

İŞ AHLAKI DERGİSİ
TURKISH JOURNAL OF BUSINESS ETHICS

İŞ AHLAKI DERGİSİ
TURKISH JOURNAL OF BUSINESS ETHICS
Cilt/Volume: 9 ■ Sayı/Number: 1 ■ Bahar/Spring 2016
ISSN: 1308-4070 • eISSN: 2149-8148 • DOI: 10.12711/tjbe

İş Ahlakı Dergisi uluslararası ve hakemli bir dergidir.
Yayımlanan makalelerin sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.
Turkish Journal of Business Ethics is the official peer-reviewed, international journal of the
Türkiye IGIAD. Authors bear responsibility for the content of their published articles.

Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Adına İmtiyaz Sahibi/Owner
Ayhan Karahan

Yazı İşleri Müdürü/Chief Executive Officer
Ömer Bedrettin Çiçek (Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği)

Baş Editör/Editor-in-Chief
Nihat Erdoğan (Yıldız Teknik Üniversitesi)

Yardımcı Editör/Associate Editor
Murat Şentürk (İstanbul Üniversitesi)

Alan Editörleri/Section Editors
Emel Esen (Yıldız Teknik Üniversitesi)
Nurullah Gür (İstanbul Medipol Üniversitesi)

Değerlendirme Editörleri/Review Editors
Muhammed Veysel Bilici (Kırklareli Üniversitesi)
Ömer Faruk Ocakoğlu (Kırklareli Üniversitesi)

Çeviri Editörleri/English Language Editors
ENAGO
John Zacharias Crist
A. Kevin Collins

Yayın Kurulu/International Editorial Board*
Mumtaz Ali (International Islamic University, Malaysia)
Murteza Bedir (İstanbul Üniversitesi)
Rafik I. Beekun (University of Nevada, USA)
Mustafa Çağrıncı (Marmara Üniversitesi)
S. Waleck Dalpour (The University of Maine, USA)
Alpaslan Durmuş (EDAM [Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi])
Halil Ekşi (Marmara Üniversitesi)
R. Edward Freeman (The University of Virginia, USA)
Stephen Hicks (Rockford University, USA)
Hayrettin Karaman (Marmara Üniversitesi, Emekli Öğretim Üyesi)
T. Krishna Kumar (Osmania University, India)
Robert W. McGee (University of Florida, USA)
Jon Oplinger (The University of Maine, USA)
Mustafa Özel (İstanbul Şehir Üniversitesi)
Şevki Özgener (Nevşehir Üniversitesi)
Francesco Perrini (Bocconi University, Italy)
Deon Rossouw (Ethics Institute of South Africa and University of Stellenbosch, South Africa)
Kemal Sayar (Marmara Üniversitesi)
Ahmet Tabakoğlu (Marmara Üniversitesi)
Tuomo Takala (University of Jyväskylä, Finland)
Tina Uys (University of Johannesburg, South Africa)
Feridun Yılmaz (Uludağ Üniversitesi)

*Soyadına göre alfabetik sırada In alphabetical order by surname

Indexing-Abstracting
EBSCO
INDEX ISLAMICUS
INDEX COPERNICUS
ABI/INFORM (PROQUEST)
THE PHILOSOPHER'S INDEX
ile indekslenmekte ve/veya özetlerine yer verilmektedir.

