



**T.C.
OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**KİŞİSEL AHLAK VE KURUM AHLAKININ
MUHASEBECİLERİN AHLAKİ KARAR
ALMALARINDAKİ ROLÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hatice KANBUR

OSMANİYE / 2021

T.C.
OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**KİŞİSEL AHLAK VE KURUM AHLAKININ MUHASEBECİLERİN AHLAKİ
KARAR ALMALARINDAKİ ROLÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hatice KANBUR

Danışman: Prof. Dr. Zeynep TÜRK

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Turgut ÇÜRÜK

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi İlker KEFE

OSMANİYE / 2021

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

“Kişisel Ahlak ve Kurum Ahlakının Muhasebecilerin Ahlaki Karar Almalarındaki Rolü” başlıklı çalışma, jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Zeynep TÜRK
(Danışman)

Üye: Prof. Dr. Turgut ÇÜRÜK

Üye: Dr. Öğr. Üyesi İlker KEFE

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

.../.../2021

Doç. Dr. Ebru GÜHER

Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
 - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
 - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
 - Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
 - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.
- 03/05/2021

Hatice KANBUR

ÖZET

KİŞİSEL AHLAK VE KURUM AHLAKININ MUHASEBECİLERİN AHLAKİ KARAR ALMALARINDAKİ ROLÜ

Hatice KANBUR

Yüksek Lisans, İşletme Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Zeynep TÜRK

Mayıs 2021, 86 sayfa

Bu çalışmanın ana çalışma konusu ahlak, işletme ahlakı, kişisel ahlak, kurum ahlakı ve ahlaki karar alma kavramlarını ele alıp tartışmak ve incelemektir.

Ahlak, toplum tarafından genel kabul görmüş ve insanların birbirleriyle olan ilişkilerinin temelini oluşturan kurallardır.

İşletme ahlakının işletmelerin varlığından beri var olduğunu söyleyebiliriz. Buna göre, çalışanların uymak zorunda oldukları kuralların işletme menfaatlerine uymak kaydıyla çalışanlar üzerinde oluşturduğu ortak inanç ve beklentiler işletme kültürüdür.

Kişisel ahlak felsefeleri, insanların ahlaki karar alma süreçlerindeki farklılıkları açıklamaya çalışmaktadır. Kişisel ahlak felsefelerinin, ahlaki düşüncesinin altında yatan iki temel boyutu vardır. Bunlar; idealizm ve göreliliktir.

Araştırma sonuçlarına göre; hikayelerdeki yasal durumlar, yasal olmayan durumlar, fiziksel zarar veren durumlar ve finansal zarar veren durumlar analiz edildiğinde idealizmi ve kurumsal ahlakı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Bu çalışmada, işletme kültürü ve ahlak felsefelerinin muhasebecilerin ahlaki karar verme süreçlerine etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Osmaniye, Adana, Gaziantep ve Kilis'teki muhasebe profesyonelinin bu yöndeki tutumlarını incelemek amacıyla anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, muhasebe çalışanlarının ahlaki karar alırken cinsiyete göre farklılık gösterdiği elde edilmiştir. Buna göre, kadın muhasebe çalışanları daha idealist bulunurken, erkek muhasebe çalışanları ise daha görelî

çıkmiştir. Kurumsal ahlak; yasal, yasal olmayan, fiziksel zarar veren durumlar ve finansal zarar veren durumlarda ahlaki karar almayı etkiler.

Anahtar Kelimeler: Ahlak, Ahlaki Karar Alma, Kişisel Ahlak Felsefeleri, Kurum Ahlakı



ABSTRACT**THE ROLE OF THE PERSONAL AND CORPORATE ETHICS IN THE
ACCOUNTANTS' ETHICAL DECISION MAKING****Hatice KANBUR****Master Thesis, Department of Business****Supervisor: Prof. Dr. Zeynep TÜRK****May 2021, 86 pages**

The main subject of this study is to discuss and examine the concepts of morality, business ethics, personal ethics, corporate ethics and moral decision making.

Morality is the rules that are generally accepted by the society and form the basis of people's relations with each other.

We can say that business ethics have existed since the existence of businesses.

Accordingly, the common beliefs and expectations created by the rules that the employees have to comply with the company interests are the business culture.

Personal moral philosophies try to explain the differences in people's moral decision-making processes.

Personal moral philosophies have two basic dimensions underlying moral thinking. These; idealism and relativity.

According to the results of the research; When the legal situations, illegal situations, situations that cause physical harm and financial harm in the stories are analyzed, it has been determined that they positively affect idealism and corporate ethics.

In this study, it is aimed to determine the effects of business culture and moral philosophies on the moral decision making processes of accountants. In this direction, data were obtained using a questionnaire method in order to examine the attitudes of accounting professionals in Osmaniye, Adana, Gaziantep and Kilis.

According to the results of the study, it was found that accounting employees differ by gender when making moral decisions. Accordingly, female accounting employees were found to be more idealistic, while male accounting employees were

found to be more relative. Corporate ethics; Legal, illegal, situations that cause physical harm, and situations that cause financial harm affect moral decision making.

Keywords: Morality, Moral Decision Making, Personal Moral Philosophies, Corporate Ethics



ÖNSÖZ

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında tezi titizlikle okuyarak değerli katkılar sunan, eleştirileriyle bana yol gösteren, ilgi ve desteklerinden dolayı tez danışmanım Saygıdeğer Hocam Prof. Dr. Zeynep TÜRK'e sonsuz teşekkür ederim.

Anket analizimin aşamasında oldukça önemli katkı sağlayan Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama Ana Bilim Dalı Başkanı değerli hocam Doç. Dr. Mutlu Yüksel AVCILAR'a sonsuz teşekkür ederim.

Çalışmam süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen ve hayatımın her evresinde bana destek olan değerli abim Seyit KABASAKAL'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen canım kardeşim İbrahim KABASAKAL'a çok teşekkür ederim.

Çalışmam sırasında desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen anneme ve babama her zaman yanımda oldukları için çok teşekkür ederim.

Çalışmam sırasında gösterdiği sabır ve fedakârlıklarından ötürü hayat yoldaşım, Kıymetlim Oğuzhan'a, canım kızım Zümra'ma müteşekkirim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	vi
ÖNSÖZ	viii
KISALTMALAR	xii
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1.Araştırmanın Amacı.....	2
1.2. Araştırmanın Önemi	2
1.3.Tezin Bölümleri	2
1.4. Konu İle İlgili Çalışmalar	2

BÖLÜM II

AHLAK KAVRAMI VE MUHASEBE MESLEK AHLAKI

2.1.Ahlak Kavramı Tanımı	6
2.1.1.İş Ahlakı	7
2.1.2.Meslek Ahlakı	8
2.2.Muhasebe Meslek Ahlakı	9
2.2.1.Muhasebe Meslek Ahlakına Duyulan Gereksinim.....	10
2.2.2.Muhasebe Meslek Ahlakı İlke ve Kuralları	11
2.2.2.1.Muhasebe Meslek Ahlakı İlkeleri	12
2.2.2.1.1.Dürüstlük.....	13
2.2.2.1.2.Tarafsızlık.....	13
2.2.2.2.3.Mesleki Yeterlilik ve Özen	13
2.2.2.2.4.Gizlilik.....	14
2.2.2.2.5.Mesleki Davranış.....	14

BÖLÜM III

AHLAK VE KİŞİSEL AHLAK FELSEFELERİ

3.1.Ahlak Felsefeleri.....	15
3.1.1.Teleoloji (Hazcılık ve Faydacılık).....	16
3.1.1.1.Bireyci Felsefe	16
3.1.1.2.Yararlı Olma Felsefesi	16
3.1.2.Deontoloji.....	17
3.1.2.1.Ahlak ve Haklar Felsefesi	17
3.1.2.2.Adaletçi Felsefe.....	17
3.2.Kişisel Ahlak Felsefeleri.....	18
3.3.Kişisel Ahlak Felsefelerinin Boyutları	19
3.3.1.İdealizm	19
3.3.2.Görelilik (Rölativizm).....	21
3.4.Kişisel Ahlak Felsefesinin Sınıflandırılması	22
3.4.1.Durumsalcılar.....	23
3.4.2.Mutlakçılar.....	24
3.4.3.Özneciler.....	24
3.4.4.İstisnacılar	25

BÖLÜM IV

İŞLETME KÜLTÜRÜ, KURUMSAL AHLAK VE AHLAKİ KARAR ALMA

4.1.Kültürün Tanımı	26
4.2.İşletme Kültürü	27
4.3.İşletme Kültürünün Unsurları	29
4.3.1.Din ve İnançlar.....	30
4.3.2.Liderler ve Kahramanlar	30
4.3.3.Törenler.....	30
4.3.4.Öykü ve Efsaneler.....	31
4.3.5.Semboller	31
4.3.6.Dil	31
4.3.7.Tutumlar.....	31
4.3.8.Örf ve Adetler	31

4.3.9.Yasalar	32
4.3.10.Ahlak Kuralları	32
4.4.Kurum Ahlakı	33
4.5.Ahlaki Karar Alma.....	36

BÖLÜM V

ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

5.1.Araştırmanın Amacı.....	39
5.2.Araştırmanın Yöntemi	39
5.3.Araştırmanın Değişkenleri.....	40
5.4.Araştırmanın Modeli.....	41
5.5.Araştırmanın Sınırları	42
5.6.Araştırmanın Hipotezleri	43
5.7.Bulgular	44
5.7.1.Tanımlayıcı İstatistikler	44
5.7.2.Modelde Yer Alan Değişkenler İçin Tanımlayıcı İstatistikler	47
5.7.3.Güvenilirlik Analizi	49
5.7.4.Faktör Analizi	50
5.7.5.Regresyon Analizi.....	54
5.7.6.T Testi Analizi	57

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1.Araştırma Sonuçları	61
6.2.Çalışmanın Literatüre Katkısı	62
6.3.Geleceğe Yönelik Araştırma Konuları	63

KAYNAKÇA.....	64
----------------------	-----------

EKLER	75
--------------------	-----------

ÖZGEÇMİŞ	86
-----------------------	-----------

KISALTMALAR

KALDER : Türkiye Kalite Derneği

PERYÖN : Türkiye İnsan Yönetimi Derneği

s. : Sayfa numarası

TBB : Türkiye Bankalar Birliği

TEDMER : Türkiye Etik Değerler Merkezi

TÜRMOB : Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği

TÜSİAD : Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği

vb. : Ve benzeri

vd. : Ve diğerleri

www : World Wide Web Dünya Çapında Ağ

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1: Forsyth'in Ahlaki İdeolojilerinin Sınıflandırılması Yaklaşımı	23
Tablo 2: Hikayelerin Özeti	40
Tablo 3: Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri	44
Tablo 4: Hikayelerin Tanımlayıcı İstatistikleri	45
Tablo 5: Hikayelere Katılma Durumuna Göre Tanımlayıcı İstatistikler	46
Tablo 6: Modelde Yer Alan Değişkenler İçin Tanımlayıcı İstatistikler	47
Tablo 7: Araştırmadaki Faktörlerin Güvenilirlik Katsayıları	50
Tablo 8: KMO Değeri Ölçütü	51
Tablo 9: İdealizm ve Görelilik Faktör Analizi Sonuçları	51
Tablo 10: Kurumsal Ahlak Faktör Analiz Sonuçları	53
Tablo 11: Diğer Etkiler Faktör Analiz Sonuçları	53
Tablo 12: Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Yasal Durumlarda Etkileri	54
Tablo 13: Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Yasal Olmayan Durumlarda Etkileri	55
Tablo 14: Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Finansal Zarar Veren Durumlarda Etkileri	56
Tablo 15: Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Fiziksel Zarar Veren Durumlarda Etkileri	57
Tablo 16: Değişkenlerin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	58
Tablo 17: Hipotez Testi Sonuçları	59

ŞEKİLLER LİSTESİ**Sayfa**

Şekil 1. Araştırma Modeli	42
--	----



BÖLÜM I

GİRİŞ

Günümüzde iş ahlakına verilen önem pek çok meslek kolunda olduğu gibi muhasebe mesleğinde de kendini göstermektedir.

Ahlak konusunun ehemmiyet kazanmasının en esas sebeplerinden biri, güçlü firmaların yaşadıkları skandal kalitesinde değerlendirilen, şike ve kandırmacayı kapsayan birtakım hadiselerdir. İşletmeler arası rekabetin aşırı olması ve daha çok kazanma hırslı, işletme idarecilerini ve emekçilerini ahlaki olmayan uygulamalara yöneltebilmektedir.

Ahlaki olmayan tavırlar genellikle gizli gerçekleştirildiği için bu tavırları ortaya çıkartmak oldukça zordur. Ahlaki prensiplere ulaşmak için oluşturulan bir idare şekli oluşturmak ve bunu devam ettirmek için ahlaki olmayan tavırların ortaya çıkarılması büyük ehemmiyet taşır. Firmalarda ortaya çıkan ahlaki olmayan tutumlar hakkında en çok bilgiye sahip kişiler şirket çalışanlarıdır ve bu tutumları ortaya çıkarmak ahlaki değerlere sahip çalışanlara düşmektedir (Sayğan, 2011, s. 5-6). Bu nedenle, ahlaki meselelere ilişkin muhakemeler kişisel ahlak felsefelerinin inceleme alanına girmektedir.

Kişisel ahlak felsefesi, bireyin daha önce tecrübe ettiği ve sonuca varılan ahlaki ikilemlerin oluşturduğu bir modeldir. Bu model diğer modellerin aksine kişileri ahlaki muhakemelerine göre sınırlanmaz. Bu model bilakis, daha genel bir yaklaşım sunarak ve kişilerin ahlaki yargılama sürecine ilişkin daha yararlı bir bakış açısı ve konu üzerinde yoğunlaşmasını sağlar (Caswell, 2003, s. 70). Hızlı bir şekilde yaşanan rekabet firmaları birbirleriyle müsabaka haline sokmaktadır. Bu katı müsabakada, firmalar sadece ürettikleri mal ve hizmetlerle öne çıkmazlar, hizmet ettikleri çevreye karşı da kurumsal olarak sorumlulardır, diyebiliriz.

İşletme de kurumsal ahlakın belirli bir düzende ortaya çıkmasının sebebi, ahlaki duyarlılığın iş dünyasında öneminin gün geçtikçe artmasıdır. Ülkemizde iş ahlakının önemi her gün biraz daha artmaktadır. Bunun sebepleri de; hırsızlık, rüşvet, torpil, hile gibi olayların her gün gün yüzüne biraz daha çıkmasıdır (Savran, 2007, s. 34).

Bu çalışmayla, kurum ahlakı ve ahlak felsefelerinin muhasebecilerin ahlaki karar almalarındaki etkisi etraflıca ele alınıp analiz edilecektir.

1.1.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, işletme kültürü, kurum ahlakı ve kişisel ahlak felsefesinin alt boyutu olan idealizm ve görelilik düzeyinin, muhasebecilerin ahlaki karar almalarındaki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır.

1.2.Araştırmanın Önemi

Bireylerin almış olduğu ahlaki kararları birçok sebep etkilemektedir. Kişisel ahlak felsefeleri ise alınan bu kararları değerlendirmede, yargılamada ve bu kararların arasındaki farklılıkları açıklamaya çalışmaktadır.

Kurumsal ahlakın gün geçtikçe önem kazanmasının sebebi, firmalar arası rekabetlerin artması, daha fazla kar sağlama isteği, yöneticilerin ve çalışanların ahlak dışı davranış sergilemeleri yer almaktadır. Bu nedenle muhasebecilerin ahlaki karar almalarında, kurum ahlakı ve ahlak felsefelerinin etkisinin araştırılması ve literatüre bir yorum getirmesi amaçlanmıştır.

1.3. Tezin Bölümleri

Çalışmanın birinci bölümünde araştırmanın amacı, önemi ve konu ile ilgili çalışmalar tartışılmıştır. İkinci bölümde kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. Ahlak, muhasebe meslek ahlakı açıklanmıştır. Üçüncü bölümde kişisel ahlak felsefeleri, idealizm, görelilik yer almaktadır. Dördüncü bölümde kültür, işletme kültürü, kurumsal ahlak ve kavramları tanımlanmıştır. Beşinci bölümde analizler ve bulgular detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Altıncı bölümde ise sonuçlar ve öneriler yer almaktadır.

1.4. Konu ile İlgili Çalışmalar

Akdoğan (2005), teleolojik felsefe yaklaşımı ile deontolojik felsefe yaklaşımı mukayese ettiği muhasebe mesleğinde ahlak adlı çalışmada muhasebecilerin ahlaki kurallara uygun bir şekilde davrandıkları olaylarda bir sorun yaşamaları sonucunda yararlanacakları teleolojik ve deontolojik felsefi yaklaşımları karşılaştırmıştır. Bu çalışmayla meslek çalışanlarının ortaya çıkan sorunları çözerken hangi felsefi yaklaşımdan yarar sağlamaları gerektiği belirtilmiştir. Herhangi bir sorunla karşılaşıldığı zaman yalnızca bir yaklaşımla kısıtlı kalınmaması gerektiği ifade edilmiştir. Muhasebe mesleğinde en çok kullanılan felsefi yaklaşım deontolojiktir.

Barnett, Bass ve Brown (1994), ahlaki yaklaşımların iş dünyasında bireysel yargılar üzerindeki etkisini araştıran ilk analistlerdir. Bireylerin ahlaki tutumlarının ahlaki kararlar üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bu çalışma da iş ahlakı sorunları ile kişisel ahlak felsefeleri karşılaştırılmıştır ve aralarında ilişki olduğu gözlemlenmiştir. İdealist ve rölativist ahlaki davranışa sahip bireyler karşılaştırılmıştır ve davranış tarzlarının farklı olduğu ortaya çıkmıştır. Buradan çıkan sonuca göre, farklı meslekler arasından tercih yapan kişilerin ve aldığımız kararların başka insanların refahının yanında kendi çıkarlarımızı da önemli ölçüde etkilediği bunu da kişisel ahlak felsefelerinin etkisiyle mümkün olduğunu söyleyebiliriz. Bunun yanında idealizmin bireysel ahlaki kararlarda etkiliyken rölativist bakımından böyle bir ilişki yoktur.

Barnett, Brown ve Bass (1996), işletme öğrencilerine yaptıkları çalışmalarında, genel olarak kabul görmüş ahlak kuralların reddederler ve rölativist bireylerin idealist bireylere göre ahlaki problem algılama düzeylerinin daha düşük olacağı belirtilmiştir. İşletme öğrencileri üzerinde yapılan bu çalışmanın sonucunda zararlı davranışlar arasında idealizm ile ahlaki yargılar arasında olumlu bir ilişki varken aynı ilişki rölativistler için negatif olarak tespit edilmiştir.

Cohen, Pant ve Sharp (2001), Kanada'daki yapmış oldukları çalışmada bireysel ahlaki karar vermedeki farklılıkları bulmak amacıyla işletme öğrencileri ve muhasebe meslek mensupları arasında bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırma da öğrenci ve meslek mensupları kişiler arasında önemli farklılıklar bulunmuştur.

Douglas, Davidson ve Schwartz (2001), yapmış oldukları çalışmada iki büyük uluslararası EBM firmasındaki örgütsel kültür ve ahlak arasındaki ilişkiyi, denetçilerin kişisel değerlerini ve bu değerlerin dikte ettiği ahlaki yönelimi ve muhasebecilerin ahlaki ikilem durumundaki yargılarını inceler. Anova analizi yapılmıştır ve sonuçları şu şekildedir; (1.) Ahlaki yoğunluğun yüksek olduğu durumlarda ahlaki yargılar, kişisel değerlerden ve mesleki davranış kuralları doğrudan ve dolaylı olarak etkilenir ve ahlaki talimatlar yalnızca doğrudan etki gibi çevresel değişkenlerden etkilenir. (2.) Kurumsal kültür ve ahlak arasındaki ilişki, denetçilerin idealizmini etkiler ancak göreliliğini etkilemez ve bu nedenle ahlaki yargıları dolaylı olarak etkilediği tespit edilmiştir.

Emerson, Conroy ve Stanley (2007), yapmış oldukları çalışmada ABD'de Enron, Worldcom gibi skandalların ortaya çıkması mevzu bahis şirketlerin teftişini yapan denetçilere, bağımsız denetim şirketlerine şirket yöneticilerine, piyasalara, raporlara olan güveni derinden sarsmıştır. Bu çalışmada muhasebecilerin ahlaki tutumlarının doğru olup olmadığı yer almaktadır. Bu amaçla ABD'de üniversitede bulunan muhasebe

uygulayıcılarının ulusal olarak temsili bir örneği ile birden çok akademik disiplini ilgilendiren öğrenci örneğini kullanarak 25 tane ahlaki hikayeye verdikleri yanıtların farklı olup olmadıklarını karşılaştırmaktadır. Genel olarak Enron ve Worldcom durumlarına benzeyen ‘‘Muhasebe Hilelerini’’ içeren hikayelerdeki cevaplarda önemli bir fark yoktur. Bununla birlikte uygulayıcıların, bireylere ve bu kişilere yasal olan ancak fiziksel zarar veren kararları aldığı görülmektedir. Ama bunların ahlaki olup olmadıkları şüphelidir.

Forsyth (1980), bu çalışma da iki temel yaklaşım tartışılmıştır. Bunlar ahlaki düşüncenin altında yatan idealizm ve göreliliktir. İdealizm, başka kişilerin refahıyla ilgilenir. İdealist kişilerin ahlaki yönelimleri her durumda başkalarına zarar vermekten sakınırlar ve bu konuda ısrarcıdırlar. İdealist olmayan kişiler ise bazı gidişatlar da iyi neticelere ulaşmak için bazen başkalarına zarar verilebileceğini, bunun sonuca ulaşmak için gerekli olduğu ifade etmişlerdir. Rölativizm ise, evrensel kuralları reddederler ve kişinin hayata bakışının temeli şüpheciliktir.

Forsyth ve Nye (1990), çalışmalarında farklı kişisel ahlaki felsefeleri benimseyen bireylerin ahlaki tercihleri ve ihlal sonrası tepkileri incelenmiştir. Buna göre, görelilik olanlar ile görelilik olmayan kişiler karşılaştırılmıştır ve görelilik kişilerin kendi hedefleri için sosyal normları daha çok ihlal ettiğini tespit edilmiştir. Görelilik felsefesini benimseyen kişiler, her duruma uygun ahlaki kuralların olmadığına inanırlar.

Forsyth (1992), çalışmasında bireylerin ahlaki inançları, tutumları ve değerleri, kişisel ahlak felsefesini bilen uyumlu bir kavramsal sistemden oluştuğunu savunur. İdealizm genel olarak sonuç, görelilik ise kural odaklıdır. İdealizm ve görelilik ayrımı yapılırken asıl amaçlanan şey kişilerin ne kadar kural odaklı ve ne kadar sonuç odaklı olduğunu tespit etmektir.

Forsyth , O’Boyle ve McDaniel Michael (2008), Ahlaki Konum ölçeğini kullanarak farklı ulus ve kültürlerde değişik hedeflerle yaptıkları çalışmalarındaki bulgulara göre açıkladıkları meta analiz araştırmasında, idealizm ve görelilik kavramlarının ülkelerin sahip olduğu gelenekleriyle, kültürleriyle, tarihleriyle birlikte farklı özellikte olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bunun sonucunda 29 ülke ahlaki felsefelerine göre şu şekilde sınıflanmıştır; ‘‘Mutlakçılar: Güney Afrika, Polonya, Mısır mutlakçılardır. Suudi Arabistan ve Kore daha az düzeyde mutlakçılardır. Durumcular: İspanya, Brunei, Türkiye, Britanya, Hindistan, Malezya, Lübnan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Amerika’nın batı bölgesi. Öznelciler: Hong Kong, Japonya, Tayland ve Çin. İstisnalar:

Belçika, Avusturya, İsrail, Yeni Zelanda, ABD (doğusu ve geneli), Avustralya, Kanada ve Rusya.”

Hartikainen ve Torstila (2004), yapmış oldukları çalışmada 230 tane finans uygulayıcısının sektöründeki ahlaki konulara ilişkin tutumlarını araştırmaktadır. Katılımcıların ahlak ideolojisi ilk olarak idealizm ve görelilik ölçeklerinde ölçülür. Katılımcılardan vergiden kaçınma teknikleri hakkındaki tavsiyeler, yasadışı yapılan ticaret gibi finans dünyasına ilgilendiren beş farklı senaryodaki davranışlara tepki vermeleri istenmektedir. Kadınlar, idealizmde erkeklerden daha yüksek sonuçlara sahiptir ve görelilikte ise erkeklerden daha düşük sonuçlara sahiptir. Yaş, profesyonel senaryolara verilen yanıtlarda en önemli belirleyici gibi görünmektedir; yaşlı katılımcılar görüşlerinde daha katı olma eğilimindedir, cinsiyet farklılıkları ise daha azdır.

Shafer, Morris ve Ketchand (2001), çalışmalarında AICPA'ya üye olan denetçilerin ahlaki bir karar alırken kişisel fikirlerinin ahlaki kararları etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Bunun sonucunda denetçilerin kişisel fikirlerinin denetçilerin ahlaki kararlarını etkilemediği neticesine ulaşılmıştır.

