

İŐ ETİĞİNİN KURUMSALLAŞMASININ İŞLETMELER AŐSINDAN ÖNEMİ¹

Arzu ÇOTUL²

ÖZET

Etik kodlara ve ilkelere sahip olan işletmeler, müşterileri, çalışanları, toplum nezdinde güven kazanır; çalışanlarını, ortaklarını ve müşterilerini motive eder ve performanslarını artırır. Bu motivasyonun ve performansın artırılması ise belli bir süreç içerisinde iş etiği/ahlakının kurumsallaştırılmasıyla mümkündür. İş etiğinin kurumsallaşması, işletme için etik kodların belirlenmesi, ilke ve değerlerin oluşturulması ve bu yapının tüm yönetici ve çalışanlara benimsetilmesi demektir.

Bu çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın amacı, iş etiğinin kurumsallaşmasının işletmeler açısından önemine vurgu yapmak ve etiğinin kurumsallaşabilmesinde izlenebilecek yol ve yöntemleri sıralayabilmektir. Çalışma sonucunda, işletmelerin etik değerlerini etik konusunda eğitimler vererek, bünyesinde etik bir komisyon/kurul oluşturarak, çalışanlarının etik davranışlarını ödüllendirip destekleyerek kurumsal bir yapıya kavuşturabilecekleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş Etiği, Kurumsal İş Etiği, İşletme

THE IMPORTANCE OF INSTITUTIONALIZATION OF BUSINESS ETHICS FOR ENTERPRISES

ABSTRACT

Enterprises with ethical codes and principles gain confidence in their customers, employees and society and so they motivate their employees, partners and customers and increase their performance. Increasing this motivation and performance can be achieved through institutionalization of business ethics/morality within a certain period of time. Institutionalization of business ethics means the identification of ethical codes for business, the establishment of principles and values and the adoption of this structure to all managers and employees. In this study, literature review method was used. The aim of the study is to emphasize the importance of institutionalization of business ethics for enterprises and to list the ways and methods that can be followed in institutionalization of business ethics. The study revealed that enterprises could achieve a corporate structure by training ethical values in ethics, by creating an ethical commission/committee within it, by rewarding and supporting the ethical behaviors of their employees.

Keywords: Business Ethics, Corporate Ethics, Business

¹ Bu çalışma yazarın “İşletme Etiğinde Sinizm ve İşgören Performansı Arasındaki İlişki: İstanbul’da Tekstil Sektöründe Çalışanlara Yönelik Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Y.Lisans Mezunu, Beykent Üniversitesi, arzucotul@hotmail.com

GİRİŞ

İşletme yöneticileri, müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve işletme amaçlarına ulaşmak için işletmenin/çalışanlarının faaliyetlerini planlar, organize eder, yürütür ve kontrol ederler. Bu faaliyetler yürütülürken etik olan kararlar alındığı gibi işletme etiğine uymayan kararlar da alınabilir ve etik dışı faaliyetler yürütülebilir. İş etiği denilince akla ilk gelen şey, işletmelerin öncelikle çalışanlarına, müşterilerine, topluma ve alışverişte bulunduğu diğer işletmelere, yönelik tutumdur.

1. İŞ VE İŞLETME ETİĞİ

Literatürde iş ahlakı, işletme ahlakı, ticaret ahlakı, işletme etiği gibi adlar ile de anılan iş etiği kavramı, uygulamalı etik yaklaşımı içinde değerlendirilen, iş yaşamında etik sorunlarla karşılaşılması halinde normatif etik ilkelerinin uygulamaya geçirilmesi; işletmelerin, çalışanların ve yöneticilerin sorumluluklarının belirlenmesi konularını içeren bir kavramdır (Tınaz, 2013: 132). Uygulamalı etiğin konusu olan iş etiği, iş dünyası ve ekonominin sağlamış olduğu imkânlar doğrultusunda doğru, uygun, ilkeli, adaletli seçimler yapmamızda bize ışık tutan ilke ve değerleri inceleyen bir disiplindir. Şöyle ki iş yaşamında doğru davranışlar ve eylemler olabileceği gibi yanlış davranışlar ve eylemler de mevcuttur. Anlaşılabileceği üzere iş etiği, iş dünyasındaki doğru ve yanlışın adıdır (Tutar ve Erdönmez, 2008: 135).