Hakem Kurulu/Board of Reviewing Editors*

A. Tolga Öcal (Marmara Üniversitesi) ▪ Adem Baltacı (İstanbul Medeniyet Üniversitesi) ▪ Adem Levent (İstanbul Üniversitesi) ▪ Ali Danışman (Çukurova Üniversitesi) ▪ Ali Rıza Abay (Yalova Üniversitesi) ▪ Ali Rıza Erdem (Pamukkale Üniversitesi) ▪ Aslıhan Akpınar (Kocaeli Üniversitesi) ▪ Aşkın Keser (Uludağ Üniversitesi) ▪ Aylin Arazo ▪ Ayten Altıntaş (İstanbul Üniversitesi) ▪ Aytil Aşse Özdemir (Anadolu Üniversitesi) ▪ Bayram Zafer Erdoğan (Anadolu Üniversitesi) ▪ Bedrettin Kesgin (Yalova Üniversitesi) ▪ Besim Bülent Bali (Doğuş Üniversitesi) ▪ Bilal Eryılmaz (İstanbul Medeniyet Üniversitesi) ▪ Bilgin Meydan (Uludağ Üniversitesi) ▪ Bülent Dilmaç (Necmettin Erbakan Üniversitesi) ▪ Bülent Öztalay (İstanbul Üniversitesi) ▪ Can Tansel Kaya (Yeditepe Üniversitesi) ▪ Cemil Hakan Korkmaz (İstanbul Ticaret Odası) ▪ Cengiz Ceylan (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Cengiz Kallek (İstanbul Şehir Üniversitesi) ▪ Cengiz Şeker (EDAM [Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi]) ▪ Cengiz Yakıncı (İnönü Üniversitesi) ▪ Coşkun Erdağ (Aksaray Üniversitesi) ▪ Deniz Taşçı (Anadolu Üniversitesi) ▪ Elif Muğal Yücel (Uludağ Üniversitesi) ▪ Elif Vatanoglu-Lutz (Yeditepe Üniversitesi) ▪ Enes Eryılmaz (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Engin Aslanargun (Düzce Üniversitesi) ▪ Erkan Erdemir (İstanbul Şehir Üniversitesi) ▪ Faruk Taşçı (İstanbul Üniversitesi) ▪ Fatih Çetin (Niğde Üniversitesi) ▪ Ferda Erdem (Akdeniz Üniversitesi) ▪ Fuat Man (Sakarya Üniversitesi) ▪ Gonca Aslan (Yaşar Üniversitesi) ▪ Gül Bayraktaroğlu (Dokuz Eylül Üniversitesi) ▪ Günseli Bayraktutan (Başkent Üniversitesi) ▪ H. Nejat Basım (Başkent Üniversitesi) ▪ Hakan Ertin (İstanbul Üniversitesi) ▪ Hakkı Fındık (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Hanzade Doğan (İstanbul Üniversitesi) ▪ Hediyeullah Aydeniz (Marmara Üniversitesi) ▪ Hızır Murat Köse (İstanbul Şehir Üniversitesi) ▪ Hülya Kanalcı Akay (Uludağ Üniversitesi) ▪ Hüner Şencan (İstanbul Ticaret Üniversitesi) ▪ Hüseyin Çetin (Necmettin Erbakan Üniversitesi) ▪ İnanç Özekmekçi (Erciyes Üniversitesi) ▪ İnci Hot (İstanbul Üniversitesi) ▪ İsa İpçioğlu (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi) ▪ İsmail Dülgeroğlu (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Janset Özen Aytemur (Akdeniz Üniversitesi) ▪ Kadir Ardıç (Sakarya Üniversitesi) ▪ Kadircan Keskinbora (Bahçeşehir Üniversitesi) ▪ Köksal Alver (Selçuk Üniversitesi) ▪ Kürşad Yılmaz (Dumlupınar Üniversitesi) ▪ Luiz Ricardo Kabbach de Castro (EESC - Universidade de São Paulo) ▪ Mahmut Hakkı Akın (Necmettin Erbakan Üniversitesi) ▪ Mehmet Akif Çukurçayır (Selçuk Üniversitesi) ▪ Mehmet Fatih Aysan (İstanbul Şehir Üniversitesi) ▪ Mehmet Karagül (Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi) ▪ Mehmet Önal (İnönü Üniversitesi) ▪ Mehmet Zahit Tiryaki (İstanbul Medeniyet Üniversitesi) ▪ Mete Çamdereli (İstanbul Ticaret Üniversitesi) ▪ Mevlüt Akyol (İnönü Üniversitesi) ▪ Mevlüt Tathyer (Medipol Üniversitesi) ▪ Muhammed Abdullah Şahin (İstanbul Şehir Üniversitesi) ▪ Muhammed Veysel Bilici (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Muhammet Ali Tiltay (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi) ▪ Murat Taşdemir (İstanbul Medeniyet Üniversitesi) ▪ Mustafa Arslan (İnönü Üniversitesi) ▪ Mustafa Çelen (Marmara Üniversitesi) ▪ Mücahit Görgeç (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Necmettin Kızılkaya (İstanbul Üniversitesi) ▪ Nermin Ersoy (Kocaeli Üniversitesi) ▪ Nesrin Çobanoğlu (Gazi Üniversitesi) ▪ Nil Sarı (İstanbul Üniversitesi) ▪ Nilüfer Pembecioglu (İstanbul Üniversitesi) ▪ Nuray Tokgöz (Anadolu Üniversitesi) ▪ Nurullah Genç (İstanbul Ticaret Üniversitesi) ▪ Oya Morva (İstanbul Üniversitesi) ▪ Ömer Çaha (Yıldız Teknik Üniversitesi) ▪ Faruk Karaarslan (Erciyes Üniversitesi) ▪ Ömer Miraç Yaman (İstanbul Üniversitesi) ▪ Ömer Torlak (Rekabet Kurumu) ▪ Özgin Burak Kaymakçı (İstanbul Üniversitesi) ▪ Pınar Süral Özer (Dokuz Eylül Üniversitesi) ▪ Rainer Brömer (İstanbul Üniversitesi) ▪ Recep Uçar (İnönü Üniversitesi) ▪ Saim Kayadibi (Uluslararası İslam Üniversitesi, Malezya) ▪ Seçil Bal Taştan (Marmara Üniversitesi) ▪ Sefa Usta (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi) ▪ Senay Yürür (Yalova Üniversitesi) ▪ Senem Besler (Anadolu Üniversitesi) ▪ Süreyya Çakır (Sakarya Üniversitesi) ▪ Şenol Öztürk (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Şuayp Özdemir (Afyon Kocatepe Üniversitesi) ▪ Umur Işık (Gazi Üniversitesi) ▪ Umut Koç (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi) ▪ Ünsal Çiğ (Mersin Üniversitesi) ▪ V. Lale Tüzüner (İstanbul Üniversitesi) ▪ Veli Karataş (EDAM [Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi]) ▪ Yasemin Ertan (Uludağ Üniversitesi) ▪ Yunus Çolak (Kırklareli Üniversitesi) ▪ Yusuf Adıgüzel (İstanbul Üniversitesi) ▪ Yusuf Alpaydın (Marmara Üniversitesi) ▪ Yücel Bulut (İstanbul Üniversitesi) ▪ Yücel Saylar (Uludağ Üniversitesi) ▪ Zeki Parlak (Marmara Üniversitesi) ▪ Zümrüt Tonus (Anadolu Üniversitesi)

*İsme göre alfabetik sırada In alphabetical order by name

Akademik İçerik Danışmanlığı/Content Advisor
EDAM (Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi)
Web: www.edam.com.tr
Eposta: editormasasi@edam.com.tr

Hukuk Danışmanı/Legal Advisor
Av. Muaz Yanılmaz, Av. Betül Altınsoy Yanılmaz
Web: www.altinsoyyanilmaz.av.tr
Eposta: info@altinsoyyanilmaz.av.tr