Tsahuridu ve Walker (2001), çalışmalarında kadın ve erkeklerin ahlaki ideolojileri ile toplumun ahlaki değerleriyle çelişen bir anketle ideolojileri araştırılmıştır. Edinilen sonuçlara göre, ahlaki olarak denetlenebilir hadiselerde kadınlar daha az yer almıştır. Ayrıca kadınların daha idealist olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

BÖLÜM II

AHLAK KAVRAMI VE MUHASEBE MESLEK AHLAKI

“Toplum için tehdit oluşturmak istiyorsan bir insanı ahlaki değerlerden yoksun bırakman yeterlidir” diyen Theodore Roosevelt (1901-1909) tarafından dile getirilen bu görüş eğitim sistemindeki ahlaki değerlerin önemini ortaya koymaktadır (Low ,Dawey, Hooper, 2008, s. 223). Her geçen yılda eğitilmiş insan sayısında artış olmasına rağmen yolsuzluklarla birlikte işletmelerde meydana gelen skandalların da artması bu görüşün haklılığını ve eğitimde ahlakın önemini ortaya koymaktadır (Daştan, 2009, s. 282). Pek çok meslek dalında olduğu gibi muhasebe mesleğinde de iş ahlakına verilen önem, gün geçtikçe önemi artmış daha fazla artacağı beklenmektedir. Muhasebe meslek mensuplarının tuttukları kayıtların neticelerinden etkilenen çok fazla kesimin olması, tutulan kayıtların tüm ülkede yaşayan bireylerin refahını etkileyecek derecede olması, muhasebe meslek mensuplarının meslek ahlakına yaklaşımlarında daha titiz davranmaları gerektiğini göstermektedir. Bu nedenle muhasebe meslek mensubu üyeleri ahlak konusunda oldukça hassas davranmalıdırlar (Aymankuy ve Sarioğlu 2005, s. 25). Bu bölümde ahlak kavramı ile ilgili yapılan tanımlamalar karşılaştırılacak şekilde açıklanarak muhasebe de ahlak kavramı tartışılacaktır.

2.1. Ahlak Kavramı

Ahlak Arapça da “hulk” sözcüğünden türetilmiş ve huy, karakter, mizaç anlamlarına karşılık gelmektedir (Cevizci, 2002, s. 3). Ahlak, yaşamın her alanında insanlarla olan ilişkilerin temelini oluşturan her insanın doğuştan getirdiği ya da daha sonradan edindiği huyları özellikleri ve her kesim tarafından uyulması beklenen kurallar toplamıdır (Ertaş ve Arslan, 2009, s. 24). Türkçede Ahlâk kavramı Latince moral anlamındadır. Ahlak kavramı göreceli bir kavram olup toplumdan topluma hatta aynı toplum içerisinde yaşayan bireyden bireye bile farklılık gösterir (Mengüşoğlu, 1965, s. 14). “Ahlak, kanunlar tarafından dokunulamayan ancak insan davranışlarının neticelerine odaklanan kurallar bütünüdür (Kirel, 2000, s. 231). Ahlak, insanların birbirleriyle olan ilişkilerini ve topluma karşı sorumlu oldukları yükümlülükleri belirleyen tutumları ile belirli bir ortamda yaşarken uyulması gereken kurallar ve standartlar bütünüdür

(Rosenthal ve Yudin,1972, s. 13). Ahlak, her şeyden bağımsız bir şekilde doğruyu ya da yanlış kapsayan davranış şekilleridir (Lovett, 2005, s. 167).

Ahlak hiçbir toplumsal düzen baskısı olmadan kişinin kendi kendini kontrol edebilmesi kendisine sahip çıkabilmesidir kişinin kendi kendini kontrol edebilmesinde aklın etkisi tartışmasız çok büyüktür. Başkasına faydalı olmak, saygılı olmak, dürüst olmak, iyilik yapmak gibi kavramlar ahlakın kapsamına girer. Ahlak insanın içinden gelen bir duygudur. Bu anlamda ahlak kişinin kendi kendine koymuş olduğu yasaklar ya da kabul ettiği şeylerin tümü olarak tanımlanır (Usta, 2011, s. 42). Ahlak, insanların kişisel tercihleri, gelenek ve görenek kaidelerine yakışan davranışlardır (Yücekaya ve Kısat, 2016, s. 485). Ahlak kanunlar tarafından kontrol edilemeyen kültürel ya da töresel olarak insan davranışlarının sonuçlarına yönelik bir standarttır ve kanun zoruyla yapılan olaylarla karşılaştırıldığında daha yüksek standartları karşılayan tutumları zorunlu kılar ve kendine özgü davranışların içeriğini belirtmektedir. Ahlak toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Çünkü her toplumun geleneği, göreneği, kültürü, yasası farklıdır. Bu nedenle bir toplumda ahlak dışı ya da ahlaki algılanan olaylar diğer toplumda tam tersi şeklinde algılanabilir (Doğan, 2008, s. 180). Ahlak en genel tanımıyla, doğru davranışlar sergileme ve neyin doğru neyin yanlış olduğunu ile ilgilidir. Ahlak, siyah ve beyaz gibi çok net kavramları içermekle birlikte bunun yanında net olmayan ve doğru çözümülenmesi önemli süreçler gerektiren sorunlu konuları da kapsamaktadır (Türk, 2004, s. 2). Daha geniş anlamda ahlakın tanımı şu şekilde yapılmıştır; Ahlak aklının bilincinde olmak ve kendine saygı duymaktır. Bu nedenle ahlak bizden kendimizi yönetmemizi ister. Ahlak hükümleri de tıpkı din kuralları gibidir saygıyı emreder (Usta, 2012, s. 407). Açıklamalardan da anlaşıldığı gibi ahlak, sadece bozulmaların ya da yolsuzlukların ortaya çıktığı zamanlarda hatırlanmamalıdır. Ahlak toplumsal düzenin düzgün işlemlerini sağlayan, yolsuzluklara giden yolları engelleyen, yönetim sisteminin doğru düzgün işlemlerini sağlayan, kaliteyi arttıran davranışlar topluluğudur. Toplumsal hayatımızın temeli ahlaki değerlerden oluşmaktadır ve bu düzen içinde insanoğlu da en önemli ahlaki varlıktır.

2.1.1. İş Ahlakı

İş ahlâkı, bütün toplum kesimlerini ilgilendiren üreticiden tüketiciye çalışandan emekçiye iş yaşamının her alanını ilgilendirmektedir.

Tarihsel gelişimine bakıldığında batıdaki iş ahlakı 5 ana başlıkta incelenmiştir. Bunlar, 19. yüzyıl dönemi; 1900–1950 dönemi; 1950–1970 dönemi; 1970–2000 dönemi

ve 2000'ler dönemidir. Bu gelişmeler incelendiğinde batıdaki endüstrileşme sürecine, pazar mekanizmalarının ve özel teşebbüslerin gelişimine detaylı olarak bakılmıştır.

Özellikle son yıllarda tüketicilerdeki hassasiyet artmıştır işletmeler daha bilinçli daha güçlü duruma gelmiş medyanın da etkisi ile sivil toplum kuruluşları ile birlikte işletmelerin topluma ne kazandırdığı ne kadar katkıda bulunduğu sorgulanır hale gelmiş bununla birlikte insanların eğitim düzeyi yükselmiş eğitim düzeyi ile birlikte beklentiler artmış bunların sonucunda devletin birçok konuda denetleme yetkisi artırmıştır. İşletmeler ahlaklı firma imaj yaratmanın gerekliliğini fark etmişler ve tüketici toplumu emekçi çevreyi gözetir hale gelmişlerdir (TÜSİAD, 2009, s.2). İş ahlakı konusunda ülkemizde çeşitli meslek odaları ve sivil toplum kuruluşları önemli girişimlerde bulunmuşlar ve bu konuda öncü olmuşlardır. Bunlar TÜSİAD, PERYÖN, TEDMER, KALDER, TOPLUMSAL AHLAK DERNEĞİ, TÜRMOB ve TBB 'dir. İş ahlakı deyince aklımıza iş hayatımızda neyin doğru neyin yanlış olduğunu inceleyen sosyal ve ekonomik süreci tüm boyutlarıyla ele alan kavram gelmelidir. Bu nedenle ahlaki konular iş yaşamının her alanıyla alakadardır; örneğin kar dağıtımını belirlemek, birini işe almak, birini işten çıkarmak, ihaleye karar vermek piyasaya fiyat teklifinde bulunmak gibi faaliyetlerin hepsi ahlaki kararları içermektedir (Kırel, 2000, s. 67-68).

Özdemir iş ahlakının önemini (Özdemir, 2016, s. 2); Günümüzde neredeyse herkes bir şekilde ticaretle uğraşmaktadır. Öğrencisinden, ev hanımına ve memuruna kadar herkes ticaretle iç içedir kimisi aynı ofiste çalıştığı arkadaşına süt, yoğurt, yumurta satar; kimisi ikinci el araba alım satımı yapar; kimisi komşusuna el emeği ürünlerini satar bu sebeple iş ahlakını umursamalıyız ve tüm topluma benimsetmeliyiz.

2.1.2. Meslek Ahlakı

Meslek ahlakı muhakkak meslek mensupları tarafından faaliyetlerin yürütülmesi sırasında uyulması gereken kurallar bütünüdür. Meslek mensuplarına emredilen, emredildiği şekilde davranmaya zorlayan; kişisel istekleri sınırlayan; kural tanımaz üyeleri meslekten dışlayan; rekabeti düzenleyip gözetken kurallar bütünüdür (Kırel, 2000, s. 4). Ahlak kuralları insanların diğer insanlarla olan ilişkilerini düzenleyen karşılıklı uyulması gereken kurallar olarak tanımlanabilir. İnsan ilişkilerinde olduğu gibi işletme değerleri ya da bir işletmenin başarısı içinde ahlaki değerler önem arz etmektedir (Tierney, 1997 s. 23). Meslek ahlakı şu şekilde tanımlanabilir; toplumun değerleri gözetilerek birtakım bilgilerin oluşturulması sırasında meslek mensubu kişilerin bilgileri yönetmesi sırasında ya da yönetemediği durumlarda müşterileri ile toplumla ve diğer

meslek mensubu kuruluşlarıyla olan ilişkilerini birtakım kurallar bütünü çerçevesinde yürütülmesidir (Mugan, 1999, s. 9). Meslek ahlakı, mesleksen faaliyetlerle alakalı doğru ve yanlış olan konularda değerlere yönelik kaideleri ortaya koyar (Selimoğlu, 2001, s. 5). Meslek ahlakının birtakım sınırları vardır. Meslek mensuplarının yapabileceği en önemli görev bu sınırları belirlerken Çok sayıda ahlaki kod belirlemektir ve bu ahlaki kodlarla kişisel değerlendirmeleri en alt seviyeye indirmektir. Meslek ahlakını geliştirmek daha da önemlisi devam ettirebilmek meslek ahlakını oluşturmaktan daha zordur. Böyle durumlarda yapılması gereken en önemli şey insanlara sorumluluk bilinci yükleyerek daha profesyonel davranmasını sağlamaktır (Soylu, 2010, s. 8).

2.2. Muhasebe Meslek Ahlakı

Muhasebe meslek ahlakı muhasebecilerin uyması ve sahip olması gereken birtakım kurallar bütünüdür. Meslek üyelerinin sahip olması gereken bu kurallar hem mesleğin gelişmesine hem de meslek mensubuna büyük katkılar sağlayacaktır. Muhasebe mesleğinde de her meslekte olduğu gibi ahlakın mesleki uygulamalar üzerinde etkisi söz konusudur (İşgüden ve Çabuk, 2006, s. 60-61). Muhasebe meslek ahlakı, meslek mensubu kişilerce faaliyetlerinin yürütüldüğü dönemlerde ya da rastgele bir nedenden dolayı mesleksen olarak faaliyetlerin durdurulduğu gidişat ve yarı yıllarda yasalara uygun bir şekilde işlemlerin yapılması, toplumun kıymet verdiği değer yargılarının da önemsenerek güvenilir bir şekilde bilgilerin toplanması çıkar sahiplerine ve topluma açık bir şekilde sunulmasıdır (Daştan, 2009, s. 285).

Meslek ahlakı kurallarına, muhasebe mesleğinde ihtiyaç duyulmaktadır. Muhasebe mesleğinde kişisel özellikler önem arz etmektedir. Muhasebe mesleğinde de diğer mesleklerde olduğu gibi çekişmeli durumlarda yaşanmaktadır. Bunun yanında meslek mensubu muhasebecilerin görevlerini yerine getirirken açık ve güvenilir olmak zorundadırlar. Bu noktada meslek mensubu kişiler birtakım çelişkilere düşmüş olabilirler. Burada çelişkilerin çözümünde meslek mensuplarına meslek ahlakı yol gösterici niteliktedir (Selimoğlu, 1997, s. 147). Muhasebe mesleğinde meslek ahlakı ile ilgili birtakım düzenlemeler yapılmaktadır. Meslek mensuplarından ise bu yapılan düzenlemelere yasalara uygun şekilde riayet etmesi ve bu yasaları koruması beklenir. Ahlak kuralları her zaman dürüst davranmayı ve kamuoyunu açık bir şekilde aydınlatmayı gerektirir. Meslek mensuplarının ahlaki kurallara uymayan davranışlarına birtakım cezalar uygulanmalıdır. Bu kurallara uyulması için; 19.10.2007 tarihinde “Serbest Muhasebeciler, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali

Müşavirlerin Mesleki Faaliyetlerinde Uyacakları Ahlaki Kurallar Hakkında Yönetmelik” yayınlanmıştır. Bu yönetmeliğe göre muhasebenin temel ahlaki kuralları doğruluk başta olmak üzere gizlilik, tarafsızlık, mesleki yeterlilik ve özen ve mesleki davranış olarak sınıfları ayrılmaktadır. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), kurum üyeleri ve personeli için ‘Mesleki ve Ahlaki İlkeler Yönetmeliği’ yayımlamıştır (Güney,2016, s. 82). Muhasebe meslek ahlakı, meslek mensubu kişilerce faaliyetlerinin yürütüldüğü dönemlerde ya da rastgele bir nedenden dolayı mesleksel olarak faaliyetlerin durdurulduğu gidişat ve yarı yıllarda yasalara uygun bir şekilde işlemlerin yapılmasının yanında toplum çıkarlarını gözetmeye yönelik kurallar bütünüdür (Daştan,2001, s. 31). Meslek ahlakı kurallarına yönelik muhasebe mesleğiyle ilgili Türkiye’de, TÜRMOB tarafından 3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu ile ilgili yönetmelikler çerçevesinde ahlaki kurallar açıklanmıştır. Bunun yanında uluslararası alanda ise Amerikan Ruhsatlı Kamu Muhasipleri Enstitüsü (AICPA), Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC), Yönetim Muhasebecileri Enstitüsü (IMA), Avrupa Muhasebeciler Federasyonu (FEE) gibi kuruluşlar tarafından çalışmalar yapılmış ve ahlaki kaideler belirlenmiştir (Daştan,2009, s. 285). Muhasebe mesleğinde, mesleki faaliyetlerin uygulanmasında üretilen muhasebe bilgilerinin kullanıcı yelpazesi çok geniş olduğu için ahlak daha önemli hale gelmektedir. Üretilen muhasebe bilgilerinde, ahlak dışı davranışlar kapsamında yapılacak muhasebe hileleri, bir grup hissedarın haksız kazanç sağlamasına, başka bir grup hissedarın haklarının kaybına yol açacaktır. Örneğin, işletme sahibinin vergi kaçırma isteği doğrultusunda işletme karının olduğundan düşük gösterilmesi, düşük vergi ve kâr payı dağıtımına neden olacaktır. Bu durumun sonucunda işletme sahip veya ortaklar kazançlı çıkarken, kamu ve küçük yatırımcılar olumsuz etkilenecektir. Ahlak dışı davranışlarından kaynaklı doğrudan parasal olarak ölçülebilecek kazanç ve kayıplar, mesleğin saygınlığını olumsuz etkileyecek ve muhasebenin sosyal sorumluluğunun gereğinin yerine getirmesi engellemiş olacaktır. Bu bağlamda muhasebe meslek ahlakı, muhasebe sosyal sorumluluk kavramı gereklerinin yerine getirilebilmesi açısından önemli bir unsurdur (Özçelik ve Keskin , 2017, s. 141).

2.2.1. Muhasebe Meslek Ahlakına Duyulan Gereksinim

Muhasebe meslek mensubu kişiler devletten topluma mesleki kuruluşlardan müşterilerine kadar çok geniş yelpazeye sahip sorumlu kişilerdir. Meslek mensubunun doğru ve güvenilir bilgilerin sunulması sırasında ahlak anlayışı ön plana çıkmaktadır.

Bilgiyi sunan meslek mensubunun ahlaki anlayışı sunduğu bilgiyi etkileyecektir. Bu durumda ahlaki bakımdan donanımlı muhasebe meslek mensuplarına çok fazla görev düşmektedir.

Dünyada artan rekabet gün geçtikçe akıl almaz bir durum haline gelmiştir. Kazanılan servetler de ipin ucu kaçırılmış, gelir dağılımları bozulmuş, vergi vermeden ekonominin sürdürülmeye çalışılmış kamu kaynaklarında çok fazla israf olmuş rüşvet ve adam kayırmacılık ön plana çıkmış ve bu bir sisteme dönüşmüştür. Akademik anlamda ulusal ve uluslararası çerçevelerde yapılan yayınlar akıllardaki endişelerin haklılığını onaylar niteliktedir. Batı üniversitelerinin de bu alanda yapmış olduğu çalışmalar yol gösterici niteliktedir (İşgüden, Çabuk, 2006, s. 6). Muhasebe meslek üyeleri ahlaki bir bilinçle görevlerini yerine getirmelidirler bu görevlerin yerine getirirken bağımsızlık, tarafsızlık, dürüstlük, güven, açıklık, mesleki özen ve yeterlilik gibi kurallara riayet etmiş olacaklardır. Meslek mensuplarının bu kararlara riayet etmeleri meslekte uzmanlaşmayı da beraberinde getirecektir (Uçma, 2007, s. 39). Ahlaksal kararların tüm yükü muhasebe meslek mensuplarının omuzlarındadır muhasebecinin temel görevi dürüstlüğünü koruyarak, gizli bilgileri saklayarak açık bir şekilde kamuoyuna güven duygusu vermektir (Sözbilir, 2000, s. 46).

İşletmelerde ahlaksal problemlerin farkına varılmaması işletmeler açısından ek bir maliyet unsuru olabilir işletme yönetimi mali ve hukuki açıdan çok fazla kayıplarla karşılaşabilir. Tüm bu açıklamalarda gösteriyor ki muhasebeden alınan tüm sonuçlar bir ekip çalışmasıdır. Bu yüzden ekipteki en alt kademedan en üst kademeye kadar olan herkes meslek kurallarını öğrenip uygulamalıdır.

2.2.2. Muhasebe Meslek Ahlakı İlke ve Kuralları

Muhasebe meslek mensupları çok sayıda kurum ve kuruluşa karşı sorumlulukları olan bir meslek dalıdır. Muhasebe meslek mensupları kişisel çıkarları ile aldığı sorumlulukları arasında bir denge kurmak zorundadır. Muhasebe mesleğinde ahlak şu şekilde tanımlanmaktadır; toplumun değer yargılarını önemseyerek yasalara uygun şekilde bilgilerin güvenli bir şekilde toplanması ve toplumda sunulmasıdır (Özocak ve Baş,2001, s. 3 aktaran Soylu, 2010, s. 21).

Günümüzde muhasebe bilimini diğer bilimlerden farklı kılan şey muhasebenin toplumdaki kişileri doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkilemesidir. Buna göre muhasebecinin üstlenmiş olduğu mesuliyetler şu şekilde özetleyebiliriz (Civelek, Durukan, 1998, s. 132).

- a. Devlete karşı mesuliyet
- b. Topluma karşı mesuliyet
- c. Mesleki kuruluşlara karşı mesuliyet
- d. Müşterilere karşı mesuliyet
- e. Kendisine karşı mesuliyet

Muhasebede ahlaki ilkeler sorumlu oldukları kişilerin çıkarlarını gözeterek özel ve kamusal alana hizmet edecek şekilde sağlıklı bir şekilde muhasebe uygulamalarının yürütülmesidir. Bu ilkeler eşitsizlikle savaşıyor gibi gözükse de aslında eşitsizliği gün yüzüne çıkarıyor (Canning, O'Dwyer, 2003, s. 162-163).

Yukarıdaki bilgilerden de anlaşıldığı gibi muhasebecinin sadece işverene karşı değil tüm topluma karşı sosyal sorumlulukları vardır. Bu sorumlulukları yerine getirebilmesi için muhasebecinin meslek ahlakını ve ilkelerini tam anlamıyla kavrayıp ve uygulaması gerekmektedir.

2.2.2.1. Muhasebe Meslek Ahlakı İlkeleri

19.10.2007 tarihli ve 26675 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren “Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirlerin Meslek Faaliyetlerinde Uyacakları Ahlaki Kurallar Hakkında Yönetmelik” ile Türkiye’de muhasebe meslek ahlakı yasal bir çerçeveye oturmuştur. Muhasebe mesleğinde ahlaki davranışı belirleyen beş etken bulunur. Bunlar; doğruluk, tarafsızlık, mesleki özen ve yükümlülük, gizlilik ve mesleki tutumdur.

Denetçilik mesleğinin en önemli özelliklerinden biri kamu yararını gözeterek bu sorumluluğun bilincinde olmasıdır. Denetçinin görevi sadece müşterisinin ihtiyaçlarını karşılamak değil aynı zamanda ahlaki ilkeleri uygulayarak kamu yararına göre hareket etme sorumluluğudur. Denetçilerin kamunun yararına göre hareket etme sorumluluğunun yerine getirebilmesi sağlamak amacıyla ahlaki kurallar ana hükümlerle uygulama hükümlerini içermektedir. Mevzuatta bu kurallardan daha kısıtlayıcı önlemler de ön görülmesi halinde denetçi söz konusu mevzuata uymakla yükümlüdür. Örnek vermek gerekirse bazı şartların yerine getirilmesi ile izin verilen durumlara mevzuat bir istisna getirmedikçe izin vermeyebilir ya da mevzuat bir kısıtlamayla bunu zorunlu tutabilir. Denetçilerin böyle durumlarda ek belgelendirme yapması istenebilir. Denetçi bu kuralların mevzuatlarla yasakladığı belirli hükümlerin uyulmasındaki durumlarda diğer tüm hükümlere uyar. Denetçi ahlaki olan bütün kurallara uyar. Denetçinin mevzuatlarla kuralların belirli kısımlarını uymasının kısıtlandığı durumlar olabilir. Böyle durumlarda

denetçi ilk önce mevzuata bakacak daha sonra da ahlaki kuralların diğer kısımlarına uymak zorundadır. Denetçinin mevzuata uyumasını zorunlu kılan mesleğe uygun davranış ilkesidir. Bazı ülkelerde mevzuatlardan daha farklı kurallar ya da daha kapsamlı hükümler bulunabilir. Bu ülkelerde denetçilerin mevzuatla yasaklanmadığı sürece farklılıklardan haberdar olması ve daha da kısıtlayıcı hükümlere uyması gerekir. Denetçi kamu yararı olmayan ya da orantısız bir hükmün uygulanması sırasında alışılmamış durumlarla karşılaşabilir bu tür olaylarda denetçi düzenleyici kuruma danışır.

Denetçiler için beş tane temel ahlaki kurallar bulunmaktadır:

- Dürüstlük: Bütün mesleki ve iş ilişkilerinde dürüst ve güvenilir olmak zorundadır.
- Tarafsızlık: Mesleki ya da iş ilişkilerinde çıkar çatışmalarına ve ön yargılara yer verilmemelidir.
- Gizlilik: Meslek ya da iş ilişkileri sonucunda elde edilen bilgilerin yasal olmadıkça üçüncü kişilerle paylaşılmasıdır.
- Mesleğe uygun davranış: İlgili mevzuat çerçevesindeki kurallara riayet ederek denetim mesleğinin itibarını düşünerek davranmaktır (https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TDS/TDS_2_021_Seti/2019_etikkurallar.pdf).

2.2.2.1.1. Dürüstlük

Meslek mensuplarının tüm mesleki ve iş ilişkilerinde dürüst ve güvenilir davranmalarıdır (Etik İlkeler Yönetmeliği, Ek-1, Madde 1). Meslek mensupları tüm mesleki iş ilişkilerinde güvenilir ve açık sözlü olmalıdır (Sakarya ve Kara,2010, s. 61).

2.2.2.1.2. Tarafsızlık

Mesleki ya da iş yargılamalarında gereksiz etkiler önemszenmeden üçüncü kişilerin yapmış oldukları baskıların meslek mensuplarının alacağı kararları etkilememesidir (Etik İlkeler Yönetmeliği, Ek-1, Madde 1). Ön yargılı yapılan davranışların ve baskıların meslek mensuplarının kararlarını asla etkilememesidir (Sakarya ve Kara, 2010, s. 61).

2.2.2.1.3. Mesleki Yeterlilik ve Özen

Mesleki faaliyetlerini yerine getiren meslek mensuplarında bulunması gereken özelliklerdir (Etik İlkeler Yönetmeliği, Ek-1, Madde 1).

2.2.2.1.4. Gizlilik

Meslek mensupları gizliliğe saygı göstermek zorundadır. Yasal bir durum olmadıkça bilgilerin üçüncü kişilerle paylaşılmamasıdır (Etik İlkeler Yönetmeliği, Ek-1, Madde 1).

2.2.2.1.5. Mesleki Davranış

Mesleği gözden düşürecek her türlü davranıştan sakınmasını ve meslek mensuplarına ait yasa ve yönetmeliklere göre davranılmasını ifade eder (Etik İlkeler Yönetmeliği, Ek-1, Madde 1).



BÖLÜM III

AHLAK VE KİŞİSEL AHLAK FELSEFELERİ

Ahlaki konum kuramı olarak da bilinen kişisel ahlak felsefeleri, idealizm ve görelilik tanımlarını kullanarak, teleolojideki ve deontolojideki belirsizliği ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır (Barnett, Bass ve Brown, 1996, s. 1163). Schlenker ve Forsyth (1977) idealizm ve göreliliği kullanarak klasik ahlak felsefelerindeki farklılıkları açıklayabileceklerini ileri sürmüşlerdir. Forsyth'e göre (1980) idealizm, doğru davranışlarla birey arzu ettiği tüm sonuçlara ulaşabilir. Görelilik ise, her şeyin temelinde şüpheciliğin olduğunu varsayar.

Çalışmanın bu bölümünde kişisel ahlak felsefesi ve kişisel ahlak felsefesinin boyutları olan idealizm ve rölativizm konularını detaylı bir şekilde analizine ilişkin açıklamalar yer alacaktır.

