HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
CİLT XIV SAYI 1/TEMMUZ-1996 SAYFA 99-107

İŞLETME ETİĞİ: İŞLETME ÖĞRENİMİNDE OLMASI GEREKEN BİR DERS

*Azize ERGENELİ**

ÖZET

Bu çalışma, lisans eğitimleri boyunca, karar verme sürecinde ekonomik kriterlerin ışığında "nasıl" karar verilmesi gerektiğini öğrenen işletme öğrencilerinin, uzun dönemde daha başarılı olabilmek için "hangi" kararların verilmesi gerektiğini de öğrenmeleri gereğine dayandırılmaktadır. Çalışmada işletme etiği dersinin bunu önemli ölçüde gerçekleştirebileceği vurgulanmaktadır. Böyle bir ders ile öğrencilere, toplumda yer alan diğer unsurlara değer veren yeni bir bakış açısı kazandırılabilecektir. Bu bakış açısı öğrencilerin, iyi işletmecilikle etik düşünce arasındaki bağlantıyı kurabilmelerini, böylece ekonomik performansın kurban edilmesine gerek kalmadan işletmelerin uzun dönemde daha başarılı olabileceklerine inanmalarını sağlayabilecektir.

Öğrencilerin doğruluk, dürüstlük ile ilişkili kendi sağduyu standartlarını belirlemelerine yardımcı olacak olan işletme etiği, iş yapmanın kaçınılamaz maliyeti olarak değil, uzun dönemli başarının bir aracı olarak öğrencilere kazandırılmalıdır.

ABSTRACT

Business Ethics: An Indispensible Course For Business Administration Curricula

This paper focuses on the need of teaching business students "which" decisions must be made in order to be more successful in the long term rather than "how" to make decisions under the economic criteria - as it is taught throughout the business curricula. It has been emphasized here that this can mostly be realized with the Business Ethics course. In Business Ethics course business students will obtain a new perspective of providing values to others in the society. This new perspective will enable the business students to visualize the linkages between ethical thinking

---

* Yrd. Doç. Dr. Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü.
Anahtar Sözcükler: İşletme etiği; İşletme öğretimi; Değerler ve Standart Ölçütler.
Keywords: Business ethics; Business education; Values and norms.

and good business, and make them realize that the organizations become more successful in the long term without sacrificing the economic performance.

Business Ethics course will help the business students have their own common sense standards of integrity and accept business ethics as a means of the long term performance rather than the unavoidable cost of doing business.

GİRİŞ

Etik, içinde bulunduğumuz 90'lı yıllarda işletme konuları arasındaki en popüler konuma erişmiş bulunmaktadır. Nitekim bazı işletmeler, etik değerleri kendi işletme kültürlerine katmak için gereken adımları atmaya başlamış görünmektedirler.

İşletmeler, insan ilişkileri bakımından ağ görünümünde bir karmaşıklığa sahiptirler. Üreticilerle tüketiciler, işverenlerle işgörenler, yöneticilerle pay sahipleri, örgüt üyeleri ile toplum üyeleri arasındaki ilişkiler işletmeleri etkilemektedir. Bu ilişkilerin mal ve hizmet değişimi esasına dayanan ekonomik ilişkilerden ibaret olduğu izlenimi edinilse bile, moral (ahlak) ilişkiler de söz konusudur. Kâr, büyüme, teknolojik gelişme ile ilişkili sorular etik bir boyuta sahiptirler. Çünkü bunlar, çevre kirliliğini, doğal kaynakların tüketimini, iş yerindeki yaşam kalitesini, tüketicilerin sağlığını etkileyen konularla ilişkilidir.

