

Geliş Tarihi / Received : 06.11.2021 / 11.06.2021

Kabul Tarihi / Accepted : 22.12.2021 / 12.22.2021

Araştırma Makalesi - Research Article



ETİK KODLAR KÜLTÜRLERE GÖRE DEĞİŞİR Mİ? AMERİKA, ALMANYA VE JAPONYA'DAN ÖRNEKLER

DO ETHICS CODES VARY BY CULTURE? SAMPLES FROM AMERICA, GERMANY AND JAPAN


Erman KILINÇ^a

ÖZ: Bu çalışmanın amacı, örgütlerdeki etik kodların/davranış rehberlerinin farklı kültürlerde değişip değişmediğini; eğer değişiyorsa bunun ne şekilde gerçekleştiğini belirlemektir. Araştırma kapsamında Amerika, Almanya ve Japonya'da yer alan dünyanın önde gelen şirketleri incelenmiştir. Söz konusu şirketler incelenirken Fortune 500 Global-2021 listesinden yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Amerika'dan Amazon ve Walmart; Almanya'dan Volkswagen ve Siemens GT ve Japonya'dan Toyota Motor Company ve Sony oluşturmaktadır. Araştırmanın yöntem bölümünde, şirketlerin resmî açıklamalarından ve yayımladıkları etik kodlar/davranış rehberlerinden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre merkezleri üç farklı kıtada konumlanmış küresel örgütlere ait etik kodların birbirlerinden belirgin bir şekilde ayrılmamaktadır. Bu durumun örgütlerin hem küresel ölçekte faaliyet göstermelerinden hem de evrensel davranış ve etik normlarını benimsemelerinden kaynaklandığı düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler : Etik Kod, Davranış Rehberi, Fortune Küresel 500.

ABSTRACT: The aim of this study is to determine whether if ethical codes/behavioral guidelines change among different cultures and if it is so how it happens. Within the scope of the research, the world's leading companies in America, Germany and Japan were examined. The Fortune 500 Global-2021 list was used when examining the companies in research. The sample of the research is Amazon and Walmart from the USA; Volkswagen and Siemens GT from Germany and Toyota Motor Company and Sony from Japan. In the methodology section, the datas including ethical codes or behavior guidelines obtained from the official statements of the companies were analyzed. According to the findings, it has seen that the ethical codes of global organizations located in three different continents do not differ significantly from each other. It is thought that this situation arises from the fact that organizations operate on a global scale and that they adopt universal behavior and ethical norms.

Keywords: Ethical Codes, Behavioral Guide, Fortune Global 500.

^a  0000-0001-7065-5916, Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Ulukışla Meslek Yüksekokulu, ermankilinc@ohu.edu.tr

1. GİRİŞ

Örgütler, sahip oldukları özgün değerlerle birbirlerinden ayrılmaktadır. Aynı bölgede, aynı sektörde, aynı tarihsel geçmişe sahip olsalar bile örgütlerin iş yaşamına bakışları çoğu zaman birbiriyle örtüşmemekte ve çeşitlilik arz etmektedir. Bu durum, örgütlerin faaliyet gösterdiği hemen her alanda ve yaklaşımda kendini göstermektedir. Bu yaklaşımlardan biri de örgütlerin iç ve dış çevrelerine karşı yükledikleri taahhütler anlamına gelen “etik kodlar”dır. Farklı coğrafyalarda yer alan örgütlerin sahip olduğu farklı kültürel değerler dikkate alındığında söz konusu çeşitliliğin artması muhtemeldir.

Yeni yönetim yaklaşımlarının ortaya çıktığı modern dünya düzeninde; bireylerin bilinç düzeylerindeki artış, örgütlerde yaşanan ahlaki problemler -özellikle çok uluslu işletmelerde ortaya çıkan bireyler arası saygı ve hoşgörü ihtiyacı- örgütlerde etik konusunun daha fazla öne çıkmasına yol açmıştır. Bu doğrultuda, çalışanlarının bireysel haklarını göz önünde bulunduran işletmeler, diğerlerine nazaran önemli kazanımlar elde edecektir. Etik konular örgütlerde yazılı ya da sözlü (Sarıışık vd., 2006: 22) olarak ele alınmakta ve örgütlerin etik konulardaki resmi tutumlarını yansıtmaktadır.

