



Etik Girişimcilik

Ethical Entrepreneurship

Yusuf ESMER¹

Öz

Dünya'da kapitalist düşünce ile birlikte gelişen maksimum kar-minimum maliyet anlayışı iş dünyasında ahlak olgusunun yok olmasına neden olmuştur. Bu durum girişimcilerin aşırı kazanma hırsıyla hareket etmelerine ve böylece çeşitli etik ihlallere başvurmalarına yol açmıştır. Ancak sadece daha fazla kazanma amacı güderek doğruluk, dürüstlük ve adalet gibi temel etik değerlerden uzaklaşan girişimcilerin uzun vadede başarısız oldukları söylenebilir. Bu noktada iş dünyası için en önemli çözüm yolunun "etik girişimcilik" olduğu söylenebilir. Bu çalışmada etik girişimcilik kavramının kavramsal olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle etik ve girişimcilik kavramları açıklanmakta, etik girişimcilik tanımlanmaya çalışılmakta sonrasında ise Dünya'da ve Türkiye'de etik girişimcilik incelenmektedir. Yapılan araştırmalar etik dışı faaliyetlerde bulunan girişimcilerin hisselerinde büyük oranda değer kayıplarının olduğu ve bu durumun orta ve uzun dönemde işletmelerin marka değeri ve piyasa değerinde olumsuz etkiye neden olduğunu göstermektedir. Bu nedenle etik girişimcilikle ilgili farkındalık oluşturmak için akademik çalışmalar yapılmalı, girişimcilerin etik bilincini artırmaya yönelik eğitim, seminer gibi çeşitli etkinlikler düzenlenmelidir.

Anahtar Kelimeler: *Etik girişimcilik, Türkiye, Dünya*

Jel Kodu: *L20, L26, M19*

Abstract

The concept of maximum profit-minimum cost that develops with capitalist thought has led to the disappearance of morality in the business world. This has led entrepreneurs to act with the ambition of over-earning and resort to various ethical violations. However, it can be said that entrepreneurs, who aim to earn more, move away from basic ethical values such as truth, honesty and justice, fail in the long term. At this point, it can be said that the most important solution for the business world is ethical entrepreneurship. In this study, it is aimed to examine the ethical entrepreneurship conceptually. For this purpose, first disclosed ethical and entrepreneurial concepts, being attempted to define ethical entrepreneurial then ethical entrepreneurship in the World and Turkey are examined. Researches show that there is a significant loss of value in the shares of entrepreneurs engaged in unethical activities and this situation causes negative effects on the brand value and market value of enterprises in the medium and long term. Academic studies should be conducted in order to raise awareness about ethical entrepreneurship, and various activities such as training and seminars should be organized in order to raise the ethical awareness of entrepreneurs.

Keywords: *Ethical entrepreneurship, Turkey, World*

Jel Codes: *L20, L26, M19*

¹**Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Dr. Öğr. Üyesi., Bayburt Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Bayburt, Türkiye. **E-posta:** yesmer@bayburt.edu.tr, **Orcid no:** 0000-0003-3691-1730

Atıf/Cititaion: Esmes, Y. (2020), Etik Girişimcilik, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22/1, s. 35-55.

Extended Abstract

In today's business world, the maximum profit-minimum cost understanding that emerged with capitalist thought has paved the way for the gradual disappearance of the phenomenon of morality in business life. The entrepreneurial culture, which is constantly fed with the ambition of over-winning, has caused serious harm to people, society, nature and organizations with the understanding of "making profit in all conditions and always", causing the moral gap to be created by causing the spiritual resources to disappear as well as material resources. This situation has been an important source of many wars all over the world. Thus, damaged trust, deteriorated business discipline, short and long term economic, social, political and legal disadvantages or moral collapse have revealed the search obligation for solutions to the ethical problems. At this point, it can be said that the most important solution is "ethical entrepreneurship". It is seen that there are limited definitions of ethical entrepreneurship in the literature. When these definitions are examined, it can be said that ethical entrepreneurship is a combination of ethics and entrepreneurship. Therefore, ethical entrepreneurship refers to the ethical dimension of entrepreneurship. In other words, ethical entrepreneurship is to entrepreneurs' operating in accordance with ethical principles and standards, avoiding unethical behaviors and answers to the "what's the truth?" question. This is of great importance for entrepreneurs to be successful, to survive in the long term, to ensure quality and customer satisfaction. Researches show that the ethical aspect of entrepreneurship is not given importance and instead of this entrepreneurship aimed to earn more money and reduce costs. It is known that entrepreneurs have been called with numerous ethical scandals for the sake of constantly earning more. These ethical scandals harm trust in both the customer and the employee in business life, reduce customer satisfaction and quality perception, and consequently fail entrepreneurs. In this study, ethical entrepreneurship concept has been investigated theoretically and ethical entrepreneurship situation in Turkey and World have been examined. It has been determined that a significant socio-economic, political and technological changes have occurred in the world with globalization and these changes have brought about some ethical scandals. It is determined that the entrepreneurs engaged in unethical activities have a significant depreciation in their shares and this situation has a negative effect on the brand value and market value of the enterprises in the medium and long term. USA has first place in studies related to ethical entrepreneurship and then Europe, Far East countries and Turkey is following US. While business ethics courses have been placed to USA business school programs' curriculum, Turkey has also been given place to business ethics and professional ethics courses in their business entrepreneurship-related programs' curriculum. Many organizations related to business ethic has started to business in many countries including Turkey, and they are organized activities such as meetings, forums. In 2001, "Business Ethics Principles" were published by TUSIAD, consisting of 6 topics: honesty, respect for the law, working environment and relations with employees, political parties, obtaining, using and storing information, and the environment and sample ethic codes are presented. The companies that prioritize these codes of ethics are called "ethical companies". In this context, awards were started to be given by making ethical company evaluations.

Considering the ethical entrepreneurship in Turkey's history it can be seen that it started centuries ago with Akhism Organization. It has been observed that Akhism Organization is one of the pioneers of ethical entrepreneurship by maintaining a moral entrepreneurial approach. Unlike the capitalist and socialist economic understanding, it is understood that an approach of entrepreneurship that is human-centered, altruistic and prioritize halal earnings is adopted in the Akhism Organization. Akhism Organization attached importance to social entrepreneurship rather than economic entrepreneurship and has been a pioneer in the emergence of the concept of "moral entrepreneurship" by raising "moral entrepreneurs". From this aspect, it can be said that the Akhism Organization's activities are role models for future generations in ethical entrepreneurship. When the business and commercial life of the Akhism Organization and then the Ottoman period, the entrepreneurship culture were mostly affected by the principles of Islamic belief. In Islamic religion, many verses and hadiths have been ordered that entrepreneurs should not be separated from righteousness and honesty. The prophet of Islam stated that nine tenths of the earnings is in trade and courage, but with the saying "Whoever deceives us is not one of us", he emphasized that this should be done within the framework of truth and honesty and offered an exemplary moral understanding in commercial life. Halal earning has been promoted in the religion of Islam. Halal earnings can be defined as the return obtained from a price that is accepted by the parties in a commercial transaction, which does not contradict the principles of righteousness and honesty in

any way. In other words, it refers to a income which is proper to ethic. Therefore, halal should be seek not only in what is eaten and drunk, but also in all business activities. According to the religion of Islam, ethical entrepreneurship is to search halal in every business and activity that entrepreneurs do.

Researches show that entrepreneurs constantly violate the ethical element and do not pay enough attention to their satisfaction. This situation causes to decrease the perception of quality and increase customer complaints day by day. In this context, researches on the ethical aspects of entrepreneurship must be done both in Turkey and the world, problems should determine the and their solutions should be sought. Various activities such as training and seminars to increase the ethical awareness of entrepreneurs should be organized, and academic studies should be conducted to raise awareness on this issue, and lessons for ethical entrepreneurship should be included in school curricula to raise moral entrepreneurs, as in the case of Akhism Organization. In addition, an audit mechanism related to ethical entrepreneurship should be established, ethical entrepreneurs should be rewarded and sanctions should be applied to unethical entrepreneurs. As a result, it is thought that this study will raise awareness about ethical entrepreneurship which is an area that is not taken into consideration in business life and limited number of researches are conducted and this study will contribute to the literature.

