletmeciliğin tek ahlaki tarafı para kazanmaktır.	1.9177	1.0991	22.309	.000
2.İşinde oldukça başarılı olan birisinin ahlaki sorunlar için fazlaca kaygılanması gereksizdir.	1.9383	.9793	.417	.519
3.Farkında olsun yada olmasın her işletmeci ahlaki kurallara uygun bir şekilde hareket eder.	2.5761	1.1343	.152	.697
4.Hukuka uygun hareket edildiği sürece, iş ahlakına aykırı davranışta bulunulması söz konusu olmaz.	2.6132	1.1238	.010	.919
5.İş ahlakı temel olarak, insanın davranışları ile beklentileri arasındaki dengelemeden oluşur.	3.4650	1.0727	1.018	.314
6.İşletme kararları, ahlaki felsefe ile ilgili olmayıp, gerçekçi birtakım ekonomik tutum ve davranışları içerir.	2.9095	1.3936	.750	.387
7.Ahlaki değerlerin iş hayatı ile fazla ilgisi yoktur	1.9959	1.0966	1.575	.211
8.Kamuoyunun iş ahlakına olan güvenleri henüz fazla gelişmiş değildir.	3.6255	1.1480	10.195	.002
9.İş ahlakı sadece halkla ilişkiler ile ilgili bir kavramdır.	1.9053	1.0421	3.989	.047
10.İş dünyası bugün geçmiştekinden daha farklı değildir. (Yeni hiçbir gelişme olmuş değildir)	2.0576	1.1804	8.450	.004
11.Rekabet ve karlılık birbirinden bağımsız kavramlar olup, her birinin ayrı ayrı ele alınması gerekir.	2.9300	1.3202	1.900	.169
12.Serbest ekonomik kurallar toplumun ihtiyaçlarına en iyi ve etkin bir biçimde hizmet etmeyi amaçlamaktadır. Rekabetin engellenmesi sadece ve sadece toplumun çıkarlarını zedeler ve aslında doğal kanunlara da aykırıdır.	3.6667	1.2332	3.917	.049
13.Tüketici olarak, araba sigortası ile ilgili bir hak iddia ediyorsam, zararın derecesine bakmaksızın alabildiğimce çok para almaya bakardım.	2.4115	1.2075	.623	.431
14.Bir süper markette alışveriş yaparken, fiyat kuponlarını ve paketlerin yerlerini değiştirmek gayet uygundur.	1.7202	1.0305	2.643	.105
15.Biryerde çalışıyor olsaydım, büro malzemelerini eve getirmeme hiç kimseyi olumsuz etkilemezdi.	1.8189	1.0445	.222	.638
16.Hasta olduğum günleri, hak ettiğim tatil günleri olarak algıladım.	2.2963	1.1865	7.201	.008

	Aritmetik ortalama	Standart sapma	t-değeri (2'li Kuyruk)	p-değeri
17.Çalışanların ücretleri piyasanın arz ve talep koşullarına göre belirlenmelidir.	3.3704	1.2995	.321	.571
18.Bir firma hissedarlarının temel ilgi noktası, yatırımların geri dönme oranıdır.	3.6914	1.1131	.558	.456
19. Bay X kendi kendine, "saatlerce çok uzun çalıştım, ancak diğer insanlar benden daha hızlı ilerliyorlar. Ancak biliyorum ki eninde sonunda bu çalışmanın karşılığını alacağım" diyor. Evet, Bay Y çok çalışıyor ancak gerçekçi değil.	3.0905	1.2531	.025	.874
20.İşletmecilikte her verdiğim kararda kendi kendime "Karlı olacak mı?" diye sorarım. Eğer cevabım evet ise ona göre hareket ederim, eğer cevabım hayır ise bu demektir ki kararım uygunsuz ve bir zaman kaybıdır.	2.8724	.14475	8.913	.003
21.Bakkal dükkanında, her hafta belirli malların fiyatını artırır ve ucuzluk damgası basarım ve bunda hiçbir yanlışlık olmadığını düşünürüm.	1.6502	1.1083	4.074	.045
22.Bir iş adamı belirli bir takım ideallere bağlı kalmamalıdır.	2.4733	1.3885	3.722	.055
23.Belirli bir hedefiniz varsa, ona ulaşmak için gereken her şey yerine getirilmelidir.	3.0412	1.5125	3.973	.047
24 İş dünyasının kendisine özgü belirli kuralları vardır.	3.6872	1.4058	9.473	.002
25.İyi iş adamı başarılı iş adamıdır.	2.9177	1.4664	3.259	.072
26.Kişisel birtakım sorumluluklara ve doğrulara sahip olmayı, gereksiz sevdalara ve ait olma duygusuna yeğlerim.	3.4568	1.5485	9.940	.002
27.Doğru ve güzel ahlak, insanın birincil ve öncelikli hedefidir.	3.5802	1.4788	2.623	.107
28.İnsanın kendi kendisine fedakarlıklarda bulunması ahlaki değildir.	2.3169	1.2002	7.168	.008
29.Bir insanı çalışmalarına ve bağlılığına göre değerlendirebilirsiniz.	3.1687	1.3577	2.728	.100

