

TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN EN BÜYÜK 500 İŞLETME'DE ETİK KODLARI ARAŞTIRMASI

Arzu ÜLGEN AYDINLIK¹, Dilek DÖNMEZ²

¹İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yardımcı Doçent Dr

²Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Gökçeada M.Y.O., Araştırma Görevlisi

CODES OF ETHICS SURVEY IN TOP 500 FIRM IN TURKEY

Abstract: The purpose of the study is to examine and describe the use of codes of ethics in the top 500 companies operating in the Turkish corporate sector in 2005, listed by Istanbul Industry Chamber (ISO) based on annual turnover. This paper reports on the responses of those companies that possessed a code of ethics. The same survey was applied in Australia, Canada and Sweden and the same instrument was applied in Turkey. There are 137 responses from Turkey. Findings show that there are small portion of those firms have an ethic code and the ones with the ethic code is mostly from holdings. On the other hand, approximately half of the firms with the ethic code develop their code in 2006 and the ones without the code have a desire to develop their ethic code in the near future.

Keywords: Ethic Codes, Top 500 Firms, Turkey

I. GİRİŞ

Günümüzde etik konusu, işletmecilik dünyasının en önemli konuları arasında yer almaktadır [1]. İşletmeler örgüt içinde ve dışında iş etiği bakış açısını yaymak için etik değerlerini geliştirmektedir. Etik değerler, önemli ahlaki konular karşısında benimsenecek tutumları belirlerken, farklı iş uygulamalarının yönetiminde de yol gösterici olur [2].

Etik kodları, çalışanlara ya da örgütsel davranışlara rehberlik eden, ahlaki standartları içeren yazılı, açıklayıcı ve resmi belgelerdir [3]. Bir başka tanımda ise, işletmelerin etik kodları “örgütsel kurallarını, etik, uygulama kuralları, çalışanlar, hissedarlar, müşteriler ve işletmenin dış çevresinde bulunan diğer paydaşlara karşı sorumluluklarını içeren ifadeler” olarak tanımlanmıştır [4].

İşletmelerin etik koduna sahip olması, giderek önem kazanmaktadır. Bunun sebeplerinden ilki, etik kodlarının işletmelerin ün ve marka imajını arttırmasıdır. İkincisi, etik kodları, işletmenin etiksel davranışlara bağlı olduğunu göstermektedir. Üçüncüsü, işletmenin etik kodları, çalışanları işletme kültürü etrafında

TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN EN BÜYÜK 500 İŞLETME'DE ETİK KODLARI ARAŞTIRMASI

Özet: Bu araştırmanın amacı; Türkiye'de faaliyet gösteren ve İstanbul Sanayi Odası'nın 2005 yılı yıllık satış rakamlarına dayanarak belirlenen, 500 büyük işletmede etik kodların kullanımını incelemek ve ortaya koymaktır. Bu çalışmada, daha önce Avustralya, Kanada ve İsviçre'de gerçekleştirilen araştırmalarda kullanılan anket formu kullanılmış ve 137 işletmeden veri elde edilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler, Türkiye'de faaliyet gösteren 500 büyük işletmede etik kodların kullanımının henüz düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Etik kodları olan işletmelerin bir çoğunun holding bünyesindeki işletmeler olduğu gözle çarpılmaktadır. Öte yandan etik koda sahip işletmelerin yarısına yakınının etik kodunu 2006 yılında oluşturduğu ve etik kodu olmayan işletmelerin yakın bir gelecekte etik kodu oluşturmaya yönelik isteklerinin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik Kodu, 500 Büyük İşletme, Türkiye

toplamaktadır. Ayrıca etik kodların olması, etik dışı davranışlar sonucunda işletmelerin özellikle yasal açıdan karşılaşılabilecekleri olumsuz durumları en aza indirmektedir [5].

Etik kodu, çalışanların davranışlarına yol göstericidir. Etik davranış, yalnız organizasyonun içinde değil organizasyon dışındaki sosyal çevrede de önemlidir. Bu nedenle etik kodların sürekli geliştirilmesi gerekir. İşletmeler etik olmayan karar ve davranışlardan korunmak için aşağıda belirtilen hususlara dikkat etmeleri önem taşımaktadır [5]:

- etik davranış kurallarının açık olması,
- etik kuralların ve bunların öneminin öğretilmesi,
- yasal olmayan davranışları ya da etik dışı faaliyetleri kontrol eden bir mekanizmanın kurulması,
- etik dışı faaliyetlerde bulunan çalışanların cezalandırılması,

- işletmede "işletmeye bağlı olmak, doğru olmayan davranışların affedilmesi anlamına gelmemektedir" bakış açısının düzenli olarak vurgulanması.

Etik kodların oluşturulması, işletmenin etik davranışlara odaklandığının bir göstergesi olarak görülebilir. Etkili etik kod programları, dönemsel olarak yenilenmeli ve etik sorunlara karşılık verebilecek şekilde güncellenmelidir [6]. Etik kodları, işletmenin imajını geliştirme potansiyeli yanında, işletme içinde bir kontrol mekanizması oluşturmaktadır [7].