Etik değerlere sahip olmayan ya da etik değerleri özümsememiş örgütler; kendilerine ve çevrelerine büyük zararlar verebilmektedir. Gerçeęe aykırı fiil ve beyanlarda bulunarak küresel ölçekte prestij kaybı yaşayan örgütlerden bazıları şöyledir: İmar Bankası, Enron, Volkswagen, Siemens, Mercedes (Karaoğlu ve Saruhan, 2018: 108), Arthur Andersen, Cerox ve Tyco. Bahsi geçen örgütlerde ortaya çıkan etik skandallar; örgütlerin yüklü tazminatlar ödemesine, borsa hisselerinde çöküşler yaşanmasına, itibarlarını yitirmelerine ve iflas ederek binlerce insanın işsiz kalmasına yol açmıştır. Bu durum, etik kodların sadece bir prosedür olarak ele alınmasının örgütlerde açtığı onulmaz yaraları göstermekte ve etik kodları benimsemenin önemine işaret etmektedir.

Örgütler, etik kodlar vasıtasıyla söz konusu etik dışı davranışlardan ve onun yıkıcı etkilerinden kaçınmayı amaçlamaktadır. Etik kodlar; çalışanların kabul edilebilir tutum ve davranışları için asgari sınırlarını belirlemekte, bu sınırları yazılı hale getirmekte ve belirli standartlara bağlamaktadır. Ek olarak örgütler, belirledikleri etik kodları kamuoyuna duyurarak örgütün sahip olduğu değerleri, ilkeleri ve davranış standartlarını dış çevreye ilan etmektedir (Pater ve Gils, 2003: 762-764).

Çalışmanın ilk bölümünde etik, ahlak ve etik kod kavramlarına yer verilecektir. İkinci bölümde, araştırmanın örneklemini oluşturan Amerika, Almanya ve Japonya'da yer alan ve Fortune Global 500-2021 listesine girmiş bazı örgütlerin yayımladığı etik kodlar/davranış rehberleri incelenecektir. Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise söz konusu ülkelerde yer alan örgütlerin etik konulara yaklaşımları karşılaştırılacaktır.

Bu çalışmada, örgütlerde giderek yaygınlaşan etik kod kavramına alışlagelmişten farklı bir bakış açısıyla yaklaşılmıştır. Bu kapsamda, etik kodların önde gelen küresel şirketler bazında üst yönetim açıklamaları ve manifestoları incelenmiştir. Çalışmanın, etik kod ile ilgili farklı kültürlerden örnekleri sentezlemesi bakımından orijinal olduğu düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Etik

Etik kavramı, Yunanca “etos” sözcüğünden türetilmiştir ve anlam olarak “karakter ve davranış” ifade etmektedir. Günümüzde etik, pek çok alanda yaygın olarak kullanılmakta ve felsefenin ahlaki değerleri inceleyen bir bilim dalı olarak öne çıkmaktadır (Özdemir, 2008: 182). Etik, toplumun her alanında yaygın olarak kullanılan ve sıklıkla “ahlâk” ile karıştırılan bir kavramdır. Etik, daha çok genel inançlar, tavırlar veya alışlagelmiş davranışlara yön veren kurallarla ilgilidir ve evrensel niteliktedir. Ahlak ise yerel nitelikte ve sosyal, kültürel ve ekonomik şartlara göre toplumlar arasında değişebilmektedir (Mahmutoğlu, 2009: 227). Başka bir ifadeyle etik, sonuçları diğer insanları etkileyebilecek eylemleri; ahlak ise daha çok bireylerin kendilerini ilgilendiren kurallar kümesini ifade etmektedir.

Etik, insanların bir arada uyumlu bir şekilde yaşamalarına olanak sağlayan ve ahlaki eylem ve kuralların dayandıkları temelleri araştırılan bir disiplindir (Usta, 2011: 40). McNamara'ya (2005) göre etik, neyin doğru ve neyin yanlış olduğunu öğrendikten sonra doğru olanı yapmaktır. Pieper'a (2009:

16-18) göre ise etik, bir pusulaya benzemekte ve doğruyu bulmamıza yarayan bir yön gösterici görevini üstlenmektedir. Yazara göre etiğin başlıca amacı, insan davranışlarının ahlaki temellere dayandırmak ve bu davranışların keyfili olmaksızın tüm bireyler tarafından yerine getirilmesini sağlamaktır. Burada etiğin dayandığı temel nokta “iyi niyet”tir. Sonuç olarak etik, iyi işler yapmak ve iyi bir yaşam sürebilmek üzere ihtiyaç duyulan kurallar bütünüdür (Lynch ve Lynch, 2009: 6).