İş etiği eylemlerimizi yönetir. Verdiğimiz her karar aslında etik bir seçimdir. Seçimlerimiz ise sorumluluk duygusunu ve değerlere yön verir. Değerler ait olunan mesleğin ve organizasyonun ana değer ve ilkeleri ile örtüştüğü oranda iş etiğinden söz edilebilir. İşletme etiği, etik ilke ve düşüncelerin işletmecilik faaliyetlerine uygulanmasıyla meydana gelen bir kavramdır. Örneğin, başkalarına zarar vermemek nasıl etik bir davranışsa, sağlığı tehdit eden ürünleri piyasadan geri çeken bir işletmenin davranışı da etik bir davranıştır (Ay, 2003: 82).

Günümüzde, en azından bilinçli işletmelerde, işletmenin başarısı, işletmenin o yılki yıllık kazancının yüksek olmasıyla ölçülmez, gelir sağlamak muhakkak ki işletme için mutlak bir gerekliliktir ama bir işletmenin saygınlığı doğrudan bilançoda görünmese bile en az kazanç kadar önemli aktif kalemlerden biridir. Kamuoyunun bir işletmeye ilişkin intibasını belirleyen şeyi o işletmenin topluma ne derece katkı sağladığına dair düşüncedir. Çevrenin korunması, kıt kaynakların tasarruflu kullanılması, müşteri ihtiyaçları karşılanırken işletmenin müşteriye uzun vadeyi düşünerek yaklaşması işletmenin başarısının en önemli yapı taşlarıdır (Tepe, 2000: 98).

2. İŞ ETİĞİNE SAHİP İŞLETMELERİN GENEL ÖZELLİKLERİ

İşletmelerin günümüz rekabetçi iş ortamında etik değerlere sahip olması onlara pek çok avantaj sağlayacaktır. Etik değerlere sahip bu işletmelerin temel özellikleri ise şöyle sıralanabilir (Yeşil, 2011: 70):

- İşletme çalışanlarının fikir ve düşünceleri işletmenin fikirleri olarak kabul görmektedir. Burada aslında bireye verilen önem göze çarpmaktadır.
- Dürüstlük, eşitlikçi davranma, hakkaniyet işletmenin temel prensipleri, değerleri arasında yer almaktadır.
- Şirket amaçları dış çevre ile uyumludur.
- Etik ilkeleri bünyesinde barındıran işletmeler gerek işletme içi ve de gerek işletme dışı hissedarlarla etkin bir iletişim sistemi kurmuşlardır, şirket için etik olan davranışlar şirket sahipleri için de iyi olarak görülmektedir.
- Bireysel sorumluluk yerine getirilirken işletme menfaatleri göz önünde bulundurulur.

- Etik işletmeler işletme ile çevresindeki toplum arasındaki ilişki genel amaca yönelik edim şeklindedir. Burada amaç işletme çalışanlarının yüksek değer oluşturmalarıdır.