Etik kodların oluşturulması sırasında, temel etik değerleri koruyacak davranışların belirlenmesi gerekmektedir. Bu davranışlar; yasal düzenlemeler çerçevesinde hazırlanmalıdır. Ayrıca faaliyet gösterilen üretim ya da hizmet alanında yapılması gereken etik davranışlar, işyerindeki güncel konulara işaret eden ve stratejik hedeflere ulaşabilmek için uyulması gereken davranışlar olmalıdır. Yönetim düzeylerinde kilit pozisyonlarda bulunan yöneticilerin, özellikle de uygulamaları kanunlardaki düzenlemelerle doğrudan ilişkili olan bölümlerin davranış kurallarını gözden geçirdikten sonra, bunların tüm çalışanlara dağıtılması ve ulaştığından emin olunması gerekir [8]. Aşağıda bazı işletmelerin etik kodlarını nasıl oluşturduğu ile ilgili kısaca bilgi verilmiştir [9].

Doğan Yayın Holding: Çalışmalara 2004'te başlandı. Temmuz 2005'te İK bölümüyle birlikte ilkeler kesinleştirildi. İlkelerin belirlenmesi sürecinde yurtdışı uygulamalar ve kurumsal yönetim ilkeleri dikkate alındı.

TNT: İlk olarak, etik kuralların oluşturulmasından sorumlu bir yönetici atandı. Bu kişi, tüm ülkelerle yazışarak, potansiyel sorunları ortaya çıkardı. Ülke müdürlerinin yıllık toplantısında bir taslak belirlendi. Sonuçta kesinleşen taslak tüm ülkelere bildirildi ve personele anlatıldı.

Etay Giyim: Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı'ndan (TEDMER) danışmanlık aldı. Daha sonra yöneticiler bir araya gelerek, ilkeleri oluşturdu, çalışanlara eğitim verildi.

Lafarge: İlkeler 1977'de oluşturuldu ve revizyonlardan sonra, 2003'te bugünkü şeklini aldı. Ayrıca belirlenen 'organizasyon ilkeleri' ve 'grup kuralları' da benzer bir süreçten geçti. 'İş ahlaki kuralları' 2004'te son şeklini aldı.

Borusan Holding: Genel müdürler ve müdür yardımcılarıyla toplantı yapılarak görüşleri alındı. Oluşturulan Borusan'ın El Kitabı ve İnsan Kaynakları kitapçığı tüm çalışanlara, Borusan Grubu Yönetim Anlayışı kitapçığı da yöneticilere dağıtıldı.

Aviva: Kişilerin nasıl çalışması gerektiğine bakıldı. Daha sonra her bir çalışma şekli bir kelimeye indirgenerek, bu kelimelerin her biri Aviva değerlerini oluşturdu.

Etik kodları, işletmelerde etik standartların yükselmesini ve böylece verimliliğin artmasını sağlamaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde etik kodu uygulamasının yaygın olduğu söylenebilir [10]. Konunun önemine rağmen, ülkemizde etik kodu çalışmalarının yetersiz olması nedeniyle, araştırma bu boşluğu gidermek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

II. YÖNTEM

II.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Bu araştırmanın temel amacı; Türkiye'de faaliyet gösteren ve İstanbul Sanayi Odası'nın 2005 yılı yıllık satış tutarlarına dayanarak belirlediği 500 büyük işletmede etik kodların kullanımını incelemek ve ortaya koymaktır. Bu amaçla gerçekleştirilen araştırmada; veriler, söz konusu 500 büyük işletmenin İnsan Kaynakları yöneticilerinden elde edilmiştir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket formunun işletmelerin İnsan Kaynakları yöneticilerine ulaştırılmasında, ilk olarak işletmeler telefonla aranmış ve ilgili kişilerle görüşülüp araştırma hakkında kendilerine bilgi verilmiştir. Daha sonra anket formları, bu kişilerin elektronik posta adreslerine gönderilmiştir. Veri toplama sürecinin sonunda elde edilen geçerli anket sayısı, 137 olarak belirlenmiş ve araştırma ile ilgili değerlendirme, söz konusu 137 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Toplam 500 işletme anakütle olarak alındığında, elde edilen 137 anket ile %27.4'lük bir geri dönüş oranına ulaşılmıştır. Bu oranın, aynı anakütle ile yapılan diğer çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda düşük olmadığı söylenebilir.

Araştırma, elde edilen sonuçların, söz konusu işletmelere ait olan iç etik beklentiler ve uygulamalar ile ilgili olması ve tedarikçilerin ve müşterilerin içinde bulunduğu pazardaki dış etik beklentileri ele almaması gibi bazı kısıtlara sahiptir.

II.2. Anket Formunun Geliştirilmesi

Bu araştırmanın temelini oluşturan ve Türkiye'de faaliyet gösteren 500 büyük işletmeye uygulanan anket formu aynı konuda gerçekleştirilen diğer araştırmalarda kullanılan anket formları ile benzerlik göstermektedir [11-13]. İşletmelerin İnsan Kaynakları yöneticilerinden 28 sorudan oluşan bu anket formunu cevaplamaları istenmiştir.

Anket formunda bulunan soru alanları; etik kodunun ne zaman, kimler tarafından ve ne sürede oluşturulduğu, nasıl sergilendiği, çalışanlara nasıl bildirildiği ve ihlali durumunda sonuçların neler olduğu, performans değerlemede etkili olup olmadığı, stratejik planlamada etik kodların kullanımı ve işletmeye sağladığı yararlar gibi başlıklardan oluşmaktadır.

III. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Türkiye’de faaliyet gösteren 500 büyük işletmeden elde edilen 137 anket formu doğrultusunda veriler SPSS 13.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

III.1. İşletmelerin Faaliyette Bulunduğu Sektörler

Tablo.1, araştırmaya dahil olan işletmeler ile etik koduna sahip olan işletmelerin faaliyette bulunduğu sektörleri karşılaştırmalı olarak göstermektedir.