Bazı araştırmacılar, çok sayıda bileşeni içeren etik kavramını belirli gruplar altında toplayarak tüm toplumların kabul edeceği evrensel standartlar oluşturmaya çalışmıştır. Schwartz (2002: 29-30); çalışanlar, örgütsel kodlar, evrensel etik kodlar ve işletme etik literatürü kaynaklarını derleyerek evrensel etik standartlarını altı başlıkta toplamıştır:

1. Güvenilirlik
2. Saygı
3. Sorumluluk
4. Adalet
5. Önemseme
6. Vatandaşlık

Evrensel etik standartlarının örgütlerdeki en önemli yürütücülerinden biri, bu standartları benimsemiş olan liderdir. Bu kapsamda, etik liderlerin örgütün iç ve dış çevresine karşı etik konularda önemli sorumlulukları vardır. Etik lider, öncelikle kendi davranış ve yaklaşımlarıyla örnek bir profil çizmeli ve örgütsel iklimde etiğin yer etmesine katkı sağlamalıdır.

2.2. Etik Liderlik

Örgütlerde etik ilkelerin uygulanmasını temin eden ve kendi davranışlarıyla buna öncülük eden kişi, etik liderdir. Düger'e (2020: 708) göre etik lider, çalışanların refahını önemseyen, fedakâr, dürüst, güvenilir olan ve ilkeli kararlar veren yöneticilerdir. Etik lider, adaletli ve dürüst davranışlarıyla astlarını hem eğitmekte hem de onları çeşitli manevi açılardan destekleyerek güçlendirmektedir. Etik lider aynı zamanda çalışanların kendi sorumluluklarını üstlenmeleri konusunda onlara özgürlük tanımakta ve bu sayede işlerin daha verimli yürütülmesini sağlamaktadır (Özsungur ve Karadal, 2020: 33). Biçer'e (2020: 300) göre, liderin etik davranışlar sergilemesi yapıcı liderlik; etik dışı davranışlar sergilemesi ise yıkıcı liderlik olarak kabul edilmelidir. Mathieu'ya (2014: 83) göre bencil, etkisiz ve etik dışı davranışlar sergilemek yıkıcı liderlikle bağdaşmakta ve bu davranışlar bireysel performansın azalmasına, psikolojik stres seviyesinin yükselmesine, iş tatmini ve örgütsel bağlılığın azalmasına ve iş-aile çatışmalarına yol açmaktadır.

Özellikle son yıllarda üzerinde sıklıkla çalışılan etik liderliğin örgütlerdeki olumlu yansımaları hayli fazladır. Literatür taramalarında etik liderlerin örgütlerin hedeflerine ulaşmasında son derece kritik roller üstlendiği tespit edilmiştir. Bunlardan bazıları etik liderliğin örgütsel bağlılığı artırdığı (Ahmad ve Gao, 2018: 1999), yenilikçi davranışları güçlendirdiği (Dhar, 2016 :139), bireysel üretkenliği artırdığı (Mayer vd., 2009: 11) ve lider-üye etkileşim teorisi (LMX) kapsamında bireylerdeki iş tatmini düzeylerini yükselttiğidir (Liao vd., 2017: 2353-2354).

Günümüz rekabet koşulları dikkate alındığında örgütlerin en değerli kaynağı olan insan kaynaklarını en iyi şekilde değerlendirmek artık bir tercihten ziyade zorunluluk halini almıştır. Bu kapsamda insan kaynaklarını ve çoğu zaman kısıtlı olan diğer kaynakları en değerli şekilde işlemek örgütlere sürdürülebilir rekabet konusunda belirgin avantajlar sağlayacaktır.

2.3 Etik Kodlar

Etik kodlar; örgütlerin iş yapma biçimlerini, paydaşlarıyla olan ilişkilerini, çevreye saygı faaliyetlerini, yasal düzenlemelere uyum sağlamalarını kolaylaştırmaktadır. Etik kodların bir başka önemi ise çalışanlar için kılavuz niteliğinde olmasıdır. Etik kodlar sayesinde çalışanlar zaman zaman karşılaştıkları etik ikilemlerden kurtulmaktadır. Zira etik kodlar, çalışanlara etik davranışlar sergilemeleri konusunda rehberlik etmekte ve onların örgütlerinin benimseyeceği davranışlar sergilemeleri için bir dayanak oluşturmaktadır (Schwartz, 2004: 323). Ross'a (2004: 527) göre etik kodlar, örgütlere sınıflandırma, tahminleme, kavramları açıklama ve verileri değerlendirme gibi faaliyetlerde etik bakış açıları kazandırmaktadır.