V.SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan bu çalışma ve özellikle son yıllarda artan işletme öğrencilerinin, iş ahlakına yönelik tutumlarını tanımlamaya çalışan diğer çalışmalarda oldukça ilginç bulgular elde edilmiştir. İşletmelerde gelecekteki yönetici potansiyelini oluşturacak olan bu öğrencilerin işletmelerde ne yönde tutum ve davranış eğiliminde olduklarının bir göstergesi olması açısından oldukça ilginçtir. Ne yazık ki yapılan çalışmaların sonuçları bu konuda çok da umut

verici değildir. Ancak gelecekte işletmelerde yönetimi paylaşacak olan kız ve erkek öğrenciler arasındaki iş ahlakına yönelik tutum değerlendirmesinde kız öğrencilerin olumlu tutumu umut vericidir. İnancımız odur ki, günümüzden başlayarak artacak olan öncelikle bireysel ahlak ve iş ahlakı konusunda işletme eğitimi içinde verilecek eğitim geleceğe daha başarılı ve sorumluluk sahibi yöneticiler yetiştirmek açısından olumlu olacaktır.

Türk işletme öğrencileri üzerinde yapılan bu çalışmada bu konuda geleceğin yönetici adayları için eğitimin gerekliliğini destekler nitelikte sonuçlar vermektedir. 14 değişken üzerinde cinsiyetlere göre anlamlı bir farklılığın belirlendiği bu çalışmada kullanılan ölçeğin bir başka çalışmada güvenilirliği test edilmeli ve Türkiye koşullarına ne kadar uygun olduğu belirlenmelidir.

KAYNAKLAR

- [1]-SMALL, Michael W. (1992) "Attitudes Towards Business Ethics Held by Western Australian Students: A Comparative Study", Journal of business Ethics 11:745-752
- [2]-USLU, Aypar, Bülent Mengüç, (1992), İş Ahlakı ve Türkiye'de İş Ahlakına yönelik Tutumlar, TÜGİAD Raporu.
- [3]-PREBLE, J.F. and A. Reichel, (1988), "Attitudes Towards Business Ethics of Future Managers in the US and Israel", Journal of Business ethics 12, 941-949.
- [4]-TSALIKIS, John and David J. Fritzsche, (1989) "Business ethics: A Literature review with a focus on Marketing Ethics", Journal of Business Ethics, 8, 695-743.
- [5]-FRITZSCHE, David J. And helmut Becker, (1982), "Linking Management Behavior to Ethical Philosophy- an empirical Investigation", academy of Management Journal
- [6]-BELTRAMINI, Richard F., robert A Peterson and George Kozmetsky, (1994) "Concerns of College Students regarding Business Ethics", journal of business Ethics B, 195-200.
- [7]-JONES, Thomas M. And frederck H. Gautschi, (1988), "Will the ethics of business Change? A Survey of Future Executives", Journal of Business Ethics 7, 231-248.
- [8]-WHIPPLE, Thomas W. And D.D. Wolf, (1991) "Judgements of Marketing Students about Ethical Issues in Marketing Research: A Comparison to Marketing Practitioners", Journal of Marketing Education, 13, 56-63
- [9]-WHIPPLE, T.W and dominic F.Swords (1992)"Business Ethics judgments: A Cross-Cultural Comparison", Journal of business ethics 11, 671-678
- [10]-GILLIGAN, Carol, In a Different Voice, (1982), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- [11]-HARRIS, J. (1989), "Ethical Values and Decision Processes of Male and Female business Students", journal of Education for business, 234-238.
- [12]-WOOD, John A., Justin G. Longenecker, Joseph A. McKinney and Carlos W. Moore (1988) Ethical Attitudes of Students and Business Professionals: A Study of Moral Reasoning", Journal of business Ethics, 249-257
- [13]-HAWKINS, Del I. And A. Benton Cocanaougher (1972), "Student Evaluations of the Ethics of Marketing Practices: The role of Marketing Education", Journal of Marketing, 61-72.
- [14]-GOODMAN, Charles S. And Merle C.Crawford (1974), "Young Executives: A Source of New Ethics?", Personel Journal, 180-187.
- [15]-NEWSTOM, John W. And William A.Ruch (1975), "The Ethics of Management and the Management of Ethics", 29-37.
- [16]-DAVIS, L. (1987), "Moral Judgment Development of Graduate Management Students in Two Cultures: Minnesota and Singapore", University of Minnesota, Unpublished Dissertation.
- [17]-O'CLOCK, Priscilla and Marilyn Oklesehn (1993), "A Comparison of Ethical Perceptions of Business Ethics 12, 677-687.
- [18]-BRISLIN, R. Lonner, W.J. and Thorndike, R.M. (1973), Cross-Cultural Research Methods, Wiley, NY.