3. İŞ ETİĞİNİN İŞLETMELER İÇİN ÖNEMİ

İş ortamında belirsizliklerin giderek çoğalması, katı merkezîyetçi yapıların terk ediliyor olması, işletmelerin aldıkları stratejik kararlar ve daha pek çok olgu iş yaşamında etiğin önemini daha da arttırmaktadır. İşletmelerin etik uygulamalara yer vermesi yalnızca buldukları çevre ve toplum için değil, işletmelerin kendileri için de önemlidir. Şöyle ki, etik uygulamalar, şirketlerin karlarını artırır, işletmeye daha fazla güven duyulmasını sağlar (Tevrüz, 2007: 8). Ayrıca şirketin sosyal sermayesini korur, hisse sahiplerinde güven oluşturur. Sözüünü tuttuğu ve başkalarından yarar sağlamadığı görülen bu tür bir şirket uzun vadede rekabet üstünlüğü sağlar. Personelin iş verimliliği artar (Ruddell, 2007: 35). Ortakların, menfaatlerin, değerlerin ve ilgilerin çatıştığı durumlarda, işbirliği gerekli hallerde etik konular gündeme gelir ve bu durumlarda alınan etik kararlar iş ilişkilerinde güven sağlar (Tevrüz, 2007: 8-9).

Etik ilkelere önem veren ve bu ilkelere uygun davranan, çalışanlarını da bu yönde davranmaya teşvik eden işletmelerin uzun vadede birtakım üstünlükler sağlayacağı açıktır. Öncelikle etik uygulamalar, satış ve satış sonrası yüksek müşteri memnuniyeti sağlar bunun sonucunda da yüksek motivasyon, yüksek performans ve yüksek iş verimliliği sağlanır. Ayrıca çalışanların sorumluluk bilinci artar, işlemedeki etik yapı yönetimi ve çalışanları olumsuz karar ve davranışlardan uzak tutar (Filizöz, 2011: 26-27).

4. İŞLETMELERİN ETİK DIŞI KARAR VE EYLEMLERİNİN NEDENLERİ

İşletmelerin bir ikilem ve çıkmazda kaldıklarındaki karar sürecinde, etik davranışa ya da etik dışı davranışa iten etkenlerin başında rekabet gelir. Rekabet, hem işletme çalışanlarının kendi aralarında hem de pazar içindeki diğer işletmelerle ilişkilerinde vardır. Bireylerin kişisel özellikleri de ikinci etkindir etik ya da etik dışı davranmada. Tercih edilecek davranış ya da eylemin maliyetinin değerlendirilmesine yönelik bir tutuma sahip olma başka bir nedendir (Tınaz, 2013: 136-137).

İş etiği anlayışındaki gerilemenin ve iş etiği ilkelerine ihtiyacın artmasına neden olan işletme dışı ve işletme içi faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Torlak vd., 2008):

İşletme Dışı Faktörler:

- İnsanların yaşam standartlarının değişmesi ve buna bağlı gelişen tüketim artışı,
- Adalet mekanizmasındaki eksiklikler,
- Toplumsal ahlakın zedelenmesi,
- Ekonomik yapıdaki yüksek enflasyon, düşük ücretler, teşvik ve kredi suiistimalleri gibi konuların işletmeleri etik dışı kararlara itmesi,
- Haksız kazanç yollarının artmasıyla insanların kolay para kazanma isteklerinin de artması”.

İşletme İçi Faktörler:

- İşletmelerin kar elde amaçlarının diğer işletme amaçlarının önüne geçmesi,
- İşletme çalışanlarının, sahiplerinin, ortak ve yöneticilerinin kişisel ahlaki değer yargıları,
- İşletme içi ve dışı denetim mekanizmalarının zayıflığı,

- Yöneticilerin işletme çalışanlarına gerçekleşmesi zor ya da gerçekçi olmayan hedefler koyması,
- İşletme çalışanlarının iş yetiştirmek kaygısıyla hareket etmesi ve etkili zaman yönetiminin yapılamaması,
- Şirket içinde çıkar çatışmalarının yaşanması,
- Şirket yönetiminin paydaşlar gözünde şirket itibarını yüksek tutmak adına mevzuata aykırı davranması,
- Çalışanların ödüllendirilmesinde ve ücretlerde eşitliği sağlayıcı somut bir yöntemin olmadığına dair çalışanların inanç geliştirmesi.