Tablo.1. Araştırma Kapsamına Dahil Olan İşletmelerin Faaliyet Alanları

| İŞLETMELERİN FAALİYET ALANLARI | TÜRKİYE TOPLAMI | % | TÜRKİYE ETİK KODU OLANLAR | % |
|---------------------------------------|-----------------|-------|---------------------------|-------|
| Konaklama ve Yiyecek-İçecek | 3 | 2.2 | 2 | 6.3 |
| Tarım, Orman ve Bahçecilik | 3 | 2.2 | 0 | 0 |
| İletişim Hizmetleri | 10 | 7.3 | 4 | 12.5 |
| İnşaat | 1 | 0.7 | 0 | 0 |
| Kültür ve Eğlence Hizmetleri | 1 | 0.7 | 1 | 3.1 |
| Elektrik, Gaz ve Su Tedariki | 7 | 5.1 | 2 | 6.3 |
| Sağlık Hizmetleri ve Sosyal Hizmetler | 3 | 2.2 | 3 | 9.4 |
| Madencilik | 3 | 2.2 | 0 | 0 |
| İmalat | 83 | 60.6 | 13 | 40.6 |
| Perakende Ticaret | 6 | 4.4 | 1 | 3.1 |
| Ulaştırma ve Depolama | 4 | 2.9 | 2 | 6.3 |
| Toptan Satış | 4 | 2.9 | 0 | 0 |
| Diğer | 7 | 5.1 | 3 | 9.4 |
| Çoklu İş Alanları | 2 | 1.5 | 1 | 3.1 |
| TOPLAM | 137 | 100.0 | 32 | 100.0 |

Araştırmaya dahil olan 137 işletme göz önüne alındığında, bu işletmelerin büyük çoğunluğunun imalat işletmesi (%60.6) olduğu görülmektedir. İmalat işletmelerini iletişim hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren işletmeler (%7.3) izlemektedir.

Etik kodu olan işletmelerin faaliyet alanları incelendiğinde ise, etik koduna sahip 32 işletmeden 13 tanesinin (%40.6) imalat sektöründe faaliyet gösterdiği göze çarpmaktadır.

III.2. Etik Kodunun Oluşturulduğu Yıl

Tablo.2, araştırmaya dahil olan işletmelerin etik kodlarını hangi yıl oluşturduklarını göstermektedir.

Tablo.2. Etik Kodunun Oluşturulduğu Yıl

| ETİK KODUNUN OLUŞTURULDUĞU YIL | TÜRKİYE (n=32) | % |
|--------------------------------|----------------|-------|
| 1982 | 1 | 3.1 |
| 1994 | 1 | 3.1 |
| 1999 | 3 | 9.4 |
| 2000 | 2 | 6.3 |
| 2001 | 1 | 3.1 |
| 2002 | 3 | 9.4 |
| 2004 | 3 | 9.4 |
| 2005 | 3 | 9.4 |
| 2006 | 13 | 40.6 |
| Bilinmiyor | 2 | 6.3 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

Tablo.2 incelendiğinde, işletmelerin büyük çoğunluğunun etik kodlarını 2000 yılından itibaren oluşturmaya başladıkları ve 2006 yılında ise etik kodlarını oluşturan işletme sayısının en yüksek (%40.6) olduğu görülmektedir. Bu durum, 2000 yılından sonra etik konusunun öne çıkması ile işletmelerde etik kodu oluşturmaya yönelik çalışmaların hızlandığı şeklinde yorumlanabilir.

III.3. Etik Kodunun Oluşturulmasında Görev Alanlar Kişiler

Tablo.3’de, işletmelerde etik kodunun oluşturulması sırasında görev alan kişiler görülmektedir.

Tablo.3. Etik Kodunun Oluşturulmasında Görev Alanlar Kişiler

| ETİK KODU OLUŞTURULURKEN GÖREV ALAN KİŞİLER | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|------|
| CEO | 11 | 34.3 |
| Yönetim Kurulu | 11 | 34.3 |
| Üst Düzey Yöneticileri | 29 | 90.6 |
| Diğer Çalışanlar | 5 | 15.6 |
| Müşteriler | 0 | 0 |
| Diğer | 16 | 50 |
| Bilmiyorum | 2 | 6.25 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

İşletmenin değerlerini içermesinden dolayı, etik kodunun oluşturulması işletme için önemli bir görevdir. Etik kodunun oluşturulması ve düzenlenmesi sırasında tüm çalışanların katılımı önemlidir. Bu şekilde bir katılımın olması çalışanlarda ait olma duygusu ve bir arada hareket etme duygusunu ortaya çıkarır.

Araştırmaya dahil olan etik koduna sahip 32 işletme göz önüne alındığında, bu işletmelerin büyük çoğunluğunda üst düzey yöneticilerin (%90.6) etik kodu oluşturulurken görev aldığı ortaya çıkmıştır. CEO’lar ve Yönetim Kurulu’nun da etik kodu oluşturmada etkin olduğu Tablo.3’de görülmektedir. Üst düzey yöneticilerin etik kod oluşturmada, işletme politikaları oluşturan CEO ve Yönetim Kuruluna oranla daha etkin olması ilginç bir sonuçtur. Çalışanların etik kodu oluşturmada çok düşük

(%5) bir katkısının olması ise ait olma duygusu konusunda sorunlara yol açabilir.