3.1. Ahlak Felsefeleri

Ahlak ile ilgili yapılan çalışmaların geçmişine bakıldığında bundan 2500 yıl evveline dayanmaktadır. Yani ahlakın geçmişi Yunanlı felsefeci Aristo'ya kadar uzanmaktadır. Bugün ahlak eşit şartlar altında eşit fırsatların sağlanması ya da müşteri ilişkileri gibi birçok konuyu kapsamaktadır. Son gelişmelere bakıldığında ahlak teorisi erdem ve doğruluk teorisine dönüşmüştür (Toraman ve Akcan, 2003, s. 60). Genelde iki başlık altında gruplandırılan ahlak teorileri, teleolojik yaklaşım ve deontolojik yaklaşımdır.

Bu iki teoriyi karşılaştırdığımız zaman, teleolojik yaklaşım, eylemin ahlaki olup olmadığına karar vermek için eylemin sonuçlarına bakılmasını gerektiğini savunur.

Deontolojik yaklaşım ise, alınan kararın ahlaki olup olmadığını ancak kararın süreçlerini gözlemlenmesi sonucu ortaya çıkar (Hartman, 1998, s. 5). Ahlak teorileri, doğru ve yanlışın ne olduğuyla ilgili kararlarda faydalanmak ve ahlaki davranışların temelini oluşturmak amacıyla geliştirilmiştir (Türk, 2004, s. 2). Genel olarak ahlak teorileri, teleolojik ve deontolojik teoriler olarak iki gruba ayrılmaktadır. Teleolojik teorilerde, yapılan eylemlerin iyi ya da kötü olduğunu, doğru ya da yanlış olduğunu anlamak için eylemin sonuçlarına bakmamız gerekir (Özgener, 2009, s. 33).

3.1.1. Teleoloji (Hazcılık ve Faydacılık)

Faydacılığın temeli, kendini soyutlamalardan, yüzeysel sonuçlardan uzak tutarak, akılcı düşünceyi değil deneyci düşünceyi savunmaktadır (James, 2003, s. 30). Teolojik yaklaşımda öncelikle yapılması gereken şey eylemin fayda- maliyet analizini yapmaktır. Yapılan analiz sonucunda iyi sonuçlar daha fazla ise eylemin ahlaki olduğuna karar verilir. Eğer analiz sonucunda kötü sonuçlar daha fazla ise eylemin ahlaki olmadığına karar verilir. Teleolojik yaklaşım bireyci olma ve yararlı olma yaklaşımı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Akdoğan, 2003, s. 37).

3.1.1.1. Bireyci Felsefe

Bu yaklaşım egoizm olarak tanımlanır. Bireye uzun zamanda yarar sağlayan eylemlerin doğru olduğunu kabul eder. Bunun sonucunda bireyler uzun zamanda kendilerine yarar sağlayan duruma göre karar verirler. Bireyin iyi ya da kötü olarak değerlendirdiği eylemler aslında bireye en iyi yararı sağlayacak sonucu bulmaya yöneliktir. Bireyci yaklaşımı gerçek anlamını ancak doğruluk ve dürüstlük kavramlarının temeli olduğu zaman gerçek anlamını bulur. Bu yaklaşıma getirilen önemli eleştiri ise, kişisel yararların kişisel menfaatlere dönüşerek uygulama da sapmaların meydana gelmesidir (Kutlu, 2011, s. 12).

3.1.1.2. Yararlı Olma Felsefesi

Muhasebe de ahlaki denge olarak algılanan şey yararlı olma yaklaşımıdır. Bu sistemde iyi sonuçlar kötü sonuçlar karşılığında elde edilir. Bu olayla ilgili muhasebe meslek mensupları fayda-maliyet analizi yaparlar. Buradaki analiz sonucuna göre, beklenen yarar ile beklenen maliyet arasında yöneticilerle beraber bir denge kurulmaya çalışılmaktadır (Yenigün ve Sözbilir, 2001, s. 34).

Yararlı olma yaklaşımı en fazla faydayı çok sayıda kişiye sağlayan kararın doğru karar olduğunu savunur. İlk aşama olarak karardan etkilenecek kişiler için muhtemel seçenekler değerlendirilir. Sonraki aşama da ise, en fazla hazzı sağlayacak davranış biçimi çoğunluğu oluşturan grupta ortaya çıkar. Uygulama da bunların tespiti oldukça zor olduğundan kavramların mümkün olduğunca basitleştirilmesi gerekir (Selimoğlu, 1997, s. 149).

3.1.2. Deontoloji

Deontolojik yaklaşım, ahlaki yükümlülükler ve görev üzerinde durur. Deonto Yunanca da görev anlamında kullanılır (Toraman ve Akcan,2003, s. 62). Deontoloji bilimi, olması gerekeni oldurmazdır. Yunanca da deon ödev anlamına gelirken, logos ise bilim demektir (Kotar, 1997, s. 66). Deontolojik yaklaşımını savunanlar, teleolojik yaklaşımında çoğunluğun savunduğu görüşe karşı çıkmaktadırlar. Deontolojik yaklaşıma göre çoğunluğun bir davranışı iyi ya da kötü olarak nitelendirmesi bu davranışın kabul göreceği anlamını taşımaz. Bu yaklaşımın temel anlayışı, çoğunluğun kabul görmemesi ya da yüksek fayda sağlamayan kabul görmesi gereken hakların ve yükümlülüklerin olmasıdır. Deontolojik yaklaşım da kendi arasında ikiye ayrılmaktadır (Selimoğlu, 1997, s. 149).

3.1.2.1. Ahlak ve Haklar Felsefesi

Ahlak ve haklar yaklaşımı, kişinin temel ve hak özgürlüklerinin olduğunu ve bunlar kişinin almış olduğu kararlarda vazgeçilmez unsurlardır. Müesseseler toplumdaki diğer bireylerin haklarına dikkat etmeden meslek ahlakıyla ilgili karar almamalıdır (Kutlu, 2011, s. 14).

3.1.2.2. Adaletçi Felsefe

Adaletçi yaklaşımın temelinde üç unsur vardır. Bunlar; adalet, eşitlik ve tarafsızlıktır (Akdoğan,2003, s. 38):

- Hiçbir meslek mensubunun birbirinden farkı yoktur. Hepsi kendi arasında eşittir. Meslek mensuplarındaki farklılık sadece bilgi ve yeteneklerinden dolayı üstlendikleri görevlerdendir.
- Meslek kuruluşları kuralları uygularken meslek mensupları arasında adaletli davranmalıdır.
- Adaletçi yaklaşımının temeli tarafsızlıktır. Meslek mensuplarının mesleğin kurallarına uymayacak şekilde davranmaları ve bu davranış şeklinin kasıtlı olup olmadığına bakılır eğer kasıtlı bir durum tespit edilirse meslek mensubuna bunun için gereken yaptırım uygulanır. Adaletçi yaklaşım meslek üyelerine yapılan yasal düzenlemelerin kurumun içinde kalmasını önerir.

Adaletçi yaklaşım, yararlı olma yaklaşımı ve bireyci yaklaşımdaki sorulardan tamamen ayrıştırılmıştır. Meslek kuruluşlarında karşılaşılan ikilemlerin çözümünde ya da karar verme anında somut kriterler bütünü olarak adalet yaklaşım önerilmektedir (Selimoğlu, 1997, s. 149).

3.2. Kişisel Ahlak Felsefeleri

Kişisel ahlak felsefesi, Forsty tarafından “Ahlaki İdeolojilerin Sınıflandırılması” adlı makalesinde dört sınıfa ayrılmıştır. Ahlaki olarak yapılan bu sınıflandırma da; Durumsalcılar, öznelciler, mutlakiyetçiler, ve istisnacılardır. Bu dört sınıf kişilerin sahip oldukları özelliklere göre onların idealizm ve görelilik boyutları hakkında fikir vermektedir (Forsyth, 1980, s. 176). Kişisel ahlak felsefelerinin temeli, Schlenker ve Forsty’nin 1977 yılında yapmış oldukları ahlaki karar alma süreçlerindeki farklılıklara yönelik yapılan çalışmalara dayanır. Sonuç olarak farklılıkların temelini kişisel ahlak felsefeleri oluşturmaktadır (Bakır, 2013, s. 19). Kişisel ahlak felsefesi, bireyin daha önce tecrübe ettiği ve sonuca varılan ahlaki ikilemlerin oluşturduğu bir modeldir. Bu model diğer modellerin aksine kişileri ahlaki muhakemelerine göre sınırlanmaz. Bu model bilakis, daha genel bir yaklaşım sunarak ve kişilerin ahlaki yargılama sürecine ilişkin daha yararlı bir bakış açısı ve konu üzerinde yoğunlaşmasını sağlar (Caswell, 2003, s. 70). Schlenker ve Forsyth’nin 1977 yılında yapmış oldukları çalışma, Forsyth’nin 1980 yılında yayınladığı makalesinde Ahlaki İdeolojilerin Sınıflandırılması adlı çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Schlenker ve Forsyth 1977 yılında psikoloji alanında araştırmalar yapmışlardır. Bu araştırmalar için ahlak felsefelerinden oluşan 68 soruluk bir anket uygulanmıştır. Buradaki amaç kişiler arası ahlaki ideolojilerin farklılıkların ortaya çıkarmaktır (Schlenker ve Forsyth, 1977, s. 369-396). Forsyth 1980 yılında temeli deontolojik ve teleolojik felsefeye dayanan idealizm ve görelilik boyutlarını geliştirmiştir (Al-Khatib , Vitell ve Rawwas, 1997, s. 754). Forsyth 1980 yılında kişisel ahlak felsefesini kuramsal olarak literatüre kazandırdığı çalışmasında ahlaki düşüncenin altında yatan mikro olarak idealizm ve göreliliğin (rölativizm)’in olduğunu iddia etmiştir. Deontoloji ve teleojik ahlak sistemlerinden meydana gelen bu iki mikro alt başlık, bireylerin ahlaki sınıflandırmaları ve değerlendirmelerine ilişkin geniş bir bakış açısı sunarak bireylerin ahlaki karar alması üzerinde bir yaklaşım sunmaktadır. Birey, ahlaki ya da diğer kararlarını alırken birtakım ayrıştırmalara giderek, konuya makro bakmaya ve ardından da nihai kararını bireysel değerlendirmeler sonucunda vermektedir.

Kişisel ahlak felsefesi teorisine göre fertlerin kişisel anlayışları ahlaki mevzuatlara yönelik tavırlarını etkilenmektedir. Farklı insanların ahlaki mevzulara bakış açısı birbirlerinden farklıdır. Bu farklılık karakter olarak birbirine çok benzeyen fertler de ortaya çıkabilmektedir. Ahlaki konum teorisine göre her fert hayat mecrasında karşılaştığı olayları, doğruları ve yanlışları kendi ahlak çerçevesi içerisinde tanımlanmaktadır. Fertlerin şahsi nezaket kurallarını ortaya çıkarmak, muhtelif mevzulara, şahıslara ve vaziyetlere hangi tepki vereceğini hangi değerlendirme yapacağını öğrenmek önemlidir (Forsyth, 1980; Forsyth ve Berger, 1982; Forsyth, 1992; Forsyth, 1994; Forsyth vd., 2007).

Forsyth, 1980 yılında yapılan çalışmasında kişisel ahlak felsefesinde idealizm ve görelilik kavramlarını ahlaki düşüncelerin altında yatan boyutlardan yola çıkarak oluşturmuştur. İdealizm, doğru davranışlarla sonuçların elde edileceği temeline dayanır. Görelilik ise şüphecilik temeline dayanan düşünce sisteminde evrensel kuralları reddeder (Özbek ve Özer, 2012, s. 173). İdealizm, deontolojik ahlak felsefesini temsil ederken, görelilik ise teleolojik ahlak felsefesini temsil etmektedir (Schlenker ve Forsyth, 1977, s. 376).

1980 yılında Forsyth, Ahlaki İdeolojinin Sınıflandırılması adlı makalesinde kişisel ahlak felsefesini dört ayrı şekilde incelemiştir. Bunlar; durumsalcılar, öznelciler, mutlakiyetçiler ve istisnacılarıdır. Bu sınıflandırma kişilerin sahip olduğu pozisyonlara göre idealizm ve görelilik özelliklerini açıklamaktadır (Forsyth, 1980, s. 176).

3.3. Kişisel Ahlak Felsefesinin Boyutları

Kişisel ahlak felsefeleri, deontoloji ve teleoloji görüşlerinden yola çıkarak ortaya konmuş, bireyin olaylara ahlaki bakışını gösteren kavramlardır. Bu kavramlar, aşağıda idealizm ve görelilik olarak iki boyutta incelenmiştir:

3.3.1. İdealizm

Ahlak felsefelerinin ilk boyutu olan idealizm boyutu kişilerin doğru davranışları sonucunda her zaman istedikleri sonuçlara ulaşabileceklerini savunur (Forsyth, 1980, s. 175-176). İdealizmde, ön planda olan şey diğer insanların refahıdır. İdealist bireyler başkalarına zarar vermekten her zaman kaçınmayı savunurken, idealist olmayan bireyler ise bazen “iyi” sonuçlara ulaşmak içinde “zarar” vermenin gerekli olabileceğini

savunurlar (Forsyth,Nye ve Kelley, 1988, s. 244). İdealist ahlaki yargılara sahip bireyler davranışlarında başkalarının refahını düşünürler.

Yüksek idealist bireyler iki kötü olay arasından bir tercih yapmak zorunda kalsalar bile diğer kişilere zarar vermekten her zaman kaçınırlar (Forsyth, 1992, s. 462). İdealizm yaklaşıma sahip olanlar, başkalarına hasar vermekten sakınırlar ve tüm hissedarların neticeden tatmin olması gerektiğine inanırlar. Dahası, başkalarına hasar vermemek adına her şeyin yapılabileceğini savunurlar (Zeylan, 2011, s. 10). İdealistlere göre, ahlaki olarak uygun ve doğru davranışın sergilenmesindeki kıstas, bir faaliyetin özünde iyi veya kötü olmasıdır (Wachter, Vitell, Shelton ve Park, 2012, s.120). Yüksek düzeyde idealizm, istenilen sonuçların doğru davranışlarla ve başkalarına zarar vermeden elde edilebileceği öngörüsüne dayanır. Düşük düzeyde idealizm ise, pragmatik bir yaklaşımla, bazı durumlarda 'kötünün iyisinin' seçilmesi gerektiğini; çünkü bazen zararın kaçınılmaz olduğunu savunur. Diğer taraftan yüksek görecilik genel geçer kuralların formüle edilmesine şüpheci yaklaşır. Düşük görecilik ise doğru davranışların, ahlaki değerler, normlar ve kurallara dayalı olduğu düşüncesine dayanır (Barnett, Bass ve Brown, 1996, s. 1163). Bireyler, hangi koşul olursa olsun başkalarına zarar vermekten kaçınmaya gayret göstermelidirler. 'Kendine nasıl davranılmasını istiyorsan, başkalarına öyle davran' ilkesi, idealizmin net bir yansımasıdır (Özyer ve Azizoğlu, 2010, s. 64).

İdealizmin boyutu, hareketin sonuçlarına dayanarak ahlaki eylemleri değerlendirme isteğini ölçer. İdealist düzeyi yüksek olan birey, bir diğerine zarar verecek fiilde bulunmadan ahlaki fiillerin sonuçlanmasını arzu eder ve bunun doğru olduğunu düşünür. Bu görüş Pareto tarafından öne sürülen Pareto optimumu teorisi ile benzerlik göstermektedir. Teoriye göre, bu görüş toplumsal refahın bir tanımıdır. Pareto'ya göre; toplumun toplam refahı, toplumu oluşturan bireylerin refahları toplamının bir araya gelmesi ile oluşur. Bir diğer yandan ise, düşük idealist birey, herkesin bireysel kazançlarını ve şahsi menfaatlerini artırmanın peşinde olduğuna inanır ve sonucun iyi veya kötü olması bireyin düşündüğü bir konu değildir. Bu sebeple düşük idealist bireyin ahlaki açıdan doğru kabul ettiği tutum veya görüş diğer bireylerin refahı için pozitif bir etkide bulunmayabilir. Aksine idealist birey, diğer bireylerin refahını ve kişisel çıkarlarını düşünürken, kendi bireysel çıkarlarını da korumak ve artırmak güdüsü içindedir. Başka bir deyişle, idealizm, bireyin başkalarının refahı için endişe derecesi olarak tanımlanabilir (Forsyth, 1992, s. 463).

İdealistlere göre ahlaki kurallar, olaylara ve ilgili kişilere göre değişmez. Bu yaklaşıma sahip olanlar başkalarına zarar vermekten kaçınırlar. Dahası başkalarına zarar

vermemek adına her şeyin yapılabileceğini savunurlar (Zeylan, 2011, s. 10). İdealistler, ahlakın, bireyin davranışlarına rehberlik edeceğine güçlü bir şekilde inanmaktadırlar (Rawwas, Swaidan ve Isakson, 2007, s. 148). ‘‘Kendine nasıl davranılmasını istiyorsan, başkalarına öyle davran’’ ilkesi, idealizmi en iyi şekilde ifade etmektedir (West, Ravenscroft ve Shrader, 2004, s. 175).

3.3.2. Görelilik (Rölativizm)

Forsyth’ye göre, bireylerin ahlaki olarak karar vermesini etkileyen ikinci faktör göreliliktir. Bireyler ahlaki birtakım sorunlarla karşılaştığında olası yöntemleri ve evrensel ahlak kurallarını reddederler (Forsyth, 1980, s. 175).

Ahlak tarihine bakıldığında ahlak ile uğraşan düşünürler, ahlak yasalarına dair iki temel fikre dair gözlemlere sahiptir. Bu gözlemlerin sonucunda göreliliğe (rölativizm) ulaşmak veya tam tersine, tek, biricik ve evrensel ahlak yasasını benimseyen evrenselci yaklaşıma başvurmak, felsefe tarihinden günümüze kadar gelen iki farklı çatışma ortamı oluşturmuştur. Görelilik yani rölativizm’de bu iki çatışma ortamında olan bir diğer ahlaki kavramdır (Özlem, 2004, s. 18). Görelilik, ahlaki davranışları olayın gerçekleştiği zaman ve içinde bulundukları duruma göre farklı bir biçimde yorumlayabilirler. Başka bir söylemle, görelilik ahlaki karar ve davranışlarda kişilere ve toplumlara göre farklılık gösterir. Çünkü herkesin geleneği, göreneği ve kültürü farklıdır (Özer ve Uyar, 2010, s. 91).

Görelilik felsefesi, kaynağını şüphecilikten almaktadır. Kuşkuculuğun kökenine bakıldığında antik çağlara kadar uzanmaktadır. Kuşkuculuğu özümseyenler mutlak ve salt bilgilere ulaşamayacağını savunmaktadır. İlk kuşkucu düşünür aynı zamanda Yunan sofistinin de kurucusu olan Protagoras’tır. ‘‘Her şeyin ölçüsü insandır. Her şey, bana nasıl görünürse benim için böyledir, sana nasıl görünürse senin için öyledir. Üşüyen için rüzgâr soğuktur, üşümeyen için soğuk değildir. Her şey için birbirine tümüyle karşıt iki söz söylenebilir’’ biçimindeki lafları kuşkuculukta mutlak bilgi elde etmenin imkansızlığına dair yaklaşımını çok iyi açıklamaktadır (Hançerlioğlu, 2003, s. 94). Görelilik olay ya da davranışların sadece sonuçlarına dayanır. Görelilik yaklaşımının savunucuları ahlaki görüşlerinin evrensel ahlak kurallarının üstünde olduğunu savunurlar. Görelilik ahlâk sahibi bireyler ahlak kurallarının olmadığını varsayarlar. Görelilik ahlak anlayışına sahip olmayan bireyler ise ‘‘dürüst olunmalı’’ gibi kavramların yol gösterici ve faydalı olduğunu düşünmektedirler. Sonuç olarak görelilik, evrensel ahlak kurallarına

bireylerin kişisel ahlaki felsefelerini dayandırma niceliğidir (Forsyth ve ark., 1988, s. 244).

Ahlaki değerler toplumdan topluma kültürden kültüre değişiklik göstermektedir. Bir toplum için doğru olan diğer toplum için doğru olmayabilir. Bunu o topluma kabul ettirmek görelilik düşünce yapısına göre yanlıştır. Görelilik düşünce yapısına göre kişilerin ahlaki davranışını etkileyen ya da onlara kılavuzluk eden evrensel ahlak ilkeleri reddedilmektedir (Chan ve Leung, 2006, s. 442). Yani görelilik yaklaşımına göre, herkes için geçerli olan bir ahlaki kuraldan söz etmek mümkün değildir (Robbins, 1990, s. 651). Rölativist boyutunun yoğun olduğu ülkelerde, bireyler ahlaki karar ve ahlaki yargı esnasında, ahlaki prensipleri göz önüne aldıklarından durum ve olaylar daha önemlidir (Marta, Attia, Singhapakdi ve Atteya, 2003, s. 2).

Genel olarak bakıldığında idealizmin sonuç odaklı olduğu, görelilerinin ise daha çok kural odaklı olduğu gözükmemektedir. Burada asıl amaçlanan şey kişilerin ne kadar sonuç ya da ne kadar kural odaklı olduklarını tespit etmektir (Forsyth, 1992, s. 462).

3.4. Kişisel Ahlak Felsefesinin Sınıflandırılması

İdealizm ve görelilik kavramları birbirinin zıttı gibi görünse de tam anlamıyla böyle değildir. Bununla birlikte, birey aynı anda hem yüksek idealizm hem de yüksek görelilik düzeyine sahip olabilirken, bunun tam tersi de mümkündür. Bu durum, bazı bireylerin hem ahlak ilkelerini kabul etmeleri, hem de bu ilkelerin bazı durumlarda esnetilebileceğini, hatta geçerli olamayacağını düşünmelerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin birey, hem her durumda doğru söylemenin ahlaki bir ilke olduğunu kabul ederken, hem de bazı durumlarda bunun esnetilebileceğini düşünebilir. Forsyth, ortaya çıkan bu durumu yüksek idealizm-yüksek görelilik, yüksek idealizm-düşük görelilik, yüksek görelilik-düşük idealizm ve düşük görelilik-düşük idealizm olmak üzere dört farklı yaklaşımla ortaya koymaktadır. Bu boyutlar Tablo 1’de açıklanmaktadır (Forsyth,1980, s. 176);

Tablo 1

Forsyth'in Ahlaki İdeolojilerinin Sınıflandırılması Yaklaşımı

İDEALİZM	GÖRELİLİK	
	YÜKSEK	DÜŞÜK
YÜKSEK	Durumsalçılar Ahlaki kuralları reddederler. Her bir durum için sergilenen davranışın en iyi sonucu verip vermemesine bakarlar. Görelilik temellidir.	Mutlakiyetçiler En iyi sonuçların evrensel ahlaki kuralları takip ederek alınabileceğini varsayarlar.
DÜŞÜK	Öznelciler Evrensel ahlaki prensiplerden ziyade kişisel değerler ve bakış açılarının geçerliliğine inanırlar. Görelilik temellidir.	İstisnacılar Ahlaki yargılarını oluştururken evrensel değerleri temel alırlar ancak istisnai durumlara göre bu değerlerin yeniden ele alınabileceğini savunurlar. Faydacılık temellidir.

Kaynak: Forsyth, D.R. (1980) A Taxonomy of Ethical Ideologies. Journal of Personality and Social Psychology, 39 (1), s.176.

Görelilik ve idealizm düzeylerinin yüksek olduğu şartlarda durumsalçılar ortaya çıkmaktadır. Durumsalçılar, şüphecilik görüşü çerçevesinde ahlaki kuralları reddederler ve çok sayıda ahlaki değer olduğunu savunurlar (Forsyth, O'Boyle ve McDaniel, 2008, s. 815). Görelilik düzeyinin yüksek, idealizmin düşük olduğu şartlarda öznelciler ortaya çıkmaktadır. Evrensel kuralları reddederler kişisel çıkarlarını her şeyin üzerinde tutarlar (Forsyth, 1992, s. 462-463). Görelilik düzeyinin düşük, idealizmin düzeyinin yüksek olduğu şartlarda mutlakçılık ortaya çıkar. Mutlakçılar da kişilerin yasa ve ilkelere uyması önemlidir (Kim, 2003, s. 23). Görelilik ve idealizm düzeyinin düşük olduğu şartlarda istisnacılık ortaya çıkar. İstisnacılar, fayda odaklıdır (Forsyth vd., 2008: 463).

Görelilik kavramı evrensel ahlak kurallarının reddeder. Herhangi bir topluluk için doğru olan ahlaki değerlerin diğer topluluklara da kabul ettirmeye çalışılması görelilik kavramına göre ters bir harekettir (Chan ve Leung, 2006, s. 442).

İdealizm ise görelilik yaklaşımının tam tersidir. İdealizm de salt gerçeklere ulaşılabilir evrensel anlamda iyi ya da kötü prensipler tanımlanabilir. Ahlâkın bu yaklaşımının en bilinen savunucusu Alman düşünür Immanuel Kant'tır. Kant'a göre, insanın hürlüğü esası ahlaka uymaktır. İnsanın erişmek istediği şey ise vazifedir (Turgut, 2002, s. 14).

3.4.1. Durumsalçılar

Yüksek göreliliğin ve yüksek idealizmin düzeyindeki bireyleri ifade eder. Bu yaklaşıma uygun davranışlar sergileyen bireyler, hem yüksek derecede idealist, hem de

yüksek derecede rölâtivisttir. Bu bireyler, evrensel ahlak ilkelerini reddetme eğilimindedir ve her bir eylemin bireysel analizini savunarak potansiyel yarar üzerine odaklanır (Forsyth ve Nye, 1990). Durumsalcılara göre, eylemleri iyi ya da kötü olarak ayırmaktan ziyade eylemleri yarar bakımından uygun ya da uygun olmayan olarak ayırmak daha doğrudur (Fletcher, 1973: 186). Durumsalcılar, her durum için her davranışı analiz ederler. Durumsalcılar, genel kabul görmüş ahlaki ilkeleri reddederler (Forsyth, 1980:175). Durumsalcılar, evrensel olarak kabul edilen ahlak ilkelerini reddederler. Durumsalcılar, tüm çıkar gruplarının yararını gözetirken genel olarak kabul edilmiş ahlaki kurallara da bağlı kalınması gerektiğini savunurlar (Barnett, Bass ve Brown, 1994, s. 470).

