KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi (KMUSEKAD)
KMU Journal of Social and Economic Research
Yıl/Year: 2021, 23(41): 343-360
E-ISSN: 2147-7833

Geliş/Received: 14.07.2021
Kabul/Accepted:17.10.2021

İlaç Sektöründe Etiğin Kurumsallaşması: Satış Temsilcilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma*

Rıza Feridun ELGÜN**

Ayşehan ÇAKICI***

Celil ÇAKICI****

Öz

İlaç mümessillerinin çalıştıkları firmalarda etiğin doğrudan/dolaylı kurumsallaşma algılarını belirlemek üzere bir araştırma yapılmıştır. Veriler, literatüre bağlı olarak geliştirilen bir anketin ilaç mümessilleri üzerinde cinsiyet ve çalışılan firmanın sermaye yapısına göre oluşturulan kota örneklemesi temelinde, 03.10.2019-13.12.2019 tarihleri arasında çevrimiçi uygulanmasıyla toplanmıştır. Verilerin analizinde; tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra tek örneklem t-testi ve iki yönlü MANOVA'dan yararlanılmıştır. Yabancı sermayeli şirketlerde etiğin her iki boyutta da daha fazla kurumsallaştığı belirlenmiştir. Çalışanların etiğin doğrudan kurumsallaşmasını dolaylı kurumsallaşmasına kıyasla daha yüksek algıladıkları bulgulanmıştır. Ayrıca, yabancı sermayeli firmalarda çalışanların yerli sermayeli firmalarda çalışanlara kıyasla etiğin hem doğrudan hem de dolaylı yoldan kurumsallaşmasına ilişkin algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, yerli ilaç firmalarının, iyi uygulama örneği olabilen yabancı şirketlerden kıyaslama yoluyla örgütsel öğrenme yoluna gitmeleri önerisi ile son bulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Etik, Etiğin Kurumsallaşması, Türkiye İlaç Sektörü

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Institutionalization of Ethics in the Pharmaceutical Industry: A Research on the Perceptions of Sales Representatives

Abstract

This study is conducted to determine the direct/indirect institutionalization perceptions of the pharmaceutical sales representatives in the company where they work. The data were collected from drug representatives between 03.10.2019-13.12.2019 based on a quota sampling according to gender and the capital structure of the companies through an online survey developed based on the literature. In the analysis of the data, besides descriptive statistics, one-sample t-test and two-way MANOVA were used. The results of the study show that in foreign companies, ethics is more institutionalized in both dimensions and employees perceive direct institutionalization of ethics higher than indirect institutionalization. Also, it has been determined that employees working in foreign firms have higher perceptions about the institutionalization of ethics both directly and indirectly compared to those working in local firms. The study ends with the suggestion of local pharmaceutical companies to adopt an organizational learning approach by benchmarking foreign companies, which can be an example of good practice.

Key Words: Ethics, Institutionalization of Ethics, Turkish Pharmaceutical Industry

Article Type: Research Article

---

* Bu çalışma Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda sunulan "İlaç Sektöründe Etiğin Kurumsallaşması: Satış Temsilcilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

** Dr., University of New York Tirana, rfelgun@unyt.edu.al, Orcid ID: 0000-0003-2640-3396.

*** Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, aysehancakici@mersin.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-4090-5309.

**** Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, celilcakici@mersin.edu.tr, Orcid ID:0000-0002-9192-1969.

1. GİRİŞ

Etiğin en çok gereksinim duyulduğu alanlardan birisi sağlık sektörüdür. İnsan hayatının ve onurunun önemi sağlık sektöründe çalışan herkes için etik ilkelere sahip olmayı zorunlu kılmaktadır. Bu ilkelerin bireylerle ya da işletmelerle sınırlı kalmaması için kurumsallaşması gerektiği açıktır.

Tıp etiği, hastalar için şefkatli ve saygılı davranarak tedavi ve bilimsel gelişmeye odaklanırken ilaç sektörü ise bu alandan elde edilecek ticari kazanca odaklanmaktadır. Bu görüş ayrılığı çıkar çatışmasına neden olabilmektedir (Küpeli ve Kiper: 2016, 777). Bu nedenle ülkemiz de dahil olmak üzere hekim-ilaç sektörü ilişkilerine yönelik yasal düzenlemeler yapılmakta ve bunun yanında akılcı ilaç kullanımı için konsensüs raporları ve tedavi protokolleri yayınlanmaktadır (Wager, 2003; Civaner, 2008). Diğer yandan ilaç firması ve hekim ilişkilerinin etik açıdan tartışılmasının odağındaki önemli soru; hekimlerin ilaç firmalarının pazarlama stratejilerinden etkilenip etkilenmedikleridir. Eğer etkilenme varsa bu durumun ekonomi ve toplum sağlığı üzerine yaratacağı sonuçların ya da sorunların neler olacağı tartışılmalıdır (Küpeli ve Kiper, 2016: 778). İlaç sektörünün pazarlama için ayırdığı bütçeler, ticari kuruluşlar olarak işletmelerin etik davranıp davranmadığı sorusunu her zaman gündemde tutmaktadır (Civaner, 2006: 37).

İlaç firmalarının hekimlerle etkileşimde kullandıkları araç ya da araçlar ne olursa olsun hekimlerin bu ilişkiden etkilendikleri gözlenmektedir (Lexchin, 1993: 1401, 1406). İlaç sektörünün görünen yüzü olan tıbbi tanıtım temsilcilerinin hekimlerle ilişkilerinin hekimlerde davranış değişikliğine neden olduğu ve çalıştıkları firmanın ürünlerinin tercih edilmesi yönünde reçeteleme alışkanlıklarını etkiledikleri belirtilmektedir (Lexchin, 1993: 1406; Thomson, Craig ve Barham, 1994: 222; Fickweiler, Fickweiler ve Urbach, 2017: 1). İnsan sağlığı söz konusu olduğunda hekimlerin etik değerleriyle, ilaç sektörünün pazarlama etik değerlerinin çatışması bir ikilemi ortaya çıkartabilmektedir. Bu tür ikilemlerin ortaya çıkmaması ve bir dengenin sağlanabilmesi açısından etiğin kurumsallaşması gerekliliği bir gereksinim olarak gözükmektedir. İşletmelerde etiğin istenen şekilde kurumsallaşabilmesi işletmelerin belirledikleri etik ilkeleri çalışanları ile hangi yollardan paylaşacakları ve bu ilkeleri kurumsallaştırabilmek için ne gibi yöntemler kullanabilecekleri sorusunu gündeme getirmektedir. Zira bu sorunun cevabı farklı sektörlere göre değişiklikler gösterebilir. İşte bu amaçla, bu çalışmada ilaç mümessillerinin etiğin doğrudan ve dolaylı kurumsallaşmasına dönük algılamaları irdelenmektedir. Ayrıca, etiğin doğrudan ve dolaylı kurumsallaşma algısının çalışılan firmanın sermaye yapısı ve çalışanların cinsiyetine göre karşılaştırılması da başka bir amacı oluşturmuştur. Çalışmanın literatüre katkı sağlaması ve uygulama açısından önemli çağrışımlar yapması beklenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Etik; insanların davranış biçimlerini ve görüşlerini araştıran, bireysel ve sosyal yaşamdaki ahlaki davranışlar ile ilgili sorunları ele alıp inceleyen "iyi nedir, doğru nedir" gibi soruların yanıtlarını bulmayı hedefleyen felsefe dalı olarak ortaya çıkmaktadır (Purcell, 1977: 16; Akarsu, 1998: 184). Ahlak ve etik birbiri ile ilişkili kavramlardır (Kılınç ve Ağraş, 2010: 66). Ahlak ve etik kavramları kendilerine yüklenen anlam ve işlevlerine göre birbirleri yerine kullanılagelen iki kavram olmuştur (Akbaş, 2010: 4; Mahmutoğlu, 2009: 226). Etik, ahlak üzerine inceleme yapan felsefe disiplinidir. Her iki kavramın birbirinin yerine kullanılmasından kaynaklanan karışıklığın nedeni iki kavramın etimolojik kökeninin aynı anlama gelmesi ve günlük hayatta benzer çağrışımlar yapmasıdır (İlhan, 2005: 259).

İş etiği kavramı, çalışma etiği ve meslek etiği kavramlarını da kapsayan geniş bir değerler kümesidir. İş etiği; iş yaşamındaki yasaları toplumsal sorumluluk ilkelerini ve işletmenin paydaşları ile olan ilişkilerini içerirken insanlara karşı adil davranılması ve işletme ile ilgili olumlu bir atmosfer yaratacak şekilde hareket edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Gök, 2009: 552). Çalışma etiği bir

toplumda işe ve çalışmaya ilişkin değerler ve tutumlar olarak tanımlanır ve toplumun kültür ve değerlerinden etkilenir (Arslan ve Berkman, 2009: 36). Meslek etiği; aynı meslekten olan bireylerin uymaları gereken davranış kuralları olarak nitelenebilir ve evrensel bir özelliğe sahiptir (Filizöz, 2011: 30).