III.4. Etik Kodlarının Oluşturulma Nedenleri

Tablo.4'de, işletmelerde etik kodlarının oluşturulma nedenleri görülmektedir.

Tablo.4. Etik Kodlarının Oluşturulma Nedenleri

| ETİK KODLARI NEDEN OLUŞTURULDU | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|------|
| Yasal Gereksinimler | 4 | 12.5 |
| Çalışanların bütünlüğü ve davranışların standartlaşması | 8 | 25 |
| Hisse Senedi Borsasının Hükümlülükleri | 1 | 3.1 |
| Yönetim Kurulu | 3 | 9.3 |
| Rekabet Üstünlüğü | 1 | 3.1 |
| İşletme Kültürünü Desteklemek İçin | 23 | 71.8 |
| Bilmiyor | 3 | 9.3 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

İşletmelere etik kodlarını neden oluşturdukları sorulduğunda verilen cevapların işletmenin kültürünü, desteklemek (%71,8), çalışanların bütünlüğünün sağlanması ve davranışlarının standartlaştırılması (%25) ve yasal gereksinimler (%4) şeklinde sıralandığı görülmektedir. Buna göre, etik kodların oluşturulması daha çok işletmenin iç yapısı ile ilgili gelişmeler için oluşturulmaktadır denilebilir.

III.5. Etik Kodunun Oluşturulma Süresi

Tablo.5, işletmelerde etik kodunun ne kadar sürede oluşturulduğunu göstermektedir.

Tablo.5. Etik Kodunun Oluşturulma Süresi

| ETİK KODUNUN OLUŞTURULDUĞU SÜRE (AY) | TÜRKİYE (n=32) | % |
|--------------------------------------|----------------|------|
| 2 ay | 1 | 3.1 |
| 3 ay | 1 | 3.1 |
| 4 ay | 1 | 3.1 |
| 6 ay | 21 | 65.6 |
| 12 ay | 2 | 6.3 |
| Bilinmiyor | 6 | 18.8 |
| TOPLAM | 32 | 100 |

İşletmelere etik kodlarını ne kadar zamanda oluşturdukları konusunda alınan cevaplardan işletmelerin etik kodlarını oluşturmalarının çoğunlukla (%65.6) 6 ay sürdüğü anlaşılmaktadır.

III.6. Etik Kodunun Çalışanlara Bildirilmesi

Tablo.6'da, işletmelerde etik kodunun çalışanlara ne şekilde bildirildiği görülmektedir.

Etik kodunun çalışanlara bildirilmesinde elektronik iletişim (%65) ve eğitim (%43.7) en çok kullanılan yöntem olarak ortaya çıkmıştır. Elektronik iletişimin kullanılması, işletmelerde intranet ağına

kullanımının arttığı bir göstergesi olabilir. Dikkati çeken bir diğer bulgu ise, etik kodların çalışanlara bildirilmesinde eğitimin, kitapçıkların kullanımından daha fazla tercih edilmesidir. Bu durum, etik kodunun çalışanlara sadece içinde kodların yazılı olduğu bir kitapçık verilmesinden, çalışanların bu konuda eğitim görmesinin de önemli görüldüğünün bir işareti olabilir.

Tablo.6. Etik Kodunun Çalışanlara Bildirilmesi

| ETİK KODU ÇALIŞANLARA BİLDİRİLMESİ | TÜRKİYE (n=32) | % |
|------------------------------------|----------------|------|
| Kitapçık | 10 | 31.3 |
| Elektronik İletişim | 21 | 65.6 |
| Oryantasyon | 4 | 12.5 |
| Şirket içi yazışmalar | 4 | 12.5 |
| Toplantı | 1 | 3.1 |
| Eğitim | 14 | 43.7 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

III.7. Etik Kodunun İşe Yeni Başlayanlara Bildirilmesi

Tablo.7, yeni işe girenlere etik kodunun nasıl bildirildiğini göstermektedir.

Tablo.7. Etik Kodunun İşe Yeni Başlayanlara Bildirilmesi

| YENİ İŞE BAŞLAYANLARA ETİK KODUNUN BİLDİRİLMESİ | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|------|
| Bir kopyası verilir | 10 | 31.2 |
| İşe kabul sırasında | 2 | 6.3 |
| Yönetmelik ile | 1 | 3.1 |
| Eğitim ve Tartışmalarla | 3 | 9.3 |
| İmza Karşılığında | 3 | 9.3 |
| İş Kontratı ile | 1 | 3.1 |
| Oryantasyon Programında | 21 | 65.6 |
| Cevapsiz | 1 | 3.1 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

Buna göre, işe yeni başlayanlara etik kodların bildirilmesinde en çok kullanılan yöntem, etik kodların oryantasyon programında bildirilmesi (%65.6) ve etik kodların bir kopyasının çalışanlara verilmesidir (%31.2). Bu iki yöntemin kullanılmasının sebebi tüm çalışanların etik kodlarının varlığından haberdar olmasını sağlamak ve tüm çalışanları etik kodlar konusunda duyarlı hale getirmek isteği olarak yorumlanabilir.

III.8. Etik Kodunun İhlali

Tablo.8'de işletmelerde etik kodunun ihlali ile ilgili sonuçlar olup olmadığı görülmektedir.