GİRİŞ

Günümüz iş dünyasında kapitalist ekonomik düzenin getirmiş olduğu maksimum kar-minimum maliyet anlayışı girişimcileri sürekli olarak daha fazla para kazanma ve maliyetleri en düşük düzeye indirme eğilimine sevk etmektedir. Bu durum iş yaşamında birçok etik ihlali beraberinde getirmektedir. Son yıllarda girişimcilerin amaçlarını gerçekleştirmek için sıklıkla etik dışı davranışlara başvurdukları görülebilmektedir. Sürekli olarak gazete ve haber manşetlerinde örgüt kültürüne zarar verebilecek Uber, cam tavan sendromu, mobbing ve algoritma önyargısı gibi etik dışı davranışlar görülmektedir (Moss, 2018: 1). Ancak etik olgusu iş yaşamı, ekonomi ve ticari yaşamda önemli bir yere sahip olup uzun dönemde girişimcilerin başarısını etkileyebilmektedir. Bu bağlamda temeli etik değerlere dayalı olan girişimlerin iş yaşamında bir adım önde oldukları söylenebilir. Kısa vadede kazanç elde etmek amacıyla yapılan her etik dışı davranış uzun vadede girişimciye itibar kaybı yaşatarak kazanç kaybına yol açmakta böylece girişimciyi diğer girişimcilerle rekabet edemez hale getirmekte ve girişimciyi başarısız duruma getirmektedir (Yalta, 2018: 1). Bu başarısızlık hem örgüt ekonomisine hem de ülke ekonomisine zarar verebilmektedir. Dolayısıyla yukarıdaki çalışma (Moss, 2018; Yalta, 2018;) sonuçlarından hareketle amacı kar elde etmek olan girişimcinin bu amacını kısa vadede gerçekleştirebildiği ancak yapmış olduğu etik ihlaller sonucunda uzun vadede bu amacından uzaklaştığı söylenebilir. Bu noktada girişimciliğin etik ve ahlak boyutu (etik girişimcilik) ön plana çıkmaktadır. Üretimin önemli bir faktörü olan girişimcilik yalnızca para kazanmak olarak düşünülmemelidir (Müftüoğlu, 2014: 1). Girişimcilik, ekonomik bir olgu olmakla birlikte aynı zamanda sosyal bir olgu olup sosyal sermaye ve sosyal ağ ile yakından ilişkilidir (Akyazı, 2014:135; Tekin, 2019: 287). Bu kapsamda girişimci doğruluk, dürüstlük, eşitlik, adalet gibi temel etik değerlerden asla taviz vermemelidir. Günümüz iş dünyasında sadece kar amacı güden (ticaret odaklı) girişimcilik anlayışının giderek önemini kaybettiği ve yerini sürdürülebilir bir yaşam için insan, toplum ve çevre odaklı etik değerleri ön planda tutan bir girişimcilik anlayışına bıraktığı çok açık bir şekilde görülebilmektedir. Bu durum girişimcinin sosyal boyutunu öne çıkararak ona etik bir sorumluluk yüklemektedir (Özerkan, 2014: 1). Girişimcilerin kar, maliyet gibi ekonomik amaçlarının yanında sosyal sorumluluk ve etik gibi önemli amaçları da bulunmaktadır. Ancak günümüzde bu amaçlar sürekli olarak ihlal edilmekte ve üzerinde yeterince durulmamaktadır. Başka bir ifade ile girişimciliğin etik yönüne önem verilmemektedir. Tüm bu gelişmeler etik girişimcilik kavramını gündeme getirmektedir. Literatürde girişimcilik ile etik arasındaki ilişki üzerinde durulmasına karşın doğrudan etik girişimcilik olgusunun yeterince işlenmemesi, bu olgunun önemini ortaya koyacak bir çalışmanın yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Wempe, 2005: 219; Meriç, 2013: 91;

Doğan, 2014: 95; Power et al., 2017: 36). Bu nedenle çalışmada ikincil verilerden yararlanılarak etik girişimciliğin kavramsal çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak etik kavramı açıklanmış, ikinci olarak girişimcilik kavramı incelenmiş, üçüncü olarak etik girişimcilik olgusu detaylı bir şekilde açıklanmış, son olarak ise Dünya’da ve Türkiye’de etik girişimcilik konusu incelenmiştir.

1. ETİK

Her geçen gün günlük yaşamımızda daha fazla yer edinen etik kavramı Yunanca “ethos” sözcüğünden türetilmiştir. Ethos sözcüğü ise “karakter”, “adet”, “usul” veya “gelenek” anlamına gelmektedir. Günlük yaşamda etik kavramı ile sürekli karıştırılan “ahlak” sözcüğü ise “davranış” anlamına gelen Arapça “hulk” sözcüğünün çoğuludur. Etik, insan davranışlarının temelini araştırmaktadır. Başka bir ifade ile etik, ahlak üzerine düşünme, söz söyleme ya da felsefe yapmadır (Aydın, 2006: 13-14). Etik kavramına yönelik iki farklı kullanım söz konusu olmaktadır. Birinci kullanıma göre etik; alışkanlık, töre, gelenek ve görenek anlamlarına gelmekte iken, ikinci kullanıma göre ise etik; insan eylemleri ve davranışları üzerinde düşünerek istenilen iyiye ulaşmak için onları alışkanlığa dönüştürmektir. Böylece töre ve gelenek kişilik anlamını kazanmakta ve erdeme (ruhsal olgunluk) ulaşmanın temel yolu olarak kabul edilmektedir (Özmen ve Güngör, 2008: 139; Pieper, 1999: 29). Etik, insan davranışlarını iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış olma açısından inceleyen bir ahlak disiplini. Bu yönüyle etik ahlakın teorik yönünü (düşünce) ifade etmektedir. Etik ilkelerle ilgili iken ahlak ise davranışlarla ilgilidir. Kısaca etik, doğru ve yanlış ölçütleri gösteren bir olgudur. Bu bakımdan insanların bir davranışı ahlaki açıdan sorgularken 5 farklı sistemden yararlandıkları görülmektedir. Bir davranışın ahlaki doğruluğu bir toplumun sahip olduğu normlar, gelenekler ve göreneklere göre belirleniyorsa bu etik türü toplumsal sözleşme etiğidir. Standartlar ve yasalara göre belirleniyorsa kural etiğidir. Amaçlanan sonuçlara (sunduğu fayda) göre belirleniyorsa amaçlanan sonuç (faydacılık) etiğidir. Bireyin vicdanı tarafından belirleniyorsa kişisel (vicdan) etik. Sosyal, çevresel ve kültürel birtakım kurallara göre belirleniyor ise sosyal yaşam etiğidir. Ancak bu etik sistemlerden her biri ahlaki bir problemi çözmeye yetmemektedir. Bu nedenle ahlaki bir problemin çözümünde bu sistemlerin aynı anda birkaçından faydalanılmalıdır (Aydın, 2012: 24-25; Esmes ve Özdaşlı, 2018: 36-38). İnsan davranışlarını ahlaki açıdan inceleyen etik farklı işlevlere sahip olduğundan betimleyici etik, normatif etik, meta etik ve uygulamalı etik olmak üzere 4 farklı etik türü bulunmaktadır. *Betimleyici etik*; kural koymak yerine, yalnızca insan davranışlarının gözlemlenerek, davranış sonuçlarının betimlenmesidir. *Normatif etik*; ahlaki normların incelenerek doğru ve yanlışın

belirlenmesi ve varılan sonucun değerlendirilmesidir. *Meta etik*; normatif etik sonucu ulaşılan yargıların tartışılması ve sorgulanmasıdır. *Uygulamalı etik* ise normatif etik sonucunda elde edilen yargıların özel alanlara uygulanmasıdır (Kılınç ve Ağraş, 2012: 68; Özmen ve Güngör, 2008: 141). İş yaşamında insan ilişkilerinin yoğun ve çok boyutlu olması uygulamalı etiğin iş yaşamını farklı bir çalışma alanı olarak ele almasına neden olmuş ve uygulamalı etiğin bir alt dalı olan meslek etiği ya da iş etiği ortaya çıkmıştır. İş etiği, iş yaşamında örgütsel ve bireysel davranışlara yönelik etik prensipleri incelemekte ve her alana özgü etik ilkeler geliştirmektedir. İş etiği, bir sektörde çalışanların işlerini yürütürken uymakla yükümlü oldukları etik ilkeleri ifade etmektedir. Örneğin; bankacılık etiği iş etiğinin bir türü olup bankacılık sektöründe yöneticilerin ve çalışanların uymakla yükümlü oldukları etik ilkeleri ve uzak durmaları gereken etik dışı davranışları açıklamaktadır. Dolayısıyla iş etiği günümüzde önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir (Esmer, 2018: 30; İpar ve Esmer, 2015: 476). Bu bağlamda iş yaşamında girişimcilerin uymaları gereken etik ilkeler ve kaçınmaları gereken etik dışı davranışların uygulamalı etiğin önemli bir konusu olduğu söylenebilir. Girişimcilik etiği olarak adlandırılan bu etik türünde girişimcilerin işlerini ve faaliyetlerini sürdürürken hangi etik kurallara uymaları, başarılarını ahlaki değerlerle taçlandırmak için nelere dikkat etmeleri, çalışanlarına ve müşterilerine nasıl davranmaları gerektiği açıklanmaktadır (Kamara, 2018: 1).