İş, çalışma ve meslek etiği kavramlarına yönetsel etik kavramını da eklemek gerekir. Carrol (1987: 13) yönetsel etiği; karar verme sürecinde kurumun etik değerlerinin yansıtılması olarak ifade etmiştir. Yönetsel etik; karar alma sürecinde yöneticilerin karar ve davranışlarına yol gösteren, neyin doğru neyin yanlış olduğuna ışık tutan ilkeler ve değerler olarak da tanımlanmaktadır (Daft, 1998: 378; Daft, 2008: 391).

Etik ile ilgili bir diğer kavram, etiğin kurumsallaşmasıdır. Etik kültürün işletmelerde yerleşiklik kazanması (Arslan ve Berkman, 2009:110) ya da başka bir ifadeyle; etik düşünce ve eylemlerin işletmenin mensubu olan bireylerce benimsenmesidir (Kandemir, 2012: 35). Kurumsallaşma, etiğin işletmenin değer ve eylemlerinin temel bileşeni olmasını sağlayan bir kültür yaratma çalışmalarını içermektedir (Foote, 2009: 4). Etiğin günlük olarak iş hayatına biçimsel ve açık bir şekilde dahil edilmesi etiğin kurumsallaşması (Carlson ve Perrewe, 1995: 835) olarak da ele alınmaktadır. Singhapakdi ve Vitell (2007: 284)'e göre; etiğin kurumsallaşması, etiğin dolaylı ve doğrudan olarak, bir işletmenin karar alma süreçlerine dahil edilmesinin derecesidir. Dolayısıyla etiğin doğrudan ve dolaylı olarak kurumsallaşması kavramlarından bahsedilmektedir.

1992 yılında Brenner, işletmelerdeki etik programları sınıflamış ve bunların doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki ana bileşenden oluştuğunu belirtmiştir. Daha sonra 1999 yılında Jose ve Thibodeaux bu sınıflamayı geliştirmişler (Singhapakdi ve Vitell, 2007: 285; Marta vd., 2013: 382) son olarak Singhapakdi ve Vitell (2007) de etiğin kurumsallaşmasına yönelik geliştirdikleri ölçekte bu iki boyutu kullanmışlardır. Bu iki boyut Türkçe'ye çevrilirken, Kandemir (2010: 2012) *'açık'* ve *'örtülü'* kavramlarını, Yıldız (2009) ise *'doğrudan'* ve *'dolaylı'* kavramlarını kullanmıştır. Etiğin doğrudan kurumsallaşma yöntemleri; etik davranışların belirsizliğe yol açmadan resmi olarak ifade edildiği yöntemler olarak ele alınırken, dolaylı kurumsallaşma ise etik davranışların doğrudan ifade edilmeden, kastedilerek aktarıldığı ve çalışanlar tarafından önemli olduğunun anlaşıldığı yöntemler olarak açıklanmaktadır (Singhapakdi ve Vitell, 2007: 285).

Jose ve Thibodeaux (1999: 139), Brenner'in (1992) etiğin kurumsallaşmasının iki boyut üzerinden gerçekleştiği açıklamasını esas alarak, yöneticilerin etiğin kurumsallaşmasında hangi yöntemlerin etkili olduğu algılarını test etmişlerdir. Söz konusu çalışmada etiğin kurumsallaşmasının dolaylı yöntemleri; ödüllendirme sistemi, performans değerleme sistemi, terfi sistemi, kurumsal kültür, etik liderlik, üst yönetim desteği ve açık/etkili iletişim kanalları olarak sınıflanmıştır. Etiğin kurumsallaşmasının doğrudan yöntemleri ise; etik kodlar, etik konusunda eğitim, etik bültenleri, etik sorun iletim kanalları ve etik komiteleridir. Etiğin kurumsallaşmasında bu araçların birbirini tamamlayan ve destekleyen nitelikte olması gerekmektedir.

Etiğin kurumsallaşmasının, ABD ve İngiltere'de karşılaştırmalı olarak incelendiği (Robertson ve Schlegelmich, 1993: 301-305), yöneticilerin etiğin dolaylı kurumsallaşmasının doğrudan kurumsallaşmadan daha etkili olarak algılandığı araştırmalar (Jose ve Thibodeaux, 1999: 139, 135) da vardır. Etiğin dolaylı kurumsallaşmasının iş tatmini, örgütsel bağlılık, takım ruhu ve etiğin algılanan önemi üzerinde pozitif etkisi olduğu bulunmuştur (Singhapakdi ve Vitell, 2007). Etiğin dolaylı kurumsallaşması ile iş yaşamı kalitesi arasında pozitif ilişki, doğrudan formları ile ilişki daha az gözlenmiştir (Koonmee, Singhapakdi, Virakul, Lee, 2010: 25). Etiğin doğrudan kurumsallaşmasının iş yaşamı kalitesi, takım ruhu, örgütsel bağlılık gibi değişkenler üzerinde doğrudan etkisinin olmadığını

teyit eden araştırmalar (Singhapakdi, Sirgy, Lee, Vitell, 2010: 89) da vardır. Ar-ge çalışanlarına yönelik yapılan bir araştırmada ise etiğin dolaylı kurumsallaşma algısı doğrudan kurumsallaşmadan daha yüksek bulunmuştur (Kandemir, 2010: 54). Görüldüğü üzere ilgili literatürde etiğin kurumsallaşmasına yönelik bulgular sektörlere göre farklılıklar göstermektedir. Kimi çalışmalarda aynı sektörlerdeki işletmeler arasında görülen farklılıkların ise söz konusu işletmelerin yapısal özelliklerindeki farklılıklardan kaynaklanması mümkündür. Bu nedenle farklı sektörlerde çalışanların etiğin kurumsallaşmasına dönük algılarının test edilmesi, etiğin kurumsallaştırılmasında doğrudan ve dolaylı hangi araçların güçlendirilmesi ve etkin kullanılması gerektiği konusunda uygulamacılara önemli ipuçları sağlayabilir.

3. HİPOTEZLER

Batılı-bireyci kültürlerde yapılan çalışmalarda dolaylı kurumsallaşmanın doğrudan kurumsallaşmaya göre daha etkili bir yöntem olduğu öne sürülürken (Jose ve Thibodeux, 1999; Singhapakdi ve Vitell, 2007), toplulukçu değerlerin daha yaygın olduğu doğulu kültürlerde ise doğrudan kurumsallaşmanın daha etkili olduğu öne sürülmektedir (Singhapakdi vd., 2010; Marta vd., 2013). Türkiye'de yapılan araştırmalarda ise farklı sonuçlar göze çarpmaktadır. Örneğin; Deliorman ve Kandemir'in (2009) kamu kurumlarında yaptıkları araştırmada etiğin dolaylı kurumsallaşmasının daha öne çıktığı görülmekteyken, Torlak, Tiltay, Özkara ve Doğan (2014) orta düzey yöneticilerin etik algıları üzerinde yaptıkları araştırmada doğrudan kurumsallaşmanın etkisi öne çıkmaktadır. Bu araştırmada ise konuyla ilgili araştırmaların çoğunda dile getirildiği gibi toplulukçu bir kültür olan Türkiye'de de doğrudan kurumsallaşmanın daha fazla öne çıkacağına dair aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H1: Etiğin doğrudan kurumsallaşmasına yönelik algılar, dolaylı kurumsallaşmaya yönelik algılardan daha yüksektir.

İlaç sektöründe tanıtım sorumlularının çalıştıkları firmanın yerli veya yabancı sermayeli olması, etiğin kurumsallaşmasında farklılıklara yol açabilir. Bozyiğit ve Akkan (2013: 73) Türk ilaç sektöründe etik tutumlara yönelik yaptıkları araştırmada yabancı ilaç firmalarında çalışan tanıtım sorumlularının yerli firmalarda çalışanlarla karşılaştırıldığında genel etik tutumlarının daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Firmaların sermaye yapıları kadar çalışanların cinsiyetleri de etiğin kurumsallaşmasını farklı şekilde algılamalarına yol açabilir. Kulualp ve Yiğit (2019: 272) etik davranış algılarını inceledikleri çalışmalarında kadın tanıtım sorumlularının etik davranış algısının daha yüksek olduğunu belirtmektedirler. Öte yandan Bozyiğit ve Akkan (2013: 67) cinsiyete göre etik tutumlarda farklılık tespit edememişlerdir. Dolayısıyla bu konuda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H2: Etiğin kurumsallaşmasına ilişkin algılar, çalışılan firmanın sermaye yapısı ve çalışanların cinsiyetine göre farklılık gösterir.

4. YÖNTEM

Bu bölümde veri toplama aracı, evren ve örnekleme, güvenirlik, geçerlik analizlerine ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Veriler 03.10.2019-13.12.2019 tarihleri arasında toplandığı için etik kurul izni alınmamıştır.

4.1. Veri Toplama Aracı

İlaç mümessillerinin etiğin kurumsallaşmasına dönük algılarını belirlemek üzerine yapılan araştırmada; veriler, literatürden yararlanılarak geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Etiğin kurumsallaşması, Singhapakdi ve Vitell (2007) tarafından geliştirilen doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki boyutlu, 16 maddeli ölçek ile belirlenmiştir. Türkçeye çevirisi Kandemir (2010: 88) tarafından yapılmıştır. Maddelerin tepki kategorileri, 1= kesinlikle katılmıyorum, …, 5= kesinlikle katılıyorum şeklinde 5'li Likert derecelemesine göre düzenlenmiştir.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, ilaç sektöründe yönetici durumunda olmayan çalışanlardır. Bu evrenin çok geniş olması ve etik uygulamaları en iyi algılayabilecek durumda olmaları nedeniyle, çalışma evreni Türkiye'de ilaç sektöründe çalışan satış/tanıtım sorumluları (mümessilleri) olarak tanımlanmıştır. 2017 yılında sektörde 35 bin çalışan bulunmakta olup (İEİS, 2017); bunların %39'unun pazarlama alanında çalıştığı (Civaner, 2005: 1; Civaner, 2006: 34) bilinmektedir. Dolayısıyla çalışma evreninin büyüklüğü 13.650 kişi olarak tahmin edilmiştir.