Etik kodu olan işletmelerin neredeyse tamamının (%96.9) aynı zamanda bu etik kodlarının ihlali ile ilgili belli süreçlere ve sonuçlara sahip olduğu görülmektedir. Elde edilen bu sonuç ile oluşturulan etik kodlarının teoride kalmayıp uygulamaya aktarıldığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo.8. Etik Kodunun İhlali İle İlgili Sonuçların Varlığı

| ETİK KODUN İHLALI İLE İLGİLİ SONUÇLARIN VARLIĞI | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|-------|
| Evet | 31 | 96.9 |
| Hayır | 1 | 3.1 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

III.9. Etik Kodunun İhlali İle İlgili Sonuçlar

Tablo.9, işletmelerde etik kodun ihlali durumunda çalışanların karşılaşabilecekleri uygulamaları göstermektedir.

Tablo.9. Etik Kodunun İhlali İle İlgili Sonuçlar

| ETİK KODUN İHLALI İLE İLGİLİ SONUÇLAR NELERDİR? | TÜRKİYE (n=31) | % |
|---|----------------|------|
| Sözlü Uyarı | 29 | 93.5 |
| Biçimsel (Formal) Kınama | 14 | 47.1 |
| Para Cezası | 0 | 0 |
| Rütbe indirme | 0 | 0 |
| İşten uzaklaştırma (el çektirme) | 28 | 90.3 |
| Yasal işlem başlatma | 15 | 48.3 |
| Diğer (lütfen aşağıda belirtiniz) | 0 | 0 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

Etik kodların ihlali durumunda işletmelerin en çok tercih ettiği uygulamalar; sözlü uyarı (%93.5), işten uzaklaştırma (%90.3) ve yasal işlem başlatma (%48.3) şeklinde sıralanmaktadır. Bu uygulamalar, etik kodlarının ihlali durumunda çalışanların daha çok uyarı sistemi ile karşılaştığını ve bunun işten uzaklaştırmaya kadar gidebileceğini göstermektedir.

III.10. Çalışanların Etik Performansı

Tablo.10, işletmelerde çalışanların değerlendirilmesinde ya da ödüllendirilmesinde etik performanslarının bir ölçüt olarak kullanılıp kullanmadığını göstermektedir.

Tablo 10: Çalışanın Etik Performansının Değerlendirilmesi

| ÇALIŞANIN ETİK PERFORMANSI, ÇALIŞANIN DEĞERLENDİRİLMESİNDE YADA ÖDÜLENMESİNDE BİR ÖLÇÜT MÜDÜR? | TÜRKİYE (n=32) | % |
|--|----------------|-------|
| Evet | 28 | 87.5 |
| Hayır | 4 | 12.5 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

Sonuçlar, işletmelerin büyük çoğunluğunda çalışanın etik performansının, çalışanın değerlendirilmesinde ya da ödüllendirilmesinde bir ölçüt olarak kabul edildiğini göstermektedir (%87.5).

III.11. Çalışanların Etik Performansını Değerlendirme Yöntemleri

Tablo.11, çalışanların etik performanslarının işletmeler tarafından nasıl değerlendirildiğini göstermektedir.

Tablo.11. Çalışanların Etik Performansını Değerlendirme Yöntemleri

| ÇALIŞANIN ETİK PERFORMANSI, ÇALIŞANIN DEĞERLENDİRİLMESİNDE YADA ÖDÜLENMESİNDE BİR ÖLÇÜT OLARAK NASIL DEĞERLENDİRİLMEKTEDİR? | TÜRKİYE (n=28) | % |
|---|----------------|------|
| Biçimsel (formal) işletme standartları | 20 | 71.4 |
| Üstleri tarafından incelenmesi | 28 | 100 |
| İş arkadaşları tarafından incelenmesi | 6 | 21.4 |
| Astları tarafından incelenmesi | 5 | 17.8 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

İşletmelerin hepsinde çalışanların etik performansı üstleri tarafından incelenmektedir (%100). Biçimsel standartlara uygunluk (%71) ise, en çok kullanılan bir diğer değerlendirme yöntemi olarak ortaya çıkmıştır.

III.12. Etik Kodu ve Stratejik Planlama

Tablo.12, işletmelerde etik kodunun stratejik planlamada yol gösterici olup olmadığını göstermektedir.

Tablo.12. Etik Kodu ve Stratejik Planlama

| ETİK KODUNUNUN STRATEJİK PLANLAMADA YOL GÖSTERİCİ ROLÜ | TÜRKİYE (n=32) | % |
|--|----------------|-------|
| Evet | 25 | 78.1 |
| Hayır | 7 | 21.9 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

İşletmelerin %78.1'inin etik kodlarını stratejik planlamada yol gösterici olarak kullandıkları ortaya çıkmıştır. İşletmeler, etiğin örgüt içinde benimsenmesi konusunda ciddi ise, bu durumda etiğin stratejik planlama sürecinin bir parçası olması kaçınılmazdır. İşletmelerde etik kodunun stratejik planlamada yol gösterici olması, etik kodlarının uygulanması konusunda ciddi (stratejik planlama ile tekrarlanan) olduğunu göstermektedir.

III.13. Etik Kodunun Stratejik Planlamada Yol Gösterici Olarak Kullanılması

Tablo.13, işletmelerde etik kodunun stratejik planlamada yol gösterici olarak nasıl kullanıldığını göstermektedir.