2. GİRİŞİMCİLİK

Literatür incelendiğinde birçok bilim insanı tarafından girişimcilik/girişimci kavramını ekonomik, psikolojik ve sosyal yönden açıklamaya yönelik çok sayıda tanımın yapıldığı görülmektedir. Peter Drucker girişimciyi “mevcut kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına aktarabilen ve orada tutmayı başarabilen kişi”, Joseph Schumpeter girişimciyi “yenilik yapan ve yeni teknoloji geliştiren kimse”, Albert Shapero girişimciyi “organizasyonun sosyal ve ekonomik işleyişinde inisiyatif alan ve olası başarısızlık riskini üstlenen kişi”, Robert Hisrich ise girişimciyi “zaman ve çaba sarf ederek farklı değerler üreten, çeşitli riskleri üstlenen ve sonunda maddi ya da manevi karşılık alan kişi” olarak tanımlamıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 66). Genel olarak girişimcilik, bir örgütün kurulumundan başlayarak yönetimi, mal ya da hizmet üretimi, pazarlaması ve tüm bu işlere yönelik risklerin üstlenilmesine ilişkin faaliyetlerin hepsi olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2014: 28). Bütün bu tanımlardan girişimcilerin birtakım ortak özelliklere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bunlar; yenilikçi ve yaratıcı olmak, risk almak, öncü olmak, rekabetçi düşünmek, bağımsızlık isteği, başarıya duygusu, saygınlık elde etme, kar elde etmek ve kendini geliştirme isteğidir (Ulukan, 2011: 8-9). Girişimcilik ile ilgili farklı yaklaşım ve tarzların benimsenmesi orijinal girişimcilik,

iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik, profesyonel girişimcilik, teknik girişimcilik, çevreci girişimcilik, girişimci girişimcilik, fırsat girişimciliği, yenilik girişimcilik, takipçi girişimcilik ve sosyal girişimciliği ortaya çıkarmıştır. Bu girişimcilik türleri aşağıda açıklanmaktadır (Küçük, 2014: 49-50; Ballı, 2017: 150-151):

- *Orijinal Girişimcilik:* Bağımsız bir şekilde girişimciliği özgün haliyle ele alan, ilk kez kurulan ve diğerlerinden farklı olan girişimleri ifade eden girişimcilik türüdür.
- *İç Girişimcilik:* Örgüt bünyesinde yaratıcı bireylerin fırsatları ve imkânları kullanarak örgütün büyümesine ve gelişimine katkı sağlamalarını öngören bir girişimcilik türüdür.
- *Kurumsal Girişimcilik:* Bir örgüt içerisinde küçük girişimleri organize eden üst girişimciliktir.
- *Profesyonel Girişimcilik:* Örgüt bünyesindeki profesyonel yöneticilere yönelik öngörülen bir girişimcilik modelidir.
- *Teknik Girişimcilik:* Teknoloji, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin finansmanını ve yönetimini kapsayan bir girişimcilik türüdür.
- *Çevreci Girişimcilik:* Çevresel problemlere çözüm sunmayı sağlayan ve çevre bilinci oluşturmaya yönelik bir girişimcilik faaliyetidir.
- *Girişimci Girişimcilik:* Girişimci olmuş ya da girişimci olmaya çalışan bireylere fırsat sunarak onlara öncülük eden girişimcilik modelidir.
- *Fırsat Girişimciliği:* Pazardaki mevcut fırsatları görmek ve onları değerlendirmektir.
- *Yenilikçi Girişimcilik:* Yeni bir ürün ya da mevcut üründe bazı iyileştirmeler yaparak pazara sunmaktır.
- *Takipçi Girişimcilik:* Pazardaki gelişmeleri izleyerek diğer girişimcileri takip etmeyi içeren girişimcilik türüdür.
- *Sosyal Girişimcilik:* Diğer girişimcilik türlerinden farklı olarak eğitim, sağlık, yoksulluk, fakirlik gibi toplumsal alanlarda meydana gelen sorunlara çözüm üretmeyi amaç edinen ve kar amacı gütmeyen bir girişimcilik anlayışıdır.

Girişimcilik, sosyo-ekonomik ve psikolojik bir olgudur (Tekin, 2019: 287) . Bu nedenle genetik, bireysel, demografik ve çevresel olmak üzere birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörlerle beraber kültür ve eğitim, aile yapısı ve sosyal çevre, psikolojik faktörler, yasal, yönetsel ve siyasal faktörler, finansal çevre ve dinin de girişimciliği etkilediği

görülebilmektedir. Diğer yandan ahlaki değerlerin (doğruluk, dürüstlük vb.) de girişimciliği etkilediği söylenebilir. Yalnızca para kazanma amacıyla hareket eden girişimcilerin uzun dönemde başarılı olamadığı bu nedenle girişimcilerin etik konusuna önem vermeleri gerektiği anlaşılmaktadır (Esmer ve Yüksel, 2018: 263). Çetinkaya-Bozkurt ve Alparslan (2013: 18) girişimcilerde olması gereken özellikleri önem derecesine göre sıraladığı araştırmasında “dürüstlük” ve “ticari ahlak” özelliklerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Tekin vd. (2018: 144) girişimcilerin, faaliyetlerinde dürüstlük, doğruluk, sözünü yerine getirme, saygı, sadakat ve sorumluluk ilkelerini ön planda tutmaları gerektiğini böylece onların devamlılıklarını sürdürerek topluma sosyal ve ekonomik anlamda katkı sağlayabileceklerini ifade etmiştir. Çelik ve Yılmaz (2018: 1) kadın girişimcilerin etik davranış düzeylerinin kamu çalışanlarına kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilerek kadın girişimcilerin doğruluk, dürüstlük, sorumluluk, tasarruf, sevgi, saygı, bağlılık, fedakârlık gibi etik ilkelere daha çok riayet ettikleri ifade edilmiştir.

3. ETİK GİRİŞİMCİLİK

Son yıllarda girişimciliğin öneminin artması ve girişimcilikle ilgili meydana gelen etik problemler girişimciliğin etik boyutunu gündeme getirmiş ve girişimcilik ile etik ilişkisi üzerine araştırmaların yapılmasının zeminini oluşturmuştur. Bu bağlamda girişimciler ve örgütlerinin karşılaştığı etik sorunlara yönelik ciddi araştırmalar yapılmış, girişimcilerin birçok etik sorunla karşı karşıya oldukları ifade edilmiştir (Doğan, 2014: 95; Hannafey, 2003: 99). Hem girişimcilik hem de etik, 21. yüzyıl için ayrılmaz paradigmlar olarak görülmüş ve girişimciliğin etik güdümlü girişimcilik olmadığı sürece iyi çalışamayacağı genel yargı olarak kabul edilmiştir (Karanda ve Toledano, 2018: 882). Ogbari et al. (2016: 56) iş etiğinin örgütsel performans üzerindeki etkisini inceledikleri araştırmalarında girişimcilerin etik uygulamaları ile performansları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit etmişlerdir. Ayrıca araştırmada bazı yönetim guruları tarafından, etik şirketlerin rakiplerine göre rekabet üstünlüklerinin daha yüksek olduğu çünkü kendi pazarlarında daha iyisini yapma eğiliminde oldukları ifa edilmiştir. Bu nedenle girişimcilerin satış hacmini artırmak için organizasyonlarında etik standartlara uyumu zorunlu kılmaları gerekmektedir. Tekin vd. (2018: 144) toplumların ve ekonominin gelişmesi “ahlaki girişimcilik” anlayışı ile gerçekleşebileceğini ifade ederek yüzyıllar önce Ahilik Teşkilatı'nın ahlaka uygun bir girişimcilik anlayışı sürdürerek ahlaki girişimciliğin öncülerinden olduğunu savunmuşlardır. Ahilik Teşkilatı'nın girişimcilik faaliyetleri incelendiğinde kapitalist ve sosyalist ekonomik anlayıştan farklı bir şekilde insan odaklı, özgeci ve helal kazancı ön planda tutan girişimcilik anlayışının benimsendiği görülmektedir.