Örnek büyüklüğünü hesaplayabilmek için etiğin kurumsallaşması değişkenine ait bir varyans veya standart sapma değerine ihtiyaç vardır. Maddelerin tepki kategorileri 5'li Likert derecelemesine göredir. Bu derecelemede beklenen standart sapmanın, değişim aralığının 4'e bölünerek pratik bir tahminle en fazla 1(5-1=4; 4/4=1,00) olması öngörülmüştür (Yolal, 2016). Örnekten elde edilecek değerlerin %5 anlam düzeyinde evren ortalamasından H: 0,1 dolayında sapma göstermesine karar verilerek ulaşılması gereken örneklem büyüklüğü 384 kişi olarak tespit edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2006: 47). Eksik veriler olabileceği varsayılarak hedeflenen örneklem büyüklüğü 400'e çıkarılmıştır.

İlaç mümessillerinin cinsiyet dağılımı hakkında herhangi bir bilgi olmamakla birlikte, mümessillerin önemli bir çoğunluğunun erkek olduğu, sektörde yapılan araştırma bulguları arasındadır (Civaner, 2005; 2006; Aksu, 2006; Akkoç, 2008; Bozyiğit ve Akkan, 2013). Dolayısıyla 400 örneklem büyüklüğünün %80'inin erkeklerden, %20'sinin kadınlardan oluşturulmasına karar verilmiştir. Buna ek olarak; yarısı yerli, yarısı yabancı firmalarda çalışanlardan olmak üzere 320 erkek ve 80 kadına ulaşılması hedeflenmiştir.

Taslak anket kolayda örnekleme ile seçilen 107 ilaç mümessili üzerinde pilot teste tabi tutulmuştur. Pilot test sonucunda kısmi düzeltmeler yapılmış olup; nihai uygulama İlaç Endüstrisi İşverenler Sendikası ve Araştırmacı İlaç Firmaları Derneğinin destekleriyle 03.10.2019 - 13.12.2019 tarihleri arasında çevrim içi anket olarak gerçekleştirilmiştir. Süreç sonunda 417 katılımcıya ulaşılmış ancak eksik verili anketler elenerek analizler 409 anketin verisi üzerinden yapılmıştır.

Uygulama dönemi sonunda 4 katılımcı cinsiyetini, 12 katılımcı çalışılan firma yapısını belirtmemiştir. Her ne kadar erkeklerden 320 katılımcı hedeflense de 317 katılımcıya ve kadınlardan da 80 hedeflenmesine karşın 77 katılımcı sayısına ulaşılmıştır. Erkek oranı %80,5, kadın oranı da %19,5 olarak gerçekleşmiştir. Diğer taraftan yabancı firmalardan elde edilecek katılımcı kotası 200 olup; gerçekleşen 211'dir. Böylece sadece yabancı sermayeli şirketlerde çalışanların oranı %53,6 olarak tespit edilmektedir. Yerli firmalardan beklenen katılımcı sayısı yine 200 olup; gerçekleşen 158'dir (%40,1). Buna karşın 25 çalışanın hem yerli hem de yabancı sermayeli firmalarda çalıştığı düşünülürse (toplam 183, %46,4), hedef kotaya önemli ölçüde yaklaşıldığı değerlendirmesi yapılabilir.

4.3. Verilerin Analizi

Verilerin toplanmasının ardından güvenilirlik için iç tutarlılık analizi, geçerlilik için faktör analizi, hipotezlerin test edilmesi için ise tek örneklem t-testi ve çift yönlü MANOVA'dan yararlanılmıştır.

Verilerin analizinde 409 anket kullanılmış olup; sosyal bilimler alanı için "büyük örneklem" sayılabilmektedir. Büyük örneklemlerde (n>30) ise, merkezi limit teoremine dayanarak parametrik testlerin temel varsayımı olan normallik varsayımının sağlandığı kabul edilebilmektedir (Mert, 2016: 4). Dolayısıyla çoklu regresyon analizleri için normal dağılımın sağlandığı varsayılmıştır. Faktör analizi için Bartlett Küresellik testinin anlamlı olması çok değişkenli normalliğin sağlandığı şeklinde de yorumlanabilmektedir (Çokluk,Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 208). Dolayısıyla analizlerdeki

parametrik test koşullarının ve çoklu normal dağılımın sağlandığı varsayılmıştır.

4.4. Güvenirlik

Etiğin doğrudan ve dolaylı kurumsallaşmasına dönük iki boyut için ayrı ayrı güvenirlik analizi yapılmıştır (Tablo 1). Dolaylı kurumsallaşmada en küçük-madde toplam korelasyonu 0,348 ve çoklu R^2 değeri 0,436'dır. Doğrudan kurumsallaşmada 6. ve 7.maddenin madde-toplam korelasyonlarının +0,250'nin altında kalması (Alpar, 2011: 821) nedeniyle analizden çıkarılmıştır. 7 madde ile yapılan analizde; en küçük madde-toplam korelasyonu 0,523 ve çoklu R^2 değeri 0,334 olarak bulgulanmıştır. Madde-toplam korelasyonlarda da negatif işaret bulunmamaktadır. Silindiğinde alfa katsayısını anlamlı şekilde artıracak bir madde de yoktur. Alfa katsayılarının 0,825 ve 0,891 olması nedeniyle katılımcıların verdikleri cevaplarda yüksek derecede tutarlı (Kalaycı, 2006: 405) davrandıkları belirlenmiştir.

Tablo 1. Güvenirlik Analizi Sonuçları

Katsayılar / **Boyutlar**	**Dolaylı Kurumsallaşma**	**Doğrudan Kurumsallaşma**
Madde sayısı	7	7
Tüm ölçek için Alfa katsayısı	0,825	0,891
En küçük ve büyük madde-bütün korelasyon değeri	0,348-0,764	0,523-0,786
Madde-bütün korelasyonlarda negatif işaret	Yok	Yok
En küçük ve büyük çoklu açıklayıcılık R^2 katsayısı	0,436-0,647	0,334-0,709
En küçük ve büyük silindiğinde Alfa katsayısı	0,769-0,838	0,864-0,895
Ortalama	3,4198	3,3918
Standart sapma	0,92145	0,97713
Dereceleme	1: Kesinlikle katılmıyorum, …, 5: Kesinlikle katılıyorum	

4.5. Geçerlik

Etiğin kurumsallaşması ölçeğinin yapı geçerliği için faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinde; faktör sayısının tespitinde özdeğeri 1'den büyük olanların dikkate alınmasına, bir maddenin bir faktöre boyutlanabilmesi için ilgili faktör ile en az 0,500 düzeyinde bir yüke sahip olmasına karar verilmiştir. Ayrıca binişik madde durumunda yük farkının en az 0,100 olması ve bir faktörün en az üç maddeden oluşması benimsenmiştir.

Güvenirlik analizinde 14 maddeye düşen etiğin kurumsallaşması ölçeğine uygulanan faktör analizinde doğrudan kurumsallaşmanın 2. ve 6. maddesinin iki faktörlü bir yapı göstermesi nedeniyle analizden çıkarılmıştır. 12 madde ile yapılan analiz; doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki boyutlu bir yapıyı ortaya koyarak toplam varyansın %64,5'ini açıklamıştır (Tablo 2). İlk faktör, dolaylı kurumsallaşma olup toplam varyansın %35,5'ini açıklamaktadır. İkinci boyut doğrudan kurumsallaşma olup; bu faktör de toplam varyansın %29'unu açıklamaktadır.