İşletmenin etik ile bağdaşamayacağı düşüncesinde olanların sayısı azımsanamayacak kadar çoktur. Bu görüşü savunanlar, işletmede kârın önceliği olduğunu öne sürmektedirler. Buna göre, işletmelerin kendilerine özgü amaç ve kuralları bulunmakta; etikle ilgili kavramlar, standartlar ve yargılar, işletmenin şartları ile uyumlu bulunmamaktadır. Bu, üzerinde tartışılması gereken bir görüştür. İşletme, ekonomik bir kuruluştur. Ancak, tıpkı ekonomimizde olduğu gibi, bir moral temele sahiptir. İşletmelerin amacının kârlılık olduğu bilinmektedir. Fakat kâr yapmak, moral açıdan yansız bir eylem değildir. Geleneksel olarak işletmelerin kârlılık peşinde olmaları cesaretlendirilmiştir. Çünkü, -doğru ya da yanlış- kârlılık arayışı içinde olmanın, bir bütün olarak toplum için en iyisi olduğu ve herhangi bir hakkı zedelemeyeceği düşünülegelmiştir. İşte bu yaygın kanaat, işletmelerin meşruluklarının kaynağını oluşturmaktadır. Ancak, şu son yirmi yıllık sürede, işletmelerin genel refaha yaptıkları katkıların tamamen olumlu yönde olup olmadıkları sorgulanmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda, işletmelerin etik standartlarının toplumun etik standartlarının altında gibi düşünülmesi ve güvensizliklerin artması kaçınılmaz görünmektedir.

Bu çalışmanın amacı, işletmecilik eğitimi veren kurumlarda verilecek işletme etiği dersi ile işletmelerin gün geçtikçe içine girdikleri meşruluk krizinden çıkabilmelerine katkıda bulunulabileceğini vurgulamaktır.

İŞLETME EĞİTİMİNDE KAPİTALİZMİN ETKİSİ

Günümüzde işletme etiği ile ilgili yakınmaları anlayabilmek ve cevaplayabilmek için işletme etiği ile ilgili örnekler incelendiğinde; istenmeyen sosyal durumların yaratılmasında, bireylerin öğrendikleri prensiplere göre davranmalarının rolü olduğu anlaşılmaktadır. Aslında bu prensipler, genelde "iyi" olanın yükselmesini sağlayan prensipler olarak algılanagelmiştir.

Birçokları işletme etiğinin göreceli olarak yeni bir çalışma olduğunu düşünmektedir. Oysa etik açıdan değerlendirilen işletmelere ait olaylar, toplumsal değişmelerle uyumlu görünmektedirler. Nitekim, içinde bulunduğumuz şu son yıllarda edindiğimiz öğretilerin, işletmelerin etiğine yansımaması düşünülemezdi. Bu bakımdan vurgulamak istediğimiz, kapitalizmin bizim işletme etiğimizle yakından ilgili olduğudur. Bu moral sistemin temel fikirleri ise, her işletme öğrencisine ekonomi dersleri ile daha başından itibaren öğretilmektedir. Kapitalizmin moral prensipleri, hepimizin bildiği gibi; kâr, adil dağılım ve devletin ekonomik hayata müdahale etmemesidir (Sağlam, Öcal, 1977, s.61-65). Bunun ötesinde kapitalizmin moral nosyonuna göre, "bireyler kendi çıkarlarını gerçekleştirme imkanı bulabilirlerse, görünmez bir el herkesin refahının arttırılmasını sağlayacaktır." Bu anlayış, bireylerin topluma karşı moral zorunluluklarının kendi refahlarını maksimize etmek olduğu izlenimini vermektedir.

Öte yandan, bütün insanların hayatta kalabilme içgüdüleri olduğu da bir gerçektir. Nitekim bu nedenle de, doğal olarak kendi çıkarlarının gerektirdiği gibi hareket etmektedirler. Dolayısıyla rasyonel ekonomi teorisine göre, "başkaları" senaryonun bir parçası olmamaktadır (O'Neil, Pienta, 1994, s.71-78). İşte işletme okulları da, ekonomik çıkarın güçlü bir dürtü olduğunu kabul etmekle kalmayıp, bunları işletmenin meşru sonları olarak görüp yüceltmektedirler.

KAR MAKSİMİZASYONU VE ETİK

İşletme okullarında alınan eğitim ile öğrenciler, son birimin üretilip satılmasıyla elde edilen marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğu yerde kârın maksimize edilebildiğini öğrenmektedirler. Sonuçta bencillik, kâr maksimizasyonu ile meşrulaştırılan bir fazilet gibi algılanmaktadır. Bu paradigmada, yöneticinin verdiği kararlar, kârı maksimize edebildiği ölçüde "iyi" olarak kabul edilmektedir. Ekonomik kriterler, işletmelerdeki karar verme sürecinde bir temel niteliği taşıdığından; bir yazara göre yöneticiler,

verdikleri kararda belli değer seçimleri yaparken, moral standartlara başvururken, bu kararı "işletme çıkarı" açısından savunabilmelidirler. Aksi halde, sadece değer ve ahlak temeline dayalı bir savunma, büyük olasılıkla kabul görmeyecektir (Bird, Waters, 1989, s.73-89).