3.4.2. Mutlakçılar

Yüksek idealizm ve düşük rölâtivizm düzeyindeki bireyleri ifade eder. Bu yaklaşıma uygun davranış sergileyen bireyler, olası en iyi sonuca ulaşmanın, sadece evrensel ahlak ilkelerinin izlenmesiyle mümkün olabileceğine inanır. Dolayısıyla onlara göre, kurallara uymadan ya da kuralları esneterek gerçekleşecek bir eylemin sonuçları kesinlikle en ideal sonuç olamaz.

Mutlakçılar, diğer yaklaşımlarla kıyaslandığında en sert bakış açısına sahip ancak başkaları için en iyi olanı isteyen bireylerdir. Ayrıca, mutlakçılar kişisel olarak yarar sağlayacaklarına inandıkları bir eylemde bile evrensel ahlak ilkelerini en az ihlal eden gruptur (Forsyth ve Nye, 1990). Mutlakçılar, ahlaki kurallarda esneklik göstermezler ve bu kuralları koşulsuz kabul ederler (Forsyth 1980). Tüm çıkar gruplarının yararını gözetirken genel olarak kabul edilmiş ahlaki kurallara da bağlı kalınması gerektiğini savunurlar (Barnett, Bass ve Brown 1994: 470).

Mutlakçılara göre, evrensel ahlak kuralları mutlaka oluşturulmalıdır. Mutlakçılar istisnalara yer vermez ve kesin yargılardan oluşur (Forsyth 1992, s. 462). Mutlakçılar, genel ahlak kurallarını bozmaktan ve birilerine zarar vermekten sakınırlar. Mutlakçılara göre, kişiler eylemlerinde ahlaki kurallara uymakla birlikte olumlu sonuçlar da elde ediyorsa, bu eylemler ahlaki kabul edilir (Davis, Andersen ve Curtis 2001: 37).

3.4.3. Öznalciler

Öznalciler, evrensel kuralları reddettikleri için ahlaki yargılamalarını kendi kişisel değerleri üzerinden yaparlar (Forsyth 1980, s. 175). Yüksek rölâtivizm ve düşük idealizm düzeyine sahip bireyler için kullanılan bir yaklaşım tarzıdır. Bu tarzı benimseyen bireyler,

genellikle kişisel duygulara dayalı yargılara varan ahlaki bencillerdir. Evrensel ahlak ilkelerinden çok, kişisel düşüncelere ve fıkirlere dayalı ahlaki davranışlar sergilerler (Forsyth, 1980, 1981, 2008; Elçi, 2005, s. 25). Özneciler, bir durumun başkalarına yararlılığı hakkında ahlaki olarak bir yargılama yapıp yapılamayacağını benimseyen egoistik felsefe biçimidir. Bu bağlamda bir eylemin olumsuz sonuçlarının olması bu eylemin ahlaksız olduğunu anlamına gelmez (Barnett, Bass ve Brown 1994, s. 470).

3.4.4. İstisnacılar

Düşük idealizm ve düşük rölâtivizm düzeyine sahiptir. Bu bireyler, evrensel ahlak ilkelerini yargılarına yön vermede kullanırlar. Ancak, yararcı düşünceye sahip oldukları için bazen istisnai kararlar alarak evrensel ahlak ilkelerine uygun davranmaktan kaçınılırlar (Forsyth, 1980, 1981, 2008; Elçi, 2005, s. 25). İstisnacılar, ahlaki kuralların katılığını esas alırlar ancak dogmatik olarak da birtakım istisnalar koyarlar (Forsyth 1980, s.175). İstisnacılar çıkar sahiplenin refahını sağlamak ve zarardan kaçınmanın pek mümkün olmadığını savunurlar (Forsyth, 1992, s. 462).

Ahlaki ilkeler genel olarak bireylere seçimler yaptırır. İstisnacılar göre, bu ilkelere göre hareket etmek her zaman bizi en iyi sonuca götürmektedir. Bununla birlikte bazı durumlarda bu ilkeler takip edilerek birtakım eylemler gerçekleştirilir bu eylemler sırasında bazı insanlar zarar görür böyle durumlarda bile en iyi sonucu elde etmek için eylem gerçekleştirilmelidir. Katı ahlaki kurallar istisnacılar göre, önemlidir ve bu kurallara göre hareket etmenin en iyi sonuca götüreceğini savunurlar (Forsyth 1980: 175).

BÖLÜM IV

İŞLETME KÜLTÜRÜ, KURUMSAL AHLAK VE AHLAKİ KARAR ALMA

Bu bölümde öncelikle konunun temeli olan kültür ve işletme kültürü kavramlarını ayrıntılarıyla incelenmektedir. Ayrıca, kültür ve işletme kültürü kavramlarının özelliklerine ayrıntısıyla değinildikten sonra kurum ahlakı ve ahlaki karar alma hakkında bilgi verilmektedir.

4.1. Kültürün Tanımı

Kültür Latince bir sözcüktür ve sözcük anlamı; “el değmemiş doğanın, insan aklı ve yapıcılığıyla işlenmesi ve yararlı hale gelmesidir (İpşiroğlu, 1991, s. 27). Kültür, kökeni Latince “cultura” sözcüğüne dayanan ve Türkçede ekin anlamına gelen bir kelime olmaktadır. Bazı sosyal bilimcilere göre kültür, “insanın yaptığı her şeyin toplamı”, bazılarına göre “bir toplumda yaşayan kişilerce paylaşılan anlamların tümü”, bazılarına göre de “kültür iletişim ve iletişim kültür” olmaktadır (Cüceloğlu, 1993, s. 244).

Kültür kavramı; “grup üyelerinin beraber yaşamalarından kaynaklanan ya da ortak tecrübeler sonucu ortaya çıkan ve seneler boyu jenerasyondan jenerasyona aktarılan, aynı zamanda herkes tarafından paylaşılan kıymetler, inançlar, kimlikler, özel durumların yorumları ve anlamları” olarak tanımlanmıştır (Dickson, Aditya ve Chhokar, 1999, s. 3).

Kültür, bir işletmenin içindeki birey ve grupların davranışlarını yönlendiren normal davranış kalıpları, inançlar, tutumlar ve alışkanlıklar sistemidir. Kültürün en klasik tanımını E.B. Taylor yapmıştır. Taylor’a göre kültür, bir toplumun üyesi olan insanoğlunun öğrendiği bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür.

Ülkemizde kültürü sistemli bir şekilde ilk tanımlayan Ziya Gökalp’tir. Gökalp kültürü, bir topluma ait sanat, din gelenekler ve adetler olarak tanımlamış ve kültürün milli olduğunu ileri sürmüştür (Şimşek, Akgemci, Çelik, 2001, s. 27-28). Kültür, toplulukların yaşam biçimi olup; toplumun hal ve hareket kodlarını, giyimlerini, davranış normlarını ve inanç sistemlerini içermektedir (Mutlu, 1994, s. 143). Kültür, ortak anlamların düzenli bir sistemidir (Smith ve Bond, 1998, 39).

İnsanın yaşamak için mücadele ile başlayan doğa ile kurduğu ilişki, toplumsal tabakaların süreç içinde oluşan değer yapıları, her toplumsal tabakanın birbirleri arasındaki ilişki ve çelişkileri, üretim biçimleri ile elde edilen deneyimler, mülkiyet ve yönetim biçimleri ve hatta insanın kendisi ile mücadelesi, ön yargı ve/veya inançları onun kültürünü oluşturur. Bu ilişki hem maddi hem de manevi bir ilişkiler yumağı şeklinde devam etmiştir. İnsanların faaliyetleri ve bu faaliyetler sonucu ortaya çıkan değer yargıları kültürün birer parçasıdır. Tarihsel geçmiş, üretim biçimi, toplumsal ilişkiler ve insanın gelişme özellikleri kültürle ilişkili unsurlardır (Berberoğlu, 1990, s. 153).

Kültür, bir toplum tarafından ortak olarak benimsenen nispeten değişmez inanç, değer ve davranışlar grubu olarak tanımlanır. Kültür ilkel toplumları anlamayı amaçlayan sosyal antropolojiden türetilmiş bir kavram olmasına rağmen, son zamanlarda işletmelerde yaygın bir şekilde kullanılır. Özellikle kültür ve işletme kültürü, Amerikan firmalarından üstün olan Japon'ların ekonomik başarılarını açıklamak için önemli bir kullanım alanına sahiptir (Lim, 1995, s. 16).

Kültürün fonksiyonları şöyle sınıflandırılmıştır (Dönmezer, 1974, s. 85);

1. Kültür, bir toplumu diğerinden ayıran özelliklerin tümüdür.
2. Kültür, toplumun değerlerini bir bütün haline getirir.
3. Kültür, dayanışmanın en önemli temellerinden biridir.
4. Kültür, sosyal yapının bir kopyasını verir.
5. Kültür sosyal kişiliğin oluşmasında temel bir faktördür.

Kültür; belli bir topluluğa aittir, doğuştan değil sonradan öğrenilir, nesilden nesile aktarılır, değerler sisteminden oluşur ve topluluk üyelerinin davranışlarını sürekli ve tahmin edilebilir bir şekilde etkiler (Mead, 1998, s. 105).

Kısaca kültür, bir toplumun üyelerini birbirine bağlayarak, aralarında dayanışma sağlayan değerler bütünüdür. Bu yüzden içinde insan faktörünün yer aldığı işletmeleri kültürden ayrı düşünmek mümkün değildir.

4.2.İşletme Kültürü

İşletme kültürü, fertlere, birbirlerine karşı tavırlarında ve işlerinin yapılma biçimi mevzusunda kılavuz olan, bireylerarası etkileşimle ortaya çıkan ve paylaşılan değerler, davranışlar, varsayımlar ve temenniler sistemidir (Armstrong, 1990, s. 206). İşleme kültürü, çalışanları birbirine ve firmayı da topluma bağlayan ehemmiyetli bir sosyal bağdır. Bir işletme, ancak organizasyon yapısı içinde yer alan üyelerinin uyum içinde

benimsenmiş olduğu ortak amaçlar, standartlar, değerler ve felsefi ideolojilerinin paylaşılması halinde amaçlarını gerçekleştirebilir (Eren, 1997, s. 373).

İşletme kültürünü; bir firmada çalışan insanların tavır, normlar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklarını yönlendiren sistem olarak da ifade edebiliriz. Firma kültürü, işletmede çalışan bireylerin hedeflerinin ayrı ayrı gerçekleştirilmesi için değil de bir takım ruhu taşıyarak beceri ve kapasitelerini arttırarak emellerinin gerçekleştirilmesini ifade eder (Dinçer, 1995, s. 402).

Toplumsal çevre şartlarına baktığımız zaman kültür işletmeler için en önemli kavramlardan biridir. İşletmelerin yaşaması ve gelişmesi için kültürün önemi büyüktür. İşletme kültürü, işletmedeki gerçeklerin görünmesine imkan tanır. Bu gerçekler işletmedeki kişilere birtakım çözüm önerileri sunar, aynı zamanda işletmede çalışanların nasıl davranması gerektiğini bilme konusunda kişileri bilinçlendirir (Atay, 2001, 180).

İşletme kültürü, işletme içinde paylaşılan dil, tutum, inanç ve alışkanlıkları davranışsal normları sağlamak adına biçimsel yapıyı etkileyen bir sistemdir. İşletme kültürü; işletmenin amacından, ihtiyaçlarından misyon ve vizyonundan dolayı ortaya çıkmaktadır (Oktay, 2000, s. 224).

İşletme kültürü; işletme de kabul edilen hakim değerler sistemi, işletmenin çalışanlarına ve müşterilerine karşı tavırlarında rehberlik eden felsefe olarak tanımlanmıştır (Robbins, 1990, s. 438).

İşletme kültürünün içeriği; firmada kullanılan ortak dil, objelere yüklenen anlamlar, işletmenin geçmişi ile ilgili hikayeler, müşterilere ve çalışanlara nasıl davranılması gibi politikaları içerir. Aynı zamanda işletmedeki davranış beklentileri ile ilgili değerleri ve hangi davranışın doğru hangisinin yanlış olduğunu konusunda bilgi verilmektedir (Yüksel, 2001, s. 138).

İşletme kültürünün özellikleri (Güvenç, 1999, s. 98);

- İşletme kültürü yılların verdiği tecrübeler sonucunda öğrenilmiş bir kavramdır.
- İşletme kültürü işletmedeki her çalışanın tarafından paylaşılmalıdır.
- İşletme kültürü yazılı kurallar sistemi değildir. İşletme kültürü işletmedeki bireylerin inançlarıyla ve değerleriyle alakalıdır, o yüzden bireylerin işletmeye karşı sadakatlerini arttırır.

İşletme çalışanlarının aitlik duygusu kazanması için işletmenin bir kimliğinin olması gerekmektedir. Bu kimliği de işletmeye işletme kültürü kazandırır. Bu kimlik işletme çalışanlarını iş ortamına ve birbirine bağlamaktadır. İşletme çalışanları, işletme

kimliğiyle bir prestij kazanmış olurlar ve bu prestij işletme çalışanlarını toplum içinde heyecanlandırır. İşletmede insanla ilgili olan her şey kültür olarak ifade edilebilir.

İşletmenin ihtiyaçlarını ve amaçlarını karşılamak için işletme kültürüyle bir çalışma ortamı yaratılır. Tüm bunların gerçekleştirilebilmesi için çalışma kurallarının ve stratejilerinin tutum, davranış, değerlerin, sembollerin, gelenek ve göreneklerin sistemli bir hale getirilmesi gerekir ki bu sistemde işletme kültürü olarak tanımlanır (Tolan, 1991, s. 243).

İşletme kültürü ile ilgili sosyal bilimciler tarafından dile getirilen birtakım varsayımlar vardır. Bu varsayımlar incelendiğinde işletme kültürüyle ortak birtakım özelliklere sahiptir. Bu özellikler (Terzi, 2000, s. 9-11):

- İşletme kültürü daha önceden öğrenilmiş ya da sonradan kazanılmış olabilir. Bu nedenle kültür öğrenilebilirdir.
- İşletme kültürü yazılı kurallar halinde değildir. Bu nedenle işletme üyelerinin inanç ve değerlerinde yer alırlar.
- Kültür öngörülü ve sonuç odaklı olmalıdır.
- Kültür uzun zamandan beri kabul görmüş işletmeye ait değer tutum ve inançlardır.
- İşletme kültürü heterojen bir yapıya sahiptir.
- İşletme kültürü çalışanlar arasında paylaşılan değerlerdir.
- İşletme kültürü düzenli bir biçimde yinelenen ya da ortaya atılan davranış kalıplarıdır.

İşletmenin var olmasının temel unsurunu, bir işletmenin maddi ve manevi değerlerinden meydana gelen davranışlar belirler.

4.3. İşletme Kültürünün Unsurları

Bir toplumun yaşam biçimi olarak ifade edilen kültür soyut bir olgudur. Kültür kavramı toplumun yaşam tarzını simgeler. Her toplum farklı yaşayışlarından dolayı farklı kültürlerle sahiptir. Ancak, kültürü oluşturan belli başlı temel faktörler vardır.

İşletme kültürünü oluşturan birtakım unsurlar vardır. Bu unsurların işletme içerisinde etkisi şu şekildedir (Oktay, 2000, s.240):

- Davranışlar için emniyet tekvin etmek,
- Aitlik duygusunun geliştirilmesi,
- Biz olabilmek,

- İşletmeye ait değerlerin kuvvetlendirilmesi,
- İşletme içerisinde birlik ve beraberliğin sağlanması,
- Çalışanlar arasında uyumun sağlanması,
- Duygusal olarak kaynaşmanın sağlanması gerekmektedir.

Kültürün çok çeşitli boyutlarda incelenme sebebi, çok yönlü bir konu olmasından dolayıdır. Bu nedenle işletme kültürünün unsurlarının bir kısmı aşağıda sınıflandırılmıştır (Pettigrew, 1979, s. 576).

4.3.1. Din ve İnançlar

Kültürün temel ögesini oluşturan din ve inançlar her toplum için farklılık gösterir. İnsanlarda oluşan ortak duygu ve inançların gelişiminde dinin etkisi toplumsal olarak çok büyüktür. Kişinin kendi dünyasında belirli bir yöne ait olma duygusu inancı tanımlar. İnsanlardaki inanç sistemi farklılık gösterebilir. Toplumun inançlarının kuvvetli olma sebebi, inançlar arasındaki benzerliklerdendir (Özkalp, 1995, s. 41).

Herhangi bir işletmenin başarılı olup varlığını sürdürebilmesi için çok sağlam inanç sistemine sahip olması gerekmektedir (Peters, Waterman, 1987, s. 383).

4.3.2. Liderler ve Kahramanlar

Lider gerektiği zaman aldığı zor kararların ve sonuçların arkasında durmasını bilen kişidir. Liderler bir hedefe ulaşmak için doğru insanları peşinden sürükleyen ya da onları belirli bir davranışa yönlendiren kişi olarak tanımlanır (Peker ve Aytürk, 2002, s. 38). Liderler işletmedeki en yüksek yönetim kademesindeki kişilerdir ve çalışanları motive ederek işletmeyi ve onun kültürünü dışarıya karşı temsil eden kişilerdir (Kozlu, 1986, s. 67).

Kahramanlar ise, işletmenin değerlerini ve kültürünü kişiliklerinde somutlaştıran kişilerdir.

4.3.3. Törenler

İşletme içindeki kültürel değerleri pekiştirmek için bir kutlamayla üyeler arasındaki bağlılığı artırmayı amaçlamaktadır (Cansu, 2006, s. 16).

4.3.4. Öykü ve Efsaneler

Öyküler işletmenin yaşanmışlıklarından yola çıkarak vizyon ve misyonunu içerir. Öyküler işletme ile ilgili kapsamlı bir şekilde anlatı sunarak kişileri etkilemeyi amaçlar. Öyküler işletme ile ilgili gerçekçi ve uygun bir zamanda işletmenin kilit yönlerini açıklarlar (Balmer, Greyser, 2003, s. 143).

Efsaneler işletmenin hayatına canlılık katmak için beraberliğini devam ettirmek adına söylenen mitlerdir. İşletme efsanelerinin amacı, yeni gelen çalışanlara işletmeye ait olmanın ne anlama geldiğini öğretmek, eski çalışanlara ise neye inandıkları ile kim olduklarını hatırlatmaktır (Cohen, Prusak, 2001, s. 164).

4.3.5. Semboller

İşletmenin işareti olarak kullanılan ve işletmenin varlığının gözüken ya da temsil eden işaretlerdir. Örnek olarak objeler, logolar, unvanlar verilebilir (Cansu, 2006, s. 17).

4.3.6. Dil

Kültürün en önemli taşıyıcısı dildir. Kültürün bütün unsurlarının jenerasyondan jenerasyona aktarılmasını kişiler arasındaki etkileşimi ve iletişimi düzenleyen araçtır (Eroğlu, 1996, s. 115). İşletmeler veya işletmelerin kendilerine özgü terminolojilerini tanımlamak için geliştirdikleri işletme dili bireyleri bir arada tutmaya çalışır (Greenberg, Baron, 1990, s. 545).

4.3.7. Tutumlar

Çevremizdeki olay ya da olgulara karşı birtakım tutumlarımız vardır. Bunların göz ardı edilmeme sebebi, davranışlarımızı önceden kestirip kontrol edebilmesidir. Ayrıca, tutumlar kültürün manevi yönünü oluşturur (Özkalp, 1991, s. 294).

4.3.8. Örf ve Adetler

Örf ve âdet kuralları kişinin içinde bulunduğu toplum tarafından davranışlarını düzenlemeye yönelik manevi yaptırımı olan emir ve yasaklardır. Örf ve adetlerin dört temel özelliği bulunmaktadır:

1. Örf ve âdet kuralları hukuk, din ve ahlak kuralları gibi emir ve yasaklardan oluşur. Örneğin; “büyüklerine saygılı ol”, “Hastaları ziyaret et” gibi.
2. Örf ve âdet kuralları insan davranışlarını düzenler.
3. Örf ve âdet kuralları uzun yıllardan beri nesilden nesle aktarılan ve tekrarlayan davranışların oluşumudur. Örf ve âdet kuralları bizzat içinde bulunulan toplum tarafından yaratılmaktadır. Örneğin; “kan davası” bölgesel düzeyde bir örf adettir.
4. Örf ve adet kurallarına uymamanın cezası kınama, ayıplama dışlama bazen öldürme gibi değişik durumlar ortaya çıkmaktadır (Gözler, 2010, s. 23-24).

Nüfusun büyük çoğunluğu tarafından benimsenen uzun yıllardan beri süregelen herhangi bir müeyyidesi olmayan ya da daha yumuşak tepkiler gösterilen davranışlara adet denilmektedir. Adetlere aykırı davranan kişiler; küçümsenir ve alaya alınır.

Bir toplulukta yasa değerinde olan ve kişilerin kendi istekleriyle uyguladıkları alışkanlıkların tamamına örf denir. Örf, toplumdaki bireyler için hayati önemi olan davranışları belirleyen kurallar bütünüdür. Örneğin; “tecavüz etmemek”, “aile büyüklerine bakmak” gibi. Örflere uymamanın cezası şiddettir. Örflere uymamak kanunlara uymamak anlamına gelmektedir. Örflerin çiğnenmesi durumunda ise daha ağır tepkilerle karşılaşılır. Dolayısıyla örflere uymak zorunludur ve uymayanlara toplum müsamaha göstermez (Güngör, 1990, s. 88).

4.3.9.Yasalar

Devlet gücüyle düzenlenen ve yürürlüğe giren herkesin uyması zorunlu olan, uyulmadığı zaman belirli yaptırımları olan kurallar bütünüdür. Yeni bir yasa hazırlarken o toplumun örf ve adetleri göz önünde bulundurulmalıdır (Örnek, 2000, s. 123-124).

4.3.10. Ahlak Kuralları

Ahlak kuralları toplumda sosyal hayatta kişilerin birbirleriyle nasıl ilişki kurması gerektiğini düzenleyen kurallar bütünüdür. Ahlak kurallarının müeyyidesi manevidir. Bu yaptırımlar genellikle; “kınama”, “küçümseme” gibidir. Toplumun kendisi hakkında kötü bir düşünceye kapılmasını engellemek için kişiler ahlak kurallarının emir ve yasaklarına uyarlar (Akıntürk, 1991, s. 5).

4.4. Kurum Ahlakı

İşletmelerin belirlemiş olduğu amaç ve sistemler doğrultusunda çevresine karşı birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. İşletmelerin yaşamış olduğu çevreye karşı hizmet ya da üretim karşılığında aykırı olmamaları gerekir. Bu durum ahlaki kuralların kurumsallaşması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Kurum ahlakı işletmedeki ahlaki tutumları tanımlayan etkenleri belirlemektedir. Yani, işletmede kabul edilen unsurların ya da kabul edilmeyen unsurların neler olduğunu konusunda yardım etmektedir (Trevino, Butterfield, McCabe, 2001, s. 307).

İşletmeler karşılaşılabilecekleri ahlaki durumlar için özel olarak hazırlanmış birtakım ahlaki standartlar gelişmişlerdir (Bowie & Schneider, 2011, s. 10). İş yaşamındaki ahlaki hassasiyetin artması, kurum ahlakının disiplin olarak ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ülkemizde yaşanan birtakım yolsuzluklar, adam kayırmacılık, rüşvet gibi olaylar iş ahlakına verilen önemi daha da arttırmıştır (Savran, 2007, s. 34).

Kurum ahlakı, işletmenin yapısı ile irtibatlıdır ve hesap verilebilirlik ve yetki dağıtılması kavramlarıyla ilişkilidir. Kurum ahlakı, işletme içinde pozitif bağlantı sağlanan ve açık olarak ifade edilen ahlaki kodları içermektedir. Bununla birlikte işletme de uyulması gereken kuralları ve yöntemleri net bir biçimde aktarır (Ardichvili, Mitchell ve Jondle, 2009, 447).

Kurum ahlakı ile ilgili birtakım konuların yakından incelenmesi gerekmektedir (Çelik, 2007, s. 70,71):

- Ahlaksal bir problemle karşılaşıldığında problemin çözümünün ciddiye alınmaması
- Mali açıdan birtakım zararlara sokacak ahlaki konulara gönülsüz davranma
- Ahlaki bir problemle karşılaşıldığında bunu hukuk departmanıya çözüme ulaştırmak
- Uzun vadeli planlardan kısa vadede kar bekleme
- Kurum içinde ahlaki kodların yerleşmesini önem vermeme
- Ahlaki sorunları çözmek için referansları kullanmama
- Çalışanlarına müşterileri kadar değer vermeme

İşletmelerde oluşan illegal veya ahlaki olmayan olayların bulunması zor fakat son derece önemli bir durumdur. İşletmelerdeki illegal ya da ahlaki olmayan olayları en iyi bilen kişiler işletme çalışanlarıdır. Bu nedenle işletme içinde halkın yararına uygun olmayan bir ürünün tedarik edilmesi ya da pazarlanması, sigortasız işçi çalıştırılması,

işletme de çalışanlara mobbing uygulanması ya da devlete az vergi ödemek için gelir hesaplarının olduğundan düşük gösterilmesi gibi olayların ortaya çıkarılmasında en büyük sorumluluk burada işletme çalışanlarına düşmektedir (Aktan, 2006, s. 1).

İşletmelerde kurum ahlakına uygun işletme kültürünün oluşturulmasında iletişim ciddi bir rol oynar. Bu bakımdan işletmelerde kurum ahlakı, çalışanlarının ihtiyaçlarını gözeterek şekilde, alt tabakadan üst tabakaya doğru farklı iletişim araçlarıyla yapılmalıdır (Trevino ve Nelson, 2011, s. 215). Ahlaki olmayan davranışlar genellikle ahlaki değerlerden yoksun işletmelerde ortaya çıkar ve sorun bildirme davranışı gereksinimi ortaya çıkar. Sorun bildirmenin olası negatif neticelerinden korunmak ve sorun bildirme sürecini etkili idare edebilmek için kurum ahlakının varlığı şarttır (Lachman, 2008, s. 400).