5. İŞLETMELERDE ETİK PRENSİPLER (KODLAR) OLUŞTURMA

Diyojenin, bir gündüz vakti elinde fenerle neden dolaştığı sorulduğunda, “dürüst bir insan arıyorum” yanıtını vererek insanların dürüst olmadıklarını alaycı bir dille vurguladığı M.Ö 400 yıllarından bu yana erdem, ahlak, doğruluk gibi felsefi etik değerler hep tartışma konusu olmuş, etik dışı davranış örneklerine rastlanmıştır. Bu olumsuzluğun ortadan kaldırılabilmesi için işletmelerin iş etiği konusunda yazılı etik kuralları ve kodları geliştirmesi ve işletme çabaları ile faaliyet sonuçlarını bu kodlar ekseninde değerlendirmeleri gerekmektedir (Staub ve Tekin, 2017: 108).

Resmi ve yazılı, ahlaki uyum politikaları içeren, işgören, yönetici tüm işletme çalışanlarının davranışlarına rehberlik eden dokümanlara *etik kodları* adı verilmektedir (Köseoğlu, 2007: 41-42). Meslek mensupları arasındaki ilişkileri, mesleğin sağlıklı bir şekilde icra edilmesi için getirdiği erdemlerin neler olduğunu tanımlayan iş etiği kodları mesleğin kendine ait problemlerine çözüm getirmek amacıyla ve sorunları daha baştan engellemek amacıyla, o işletmenin kendi mensuplarınca oluşturulmaktadır (Eğri ve Sunar, 2010: 53). Etik kodlar çoğunlukla adalet, dürüstlük, kanuni olma, insana, topluma ve doğaya saygılı olma gibi genel etik değerler ile idealist bir temel teşkil eder (Arslan ve Berkman, 2009: 99). Bir işletmede etik kodların varlığı, işletme çalışanlarına ve yönetime işletmenin etik davranışları önemseydiği ve desteklediği, etik dışı davranışların cezalandırılacağı gibi önemli mesajlar vermektedir (Arslan ve Berkman, 2009: 88). Ayrıca etik kodlar iş yaşamındaki belirsizliği azaltmaktadır ve etik kodlar yüksek standartlı davranışlarla sonuçlanmaktadır (Köseoğlu, 2007: 44).

6. İŞ ETİĞİ VE ETİK İKLİM İLİŞKİSİ

Etik iklim, etik ilkeleri mevcut örgütsel politikalar, uygulamalar ve prosedürlerin genel algılamasıdır. Çalışanların işyerlerindeki etik iklim algılamaları, örgütsel politikalar, prosedürler ve ödül mekanizmaları tarafından etkilenir ve çalışanların olayları değerlendirmesine, davranışlarını yönlendirmelerine yardım eder. İşletmeler etik kodları ve politikaları faaliyete sokmazsa, etiksel ilkeleri desteklemezse, etik olmayan bir iklim ortaya çıkabilir (Öğüt ve Kaplan, 2011: 193).

İş görenlerin iş etiği sorunlarını ortadan kaldırmak ve doğru davranışın ne olduğuna dair ortak kabuller işletmenin “etik iklimi” meydana getirmektedir. Etik iklim, iş görenlerin bir durum karşısında olayları kritik etmelerinde, doğru ve yanlışın ne olduğuna karar vermelerinde önemli bir rol oynar (Yücel ve Çiftçi: 2012: 136). İşletme içinde etik iklim yaratma, işletme etiğinin açık ve kesin biçimde işletmenin normal bir parçası olarak görülmesi ve işletmenin dış politikalarında, üst düzey yönetiminde, çalışanların tüm faaliyetlerinde, günlük karar almalarında etik ilkeleri gözetmeleriyle mümkündür (Biçer, 2005: 70).

İşletme yöneticileri de kararlarında ve faaliyetlerinde etik değer ve eylemleri destekleyen ve güçlendiren bir işletme ortamı (iklimi) meydana getirmelidirler. Bu ortam ise üç şekilde sağlanabilir (Mirze, 2010: 396):

- İşletme içinde bir etik kurulu oluşturarak,
- Ahlaki değerlere dayanan işletme politikası veya etik ilkeler oluşturarak,
- Tüm işletme çalışanlarına (gerek yönetim gerekse işgören) etik konularda eğitim vererek.