Ancak soruna çıkar maksimizasyonundan bakılınca, her bireyde yaşam kalitesini yükseltme isteği, bir çıkar güdüsüdür. Etik ise, bireyin önceliğinin ve yaşam kalitesinin önemi üzerinde durmaktadır. Birey ve yaşam kalitesi kavramı; bireysel hizmet, bireysel özgürlük, bireysel doğruluk ve bireysel mutluluk kavramlarını içermektedir. Bu bireysel değerler, bireyin toplum içinde bulunmasıyla bir anlam kazanmaktadırlar (Bellah ve diğ., 1986). Bu anlamda işletme etiği, işletmedeki bireye, ekonomik işlerde hem kendi çıkarı açısından iyiyi, hem de başkalarını gözönünde bulundurarak doğruyu belirlemede ve onlara ulaşmada yardımcı olan bir araç niteliği taşımaktadır.

Etik, inançlar sistemidir. Bireylerin davranışlarına rehberlik eden doğru ve yanlışın moral formüllerini içermektedir (Business Week, 1985, s.146). Moral ise, bireyin başkalarıyla olan ilişkilerinde ortaya koyduğu davranışın standartlarıdır (Hosmer, 1987, s.92). Etik, davranışın moral standartlarının rasyonalize edilmesini sağlamaktadır. Bir işletme organizasyonunun etiğini tartışırken; konuyu niyet, güdü, sonuçlar ve rasyonalizasyon açısından ele almak gerekmektedir.

İşletmelerin çevreye, topluma, tüketiciye maliyeti ne olursa olsun yine de kârını maksimize etme biçimdeki eylemleri etik olmayan davranışlardır (Primeaux, Stieber, 1994, s.287-294).

İŞLETMELER AÇISINDAN TOPLUM İÇİNDE OLMAK VE FIRSAT MALİYETİ

İşletmelerin toplum içinde yer almaları, tüketicilerin istedikleri mal ve hizmetleri sağlama rolünü oynamalarından ileri gelmektedir. Bunun anlamı; yargılama ve seçmenin tamamen tüketiciye ait olmasıdır.

Açık pazar ya da özel teşebbüs sisteminde bireysel karar verme esastır. Bu ekonomik çerçevede birey, istediğini alıp almamak, üretip üretmemek özgürlüğüne sahiptir. O halde piyasa kendini ayarlayabilmektedir. Dolayısıyla dışsal bir etik kontrole gerek bulunmamaktadır. Diğer bir deyişle yargısal açıdan bakıldığında; bir ürünün alınması ya da satılmasına ilişkin etik kararlar, bireylerin serbest seçimine uygun olarak, piyasa tarafından belirlenmekte ve düzenlenmektedir.

Ancak zarar verici etkilerinden ötürü üretilmemesi gereken ürünler de bulunmaktadır. Bazı bireylerin bunları istemeleri sonucunda, bir kısım üreticiler vicdani yargıları ile üretmeme kararı aldıkları halde, diğer bir kısım

üreticilerin etikleri açısından bu ürünlerin üretilmesinde bir sakınca bulunmamaktadır. İşte bu noktada, özel teşebbüs ekonomik sisteminin ayrılmaz bir parçası olarak, bireysel etik ve yargıya doğru bir eğilim ortaya çıkmaktadır. Bu eğitimin, bireysel dürüstlüğün ve insan ruhunun kendisi için en iyi olanı seçme kapasitesinin olumlu yönde gelişmesine zemin hazırladığı düşünülmektedir.

Diğer taraftan hernekadar serbest piyasa ekonomisi ve işletmedeki uygulaması bireyi seçim ya da yargının yapıldığı nihai nokta olarak görmekteyse de, bu bireysel yargı ya da seçim, toplumsal ve sosyal faktörlerden etkilenmektedir (başkalarının seçiminden etkilenmek gibi). Dolayısıyla işletmeler sadece istenen mal ve hizmetleri sunmakla kalmayıp, bunu toplumun etik törelerine göre yapmak durumundadırlar. Çünkü sosyal değerler, insanlar ve gelenekler alım-satımda rol oynamaktadırlar. Öte yandan işletmelerin üretimleriyle, bu etik töreleri de değiştirebilmeleri mümkündür. Ancak bu değişimin gerçekleşip gerçekleşmemesi yeterli sayıda bireyin bunu istemesine bağlıdır. (Primeaux, Stieber, 1994, s.287-294).