Ahlaki tutum, uzun seneler süresince firmalar tarafından önem verilmeyen bir konu haline gelmiştir. Günümüzde ise bu kural değişmiştir. Şirket idarecileri geçmişte yalnızca parasal zaferlerden sorumluydu ve şirket parasal anlamda iyiye her şey iyi gidiyor gözüyle bakılıyordu. Ama artık idareciler çalışanlarının ahlaki tutumlarından sorumlu hale gelmişlerdir. Bunun için güçlü kurum kültürüne ihtiyaç olmuştur (Dickson ve diğerleri, 2001, s.198).

Çalışanların ahlaki tutumlarına kılavuzluk yapan firmadaki normatif sistemlerin anlaşılmasını sağlamak ve bunu yönetmek ehemmiyetli bir konudur. Aldığı kararla başkalarını da etkileyen bir çalışanın şirket açısından doğru olanı nasıl seçmesi gerektiğiyle ilgili ahlaki tutumun ne olması gerektiğinin belirlendiği kavram kurum ahlakıdır (Victor ve Cullen, 1988, s. 101).

Schwartz, kurum kültürünün oluşturulması için üç temel unsura ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Bu unsurlar şu şekildedir (Schwartz, 2013, s. 42):

- Temel ahlaki değerler; Bir firmada esas ahlaki kıymetlerin kurulması eminlik, hayırseverlik, adalet ve yurttaşlık gibi bir dizi kıymetin oluşturulması ile mümkün olmaktadır.
- Ahlaki programlar; Mevzuyla alakalı bir hayli eleştirmen ahlaki bir kültürün oluşturulmasında ahlak programlarının oldukça ehemmiyetli olduğunu ifade etmektedir. Firma içinde ahlaki olmayan veya illegal tutumların yasaklanması ahlaki programların planlanmasına bağlıdır. Bu anlamda ahlaki kültürün en ehemmiyetli bileşeni ahlaki programların oluşturulmasıdır.

- Ahlaki liderlik; ahlaki liderlikte ahlaki kültürün oluşturulmasında oldukça tesirlidir. Firmaların üst idarecileri tarafından planlanan ahlaki kültür firmanın ahlaki yaklaşımını en iyi şekilde açıklar.

Firmalarda ahlaki kültürün bir kimlik kazanmasında şunlar ön plana çıkmaktadır (Zencirkıran, 2012, s. 194-198):

- Ahlaki değerler işletme kültürünün bir parçası haline getirilmeli
- Üst yönetimin tutum ve davranışları
- Ahlaki kodların yazılı olarak oluşturulması
- Firmalarda ahlaktan sorumlu kişiler belirlenmesi
- Çalışanlara ahlakla ilgili eğitimler düzenlenmesi
- Firmalarda sorunun nasıl bildirilmesi gerektiği ile ilgili yöntemlerin oluşturulması
- Firmaların çalışanları ödüllendirmesi ya da cezalandırması

Kapteın, işletmelerdeki ahlaki kültürü çoklu normatif bölümlerden meydana getirerek Kurumsal Ahlak Erdem Sistemini geliştirmiştir. Bu sistem, çoklu bakış açısını sağlayan işletmelerin ahlaki kültüre yaklaşımını anlatmaktadır. Kaptein, kurum ahlakının sekiz faziletten oluştuğunu belirtmektedir. Bunlar (Kaptein, 2009, s. 263).

- Birinci fazilet açıklıktır. Açıklık; ahlaki temenniler ölçüsünde kıymetlerin, normların ve kaidelerin idareciler ve çalışanlar tarafından anlaşılması, yayılmasını ve somutlaştırılmasını ifade etmektedir.
- İkinci fazilet, idarenin uygunluğu orta ve alt kademe idarenin ahlaki beklentiler istikametinde davranmasını ifade eder.
- Üçüncü fazilet, idarecilerin yeterliliği ise alt basamak idarecilerinin ahlaki temenniler yönünde davranmasını içermektedir.
- Dördüncü fazilet uygunluk, firmanın idarecilere ve çalışanlara kendi mesullükleri için yeterli seviyede ekipman, vakit, gelir, bilgi ve görev vermesidir.
- Beşinci fazilet olan arkasında olmak, bağlılığın sağlanması için idareciler ve çalışanlar arasında ahlaki temennilerle aynışma durumudur.
- Altıncı fazilet olan şeffaflık, ahlaki ve ahlaki olmayan manipülasyonlarının neticelerinin bu tutumları gerçekleştiren kişilerin idareciler ve çalışanlar tarafından tespit edilmesidir.

- Yedinci fazilet olan tartışmak, idareciler ve çalışanların ahlaki çelişki ve ahlaki olmayan manipölasyonlar gibi ahlaki mevzuların münakaşa edilmesidir.
- Sekizinci ve son fazilet olan tasdik, idareciler ve çalışanlar ahlaki olan tutumların mükâfatlandırıldığını ve ahlaki olmayan tutumlar ortaya çıktığında ise cezalandırmanın olduğunu öğrenmesini ifade etmektedir.

4.5.Ahlaki Karar Alma

Ahlaki karar alma, bir davranışın çeşitli yollarını ve sonuçlarını ahlaki ilkeleri gözeterek seçim yapma süreçleridir (Oyman, 1999, s.296). Başka bir ifadeyle ahlaki karar alma birbiriyle çelişen olaylarda sistemli bir şekilde düşünerek ortaya çıkan eylemlere karşı en doğru kararın verilmesi sürecini içermektedir (Berggren, Begat ve Severinsson, 2002, s.15).

İnsanın olduğu her yerde ahlaki sorunlarla karşılaşmak mümkündür. İnsanlar alternatifler arasından birtakım değerlendirmeler yaparak karar verirler. Bazen farkında olduğumuz bazen olmadığımız ya da bazen önemsedığımız bazen hiç de önemsemediğimiz günlük hayatımızda ahlaki sorunlarla ilgili birçok karar verip uygulamak zorunda kalabiliriz. İçinde bulunduğumuz durumlara göre aldığımız kararlar birbirinden tamamen farklı olabilmektedir (Kuçuradi, 1996, s.25).

İşletme faaliyetlerinde de ahlaki karar alma çok önemli bir konudur. Yöneticilerin stratejik birtakım kararlar alabilmek için yararlanmış oldukları en önemli kaynakların başında kişisel ilişkileri temel aldıklarında, ahlak dışı davranma olasılıklarının daha yüksek olması beklenmektedir. Rekabetçi avantajların geliştirilebilmesi için uygunsuz olan koşullarda ahlaki karar almanın daha önemli ve gerekli olduğu belirtilmektedir (Hitt ve Collins, 2007, s. 353-357).

Ahlaki kararların özellikleri (Sökmen ve Boylu, 2001, s. 40);

1. Ahlaki kararlar yalnızca yönetim kademesini etkilemez tüm kurumu hatta örgütü etkileyerek yayılır ve genişler.
2. Ahlaki kararlarda yalnızca evet/hayır (siyah/beyaz) gibi cevaplar yoktur birçok seçenek mevcuttur.
3. Yönetimin almış olduğu ahlaki kararlar çeşitli çıktıları etkiler. O yüzden yönetim kararlarının verilmesinde ekonomik, siyasal, çevresel, ahlaksal ve sosyal gerçekler dikkate alınmalıdır.

4. Doğru ve uygun olarak verilmesi gereken kararların ne gibi sonuçlar doğuracağını tahmin etmek oldukça güçtür o yüzden ahlaki kararlar kesin olmayan sonuçlar içermektedir.
5. Görünüş olarak verilen kararların kişisel yargılardan düşüncelerden öngörülerden bağımsız olduğuna inanılır aslında ama bu imkansızdır. Ahlaki kararlar kişisel etkiler içermektedir.

Bazen insan davranışları sonucunda ahlaki olmayan durumlarla karşı karşıya kalabilmekteyiz. Bunun sebebi de insanların davranışlarını gerçekleştirirken dikkatsiz davranmalarıdır. Bazen de tam tersi olmaktadır. Ahlaki kararlar kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Ama her davranış bu kadar basit bir şekilde ahlaki olarak ortaya çıkmamaktadır. Bazı kararlar verilirken üzerinde çalışmayı hatta zaman harcamayı gerektirmektedir (Jacos ve Hartsome, 2007).

Ahlaki karar alma, üzerinde çalışmayı ve zaman harcamayı gerektiren bir süreçtir. Bu süreç şu şekilde işlemektedir (Aydın, 2006, s.89);

1. Hareket etmeden önce düşünmek, ahlaki karar ama bilmenin en önemli aşaması sorunu iyice düşündürmektir.
2. Sorunların tanımlanması, kişiler hangi aşamada hangi sorunla karşı karşıya olduğunu şeffaf bir şekilde ortaya koymalıdır.
3. Gerçekleri bilme, muhasebecilerin ahlaki karar verirken yeterli ve geçerli bilgilerin elde edilmesidir.
4. Seçenekleri geliştirmek, ahlaki karar verirken ahlaki değerler göz önüne alınarak neyi ulaşılmak istenildiği açık bir şekilde ortaya konulmalıdır.
5. Eylemin sonuçlarını göz önüne almak, alınacak ahlaki kararların ne gibi etkiler yaratacağını göz önünde bulundurmak gerekmektedir.
6. Karar vermek, muhasebecilerin ahlaki kurallar ışığında karar verme sürecidir.

Ahlaki karar verirken yönetici; Kararım yasal mı?, Kararım tatmin edici mi?, Bu kararım kendimi nasıl hissetmemi sağlayacak? gibi sorularını kendine sormalıdır. (Kowalski, 2003). Bunun sonucunda söyleyebiliriz ki bu soruları kendi içinde düşünen ve cevabını da bulduğunda kendini rahatlamış hisseden yönetici ahlaki bir karar verme yolunda önemli bir adım atmıştır, diyebiliriz.

Kişilerin ahlak dışı davranma sebepleri, bireyin karakteri ile çalıştığı kurumun yapısı ve kültürüyle ya da birçok sebepten kaynaklı olabilmektedir. Karar vericiler, karar verirken ahlak dışı kararlarla bazen kendilerine göre rasyonalize etmektedirler. Hiç kimse kafasına göre kendi doğruları çerçevesinde halihazırda var olan yasaları görmezden gelip

kendi yasasını koyma ya da bu doğrultuda davranışlarda bulunmak gibi bir hakka sahip değildir. Zor bir o kadarda karmaşık olaylar karşısında karar almak durumunda olan kişilerin ahlak dışı davranışlar sergilemesini engellemek amacıyla bazı testler vardır. Bu testler genel olarak;

- Bu doğru mu?
- Bu adil mi?
- Kararın karşısında olsaydım ne hissederdim?
- Eğer verdiğim karar gazetelerde yayınlanırsa ne hissederim?
- Bu karar benim sahip olduğum ilkelere aykırı mı?
- Böyle bir durumla karşılaşan herkes benim gibi mi davranırdı?
- Aileme, arkadaşlarıma ve yöneticilerime kararımı açıkladığımda kararım hakkında ne düşünürler? gibi sorulardan oluşmaktadır (Aydın, 2006, s.97; Hunsaker, 2003, s.49).

Kişiler yaşamının her aşamasında çeşitli birtakım karar alma durumları ile karşı karşıya gelmektedir. Verilen bu kararların kişi ya da toplum tarafından doğru ya da yanlış olarak ele alınması verilen kararın ahlaki olarak değerlendirildiği anlamına gelir. Verilen kararın her zaman doğru olması beklenmemelidir. O yüzden ahlaki bir karar vermek istediğimiz de insanların kendilerine daha doğru kararı nasıl verebilirim yanlış kararlarımdan nasıl uzaklaşabilirim gibi ahlak temelli soruları sorması gerekmektedir. Özellikle yöneticiler kararlarında daha dikkatli davranmak durumundadırlar. Çünkü almış oldukları bir karar birçok kişiyi etkilemektedir.

Ahlaki karar almak, sanıldığı kadar çok kolay bir durum değildir. Yöneticilerin karar verirken ahlaki sorunların farkında olması ve ahlaki karar verebilme becerisine sahip olması gerekmektedir. Yöneticilerin kararlarında ahlaki standartları sağlayacak bilinci oluşturmaları ve bunu tutum ve davranışlarına yansıtmaları beklenir.

Ahlaki kararlar, sadece kişisel tercihlerini içerecek kadar basite indirgenemez. Örneğin, su mu çay mı içeceğine karar vermek kadar basit duyulara indirgenebilir değildir. Ahlaki karar verme ahlaki ilkeler doğrultusunda hareket etmeye ve durumlar karşısında sorumlulukları içerir. Ahlaki karar verme, kişilerin kararlarımıza karşı saygılı olmalarını istemek kadar onların kararlarına da saygılı olmayı gerektirir (Strike, Haller ve Saltis, 1988, s. 2).

BÖLÜM V

ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

5.1. Araştırmanın Amacı

Bu tez çalışmasının amacı, işletme kültürü ve ahlak felsefelerinin muhasebecilerin ahlaki karar almalarındaki etkisini tespit etmektir. Bu çalışmanın hedefleri doğrultusunda araştırma modeli önerilerek gerekli analiz sonuçları ortaya konacaktır. Çalışmanın hedefi Osmaniye, Adana, Gaziantep ve Kilis illerinde çalışan muhasebe meslek elemanlarının ahlaki karar almalarında, işletme kültürü, kurumsal ahlak ve ahlak felsefelerinin etkisini tespit etmektir.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın evreni, Osmaniye, Adana, Kilis ve Gaziantep illerindeki Serbest mali müşavirler, yeminli mali müşavirler ve bağlı çalışan muhasebe mensuplarıdır. 420 tane geri dönüş sağlanmıştır. Tamamı analize dahil edilmiştir. Anket uygulanırken kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma için gerekli veriler birincil veri toplama yöntemlerinden biri olan yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır.

Anket beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, muhasebe çalışanlarının genel profilini çıkarmaya yönelik demografik özellikler yer almaktadır. Diğer bölümlerde sırasıyla ahlak pozisyon anketi için 20; kurumsal ahlak için 5; diğer etkiler için 5; kısa hikayeler için 25 ifade bulunmaktadır. Toplamda 55 ifade yöneltilmiştir.

Araştırmada ahlak pozisyon anketi, kurumsal ahlak ölçeği ve diğer etkiler ölçeği, Douglas, Davidson, Schwartz (2001), “The Effect of Organizational Culture and Ethical Orientation on Accountants’ Ethical Judgments”; kısa hikayeler ise Emerson, Conroy ve Stanley (2007), “Ethical Attitudes of Accountants: Recent Evidence from a Practitioners’ Survey” çalışmalarında yer alan ölçeklerden uyarlanarak kullanılmıştır. Ölçekleri oluşturan ifadelerin tümü 5’li likert tipi ölçek soruları olarak yer almıştır.

5.3. Araştırmanın Değişkenleri

Kapsamlı bir literatür incelemesi sonucunda araştırmanın bağımlı değişkeni muhasebecilerin ahlaki karar almalarıdır. Ahlaki karar alma, bir davranışın ya da faaliyetin yöntemleri ile birlikte sonuçlarının da göz önüne alınarak ahlaki kurallar çerçevesinde değerlendirilerek seçim yapma sürecidir (Oyman, 1999, s.296). Çalışmada ahlaki karar içeren kısa hikayeler yoluyla ahlaki karar alma süreci tespit edilmiştir. Kısa hikayeler 4 farklı durum içermektedir. Bunlar; yasal durumlar, yasal olmayan durumlar, fiziksel zarar veren durumlar ve finansal zarar veren durumlardır. Bağımsız değişkenleri ise idealizm, görelilik, kurumsal ahlak ve diğer etkililerdir.

Tablo 2

Hikayelerin Özeti

Hikaye	Kısa Açıklama	Kategori	
		Yasal	Yasal Olmayan
A	Gider hesabının az gösterilmesi	YO	FİN
B	Geliri arttırmak için çevre kirliliğinin yasal limitlerinin aşılması	YO	FİZ
C	Kötü hisse senedini baskı sebebiyle tavsiye etmek	Y	FİN
D	Vergi için eksik beyan gelirinde bulunmak	YO	FİN
E	Yabancı yetkiliye rüşvet	YO	FİN
F	Sır elde etmek için çalışanı işe almak	Y	FİN
G	Teklif sürecini ve rekabeti azaltmak için gizli anlaşma yapmak	YO	FİN
H	Satın alma temsilcilerine rüşvet vermek	Y	FİN
I	Şirket müdürünün içeriden hisse senedi alımı yapması	YO	FİN
J	Üst düzey yöneticinin yakın arkadaşını daha yetkin bir müdür olan fakat yakın arkadaşı olmayan kişinin yerine ataması	Y	FİN
K	Mühendisin güvenlik tasarımı kusurlarını şirkete bildirmesine rağmen reddedilmesi ve mühendisin bu durumda sessiz kalması	Y	FİZ
L	Denetçinin utanç verici finansal gerçekleri açıklamak yerine yasalmış gibi kamuya sunulması	Y	-
M	Erkek çalışanı işe almak	YO	FİN
N	Aldatıcı reklam yapmak	YO	FİN
O	Sudaki emniyetli arsenik seviyesini iyi göstermek için aldatıcı araştırma firması görevlendirmek	-	FİZ
P	Küçük firmanın yazılıma para vermek yerine arkadaşından ücretsiz alması	YO	FİN

Tablo 2'nin devamı

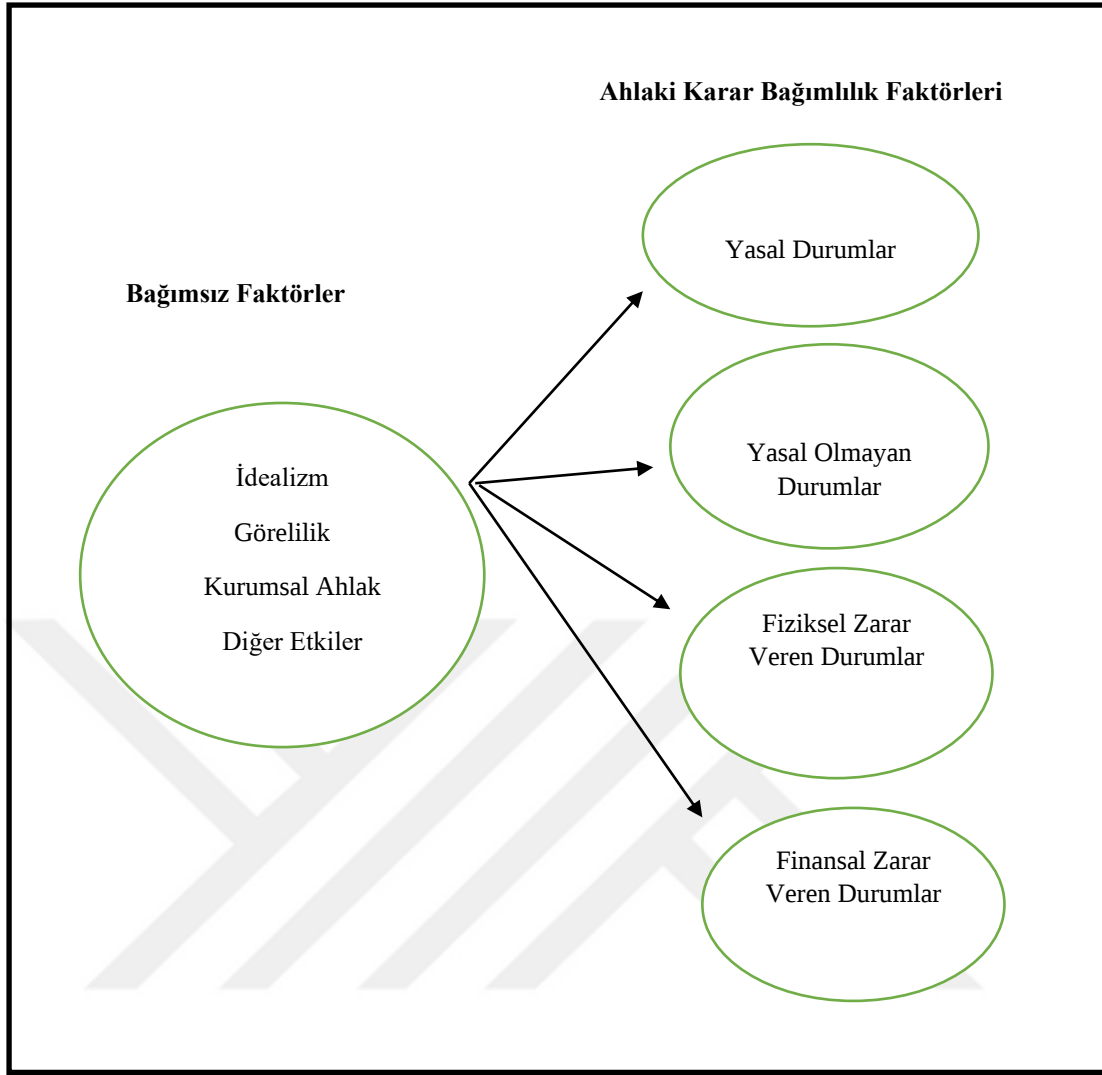
Q	Satış elemanının daha fazla araç satmak için araçların kilometre sayaçlarını düşürmesi	YO	FİN
R	Editör, yerel bir üreticinin hatalı ürün sattığını açıklayan bir makale yayınlıyacaktı. Aldığı tehdit sonunda reklam gelirinden vazgeçmemek için editör üretici firmanın adını makaleden çıkarmıştır.	Y	FİZ
S	Yeni bir bilgisayar serisinin tanıtımını yapan bilgisayar üreticisi eski bilgisayarlarını okula bağışlamış ve vergi miktarı azalmıştır	Y	-
T	Satın alma görevlisi rüşvete açık olduğunu duyurmuştur	YO	FİN
U	Satış personelinin satış yapmak için yöneticiye rüşvet vermek	Y	-
V	Yönetim kurulu gelirinin kurumsal bağışlara tahsis edilmesi	Y	FİN
W	Maliyetleri azaltarak piyasaya daha kötü sunulması	Y	FİZ
X	Üreticinin boru temizleme sisteminde iyileştirme yapmaması	Y	FİZ
Y	Üretim esnasında çok gürültü yapan bir fabrikanın arsa maliyetinin düşük olması sebebiyle konutlara yakın inşa edilmesi	Y	-

Kaynak: Emerson, T.L.N; Conroy, S.J.; Stanley, C.W. (2007) Ethical Attitudes of Accountants: Recent Evidence from a Practitioners' Survey, 71, s.78.

Y: Yasal ; YO: Yasal Olmayan ; FİN: Finansal Zarar ; FİZ: Fiziksel Zarar.

5.4. Araştırmanın Modeli

Modelde muhasebecilerin ahlaki karar alırken yasal durumlarda, yasal olmayan durumlarda, finansal zarar veren durumlarda ve fiziksel zarar veren durumlarda idealizm, görelilik, kurum ahlakı ve diğer etkilerin üzerindeki etkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Muhasebecilerin ahlaki kararının işletme kültürü, idealizm, görelilik ve diğer etkilerin üzerindeki etkileri kavramsal modelde sunulmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Çalışma Şekil 1'deki modelle yürütülecektir. Muhasebecilerin idealizm, göreliliğin, kurumsal ahlak ve diğer etkilerin ahlaki karar üzerindeki etkisi araştırılacaktır.

5.5. Araştırmanın Sınırları

Her bilimsel araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da en önemli sınırları; zaman, maliyet kısıtlarıdır. Bu nedenle araştırma için ihtiyaç duyulan veriler, Osmaniye, Adana, Kilis ve Gaziantep muhasebe çalışanlarından elde edilmiştir.

Bunun yanında araştırmanın diğer bir sınırı ise, tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını nedeniyle diğer meslek dallarında olduğu gibi muhasebe mesleğinin de sunulma biçiminde birtakım değişiklikler ve devlet tarafından birtakım mali ve

ekonomik tedbirler alınmıştır. Bu tedbirler de muhasebecilerin iş akışını ve çalışma şekillerini etkilemiştir. Bu süreçte muhasebecilere ulaşma gücüğü yaşanmıştır.

5.6. Araştırmanın Hipotezleri

Yasal durumlar için hipotezler;

H₁: “İdealizm Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₂: “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₃: “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₄: “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Yasal olmayan durumlar için hipotezler;

H₅: “İdealizm Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₆: “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₇: “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₈: “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Finansal zarar veren durumlar için hipotezler;

H₉: “İdealizm Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₀: “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₁: “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₂: “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Fiziksel zarar veren durumlar için hipotezler;

H₁₃: “İdealizm Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₄: “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₅: “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H₁₆: “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

5.7. Bulgular

Araştırmada elde edilen verilere SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 26.0 paket programı kullanılarak, güvenirlik analizi, faktör analizi ve regresyon analiz ve t-testi yapılmıştır. Ölçeklerin güvenirliğini test etmek amacıyla güvenirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlik değeri (Cronbach's Alpha), ölçek puanlarının hatadan arınmış halidir (Baykul, 2010, s.120). Faktör analizi, ortak faktörleri ortaya koymak amacıyla değişkenler arasında birbiriyle ilişkili olanları bir kategoride toplanmasıdır (Özdamar, 2002, s.235). Regresyon analizi, aralarında ilişki olan iki ya da daha çok parametrelerden biri genel olarak bağımlı parametre Y ile ifade edilir, diğerinin ise bağımsız parametreler genelde X ile ifade edilir. Aralarındaki ilişki matematiksel olarak açıklanır. Bu analiz tekniğinde iki parametre varsa basit regresyon, daha çok parametre varsa çoklu regresyon kullanılır (Büyüköztürk, 2005, s. 91).