7. İŞ ETİĞİNİN KURUMSALLAŞMASI

Kurumsallaşma, kaliteli mal ve hizmet üretebilen, kamuoyuna mal olabilen, bürokratik yapıya sahip ve kişilerden bağımsız uzun süre ayakta kalmayı başarabilen işletmelerin önemli ve vazgeçilmez bir özelliğidir. Kurumsallaşmanın ayrılmaz bir parçası olan örgütsel etik; sosyal, bireysel ve profesyonel ahlakın bir ürünüdür. Pek çok işletme açısından iş etiğinde kurumsallaşmanın doğuş nedenleri arasında yönetimin ihtiyaçları, toplumun/kamuoyunun işletmeleri etik davranmaya zorlaması, bireylerin etik konusunda bilinçlenmesi gibi nedenler sayılabilir (Özgener, 2004: 124). Bir toplumda etik olmayan davranışların yaygınlaşması, tüketiciler, üreticiler, toplum ve tüm pazarlama sistemine dahil olan kişi ve kuruluşları olumsuz yönde etkilemektedir. Tüketiciler işletmelere karşı güvensizlik duymakta, haksız rekabet girişimcinin azmini kırmaktadır (Tekin, 2017: 819). Bundan sebeptir ki toplumun etiksel bakış açısının gelişmesi ile etik bir iş ortamının oluşması arasında paralellik yaratılmalı iş etiğinin kurumsallaşması için sırasıyla aşağıdaki yollar izlenmelidir (Akkuş, 2008: 85):

- İşletmeler amaçlarının dayandığı felsefeyi netleştirmelidirler. Bu netlik ortaya konulduğu zaman hem işletmenin etik çerçevesi çizilecek hem de denetim mekanizması oluşturulmuş olacaktır.
- Belirlenen kurumsal felsefenin kurumsal etiğe nasıl adapte edileceği netleştirilmelidir.
- İşletme yöneticilerinin kurumun belirlediği etik kodları yaygınlaştırmak için örnek davranışlar ve tutum içinde olmaları gerekmektedir.
- İşletme etik kodlarının ve ilkelerin işletmedeki diğer süreçlerle uyumlu hale getirilmesi gerekir.
- Sürekli gelişmeye ve katılıma açık bir etik alan oluşturulmalıdır.
- Oluşturulan iş etiğinin sürdürülmesi için tüm işletme mensubunun genel etik bakışının güçlendirilmesi gerekmektedir.
- Etik ilkelerin işletmeye sağlayacağı rekabet gücünü tüm işletmenin benimsemesi sağlanmalıdır.

Nan Demars ise, bir işletmedeki etik değerleri kurumsallaştırmanın yolunun şirket bilinci oluşturmak, davranışlarımızın sorumluluğunu üstlenmek, sürekli iletişim, etik ilkelerin uygulanmasında özel komisyonların oluşturulması ve etik eğitim programlarının düzenlenmesinden geçtiğini söylemiştir (Küçüköğlü, 2012: 181). Fortune 1000 şirketlerinin kurumsal iş etiği programları ise şunları içermektedir (Yeşil, 2011: 172):

- Etik oryantasyonlu politika bildireleri,
- Etik konusunda üst yönetimin resmi sorumlulukları,
- Etik ofislerinin oluşturulması,
- Etik sorunlarla ve taleplerle ilgili olarak telefon hattının oluşturulması ve raporlama sisteminin kurulması,

- Etik yönetimi konusunun başta üst yönetim olmak üzere tüm kademe ve birimlerce sahiplenilmesi,
- Etik eğitimi,
- Etik konuların/sorunların araştırma birimleri oluşturularak etik programların değerlendirilmesi.