Davranışsal açıdan işletmelerin maksimum kârı sağlayabilmelerinin şartı, toplumun etik töreleri ve kanunların çerçevesinde, niteliği ve niceliği bakımından "doğru" mal ve hizmetleri, mümkün olan en düşük maliyetle üretebilmektir. "Doğru" kelimesi, üretici ve tüketicilerin bireysel vicdanlarında yer etmiş, etik açıdan önemliliği ifade etmektedir.

Maliyet açısından ise, ürünün sabit, değişken ve fırsat maliyetleri bulunmaktadır. Fırsat maliyeti; eldeki kaynaklarla üretilebilecek iken üretim fırsatı kaçırılmış mal ve hizmetleri ifade etmektedir. Yöneticilerin, kararlarının etik boyutunu dikkate almamış olmaları, bir fırsat maliyeti yaratmaktadır. Nitekim bu da kâr maksimizasyonunu etkilemektedir (Stieber, 1986, 8. Bölüm). Etik olmayan kararlar sonucu ortaya konulan ürünlerin tüketicilere verdiği zararları tazmin için işletmelerin katlanmak zorunda oldukları yaptırımlar da fırsat maliyetidir. Ayrıca kaybedilen müşteriler de fırsat maliyeti olarak düşünülmelidir.

İşletme yöneticilerinin kar maksimizasyonu amacıyla aldıkları kararı etik açıdan gözden geçirmemeleri etik olmadığı gibi, kârın maksimizasyonunu da engelleyicidir. Dolayısıyla işletmelerin çıkarları açısından da, kararın etik yönünün gözönüne alınıp alınmaması, can alıcıdır.

İŞLETME ETİĞİ EĞİTİMİ

Peters ve Waterman (1982, s.280-281), inceledikleri her mükemmel işletmede, değerleri şekillendirme sürecinin ciddi biçimde ele alındığını gördüklerini, hatta daha iyi işleyen işletmelerin, iyi tanımlanmış, rehber niteliğinde inançları olduğunu belirtmektedirler. Dolayısıyla yöneticilerin asli

görevlerinin; örgüt kültürünü kurmak ve çalışanları cesaretlendirip, yönlendirerek onların örgütsel değerleri benimsemelerini sağlamak olduğu açıktır.

Yöneticilerin kararı verirken, "iyi etik iyi iştir" (Abratt, Sacks, 1988, s.497-508) ya da biraz farklı bir açıdan "iyi etik işletme için iyidir" (Davis, 1994, s.873-885) görüşüne sahip olmaları, işletme etiği eğitimini gerekli kılmaktadır. Bu eğitim, yöneticinin etik-kâr ikilemini, etik davranışı şekillendirerek çözmesine, örgütsel yapıyı ve karar verme sürecindeki teşvik edici unsurları (Hanson, 1991, s.16-20) yeniden düzenlemesine yardımcı olmalıdır.

İşletme etiği, yöneticinin sosyal sorumluluk bilincinin gelişmesini sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk açısından yönetim, sadece hukukun gereklerini yerine getirmek ya da piyasadan gelen sinyallere göre hareket etmek olmamalıdır. Aksi halde, işletme davranışı bu iki kurumun arkasından gelmek durumunda kalır. Oysa etik yönetici, kanunla belirlenen asgari gereklerin ötesinde olacak şekilde sosyal sorumluluk gerektiren eylemlerde bulunarak, cezalandırıcı sosyal düzenin önüne geçebilmiş olur (Stark, 1993, s.38-48). Bireylerin toplumda yaşamlarını sağlayacak işbirliği için gerekli olan şeylerin minimumunu yapmaları moral görevdir. Moral görev, insanların toplumda birlikte yaşamaları nedeniyle, tolere edilemez sonuçları olan davranışlardan kendilerini sakınmalarını gerektirir (Mellema, 1994, s.149-153). Ancak bu, dar bir görev anlayışıdır. Oysa, asıl görevden daha fazlasını yapmak türünden eylemler de vardır. Bunlar, yerine getirmek zorunda olmadığımız halde, gözardı ettiğimizde oluşabilecek sonuçlardan moral olarak sorumlu olduğumuz eylemlerdir. İşte bireylerin, işletmelerinde ya da profesyonel yaşamlarında gerçek anlamda "iyi" etik uygulamaları için bu eylemlere karşı aldırmaz bir tutum içinde olmamaları gerekmektedir. Bu anlamda işletme etiği eğitimi, "uzun dönemde etik kendisini öder" (Brenner, Molender, 1977, s.57-71) anlayışının da ötesinde olmalıdır.