Tasarım ve Uygulama/Graphic Design
Semih Edis, Ahmet Karataş

Tashih/Proofreading
Mehmet H. Ramazanoğlu

Baskı Öncesi Hazırlık/Prepress
EDAM (Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi)

Yayın Türü/Type of Publication
Yerel Süreli Yayın

Yayın Periyodu/Publishing Period
Altı ayda bir Mayıs (Bahar) ve Kasım (Sonbahar) aylarında
yayınlanır/Biannual (Spring & Autumn)

Baskı ve Cilt/Press
Limit Ofset Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi ZA-13 Topkapı,
İstanbul **Telefon:** +90 (212) 567-4535
Basım Tarihi: Ağustos 2016

İletişim/Correspondence
Maltepe Mh. General Ali Gürcan Cd. Eski Çirpici Yolu Sk. No:1
Merter Meridyen İş Merkezi Kat: 4 D: 419, Zeytinburnu
İstanbul 34010

Web: www.isahlakidergisi.com
Eposta: editor@isahlakidergisi.com

İçindekiler Table of Contents

MAKALELER ARTICLES

Araştırma Makaleleri/Research Articles

Polislerin ve Polis Adaylarının Mesleki Etik Dışı Davranışlar ile İlgili Görüşleri: Elazığ ve Malatya Örneği	7
Police Officers' and Candidates' Views on Professionally Unethical Behaviors: The Elazığ and Malatya Case	20
Mehmet Murat Payam	
Ethical Dilemmas in Finnish Debt Collection – An Explorative Case Study.....	25
Jarkko Jalonon, Tuomo Takala	
Adil Ticaret Bilgisi, Adil Ticaret Primi Ödeme İstekliliği ve Adil Ticaret Bağlılığı İlişkisinde Adil Ticarete Duyulan Güvenin Rolü: Türkiye Örneği.....	49
The Role of Fair Trade Trust on the Relationship of Fair Trade Knowledge, Fair Trade Adhesion, and Willingness to Pay Fair Trade Premium: The Case of Turkey	70
Sevdener Kapusuz, Halil Semih Kimzan	
Akademisyenlerin Araştırma ve Yayın Etiğine İlişkin Düşünceleri.....	91
Academicians' Views on Research and the Ethics of Publication	103
Müesser Özcan, Yasemin Balcı	
Etik İklim ve Algılanan Örgütsel Adalet İlişkisi: Tokat İli Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma	113
Ethical Climate and its Relationship with Perceived Organizational Justice: A Field Study in the Banking Sector of the City of Tokat	131
Ahmet Mumcu, Musa Said Döven	

KİTAP DEĞERLENDİRMELERİ BOOK REVIEWS

Uygulamalı Etik: Seküler ve Faydacı Yaklaşım / Applied Ethics: The Secular and Utilitarian Approach	155
Enes Eryılmaz	
Czarniawska'yı Gölgeleyen... / Shadowing Czarniawska.....	159
Ozan Ağlargoç	
Proleterleşmenin Yeni Bir Aşaması: Yeni Bir İşçi Sınıfı? / A New Stage of Proletarianization Process: A New Working Class?	165
Umut Yertüm	
Yazarlara Notlar	168
Notes for Contributors	172

Polislerin ve Polis Adaylarının Mesleki Etik Dışı Davranışlar ile İlgili Görüşleri: Elazığ ve Malatya Örneği

Mehmet Murat Payam¹
Adıyaman Üniversitesi

Öz

Bu çalışmanın amacı, polis ve polis adaylarının gözlemlerine göre polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerini belirlemektir. Bu amaçla bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Malatya ve Elazığ Polis Meslek Yüksek Okulundaki 89 polis ve 231 polis adayı oluşturmaktadır. Araştırma verileri, araştırmacı tarafından geliştirilen “Etik Dışı Davranışlar Ölçeği” ile toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde betimsel istatistikler ve *t*-testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, genel aritmetik ortalama bağlamında polisler, meslektaşlarının mesleki etik dışı davranışları “Hiçbir Zaman” yapmadıklarını düşünmektedirler. Polisler için, meslektaşlarının en sık yaptığı etik dışı davranış “Usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma” iken meslektaşları tarafından en az yapıldığını düşündükleri etik dışı davranış ise, “Görevini yerine getirirken rüşvet alma” davranışdır. Genel olarak polis adayları ise, polislerin mesleki etik dışı davranışları “Çok Nadir” yaptıklarını düşünmektedir. Polis adaylarına göre de polislerin en sık yaptığı etik dışı davranış “Usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma”, polislerin en az yaptıkları etik dışı davranış ise “Görevini yerine getirirken “rüşvet alma” davranışdır. Katılımcıların görüşleri okul değişkenine göre değişmezken, görev değişkenine göre değişmektedir. Araştırma bulgularına göre, hizmet öncesi ve hizmet içi eğitimlerinde polis ve polis adaylarının meslek etiği ilkelerine daha duyarlı hâle gelmeleri için eğitim programlarının hazırlanması ve bu konuda gerekli önlem ve denetimlerin alınması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler

Kolluk • Polis memuru • Polis adayı • Polis meslek etiği • Etik dışı davranış

¹ Adıyaman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Altınşehir Mah. 3005. Sok. No: 13 Merkez 02040 Adıyaman. Eposta: mpayam@adiyaman.edu.tr

Atıf: Payam, M. M. (2016). Polislerin ve polis adaylarının mesleki etik dışı davranışlar ile ilgili görüşleri: Elazığ ve Malatya örneği. *İş Ahlakı Dergisi*, 9, 7–24.