Etik kodlar, şirket yönetiminde söz sahibi olanların ahlak ve değerlerini kurum kültürünün bir parçası olacak şekilde kurumsallaştırma ve yeni çalışanların örgüt kültürü içinde sosyalleşmesine yardımcı olma girişimleri olarak da görülmektedir (Weiss, 1994). Stevens'a (1994: 68) göre etik kodlar, çalışanlar tarafından birer örgütsel mesaj olarak kabul edilmeli ve söz konusu mesajların doğru adrese gidip gitmediğini belirlemek üzere aşağıdaki sorular sorulmalıdır:

- Etik kodlar örgüt için yararlı mı?
- Etik kodlar çalışanlara anlamlı şekilde iletiliyor mu?
- Çalışanlar, kuruluşlarının etik kodları hakkında yeterli bilince sahip mi?
- Çalışanlar, etik kodların sahip olduğu yol gösterici ilkeleri benimsiyor mu?

Bektaş'a (2008: 5) göre etik kodlar, bir işe yönelik standartların ve kabul edilebilir davranışların belirlenmesine yarayan bir dizi sistematik tanımlama çabalarıdır. Lewis ve Gilman'a (2005) göre etik kodlar, yalnızca bir bireylerin sergilemesi gereken asgari ölçütleri değil, bir olay karşısında sergilenmesi gereken en yüce davranışları da içermelidir. Kapsamı her ne olursa olsun etik kod bilincinin örgütlerde oluşması ve sürekli geliştirilmesi kısa, orta ve özellikle uzun vadede örgütlere büyük avantajlar sağlayacaktır.

Çalışanların etik davranışlar sergilemeleri hususunda örgütsel iklimi iyileştirmeye dönük bir girişim olan etik kodlar (Shaw ve Barry, 1995), günümüzde aralarında spor otoritelerinin, siyasi partilerin, meslek örgütlerinin ve işletmelerin olduğu pek çok kurum ve kuruluşta gözlenmektedir. Söz konusu örgütler, kendi belirledikleri etik ölçütleri topluma ilan ederek bir çeşit toplumsal sözleşmeye imza atmaktadır.

Uluslararası ölçekte gerçekleştirilen çalışmalar, etik kodların dünya genelindeki yaygınlığının ülkelere göre farklılaştığını göstermektedir. Büyük şirketler üzerinde yapılan bir araştırmaya göre etik kodlar; Amerika Birleşik Devletleri'nde %90, Kanada'da %86, İngiltere'de %57, Almanya'da %51 ve Fransa'da %30 oranında gözlenmekte ve bu rakamlar her geçen yıl artmaktadır (Pater ve Gils, 2003: 763-764).

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın örneklemini küresel ekonomiye yön veren; Amerika, Almanya ve Japonya'da faaliyet gösteren ve Fortune Global 500-2021 listesinde yer alan örgütlerden altısı oluşturmaktadır. Fortune Global 500, her yıl dünyanın en büyük şirketlerinin sıralandığı bir listedir ve bu nedenle araştırmanın örneklemini olarak seçilmiştir. Söz konusu listeyi farklı örgütsel ölçütlere göre filtrelemek mümkündür. Ülkeler bazında işletme sayıları filtrelendiğinde, toplam 135 şirket ile ilk sırada yer alan Çin'i 122 şirket ile ABD ve 53 şirket ile Japonya'nın takip ettiği görülmektedir. Avrupalı ülkeler arasında ise en yüksek sayı 27 ile Almanya'ya, 26 ile Fransa'ya, 22 ile Birleşik Krallık'a ve 11 ile Hollanda'ya aittir (Wikipedia, 2021). Bu verilere bakılarak, farklı kıtalarda yer alması, farklı kùltürlere sahip olması ve dünyanın önde gelen sanayileşmiş ülkelerinden olması sebebiyle Amerika, Almanya ve Japonya'nın örneklem olarak seçilmesine karar verilmiştir.

Bu çalışmada gerçekleştirilecek nitel analizler, ilgili şirketlerin resmî sayfalarında yer alan açıklamalarına ve etik kod/davranış rehberlerine dayanmaktadır. Verilerin bu şekilde elde edilmesinin sebebi, ilk ağızdan ve en güvenilir veriler olarak değerlendirilmeleridir. Genellikle CEO (chef executive officer) düzeyinde yapılan açıklamalara ek olarak şirketlerin yayımladığı diğer dokümanlar, gerek başlıklar gerekse alt başlıklar düzeyinde, ele alınacak ve birbirleriyle karşılaştırılacaktır.