Dolayısıyla Ahilik Teşkilatı ekonomik girişimcilikten daha çok sosyal girişimciliğe önem vermiş ve daha da ötesine giderek “ahlaklı girişimci” yetiştirerek “ahlaki girişimcilik” kavramının ortaya çıkmasında öncü olmuştur. Ahilik Teşkilatı yapmış olduğu ahlaki girişimcilik faaliyetleri ile gelecek kuşaklara rol modeli olmaktadır (Esmer ve Yüksel, 2018: 270). Kaptein (2019: 1135) ahlaki girişimciliği etik liderliğin yeni bir bileşeni olarak görmüştür. Buna göre; etik bir lider aynı zamanda yeni etik normlar oluşturma ahlaki bir girişimcidir. Bütün bu çalışmalar ve gelişmeler iş yaşamında etik girişimcilik olgusunu gündeme getirmiştir. Ancak literatür incelendiğinde etik girişimcilik üzerine çok az araştırmanın yapılmış olduğu görülmektedir. Wempe (2005: 219)`ye göre etik girişimcilik, girişimcilik yoluyla etik hedeflere ulaşma anlamına gelmektedir Etik girişimcilik, istekli bir şekilde yapıcı bir örgüt kültürü oluşturma yolculuğu olarak tanımlanabilmektedir. Buna göre bir kültürü yeniden inşa etmek bozulan bir kültürü düzeltmekten daha kolaydır (Moss, 2018: 1). Etik girişimci değerlerine dayalı yaklaşımın temel önermesi, finans ve pazarlama gibi gerekli işletme becerilerine sahip olmanın yanı sıra, bir işletmenin yönetiminin dürüstlük, cesaret ve kararlılık gibi ahlaki temel değerlere sahip olmasıdır (Souza, 2019: 1). Hagenbuch (2015: 1) girişimcilerin adalet, dürüstlük, edep ve sürdürülebilirlik konuları ile ilgili aşağıdaki 4 soruya “evet” cevabı vererek etik girişimciliğin temelini oluşturabileceklerini ifade etmiştir:

- 1) *Adalet*: İş modeliniz kazan-kazan ilişkisine mi dayanmaktadır?
- 2) *Dürüstlük*: İşletmenizin ürünleri gerçeğe uygun bir şekilde tanıtılabiliyor mu?
- 3) *Edep*: Utanmadan işini başkalarına anlatabiliyor musunuz?
- 4) *Sürdürülebilirlik*: İşletmenizde kaynaklar verimli kullanılıyor mu?

Sheehan (2017: 1) `a göre etik bir girişimci olmak için; örneklerin liderliğine odaklanmak, insanlığı kucaklamak, ekoloji, ülke ekonomisi ve geri dönüşümle ilgili 5 neden bulunmaktadır:

- 1) *Örneklerin liderliğine odaklanmak*: Başkalarına örnek olarak yol gösterici olmak, kendimize nasıl davranılmasını istiyorsak başkalarına da öyle davranmaktır. Bunun için kendi eylemlerimizin sorumluluğunu üstlenmek, dinlemek ve başkalarını tanımak, bir soruna ilk çözüm öneren olmak, dürüst ve doğru olmak, kendini veya başkalarını fazla çalıştırmamak gerekir.
- 2) *İnsanlığı kucaklamak*: Empati kurarak başkalarının ihtiyaçlarını ve hassas oldukları noktaları fark etmektir. Bunun için temiz bir iş ortamının oluşturulması, işyeri dışındaki çalışanların yaşamlarını desteklemek, yerel bir hayır kurumuna mal ya da hizmet bağışlamak, topluluğumuzdaki insanları eğitmek ve sanatı desteklemek gerekir.

- 3) *Ekoloji*: Çevreci bir bilince sahip olmaktır. Bunun için sürdürülebilir malzemeler kullanmak, ofis mobilyalarını iyileştirmek veya ikinci el satın almak, şişeler gibi gereksiz plastik maddeleri hayatımızdan çıkarmak, çevre dostu temizlik ürünleri kullanmak ve elektronik atıkları (e-atık) uygun bir şekilde geri dönüştürmek gerekir.
- 4) *Ülke ekonomisi*: Ülke ekonomisine katkıda bulunmaktır. Ülke ekonomisine katkıda bulunmanın birçok faydası bulunmaktadır. Bunlar; daha iyi ücretler sağlanır, işler ekonomiye dönüştürülür, toplum güçlenir, rekabet artar ve müşteri odaklılığı sağlanır.
- 5) *Geri dönüşüm*: Hayırsever olmak ve etik bir şekilde topluma katılmak, topluma katılımı teşvik etmektedir. Vatandaşlık görevi gösteriş için yapılmamalıdır. Toplum için yapılan her iyi ve doğru faaliyet bize olumlu bir sonuç olarak geri dönmektedir.

Etik girişimciler, etik dışı yollara başvurmadan kazanç elde etmeyi amaçlayan kişilerdir. Etik dışı yollara başvuran girişimciler uzun dönemde faaliyetlerini sürdürememekte, topluma kötü örnek olmakta ve girişimciliğin itibarını da zedelemektedirler. Etik girişimciler, vergi borcunu tam olarak yerine getiren, istihdam sağlayan, ürettikleri mal ve hizmetleriyle müşterilerinin çeşitli taleplerini karşılayan, organize ettikleri sosyal sorumluluk projeleriyle toplumsal fayda üreten bireylerdir. Bu tür girişimciler toplumda saygı görmekte ve dolayısıyla kurdukları işletmelerin kurumsal itibarı yüksek olmaktadır (Arslan, 2015: 81-82). Bu bağlamda bir girişimcinin etik bir girişimci olabilmesi için uyması gereken birtakım etik kurallar bulunmaktadır. İşletmeden işletmeye ve kişiden kişiye değişkenlik gösterebilen bu kurallar genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Ankyra, 2019: 1):

- İşin kuruluşu ve organizasyonu sürecinde çevreyi korumaya yönelik önlemleri almak,
- Hazırlanan her türlü finansal rapor, tablo ve kaydın ulusal ve uluslararası finansal raporlama standartlarına göre tutulmasını sağlamak,
- İşle ilgili bilgi ve dokümanlar, ticari sırlar, gizli anlaşmalar, gizli bilgiler gibi gizlilik gerektiren ticari sırların korunmasını sağlamak,
- Kişiler ve müşterilerle olan ilişkilerde adil ve dürüst davranmak, müşterilerin problemlerine karşı duyarlı davranmak, hızlı ve kalıcı çözüm üreterek müşterilerle güvene dayalı bir ilişkinin oluşmasını sağlamak,
- Çalışanlara karşı adil ve dürüst olmak, onların güvenli, sağlıklı ve iş koşullarına uygun ortamlarda görev yapmalarını sağlamak,
- Diğer rakip sektör işletmeleriyle ilişkilerde adil rekabet koşullarını gözetmek.

Girişimcinin gelişen bir örgüt oluşturmanın finansal ve psikolojik ödülleri dâhil olmak üzere başarıya ulaşması ahlaki değerlerin yerine getirilmesi, çalışanların ve müşterilerin mutluluğuna bağlıdır. Girişimcilerin girişimsel karakter özellikleri ve ilişkili olduğu ahlaki erdemler Tablo 1`de özetlenmektedir (Hicks, 2009: 54).