Günlük yaşamda insanların yaptıkları eylemlerin büyük bir kısmının etik değerlerle ilgisi olduğundan etik, meslek etiği ve etik dışı davranış ve benzeri kavramlar son yıllarda sıkça kullanılmaktadır. İnsanların yaptığı tüm eylemler etik değerler kapsamında değerlendirilmeyeceği gibi etik değerlerle ilgisi olmayan herhangi bir insan etkinliğinden söz etmek de hayli güçtür (Aydın, 2006). Etik, her türlü insan ilişkisinde temel nitelik olup her nerede insan varsa mutlaka etik bir ilişkinin söz konusu olduğu gerçeği gözden kaçırılmamalıdır (Kuçuradi, 2006). Bu açıdan bakıldığında tüm meslek grupları için etik ilkeler çok önemli olmakla birlikte, polislik hizmetleri vatandaşların yaşam alanlarını doğrudan etkilediği için güvenlik hizmeti sunan polisler için mesleki etik ilkeler daha da önemlidir.

İç güvenlikten sorumlu olan ve profesyonel bir meslek icra eden polisin, yasaların yanında evrensel kabul görmüş etik ilkelere de uygun davranması gerekmektedir. Cerrah'a göre (2011) güvenlik personelinin yasaları uygulama konusunda sahip olduğu yetkilerin genişliğine bakıldığında, polisin sunduğu hizmet kalitesinin ve standartlarının yükseltilebilmesi için mevcut yasal düzenlemelere ek olarak meslek etiği kurallarına da ihtiyaç bulunmaktadır. Ülkenin iç güvenliği açısından hayati bir önem taşıyan polisler için bazı etik ilkelerin yerleştirilerek bütün çalışanlara benimsetilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu konuda, AB ülkelerinde kapsamlı çalışmalar yapıлып meslek etik ilkeleri ve etik dışı davranışlar tek tek tanımlanmış olmasına rağmen bu konunun ülkemizde yansımaları oldukça yenidir (Sevinç, 2000). Dolayısıyla bu çalışmada polis ve polis adaylarının gözlemlerine göre polislerin mesleki etik dışı davranışlar ile ilgili görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Diğer kavramlarda olduğu gibi etik, meslek etiği ve polis meslek etiği kavramlarının tanım ve içerikleri hakkında da çok çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bununla birlikte bu kavramlar, polislik mesleği bağlamında düşünülerek tanımları yapılmaya çalışılmıştır.

Etik

Etik kavramının, üzerinde görüş birliğine varılmış tek bir tanımı yoktur. Etik sözcüğü köken olarak Yunanca “karakter” anlamına gelen “ethos” sözcüğünden türetilmiştir (Arda & Pelin, 1995; İnal, 1996). Etik disiplini ise, insanın kişisel ve toplumsal yaşamındaki ahlaki sorunlarını ele alıp incelemektedir (Akarsu, 1998). Etik tartışmaların temel konusu, insanın eylemlerini ahlaki bakımdan değerli ya da değersiz kılmanın ne olduğudur (Aydın, 2002). Etik, iyi kötü değerlerine ilişkin teori iken; ahlak, onun pratiğidir. Etik, değerler ile ilgili olup insanın ne şekilde davranması gerektiğini araştırırken; ahlak, bunun hayata geçirilmesini konu alır (Kıranlı, 2002, s. 2). Diğer bir anlatımla etik, gelenek, görenek ve ahlak ile aynı anlamı çağrıştırmakla birlikte, bu terimlerin kullanımlarında fark olduğu söylenebilir.

Etik, iyi ve doğru olanın ne olduğunu değil, bir şeyin iyi ve doğru olduğu hükmüne nasıl varılacağını gösterir. Böylece, etik ahlaki yargılar veya bir ahlak üretmez, ahlak üzerine konuşur. Eylemlere ilişkin ahlaki yargıların nasıl oluştuklarını üst bir bakış açısı ile çözümlemeye çalışır (Pieper, 1999). Birçok dilde kullanılan etik kelimesinin günümüzdeki anlamı, insan tutum ve davranışlarının iyi ya da kötü yönden değerlendirilmesidir (Aydın, 2000, s. 4; Aydın & Aydın, 2000, s. 10; Ceylan, 2007, s. 79). Etik, insanların birbirleriyle ve kurumlarla ilişkilerinde ve kurumlar içindeki davranışlarında iyi, doğru, kötü veya yanlış olarak adlandırdıkları değer yargılarının bütünüdür ifade eder (Eryılmaz, 2008). Polislik mesleğinde de etik terimi, çalışma ahlakı ya da meslek ahlakı anlamlarında kullanılmaktadır. Bu bağlamda, etik davranış kuralları ya da standartlarından beklenen amacın doğru, dürüst, adil, açık ve düzgün işleyen bir polislik hizmetinin egemen olmasını sağlamak olduğu söylenebilir.

Meslek etiği ve polis meslek etiği. Toplum hayatında insan ilişkilerinde ve çeşitli iş alanlarında bir arada çalışan bireyler arasında karşılaşılan etik sorunların bir sonucu olarak “meslek etikleri” ortaya çıkmıştır. İşgüden ve Çabuk (2006) mesleki etik kavramını meslek yaşamındaki davranışları yönlendiren, neyin yapılacağı ve neyin yapılmayacağı konularında rehberlik eden etik prensipler ve standartların toplamı olarak tanımlamaktadır. Meslek etiği, genel olarak neyin doğru ya da neyin yanlış olduğu ile ilgili kurallar ve standartlarla ilgilenir. Meslek etiğinin en önemli yanlarından biri, dünyanın neresinde olursa olsun, aynı meslekte çalışan bireylerin bu davranış kurallarına uygun davranmalarının gerekliliğini ortaya koymasındır (Aydın, 2002). Özetle, herhangi bir meslekte o mesleğe ilişkin davranışları yönlendiren ve belirli davranışlara rehberlik eden etik ilke ve standartlara “mesleki etik” denilebilir (Payam, 2015). Bu durumda çeşitli meslek gruplarına mensup olanların ilgili alanda meslek etiği bilgisine sahip olmaları beklenir. Bunun içinde meslek yaşamında değerlerin korunarak hayatın devam ettirilmesi amacıyla, etik değerler ve bu değerlerin bilgisine dayanan felsefe eğitimi gereklidir (Kuçuradi, 2002).