4. BULGULAR

4.1. Amerikan Örgütler

Bu kısımda Amerika Birleşik Devletleri'nin önde gelen şirketlerinden Walmart ve Amazon incelenecektir. Walmart'a göre müşterilerin, toplulukların, iş arkadaşlarının ve iş ortaklarının güveni şirketin rekabetçi avantajını oluşturmaktadır. Şirkete göre ayrıca, davranışların sürekli gözden geçirildiği ve dürüstlük hususunda ilham veren bir kültürün oluşturulması son derece önemlidir.

Şirketin kurucusu Sam Walton'a göre Walmart, her dönemde geçerliliğini koruyan dört temel üzerine inşa edilmiştir: "saygı, hizmet, mükemmellik ve dürüstlük" (Walmart, 2021).

Amazon şirketine göre çalışanlar görevlerini yerine getirirken her zaman yasalara, etik değerlere ve şirket çıkarlarına uygun bir şekilde hareket etmelidir. Şirketin sahip olduğu iş ahlakı ve etik kurallar, çalışanlar için temel yol gösterici konumunda olan temel ilkeleri ortaya koymaktadır. Çalışanlar aynı zamanda, yönergelerde yer alan şüpheli uyumsuzlukları şirketin hukuk departmanına bildirmekle yükümlüdür. Şirketin sahip olduğu diğer kurallar ise şöyledir (Amazon, 2021):

- İstihdamın her alanında bireylere eşit fırsat sağlanır, yasa dışı ayrımcılığa ve tacize müsamaha gösterilmez.
- Çalışma alanları temiz, güvenli ve sağlıklı olmalıdır. Şiddet ve tehdit edici davranışlara izin verilmez.
- Çalışanlar hiçbir şekilde fiyat, indirimler ve iş koşulları hakkında rakiplerle tartışmaya giremez.
- Rüşvet ve yolsuzluk yasaktır.
- Şirket defterleri, kayıtları, hesapları ve mali tabloları kurallara uygun şekilde tutulmalıdır.
- Çalışanlar davranış kuralları ile ilgili tereddütler yaşadığında şirketten yardım istemelidir.
- Yönetim kurulu, şirket adına verdikleri hizmetlerle ilgili olarak ortaya çıkan her türlü çıkar çatışmasında ilgili yasa, kural ve düzenlemelere uygun olarak hareket etmelidir.

4.2. Alman Örgütler

Bu kısımda Volkswagen ve Siemens Government Technologies şirketleri incelenecektir. Volkswagen şirketi, çalışanlarından yasal gerekliliklere, şirket içi politikalara ve içsel değerlere bağlılık göstermelerini beklemektedir. Volkswagen'e göre bir şirket ancak dürüstlük içinde hareket ederse, dünya çapında yasal hükümlere uyarsa, gönüllü taahhütlerine ve etik ilkelerine bağlı kalırsa sürdürülebilir başarıyı elde edebilir.

Davranış kuralları (code of conducts), Volkswagen grubundaki tüm çalışanlar için ortak terimler içeren bir yönergeler dizisidir. Bu kurallar, mevcut kural ve düzenlemelere uyulmasına yardımcı olmakta ve günlük faaliyetlerde karşılaşılan karar alma ikilemelerinde çalışanlara rehberlik etmektedir. Firmanın sahip olduğu etik kodların odak noktası, her bir çalışanın etik davranış kurallarına uyma sorumluluğunu üstlenmesidir.

Volkswagen davranış rehberi; ağırbaşlılık ve uyuma dair taahhütleri, sorumlulukları, topluma karşı sorumlulukları, iş ortaklarına karşı sorumlulukları, iş yerindeki sorumlulukları ve desteği içermektedir. Volkswagen'in davranış kodları rehberinin 5'inci bölümde yer alan firmanın iş yeri sorumlulukları başlıkları şöyledir (Volkswagen, 2021):

- İnsan hakları,
- Eşit fırsat ve eşit davranış,
- Ürün uyumluluğu ve güvenliği,
- Çevresel koruma,
- Bağış, sponsorluk ve hayırseverlik faaliyetleri,
- İletişim ve pazarlama,
- Politik lobcilik.