5.7.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Aşağıda ankete katılan Osmaniye, Adana, Gaziantep ve Kilis ilindeki muhasebecilerin tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 3

Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişkenler	N=420	%
Cinsiyet		
Kadın	166	39,5
Erkek	254	60,5
Yaş		
18-28	96	22,9
29-39	117	27,9
40-50	102	24,3
50 ve üzeri	105	25

Tablo 3'nün devamı

Şirketteki Pozisyon		
Muhasebe Elemanı		
Muhasebe Müdürü	127	30,2
Serbest Muhasebeci Mali Müşavir	226	53,8
Yeminli Mali Müşavir	67	16
Öğrenim Durumu		
Lise	15	3,6
Önlisans	116	27,6
Lisans	223	53,1
Lisans Üstü Öğretim	66	15,7
Çalışma Yılı		
1 yıldan az	18	4,3
1-10 yıl	113	26,7
11-19 yıl	223	53,1
20 ve üzeri yıl	66	15,7
Ankete Katıldığınız Şehir		
Osmaniye	75	17,9
Adana	150	35,7
Gaziantep	130	31
Kilis	65	15,5

Tablo 3 incelendiğinde ankete katılanların yüzde 60,5'i erkeklerden yüzde 39,5'i ise kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yüzde 75,1'i 18-50 yaş grubunda yer alırken yüzde 25'i 50 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Katılımcıların yüzde 30,2'si Muhasebe Müdürü, yüzde 53,88'i Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve yüzde 16'sı Yeminli Mali Müşavirdir. Katılımcıların yüzde 4,3'ü 1 yıldan az çalışmışlar, yüzde 80,7'si 1-19 yıl arası çalışmışlar ve yüzde 15,7'si ise 20 ve üzeri yıl çalışmışlardır. Katılımcıların yüzde 17,9'u ankete Osmaniye ilinden, yüzde 35,7'si Adana ilinden, yüzde 31'i Gaziantep ilinden ve yüzde 15,5'u Kilis ilinden ankete katılmıştır.

Tablo 4

Hikayelerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişkenler	Kategori			Standart Sapma
	Yasal Durum	Verdiği Zarar	Ortalama	
Hikayeler				
A	Yasal Değil	Finansal Zarar	1,95	0,062
B	Yasal Değil	Fiziksel Zarar	2,32	0,073

Tablo 4'nün devamı

C	Yasal	Finansal Zarar	1,94	0,059
D	Yasal Değil	Finansal Zarar	4,21	0,047
E	Yasal Değil	Finansal Zarar	1,79	0,053
F	Yasal	Finansal Zarar	3,05	0,077
G	Yasal Değil	Finansal Zarar	3,57	0,07
H	Yasal	Finansal Zarar	3,42	0,073
I	Yasal	Finansal Zarar	3,24	0,075
J	Yasal	Finansal Zarar	1,93	0,064
K	Yasal	Fiziksel Zarar	1,91	0,066
L	Yasal Değil		2,07	0,069
M	Yasal Değil	Finansal Zarar	1,7	0,046
N	Yasal Değil	Finansal Zarar	1,68	0,045
O	-	Fiziksel Zarar	3,38	0,073
P	Yasal Değil	Finansal Zarar	1,8	0,061
Q	Yasal	Finansal Zarar	1,83	0,063
R	Yasal	Fiziksel Zarar	2,2	0,069
S	Yasal Değil		3,28	0,076
T	Yasal	Finansal Zarar	3,29	0,076
U	Yasal		3,24	0,076
V	Yasal	Finansal Zarar	2,26	0,069
W	Yasal	Fiziksel Zarar	1,78	0,063
X	Yasal	Fiziksel Zarar	2,63	0,08
Y	Yasal		2,19	0,076

Tablo 4 incelendiğinde hikayeler yasal, yasal olmayan durumlar, fiziksel zarar ve finansal zarar olarak dört kategoride incelenmiştir. Sonuçlar incelendiğinde yasal olmayan finansal zarar veren D hikayesine katılma düzeyi en fazla iken (ortalama=4,21 ve standart sapma=,047) onu takip eden G hikayesinin (ortalama=3,57 ve standart sapma=,070) olduğu görülmektedir.

Tablo 5

Hikayelere Katılma Durumuna Göre Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	N=420	Ortalama	Standart Sapma
Yasal Durum		2,45	0,42
İdealizm		3,96	0,13
Görelilik		1,81	0,92
Kurumsal Ahlak		4,53	0,61

Tablo 5'in devamı

Yasal Olmayan Durum	2,48	0,39
İdealizm	3,96	0,13
Görelilik	1,81	0,92
Kurumsal Ahlak	4,53	0,61
Fiziksel Zarar Veren Durumlar	2,36	0,62
İdealizm	3,96	0,13
Görelilik	1,81	0,92
Kurumsal Ahlak	4,53	0,61
Finansal Zarar Veren Durumlar	2,51	0,35
İdealizm	3,96	0,13
Görelilik	1,81	0,92
Kurumsal Ahlak	4,53	0,61

Tablo 5 incelendiğinde finansal zarar veren durumlara katılma düzeyinin (ortalama =2,51 ve standart sapma=0,35) daha fazla olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla yasal olmayan durumlar (ortalama=2,48 ve standart sapma=0,39), yasal durum (ortalama=2,45 ve standart sapma=0,42) ve bunları fiziksel zarar veren durumlar (ortalama=2,36 ve standart sapma=0,62 takip etmektedir. Tüm durumlarda kurumsal ahlakın daha fazla olduğu görülmektedir.

5.7.2.Modelde Yer Alan Değişkenler İçin Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 6

Modelde Yer Alan Değişkenler İçin Tanımlayıcı İstatistikler

<i>Ölçüm Değişkenleri</i>	Ort. (X)	Standart Sapma (S)
Ahlak Pozisyon Anketi		
İdealizm Yargıları		
Bir kişi, davranışlarının çok küçük derecede bile olsa kimseye asla kasıtlı olarak zarar vermediğinden emin olmalıdır.	3,72	1,35
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta risklerin ne kadar küçük olduğuna bakılmaksızın, bir başkasına yönelik risklere asla tolerans gösterilmemelidir.	3,73	1,41
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta başkalarına yönelik potansiyel bir zararın varlığı, faydalar elde edilebilecek olsa bile başkalarına yönelik potansiyel bir zararın varlığı her zaman yanlıştır.	3,81	1,3
Kişi asla psikolojik veya fiziksel olarak başkalarına zarar vermemelidir	4,06	1,35
Kişi, başka bir bireyin itibarını ve refahını tehdit edebilecek herhangi bir eylemde bulunmamalıdır.	4,13	1,29

Tablo 6'nın devamı

Eğer bir eylem, masum birine zarar verecekse o zaman yapılmamalıdır.	3,97	1,21
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta hareketin olumsuz sonuçlarına karşı olumlu sonuçlarını dengeleyerek bir eylemde bulunup bulunulmayacağına karar verme ahlaki değildir.	3,97	1,34
İnsanların refahı ve saygınlığı, herhangi bir toplumda en önemli tema olmalıdır.	4,11	1,44
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta başkalarının refahını feda etmek asla gerekli değildir.	4,14	1,44
Ahlaki eylemler en mükemmel eylemin idealleriyle bire bir eşleşen eylemlerdir.	3,97	1,39
Görelilik Yargıları		
Herhangi bir ahlak kodunun parçası olmalı diyebileceğimiz kadar önemli ahlak ilkeleri yoktur.	1,73	1,05
Neyin ahlaki olduğu, durumdan duruma ve toplumdaki topluma değişir.	1,75	1,1
Ahlaki standartlar bireysel olarak görülmelidir. Mesela bir kişinin ahlaki olarak gördüğü şey, başka biri tarafından ahlak dışı olarak değerlendirilebilir.	1,87	0,97
Ahlak türleri haklılık ile kıyaslanamaz.	1,85	1,02
Ahlaki ya da ahlaki olmayan durum bireye bağlı olduğundan, herkes için neyin ahlaki olduğuna dair sorular asla çözülemeyecektir.	1,79	0,98
Ahlaki standartlar, bir kişinin nasıl davranması gerektiğini gösteren basit ve kişisel kurallardır ve başkalarının karar almalarına uygulanmamalıdır.	1,85	1,05
İnsanlar arası ilişkilerdeki ahlaki durumlar o kadar karmaşıktır ki, bireylerin kendi şahsi ilkelerini oluşturmaları sağlanmalıdır.	1,81	1
Bazı davranış biçimlerinden alıkoyan çok katı ilkeler; ahlaki durumların, daha iyi insan ilişkilerinin ve uyumu sağlayacak yolların yerine geçebilir.	1,86	1,03
Kurumsal Ahlak Ölçeği		
Şirketimdeki yöneticiler genellikle ahlak dışı olduğunu düşündüğüm davranışlarda bulunurlar.	0,59	0,73
Firmamda başarılı olmak için, birinin ahlakından taviz vermesi çoğunlukla gereklidir	4,62	0,72
Şirketimdeki üst yönetim, ahlaki olmayan davranışların tolere edilemeyeceğini açıkça bir şekilde bilinmesini sağlamıştır.	4,44	0,86
Şirketimdeki bir yöneticinin öncelikle kişisel kazanca neden olan (firma kazancından ziyade) ahlaki olmayan davranışlarda bulunduğu tespit edilirse, derhal kınanır.	4,49	0,81
Şirketimdeki bir yöneticinin, öncelikle firma kazancıyla sonuçlanan (kişisel kazanım yerine) ahlaki olmayan davranışlarla meşgul olduğu keşfedilirse, derhal kınanır.	4,53	0,86
Diğer Etkiler		
Yönetim, bireysel yargı uygulamaktansa kurallara uymayı genellikle önem vermektedir.	4,77	0,61
Mesleki toplantılara katılma, mesleki yayınları okuma gibi uzmanlık alanında çok aktifim.	4,69	0,77
Üniversite kariyerim boyunca birçok ahlaki veya felsefi dersler aldım.	4,81	0,61
Üniversite de aldığım ahlak eğitimi uygulamaya dönük olmaktan çok teorik düzeydeydi.	4,67	0,77
Mesleki davranış kuralını tam olarak anlamış bulunuyorum.	4,81	0,65

Tablo 6 incelendiğinde idealizm yargılarından en çok ‘‘Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta başkalarının refahını feda etmek asla gerekli değildir’’ yargısı kabul (ortalama=4,14 ve standart sapma=1,43) görmektedir. Bunu, ‘‘İnsanların refahı ve saygınlığı, herhangi bir toplumda en önemli tema olmalıdır’’ (ortalama=4,11 ve standart sapma=1,44) takip ettiği görülmektedir. Tablo 5 incelendiğinde görelilik yargılarının çok fazla kabul görmediği görülmektedir. En çok ‘‘ Ahlaki standartlar bireysel olarak görülmelidir. Mesela bir kişinin ahlaki olarak gördüğü şey, başka biri tarafından ahlak dışı olarak değerlendirilebilir’’ yargısı (ortalama=1,87 ve standart sapma=0,97) kabul görmediği görülmektedir. Tablo 5 incelendiğinde kurumsal ahlak yargılarının tamamının kabul gördüğü görülmektedir. En fazla kabul gören yargı ise, ‘‘ Firmamda başarılı olmak için, birinin ahlakından taviz vermesi çoğunlukla gereklidir’’ yargısıdır (ortalama=4,62 ve standart sapma=0,71). Tablo 5 incelendiğinde diğer etki yargılarının tamamının kabul gördüğü görülmektedir. En fazla kabul gören yargılar ise, ‘‘ Üniversite kariyerim boyunca birçok ahlaki veya felsefi dersler aldım’’ (ortalama=4,81 ve standart sapma=0,61) ve ‘‘ Mesleki davranış kuralını tam olarak anlamış bulunuyorum’’ (ortalama=4,81 ve standart sapma=0,65) olduğu görülmektedir.

5.7.3.Güvenilirlik Analizi

Güvenirlilik, bir araştırmanın tekrarlanması durumunda aynı sonuçların tutarlılık derecesidir (Gegez, 2010, s.184). Güvenilirlik analizi, bir araştırmacının, herhangi bir araştırmacı tarafından defalarca tekrarlanması durumunda, araştırmadan aynı neticenin alınmasını sağlar. Güvenilirlik analizi, ölçekte yer alan ifadeler arasındaki ilişkiler hakkında bilgi verir (Terzi, 2019, s. 12).

Ölçeğin güvenilirliği ile ilgili alfa (α) katsayısı aşağıdaki gibi yorumlanabilir: (Terzi, 2019, 12).

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Bu araştırma da Cronbach’s Alpha yönteminden yararlanılacak olup 0.70 üzerindeki değerler kabul edilecektir. Bundan dolayı faydalanan ölçeklerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmadaki faktörlerin güvenilirlik katsayıları Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7

Araştırmadaki Faktörlerin Güvenilirlik Katsayıları

Faktörler	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha Değerleri
İdealizm Faktörleri	10	0,897
Görelilik Faktörleri	8	0,878
Kurumsal Ahlak Faktörleri	5	0,823
Diğer Etki Faktörleri	5	0,915

Tablo 7'de yer alan değerler %70'in üzerinde olduğundan kullanılan ölçüm aracının güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğunu belirtmek mümkündür.

5.7.4.Faktör Analizi

Faktör analizi, çok sayıda parametrelerin birbiriyle olan ilişkisini analiz etmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Faktör analizinin amacı, çok sayıda özgün parametrelerden elde edilen bilgiyi yorumlayarak en az kayıpla faktörler seti oluşturmaktır (Hair, Anderson, Tatham, Black, 1998, s. 95). Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili birçok sayıda parametreyi bir araya getirerek kavramsal olarak anlamlı ve az sayıda yeni parametreler bulmayı hedefleyen çok parametrelili bir analiz yöntemidir (Büyüköztürk, 2002, s. 472). Faktör analizi, bir taraftan değişkenler arasındaki ilişkiyi belirtirken, diğer yandan, araştırma modeli içindeki değişkenlerden anlamlı ilişkisi olanları sınıflandırır (Özdamar, 2002, s. 46). Faktör analizi, ölçülebilen ya da ölçülemeyen; gözle görülen ya da görülemeyen saklı boyutları ortaya çıkarır (Hair ve Tatham, s. 99). Faktör analizi iki grupta toplanabilir, açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizidir. Açıklayıcı faktör analizi, bir araştırmacının verinin temelini oluşturan faktör miktarı hakkında tam bir bilgiye sahip olmadığında, parametreler arasındaki kovaryansı açıklayan faktörleri tespit etmede veriyi araştırmak için kullanılır (Stevens, 1996, s.85). Doğrulayıcı faktör analizi, açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlerin, hipotezle belirlenen faktör yapılarına doğruluğunu test etmek üzere yararlanılan faktör analizidir (Özdamar, 2002, s. 75). Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını kavramak için üç yöntem kullanılır. Bunlar, korelasyon matrisinin oluşması, Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleridir. Faktör analizinde korelasyon matrisi için istatistik temellerin beraberinde faktör analizinin uygulanabilirliğini kanıtlamak için korelasyon matrisinin yeteri kadar anlamlı korelasyonlara sahip olması gerekir. Çünkü, değişkenler arasındaki korelasyonlar ne

kadar yüksek ise, değişkenlerin ortak faktörler oluşturma ihtimalleri o kadar yüksek olacaktır (Kalaycı, 2006, s. 321-322).

Tablo 8

KMO Değeri Ölçütü

KMO Değeri	Yorum
0,90	Mükemmel
0,80-0,90 arası	Çok uygun
0,70-0,80 arası	Uygun
0,60-0,70 arası	Orta
0,50-0,60 arası	Zayıf
0,50'nin altı	Uygun değil

Kaynak: Fan, Zhang, Li, 2013, s.69

KMO testi, değişkenler arasındaki korelasyonları ve faktör analizinin uygunluğunu ölçmektedir. Testin değeri 0-1 aralığında değişmektedir. Parametreler 1'e ne kadar yakınsa faktör analizine o kadar uygun demektir. KMO değerinin 0,50'den büyük olması gerekmektedir. Bartlett testi, parametreler arasındaki korelasyon düzeyinin yeterli olup olmadığını ve veri matrisinin birim matris olup olmadığına verir. Tüm korelasyon katsayıları sıfırdır ve boş hipotezini test eder. P value değeri $< 0,05$ ise veri seti faktör analizi için uygundur (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 207).

Tablo 9

İdealizm ve Görelilik Faktör Analizi Sonuçları

	Faktörler	
	İdealizm	Görelilik
Bir kişi, davranışlarının çok küçük derecede bile olsa kimseye asla kasıtlı olarak zarar vermediğinden emin olmalıdır.	0,894	
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta risklerin ne kadar küçük olduğuna bakılmaksızın, bir başkasına yönelik risklere asla tolerans gösterilmemelidir.	0,917	
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta başkalarına yönelik potansiyel bir zararın varlığı, faydalar elde edilebilecek olsa bile başkalarına yönelik potansiyel bir zararın varlığı her zaman yanlıştır.	0,909	
Kişi asla psikolojik veya fiziksel olarak başkalarına zarar vermemelidir.	0,920	
Kişi, başka bir bireyin itibarını ve refahını tehdit edebilecek herhangi bir eylemde bulunmamalıdır.	0,929	
Eğer bir eylem, masum birine zarar verecekse o zaman yapılmamalıdır.	0,839	
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta hareketin olumsuz sonuçlarına karşı olumlu sonuçlarını dengeleyerek bir eylemde bulunup bulunulmayacağına karar verme ahlaki değildir.	0,920	

Tablo 9'nun devamı

İnsanların refahı ve saygınlığı, herhangi bir toplumda en önemli tema olmalıdır.	0,945	
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta başkalarının refahını feda etmek asla gerekli değildir.	0,941	
Ahlaki eylemler en mükemmel eylemin idealleriyle bire bir eşleşen eylemlerdir.	0,922	
Herhangi bir ahlak kodunun parçası olmalı diyebileceğimiz kadar önemli ahlak ilkeleri yoktur.	0,841	
Neyin ahlaki olduğu, durumdan duruma ve toplumdaki topluma değişir.	0,844	
Ahlaki standartlar bireysel olarak görülmelidir. Mesela bir kişinin ahlaki olarak gördüğü şey, başka biri tarafından ahlak dışı olarak değerlendirilebilir.	0,836	
Ahlak türleri haklılık ile kıyaslanamaz.	0,852	
Ahlaki ya da ahlaki olmayan durum bireye bağlı olduğundan, herkes için neyin ahlaki olduğuna dair sorular asla çözülemeyecektir.	0,848	
Ahlaki standartlar, bir kişinin nasıl davranması gerektiğini gösteren basit ve kişisel kurallardır ve başkalarının karar almalarına uygulanmamalıdır.	0,859	
İnsanlar arası ilişkilerdeki ahlaki durumlar o kadar karmaşıktır ki, bireylerin kendi şahsi ilkelerini oluşturmaları sağlanmalıdır.	0,855	
Bazı davranış biçimlerinden alıkoyan çok katı ilkeler; ahlaki durumların, daha iyi insan ilişkilerinin ve uyumu sağlayacak yolların yerine geçebilir.	0,863	
Öz Değer (Eigen Value)	45,324	38,941
Açıklanan Varyans	44,824	39,441
Toplam Açıklanan Varyans	84,265	
KMO Değeri	,945	
Bartlett Test	13303,295	
df=190		
P=,000		
Faktör Ağırlıkları	>.50	

Tablo 9'a bakıldığında KMO değerleri 0,945 olarak, Bartlett's testi 0.05'ten küçük bulunmuştur. Bu değerler örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Kişisel ahlak felsefelerini ifade eden ifadeler toplam 2 faktör altında toplanmıştır. Bunlar idealizm ve görelilik şeklindedir. Bu çalışmada, analiz sonucunda öz değeri 1'den büyük 2 faktör tespit edilmiştir. Analiz sonucunda tüm faktörler toplam varyansın %84,3 olarak hesaplandığı görülmektedir. Tablo 10'da Kurumsal ahlak ve tablo 11'de diğer etkilerin faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 10

Kurumsal Ahlak Faktör Analiz Sonuçları

FAKTÖR	
Kurumsal Ahlak	
Şirketimdeki yöneticiler genellikle ahlak dışı olduğunu düşündüğüm davranışlarda bulunurlar.	,798
Firmamda başarılı olmak için, birinin ahlakından taviz vermesi çoğunlukla gereklidir.	,780
Şirketimdeki üst yönetim, ahlaki olmayan davranışların tolere edilemeyeceğini açıkça bir şekilde bilinmesini sağlamıştır.	,741
Şirketimdeki bir yöneticinin öncelikle kişisel kazanca neden olan (firma kazancından ziyade) ahlaki olmayan davranışlarda bulunduğu tespit edilirse, derhal kınanır.	,758
Şirketimdeki bir yöneticinin, öncelikle firma kazancıyla sonuçlanan (kişisel kazanım yerine) ahlaki olmayan davranışlarla meşgul olduğu keşfedilirse, derhal kınanır.	,765
Öz Değer (Eigen Value)	59,071
Açıklanan Varyans	59,071
Toplam Açıklanan Varyans	59,071
KMO Değeri	,850
Bartlett Test	676,879
df=10	
P=,000	
Faktör Ağırlıkları	>.50

Tablo 10'a bakıldığında KMO değerleri 0,850 olarak ve Bartlett's testi anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olarak bulunmuştur. Analiz sonucunda kurumsal ahlak faktörünün özdeğeri 1'den büyük olduğu ve toplam varyansın %59,1 olarak hesaplandığı görülmektedir. Faktör %50'den fazlasını açıklamaktadır.

Tablo 11

Diğer Etkiler Faktör Analiz Sonuçları

FAKTÖR	
Diğer Etkiler	
Yönetim, bireysel yargı uygulamaktansa kurallara uymayı genellikle önem vermektedir.	,830
Mesleki toplantılara katılma, mesleki yayınları okuma gibi uzmanlık alanında çok aktifim.	,832
Üniversite kariyerim boyunca birçok ahlaki veya felsefi dersler aldım.	,937

Tablo 11'nin devamı

Üniversite de aldığım ahlak eğitimi uygulamaya dönük olmaktan çok teorik düzeydeydi.	,834
Mesleki davranış kuralını tam olarak anlamış bulunuyorum.	,923
Öz Değer (Eigen Value)	76,125
Açıklanan Varyans	76,125
Toplam Açıklanan Varyans	76,125
KMO Değeri	,838
Bartlett Test	1692,068
df=10	
P=,000	
Faktör Ağırlıkları	>.50

Tablo 11'e bakıldığında KMO değerleri 0,838 olarak ve Bartlett's testi anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olarak bulunmuştur. Analiz sonucunda diğer etkiler faktörünün özdeğeri 1'den büyük olduğu ve toplam varyansın %76,1 olarak hesaplandığı görülmektedir. Faktör %50'den fazlasını açıklamaktadır.

5.7.5.Regresyon Analizi

Regresyon analizi, iki ya daha çok nicel parametreler arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan en yaygın analiz yöntemlerinden birisidir. Daha önceden elde edilmiş olan verilerin korelasyonunu hesaplayıp X ve Y gibi iki değişkenin alacağı değerleri tahmin etmektir (Salkind, 2000, s. 109).

Tablo 12

Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Yasal Durumlarda Etkileri

	β	Standart Hata	Beta	t	p	R	R ²	F
Sabit*	2,573	,263	-	9,802	,002	,202	,041	4,410
İdealizm	,055	,024	,111	2,308	,002*			
Görelilik	-,002	,034	-,003	-,052	,959			
Kurumsal Ahlak	,142	,065	,136	2,172	,003*			

Tablo 12'nin devamı

Diğer Etkiler	-,191	,056	-,215	-3,444	,001*
---------------	-------	------	-------	--------	-------

* $p < 0,05$

*Yasal Durumlar-(Bağımlı Değişken) Sabit

Tablo 12'de regresyon modelinin genel anlamlılığının sınıandığı F değeri 4,410 olarak hesaplanmıştır. $F=4,410$ $p=0,002$ olarak hesaplanan F istatistiği anlamlıdır. Tablo 12 regresyon denkleminin anlamlılığının yanı sıra hangi değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve bu değişkenlerin katsayılarını vermektedir. Belirlilik katsayısı (R^2) 0,041 olarak hesaplanmış, F istatistiği anlamlı bulunmuştur.

Tablo 12'den yasal durumlar değişkeni; idealizm, kurumsal ahlak ve diğer etkiler değişkeni üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Buna göre H_1 , H_3 kabul edilmiştir. H_4 hipotezinin ise, değişkenler üzerinde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ve kabul edilmiştir. H_2 hipotezi $p < 0,05$ 'den büyük olduğu için reddedilmiştir.

Tablo 13

Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Yasal Olmayan Durumlarda Etkileri

Bağımlı Değişken: Yasal Olmayan Durumlar								
	β	Standart Hata	Beta	t	p	R	R^2	F
Sabit*	2,036	,235	-	8,653	,000	0,292	0,085	9,647
İdealizm	,081	,021	,177	3,765	,000*			
Görelilik	,030	,030	,047	,997	,319			
Kurumsal Ahlak	,251	,059	,262	4,282	,000*			
Diğer Etkiler	-,209	,050	-,255	-4,185	,000*			

* $p < 0,05$

*Yasal Olmayan Durumlar-(Bağımlı Değişken) Sabit

Tablo 13'de regresyon modelinin genel anlamlılığının sınıandığı F değeri 9,647 olarak hesaplanmıştır. $F=9,647$ $p=0,000$ olarak hesaplanan F istatistiği anlamlıdır. Tablo

13 regresyon denkleminin anlamlılığının yanı sıra hangi değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve bu değişkenlerin katsayılarını vermektedir. Belirlilik katsayısı (R^2) 0,085 olarak hesaplanmış, F istatistiği anlamlı bulunmuştur.

Tablo 13'den yasal olmayan durumlar değişkeni; idealizm, kurumsal ahlak ve diğer etkiler değişkeni üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Buna göre H_5 ve H_7 hipotezi kabul edilmiştir. H_7 hipotezinin ise, değişkenler üzerinde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ve kabul edilmiştir. H_6 hipotezi $p < 0,05$ 'den büyük olduğu için reddedilmiştir.