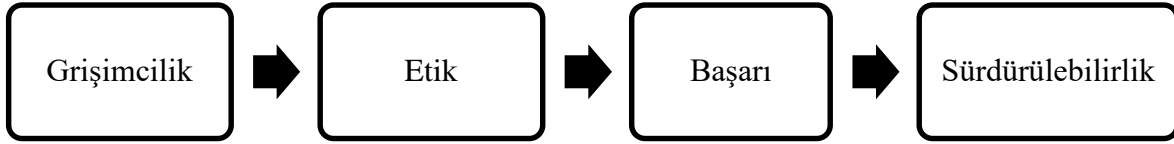
Tablo1: Girişimsel Karakter Özellikleri ve İlişkili Ahlaki Erdemler

Girişimsel Özellik	Ahlaki (Etik) Erdem
Bilgi ve Yaratıcılık	Rasyonellik
Tutku (Hırs)	Gurur (Övgü)
Cesaret	Yüreklilik
Girişim	Dürüstlük
Azim (Sebat)	Bağımsızlık
Deneme ve Yanılma	Nesnellik (Dürüstlük dâhil)
Verimlilik	Üretkenlik
Katma Değer (İnovasyon)	Adalet
Girişimsel Sonuç	Ahlaki Değer
Tecrübe ve Zevk	Özsaygı, Gurur, Gelişen Başarı

Kaynak: Hicks, 2009: 55

Girişimci yapmış olduğu işin büyüklüğü ne olursan, ister kamu ister özel hangi sektörde faaliyet gösterirse gösterebilir birçok kurum, kuruluş ve kişi ile ilişki içerisinde olmaktadır. Girişimci bu ilişkilerinde son derece iyi ve güvenilir olmalıdır. Ancak itibar, güven ve iyi bir imaja sahip olmak oldukça zordur. Bunun için girişimcinin ilişkilerinde etik değer ve ilkelere riayet etmesi başka bir ifade ile etik bir girişimci olması gerekmektedir. Dolayısıyla girişimci emek, sabır, azim, inanç, güven, motivasyon gibi olgular için de harcama yapacak paraya sahip olmalıdır (Arıduru, 2013: 1).

Literatür incelendiğinde etik girişimcilik olgusunun tam olarak tanımlanamadığı anlaşılmaktadır. Kısaca, etik girişimcilik; etik ile girişimciliğin bir bileşimidir. Başka bir ifade ile girişimcinin etik olma durumudur. Etik olma; girişimcinin yapacağı her işte “doğrusu nedir?” sorusunu sormasıdır. Buna göre etik girişimcilik fonksiyonu şu şekilde oluşturulabilir: Etik Girişimcilik= f (Girişimcilik, Etik). Şekil 1`de etik girişimcilik modeli gösterilmektedir.



Şekil 1: Etik Girişimcilik Modeli

Kaynak: Bu model ilgili literatürden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Bu modele göre girişimciler etik oldukları sürece başarıya ulaşarak uzun vadede yaşamlarını devam ettirebilmektedirler. Genel bir tanım yapmak gerekirse etik girişimcilik, girişimcilerin tüm faaliyetlerinde doğruluk, dürüstlük, adalet, eşitlik, insan hakları gibi temel etik değerleri ön planda tutmaları, bu anlayışla hareket ederek rol modeli olmalarıdır.

4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE ETİK GİRİŞİMCİLİK

Etik girişimcilik, girişimcilerin faaliyetlerini iş etiğine uygun bir şekilde gerçekleştirmeleridir. Kısaca iş etiği “işletmelerde neyin yanlış, neyin doğru olduğunu araştırmak ve doğru olanı yapmaktır.” İş etiği, dünya ekonomisinin küreselleşmesi ile birlikte işletmelerin uzun dönemde başarılarını etkileyen önemli bir unsurdur. ABD ve Avrupa’da yaşanan şirket iflaslarının en önemli nedeninin etik skandallar olduğu söylenebilir (Doğan, 2009: 198). Diğer yandan dünyada küreselleşme ile birlikte önemli derecede sosyo-ekonomik, siyasi ve teknolojik değişimler meydana gelmiştir. Bu değişimler Volkswagen’in emisyon değerleri ile oynaması (yaklaşık 800.000 otomobilin karbondioksit emisyon değerlerinin test edilmesinde usulsüzlük yapılması) (Hotten, 2015: 1) ve HSBC skandalları (881 milyon dolarlık kara paranın aklanması) (Teodorczuk, 2018: 1) gibi birtakım etik skandalları beraberinde getirmiştir. Etik dışı faaliyetlerde bulunan yaklaşık 2000 işletme üzerinde yapılan araştırmada işletmelerin hisselerinde büyük oranda değer kayıplarının olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu iş etiğinin orta ve uzun dönemde işletmelerin marka değeri ve piyasa değerini yükselttiğinin kanıtıdır. Böylece “iyi etik, iyi iştir” söylemi ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda hem dünyada hem de Türkiye’de iş etiğine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda ABD’nin ilk sıralarda yer aldığı, onu Avrupa ve Uzakdoğu ülkeleri ile Türkiye’nin takip ettiği görülmektedir. Söz konusu yapılan çalışmalar aşağıda sıralanmaktadır. (Najimudinova et al., 2018: 130; TÜSİAD, 2009: 16-17):

- 2000’li yıllara kadar ABD’de tüm işletme fakültesi programlarının müfredatlarına iş etiği dersi konulmuştur. Bu gelişme ile birlikte Türkiye’de ise üniversitelerde program müfredatlarında iş etiği ya da meslek etiği derslerine yer vermeye başlanmıştır.
- Birçok ülkede iş etiğine yönelik önemli kuruluşlar faaliyet göstermeye başlamış ve forumlar, toplantılar gibi etkinlikler düzenlemişlerdir. Bu kuruluşlara Japon İş Etiği

Araştırmaları Derneği, Kore İş Etiği Enstitüsü, Latin Amerika İş Etiği Ağı/Branşı, Afrika İş Etiği Ağı, Güney Afrika Etik Enstitüsü, St. Petersburg İş Etiği Merkezi ve Çin İş Etiği Merkezi örnek verilebilir. Türkiye`de ise Türkiye Etik Değerler Merkezi (TEDMER) kurulmuştur.

- BM, AB, DB, IMF, OECD gibi önemli uluslararası kuruluşlar iş hayatında etik dışı uygulamalara karşı yoğun ve aktif bir mücadele için birtakım faaliyetler başlatmışlardır. BM`nin “Küresel İlkeler Sözleşmesi” buna örnek verilebilir. Bu sözleşme insan hakları, çalışma koşulları, çevre ve yolsuzlukla mücadele olmak üzere 4 başlıkla ilgili 10 maddeyi kapsayan bir bildiridir. Türkiye`de ise bazı sektörlerde düzenlenme ve denetleme yapılması amacıyla SPK, RK, BDDK, EPDK, TK ve KİK gibi bağımsız düzenleme ve denetim kurulları kurulmuştur.
- ABD`deki iş etiğine yönelik gelişmelerle birlikte 1980`li ve 1990`lı yıllarda Türkiye`de yaşanan yolsuzluk, rüşvet, kontrolsüz ve keyfi kamu harcamaları, popülist nitelikli kamu destekleri gibi etik skandallar “temiz toplum” konusunu gündeme getirmiş ve gelişmiş ülkeler ile karşılaştırıldığında, Türkiye`de iş etiğinin yeni olduğu ancak 2000`li yıllarda önemli gelişmeler kaydedildiği söylenebilir. Bu bağlamda 2004 yılında Kamu Görevlileri Etik Kurulu (KGEK) kurulmuştur. Bu kurulun görevi kamu görevlilerinin uymaları gereken saydamlık, tarafsızlık, dürüstlük, hesap verebilirlik, kamu yararını gözetme gibi etik ilkeleri belirlemek ve uygulamayı gözetmektir. Ayrıca TÜSİAD, TEDMER, PERYÖN, KALDER, Toplumsal Etik Derneği gibi sivil toplum kuruluşları ile TÜRMOB ve Türkiye Bankalar Birliği (TBB) gibi meslek odaları iş etiği konusunda liderlik ederek önemli girişimlerde bulunmuşlardır.
- TÜSİAD 2001 yılında dürüstlük, hukuka saygı, çalışma ortamı ve çalışanlar, siyasi partilerle ilişkiler, bilgi elde etme, kullanma ve saklama, çevre olmak üzere 6 başlıktan oluşan “İş Ahlakı İlkeleri” yayınlamış ve örnek etik kodlar sunmuştur.