Tablo.13. Etik Kodunun Stratejik Planlamada Yol Gösterici Olarak Kullanılması

| İŞLETMENİZ ETİK KODUNU STRATEJİK PLANLAMANIZDA YOL GÖSTERİCİ OLARAK NASIL KULLANMAKTADIR? | TÜRKİYE (n=25) | % |
|---|----------------|----|
| Yöntem aşağıda belirtilen 2, 3 ve 4'ü içermektedir | 3 | 12 |
| Kod planlama felsefesinin temelini oluşturur (2) | 5 | 20 |
| Planlama işlemi sırasında etik koda başvurulmaktadır (3) | 14 | 56 |
| Tamamlanmış plan kod ile karşılaştırılmaktadır (4) | 6 | 24 |
| Diğer | 0 | 0 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

İşletmelerin %56'sı etik kodunu stratejik planlamada, henüz planlama işlemi sırasında yol gösterici olarak kullandığını ifade etmiştir. Bu da, işletmelerin stratejik planlarını tamamladıktan sonra karşılaştırma yapmaları yerine planlama aşamasında etik kodlara başvurduğunu göstermektedir.

III.14. Etik Komitesi

Tablo.14'de, işletmelerde etik komitesi veya ona denk bir grup/takım bulunup bulunmadığı görülmektedir.

Tablo.14. Etik Komitesinin Varlığı

| İŞLETMENİZDE ETİK KOMİTESİ VEYA ONA DENK BİR GRUPTAKIM BULUNMAKTA MIDIR? | TÜRKİYE (n=32) | % |
|--|----------------|-------|
| Evet | 30 | 93.8 |
| Hayır | 2 | 6.3 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

Buna göre, işletmelerden %93.8'i etik komitesine sahipken, %6.3'ü gibi düşük bir oranı etik komitesine sahip değildir. Etik komitesine sahip olmak işletmenin iş etiğine bağlılığını göstermektedir.

III.15. Etik Denetçisi (Ombudsman)

Tablo.15, işletmelerde etik denetçisi (ombudsman) veya ona denk bir kişi bulunup bulunmadığını göstermektedir.

Tablo.15. Etik Denetçisi (Ombudsman)

| İŞLETMENİZDE ETİK DENETÇİSİ (OMBUDSMAN) VEYA ONA DENK BİR KİŞİ BULUNMAKTA MIDIR? | TÜRKİYE (n=32) | % |
|--|----------------|-------|
| Evet | 23 | 71.9 |
| Hayır | 9 | 28.1 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

İşletmelerin %71.92'unda etik denetçisi (Ombudsman) bulunmaktadır. Bu sonuç, söz konusu işletmelerde etiksel çatışmalara müdahale edecek bir kişinin bulunduğunu ifade etmektedir.

III.16. İşletme Faaliyetlerinde Etik Değerleme

Tablo.16, işletmelerin faaliyetlerinde etik değerlendirme yapıp yapmadıklarını göstermektedir.

Tablo.16. Etik Değerleme

| İŞLETMENİZ FAALİYETLERİNDE ETİK DEĞERLEME YAPMAKTA MIDIR? | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|-------|
| Evet | 27 | 84.4 |
| Hayır | 5 | 15.6 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

Buna göre, işletmelerin büyük çoğunluğu (%84.4), faaliyetlerinde etiksel değerlendirme yapmaktadır. Bu işletmelerin, iş süreçlerinde etiksel bakış açısının kullanıldığından emin olma sorumluluğunu taşıması ile açıklanabilir.

III.17. Etik Kodu ve Müşteriler

Tablo.17'de, işletmelerin sahip olduğu müşterilerin etik kodunun varlığından haberdar olup olmadığı görülmektedir.

Tablo.17. Müşterilerin Etik Kodun Varlığından Haberdar Olması

| MÜŞTERİLERİN ETİK KODUNUN VARLIĞINDAN HABERDAR OLMASI | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|-------|
| Evet | 26 | 81.3 |
| Hayır | 1 | 3.1 |
| Bilinmiyor | 5 | 15.6 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

İşletmelerin %81.2'sinin müşterisi etik kodun varlığından haberdardır.

Tablo.18, işletmelerin müşterilerinin etik kodunun varlığından ne şekilde haberdar oldukları görülmektedir.

Tablo.18. Müşterileri Etik Kodun Varlığından Haberdar Etme Yolları

| MÜŞTERİLERE ETİK KODLARI BİLDİRME YOLLARI | TÜRKİYE (n=26) | % |
|---|----------------|------|
| İşletmenin resmi açıklamasıyla | 10 | 31.3 |
| Gayriresmi | 6 | 18.8 |
| Web sitesi | 13 | 40.6 |
| Bilinmiyor | 3 | 9.4 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

Müşterileri etik kodlarından haberdar etmek için ise, işletmeler daha çok etik kodlarını web sitesi (%40.6) ile ilan etme ve işletmenin resmi açıklaması (%31.3) ile bildirme yollarını tercih etmektedir.

III.18. Etik Kodu ve Tedarikçiler

Tablo.19, işletmelerin tedarikçilerinin etik kodunun varlığından haberdar olup olmadığını göstermektedir.

Tablo.19. Tedarikçilerin Etik Kodun Varlığından Haberdar Olması

| TEDARİKÇİLERİN ETİK KODUNUN VARLIĞINDAN HABERDAR OLMASI | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|-------|
| Evet | 27 | 84.4 |
| Hayır | 2 | 6.3 |
| Bilinmiyor | 3 | 9.4 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

İşletmelerin %84.4'ü tedarikçilerini etik kodun varlığından haberdar etmektedir.