Tablo 14

Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Finansal Zarar Veren Durumlarda Etkileri

<i>Bağımlı Değişken: Finansal Zarar Veren Durumlar</i>								
	β	Standart Hata	Beta	t	p	R	R^2	F
Sabit*	1,774	,151	-	11,746	,000	0,272	0,074	8,300
İdealizm	,060	,023	,136	2,663	,008			
Görelilik	,058	,030	,092	1,922	,055			
Kurumsal Ahlak	,150	,046	,255	3,292	,001*			
Diğer Etkiler	-,067	-,827	,407	,829	,407			

* $p < 0,05$

*Finansal Zarar Veren Durumlar-(Bağımlı Değişken) Sabit

Tablo 14'de regresyon modelinin genel anlamlılığının sınındığı F değeri 8,300 olarak hesaplanmıştır. $F=8,300$ $p=0,000$ olarak hesaplanan F istatistiği anlamlıdır. Tablo 14 regresyon denkleminin anlamlılığının yanı sıra hangi değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve bu değişkenlerin katsayılarını vermektedir. Belirlilik katsayısı (R^2) 0,074 olarak hesaplanmış, F istatistiği anlamlı bulunmuştur.

Tablo 14'den finansal zarar veren durumlar değişkeni; kurumsal ahlak değişkeni üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Buna göre H_9 ve H_{11} hipotezi kabul edilmiştir. H_{12} hipotezinin ise, değişkenler üzerinde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ve kabul edilmiştir. H_{10} hipotezi $p < 0,05$ 'den büyük olduğu için reddedilmiştir.

Tablo 15

Kişisel Ahlak, Kurumsal Ahlak ve Diğer Etkiler Düzeyinin Fiziksel Zarar Veren Durumlarda Etkileri

Bağımlı Değişken: Fiziksel Zarar Veren Durumlar								
	β	Standart Hata	Beta	t	p	R	R ²	F
Sabit*	2,225	,318	-	6,996	,000	0,223	0,050	5,449
İdealizm	,077	,029	,128	2,663	,004*			
Görelilik	,002	,041	,002	,043	,966			
Kurumsal Ahlak	,239	,079	,189	3,022	,003*			
Diğer Etkiler	-,245	,067	-,226	-3,641	,000*			

* $p < 0,05$

*Fiziksel Zarar Veren Durumlar-(Bağımlı Değişken) Sabit

Tablo 15’de regresyon modelinin genel anlamlılığının sınıandığı F değeri 5,449 olarak hesaplanmıştır. $F=5,449$ $p=0,000$ olarak hesaplanan F istatistiği anlamlıdır. Tablo 15 regresyon denkleminin anlamlılığının yanı sıra hangi değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve bu değişkenlerin katsayılarını vermektedir. Belirlilik katsayısı (R^2) 0,050 olarak hesaplanmış, F istatistiği anlamlı bulunmuştur.

Tablo 15’den fiziksel zarar veren durumlar değişkeni; idealizm, kurumsal ahlak ve diğer etkiler değişkeni üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Buna göre H_{13} ve H_{15} hipotezi kabul edilmiştir. H_{16} hipotezinin ise, değişkenler üzerinde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ve kabul edilmiştir. H_{14} hipotezi $p < 0,05$ ’den büyük olduğu için reddedilmiştir.

5.7.6.T Testi Analizi

T testi, iki örnek ortalaması arasındaki farklılığın istatistiksel önemini test eder. T testi aralıklı ölçeğin kullanıldığı durumlarda ortalamalar arasındaki farklılığı incelemektedir. T testi için iki koşulun sağlanması gerekmektedir;

- Analiz edilecek verinin normal dağılmış olması
- İki gruba ait verinin aynı varyans değerine sahip olması gerekir (Gegez, 2010, s.313).

Tablo 16

Değişkenlerin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

<i>Değişkenler</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>T Değeri</i>	<i>P Değeri</i>
İdealizm	Kadın	166	4,50	-4,628	0,001*
	Erkek	254	3,89	-3,778	0,002*
Görelilik	Kadın	166	1,50	-3,018	0,000*
	Erkek	254	1,79	-3,021	0,001*
Kurumsal Ahlak	Kadın	166	4,13	-3,011	0,135
	Erkek	254	4,19	-3,001	0,142
Diğer Etkiler	Kadın	166	4,31	-4,022	0,132
	Erkek	254	4,33	-3,789	0,133
Yasal Durumlar	Kadın	166	2,80	-3,456	0,004*
	Erkek	254	2,54	-4,323	0,001*
Yasal Olmayan Durumlar	Kadın	166	2,56	-4,321	0,003*
	Erkek	254	2,75	-1,564	0,001*
Fiziksel Zarar Veren Durumlar	Kadın	166	2,45	-3,587	0,245
	Erkek	254	2,48	-4,569	0,178
Finansal Zarar Veren Durumlar	Kadın	166	2,56	-4,356	0,002*
	Erkek	254	3,00	-3,254	0,001*

*p<0,05

Tablo 16'ya bakıldığında idealizm, görelilik, yasal durumlar, yasal olmayan durumlar ve finansal zarar veren durumlar cinsiyetlere göre 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermektedir. İdealizm değişkeni incelendiğinde kadınların ortalamasının (ortalama=4,50) erkeklere göre (ortalama=3,89) daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre kadınlar daha idealist diyebiliriz. Görelilik değişkeni incelendiğinde erkeklerin ortalamasının (ortalama=1,79) kadınlara göre (ortalama=1,50) daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre, erkekler daha görelili diyebiliriz. Yasal durum değişkeni incelendiğinde kadınların ortalamasının (ortalama=2,80) erkeklere göre (ortalama=2,54) daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre, kadınların daha yasal kararlar aldığı görülmektedir. Yasal olmayan durum değişkeni incelendiğinde erkeklerin ortalamasının (ortalama=2,75) kadınlara göre (ortalama=2,56) daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre, erkeklerin daha çok yasal olmayan kararlar aldığı görülmektedir. Finansal zarar veren durum değişkeni incelendiğinde erkeklerin ortalamasının (ortalama=3,00) kadınlara göre (ortalama=2,56) daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre erkeklerin daha fazla finansal zarar veren kararlar aldığı görülmektedir diyebiliriz.

Tablo 17

Hipotez Testi Sonuçları

H ₁ : Yasal durumlarda “İdealizm düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₂ : Yasal Durumlarda “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Red
H ₃ : Yasal Durumlarda “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₄ : Yasal Durumlarda “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₅ : Yasal olmayan durumlarda “İdealizm Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir	Reddedilmemiştir
H ₆ : Yasal olmayan durumlarda “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Red
H ₇ : Yasal olmayan durumlarda “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₈ : Yasal olmayan durumlarda “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₉ : Finansal zarar veren durumlarda “İdealizm Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₁₀ : Finansal zarar veren durumlarda “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Red
H ₁₁ : Finansal zarar veren durumlarda “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₁₂ : Finansal zarar veren durumlarda “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₁₃ : Fiziksel Zarar Veren Durumlarda “İdealizm Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₁₄ : Fiziksel Zarar Veren Durumlarda “Görelilik Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Red
H ₁₅ : Fiziksel Zarar Veren Durumlarda “Kurumsal Ahlak Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir
H ₁₆ : Fiziksel Zarar Veren Durumlarda “Diğer Etkiler Düzeyi” ahlaki kararlar alımını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Reddedilmemiştir

Analiz sonucunda, H₁, H₂, H₃, H₄, H₅, H₆, H₇, H₈, H₉, H₁₀, H₁₁, H₁₂, H₁₃, H₁₄, H₁₅ ve H₁₆ hipotezlerini test etmek amacıyla regresyon analizi sonuçları incelendiğinde; idealizm ve kurumsal ahlak ahlaki karar alırken yasal durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde

anlamalı ve H_1 , H_3 ve H_4 hipotezleri reddedilmemiştir. Görelilik ahlaki karar alırken yasal durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı değildir. H_2 hipotezi reddedilmektedir.

İdealizm ve kurumsal ahlak ahlaki karar alırken yasal olmayan durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı ve H_5 , H_7 ve H_8 hipotezleri kabul edilmektedir. Görelilik ahlaki karar alırken yasal olmayan durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı değildir. H_6 hipotezi reddedilmektedir.

İdealizm ve kurumsal ahlak ahlaki karar alırken finansal zarar veren durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı ve H_9 , H_{11} ve H_{12} hipotezleri kabul edilmektedir. Görelilik ahlaki karar alırken finansal zarar veren durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı değildir. H_{10} hipotezi reddedilmektedir.

İdealizm ve kurumsal ahlak ahlaki karar alırken fiziksel zarar veren durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı ve H_{13} , H_{15} ve H_{16} hipotezleri kabul edilmektedir. Görelilik ahlaki karar alırken fiziksel zarar veren durumlarda $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı değildir. H_{14} hipotezi reddedilmektedir.

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Araştırma Sonuçları

Küreselleşmenin git gide arttığı iş dünyasında, rekabet şiddetinin artmasıyla birlikte iş dünyasında yaşanan ahlaki skandallar ahlak konusunun önemini ortaya koymaktadır. Ahlak kavramı, içinde bulunduğumuz asrın göz ardı edilemez bir gerçeği olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle de işletmeler açısından konunun ele alınması tartışmasız bir durumdur. İşletmelerde meydana gelen ve işletmeleri derinden etkileyen birçok skandal ahlak temelli konulara önem vermeyi beraberinde getirmiştir.

Kişisel ahlak felsefesi, 1980 yılında Forsyth tarafından “Ahlaki İdeolojilerin Sınıflandırılması” makalesinde bahsedilen dört ayrı ahlaki bakış açısını içeren bir yaklaşımdır. Durumsalcılık, öznelcilik, mutlakiyetçilik ve istisnacılık olarak adlandırılan bu dört bakışı açısı kişilerin idealizm ve görelilik boyutları açısından sahip oldukları pozisyonlara göre onlara atfedilebilecek özellikleri açıklamaktadır (Forsyth, 1980, s.176).

İşletme kültürü, işletmelerdeki bireylere, birbirlerine davranışlarında ve işlerinin yapılma şekli konusunda rehber olan, bireylerarası etkileşimle ortaya çıkan ve paylaşılan inançlar, tutumlar, tahminler ve beklentiler modelidir (Armstrong, 1990, s. 206). İşletmelerde oluşturulan kültür sayesinde tüm işletme çalışanları ortak bir dil kullanacaklar ve hedeflere ulaşmadaki ortak hareket arzusu kendiliğinden oluşacaktır.

Kurum ahlakı, işletmenin yapısıyla bağlantılıdır ve hesap verebilirlik ve yetkinin dengeli dağılması gibi kavramlarla yakından ilişkilidir. İşletme kültürünün ahlakı, işletme içinde olumlu iletişim sağlanabilecek ve açık bir şekilde ifade edilmiş ahlaki kodları kapsamaktadır. Aynı zamanda işletme içinde uyulması beklenen uygulama ve metodları açık bir şekilde aktaran ve bunları güçlendiren politikaları içermektedir (Ardichvili, Mitchell & Jondle, 2009).

Bu tez kapsamında ahlak felsefeleri, kurum ahlakı ve diğer etkilerin muhasebecilerin ahlaki karar almalarındaki etkisi araştırılmıştır. Araştırmada ahlak pozisyon anketi, kurumsal ahlak ölçeği ve diğer etkiler ölçeği Douglas, Davidson, Schwartz (2001), ‘‘ The Effect of Organizational Culture and Ethical Orientation on Accountants’ Ethical Judgments’’; kısa hikayeler ise Emerson, Conroy ve Stanley (2007),

“Ethical Attitudes of Accountants: Recent Evidence from a Practitioners’ Survey” çalışmalarında yer alan ölçeklerden uyarlanarak kullanılmıştır. Bu çalışma, Osmaniye, Adana, Kilis ve Gaziantep illerinde muhasebe meslek çalışanları örnekleminde elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir.

Çalışmamızın sonuçları, muhasebe çalışanlarının ahlaki karar alırken cinsiyete göre bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kadın muhasebe çalışanları erkek muhasebe çalışanlarıyla mukayese edildiğinde kadınların idealizm sonuçları daha yüksek çıkmıştır. Sonuçlar literatürdeki genel bulgularla paraleldir (Hartikainen ve Torstila, 2004, s. 64; Singhapakdi, Vitel ve Franke 1999, s. 25; Bass, Barnett ve Brown 1998, s. 16; Wang ve Calvano, 2015, s. 598).

Bir diğer analiz sonucunda ise, erkek muhasebe çalışanları kadın muhasebe çalışanlarıyla mukayese edildiğinde erkeklerin görelilik sonuçları daha yüksek çıkmıştır. Sonuçlar literatürdeki genel bulgularla paraleldir (Uzel, 2006; Hartikainen ve Torstila, 2004).

Bir diğer önemli sonuç, yasal durumlar, yasal olmayan durumlar, fiziksel zarar veren durumlar ve finansal zarar veren durumlar cinsiyetlere göre bir farklılık göstermektedir. Yasal durum değişkeni incelendiğinde kadınların daha yasal kararlar aldığı görülmektedir. Yasal olmayan durum değişkeni incelendiğinde erkeklerin daha çok ahlaki olmayan kararlar alamaya meyilli olduğu görülmektedir. Finansal zarar veren durum değişkeni incelendiğinde erkeklerin daha fazla finansal zarar veren kararlar aldığı görülmektedir.

Çalışmamızın diğer sonuçları ise; “İdealizm” tüm karar alma seviyelerinde ahlaki karar almayı etkilemektedir. “Kurumsal ahlak”, tüm karar alma seviyelerinde ahlaki karar almayı etkilemektedir. “İdealizm”, yasal, yasal olmayan, fiziksel zarar veren durumlar ve finansal zarar veren durumlarda ahlaki karar almada etkilidir. “Kurumsal ahlak”, yasal, yasal olmayan, fiziksel zarar veren durumlar ve finansal zarar veren durumlarda ahlaki karar almada etkilidir.

6.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı

Çalışmamızda kişisel ahlak felsefeleri, kurumsal ahlak ve diğer etkilerin muhasebe meslek mensuplarının ahlaki kararlarına etkileri tartışılmaktadır. Türkiye’de lisansüstü çalışmaların yer aldığı “ulusal tez merkezi” tarandığında bu değişkenler ayrı ayrı çok fazla çalışılmıştır ancak bu kadar kapsamlı değişken çalışması sınırlı olduğu

tespit edilmiştir. Bu sebepten dolayı araştırmada az da olsa literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

6.3. Geleceğe Yönelik Araştırma Konuları

Çalışma verileri, Osmaniye, Adana, Kilis ve Gaziantep illerinde çalışan muhasebe meslek elemanlarından elde edilmiştir. Bölgesel farklılıklar dolayısıyla bulgular değişim gösterebilir bu nedenle araştırma modeli başka bölgelerde, Türkiye geneli ya da başka değişkenlerle çalışılabilir.



KAYNAKÇA

- Akatay, A., Yücekaya, P., Kısacık, N. (2016). Yöneticilerin Etik Liderlik Davranışlarının, Örgütsel Adalet ve Sinizm Üzerine Etkileri: *Çanakkale İl Emniyet Müdürlüğü'nde Bir Araştırma. Yönetim Bilimleri Dergisi*, 28, 483-509.
- Akbulut, E. E. (2000). Etik Davranış Kuralları ve Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları İçin Öneri. *Sermaye Piyasası Kurulu Yayını*, Ankara.
- Akdoğan, H. (2005). Muhasebe Meslek Etiğinin Kamunun Aydınlatılmasındaki Önemine Meslek Mensuplarının Yaklaşımları. *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, 1470, 38.
- Akıntürk, T. (1991). *Temel Hukuk*. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aktan, C.C. (2006). Organizasyonlarda Yanlış Uygulamalara Karşı Bir Sivil Erdem, Ahlaki Tepki ve Vicdani Red Davranışı: *Whistleblowing. Mercek Dergisi*, 10, 1-13.
- Al-Khatib, J. A., Vitell, S. J., Rawwas, M. Y. A. (1997). Consumer Ethics: A Cross-Cultural Investigation. *European Journal of Marketing*, 31, 750-767.
- Ardichvili, A., Mitchell, J.A., Jondle, D. (2009). Characteristics of Ethical Business Cultures. *Journal of Business Ethics*, 85, 445-451.
- Armstrong, M. (1990). *Management Processes and Functions*. London. Institute of Personnel, Development, 206.
- Arslan, M. (2001). *İş ve Meslek Ahlakı*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Atay, K. (2001). Okul Kültürü: Kuramdan Uygulamaya Eğitim Yönetimi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 179-191.
- Aymankuy, Y., Sarioğlan, M. (2005). Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiğine Yaklaşımları ve Balıkesir İl Merkezinde Bir Uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 23-45.
- Bakır, U. (2013). Reklamda Cinsellik ve Tüketici: Bireysel Ahlaki İdeolojinin Reklamda Cinselliğın Kullanımına Yönelik Tutumlara Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi (Akademia)*, 3, 14-30.
- Balmer, M. T. J., Greyser, S. A. (2003). *Revealing the Corporation*. London, Routledge.
- Barnett, T., Bass, K., Brown, G. (1994). Ethical Ideology And Ethical Judgment Regarding Ethical Issues İn Business. *Journal Of Business Ethics*, 13, 469-480
- Barnett, T., Bass, K., Brown, G. (1996). Religiosity, Ethical Ideology, and Intentions To Report a Peer's Wrongdoing. *Journal of Business Ethics*, 15, 1163.

- Bass, K., T. Barnett, G. Brown (1998). The Moral Philosophy of Sales Managers and Its Influence on Ethical Decision Making. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 18, 1-17.
- Berberoğlu, G. N. (1990). Örgüt Kültürü ve Yönetmel Etkinliğe Katkısı. *Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8, 153.
- Berggren, I., Begat I., Severinsson, E.(2002). Australian Clinical Nurse Supervisors' Ethical Decision-Making Style. *Nursing and Health Sciences*. 4, 1-2, 15-23.
- Bowie, N. E., Schneider, M. (2011). *Business Ethics For Dummies*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing Inc.
- Bozkurt G. (1999). *İnsan ve Kültür*. (8. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bülbül, A. R. (2001). *İletişim ve Etik*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Canning, M., O'Dwyer, B. (2003). A Critique of the Descriptive Power of the Private Interest Model of Professional Accounting Ethics. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 16, 2.
- Cansu, C. O. (2006). *Örgüt kültürü ile örgütsel iletişim ilişkisi ve bir şirket uygulaması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Carrol, Archie, B. (1993). *Business and Society : Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati, South-WesternPub.Co.
- Caswell, S. V. (2003). *Individual moral philosophies and ethical decision making of undergraduate athletic training education students and instructors*. Ohio University, Ohio.
- Cevizci, A. (2002). *Etiğe Giriş*. (1. Basım). İstanbul: Engin Yayıncılık.
- Chan, S.Y.S., Leung, P. (2006). The Effects of Accounting Students Ethical Reasoning And Personel Factors On Their Ethical Sensitivity. *Managerial Auditing Journal*, 21(2), 436-457.
- Civelek, A. M., Durukan, M. B. (1998). *Günümüz Koşullarında Muhasebe Mesleği ve Meslek Ahlakı*. Türkiye 3. Denetim Sempozyumu, İSMMMO, No:20, İstanbul.
- Cohen, D., Prusak, L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik. Kuruluşların Sosyal Sermayesi*. İstanbul: Mess Yayınları.
- Cohen, J., Pant, L. ve Sharp, D. J. (2001). An Examination of Differences in Ethical Decision-Making Between Canadian Business Students and Accounting Professionals. *Journal of Business Ethics*, 30, 319-336.

- Cüceloğlu, D. (1993). *Yeniden İnsan İnsana*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çelik, A. (2007). *Stok Hileleri ve Bir Uygulama*. A.B.D. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Çokluk, Ö. S., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, S. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: Spss ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Daştan, A. (2009). Etik Eğitiminin Muhasebe Eğitimindeki Yeri ve Önemi: Türkiye Değerlendirmesi. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 26, 285.
- Daştan, A. (2001). *Meslek Ahlakı Kuralları ve Muhasebe Mesleğindeki Yeri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Davis, M. A., Andersen, M. G., Curtis, M. B. (2001). Measuring Ethical Ideology In Business Ethics: A Critical Analysis Of The Ethics Position Questionnaire. *Journal Of Business Ethics*, 32, 35-53.
- Demir, M., Ekiztepe, B. (2011). *Konaklama İşletmelerinde Etik İklimi, Örgütsel Bağlılık ve İşgören Performansı İlişkisi*. I. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu-UTOS'11, 29 Eylül-01 Ekim 2011, Beyşehir, Konya.
- Dickson, M. W., Aditya, R. N., Chhokar, J. S., (1999). *Anti-Management Theories of Organizations: Acritique of Paradigm Proliferation*. USA, Cambridge University Press.
- Dickson, M. W., Smith, D. B., Grojean, M. W., Ehrhart, M. (2001). An organizational climate regarding ethics: The outcome of leaders' value and the practices that reflect them. *The Leadership Quarterly*, 12, 197-217.
- Dinçer, Ö., Fidan, Y. (1995). *İşletme Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Dağıtım A.Ş.
- Doğan İ. (2006). Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 23, 1– 26.
- Doğan, N. (2008). İş Etiği ve İşletmelerde Çöküş. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10, 180.
- Donaldson, T., Werhane, H. (1999). *Ethical Issues in Business*. New Jersey, Prentice Hall.
- Douglas, P. C., Davidson, R. A., Schwartz, B. N. (2001). The Effect of Organizational Culture and Ethical Orientation on Accountants' Ethical Judgments. *Journal of Business Ethics*. 34, 101–121.
- Dönmezer, S. (1974). *Sosyoloji*. (5. Baskı). İstanbul: Hüsnütabiat Matbaası.

- Elçi, M. (2005). *Örgütlerde Etik İklimin Personelin Vatandaşlık Davranışlarına Etkileri*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Üniversitesi, Gebze.
- Emerson, T. L. N., Conroy, S. J., Stanley, C. W. (2007). Ethical Attitudes of Accountants: Recent Evidence from a Practitioners' Survey. *Journal of Business Ethics*, 71, 73–87.
- Eren, E. (1997). *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Der Yayınları.
- Eroğlu F. (1996). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Ertaş, F. C., Arslan, M. C. (2009). Bağımlı ve Bağımsız Muhasebecilerin Meslek Etiği Algılama Düzeylerine İlişkin Bir Araştırma. *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*, 27, 123-42.
- Etik İlkeler Yönetmeliği, Ek-1, Madde 1.
<https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=8044&mevzuatTur=KurumVeKurulusYonetmeliği&mevzuatTertip=5> (Erişim Tarihi: 5.10.2019)
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., Ferrell, L. (2011). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*. USA, South-Western.
- Fletcher, J. (1973). *Situations Versus Systems*. In P. E. Davis (Eds.). *Introduction To Moral Philosophy*. Columbus, Ohio: Merrill.
- Forsyth, D. R. (1980). *A Taxonomy of Ethical Ideologies*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39 ,1, 175–184.
- Forsyth, D. R. (1992). Judging the Morality of Business Practices: The Influence of Personal Moral Philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11,461-470.
- Forsyth, D. R. (1994). Honorable Intentions versus Praiseworthy Accomplishments: The Impact of Motives and Outcomes on the Moral Self. *Current Psychology*, 12, 296–311.
- Forsyth, D. R., Berger, R. E. (1982). The Effects of Ethical Ideology on Moral Behavior. *The Journal of Social Psychology*, 117(2), 53–56.
- Forsyth, D. R., Nye, J. L., Kelley, K. (1988). İdealism, Relativism, And The Ethic Of Caring. *The Journal Of Psychology*, 122, 243-248.
- Forsyth, D. R., O'Boyle Jr., E. H., McDaniel, M. A. (2007). East Meets West: A Meta-Analytic Investigation of Cultural Variations in Idealism and Relativism. *Journal of Business Ethics*, 83, 813–833.

- Forsyth, D. R., O'Boyle Jr., E. H., McDaniel, M. A. (2008). East meets West: A meta-analytic investigation of cultural variations in idealism and relativism. *Journal of Business Ethics*, 83, 813-833.
- Forsyth, D.R. (1981). Moral judgment: The influence of ethical ideology. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7, 218- 223.
- Forsyth, D.R., Nye, J.L. (1990). Personal moral philosophies and moral choice. *Journal of Research in Personality*, 24(2), 398- 414.
- Gegez, A. E., (2010). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Gök, S. (2009). *İş Etiği. Çalışma Yaşamından Örnek Olaylar*. P. Tırnaz (Ed). İstanbul: Beta Yayınları.
- Gözler, K. (2010). *Hukukun Temel Kavramları*. (7. Baskı), Bursa: Ekin Yayınevi.
- Greenberg, J.,Baron, R. A. (1990). *Behavior in Organizations*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Güney, A. (2016). Muhasebe Mesleğinde Etik ile İlgili Düzenlemelerin Muhasebe Eğitimi Üzerindeki Etkileri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(Ek 1), 82.
- Güney, S. (Ed). (2001). *Örgüt Geliştirme ve Yönetim ve Organizasyon*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Güngör, E. (1990). *Tarihte Türkler*. (3. Basım). Ankara: Ötüken Yayınları.
- Güvenç, B. (1999). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th Edition). Prentice Hall, New Jersey.
- Hançerlioğlu, O. (2003). *Düşünce Tarihi*. (10. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hartikainen, O., S. Torstila (2004). Job-Related Ethical Judgment in the Finance Profession. *Journal of Applied Finance*, 14, 62–76.
- Hartman, L.P. (1998). *Perspectives in Business Ethics*. McGraw Hill Companies, Singapore.
- Hitt, M. A., Collins J. D. (2007). Business Ethics, Strategic Decision Making, and Firm Performance. *Business Horizons*. 50, 353-357.
- Hitt, W.D. (1990). *Ethics And Leadership*. Putting Theory Into Practise. Columbus, Battelle Press.
- Hunsaker, P. L. (2003). *Management A Skills*. Approach. New Jersey: Pearson Education Limited, Inc.
- İpşiroğlu, N. (1991). *Çağdaş Kültürümüz: Olgular-Sorunlar*. İstanbul: Cem Yayınevi.