Fortune Global 500 listesinde yer alan diğer şirket ise Siemens'tir. Siemens Government Technologies'in CEO'su Tina Dolph, operasyonları en yüksek iş ahlakı ve etik standartlarda yürütmeyi taahhüt ettiklerini açıklamaktadır. Ceo ayrıca, müşterilerine karşı güven pozisyonuna sahip olduklarını ve sorumluluklarının bilincinde olduklarını ifade etmektedir. Dolph; çalışan güvenliği, müşteri memnuniyeti ve paydaşlara karşı sorumlulukları olduğunu ve bu sorumlulukları yerine getirirken iki önemli değeri benimsediklerini öne sürmektedir: "dürüstlük ve doğruluk" (Dolph, t.y.). Şirketin etik kodlar ve işletme davranış rehberinde yer alan diğer başlıklar ise şöyledir (Siemens, 2021):

- İş yeri güvenliği ve çevresel sorumluluklar.
- İnsanlara saygı ve ayrımcılığa karşı duruş.
- Yasalara uyum.
- Mali kayıtlar.

- Kaliteye bağlılık.
- Şirketin itibarına karşı sorumluluk.
- Uluslararası yasalara ve ticaret hükümleri uygunluk.
- Çıkar çatışmaları.
- Adil rekabet ve antitröst yasaları.
- Hediye, eğlence ve ağırlamalar.
- Siyasi katkılar, bağışlar ve sponsorluklar.
- Şirket çıkarlarının korunması.
- Veri güvenliği ve verilerin korunması.
- Kara para aklamaya karşıtlık.
- Tedarikçilerle işbirliği.

4.3. Japon Örgütler

Bu kısımda Toyota Motor Company ve Sony şirketleri incelenecektir. Japonya'da kurulmuş ve dünyanın önde gelen motor şirketlerinden biri, Toyota'dır. Şirket; temel felsefesini, vizyonunu, rehberlik edici prensipleri, davranış kurallarını ve Toyota küresel vizyonunu yayımlayarak örgütsel ilke, taahhüt ve çalışanlardan beklentilerine açıklık getirmektedir. Toyota, çalışanlarının uymasını beklediği davranışları "Toyota Yolu 2020" adlı davranış kuralları rehberinde bir araya getirmiştir. Söz konusu rehberde Toyota'nın temel ilkeleri şöyledir (Toyota, 2020):

- Empati kurma.
- Dürüstlük ve ağırbaşlılık içinde çalışma.
- Sürekli merak etme.
- En ince ayrıntısına kadar gözleme.
- Her zaman daha iyisini hedefleme.
- Gelişmek için sürekli araştırma.
- Büyüme için öncelikleri belirleme.
- Rekabeti destekleme.
- İnsanlara saygı duyma.
- İnsanlara (müşteriler, üyeler, iş ortakları, paydaşlar ve topluluklar) teşekkür etme.

Japonya'nın önde gelen teknoloji devlerinden diğeri ise Sony'dir. Şirket, 2021 yılında üçüncü kez dünyanın en etik işletmeleri listesine girmeye hak kazanmıştır. Sony'nin en çok önem verdiği iki konu; dürüstlük ve samimiyettir. Şirket aynı zamanda çalışanlarının değer üretmelerini desteklemekte ve Sony grup şirketlerinde görev yapan tüm personelin şirket müşterilerine karşı etik açıdan sorumlu bir şekilde yaklaşmalarını ve Sony markası için güven oluşturmalarını önemsemektedir. Şirket aynı zamanda yasalara uymak, riskleri yönetmek, etik ve sorumlu iş yönetimi sağlamak amaçlarını da gütmektedir.

Bu araştırma sonucunda karşılaşılan en kapsamlı rehber Sony şirketine aittir. Yaklaşık 200 sayfalık "Sürdürülebilirlik Raporu"nda kurumsal yönetim, etik ve uygunluk, insan haklarına saygı, teknoloji, çalışanlar, tedarik zincirine karşı yükümlülükler, kalite ve müşteri servisleri, çevre, toplumsal katılım, veri seçimi ve Global Reporting Initiative (GRI) standartları yer almaktadır.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Örgütler, içinde buldukları toplumların değerlerini yansıtmakta ve bu durum çoğu kùltürde farklılık göstermektedir. Aynı örgüt içinde çalışan bireylerde bile bu farklılıklar gözlenebilmektedir. Nitekim Geert Hofstede (1991), Kùltürel Boyutlar Teorisi'nin temellerini oluşturan araştırmasında, bireylerin aynı şirkette (IBM) çalışmalarına rağmen farklı değerlere sahip olabildiklerini ifade etmiştir. Konuyla yakından alakalı diğer teori ise etik teorilerin dört bileşeninden biri olan *erdem etiğidir*. Bu etik türünde, benzer şartlar altında aynı ahlaki eylemleri gerçekleştiren bireylerin davranışları ele alınmakta ve bu davranış şeklinin yaygınlaşması neticesinde toplumsal iyiliğin ortaya çıkacağı öne sürülmektedir. Erdem Etiđi Teorisi'nde yalnızca haklılık veya haksızlık değil, aynı zamanda karakteristik ve davranışsal yaklaşımlar da ele alınmaktadır (BBC, t.y.).