Polislik mesleği belirli kuralları oluşmuş, en köklü ve saygın mesleklerden biridir. Polislerin sahip olduğu yetkiler dikkate alındığında diğer mesleklere kıyasla polislik mesleği ve etik arasında daha çok ilişki olduğu görülmektedir. Meslek etiği ilkelerinin evrensel değerler üzerine kurulu olduğu gerçeğinden hareket edildiğinde, bir polisin mesleğinin gerektirdiği bazı etik ilkeler doğrultusunda hareket etme zorunluluğu vardır ve bu bağlamda sorumluluklarının neler olduğunu çok iyi bilmesi gerekmektedir. Polis meslek etiği;

“Bir meslek grubu olarak polislerin mesleğe ilişkin olarak oluşturup, geliştirdiği, polisleri görevleri esnasında belirli bir şekilde davranmaya zorlayan, güvenlik hizmetlerinin sunulması sırasında kişisel eğilimleri sınırlayan, polislik için yetersiz ve ilkesiz olduğu belirlenen meslek üyelerini eğiten ya da meslekten dışlayan, meslek içi rekabeti düzenleyen ve hizmet ideallerini korumayı amaçlayan polislik mesleğine ilişkin ilkeler bütünü” (Beren, 2002, s. 292, 2003, s. 6) olarak tanımlanabilir.

Polis meslek etik ilkeleri ve etik dışı davranışlar. Herhangi bir meslek grubunda çalışan bireylerin uymaları beklenen etik davranışlar ve terk etmeleri istenilen etik dışı davranışlar mevcuttur. Olumlu etik davranışlar deyince; eşitlik, adalet, yansızlık, sorumluluk, dürüstlük ve doğruluk, tarafsızlık, insan hakları, hukukun üstünlüğü, hümanizm ve saygı, olumlu insan ilişkileri, açıklık ve benzeri kavramlar akla gelmektedir. Olumsuz etik davranışlar deyince de; kayırma, rüşvet, yaranma, yolsuzluk, çıkar sağlama, görev ve yetkinin kötüye kullanımı, dogmatizm, yobazlık ve bağınazlık gibi kavramlar akla gelmektedir (Ataberk, 2003).

Meslek etik ilkeleri çeşitli mesleklerde bir birine benzerlik gösterse de polis meslek etiği ilkelerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür: mesleki sorumluluk, yasalara aykırı emri yerine getirmeme, görevin ihmal edilmemesi, işkence ve şiddetten kaçınma, yurttaşlık sorumluluğu, mesleki profesyonellik, güven, mesleki etkinlik, kendini geliştirme, sevgi, hoşgörü, tutumluluk, bağlılık ve takım çalışması, yaranma ve dalkavukluk yapmamak, iş ilişkilerine politika karıştırmamak, örnek kişi olmak, kötü alışkanlıklardan uzak durmak, dedikodu yapmamak, dogmatik davranmamak, yobaz veya bağınaz olmamak, bencil olmamak, insan ilişkileri ve eleştirilere açık olmak, insana saygı, hakarete bulunmamak, şiddet-baskı-saldırganlık göstermemek, özel hayata saygı, sır saklama, hak ve özgürlüklerin korunması, eşitlik ilkesi, hukukun üstünlüğü, tarafsızlık, ayrımcılık yapmamak, kayırmacılık yapmamak, dürüstlük-doğruluk, rüşvet ve hediye kabul etmemek, yolsuzluklara karışmamak ve göz yummamak, zimmetten kaçınmak, sömürü ve istismardan kaçınmak (Karababa & Gökçeğöz, 2002, s. 324–329; Pehlivan, 2002, s. 105–132).

Bu etik ilkelerin yanı sıra bazı evrensel etik dışı davranışlar da söz konusudur. Polislerin görevlerini yerine getirirken verdikleri kararlarda, yaptıkları uygulamalarda ve insanlarla ilişkilerinde kaçınmaları gereken ayrımcılık, kayırma, rüşvet, yıldırma-kışkırtma, ihmal, sömürü, bencillik, yolsuzluk, işkence, yaranma-dalkavukluk, şiddet, baskı, saldırganlık, ilişkilerine politika karıştırma, hakaret ve küfür, bedensel ve cinsel taciz, kötü alışkanlıklar, görev ve yetkinin kötüye kullanımı, dedikodu, zimmet, dogmatik davranış, yobazlık-bağınazlık gibi kurallar etik dışı davranışlar olarak görülmektedir (Ataberk, 2003; Aydın, 2002, s. 60–69; Karababa & Gökçeğöz, 2002, s. 329–330; Pehlivan, 2002, s. 105–132).

Polis tarafından sergilenen etik dışı her davranışın polislerin imajını zedelediği gibi polise olan güveni de azaltacağı hiçbir zaman unutulmamalıdır (Cerrah & Eryılmaz, 2001). Diğer yandan polisin her bir etik davranışı da polisin imajını düzeltecek ve halkın polise olan güveni arttıracaktır. Bedük ve arkadaşları (2005) tarafından yapılan araştırmada da etik dışı davranışların önüne geçilebildiği zaman polisin meslek etiğine uygun davranışlar gösterme oranının artacağı ve polise karşı halkın güven ve desteğinin daha fazla kazanılmış olacağı sonucuna varılmıştır.