Tablo.20, işletmelerin tedarikçilerinin etik kodun varlığından ne şekilde haberdar olduklarını göstermektedir.

Tablo.20. Tedarikçileri Etik Kodun Varlığından Haberdar Etme Yolları

| TEDARİKÇİLERE ETİK KODLARI BİLDİRME YOLLARI | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|-------|
| İşletmenin resmi açıklamasıyla | 10 | 31.3 |
| Gayriresmi | 4 | 12.5 |
| Web sitesi | 13 | 40.6 |
| Bilinmiyor | 5 | 15.6 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

Tedarikçileri etik kodlarından haberdar etmek için, işletmelerin kullandıkları yöntemler ise, aynı müşteriler için kullanılan yöntemler gibi web sitesi (%40.6) ile ilan etme ve işletmenin resmi açıklaması (%31.3) olarak sıralanmaktadır.

III.19. Etik Kodların İşletmelere Sağladığı Yararlar

Tablo.21'de, işletmelerin sahip oldukları etik kodların işletmelere sağladığı yararlar gösterilmektedir.

Tablo 21: Etik Kodların Yararları

| İŞLETMENİZDE SAHİP OLDUĞUNUZ ETİK KODUN, İŞLETMENİZİN FİNANSAL TABLOLARINI NASIL ETKİLEDİĞİNİ DÜŞÜNÜYORSUNUZ? | TÜRKİYE (n=32) | % |
|---|----------------|------|
| Problemlere engel olur | 6 | 18.8 |
| İşletmenin imajını olumlu etkiler | 5 | 15.6 |
| Paydaşların güveni | 2 | 6.3 |
| İşletme performansını artırır | 9 | 28.1 |
| İşletme Felsefesini ilişkilidir | 14 | 43.8 |
| Uzun dönemli fayda sağlar | 4 | 12.5 |
| Kar destekler | 5 | 15.6 |
| Müşteri sadakati | 3 | 9.4 |
| Cevapsız | 5 | 15.6 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

Buna göre, işletmelerin büyük çoğunluğu (%43.2) sahip olunan etik kodların işletme felsefesini oluşturmak ve geliştirmek açısından yararlı olduğunu ifade etmiştir. Diğer bir çoğunluk (%28.1) ise, işletme performansı ve etik kodlara sahip olma arasında bir ilişki kurmuştur. Etik kodlarsa sahip olmanın getirdiği diğer yararlar ise, problemleri ortadan kaldırması ve işletmenin imajını olumlu etkilemesi olarak sıralanmaktadır.

III.20. Etiksel İnkilemlerin Çözümünde Etik Kodları

Tablo.22'de, işletmelerde etik kodunun varlığının etiksel inkilemlerin çözümünde yardımcı olup olmadığını göstermektedir.

Tablo.22. Etiksel İnkilemlerde Etik Kodların Yardımı

| ETİKSEL İNKİLEMLERİN ÇÖZÜMÜNDE ETİK KODLARININ YARDIMI | TÜRKİYE (n=32) | % |
|--|----------------|-------|
| Evet | 20 | 62.5 |
| Hayır | 1 | 3.1 |
| Bilinmiyor | 11 | 34.4 |
| TOPLAM | 32 | 100.0 |

Etik koda sahip olan işletmelerin %62.3'ü pazardaki etiksel inkilemlerin çözümünde etik kodlarını kullandıklarını ifade etmişlerdir. Verilen cevaplar arasında "bilinmiyor" cevabının oranı ise, %34.4'tür. Bunun sebebi ankete cevap veren kişilerin işletmelerinin operasyonel faaliyetlerinden uzak olması olabilir. Ancak bu durum, etiksel inkilemlerin çözümünde başka yöntemlerin kullanıldığı şeklinde de yorumlanabilir.

Tablo.23, işletmelerde etik kodunun varlığının etiksel inkilemlerin çözümünde hangi alanlarda etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo.23. Etik Kodunun Etkili Olduğu Etiksel İnkilemler

| ETİKSEL İNKİLEMLERİN ÇÖZÜMÜNDE ETİK KODUNUN YARDIMCI OLDUĞU ALANLAR | TÜRKİYE (n=20) | % |
|---|----------------|----|
| Rakipler | 4 | 20 |
| Müşteriler | 19 | 95 |
| Çevre | 1 | 5 |
| Fiyatlandırma | 1 | 5 |
| Ürün kalitesi | 1 | 5 |
| Satış gücü | 1 | 5 |
| Hizmet kalitesi | 17 | 85 |
| Tedarikçiler | 6 | 30 |

* Bu soru için çoklu cevap verme olanağı olduğundan toplam sayı cevap veren anket sayısından fazladır.

Türkiye'de etiksel inkilemlerin çözümünde başvurulan en önemli alan müşteriler (95) olarak ortaya çıkmıştır. Hizmet kalitesi (%85) alanı ise, bir diğer önemli alan olarak sıralanmaktadır. Diğer alanlar ise, arada bir başvurulan alanlar olarak benzer oranlarda sıralanmaktadır.

III.21. Gelecekte Etik Koduna Sahip Olma Planı

Etik kodu olmayan işletmelere gelecek 2 yıl içinde etik kodu oluşturmayı planlayıp planlamadıkları sorulmuştur.