Tablo 2. Etiğin Kurumsallaşmasına Ait Faktör Analizi Sonucu

Maddeler	**Dolaylı kurumsallaşma**	**Doğrudan kurumsallaşma**
Çalışanlar arasında kurumun etik itibarını korumaya yönelik bir sorumluluk duygusu vardır.	0,838	
Üst yönetim, kurumun başarısı için etik davranışın (yasalara uymanın ötesinde) vazgeçilmez olduğuna inanmaktadır.	0,807	

Üst yönetim, kurumumuzun toplumun genel refahını ve hayat kalitesini yükseltmeye yardımcı olması gerektiğine inanmaktadır.	0,803	
Kurumumda uygun davranışın ne olduğuna yönelik ortak bir anlayış ve değerler sistemi vardır.	0,795	
Üst yönetim, kurumumda dürüstlük üzerine kurulu bir kültür geliştirmiştir.	0,756	
Üstler ve astlar arasında etik çatışma ve ikilemler açıkça tartışılabilmektedir.	0,717	
Üst yönetim, etik eğitim programlarında yer almamaktadır.		0,841
Kurumum, etik standart ve politikalarının etkin olarak paylaşıldığı bir eğitim programına sahip değildir.		0,835
Çalıştığım kurumda etik çalışmalardan sorumlu bir üst düzey yönetici bulunmamaktadır.		0,833
Çalıştığım kurum düzenli olarak etik denetiminden geçmemektedir.		0,766
Çalıştığım kurum, etik konularıyla ilgilenen bir etik komite ya da takıma sahip değildir.		0,756
Üst yönetim, etik eğitim programlarında yer almamaktadır.		0,841
Öz değeri	4,260	3,488
Açıklanan Varyans (%)	35,499	29,066
Ortalama	3,39	3,51
Güvenilirlik katsayısı	0,89	0,88
Toplam Açıklanan Varyans (%)	64,565	
Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı	0,889	
Bartlett küresellik testi	Ki-kare: 2578,097; s.d.: 66; p<0,0001	
Faktör çıkarma ve döndürme tekniği	Temel bileşenler analizi; Varimax	

5. BULGULAR

Araştırmaya 409 ilaç mümessili katılmıştır. Çalışılan firma ile cinsiyetin çapraz tablosu yapılarak kotanın gerçekleşme durumu kontrol edilmiştir (Tablo 3). Bilgisini paylaşanlara göre, erkek oranı %80,5, kadın oranı da %19,5 olarak gerçekleşmiş ve kotanın sağlandığına kanaat getirilmiştir. Ayrıca sermaye yapısı ile çalışan ilaç mümessillerinin cinsiyet dağılımı arasında herhangi bir anlamlı ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 3. Cinsiyet ve Firma Bazında Kota Gerçekleşme Tablosu

			Firma			**Toplam**
			Yerli Sermayeli	**Yabancı Sermayeli**	**Yerli-Yabancı Ortaklığı**	
Cinsiyet	**Erkek**	n	129	168	20	317
		Cinsiyet içinde %	40,7	53,0	6,3	100,0
		Firma içinde %	81,6	79,6	80,0	80,5
		Toplam içinde %	32,7	42,6	5,1	80,5
	Kadın	n	29	43	5	77
		Cinsiyet içinde %	37,7	55,8	6,5	100,0
		Firma içinde %	18,4	20,4	20,0	19,5
		Toplam içinde %	7,4	10,9	1,3	19,5
Toplam		n	158	211	25	394
		Cinsiyet içinde %	40,1	53,6	6,3	100,0
		Firma içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0
		Toplam içinde %	40,1	53,6	6,3	100,0

Tablo 4, çalışılan firmanın sermaye yapısı ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkiyi (Pearson $\chi 2$: 20,989 s.d.: 6, p:0,002) göstermektedir. Buna göre; yerli sermayeli şirketlerde lisans diplomasıyla

çalışan ilaç mümessillerinin oranı %64 iken, bu oran yabancı sermayeli şirketlerde %71 olup; yerli-yabancı ortak sermayeli firmalarda ise %58'e düşmektedir. Çalışanların lisansüstü bir diplomaya sahip olma oranı yabancı sermayeli şirketlerde %16 iken, yerli-yabancı ortaklı şirketlerde %12,5'e ve yerli sermayeli firmalarda ise %6'ya gerilemektedir. Dolayısıyla yabancı sermayeli firmaların daha üst eğitim seviyesinden çalışanları istihdam etmeye özen gösterdiği izlenimi edinilmektedir. İki değişken arasındaki olağanlık katsayısı C, 0,225 olarak hesaplanmıştır. Olağanlık katsayısının doğrudan yorumlanamaması nedeniyle, r cinsinden korelasyon katsayısına çevrilmesi gerekmektedir. Hesaplamalar sonucu, bu değerin r: 0,275 düzeyindeki bir korelasyona eşit olduğu tespit edilmiştir. Böylece, çalışılan firmanın sermaye yapısı ile eğitim düzeyi arasında zayıf (Kalaycı, 2006:116), ancak anlamlı bir ilişkinin olduğu bulgulanmaktadır.

Tablo 4. Çalışılan Firmanın Sermaye Yapısı ile Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki

Sermaye yapısı		**Eğitim**				**Toplam**
		Lise	**Ön Lisans**	**Lisans**	**Lisansüstü**	
Yerli Sermayeli	n	16	31	101	10	158
	Firma içinde %	10,1	19,6	63,9	6,3	100,0
	Eğitim içinde %	61,5	54,4	38,1	21,7	40,1
	Toplam içinde %	4,1	7,9	25,6	2,5	40,1
Yabancı Sermayeli	n	9	20	150	33	212
	Firma içinde %	4,2	9,4	70,8	15,6	100,0
	Eğitim içinde %	34,6	35,1	56,6	71,7	53,8
	Toplam içinde %	2,3	5,1	38,1	8,4	53,8
Yerli-Yabancı Ortaklığı	n	1	6	14	3	24
	Firma içinde %	4,2	25,0	58,3	12,5	100,0
	Eğitim içinde %	3,8	10,5	5,3	6,5	6,1
	Toplam içinde %	0,3	1,5	3,6	0,8	6,1
Toplam	n	26	57	265	46	394
	Firma içinde %	6,6	14,5	67,3	11,7	100,0
	Eğitim içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Toplam içinde %	6,6	14,5	67,3	11,7	100,0
Pearson χ^2: 20,989 s.d.: 6, p:0,002; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %25; En küçük beklenen değer: 1,58 Olağanlık katsayısı C: 0,225; r cinsinden C: 0,275						

Tablo 5, çalışılan firmanın sermaye yapısı ile yaş arasındaki anlamlı bir ilişkiye (Pearson $\chi 2$: 12,661 s.d.: 6, p:0,049) işaret etmektedir. Buna göre; yerli sermayeli şirketlerde çalışanların %70'i 20-40 yaş aralığında iken, bu oran yerli-yabancı ortaklığında %76'ya çıkmakla birlikte yabancı sermayeli firmalarda %60 dolayındadır. Dolayısıyla göreceli olarak yabancı sermayeli firmaların yaşa bağlı olarak daha deneyimli personel ile çalışma arzusunda oldukları ifade edilebilir. Olağanlık katsayısı C, 0,176 olup; bu, sermaye yapısı ile yaş grubu arasında 0,216 düzeyinde çok zayıf bir ilişkiyi (Kalaycı, 2006:116) ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Çalışılan Firmanın Sermaye Yapısı ile Yaş Grubu Arasındaki İlişki

Sermaye yapısı		**Yaş Grubu**				**Toplam**
		20-30	**31-40**	**41-50**	**51+**	
Yerli Sermayeli	n	40	71	43	4	158
	Firma içinde %	25,3	44,9	27,2	2,5	100,0
	Yaş içinde %	56,3	37,4	34,7	40,0	40,0
	Toplam içinde %	10,1	18,0	10,9	1,0	40,0
Yabancı Sermayeli	n	28	103	75	6	212
	Firma içinde %	13,2	48,6	35,4	2,8	100,0
	Yaş içinde %	39,4	54,2	60,5	60,0	53,7
	Toplam içinde %	7,1	26,1	19,0	1,5	53,7
	n	3	16	6	0	25

Yerli-Yabancı Ortaklığı	Firma içinde %	12,0	64,0	24,0	0,0	100,0
	Yaş içinde %	4,2	8,4	4,8	0,0	6,3
	Toplam içinde %	0,8	4,1	1,5	0,0	6,3
Toplam	n	71	190	124	10	395
	Firma içinde %	18,0	48,1	31,4	2,5	100,0
	Yaş içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Toplam içinde %	18,0	48,1	31,4	2,5	100,0
Pearson χ^2: 12,661 s.d.: 6, p:0,049; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %25; En küçük beklenen değer: 0,63 Olağanlık katsayısı C: 0,176; r cinsinden C: 0,216						

Tablo 6'da, firmanın sermaye yapısı ile sektördeki çalışma süresi arasındaki ilişki (Pearson χ2: 20,711; s.d.: 6, p:0,002) yer almaktadır. Buna göre; 1-5 yıllık toplam sektör tecrübesine sahip olan çalışanların oranı yerli firmalarda %34 ve yerli-yabancı sermayeli firmalarda %24 iken bu oran, yabancı sermayeli şirketlerde %17'dir. Diğer taraftan 11 yıl ve üstü sektör deneyimi aynı sırayla %44, %48 ve %64' dür. Dolayısıyla yabancı sermayeli şirketlerin sektör tecrübesi daha çok olan çalışanları tercih ettiği belirlenmektedir. Olağanlık katsayısı C, 0,223 olarak hesaplanmış olup; bu, sermaye yapısı ile toplam sektör tecrübesi arasında 0,274 düzeyinde zayıf bir ilişkiyi (Kalaycı, 2006:116) ortaya koymaktadır.