Araştırma kapsamında; Amerika Birleşik Devletleri, Almanya ve Japonya’da yer alan ikiye şirketin etik kodları/davranış rehberleri ve şirket yöneticilerinin açıklamaları incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, söz konusu altı şirketin yayımladığı etik davranış rehberlerinin hemen hepsinde şu başlıklara yer verildiği görülmüştür:

- İnsan hakları,
- Çevreye saygı,
- Yasalara uyum,
- Çalışma koşulları ve iş yeri güvenliği,
- Mali kurallara uygunluk,
- Hukuksal kurallara uygunluk,
- Rüşvet ve yolsuzluğa karşı olma,
- Sosyal sorumluluk projeleri, sponsorluklar ve bağışlar,
- Veri güvenliği.

Yukarıda ifade edilen bilgilere göre, söz konusu şirketler kültürel açıdan birbirlerinden belirgin bir biçimde ayrılmamaktadır. Buna göre, farklı kültürel değerlere sahip olan küresel şirketler birbirlerine çok yakın evrensel değerleri benimsemiş ve bunları örgüt politikalarına dönüştürmüştür. Bu durumun oluşmasında şirketlerin uluslararası ölçekte faaliyet göstermeleri ve pek çok milliyetten çalışmanı kapsayacak ortak evrensel değerleri benimsemeleri etkili olmuş olabilir.

Öte yandan, araştırma kapsamında yer alan şirketlerin farklı dönemlerde beyan ettikleri ilkelere aykırı olan bazı davranışlara karıştıkları gözlenmiştir (ör. Toyota ve VW emisyon skandalları, Siemens ve Walmart rüşvet skandalları, Amazon çalışanlarının kötü çalışma koşulları, Sony Pictures’a yapılan hacker saldırısı sonrası çalışan ve ailelerine ait kişisel bilgilerin sızdırılması). Bu kapsamda, örgütlerin yayımladığı etik kodların bir formalite icabı değil; bir gereklilikten ortaya çıktığı unutulmamalıdır. Etik kodların toplumlar tarafından inandırıcı ve sürdürülebilir olabilmesi için öncelikle şirketlerin üst yönetimleri tarafından benimsenmesi ve gerekliliklerin yerine getirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın sınırlı coğrafyalarda yer alan sınırlı sayıda işletmeyi ele alması bir kısıtlılıktır. Ayrıca, araştırmanın verileri elde edilirken sınırlı sayıda belgeden yararlanılması da bir kısıtlılıktır. Bundan sonraki çalışmaların daha fazla sayıda, daha küçük ölçekli ve daha geniş coğrafyalarda yer alan örgütleri analiz etmesi bulguların daha verimli ve ayırt edici olmasına katkı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Ahmad, I. & Gao, Y. (2018). Ethical leadership and work engagement: The roles of psychological empowerment and power distance orientation. *Management Decision*, 56(9), 1991-2005.
- Amazon (2021). *Code of Business Conduct and Ethics* Erişim 9 Ağustos 2021, <https://ir.aboutamazon.com/corporate-governance/documents-and-charters/code-of-business-conduct-and-ethics/default.aspx>
- BBC (t.y.). Virtue ethics, Erişim 21.12.2021, <https://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/virtue.shtml>
- Bektaş, Ç. (2008). Etik kodların otel endüstrisine katkıları ve bir alan araştırması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
- Biçer, C. (2020). Destructive leadership: “Boss from hell”, how not to be one? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 295-308.
- Dhar, R.L. (2016). Ethical leadership and its impact on service innovative behavior: The role of LMX and job autonomy. *Tourism Management*, 57, 139-148.
- Düger, Y.S. (2020). Etik liderlik ve çalışanların yenilikçi davranışı: Lider-üye etkileşimi ve duygusal zekânın düzenleyici aracılık modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(3), 706-725.
- Fortune (2021). Fortune 500 List. Erişim 6 Ekim 2021, <https://fortune.com/fortune500/>
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. New York: McGraw Hill.
- Karaoğlu, A.O. & Saruhan, Ş.C. (2018). Etik kodların vekâlet maliyetleri üzerindeki etkisi ile ilgili bir araştırma. *Öneri Dergisi*, 13(50), 106-137.