Tablo.24. Gelecek 2 Yıl İçinde Etik Koduna Sahip Olma Planı

| GELECEK 2 YIL İÇİNDE ETİK KODUNA SAHİP OLMA PLANI | TÜRKİYE (n=105) | % |
|---|-----------------|-------|
| Evet | 50 | 47.6 |
| Bilinmiyor | 55 | 52.4 |
| TOPLAM | 105 | 100.0 |

Verilen cevaplar incelendiğinde etik kodu oluşturmayı planlayan işletmelerin oranı %47.6 iken, etik kodunun iki yıl içerisinde oluşturulması konusunun bilinmediğini ifade eden işletmelerin oranı %52.4 olarak belirlenmiştir. Bu oranlara bakarak, Türkiye'deki 500 büyük işletme arasında etik kodlara sahip olma hareketinin gelecekte artacağı söylenebilir.

IV. SONUÇ

Bu araştırmadan elde edilen bulgular, Türkiye'nin 500 büyük işletmesi arasında yer alan bazı işletmelerin etik kodlarını tam anlamıyla oluşturdukları ve hayata geçirdiklerini göstermektedir. Bu işletmelerin sorulara verdikleri cevaplardan etik kodları oluşturmanın ve bu kodları kullanmanın çeşitli açılardan fayda sağladığı görülmektedir. İşletmeler sadece etik kodunu oluşturmakla kalmamış aynı zamanda da organizasyondaki diğer etik uygulamalara da katkıda bulunmuşlardır. Etik kodları işletmeler tarafından, finansal performansı artırıcı bir araç olarak algılanmakta ve stratejik planmanın başında göz önüne alınmaktadır. Bu yüzden etik kodları, tedarikçiler, müşteriler ve çalışanlar gibi işletme paydaşları ile paylaşılmaktadır. Özellikle, gerek mevcut çalışanların gerekse yeni işe giren çalışanların işletmelerin oluşturduğu etik kodlarından haberdar edilmesi sürecine önem verildiği, etik kodların ihlalini durumunda hangi uygulamalar yapıldığı ve çalışanların etik performansının değerlendirildiği görülmektedir.

Araştırma sonuçları, etik koduna sahip işletmelerin etik konusunu ticari çabalarının bir parçası olarak gördüğünü ortaya çıkarmıştır. Ancak bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, Türkiye'nin 500 büyük işletmesinde içerisinde araştırmaya dahil olan ve etik koduna sahip işletmeler açısından değerlendirmeye alınabilir. Araştırmada cevap alınamayan işletmeler ve sektörlerdeki etik kodların oluşturulması ve kullanımı hakkında bilgi edinmek amacıyla çalışmalar devam ettirilmelidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Singh, J.; Carasco, E.; Svensson, G.; Wood, G. & Callaghan, M. (2005). A Comparative Study of the

Contents of Corporate Codes of Ethics in Australia, Canada and Sweden. *Journal of World Business*, 40, 91-109.

- [2] Trevino, K.T. (1986). Ethical Decision Making in Organizations: A Person-Situation Interaction Model. *Academy of Management Review*, 11(3), 601-617.
- [3] Schwartz, M. (2001). The Nature of the Relationship Between Corporate Codes of Ethics and Behavior. *Journal of Business Ethics*, 32(3), 247-262.
- [4] Langlois, C.C. & Schlegelmilch, B.B. (1990). Do Corporate Codes of Ethics Reflect National Character? Evidence from Europe and United States. *Journal of International Business Studies*, 21(4) Forth Quarter, 519-536.
- [5] Mirze, S.K. (2002). *Introduction to Business*. İstanbul: Literatür Publishing.
- [6] Adams, J.S.; Tashchian, A. & Shore, T. (2001). Codes of Ethics as Signals for Ethical Behavior. *Journal of Business Ethics*, 29(3), 99-211.
- [7] Valentine, S. & Johnson, A. (2005). Codes of Ethics, Orientation Programs and the Perceived Importance of Employee Incorruptibility. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 45-53.
- [8] Conry, E.; Ferrera, G. & Fox, K. (1993). *The Legal Environment of Business*. Needham Heights: Allyn ve Bacon.
- [9] Güzelay, G. (2006). Bir Gün Etik Polisi Gelecek. *Hürriyet Gazetesi. İnsan Kaynakları Eki*, 7 Nisan, 1.
- [10] Yurtsever, G. (2000). *Şirket Etik Kodu, Hazırlanışı, Uygulanışı ve İçeriği*. Ankara: Barış Yayınevi.
- [11] Svensson, G.; Wood, G. & Callaghan, M. (2006). Codes of Ethics in Corporate Sweden. *Corporate Governance*, 6(5), 547-565.
- [12] Wood, G. (2000). A Cross Cultural Comparison of the Contents of Codes of Ethics: USA, Canada, Australia. *Journal of Business Ethics*, 25(4), 287-298.
- [13] Svensson, G.; Wood, G. & Callaghan, M. (2004). The Commitment of Public Sector Sweden to Codes of Ethics. *International Journal of Public Sector Management*, 17(4-5), 302-331.

Arzu ULGEN AYDINLIK (aulgen@istanbul.edu.tr) is an Assistant Professor at İstanbul University. Ulgen Aydınlik currently teaches strategic management, entrepreneurship, family business in the graduate and undergraduate level. Her research interests are strategic management, entrepreneurship, family business and business ethics.

Dilek DONMEZ (ddonmez@comu.edu.tr) is a Research Assistant at Çanakkale Onsekiz Mart University. Donmez currently assists strategic management, entrepreneurship and technology management courses. Her research area is on stakeholder theory, destination management and ethic codes.