Tablo 6. Çalışılan Firmanın Sermaye Yapısı ile Sektörde Çalışma Süresi Arasındaki İlişki

Sermaye yapısı		**Sektörde Çalışma Süresi**				**Toplam**
		1-2 Yıl	**3-5 Yıl**	**6-10 Yıl**	**11+ Yıl**	
Yerli Sermayeli	n	16	38	34	70	158
	Firma içinde %	10,1	24,1	21,5	44,3	100,0
	Sektör süre içinde %	69,6	52,1	42,0	32,3	40,1
	Toplam içinde %	4,1	9,6	8,6	17,8	40,1
Yabancı Sermayeli	n	6	30	40	135	211
	Firma içinde %	2,8	14,2	19,0	64,0	100,0
	Sektör süre içinde %	26,1	41,1	49,4	62,2	53,6
	Toplam içinde %	1,5	7,6	10,2	34,3	53,6
Yerli-Yabancı Ortaklığı	n	1	5	7	12	25
	Firma içinde %	4,0	20,0	28,0	48,0	100,0
	Sektör süre içinde %	4,3	6,8	8,6	5,5	6,3
	Toplam içinde %	0,3	1,3	1,8	3,0	6,3
Toplam	n	23	73	81	217	394
	Firma içinde %	5,8	18,5	20,6	55,1	100,0
	Sektör süre içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Toplam içinde %	5,8	18,5	20,6	55,1	100,0
Pearson χ^2: 20,711; s.d.: 6, p:0,002; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %16,7; En küçük beklenen değer: 1,46; Olağanlık katsayısı C: 0,223; r cinsinden C: 0,274						

Tablo 7, sermaye yapısı ile firmadaki çalışma süresi arasındaki ilişkiyi (Pearson χ2: 18,205; s.d.: 6, p:0,006) göstermektedir. 1-5 yıllık toplam sektör tecrübesine sahip olan çalışanların oranı yerli firmalarda %68 ve yerli-yabancı sermayeli firmalarda %58 iken bu oran, yabancı sermayeli şirketlerde %52'dir. Diğer taraftan 11 yıl ve üstü sektör deneyimi aynı sırayla %17, %25 ve %36'dır. Dolayısıyla yabancı sermayeli şirketlerde çalışanların firmada kalma sürelerinin görece daha uzun olduğu ortaya çıkmaktadır. Olağanlık katsayısı C, 0,211'dir. Bu katsayı, sermaye yapısı ile firmadaki çalışma süresi arasında 0,259 düzeyinde zayıf bir ilişkiye (Kalaycı, 2016:116) işaret etmektedir.

Tablo 7. Çalışılan Firmanın Sermaye Yapısı ile Firmadaki Çalışma Süresi Arasındaki İlişki

Sermaye yapısı		Firmadaki Çalışma Süresi				Toplam
		1-2 Yıl	3-5 Yıl	6-10 Yıl	11+ Yıl	
Yerli Sermayeli	n	59	47	23	27	156
	Firma içinde %	37,8	30,1	14,7	17,3	100,0
	Firma süre içinde %	50,9	41,6	43,4	25,0	40,0
	Toplam içinde %	15,1	12,1	5,9	6,9	40,0
Yabancı Sermayeli	n	49	60	26	75	210
	Firma içinde %	23,3	28,6	12,4	35,7	100,0
	Firma süre içinde %	42,2	53,1	49,1	69,4	53,8
	Toplam içinde %	12,6	15,4	6,7	19,2	53,8
Yerli-Yabancı Ortaklığı	n	8	6	4	6	24
	Firma içinde %	33,3	25,0	16,7	25,0	100,0
	Firma süre içinde %	6,9	5,3	7,5	5,6	6,2
	Toplam içinde %	2,1	1,5	1,0	1,5	6,2
Toplam	n	116	113	53	108	390
	Firma içinde %	29,7	29,0	13,6	27,7	100,0
	Firma süre içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Toplam içinde %	29,7	29,0	13,6	27,7	100,0

Pearson χ^2: 18,205; s.d.: 6, p:0,006;
Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %8,3; En küçük beklenen değer: 3,26;
Olağanlık katsayısı C: 0,211; r cinsinden C: 0,259

Araştırmanın birinci hipotezi katılımcıların etiğin doğrudan kurumsallaşmasına yönelik algılarının dolaylı kurumsallaşmaya yönelik algılarından daha yüksek olduğu yönündedir. Bu algıyı test etmek için tek örneklem t-testinden yararlanılmıştır (Tablo 8). Yapılan test, etiğin doğrudan kurumsallaşma algısının dolaylı kurumsallaşma algısından istatistiki olarak daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (t: 2,280; çift yönlü p: 0,023; tek yönlü p:0,046) (hipotez tek yönlü kurulduğu için p-değerinin iki ile çarpılması gerekmektedir). Dolayısıyla çalışanların etiğin doğrudan kurumsallaşmasına ilişkin algılarının dolaylı kurumsallaşma algılarına kıyasla daha yüksek olduğu hipotezi desteklenmiş olmaktadır.

Tablo 8. Etiğin Dolaylı veya Doğrudan Kurumsallaşmasına Yönelik Algıların Karşılaştırılması

	N	$\bar{x}$	ss	t-değeri	p-değeri
Doğrudan kurumsallaşma	393	3,51	1,08	2,280	0,023

Test değeri, dolaylı kurumsallaşma $\bar{x}$:3,39; p-değeri çift yönlü olasılığı vermektedir.
Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, …, 5: Kesinlikle katılıyorum

İkinci hipotez etiğin kurumsallaşmasına ilişkin algının çalışılan firmanın sermaye yapısı ve cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği şeklindedir. Bu hipotezi test etmek için İki Yönlü MANOVA uygulanmıştır (Tablo 9). Analizde, örnek büyüklüğünün 30'un altında olması nedeniyle sermaye yapısı ortak olan firmalarda çalışan 25 katılımcı hariç bırakılmıştır. Bu analizin en önemli varsayımlarından bir tanesi, kovaryans matrislerinin eşitliğidir. Bunun için Box-M testine ilişkin F değerinin anlamsız olması (p>0,05) gerekir. Tespit edilen Box-M: 8,785 olup (F: 0,958; p: 0,473) istatistiksel olarak anlamsızdır. Böylece kovaryans matrislerinin eşitliği şartı sağlanmış olmaktadır. Diğer bir varsayım varyansların homojenliğidir. Bunun için de Levene istatistiğinin anlamsız olması beklenir. Hem etiğin dolaylı hem de doğrudan kurumsallaşması için varyansların homojenliği koşulunun (Levene Dolaylı Kurumsallaşma F(3;335): 0,107; p: 0,956; Levene Doğrudan Kurumsallaşma F(3;335): 0,812; p: 0,488) sağlandığı tespit edilmiştir.

Çalışılan firmanın sermaye yapısı ve cinsiyete göre etiğin dolaylı ve doğrudan kurumsallaşmasının farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan iki yönlü MANOVA, cinsiyet ve

cinsiyet-firma etkileşimine ilişkin anlamlı bir farklılığın olmadığını ortaya koymuştur. Buna karşın, çalışılan firmanın sermaye yapısına göre etiğin dolaylı (F(1;335):17,601; p<0,001) ve doğrudan (F(1;335):18,133; p<0,001) kurumsallaşmasının istatistiksel olarak farklı olduğu belirlenmiştir. Benforroni sonucu farklılığın yabancı sermayeli şirketler lehine olduğunu, başka bir anlatımla yabancı sermayeli firmalarda çalışanlar, yerli firmalarda çalışanlara kıyasla etiğin hem doğrudan hem de dolaylı olarak daha fazla kurumsallaştığı görüşündedirler. Buna karşın çalışılan firmanın sermaye yapısı, etiğin dolaylı ve doğrudan kurumsallaşmasını, ancak pratik açıdan yorumlanabilir bir düzeyde olmak üzere çok düşük bir düzeyde etkilemektedir. Bu etki dolaylı kurumsallaşmada %5 ve doğrudan kurumsallaşmada %5,1'dir.

Tablo 9. Sermaye Yapısı ve Cinsiyete Göre Etiğin Dolaylı ve Doğrudan Kurumsallaşmasının Karşılaştırılması

	Firma	**Cinsiyet**	$\bar{x}$	**ss**	**N**	**F-değeri**	**Kısmi η^2**	**Farklılık[a]**
Dolaylı kurumsallaşma	1.Yerli Sermayeli	1.Erkek	3,13	0,93	115	Firma $F_{(1;335)}$:17,601***	Firma η^2 : 0,050	Firma 1<2
		2.Kadın	2,99	0,89	27			
		Toplam	3,11	0,92	142			
	2.Yabancı Sermayeli	1.Erkek	3,72	0,92	156	Cinsiyet $F_{(1;335)}$: 2,099	Cinsiyet η^2 : 0,006	Cinsiyet Yok
		2.Kadın	3,49	0,99	41			
		Toplam	3,67	0,94	197			
	Toplam	1.Erkek	3,47	0,97	271	Firma*Cinsiyet $F_{(1;335)}$: 0,105	Firma*Cins. η^2 : 0,000	
		2.Kadın	3,29	0,97	68			
		Toplam	3,43	0,97	339			
Doğrudan kurumsallaşma	1.Yerli Sermayeli	1.Erkek	3,15	1,01	115	Firma $F_{(1;335)}$:18,133***	Firma η^2 : 0,051	Firma 1<2
		2.Kadın	3,24	1,11	27			
		Toplam	3,17	1,03	142			
	2.Yabancı Sermayeli	1.Erkek	3,89	1,01	156	Cinsiyet $F_{(1;335)}$: 0,131	Cinsiyet η^2 : 0,000	Cinsiyet Yok
		2.Kadın	3,69	0,93	41			
		Toplam	3,85	0,99	197			
	Toplam	1.Erkek	3,57	1,07	271	Firma*Cinsiyet $F_{(1;335)}$: 1,087	Firma*Cins. η^2 : 0,003	
		2.Kadın	3,51	1,02	68			
		Toplam	3,56	1,06	339			

Box-M: 8,785; F: 0,958; p: 0,473;
Levene Dolaylı Kurumsallaşma $F_{(3;335)}$: 0,107; p: 0,956;
Levene Doğrudan Kurumsallaşma $F_{(3;335)}$: 0,812; p: 0,488
[a]:Benforroni sonucudur.
**p<0,05; **p<0,01; ***p<0.001*

6. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

İlaç mümessillerinin etiğin doğrudan ve dolaylı kurumsallaşmasına dönük algılamaları üzerine yürütülen bu araştırmada; bazı ilginç ipuçları elde edilmiştir. Örneğin yabancı sermayeli firmaların yerli ve yerli-yabancı ortaklı firmalara kıyasla eğitim düzeyi daha yüksek, yaşça kıdemli, sektörde ve firmada daha uzun sürelerde tecrübesi olan mümessillerle çalıştıkları ortaya çıkmaktadır. Bu durum, yabancı firmalarca eğitim ve tecrübenin daha çok önemsendiğini göstermektedir.