Yapılan bir araştırma, eğitimle sağlanan bilinçlenme ve sorumluluk duygusunun yüksek etik standartların oluşmasında son derece önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Randall, 1994, s.369-378). Ancak bir başka çalışma da işletme öğrencilerinin seçimlik işletme etiği dersini zaman kaybı olarak değerlendirdikleri göstermektedir (Wolfe, 1993, s.1-13). Bu değerlendirmede, öğrencilerin aldıkları eğitimin daha geniş kapsamlı etiği görmelerini engellemesi büyük olasılıkla önemli bir rol oynamaktadır. Bu etik, bizleri, adalet (sadece azınlığa değil, herkese yönelik bir adalet) ve eşitlik (yarışma ya da rekabete dayalı olmayan bir eşitlik) temeline dayalı bir toplumda yaşayan, düşünen, insancıl bireyler olarak tanımlamaktadır. Eğer bireyler, bu moral sistemi vurgulayan ve kazandıran bir eğitim sürecinden geçirilebilirse, işletmenin daha ziyade sosyal sorumluluğu niteliğindeki işletme etiği dersi, öğrenciler için anlamsız ya da gereksizmiş gibi görünmeyecektir.

Rutin olarak kullanılan yapısal bir etik karar verme formatı, yönetsel başarısızlığı engellemede bir garanti olmamakla birlikte, yöneticiye; gerek örgütsel ve örgütsel olmayan kısıtlarla gerekse yönetsel liderlik etkileşimlerinde, bireysel dürüstlüğün (doğruluğun) önemini ön plana çıkaracak bir araç ve çerçeve oluşturacaktır (Petrick, Wagley, Embse, 1991, s.28-34).

SONUÇ

İşletme, geleceğin toplumunun nasıl olması gerektiği sorusuyla karşı karşıya bulunmaktadır. Bu soru, işletmenin içinde bulunduğundan daha büyük bir faaliyet alanını ve karmaşıklığı, bir bütün olarak dünyayı ele almaktadır. Etik tartışmasının ilerleyen boyutu; bireysel, örgütsel ve toplumsal bilincin gelişmesini ve daha üst değerlere doğru yönelen davranışı içermektedir.

Bu bağlamda yöneticilerden beklenen; sadece işletme çıkarını temsil edecek biçimde davranmayı bırakıp, ortak iyilikleri temsil edecek biçimde konuşmak ve davranmak sorumluluğunu kabul etmeleridir(Drucker, 1980, s.219).

Kendimizden sonraki nesillerin daha da ileriye götürebileceği yeni bir dünya yaratabilmeleri için bizim, pazarlar, üretim, teknoloji, fiyatlar üzerine yaptığımız analizlerimizin yanında, doğruluk, güzellik ve herkes için iyi bir yaşam sağlamaya yönelik tartışmaları da yapmamız gerekmektedir. İşletme liderleri, dünyanın gelecekteki şekline yapıcı bir etkide bulunurken rekabet yeteneklerinin azalmayacağının farkına varmalıdırlar. İşletmeler, rakiplerinin rekabetçi baskılarından arınabildikleri ölçüde özgür olurlar. Öte yandan işletmeye ya da endüstriye özgü olmayan sorunları da ele almaya ve çözümler bulmaya gerek olduğunu görebildikleri oranda da olgunlaşırlar. Bu açıdan, yeterli sayıda özgür ve olgun işletmelerin varlığı halinde, işletmelerin sosyal sorumluluğu kavramı acı vermekten çıkıp, bir özgürlük ve olgunluk kavramı haline gelebilecektir (Wood, 1991, s.66-73). Bu durumun eksikliğinde ise, etik tartışması sadece ekonomik ve rekabetçilik açısından ele alınmaktan kurtulamayacaktır.