Polis etiği ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, [Delice \(2014\)](#) tarafından yapılan araştırmada polislerin etik dışı davranışları ciddi bir sorun olarak gördükleri, etik dışı davranışların Emniyet Teşkilatında nadiren yaşandığı ve bu davranışlara yüksek cezalar verildiği saptanmıştır. Polislerin bu algıları cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi ve etik eğitimi alma durumuna göre farklılaşmazken; yaşı, kıdemi ve rütbesi daha fazla olan polislerin etik dışı davranışları daha ciddi bir sorun olarak algıladıkları görülmüştür.

[Beyaz \(2011\)](#) tarafından tarama modeli ve nicel yöntemle yapılan araştırmada Kriminal Polis Laboratuvarları (KPL) uzmanlarının, Olay Yeri İnceleme (OYİ) görevlilerine oranla etik ilkeleri, hem daha yüksek oranda benimsedikleri, hem de meslektaşları tarafından etik ilkelerin daha yüksek oranda yerine getirilmekte olduğu ortaya koyulmuştur. KPL uzmanları, OYİ görevlilerine oranla hukukun üstünlüğü ilkesini, daha yüksek oranda benimsemekte ve bu tespit meslektaşları tarafından da doğrulanmaktadır. Araştırma bulgularına göre hem KPL uzmanları, hem de OYİ görevlileri delil güvenliğine, kendi güvenliklerinden çok daha fazla önem vermektedir. KPL uzmanlarının, OYİ görevlilerine oranla tarafsızlık, dürüstlük, rüşvet ve hediye kabul etmemek konusunda daha yüksek bir orana sahip oldukları meslektaşları tarafından belirtilmiştir. OYİ görevlilerinin ise, KPL uzmanlarına oranla eleştiri, kendini geliştirme ve eğitime açık olma konusunda daha yüksek orana sahip olduğu meslektaşları tarafından belirtilmiştir.

[Cerrah ve arkadaşlarının \(2009\)](#) yaptığı araştırmada Türk polisinde etik dışı davranışların yaygın olduğu bulunmuştur. [Elgin \(2006\)](#) tarafından yapılan araştırmada vatandaşın, genellikle jandarma personelinin etik kodlara uygun davrandığını düşündüğü, ancak jandarma personelinin iyileştirilmesi gereken bazı davranışlarının da olduğu ortaya çıkmıştır. Jandarma personelinin daha iyi duruma getirmesi veya düzeltilmesi gereken davranışları; kamu kaynaklarını amacı dışında kullanmak, ek iş yapmak, eski statüden faydalanmak, özel hayata saygısız olmak ve adam kayırmaktır. [Bedük ve arkadaşları \(2005\)](#) tarafından yapılan çalışmada ise polis meslek etiği ile ilgili aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır: (i) Meslek mensuplarının görevlerinin gereğini yerine getirirken en fazla tereddüt yaşadıkları durum görev ve yetki sınırlarının belirlenmesidir. Hediye almama konusunda ise polisler tereddütte kalmadıklarını belirtmişlerdir. (ii) Katılımcılar, “dürüstlüğü” polislik mesleğinde en önemli etik değer olarak görürken mesleki bilgi ve tarafsızlık da önem verilen bir başka etik yargıdır. Eşitlik ve tarafsızlık, insan hakları, gizli bilgilerin saklanması, mesleki sorumluluk ve etkinlik konuları da önemli gördükleri etik değerler olarak belirtilmiştir. (iii) Katılımcılar sırasıyla ayrımcılık-kayıрма, kötü muamele, rüşvet veya yolsuzluk, görevi kötüye kullanma, dalkavukluk, işkence, şiddet, baskı ve korkutma en fazla etik dışı buldukları davranışlar olarak belirtmişlerdir.

Bal ve Beren'in (2007) polislerin kendi yöneticileri hakkındaki etik algılarını inceledikleri araştırmada, katılımcılardan %40'ı polis yöneticilerinin çalışanları özel işlerinde kullandıklarını, %20'si yöneticilerin hediye ve rüşvet kabul ettiklerini, %18'i polis yöneticilerinin kendilerine yakın gördüklerine ayrıcalıklı davrandıklarını, %15'i yöneticilerin yolsuzluklara göz yumduklarını, %10'u yöneticilerin trafik kurallarına uymadıklarını ve %10'u yöneticilerin aşırı kuvvet uyguladıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmanın Amacı

Polislerin görevlerini yerine getirirken verdikleri kararlarda, polislik uygulamalarında ve insanlarla ilişkilerinde etik değerlerin mesleki görünümünün belirlenmesi önemlidir. Polislik uygulamalarında etik ilkelerin benimsenmesi ve yerleşmesinde, polislerin hizmet öncesi eğitimleri çok önemli bir role sahiptir. Bu süreçte polis adaylarının etik ilkelerden ve etik dışı davranışlardan haberdar edilmeleri gerekmektedir. Çünkü bazen etik ilkelerin iyi bilinmesi bile insanları etik dışı davranmanın çekiciliğine kurban olmaktan kurtaramamaktadır (Aydm, 2002).