Katılımcılar firmalarında etiğin hem dolaylı ($\bar{x}$: 3,39 ± 0,97) hem de doğrudan ($\bar{x}$:3,51 ± 1,07) kurumsallaştırıldığı algısına sahip olmakla birlikte, yapılan t-testi doğrudan kurumsallaşmanın dolaylı kurumsallaşmaya kıyasla istatistiksel olarak görece daha yüksek (t: 2,280; p: 0,046) algılandığına işaret etmektedir. Başka bir anlatımla etik kodlar, etik eğitim, bültenler, etik komiteler ve bilgilendirme mekanizmaları araçlarından oluşan doğrudan kurumsallaşma uygulamalarının, çalışanlar tarafından biraz daha fazla dikkate alındığı belirlenmiştir. Buna karşın kurum kültürü, etik liderlik, açık iletişim, ödül/performans değerleme sistemi ve üst yönetim desteğinden oluşan dolaylı kurumsallaşma

araçlarının göreceli olarak daha az algılandıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, yabancı sermayeli firmalarda hem doğrudan hem dolaylı yoldan etiğin kurumsallaştırılması algısının yerli sermayeli firmalara kıyasla daha yüksek algılandığı belirlenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre yöneticilerin hem doğrudan hem de dolaylı kurumsallaşma araçlarını geliştirmeleri gerektiği belirtilmelidir. Çünkü bu araçlar birbirinin desteğine ihtiyaç duymaktadır. Doğrudan kurumsallaşma araçlarının daha fazla algılanması şirketlerin bu araçlara sahip olduğu, örneğin etik kodların yayınlandığı, eğitimlerin verildiği ancak uygulamada etiğin kurum kültürünün bir parçası haline getirilemediğine, dolayısıyla etik liderlik davranışlarında eksikliklere işaret etmektedir. Başka bir değişle bu durum, şirketin yazılı beyanları ile eylemleri arasındaki uyumsuzluklardan kaynaklanıyor olabilir. Nitekim Cleek ve Leonard (1998: 627) doğrudan araçlardan biri olan etik kodların çalışanlara nasıl iletildiğinin ve nasıl uygulandığının da önemli olduğunun altını çizmektedir. Etik kodların çalışanlar tarafından içselleştirilmesi, dolaylı araçlar olan; kurum kültürü, açık ve güvenilir iletişim ağı, ödül sistemi, etik liderlik ve yönetimin desteği olmadan sağlanamaz. Singh (2011: 387) de etik kodların paydaşlara yol gösterici olduğunu, karar alma süreçlerinde değerli olduğunu ancak kodların tek başına etik davranışlar yaratmayacağını, bu nedenle dolaylı kurumsallaşma araçlarıyla desteklenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Singhapakdi vd., (2010) işletmelerde etiğin kurumsallaştırırken doğrudan kurumsallaşmanın dolaylı kurumsallaşma yöntemlerinin öncülü olduğunu vurgulamaktadırlar. Nitekim kodlar, bültenler, eğitimler, bilgilendirme mekanizmalarından oluşan doğrudan yöntemler, kurum kültüründe etiğin yerleşmesini sağlarken ödüllendirme ve terfi mekanizmaları ile çalışanlar arasında etik değerlere uyum artırılabilir. Kısaca her iki yöntemin birbirini tamamladığı göz önüne alınarak kurumsallaşma planlanmalıdır.

Saha pratiğine bakıldığında, ilaç mümessillerinin günlük çalışma ortamlarının daha çok poliklinik, hastane ve muayenehanelerde hekim ziyaretleri ile geçtiği görülmektedir. Yöneticilerin ise her an bu ziyaretlere nezaret etmediği önceden belirledikleri aylık ya da üç aylık planlamaları dahilinde sahada ekipleri ile hekim ziyaretleri ve performans değerlendirmesi yaptıkları, araştırmacının sektöre ilişkin tecrübelerinden ötürü bilinmektedir. Etik davranışların yaygınlaştırılmasında ilaç firmalarının değerler, vizyon, kılavuzlar ve prosedürler yayınladığı da görülmektedir. Ancak vizyon, değerler, kurallar, kılavuzlar, cezalar gibi unsurların vaktinin büyük çoğunluğunu sahada yalnız geçiren tanıtım sorumluları ile paylaşılmasının etkinliği sorgulanmalıdır. Carlson ve Perrewe'ye (1995: 830-837) göre işletmelerde etiğin kurumsallaşmasında liderin etik yönlendirmesi, üst yönetimin desteği ve kurumsal etik politikalar önemli rol oynamaktadır. Liderler, çalışanların etik davranışlara yönlenmesinde ve uygun davranışların ne olduğunu öğrenmeleri sürecinde kilit rol oynamaktadırlar. İlaç sektörü yöneticilerinin de astlarına temas ederek örnek davranışlar sergileyen etik liderlik tarzına başvurmalarının daha etkili olacağı önerilebilir.

Etik kodlar işletmelerde etik kararların alınmasında yol gösterici bir rol oynasa da etik dışı davranışların nedeni, etik kodların var olmamasıyla ilişkili değildir. Öyle ki yönetim biliminde çokça tartışılan Enron skandalında da görülen; Enron'un diğer büyük işletmeler gibi etik kodlara sahip olmasına rağmen yolsuzluğun önlenememiş olmasıdır (Trevino ve Brown, 2004: 73; Daft, 2008: 397). Etik kodların işlevsel olmasında önemli husus, bu kodlara uyulduğunun, kurumsal kararlarda gözetildiğinin ve kurum kültürünün önemli bir parçası olduğunun çalışanlara aktarılabilmesidir. Çalışanların etik kodların farkında olmaları, kodların var olup olmamasından daha önemli bir konudur (Özyer, 2010: 37). Valentine ve Barnett (2003: 365), işletmede etik davranışların ortaya çıkmasında sadece kodların olmasının da yeterli olmayacağını vurgulamaktadır. Çalışanların etik kodların varlığına yönelik farkındalıkları ile etik değerlere sahip olmaları arasında ilişki vardır.

Bu araştırmanın ilaç sektörüne yönelik önemli katkılarından birisi tanıtım sorumlularının çalıştıkları işletmelerde etik kodlar, bültenler, etik komiteleri/görevlileri ile etik eğitimler ve bildirim mekanizmalarından oluşan doğrudan kurumsallaşma yöntemlerine yönelik farkındalıklarının dolaylı kurumsallaşma yöntemlerinden daha yüksek olduğudur. Bir başka ifade ile kurum kültürü, liderlik, açık iletişim gibi etiğin dolaylı kurumsallaşma yöntemlerine yönelik farkındalık daha azdır. Yukarıda da belirtildiği gibi, Enron skandalında etik kodların ya da eğitimlerin varlığı, yolsuzlukları ve etik ihlallerini engelleyememiştir. İlaç sektörü gibi tanıtım araçlarının hekimlerin reçeteleme alışkanlıklarını doğrudan etkileme potansiyeli olan bir sektörde; firmaların kar odaklı yaklaşımları, her zaman bu tip ihlallerin ortaya çıkmasına neden olabilecektir. Bu soruna yönelik olarak birisi sektörel diğeri işletmelere özel olmak üzere iki başlık altında çözüm önerileri sıralanabilir.

İlaç şirketlerinin diğer sektörlerdeki firmalarla karşılaştırıldığında dört kat daha fazla kâr ediyor olmaları (Civaner, 2006a: 170), pazarlama yöntemlerinin reçeteleme alışkanlıklarını etkilemesi (Civaner, 2014) ve karlılıklarını artırmak için tüketicilerin ilaç ihtiyaçlarını artırmayı hedeflemeleri (Eren, 2012: 213) göz önüne alındığında sektöre yönelik de bazı tedbirlerin uygulanmasının gerekli olduğu görülmektedir. Buna yönelik olarak Sağlık Bakanlığının sıkı denetiminin yanında AİFD ve İEİS gibi derneklerin yayınladıkları etik tanıtım ilkelerinin daha etkili uygulanması, hekimlere tıp fakültesindeki eğitimleri boyunca akılcı ilaç kullanımının önemi ve ilaç firmalarının pazarlama yöntemleri konusunda farkındalık artırıcı eğitimlerin verilmesi önerilebilir.