Kurumlar/işletmeler sosyal sorumluluk ve etik bağlamında çalışanlarına, ortaklarına, rakiplerine, müşterilerine, tedarikçilerine, devlet-yerel yönetimlere karşı yasal sorumluluklarını yerine getirmeli her kesimin yararını gözetmelidirler (Vural ve Coşkun, 2011: 82). Kurumsallaşan iş etiğinin unsurları; örgütsel bağlılık, psikolojik anlaşma ve etik ilkeleri esas alan toplumsal ve örgütsel kültür olarak ifade edilebilir (Özgener, 2004: 124).

Buradan hareketle etik ilkeler ve bu çerçevede oluşan etik kodlar ve standartlar kurumlara/işletmelere toplum karşısında çeşitli yükümlülükler yüklerken kurumların/işletmelerin yapacakları faaliyetlere bir yandan rehberlik etmekte diğer yandan dikkat etmeleri gereken hususları da göstermektedir. Etik ilkeler çerçevesinde oluşturulan politikalar ve yerine getirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kurum ve kuruluşların içinde buldukları ticari ve sosyal alanlarla başarılı bir kurumsal iletişim ve ilişkinin kurulması ve bu çerçevede kurumsal itibarın sağlanması açısından da son derece önemlidir (Güven, 2016).

SONUÇ

İş etiğinin kurumsallaşması konusu aceleye getirilecek bir anda gerçekleşecek bir konu değil, uzun bir sürece gereksinim duyan bir olgudur. İş etiğinin kurumsallaşması için çeşitli yapılar kullanılarak etik iklim oluşturulabilir, etik ilke ve kodlar işletme kültürünün bir parçası haline getirilebilir. Böylelikle işletmede kurumsal etik anlayışı hâkim olur ve bunun sonucunda işletme itibarı artar, işletme mal ve hizmetlerinin kalitesi artar, marka değeri yükselir. İşletme ortaklarının, çalışanların, toplumun, müşterilerin ve yatırımcıların o işletmeye olan güveni artar. Ayrıca çalışan memnuniyeti pozitif yönde etkilenir, örgütsel bağlılık artar. Faaliyetlerini etik ilkeler çerçevesinde yürüten ve toplumla devamlı olarak iletişim halinde olan bir kurum hedef kitlelerle sağlıklı bir bağ kurmuş olur. Kısacası işletme iş etiğini kurumsallaştırmasıyla kamuoyuna mal olur. Nitekim akademik çalışmalar da bu bulguları doğrular niteliktedir. Özgener'in (2000), Türkiye'deki en büyük 500 imalat sanayii işletmesi üzerinde yaptığı araştırmada, işletme yöneticilerine göre iş ahlakının kurumsallaşmasında eğitim, işletmelerin duyarlılığı, kurumsallaşma bilinci, yüksek gelir faktörleri etkili olmaktadır. Aynı çalışma sonucunda, işletmelerin uzun dönemli başarılarının büyük oranda etik ilkeler çerçevesinde hareket edip toplum menfaatlerini göz önünde bulundurmaya bağlı olduğu ortaya çıkmıştır. Mulki ve arkadaşları (2006), uluslararası faaliyet gösteren bir ilaç firmasının 344 satış elemanıya gerçekleştirdiği araştırmalarında, işletmede oluşturulan etik iklimin iş tatminine ve örgütsel bağlılığa pozitif etkilerinin olduğu sonucuna varmışlardır. Doğan ve Karataş (2011), örgütsel etiğin işgören memnuniyetine etkisini ölçmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada, etik ilkeler ve kodlar çerçevesinde yapılandırılan örgütsel etiğin işgören memnuniyetinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır. ElGammal ve arkadaşları (2018), etik uygulamaların etik açıdan kurumsal yönetim anlayışı doğurduğunu ve işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmesine yol açtığını belirtmişlerdir.