TÜSİAD örneğinde olduğu gibi yazılı etik kodların bulunması girişimciler için önem taşımaktadır. Etik kodlar, girişimciler, yöneticiler ve çalışanlara yol gösteren yazılı kurallardır. Etik kodların içeriği bir piramit gibi düşünüldüğünde piramidin en üst katmanında “ misyon” aşağıya inildikçe sırasıyla “temel değerler”, “sorumluluklar” ve en alt katmanda ise “standartlar ve kurallar” yer almaktadır. KPMG tarafından 2014 yılında Rotterdam School of Management, Erasmus Üniversitesi işbirliğinde Fortune Global 200`de yer alan şirketlerin etik kodlarının

incelendiği çalışmada en fazla atıf yapılan 10 temel değer tespit edilmiştir. Bunlar Tablo 2`de verilmektedir (KPMG, 2017: 1).

Tablo 2: Fortune Global 200 Şirketlerinin Temel Değerleri

Sıra	Temel Değerler	Oran (%)
1.	Doğruluk	50
2.	Saygı	36
3.	Dürüstlük	34
4.	Sorumluluk	27
5.	Güven	26
6.	Müşteri odaklılık	22
7.	Performans	20
8.	İletişime açıklık	18
9.	Takım çalışması/İşbirliği	18
10.	İnovasyon	15

Kaynak: KPMG, 2017: 1

Tablo 2`deki temel değerlerin sıralaması incelendiğinde doğruluk, saygı ve dürüstlük ilk üçte yer almaktadır. Diğer yandan en çok atıf yapılan temel değer doğruluk (%50) olduğu görülmektedir.

Faaliyetlerinde ve uygulamalarında etik kodları ön planda tutan şirketlere “etik şirket” adı verilmektedir. Aynı zamanda etik şirket etik girişimciliğin iş yaşamında bir yansımasıdır. Gerçek anlamda etik bir şirket, çevreye zarar vermeyen, çalışanlarına düşük ücret ödemeyen, çocuk işçiliğini kullanmayan ve zararlı veya tehlikeli ürünler üretmeyen şirkettir (The Guardian, 2001: 1). Dünyada herkes tarafından kabul edilen evrensel etik kodlara büyük oranda riayet eden şirketlere etik şirket ödülü verilmektedir. Bu bağlamda etik iş uygulamaları standartlarının tanımlanmasında ve geliştirilmesinde küresel bir lider olan Ethisphere Enstitüsü tarafından 2018 yılı için dünyanın en etik şirketleri belirlenmiştir (Valentine, 2018: 1). Bunlar 13 tane olup Tablo 3`de verilmektedir.

Tablo 3: Dünyanın En Etik Şirketleri

<ul style="list-style-type: none"> – Aflac – Deere & Company – Ecolab – Fluor – GE (General Electric) – International Paper 	<ul style="list-style-type: none"> – Kao Corporation – Milliken and Company – PepsiCo – Starbucks – Texas Instruments – UPS (United Parcel Service) – Xerox
---	--

Kaynak: Valentine, 2018: 1

Türkiye’de etik bilincin ve duyarlılığın artırılması yönünde çalışan örgütlerden biri olan Etik Değerler Merkezi Derneği (EDMER) yaptığı araştırmasında 2017 yılının etik şirketlerini belirleyerek ödüllendirmiştir. Buna göre ETİKA 2017 yılının etik şirketleri Tablo 4’de verilmektedir (Çalıkoglu, 2018: 1).

Tablo 4: ETİKA 2017 Yılı Etik Şirketleri

<ul style="list-style-type: none"> – Axa Sigorta A.Ş. – Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş. – T. Garanti Bankası A.Ş. – Günsan Elektrik Malz. San.Tic. A.Ş. – Havelsan A.Ş. – İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş. – Jones Lang LaSalle Gayrimk. Hizm. Tic. A.Ş. – Kordsa Teknik Tekstil A.Ş. – Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. – Lilly İlaç Ticaret Ltd. Şti. – Migros Ticaret A.Ş. – Mondelez International Türkiye 	<ul style="list-style-type: none"> – Becton Dickinson İth. İhr. Ltd. Şti. – DenizBank A.Ş. – Groseri Gıda ve İth. Mad. Tic. Ltd. Şti. – PwC Türkiye – Sertrans Uluslararası Nakliyat Tic. A.Ş. – Sun Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. – Şekerbank T.A.Ş. – Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. – ÜNSPED Gümrük Müş. ve Loj. Hizm. A.Ş. – UPS Hızlı Kargo Taşımacılığı A.Ş. – Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. – Novo Nordisk Sağlık Ürünleri Ticaret Ltd. Şti.
---	--

Kaynak: Çalıkoglu, 2018: 1

Dünyada ve Türkiye’de gerçekleşen tüm bu gelişmeler etik girişimciliğin küresel bir endişeye dönüşmesine yol açmıştır. Etik girişimciliğin gündeme gelmesi hem gelişmiş hem de az gelişmiş ülkelerde girişimciler için anlamlı etkiler sunmuştur (Karanda ve Toledano, 2018:

881). 1970'li yıllardan sonra Enron, Tyco, WorldCom, Adelphia, Ahold, Parmalat gibi şirketlerin hileli finansal raporlamalarda bulunmaları, Ford, General Motors, Nestle, Johnson ve Johnson, Union Carbide gibi şirketlerin etik dışı faaliyetleri girişimcilikte etik bir yaklaşımın önünü açmıştır. İş yaşamında ortaya çıkan bu etik skandal örnekleri, iş ahlakına geri dönüş sürecini başlatırken, ekonomide ahlakı dışarıda bırakmanın mümkün olamayacağını kanıtlamıştır (Bayrak Kök ve Sarıkaya, 2013: 657).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada kapitalist düşünce ile birlikte ortaya çıkan maksimum kazanç anlayışı iş yaşamında ahlak olgusunun giderek yok olmasına zemin hazırlamıştır. Aşırı kazanma hırsıyla sürekli beslenen girişimcilik kültürü, “her koşulda ve her zaman kar elde etmek” anlayışıyla, insanlara, topluma, doğaya ve örgütlere ciddi zararlar vermiş, maddi kaynakların yanında manevi kaynakların da yok olmasına yol açarak ahlaki bir boşluğun oluşmasına neden olmuştur. Bu durum tüm dünyada yaşanan birçok savaşın ve krizin önemli bir kaynağı olmuştur. Böylece zedelenen güven, bozulan iş disiplini, kısa ve uzun dönemli ekonomik, sosyal, politik ve hukuki dezavantajlar ya da ahlaki çöküşler yaşanan etik sorunlara yönelik çözüm yollarının aranmasının zorunluluğunu ortaya koymuştur (Bayrak Kök ve Sarıkaya, 2013: 664; Müftüoğlu, 2014: 1; Yalta, 2018: 1). Bu noktada en önemli çözüm yolunun “etik girişimcilik” olduğu söylenebilir. Literatürde etik girişimcilikle ilgili sınırlı sayıda tanımın olduğu görülmektedir. Bu tanımlar incelendiğinde etik girişimciliğin etik ile girişimciliğin bir bileşimi olduğu söylenebilir. Dolayısıyla etik girişimcilik, girişimciliğin etik boyutunu ifade etmektedir. Başka bir ifade ile girişimcilerin etik ilke ve standartlara uygun faaliyet göstermeleri, etik dışı davranışlardan kaçınmaları ve tüm işlerinde “doğrusu nedir?” sorusuna yanıt aramalarıdır. Bu durum girişimcilerin başarılı olabilmeleri, uzun dönemde yaşamlarını sürdürebilmeleri, kaliteyi ve müşteri memnuniyetini sağlayabilmeleri için büyük önem arz etmektedir. Etik girişimcilik, insanlara, bir ürün pazarında basitçe doğrulanmış iş fikirlerinden daha fazla organizasyonlar oluşturmayı öğrettiğinden uzun vadede kazanmayı vadetmektedir (Moss, 2018:1). Yapılan araştırmalar girişimciliğin etik yönüne önem verilmediğini bunun önüne daha fazla para kazanma ve maliyetleri azaltma amaçlarının geçtiğini göstermektedir. Girişimcilerin sürekli olarak daha fazla kazanmak uğruna çok sayıda etik skandalla anıldıkları bilinmektedir. Bu etik skandallar iş yaşamında hem müşteri hem de çalışanda güven unsurunu zedelemekte, müşteri memnuniyetini ve kalite algısını azaltmakta ve sonuç olarak girişimcileri başarısızlığa uğratmaktadır. Bu çalışmada etik girişimcilik kavramı teorik olarak incelenerek Dünya’da ve Türkiye’de etik girişimciliğin durumu araştırılmıştır. Dünyada küreselleşme ile birlikte önemli