Yöneticilerin işletmelerdeki liderlik fonksiyonlarının etiğin kurumsallaşması üzerine etkisi belirleyicidir. Bu bağlamda ilaç firmalarının yönetici atamalarında sadece karlılığı artıracak yetkinlikte adayları seçmek yerine, içinde bulundukları topluma karşı da bir sorumluluk sergileyerek etik değerleri önceleyecek yönetici adaylarını tercih etmelerinin önemi ortaya çıkmaktadır. İlaç tanıtım sorumlularının dolaylı kurumsallaşma yöntemlerine ilişkin algılarının göreceli olarak düşüklüğü, liderlerin saha ziyaretlerinde örneklik sergilemelerine ve tanıtımın etik değerlere uygunluğunun daha sık vurgulanmasının gerekliliğine işaret etmektedir. Bu sayede etik kodların kurum kültürünün önemli bir parçası olduğu çalışanlara aktarılabilir. Son yıllarda ilaç sektöründe de sıklıkla gözlenen koçluk tipi liderlik uygulamaları çalışanların farkındalıklarını ve iç görülerini artırmaktadır (Valerio ve Lee, 2005: 12). Etiğin kurumsallaşması bağlamında koçluk uygulamalarının çalışanların etik değerleri içselleştirmeleri ve farkındalıklarının artırılması amacıyla kullanılması mümkündür.

Yabancı sermayeli şirketlerde etiğin hem doğrudan hem de dolaylı yoldan kurumsallaşmasının yerli firmalara kıyasla daha yüksek algılanması, yerli sermayeli firma yöneticileri için çeşitli önerilerin geliştirilmesine zemin teşkil etmektedir. Bunların başında etiğin doğrudan kurumsallaşma araçlarının ve yerleşmesinde etkili olacak dolaylı yoldan kurumsallaşma araçlarının daha etkin kılınmasına özen gösterilmesi gerektiğidir. Diğer bir öneri ise, yerli şirketlerin yabancı sermayeli iyi örnekleri tespit edip, kıyaslama yoluyla örgütsel öğrenmeye yönelmeleridir. Her yönetsel uygulama gibi etiğin kurumsallaşmasında da kilit faktörün üst yönetimin kararlılığı olduğunun da altını çizmek gerekir.

Bu konuda daha sonra yapılacak araştırmalara yönelik olarak şu öneriler yapılabilir: Carrol (1987: 15), yöneticilerin işletmelerinde kurumun etik çevresini yaratırken; iş etiği eğitimi ve çalıştayları, davranış kuralları, ombudsmanlık, sıkı finansal kontrol, daha etik bir karar verme süreci uygulamak ya da liderlerin örnek davranışlar sergilemeleri gibi unsurları araç olarak kullanabileceklerine vurgu yapmaktadır. Günümüzde de söz konusu etik eğitim programları, özellikle çok uluslu şirketler tarafından etik kültürü yerleştirmek amacı ile kullanılmaktadır. *'Speak up, hot lines'* gibi değişik isimlerle tanımlanan etik sorun bildirim kanalları da günümüzde iş hayatının içerisinde yer almaktadır. Sims (1991) etiğin kurumsallaşmasının yönetiminde psikolojik sözleşme, örgütsel bağlılığın artırılması ve etik kurum kültürünün yaratılıp sürdürülmesinin teşvikinin de kullanılabileceğine vurgu yapmaktadır.

Ayrıca ödül ve yaptırımlar gibi güçlendirme mekanizmaları da bir etik kodun kurumsallaşması için gerekli şartlardan birisidir. Bu bağlamda ilaç sektöründe etiğin kurumsallaşmasında insan kaynakları yönetiminin rolünün araştırılması önemli ipuçları verebilir. Ayrıca personel işe alımı, terfi, atama ve işten çıkarmalarda liyakat ilkesinin gözetilmesi ile etik davranışların içselleştirilmesi ve iş süreçlerinin bir parçası haline getirilmesi arasındaki ilişki araştırılabilir.

Aycan (2001: 253) Türk toplum ve kurum kültürünün hem bireyselci batının hem de kolektivist doğunun kültürel değerlerinden etkilendiğini belirtmektedir. Türk ilaç sektörüne bakıldığında çok uluslu şirketler kadar yerli firmaların da pazarda yer aldığı görülmektedir. Bu araştırmada yabancı sermayeli firmalarda çalışanların, yerli firmalarda çalışanlara kıyasla etiğin doğrudan ve dolaylı kurumsallaşmasını daha yüksek algıladıkları belirlenmiştir. Dolayısıyla batı kültürü ile yönetilen firmalarda etiğin hem doğrudan hem de dolaylı yoldan daha iyi düzeyde kurumsallaştığı ortaya çıkmıştır. Nitekim Marta vd., (2013: 382) bireyselci ya da kolektivist kültürlerin etik davranışları ve etiğin kurumsallaşmasını etkileyebileceğine vurgu yapmaktadırlar. Etiğin kurumsallaşma yöntemleri ile ilgili bireyci ve kolektivist kültürlerde yapılan çalışmaların sonuçları çeşitlilik göstermektedir. Bu anlamda, farklı kültürlerde yapılan çalışmaların bulguları arasındaki farklılıklarının incelenmesi, etiğin kurumsallaştırılmasına ilişkin tavsiyeler geliştirmekte önemli olabilir. Etiğin iş süreçlerine ve karar mekanizmalarına sinmesine doğrudan ifade edilen resmi araçlar mı, yoksa uygulamada kendini gösteren dolaylı göstergeler mi daha çok yardımcı olmaktadır? Bu araçlar kültürlere, sektörlere veya demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir? sorularına yanıt arayan araştırmalar, etiğin kurumsallaşma başarısına katkı sağlayabilir.

Weber (1993: 419) etiğin kurumsallaşmasının; etik değerlerin bütün iş süreçlerine dahil edilerek, etiğin günlük iş hayatının bir parçası haline getirilmesi olduğunu ifade etmektedir. Etiğin kurumsallaşmasına yönelik araştırmalarda "işletmelerde yerleştirilmek istenen etik değerlerin bütün iş süreçlerine hakim olmasının sistematiği ne olmalıdır?'' sorusuna yanıt arandığı görülmektedir. Etiğin iş hayatının bir parçası haline getirilmesi etik iklim ve güçlü bir kurum kültürü yaratabilmekle ilintilidir. Etik değerlere bağlı ve tutarlı bir liderlik yaklaşımı da etiğin kurum kültürüne yerleşmesi sürecinin önemli bileşenidir. Dolayısıyla liderlerin odak noktasının aşırı kar hırsı değil insan olması gerekir. Bu bağlamda çalışanların liderlerini nasıl değerlendirdikleri ile etik davranışları benimseme arasındaki ilişkinin araştırılması etiğin kurumsallaşması literatürüne katkı sunabilir.

Etik Beyan

"İlaç Sektöründe Etiğin Kurumsallaşması: Satış Temsilcilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışmanın araştırma verileri 03.10.2019-13.12.2019 tarihleri arasında toplandığı için etik kurul izni alınmamıştır. Çalışmanın yazılması, yayınlanması süreçlerinde Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına riayet edilmiş ve çalışma için elde edilen verilerde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Çalışmadaki yazarlardan birincisinin katkısı %80, ikinci ve üçüncü yazarların katkısı %20'dir.

Çatışma Beyanı

Yapılan bu çalışma gerek bireysel gerekse kurumsal herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamıştır.

KAYNAKÇA

Akarsu, B. (1998). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Savaş Yayınları.

Akbaş, T. T. (2010). *Örgütsel Etik İklim, Kişi-Örgüt Uyumu, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık*

Davranışı İlişkisi; Görgül Bir Araştırma. *(Doktora Tezi)*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.

Akkoç, İ. (2008). *Organizasyon Yapısı ve Liderliğin Satış Gücü Performansı Üzerindeki Etkisi: İlaç Sektörü Örneği*. *(Doktora Tezi)*. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Kütahya.

Aksu, H. (2006). *İlaç Mümessillerinin İlaç Tanıtımında Kullandıkları Kişisel Satış Yöntemleri ve Etkileri: Sivas'ta Bir Uygulama*. *(Yüksek Lisans Tezi)*. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Sivas.

Alpar, R. (2011). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler* (3.baskı). Ankara: Detay yayıncılık.

Arslan M. ve Berkman Ü. (2009). *Dünya'da ve Türkiye'de İş Etiği ve Etik Yönetimi*. Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği Yayını, Haziran, Yayın No: TÜSİAD/T-2009-06-492.

Aycan, Z. (2001). Human Resource Management in Turkey-Current Issues and Future Challenges. *International Journal of Manpower*, 22 (3), 252-260.

Bozyiğit, S. ve Akkan, E. (2013). Kişisel Satışta Etik: Adana İlindeki Tıbbi Satış Temsilcilerinin Etik Tutumlarının İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28 (1), 49-79.

Brenner, S. N. (1992). Ethics Programs and Their Dimensions. *Journal of Business Ethics*, 11, (5/6) 391–399.

Carlson, D. S. ve Perrewe P. L. (1995). Institutionalization of Organizational Ethics Through Transformational Leadership. *Journal of Business Ethics*, 14 (10), October, 829-838.