Kurumların yeniden yapılanması oldukça zaman alıcı bir süreçtir. Ancak, işletmelerin gelişen dünya içinde daha önemli bir yer edinmelerine aracılık edecek olan bu gelişmeci eylemlerin farkına varılabilmesi sonucunda, yeni fikirler daha çok yayılabilecektir. Sorumluluğun gelişmesi için ilk adımı atanlar işletmeciler olmazsa, medya ya da politik sistem gibi başka kurumlar bu boşluğu dolduracak, işletmelere de onları izleme rolü kalacaktır.

İşletmelerin bu rolü üstlenebilmeleri, özellikle üst kademe yöneticilerinde varolmak üzere çalışanlarında etik duyarlılığın bulunması ile mümkün görünmektedir. Ancak; uygulamalı, yapısal bir etik muhakeme

olmadan, salt teorik bazda bir etik duyarlılık etkili olmayacaktır. Bu nedenle işletme okullarında verilecek işletme etiği derslerinde bu her iki unsurun birlikte incelenmeleri gerekmektedir. İşletme etiği derslerinde geleceğin işletme çalışanları ve potansiyel yöneticileri, etik olarak kabul edilebilir davranışların vazgeçilmez unsurlarını ele almayı öğrendikleri halde, her zaman başarılı olamayabilirler. Buna rağmen işletme etiği dersi yöneticilere, en azından örgütsel ve örgütsel olmayan kısıtların doğasında var olan karşılıklı etkileşimlerde, bireysel dürüstlüğün önemini vurgulamak için gereken kavramsal araçları ve çerçeveyi sağlaması bakımından bir gerekliliktir.

KAYNAKÇA

Abratt, R.; D. Sacks (1988), "The Marketing Challenge: Towards Being Profitable and Socially Responsible"; **Journal of Business Ethics**, C.7.

Bellah, R.N.; R. Madsen; W.M. Sullivan; A. Swindler ve S.M. Tipton (1986), **Habit of the Heart**, Harper & Row, New York.

Bird, F.B.; J.A. Waters (1989), "The Moral Muteness of Managers", **California Management Review**, C.32.

Brenner, S.N.; E.A. Molander (1977), "Is the Ethics of Business Changing?" **Harvard Business Review**, February

Davis, J.J. (1994), "Good Ethics is Good For Business; Ethical Attributions and Response to Environmental Advertising", **Journal of Business Ethics**, C.13.

Drucker. P.F. (1980), **Managing in Turbulent Environments**, Harper and Row, New York.

Hanson, D. (1991), "Managing for Ethics: Some Implications of Research on the Prisoner's Dilemma Game", **SAM Advanced Management Journal**, C.56, Sa.1.

Hosmer, L.T. (1987), **The Ethics of Management**, Richard D. Irwin Inc., Illinois.

Mellema, G. (1994), "Business Ethics and Doing What One Ought to Do", **Journal of Business Ethics**, C.13.

O'Neil, R. F.; D.O'Neil; A. Pienta (1994), "Economic Criteria Versus Ethical Criteria Toward Resolving a Basic Dilemma in Business, **Journal of Business Ethics**, C.13.

Peters, T.J.; R.H. Waterman (1982), **In Search of Excellence**, Harper and Row, New York.

Petrick, J.A.; R.A. Wagley; T.J. Vonder Embse (1991), "Structural Ethical Decision Making: Improving the Prospects of Managerial Success in Business", **SAM Advanced Management Journal**; C.51, Sa.1

Primeaux, P.; J. Stieber (1994), "Profit Maximization: The Ethical Mandate of Business", **Journal of Business Ethics**, C. 13.

Randall, D.M. (1994), "Why Students Take Elective Business Ethics Courses: Applying the Theory of Planned Behavior", **Journal of Business Ethics**, C.13.

Sağlam, D.; T. Öçal (1977), **Mikroekonomik Analiz**, Kalite Matbaası, Ankara.

Stark, A. (1993), "What's the Matter with Business Ethics" **Harvard Business Review**, May-June.

Stieber, J. (1986), "The Role of Profit in a Social Organization", **Handbook of Business Strategy**, Yearbook, Boston.

Wolfe, A. (1993), "We've Had Enough Business Ethics", **Business Horizons**, May-June.

Wood, D. (1991), "Toward Informing Corporate Social Performance", **Business Horizons**, July-August.

Y.Y. (1985), **Business Week**, October 24.