Bu araştırma ile polis adaylarının ve polislerin gözlem ve görüşlerine göre polislerin etik dışı davranışları saptanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, Polis Meslek Yüksekokulunda görev yapan polisler ve öğrenim gören polis adaylarının görüşlerine başvurulmuştur. Araştırmaya katılanlara ankette belirlenen durumlarda kendilerinin değil ama polislerin nasıl davrandığına ilişkin gözlem ve görüşleri sorulmuştur. Araştırmanın genel amacı doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmıştır: (i) Polis ve polis adaylarının, polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri nasıldır? (ii) Polis ve polis adaylarının, polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri arasında görev ve okul değişkenleri bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

Polis adaylarının ve polislerin mesleki sosyalleşmesindeki en önemli unsurlardan biri, gözledikleri polislerdir. Polis adayları, polis eğitim kurumlarında aldıkları kuramsal bilgilerin uygulamadaki durumunu, polisleri gözleyerek, polisler de doğrudan meslektaşlarını gözleyerek görmektedirler. Bu anlamda gözlenen polislerin yaptığı etik ya da etik dışı davranışlar, mesleğin ilk yıllarında yaşanabilecek olası etik ikilemler açısından ve yeni polisler için çok önemlidir. Araştırma sonuçlarının, polislerin ve polis adaylarının mesleki etik dışı davranışlar algısını ortaya koymaya, bu doğrultuda tedbirler almaya ve polislerin etik bilinçlerinin geliştirilmesi amacıyla uygun eğitim programlarının geliştirilmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Bu araştırmada polis ve polis adaylarının gözlemleri çerçevesinde polislerin mesleki etik dışı davranışlarının var olduğu hâliyle betimlenmesi amaçlandığından, araştırma tarama modelindedir.

Çalışma Grubu

Araştırmamanın çalışma grubunu, Malatya ve Elazığ Polis Meslek Yüksek Okullarında görev yapan 89 polis ve staj eğitimlerini tamamlamış 231 polis adayı oluşturmaktadır. Araştırmaya son sınıf öğrencilerinin alınmasının nedeni, bu öğrencilerin staj eğitimlerini kadroda tamamlamış olmaları ve polislik uygulamalarına bizzat tanık olmalarıdır. Tüm son sınıf öğrencilerinden ve polislerden araştırmaya katılanlar ise seçkisiz (random) olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak, araştırmacı tarafından geliştirilen “Etik Dışı Davranışlar Ölçeği” kullanılmıştır. Veri toplama işlemi, katılımcıların polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerini belirlemek için yapılmıştır. Ölçeğin geliştirilmesinde, araştırma konusu ile ilgili tez, makale ve yurt içi ve yurt dışında yapılan ilgili çalışmalardan yararlanılmıştır. Geliştirilen taslak ölçek, polis etiği alan uzmanlarına inceltirilerek, ölçek maddelerinin konuyu kapsayıp kapsamadığı, yeterliliği, geçerliliği ve anlaşılabilirliği konusunda uzmanların fikirleri alınmıştır. Gelen eleştiri ve öneriler doğrultusunda nihai ölçek elde edilmiştir. 26 maddeden oluşan ölçek tek boyutludur ve Likert tipi maddelerden oluşmaktadır. Ölçeğin yapı geçerliği için faktör analizi yapılmıştır. Verinin KMO değeri .96, Barlett Testi değeri $p = .00$ olması faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğin faktör yapısını ortaya koymak için döndürülmemiş temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Ölçek maddelerinin döndürülmemiş temel bileşenler analizi sonucunda maddelerin faktör yük değerlerinin 0,36 ile 0,80 arasında değiştiği görülmüştür. Ölçeğin tamamının açıkladığı varyans %66,52’dir. Yapı geçerliği olan bir testte, testin açıkladığı toplam varyansın %40’ın üstünde olması yeterli görülmektedir (Büyüköztürk, 2010). Ölçekte “1- Hiçbir zaman, 2- Çok nadir, 3- Bazen, 4- Çoğunlukla ve 5- Her zaman” ifadeleri kullanılmıştır. Ölçeğin tümünün Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı bu çalışma için $\alpha = 0.96$ ’dır. Ölçekte 26 madde olduğu için ölçekten alınabilecek en düşük puan 26, en yüksek puan ise 130’dur. Ölçekten alınan puanın yükselmesi etik dışı davranışın sıklığının arttığını, düşmesi ise azaldığını göstermektedir. Yapılan bu analizler geliştirilen ölçeğin yeterli, geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

İşlem

Araştırmada katılımcıların görüşlerinin belirlenmesinde aritmetik ortalama, standart sapma, yüzde, frekans gibi betimsel istatistikler kullanılmıştır. Polis adaylarının ve polislerin, polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri en düşük ortalamadan en yüksek ortalamaya doğru sıralanarak verilip yorumlanmıştır. Ayrıca katılımcıların görüşlerinin görev ve okula göre karşılaştırılmasında t -testi kullanılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde ilk önce polis ve polis adaylarının, polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerine, daha sonra katılımcıların görüşlerinin görev ve okul değişkenlerine göre karşılaştırmalarına yer verilmiştir. Polislerin, meslektaşlarının mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri en düşük ortalamadan en yüksek ortalamaya doğru Tablo 1’de sıralanarak verilmiştir.