Carroll, A. B. (1987). In Search of The Moral Manager. *Business Horizons*, 30 (2), 7-15.

Civaner, M. (2005a). Halkla İlişkilerin Yeni Boyutu: İlaç Şirketleri Biyoetiği Nasıl Kullanıyor? *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Ethics-Law and History*, 13 (2), 140-142.

Civaner, M. (2005b). İlaç Şirketlerinin Pazarlama Yöntemleri ve Hekimlere Etkileri. *Hekim Forumu*, Ocak- Mart, 12 (9), 1-6.

Civaner, M. (2006a). *Türkiye'de İlaç Şirketlerinin Kullandıkları Pazarlama Yöntemleri ve Hekimlerin Bu Konudaki Değerlendirmelerinin Etik Açıdan Sorgulanması*. *(Doktora Tezi)*. Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Deontoloji ve Tıp Tarihi Anabilim Dalı, Ankara.

Civaner, M. (2006b). İlaç Şirketlerinin Pazarlama Yöntemleri ve Hekimlere Etkileri. H. Hatemi, ve H. Doğan (Ed.), Medikal Etik 6, Tıp Uygulamalarındaki Yeni Gelişmeler ve Etik İkilemler içinde (ss.33-39), İstanbul: Ekin yayınevi.

Civaner, M. (2008). Tanıtım Kaynaklı Etik Sorunlara Yönelik Bir Öneri: Ulusal İlaç Bilgi Ağı. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 19 (3), 310-317.

Civaner, M. (2014). İlaç Şirketlerinin Pazarlama Yöntemleri. *Bulletin of Thoracic Surgery / Toraks Cerrahisi Bülteni*, 5 (1), 33-39.

Cleek, M. A. ve Leonard, S. L. (1998). Can Corporate Codes of Ethics Influence Behavior? *Journal of Business Ethics*, 17 (6), April, 619- 630.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları* (2.baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Daft, R. L. (1998). *Organization Theory and Design* (6th Edition). Ohio: South-Western Educational Publishing, USA.

Daft, R. L. (2008). *Organization Theory and Design* (10 th Edition). USA: South-Western Cengage Learning.

Deliorman, R. B. ve Kandemir, A. Ü. (2009). "Kamu Kurumu Niteliğinde Meslek Kuruluşları ve Etik, Yolsuzluğun Önlenmesi İçin Etik Projesi Akademik Araştırma Çalışması", http://etik.gov.tr/wp-content/uploads/2019/02/refikabakoglu-kamukurumuniteligindemeslekkuruluslariveetik.pdf, (05.06.2019).

Eren, M. (2012). Sağlık Biraz da Kirlenmiş Bir Alan Türkiye Sağlık Sektörü İçerisinde Mümessiller. *Çalışma ve Toplum Dergisi,* 1 (32), 187-218.

Fickweiler, F., Fickweiler, W. ve Urbach, E. (2017). Interactions Between Physicians and The Pharmaceutical Industry Generally and Sales Representatives Specifically and Their Association with Physicians Attitudes and Prescribing Habits: A Systematic Review. *BMJ, British Medical Journal Open*, 7 (9), 1-12.

Filizöz, B. (2011). Etik ve Etiğe İlişkin Temel Kavramlar, S. Zeyyat (Ed.), İşletme Etiği içinde (ss. 2-38), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, Nisan.

Foote, M. F. (2009). *Employee Learning and The Institutionalization of Ethics. (Doctoral Dissertation)*. University of Georgia, Athens, https://getd.libs.uga.edu/pdfs/foote_marianne_f_200908_phd.pdf, (06.04.2019).

Gök, S. (2009). Çalışma Yaşamında İş Etiği: Bir Alan Araştırması. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 57, 550-577.

İEİS (2017). İlaç Endüstrisi İşverenler Sendikası, "Türkiye İlaç Sektörü 2017 Raporu", s.20, http://ieis.org.tr/ieis/tr/sektorraporu2017/#23 (05.03.2019).

İlhan, S. (2005). İş Ahlakı: Kuramsal bir yaklaşım. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), 258-275.

Jose, A. ve Thibodeaux, M. S. (1999). Institutionalization of Ethics: The Perspective of Managers. *Journal of Business Ethics*, 22, 133–143.

Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

Kandemir, A.Ü. (2010). *The Influence of Institutionalization of Ethics on Job Satisfaction and Organizational Justice. (Yüksek Lisans Tezi)*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı.

Kandemir, A. Ü. (2012). Etiğin Kurumsallaşmasının İş Tatminine ve Örgütsel Adalete Olan Etkisi. *Yönetim Dergisi*, 71, 34-55.

Koonmee, K., Singhapakdi, A., Virakul B. ve Lee, D. J. (2010). Ethics Institutionalization, Quality of Work Life, and Employee Job-Related Outcomes: A Survey of Human Resource Managers in Thailand, *Journal of Business Research*, 63 (1), 20-26.

Kılınç, İ. ve Ağraş, S. (2010). İş Etiği, Ö, D. E. Özler (Ed.), Örgütsel Davranışta Güncel Konular içinde (ss.65-80), Eylül, Bursa: Ekin Basım Dağıtım.

Kulualp, H. G. ve Yiğit, M. (2019). Tıbbi Satış Mümessillerinin Etik Davranış Algılarının Belirlenmesi

Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (38), 261-278.

Lexchin, J. (1993), Lexchin, J. (1993). Interactions Between Physicians and The Pharmaceutical Industry: What Does The Literature Say? *CMAJ, Canadian Medical Association Journal*, 149 (10), 1401-1407.

Mahmutoğlu, A. (2009). Etik ve Ahlâk; Benzerlikler, Farklılıklar ve İlişkiler. *Türk İdare Dergisi*, 81, Haziran/Eylül, 225-249.

Marta, J. K. M., Singhapakdi, A., Lee, D. J., Sirgy, M. J., Koonmee, K. ve Virakul, B. (2013). Perceptions About Ethics Institutionalization and Quality of Work Life: Thai Versus American Marketing Managers. *Journal of Business Research*, 66 (3), 381-389.

Mert, M. (2016). *Yatay Kesit Veri Analizi Bilgisayar Uygulamaları,* Ankara: Detay yayıncılık.

Özyer, K. (2010). *Etik İklim ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmininin Düzenleyici Rolü. (Doktora Tezi)*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara.

Purcell, T. V. (1977). Institutionalization Ethics in to Top Management Decisions. *Public Relations Quarterly*, Summer, 15-20.

Robertson, D. C. ve Schlegelmikh, B. B. (1993). Corporate Institutionalization of Ethics in The United States and Great Britain. *Journal of Business Ethics*, 12 (4), 301-312.

Singh, J. B. (2011). Determinants of The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics: An Empirical Study. *Journal of Business Ethics*, 101 (3), 385-395.

Singhapakdi, A. ve Vitell, S. J., (2007). Institutionalization of Ethics and its Consequences: A Survey of Marketing Professionals. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35 (2), 284-294.

Singhapakdi, A., Sirgy, M. J., Lee, D. J. ve Vitell, S. J. (2010). The Effects of Ethics Institutionalization on Marketing Managers: The Mediating Role of Implicit Institutionalization and The Moderating Role of Socialization. *Journal of Macromarketing*, 30 (1), 77-92.

Sims, R. R., (1991). The Institutionalization of Organizational Ethics. *Journal of Business Ethics*, 10 (7), 493-506.

Thomson, A. N., Craig, B. J. ve Barham, P. M. (1994). Attitudes of General Practitioners in New Zealand to Pharmaceutical Representatives. *BMJ, British Journal of General Practice*, 44 (382), 220-223.

Torlak, Ö., Tiltay, M. A., Özkara, B. Y. ve Doğan, V. (2014). The Perception of Institutionalisation of Ethics and Quality of Work Life: The Perspective of Turkish Managers. *Social Business*, 4 (2), 169-180.

Trevino, L. K. ve Brown, M. E. (2004). Managing to be Ethical: Debunking Five Business Ethics Myths. *The Academy of Management Executive*, 18 (2), 69-81.

Ural A. ve Kılıç İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi (SPSS 10. 0- 12.0 for Windows*) (2. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.

Wager, E. (2003). How to Dance with Porcupines: Rules and Guidelines on Doctors' Relations With Drug Companies. *British Medical Journal*, 326 (7400), 1196-1198.

Weber, J. (1993). Institutionalizing Ethics into Business Organizations: A Model and Research Agenda. *Business Ethics Quarterly*, 3 (4), October, 419-436.

Valentine, S. ve Barnett, T. (2003). Ethics Code Awareness, Percieved Ethical Values and Organizational Commitment. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 23 (4), 359-367.

Valerio, A. M. ve Robert J. L. (2005). *Executive Coaching: A Guide for the HR Professional*, February .San Fransicso: John Wiley and Sons Inc.

Yağcı Küpeli, B. ve Kiper, N. (2016). Hekimler ve İlaç Endüstrisi. *Çukurova Medical Journal*, 41 (4), 777-781.

Yıldız, G. (2009). İş *Etiğinin Kurumsallaşmasında Örgüt Kültürünün Etkisi*. *(Yüksek lisans tezi)*. Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, İstanbul.

Yolal, M. (2016). *Turizm Araştırmalarında Örnekleme Bibliyometrik Bir Araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık- Akademik Kitaplar.