- Lewis, C.W. & S.G. Gilman (2005). *The ethics challenge in public service: A problem-solving guide*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Liao, S.H., Chen, C.C. & Hu, D.C. (2018). The role of knowledge sharing and LMX to enhance employee creativity in theme park work team: A case study of Taiwan. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(5), 2343-2359.
- Lynch, T.D. & Lynch, C.E. (2009). Democratic morality: Back to the future. In *Ethics and integrity in public administration: Concepts and cases* (pp. 5-25). United Kingdom: Routledge.
- Mahmutoğlu, A. (2009). Etik ve ahlak; benzerlikler, farklılıklar ve ilişkiler. *Türk İdare Dergisi*, 81, 225-249.
- Mathieu, C., Neumann, C.S., Hare, R.D. & Babiak, P. (2014). A dark side of leadership: Corporate psychopathy and its influence on employee well-being and job satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 59, 83-88.
- Mayer, D.M., Kuenzi, M., Greenbaum, R., Bardes, M. & Salvador, R.B. (2009). How low does ethical leadership flow? Test of a trickle-down model. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(1), 1-13.
- McNamara, C. (2005). Complete guide to ethics management: An ethics toolkit for managers, Erişim 4 Eylül 2021, <https://managementhelp.org/businessethics/ethics-guide.htm>
- Özdemir, M. (2008). Kamu yönetiminde etik. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(7), 179-195.
- Özsungur, F. & Karadal, H. (2020). Etik liderlik, iç girişimcilik ve hizmet inovasyon davranışı: İşe bağlılığın aracılık rolü. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 9(1), 30-54.
- Pater, A. & Van Gils, A. (2003). Stimulating ethical decision-making in a business context: Effects of ethical and professional codes. *European Management Journal*, 21(6), 762-772.
- Pieper, A. (2009). *Etiğe giriş* (Veysel Atayman ve Gönül Sezer, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ross, G.F. (2004). Ethics, trust and expectations regarding the treatment of disabled staff within a tourism/hospitality industry context, *Hospitality Management*, 23(5): 523-544.
- Sarıışık, M., Akova, O. & Çontu, M. (2006). Otel yöneticilerinin etik politika ve yöntemlere yaklaşımları üzerine ampirik bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 22-34.
- Schwartz, M.S. (2002). A code of ethics for corporate code of ethics. *Journal of Business Ethics*, 41(1), 27-43.
- Schwartz, M.S. (2004). Effective corporate code of ethics: Perceptions of code users. *Journal of Business Ethics*, 55, 323-343.
- Shaw, W.H. & V. Barry (1995). *Moral issues in business* (6th ed.). Belmont: Wadsworth.
- Siemens (2021). *Code of Ethics and Business Conduct*. Erişim 25 Eylül 2021, <https://www.siemensgovt.com/assets/documents/SGT-Code-of-Conduct.pdf>
- Sony (2021). *Sustainability Reporting*. Erişim 1 Haziran, 2021, https://www.sony.com/en/SonyInfo/csr_report/compliance/
- Stevens, B. (1994). An analysis of corporate ethical code studies: Where do we go from here?. *Journal of Business Ethics*, 13, 63-69.
- Toyota (2020). *Toyota Way 2020/Toyota Code of Conduct*. Erişim 12 Temmuz 2021, https://global.toyota/en/company/vision-and-philosophy/toyotaway_code-of-conduct/
- Usta, A. (2011). Kuramdan uygulamaya kamu yönetiminde etik ve ahlâk. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 39-50.
- Walmart (2021). *Our Values and Our Code*. Erişim 11 Ağustos, 2021, https://www.walmartethics.com/content/walmartethics/en_us/code-of-conduct.html
- Weiss, J. W. (1994). *Business ethics: A managerial, stakeholder approach*. Belmont: Wadsworth.
- Wikipedia (2021). *Fortune Global 500 of 2021 (Breakdown By Country)*. Erişim 13 Eylül 2021, https://en.wikipedia.org/wiki/Fortune_Global_500#Fortune_global_500_of_2021
- Volkswagen (2021). *Volkswagen Group, Code of Conduct*. Erişim 19 Eylül 2021, https://www.volkswagenag.com/presence/konzern/compliance-und-risikomanagement/compliance/Code_of_Conduct_Group_En.pdf