- İşgüden, B., Çabuk, A. (2006). Meslek Etiği ve Meslek Etiğinin Meslek Yaşamı Üzerindeki Etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 59-86.
- Jacob, S., Hartshorne, T. S. (2007). *Ethics and Law for School Psychologists*. New Jersey: John Wiley, Sons, Inc.
- James, W. (2003). *Faydacılık*. (T. Göbekçin, Çev.). Ankara: Yeryüzü Yayınevi.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (2. Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaptein, M. (2009). Ethics Programs and Ethical Culture: A Next Step in Unraveling Their Multi-Faceted Relationship. *Journal of Business Ethics*, 89, 261-281.
- Kırel, Ç. (2000). *Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Kim, Y. (2003). Ethical Standards and Ideology Among Korean Public Relations Practitioners. *Journal of Business Ethics*, 42, 209-223.
- Kotar, E. (1997). Muhasebe Denetim Mesleğinde Ahlakın Yeri ve Önemi. III. Türkiye Denetimi Sempozyumu Bildiri Kitabı, İSMMM Yayınları, Yayın 20, 30, 66.
- Kozlu, C. (1986). *Kurumsal Kültür: Amerika, Japonya ve Türkiye: Başarılı Firma Yönetimlerinde Kurumsal Kültürün Rolü*. İstanbul: Bilkom Yayıncılık.
- Kowalski, T. J. (2003). *Contemporary School Administration*. Boston: Pearson Education Inc.
- Kuçuradi, I. (1996). *Etik*. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Kutlu, H. A. (2011). *Muhasebe Meslek Ahlakı*. (2. Basım). Ankara: Nobel Kitabevi.
- Lacewing, M. (2010). *Deontoloji*, Routledge (Taylor- Francis Group). Alevel Philosophy, CO., UK.
- Lachman, V. D., (2008). Whistleblowing: Role of Organizational Culture in Prevention and Management. *Dermatology Nursing*, 20, 394-400.
- Lim, B. (1995). Examining The Organizational Culture and Organizational Performance Link. *Leadership & Organization Development Journal*, 16, 16.
- Lovett, B. J., Jordan, A. H. (2005). Moral Values, Moralism, and the 2004 Presidential Election. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 5(2), 167.
- Low, M., Davey, H., Hooper, K. (2008). Accounting Scandals, Ethical Dilemmas and Educational Challenges. *Critical Perspectives on Accounting*, 19, 222-254.

- Marta, J. K., Attia, A., Singhapakdi, A., Atteya, N. (2003). A Comparison of Ethical Perceptions and Moral Philosophies of American and Egyptian Business Students. *Teaching Business Ethics* , 1-20.
- Mead, R. (1998). *International Management*. Second Edition, Oxford, Blackwell.
- Mengüşoğlu, T. (1965). *Değişmez Değerler ve Değişen Davranışlar* (1.Basım). İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Mevzuat Bilgi Sistemi. (2014, Mart). İnteraktif aylık bülten. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=19512&MevzuatTur=9&MevzuatTertip=5> (Erişim Tarihi: 01.05.2019)
- Mugan, C. Ş. (1999). Ahlâk, Toplumsal ve Kişisel Değerler: Muhasebe Mesleği ve Eğitimi Üzerindeki Etkileri. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi* (MÖDAV), 2, 9-11.
- Mutlu, E. (1994). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi.
- O’Fallon, M.J., Butterfield, K.D. (2005). A Review of The Empirical Ethical Decision-Making Literature: 1996–2003. *Journal of Business Ethics*, 59(2), 475-413.
- Oktay, A. (2000). *Kurum Kimliği*. Ankara: MediaCat Kitapları.
- Örnek, S. V. (2000). *Türk Halkbilimi*. (2. Basım). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Özbek, V., Özer, G. (2012). Küçük İşletme Sahiplerinin Dindarlık Düzeyleri, Etik İdeolojileri ve Algıları Arasındaki İlişkiler. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 169-188.
- Özçelik, H., Keskin, S. (2017). Muhasebe Mesleği Etiği ve Uygulamaları: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy İİBF Dergisi*, 4(2), 139-148.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Yayınları.
- Özdemir, Ş., (2016). *Ahlak İçermeyen Ticaret Olmaz*. Kocatepe: <http://dosya.kocatepegazetesi.com/2-07-2020/>. (Erişim tarihi: 02.07.2018).
- Özer, G., Uyar, M (2010). Muhasebecilerin Etik Oryantasyonlarının Mesleki Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir İnceleme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 48(2), 89- 100.
- Özgener, Ş. (2009). *İş Ahlakının Temelleri Yöneltil Bir Yaklaşım* (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Özkalp, E. (1995). *Sosyolojiye Giriş*. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.
- Özkalp, E. (1995). *Örgütlerde Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Özkalp, E., Kırel, Ç. (2011). *Örgütsel Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özkalp, E., Kocacık, F. (1991). *Davranış Bilimlerine Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özlem, D. N (2004). *Etik-Ahlak-Felsefesi*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Özocak, H., Baş, M. (2001). Muhasebe ve Denetim Mesleğinde Etik, Bağımsızlık ve Tarafsızlık. *Mali Çözüm Dergisi*, 56(2), 69- 77.
- Özyer, K., ve Azizoğlu, Ö. (2010). Demografik Değişkenlerin Kişilerin Etik Tutumları Üzerindeki Etkileri. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 59-84.
- Peker, Ö., Aytürk, N. (2002). *Yönetim Becerileri*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Peters, T. J., Robert H. W. (1987). *Yönetme ve Yükseltme Sanatı "Mükemmeli Arayış"*. (S. Sargut, Çev.) İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Pettigrew, A. M. (1979). *On Studying Organizational Cultures*. *Administrati ve Science Quarter*, 24, 570-581.
- Pınar, İ. (2002). Akademisyenlerin Etik Değerleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi *İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 13, 5-19.
- Rawwas M. Y. A., Swaidan, Z., Isakson. H. (2007). A Comparative Study of Ethical Beliefs of Master of Business Administration Students in the United States With Those in Hong Kong. *Journal of Education of Business*, January/February, 146 – 158.
- Robbins, S. P., Mathew, M. (1990). *Organization Theory: Structure, Design and Applications*. Prentice Hall
- Rosenthal, M., Yudin, P. (1997). *Materyalist Felsefe Sözlüğü* (A.Çalışlar, Çev.).İstanbul: Sosyal Yayınevi.
- Sakarya, Ş., Kara, S. (2010). Türkiye’de Muhasebe Meslek Etiğine Yönelik Düzenlemeler ve Meslek Mensupları Tarafından Algılanması Üzerine Bir Alan Araştırması. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12, 57-72.
- Savran, G. (2007). Etik iklim ve Tükenmişlik Sendromunun Kalite Yönetim Sistemleri Üzerine Etkileri: Bir Laboratuvar Uygulaması, Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, İzmir.

- Saygan, S. (2011). Whistleblowing ve Örgütsel Etik İklimi Üzerine Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Saylı H., Ağca V., Kızıldağ D., Yaşar Uğurlu Ö. (2009). Etik, Kurumsal İtibar ve Kurumsal Performans İlişkisini Belirlemeye Yönelik İlk 500 İşletme İçinde Yapılmış Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14, 171-180.
- Schlenker, B.R., Forsyth D.R. (1977). On The Ethics of Psychological Research. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(2), 369-396
- Schwartz, M.S. (2013). Developing and Sustaining an Ethical Corporate Culture: The Core Elements, *Business Horizons*. 56, 39-50.
- Selimoğlu, S. K. (1997). Muhasebe Meslek Ahlakı (Etik) Yaklaşımı. III. Türkiye Muhasebe Denetim Sempozyumu Bildiri Kitabı (30 Nisan-4 Mayıs, Alanya), İSMMMO Yayınları, 20, 147-149.
- Selimoğlu, S.K. (2001). Muhasebe Eğitiminin Meslek Mensubu Adaylarına Ahlaki Doğruları Kazandırmadaki Rolü. XX. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu, 23-27, 5-17.
- Serbest, H. (2001). *İnsan ve Etik*. Işık Binyılı Dergisi, Sayı:7, Sonbahar. www.lightmillenium.org. (Erişim Tarihi: 20.05.2020).
- Shafer, Morris ve Ketchand (2001). Effects of Personal Values on Auditors' Ethical Decisions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 14(2), 254-277.
- Singhapakdi, A., S.J. Vitell, G.R. Franke (1999). Antecedents, Consequences, and Mediating Effects of Perceived Moral Intensity and Personal Moral Philosophies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 19-36.
- Smith, P.B., Bond, M.H. (1998). *Social Psychology Across the Cultures*. Prentice Hall Europe. Great Britain.
- Soylu, Y. (2010). Muhasebe Meslek Mensuplarının Eğitim Düzeylerinin Meslek Etiğinin Algılanması Üzerindeki Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Sökmen, A., Boylu, Y. (2001). Otel İşletmeleri ve Yöneticileri Açısından Etik Kavramı ve Uygulamaları: Ankara'da Ampirik Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 31-54.
- Sözbilir, N. (2000). *Türkiye'de Muhasebe Uygulamalarında Etiksel Boyutlar*. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.

- Sözbilir, N., Yenigün, T. (2001). Muhasebe Mesleğinde Etik. XX. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu: Muhasebe Eğitiminde Yeni Ufuklar. Antalya, Mayıs, 34.
- Stevens, B. (1996). An Analysis of Corporate Ethical Code Studies: Where Do We Go From Here? *Journal of Business Ethics*. 13, 63-69.
- Strike, K. A., Haller, E. J., Saltis, J. F. (1988). *The Ethics of School Administration*. New York and London. Teachers College Press.
- Şimşek, Ş., Akgemci, T., Çelik A. (2001). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Terzi, A.R., (2000). *Örgüt Kültürü*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tierney, E. P. (1997). *İş Ahlakı* (G.Günay, Çev.). İstanbul: Rota Yayınları.
- Tolan, B. (1991). *Toplum Bilimlerine Giriş*. Ankara: Adım yayıncılık.
- Toraman, C., Akcan, A. (2003). Muhasebe Denetiminde Etik Teori. Muhasebe ve Denetime Bakış, Muhasebe Finansman Dergisi, 3, 60-63.
- Trevino, L. K., Nelson, K. A. (2011). *Managing Business Ethics: Straight Talk About How To Do It Right*. 5th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Trevino, L.K., Butterfield, K.D., McCabe, D.D. (2001). The Ethical Context in Organizations: Influences on Employee Attitudes and Behaviors, Ethical Issues in Organizations, The Next Phase of Business Ethics. In M. Schwartz., H. Harris., R. Duska, E. G. P. Limited (Eds). *Integrating Psychology and Ethics*, 301-307.
- Tsahuridu, E.E., Walker, E. (2001). Idealism, Gender and Business Decisions. *Journal of Management and Organization*. 7(2), 53-62.
- Turgut, İ. (2002). *Eğitim ve Etik*. İzmir: Kanyılmaz Matbaası.
- Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (2009). Dünyada ve Türkiye’de İş Etiği ve Etik Yönetimi. (Yayın No: T-2009-06-492). İstanbul: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği.
- Türk, Z. (2004). *Muhasebe Meslek Ahlakı*. Adana: Nobel Kitabevi.
- Uçma, T. (2007). Muhasebe Meslek Mensubu Olmak İsteyenlerin Etik Değer Anlayışlarının Belirlenmesi ve Muğla Üniversitesi Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Usta, A. (2011). Kuramdan Uygulamaya Kamu Yönetiminde Etik ve Ahlak. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 42.

- Usta, A. (2012). Kamu Örgütlerinde Meslek Etiği ve Çalışma Ahlakı Üzerine Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17, 407.
- Ünal A. (2003). *İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk*. Adana: Nobel Yayıncılık.
- Victor, B., Cullen J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 33, 101-125.
- Wachter, K., Vitell, S. J., Shelton, R. K., Park, K. (2012). Exploring Consumer Orientation Toward Returns: Unethical Dimensions. *Business Ethics: A European Review*, 7, 115-128.
- Wang, L.C., L. Calvano (2015). Is Business Ethics Education Effective? An Analysis of Gender, Personal Ethical Perspectives, and Moral Judgment. *Journal of Business Ethics*, 126(2), 591-602.
- West, T., Ravenscroft, S. P., Shrader, C. B. (2004). Cheating and Moral Judgment in the College Classroom: A Natural Experiment. *Journal of Business Ethics*, 54(2), 173 – 183.
- Yenigün, T., Sözbilir, N. (2001). Muhasebe Mesleğinde Etik. XX. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu: Muhasebe Eğitiminde Yeni Ufuklar, Antalya, Mayıs.
- Zencirkıran, M. (Ed). (2012). *Örgütsel Etik*. Ankara: Dora Yayınevi.
- Zeylan, U. (2011). Advertising Ethics and Regulation: Consumer Attitudes, Behaviour and Ethical Ideologies. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.

İNTERNET KAYNAKLARI

- https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TDS/TDS_2021_Seti/2019_etikkurallar.pdf
- www.lightmillenium.org
- [http://dosya.kocatepegazetesi.com/2-07-2020/.](http://dosya.kocatepegazetesi.com/2-07-2020/)

EKLER**Anket Formu****EK-1****DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER**

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
Yaş	18-28	29-39	40-50	50 ve üzeri
Şirketteki Pozisyon	Muhasebe Elemanı	Muhasebe Müdürü	Serbest Muhasebeci Mali Müşavir	Yeminli Mali Müşavir
Öğrenim Durumu	Lise	Önlisans	Lisans	Lisans Üstü Öğretim
Çalışma Yılı	1 yıldan az	1-10 yıl	11-19 yıl	20 ve üzeri yıl
Ankete Katıldığınız Şehir	Osmaniye	Adana	Gaziantep	Kilis

AHLAK POZİSYON ANKETİ

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bir kişi, davranışlarının çok küçük derecede bile olsa kimseye asla kasıtlı olarak zarar vermediğinden emin olmalıdır.					
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta risklerin ne kadar küçük olduğuna bakılmaksızın, bir başkasına yönelik risklere asla tolerans gösterilmemelidir.					
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta başkalarına yönelik potansiyel bir zararın varlığı, faydalar elde edilebilecek olsa bile başkalarına yönelik potansiyel bir zararın varlığı her zaman yanlıştır.					
Kişi asla psikolojik veya fiziksel olarak başkalarına zarar vermemelidir.					
Kişi, başka bir bireyin itibarını ve refahını tehdit edebilecek herhangi bir eylemde bulunmamalıdır.					
Eğer bir eylem, masum birine zarar verecekse o zaman yapılmamalıdır.					
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta hareketin olumsuz sonuçlarına karşı olumlu sonuçlarını dengeleyerek bir eylemde bulunup bulunulmayacağına karar verme ahlaki değildir.					

İnsanların refahı ve saygınlığı, herhangi bir toplumda en önemli tema olmalıdır					
Alınacak bir kararda ya da yapılacak bir davranışta başkalarının refahını feda etmek asla gerekli değildir.					
Ahlaki eylemler en mükemmel eylemin idealleriyle bire bir eşleşen eylemlerdir.					
Herhangi bir ahlak kodunun parçası olmalı diyebileceğimiz kadar önemli ahlak ilkeleri yoktur.					
Neyin ahlaki olduğu, durumdan duruma ve toplumdan topluma değişir.					
Ahlaki standartlar bireysel olarak görülmelidir. Mesela bir kişinin ahlaki olarak gördüğü şey, başka biri tarafından ahlak dışı olarak değerlendirilebilir.					
Ahlak türleri haklılık ile kıyaslanamaz.					
Ahlaki ya da ahlaki olmayan durum bireye bağlı olduğundan, herkes için neyin ahlaki olduğuna dair sorular asla çözülemeyecektir.					
Ahlaki standartlar, bir kişinin nasıl davranması gerektiğini gösteren basit ve kişisel kurallardır ve başkalarının karar almalarına uygulanmamalıdır.					
İnsanlar arası ilişkilerdeki ahlaki durumlar o kadar karmaşıktır ki, bireylerin kendi şahsi ilkelerini oluşturmaları sağlanmalıdır.					
Bazı davranış biçimlerinden alıkoyan çok katı ilkeler; ahlaki durumların, daha iyi insan ilişkilerinin ve uyumu sağlayacak yolların yerine geçebilir.					
Yalan söylemeye ilişkin hiçbir kural oluşturulamaz; yalanın kabul edilebilir olup olmadığı tamamen duruma bağlıdır.					
Bir yalanın ahlaki olup olmadığına karar verilmesi, eylemi çevreleyen koşullara bağlıdır.					

KURUMSAL AHLAK ÖLÇEĞİ

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Şirketimdeki yöneticiler genellikle ahlak dışı olduğunu düşündüğüm davranışlarda bulunurlar.					

Firmamda başarılı olmak için, birinin ahlakından taviz vermesi çoğunlukla gereklidir.					
Şirketimdeki üst yönetim, ahlaki olmayan davranışların tolere edilemeyeceğini açıkça bir şekilde bilinmesini sağlamıştır.					
Şirketimdeki bir yöneticinin öncelikle kişisel kazançta neden olan (firma kazancından ziyade) ahlaki olmayan davranışlarda bulunduğu tespit edilirse, derhal kınanır.					
Şirketimdeki bir yöneticinin, öncelikle firma kazancıyla sonuçlanan (kişisel kazanım yerine) ahlaki olmayan davranışlarla meşgul olduğu keşfedilirse, derhal kınanır					

DİĞER ETKİLER

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Yönetim, bireysel yargı uygulamaktansa kurallara uymayı genellikle önem vermektedir.					
Mesleki toplantılara katılma, mesleki yayınları okuma gibi uzmanlık alanında çok aktifim.					
Üniversite kariyerim boyunca birçok ahlaki veya felsefi dersler aldım.					
Üniversite de aldığım ahlak eğitimi uygulamaya dönük olmaktan çok teorik düzeydeydi.					
Mesleki davranış kuralını tam olarak anlamış bulunuyorum.					

KISA HİKAYELER

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
A. Yılda 100,000\$ kazanan bir yönetici, gider hesabını yıllık yaklaşık olarak 3000\$ kadar göstermiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					
B. Genel müdür, firmanın gelirini arttırmak için çevre kirliliğinin yasal limitlerini aşacak bir üretim projesi kullanmıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					
C. Bir borsacı iyi bir yatırım olmadığını düşündüğü bir hisse senedini aracı firmanın baskısı nedeniyle önermiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					
D. Küçük bir işletme, brüt gelirinin 1/4 'ünü nakit olarak kazanmıştır. İşletme sahibi, gelir vergisi nedeniyle nakdin sadece yarısını Gelir İdaresine bildirmiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					

E.	Bir şirket yabancı bir ülkenin görevlisine 350,000\$'lık bir danışmanlık ücreti ödemiştir. Bunun karşılığında görevli yüklenici firmaya 10 milyon \$ gelir kazandıracak bir sözleşme temininde yardım sözü vermiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
F.	Bir şirket yöneticisi, bir rakibinin kendi firmasının karını ciddi oranda düşürecek bir bilimsel buluş yaptığını öğrendi. Şirket yöneticisi rakip firmanın önemli bir çalışanını bu buluşun detaylarını öğrenmesi için işe almıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
G.	Bir otoyol inşaat müteahhidi sektördeki teklif sürecini ve acımasız rekabeti beğenmez. Bu yüzden Müteahhit diğer büyük firmalarla kendilerine makul bir kar bırakacak teklif süreci için bir anlaşma yapmıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					

H.	Bir şirket yöneticisi, tedarik firmalarına Noel hediyeleri göndermenin kendi konumlarından taviz vermek olduğunu düşünmektedir. Yine de şirket yöneticisi, bu uygulamaya devam etmiştir. Çünkü, bu yaygın bir uygulamaydı ve uygulama da değişiklik yapılması iş kaybına neden olabilirdi.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
I.	Bir şirket müdürü, çalıştığı şirketinin hisse dağıtımını yaparak kar payını arttırmayı düşündüğünü duyurma niyetinde olduğunu öğrenmiştir. Bu bilgi üzerine şirket müdürü, çalıştığı şirketten fazla hisse almış ve daha sonra bunu karlı bir şekilde satmıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
J.	Bir şirketin üst düzey yöneticisi, yakın arkadaşı ve aynı zamanda rekabet müdürü olan kişiyi, daha yetkin bir müdür olan fakat yakın arkadaşı olmayan kişinin yerine bölge müdür yardımcısı yapmıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					

K.	Bir mühendis, ürün tasarımında emniyet açısından tehlike oluşturacak bir kusur tespit etmiştir. Şirketi bu kusurun düzeltilmesini reddetmiştir. Mühendis, şikayetini firma dışına taşımak yerine susmayı tercih etmiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
L.	Bir denetçi normalde kamuya açık olması gereken bazı utanç verici finansal gerçekleri açıklamak yerine gizleyerek yasal bir finansal rapormuş gibi kamuya sunmuştur.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
M.	Bir işveren denetmen pozisyonu için aynı kaliteye sahip 2 kişiden başvuru almıştır. Bu 2 kişi arasında işveren erkek olanı tercih etmiştir. Çünkü, işverene göre çalışanlar bir kadın tarafından denetlenmekten hoşlanmıyorlardı.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
N.	Bir ürün pazarlama stratejisi kapsamında, temel özellikleri değişmeden firma sadece ürünün rengini değiştirip ve ürünü “yeni ve geliştirilmiş” ürün olarak piyasaya sunmuştur.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					

O. Aşırı arıtma masraflarıyla karşılaşan üretim esnasında yan ürün olarak arsenik üreten bir madencilik firması sudaki emniyetli arsenik seviyesinin önceki inanılanlardan daha iyi olduğunu gösterecek bir araştırma firmasını görevlendirmiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					
P. Küçük bir firmanın sahibi lisanslı bir yazılımın kopyasını yazılım firmasına 500\$ verip almak yerine bir iş arkadaşından ücretsiz olarak almıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					
Q. Jack, ikinci el araba satıcısıdır ve patronu ona şirketin ayakta kalabilmesi için satışları artırması konusunda baskı yapmıştır. Jack da daha fazla satış taktiği olarak araçların kilometre sayaçlarını düşürmüştür.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					

R.	Lester, Daily Paper’da editördür. Lester yerel bir üreticinin hatalı ürün sattığını açıklayan bir makale yayınlayacaktı. Üretici firma sahiplerinden bir olan Shoes Ltd., Lester’i arar ve bu makaleyi isim vererek yayınlarsa Daily Paper’e reklam vermeyi kesme tehdidinde bulunmuştur. Lester reklam gelirinden vazgeçmemek için makaleden “Shoes Ltd.” adını çıkarmıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
S.	Pear Ltd adındaki büyük bir bilgisayar üreticisi, mevcut serilerini atıl hale getirerek yeni bir bilgisayar serisinin tanıtımını yapmıştır. Firma eski bilgisayar envanterini yerel bir okula bağışlamaya karar vermiştir. Firmanın böylece hem vergi miktarı azalacaktır hem de sosyal sorumluluk imajı oluşacaktır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					

T.	Dean, firmanın ürünlerini nerden alacağı konusunda son sözü söyleyen satın alma görevlisidir. Dean, fiyatlar ve diğer özelliklerin eşit olduğu durumlarda satın alma kararını verilecek hediyeye göre belirlemesiyle tanınmıştır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
U.	Martha firmanın satışlarının başarısız olduğu bir bölgede satış personeli ve bu bölgede Giant Ltd. adlı büyük bir müşteri bulunmaktadır. Martha satış yapmak için şirketin politikalarına aykırı hareket ederek ve Giant Ltd.'nin yöneticisine hediye vermeye karar vermiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					
V.	TTT Ltd. Yönetim kurulu gelirinin %7,5'unu kurumsal bağışlara tahsis edilmesini onaylamıştır. Fon doğrudan muhafaza edilen gelirden alınacaktır. Firma hisse sahiplerine yapılacak olan ödemeler azalacaktır.	Bu durum kabul edilebilir.					
		Bu durum kabul edilemez.					

W. XYZ Child firması tasarım bölümü daha hafif bir bebek arabası geliştirmiştir. Yeni ürünün üretim masrafı daha düşüktür fakat aracın tutma kolunun hafiften kırılma riski vardır. Firma yine de ürünü üretmeye ve piyasaya sürmeye karar vermiştir.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					
X. Bir elektrik üreticisi, boru temizleme sisteminde iyileştirme yapmamaya karar vermiştir. Çünkü, baca gazı yasal sınırlar içindedir ve bu iyileştirme firma gelirini %10 azaltacaktır.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					
Y. Üretim esnasında çok gürültü yapan bir fabrika yerleşim birimlerine yakın inşa edilmiştir. Çünkü, burada arsa maliyeti düşüktür.	Bu durum kabul edilebilir.					
	Bu durum kabul edilemez.					

ÖZ GEÇMİŞ**KİŞİSEL BİLGİLERİ**

Adı ve Soyadı :Hatice KANBUR

Doğum Yeri :

Adres :

İletişim :

EĞİTİM BİLGİLERİ

Ön Lisans :Anadolu Üniversitesi, 2010-2012

Lisans :Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, 2011-2014

İŞ DENEYİMİ

2014-2015 :Olca Öz Özel Eğitim Kurumları

OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 01/07/2021

Tez Başlığı / Konusu: Kişisel Ahlak ve Kurum Ahlakının Muhasebecilerin Ahlaki Karar Almalarındaki Rolü

Yukarıda başlığı/konusu belirlenen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 86 sayfalık kısmına ilişkin, 01/07/2021 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtreleme tiplerinden biri uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %29 'dur.

Filtreleme Tip 1 (maksimum %30) ☒

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça dâhil,
- 3- Alıntılar dâhil.

Filtreleme Tip 2 (maksimum %10) ☐

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç,
- 3- Alıntılar dâhil,
- 4- 5 Kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç.

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

01/07/2021

Adı Soyadı: HATİCE KANBUR

Öğrenci No: 15YLIS1101

Anabilim Dalı: İŞLETME

Programı: İŞLETME TEZLİ

Statüsü: ☒ Y.Lisans ☐ Doktora

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

ENSTİTÜ ONAYI

UYGUNDUR.

(Prof. Dr. Zeynep TÜRK)

(Arş. Gör. Şükrü Ufuk ULADI)