derecede sosyo-ekonomik, siyasi ve teknolojik değişimlerin meydana geldiği ve bu değişimlerin birtakım etik skandalları beraberinde getirdiği tespit edilmiştir. Etik dışı faaliyetlerde bulunan girişimcilerin hisselerinde büyük oranda değer kayıplarının olduğu ve bu durumun orta ve uzun dönemde işletmelerin marka değeri ve piyasa değerinde olumsuz etkiye neden olduğu belirlenmiştir. Etik girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalarda ABD`nin ilk sıralarda yer aldığı, onu Avrupa ve Uzakdoğu ülkeleri ile birlikte Türkiye`nin takip ettiği görülmüştür. ABD`de işletme fakültesi programlarının müfredatlarına iş etiği dersi konulmuş, bu gelişme ile birlikte Türkiye`de ise girişimcilikle ilgili program müfredatlarına iş etiği ya da meslek etiği derslerine yer vermeye başlanmıştır. Türkiye de dâhil birçok ülkede iş etiğine yönelik önemli kuruluşlar faaliyet göstermeye başlamış ve forumlar, toplantılar gibi etkinlikler düzenlenmiştir. TÜSİAD tarafından 2001 yılında dürüstlük, hukuka saygı, çalışma ortamı ve çalışanlar, siyasi partilerle ilişkiler, bilgi elde etme, kullanma ve saklama, çevre olmak üzere 6 başlıktan oluşan “İş Ahlakı İlkeleri” yayınlanmış ve örnek etik kodlar sunulmuştur. Bu etik kodları ön planda tutan şirketlere “etik şirket” adı verilmiştir. Bu bağlamda etik şirket değerlendirmeleri yapılarak ödüller vermeye başlanmıştır.

Türkiye`de etik girişimcilik geçmişine bakıldığında bunun yüzyıllar önce Ahilik Teşkilatı ile başladığı görülebilmektedir. Ahilik Teşkilatı`nın ahlaka uygun bir girişimcilik anlayışı sürdürerek etik girişimciliğin öncülerinden olduğu görülmüştür. Ahilik Teşkilatı`nda kapitalist ve sosyalist ekonomik anlayıştan farklı olarak insan merkezli, özgeci ve helal kazancı ön planda tutan bir girişimcilik anlayışının benimsendiği anlaşılmaktadır. Ahilik Teşkilatı ekonomik girişimcilikten daha çok sosyal girişimciliğe önem vermiş ve “ahlaklı girişimci” yetiştirerek “ahlaki girişimcilik” kavramının ortaya çıkmasında öncü olmuştur. Ahilik Teşkilatı`nın bu şekilde faaliyetleri etik girişimcilik konusunda gelecek kuşaklara rol modeli olduğu söylenebilir. Ahilik Teşkilatı ve sonrasında Osmanlı dönemindeki iş ve ticari yaşam incelendiğinde oluşan girişimcilik kültürünün en çok İslam inanç esaslarından etkilendiği söylenebilir. İslam dininde birçok ayet ve hadislerle girişimcilerin doğruluk ve dürüstlükten ayrılmamaları gerektiği emredilmiştir. İslam dininde girişimci; risk ve getiriden önce Allah`ın rızasını kazanmaya çalışan İslami prensip ve değerleri ön planda tutan bir yatırımcıdır (Er ve Mutlu, 2017: 33). Kur`an-ı Kerim`in Şu`arâ süresinin 26/181-183 ayetlerinde bu durum şöyle belirtilmiştir: “*Ölçüyü tam yapın. Eksik verenlerden olmayın. Doğru terazi ile tartın. İnsanların mallarını ve haklarını eksiltmeyin. Yeryüzünde bozgunculuk yaparak karışıklık çıkartmayın.*” Yine İslam peygamberi rızkın (kazancın) onda dokuzunun ticaret ve cesaretle yani girişimcilikte olduğunu ifade etmiş ancak “*bizi aldatan bizden değildir*” sözüyle bunun

doğruluk ve dürüstlük çerçevesinde yapılması gerektiği üzerinde önemle durarak ticari yaşamda örnek bir ahlak anlayışı sunmuştur. İslam dininde helal kazanç teşvik edilmiştir. Helal kazanç ise bir ticari işlemde tarafların kabul ettiği, doğruluk ve dürüstlük ilkelerine hiçbir şekilde ters düşmeyen fiyattan elde edilen getiri olarak tanımlanabilir. Başka bir ifade edile etiğe uygun bir kazancı ifade etmektedir. Dolayısıyla helal sadece yenilen ve içilen şeylerde değil aynı zamanda tüm iş faaliyetlerde aranmalıdır. İslam dinine göre etik girişimcilik, girişimcilerin yaptıkları her iş ve faaliyette helali aramalarıdır.

Araştırmalar hem dünyada hem de Türkiye`de girişimcilikte etik unsurunun sürekli ihlal edildiğini ve girişimcilerin uzun vadeli düşünmediklerini, günü kurtarma düşüncesi ile hareket ettiklerini, müşteri memnuniyetine önem vermediklerini göstermektedir. Bu durum kalite algısının azalmasına ve müşteri şikâyetlerinin her geçen gün artmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda gerek dünyada gerekse Türkiye`de girişimciliğin etik yönüne yönelik araştırmaların yapılması, problemlerin tespit edilmesi ve çözüm yollarının aranması gerekmektedir. Girişimcilerin etik bilincini artırmaya yönelik eğitim, seminer gibi çeşitli etkinlikler düzenlenmeli ve bu konuda farkındalık oluşturmak için akademik çalışmalar yapılmalı, Ahilik Teşkilatı örneğinde olduğu gibi ahlaklı girişimci yetiştirmek için okul müfredatlarında etik girişimciliğe yönelik derslere yer verilmelidir. Ayrıca etik girişimcilikle ilgili bir denetim mekanizması kurulmalı etik girişimciler ödüllendirilmeli etik olmayan girişimcilere yaptırımlar uygulanmalıdır. Diğer yandan doğrudan etik girişimciliği konu edinen çalışma sayısının az olması bu çalışmanın önemli bir kısıtlılığı olarak görülebilir. Bu nedenle çalışmanın iş yaşamında pek dikkate alınmayan ve üzerinde sınırla sayıda araştırmanın yapıldığı bir alan olan etik girişimcilik konusunda farkındalık oluşturacağı ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyazı, T. E. (2014). *Girişimcilik Sürecinde Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar ile İç Girişimcilik Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Ankyra. (2019). Rehber-Yatırımcı ve Girişimciler için Etik İlkeler. Erişim adresi: Ankyra Business Advice & Services, <https://ankyra.business/content/yatirimci-ve-girisimciler-icin-etik-ilkeler>, Erişim adresi: 22.10.2019.
- Arıdur, A. (2013). Girişimci Kimdir?. Erişim adresi: Fortune Danışmanlık, <http://www.fortune.com.tr/girisimciliktemel.asp>, Erişim tarihi: 25.10.2019.
- Arslan, A. (2015). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi Ders Notları. Erişim adresi: http://kulamyu.cbu.edu.tr/db_images/site_212/file/Girisimcilik1.pdf, Erişim tarihi: 22.10.2019.
- Aydın, İ. (2006). *Eğitim ve Öğretimde Etik* (2. Baskı). Pegem A Yayıncılık, Ankara.
- Aydın, İ. (2012). *Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik* (5. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Ballı, A. (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(29), 143-166.
- Bayrak Kök, S. & Sarıkaya, M. (2013). Yeni Zirve: Girişimcilikte Ahlakın Artan Değeri. *International Conference on Eurasian Economies 2013*, 657-665.
- Çalıköğlü, U. (2018). ETİKA Türkiye Etik Ödülleri: Yılın Etik Şirketleri Belirlendi. *İndigo Dergisi*, 1-1. Erişim adresi: <https://indigodergisi.com/2018/05/etika-turkiye-etik-odulleri/>, Erişim tarihi: 04.11.2019.
- Çelik, C. & Yılmaz, N. (2018). Kadın Girişimciliğinde Yönetmel Etik Değerler (Mersin İlinde Uygulamalı Bir Araştırma). *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries (Journal EMI) Dergisi*, 2(3), 1-15.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö., & Alparslan, A. M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Doğan, N. (2009). İş Etiğ ve İşletmelerde Etik Çöküş. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(16), 179-200.
- Doğan, N. (2014). Girişimciliğın Etik Boyutu. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(1), 86-98.
- Er, B. & Mutlu, M. (2017). İslam ve Girişimcilik: Girişimci Adayları Üzerine Bir Araştırma. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(12), 33-50.
- Ercan, S. & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğın Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, (49), 59-82.
- Esmer, Y. (2018). *Bankacılık Sektöründe Etik Yönetim*. LAP Lambert Academic Publishing, Mauritius.
- Esmer, Y. & Özdaşlı, K. (2018). *Akademik Yönetimde Psikolojik Sözleşme İhali, Etik Liderlik ve Prososyal Davranışlar*. Çizgi Kitabevi, Konya.
- Esmer, Y. & Yüksel, M. (2018). *Relationship between Entrepreneurship and Organization*. In: E. Yıldırım, & H. Çeştepe (Eds.), *Globalization, Institutions and Socio-Economic Performance- Macro and Micro Perspectives* (pp. 257-272). Peter Lang GmbH, Berlin. Doi:10.3726/b14702