İşletmeler etik değerlerini etik konusunda eğitimler vererek, bünyesinde etik bir komisyon/kurul oluşturularak, çalışanlarının etik davranışlarını ödüllendirip destekleyerek, iş görenler ve işletme arasında psikolojik bir anlaşmaya vararak, iş etiğine yönelik örgüt kültürü yaratıp teşvik ederek kurumsal bir yapıya kavuşturabilirler.

KAYNAKLAR

- Akkuş, H. (2008), İş Ahlakı ve İş Uygulamaları, İGİAD İş Ahlakı Sempozyumu, İstanbul.
- Arslan, M. ve Berkman, Ü. (2009), Dünyada ve Türkiye’de İş Etiği ve Etik Yönetimi, İstanbul: TÜSİAD.
- Ay, Ü. (2003), İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk, İstanbul: Nobel Kitabevi.
- Biçer, M. (2005), Satış Elemanlarının İş Tatmini, Örgüt Bağlılığı ve İşten Ayrılma Niyetinin Etik İklim ile İlişkisi: Sigorta ve İlaç Sektörlerinde Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Doğan, S. ve Karataş, A. (2011), Örgütsel Etiğin Çalışan Memnuniyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37, 1-40.
- Eğri, T. ve Sunar, L. (2010), Türkiye’de İş Ahlakı Çalışmaları: Mevcut Durum ve Yönelimler, *İş Ahlakı Dergisi*, 3(5): 41-67.
- ElGammal, W. El-Kassar, A.N. ve Messarra, L. C. (2018), Corporate Ethics, Governance and Social Responsibility in MENA Countries, *Management Decision*, 56 (1), 273-291.
- Güven, S. (2016), Kurumsal İletişim Bağlamında Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik İlişkisi, *Akdeniz İletişim*, 26, 133-154.
- Öğüt, A. ve Kaplan, M. (2011), Otel İşletmelerinde Etiksel İklim Algulamaları ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi: Kapadokya Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 191-206.
- Özgener, Ş. (2004), İş Ahlakının Temelleri, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Köseoğlu, M. A. (2007), Etik Kodlarının Rekabet Stratejilerine Etkileri ve Bir Alan Araştırması, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Küçüköğlü, M. T. (2012), Etik Değerler ve Etiğin Kurumsallaşması, *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 177-185.
- Mirze, S. K. (2010), İşletme, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Mulki, J. P., Jaramillo, F. ve Locander, W. B. (2006), Effects of Ethical Climate and Supervisory Trust on Salesperson’s Job Attitudes and Intentions to Quit. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26 (1), 19-26.
- Ruddell, L. (2007), İş Etiği, Çev. Nur Nivan, İstanbul: Haberci Yayıncılık.
- Staub S. ve Tekin Z. (2017), Entrepreneurship and Ethics: Examples of Social Entrepreneurship in Turkey and Selected Middle-Income Countries. In: Sener S., Schepers S. (eds) Innovation, Governance and Entrepreneurship: How Do They Evolve in Middle Income Countries? Palgrave Macmillan, Cham
- Tekin Z. (2017), Pazarlama Etiğinde Makyavelizm, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (50), 814-821.

- Tepe, H. (2000), Etik ve Meslek Etikleri, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Tevrüz, S. (2007), İş Hayatında Etik, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Tınaz, P. (2013), Çalışma Yaşamından Örnek Olaylar, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Torlak, Ö. Özdemir, Ş. ve Erdemir, E. (2008), İGİAD İş Ahlakı Raporu, İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Tutar, H ve Erdönmez, C. (2008), İşletme Becerileri Grup Çalışması, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vural, Z. B. ve Coşkun, G. (2011), Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 61-87.
- Yeşil, S. (2011), Uluslararası İş Etiği ve Yönetim. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Yücel, R. ve Çiftçi, G. E. 2012), İş Görenin İş Etiği Tutum ve Davranış Algısı, *İş Ahlakı Dergisi*, İGİAD Yayınları, 5, 9.