- Hagenbuch, D. (2015). The 4 Pillars of Ethical Enterprises. Erişim adresi: Entrepreneur, <https://www.entrepreneur.com/article/240035>, Erişim tarihi: 21.10.2019.
- Hannafey, F. T. (2003). Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review. *Journal of Business Ethics*, 46(2), 99-110. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/25075093>
- Hicks, S. R. (2009). What Business Ethics Can Learn from Entrepreneurship. *The Journal of Private Enterprise*, 24(2), 49-57.
- Hotten, R. (2015). Volkswagen: The Scandal Explained. Erişim adresi: BBC, <https://www.bbc.com/news/business-34324772>, Erişim tarihi: 30.11.2019.
- İpar, M. S. & Esmer, Y. (2015). Turizm İşletmelerinde Etik Uygulamaların Önemi: Kavramsal Bir Araştırma. 14. Ulusal İşletmecilik Kongresi, (7-9 Mayıs 2015), 474-479, Aksaray.
- Kamara. (2018). Girişimcilik Etiği İlkeleri. Erişim adresi: <https://kamara.com.tr/blog/girisimcilik-etigi-ilkeleri/>, Erişim tarihi: 30.10.2019.
- Kaptein, M. (2019). The Moral Entrepreneur: A New Component of Ethical Leadership. *Journal of Business Ethics*, 156(4), 1135-1150. Doi:10.1007/s10551-017-3641-0
- Karanda, C., & Toledano, N. (2018). The Promotion of Ethical Entrepreneurship in The Third World: Exploring Realities and Complexities From An Embedded Perspective. *Business Horizons*, 61(6), 881-890. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.07.008>
- Kılınç, İ. & Ağraş, S. (2012). *İş Etiği*. D. Ergun Özler (ed.), Örgütsel Davranışta Güncel Konular (s. 65-79) içinde. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- KPMG. (2017). Şirketlerin Olmazsa Olmazı: Etik Kod. Erişim adresi: <https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2017/03/sirketlerin-olmazsa-olmazi-etik-kod.html>, Erişim tarihi: 04.11.2019.
- Küçük, O. (2014). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (7. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Mahmutoğlu, A. (2009). Etik ve Ahlâk; Benzerlikler, Farklılıklar ve İlişkiler. *Türk İdare Dergisi*, 81(463-464), 225-250.
- Meriç, S. (2013). *Girişimcilik Potansiyeli ile Etik Algı Arasındaki İlişki: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Moss, A. (2018). Ethical Entrepreneurship: Searching for Organization-Cultural Fit. Erişim adresi: NYU/Entrepreneurship, <http://entrepreneur.nyu.edu/blog/2018/09/14/ethical-entrepreneurship/>, Erişim tarihi: 07.10.2019.
- Müftüoğlu, T. (2014). Girişimcilik ve Etik Değerler, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/girisimcilik-ve-etik-degerler/21176>, Erişim tarihi: 07.10.2019.
- Najimudinova, S., Maksüdünov, A., Özden, K., Bağırzade, E. & Tazhibayev, R. (2018). Değişen Dünyada Değişmeyen Değerler: Türk Cumhuriyetlerinde Üniversite Öğrencilerinin İş Etiğine Yönelik Tutumları. *Bilgi-Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 87, 129-156.
- Ogbari, M. E., Oke, A. O., Ibukunoluwa, A. A., Ajagbe, M. A. & Ologbo, A. C. (2016). Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(S3), 50-58.

- Özerkan, K. (2014). Girişimciliğin Etik Sorumluluğu. Erişim adresi: İş Fikirleri Girişimcilik Portalı, <http://www.isfikirleri-girisimcilik.com/girisimciligin-etik-sorumlulugu>, Erişim tarihi: 07.10.2019.
- Özmen, F. & Güngör, A. (2008). Eğitim Denetiminde Etik. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(15), 137–155.
- Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş*. (G. Sezer ve V. Atayman, Çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Power, S., Domenico, M. D. & Miller, G. (2017). The Nature of Ethical Entrepreneurship in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 65, 36-48, doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.001
- Sheehan, D. (2017). 5 Reasons to Be An Ethical Entrepreneur. Erişim adresi: Wealthy Gorilla, <https://wealthygorilla.com/5-reasons-ethical-entrepreneur/>, Erişim tarihi: 22.10.2019.
- Souza, A. D. (2019). Ethical Entrepreneur- The Values-Based Approach to Sustainable Success. Erişim adresi: Finance, Investing, Women's Business News, <https://www.womensbusiness.club/ethical-entrepreneur-the-values-based-approach-to-sustainable-success/>, Erişim tarihi: 24.10.2019.
- Tekin, M., Soba, M. & İter, B. (2018). Girişimcilikte İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Algısı. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(36), 131-146.
- Tekin, E. (2019). *Girişimcilik ve Sosyal Sermaye* (Genişletilmiş 2. Baskı). Eğitim Yayınevi, Konya.
- Teodorczuk, T. (2018). Netflix Documentary Re-Examines HSBC's \$881 Million Money-Laundering Scandal. Erişim adresi: MarketWatch, <https://www.marketwatch.com/story/netflix-documentary-re-examines-hsbcs-881-million-money-laundering-scandal-2018-02-21>, Erişim tarihi: 30.11.2019.
- The Guardian. (2001). What is an Ethical Company?. Erişim adresi: <https://www.theguardian.com/money/2001/nov/13/ethicalmoney>, Erişim tarihi: 05.11.2019.
- TÜSİAD. (2009). *Dünyada ve Türkiye`de İş Etiği ve Etik Yönetimi*. TÜSİAD, İstanbul.
- Uluhan, R. (2011). *Kendi İşini Kurmak İsteyenler İçin Girişimcilik Kılavuzu*. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Ankara. Erişim adresi: http://www.aep.gov.tr/wp-content/uploads/2012/10/03_05_kucuk-olcekli-isletme-girisimciligi.pdf, Erişim tarihi: 17.10.2019.
- Valentine, M. (2018). Introducing The Top 13 Most Ethical Companies to Work For. Erişim adresi: Goalcast, <https://www.goalcast.com/2018/02/27/most-ethical-companies-to-work-for/>, Erişim tarihi: 05.11.2019.
- Wempe, J. (2005). Ethical Entrepreneurship and Fair Trade. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 211–220. doi:10.1007/s10551-005-0129-0
- Yalta, B. (2018). *Etik ve Girişimcilik*. Erişim adresi: Startup Hukuku, <https://startup hukuku.com/girisimcilik-ve-etik-etik-kod/>, Erişim tarihi: 07.10.2019.