Tablo 1

Polislerin, Meslektaşlarının Etik Dışı Davranışları ile İlgili Görüşleri (n = 89)

Etik Dışı Davranışlar	$\bar{X}$	S
1. Görevini yerine getirirken “rüşvet alma”	1,2	0,46
2. Görevini yerine getirirken “yolsuzluk” yapma	1,25	0,57
3. Halka karşı “şiddet ve baskıya” başvurma	1,28	0,58
4. Şüphelilere “işkence ve kötü muamele” yapma	1,30	0,66
5. Görevini yerine getirirken “özel hayata saygısız davranma”	1,44	0,90
6. Yapması gereken “görevleri kötüye” kullanma	1,46	0,87
7. Halka karşı “sözlü ve fiili” hakarete bulunma	1,49	0,91
8. Görevini yerine getirirken çok “orantısız güç” kullanma	1,52	0,73
9. Görevi esnasında edindiği bilgiyi ve mesleki “sırrı korumama”	1,58	1,09
10. “Yargının bağımsızlığı” ve tarafsızlığına “saygılı davranmama”	1,60	1,17
11. Görevini yerine getirirken “şüphelileri suçlu gibi kabul etme”	1,62	0,99
12. Toplumca hoş karşılanmayan “kötü alışkanlıklara” sahip olma	1,64	0,86
13. “Hediye” ve benzeri şeyleri kabul etme	1,65	0,93
14. Görevini yerine getirirken “siyasi görüşlerini” yansıtmama	1,66	0,99
15. Görevini yerine getirirken “keyfi muamelede” bulunma	1,72	1,19
16. Emekli olduktan sonra “eski statüsünden faydalanma”	1,73	1,05
17. Meslektaşlarıyla “iş birliği ve dayanışma” içinde olmama	1,74	1,13
18. Görevini yerine getirirken “adam kayırma”	1,75	1,23
19. Meslektaşlarının işlediği “suçları örtbas etme”	1,76	1,08
20. “Kamu kaynaklarını” amacı dışında kullanma	1,76	1,27
21. Kendi görevi yanında “ek işlerle” uğraşma	1,78	1,13
22. İnsanlara “ön yargılı” davranma	1,90	1,15
23. “Şahsi çıkara” yönelik “bencil davranışlar” sergileme	1,97	1,22
24. Kurum içinde ve dışında “ayrımcılık yapma”	2,04	1,41
25. Meslektaşları ve başkaları hakkında “dedikodu” yapma	2,33	1,33
26. “Usulsüz atama” için “ikili ilişkileri” kullanma	2,39	1,43
TOPLAM	1,67	0,83

4,2–5,0: Her Zaman; 3,4–4,19: Çoğunlukla; 2,6–3,39: Bazen; 1,8–2,59: Çok Nadir; 1–1,79: Hiçbir Zaman

Polislerin, meslektaşlarının mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerinin genel aritmetik ortalaması 1,67, standart sapması ise 0,83’tür. Buna göre polisler, meslektaşlarının mesleki etik dışı davranışları “Hiçbir Zaman” yapmadıklarını düşünmektedirler. Polisler, ölçekte yer alan ilk 21 maddeye “hiçbir zaman” yanıtını verirken, sadece son 5 maddeye “Çok Nadir” yanıtını vermişlerdir. Bu veriler polislerin, meslektaşlarının etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri hakkında genel bir bulgu sağlamaktadır. Ancak polislerin, meslektaşlarının etik dışı davranışları arasında hangi davranışları ön plana çıkardıklarının belirlenmesi de önem taşımaktadır. Bundan dolayı polislerin görüşlerinin ayrıntılı bir şekilde görülebilmesi için ölçekte yer alan tüm maddelerin ortalama ve standart sapmaları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1’de de görüldüğü gibi polislerin, meslektaşları tarafından en sık yapıldığını düşündüğü etik dışı davranış, “Usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma” ($\bar{X} = 2,39$) davranışdır. Polisler, bu davranışın meslektaşları tarafından çok nadir de olsa yapıldığını düşünmektedirler. Bu davranışı, “Meslektaşları ve başkaları hakkında dedikodu yapma” ($\bar{X} = 2,33$), “Kurum içinde ve dışında ayrımcılık yapma” ($\bar{X} = 2,09$), “Şahsi çıkara yönelik bencil davranışlar sergileme” ($\bar{X} = 1,97$) ve “İnsanlara önyargılı davranma” ($\bar{X} = 1,90$) davranışı takip etmektedir. Polisler, bu davranışların da meslektaşları tarafından çok nadir yapıldığını düşünmektedirler. Polisler, bu beş davranışın dışındaki bütün etik dışı davranışların meslektaşları tarafından “Hiçbir Zaman” yapılmadığını düşünmektedir. Polislerin, meslektaşları tarafından en az yapıldığını düşündüğü etik dışı davranış, “Görevini yerine getirirken rüşvet alma” ($\bar{X} = 1,20$) davranışdır. Polisler, bu davranışın meslektaşları tarafından “Hiçbir Zaman” yapılmadığını belirtmişlerdir.

Polis adaylarının, polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri ise en düşük ortalamadan en yüksek ortalamaya doğru Tablo 2’de sıralanarak verilmiştir.

Tablo 2
Polis Adaylarının, Polislerin Etik Dışı Davranışları ile İlgili Görüşleri (n = 231)

Etik Dışı Davranışlar	$\bar{X}$	S
1. Görevini yerine getirirken “rüşvet alma”	1,55	0,81
2. Şüphelilere “işkence ve kötü muamele” yapma	1,64	0,91
3. Görevini yerine getirirken “yolsuzluk” yapma	1,65	0,97
4. Halka karşı “şiddet ve baskıya” başvurma	1,70	0,88
5. “Yargının bağımsızlığı” ve tarafsızlığına “saygılı davranmama”	1,71	1,02
6. Yapması gereken “görevleri kötüye” kullanma	1,75	0,97
7. Görevini yerine getirirken “özel hayata saygısız davranma”	1,78	1,03
8. Halka karşı “sözlü ve fiili” hakarete bulunma	1,84	1,01
9. Görevi esnasında edindiği bilgiyi ve mesleki “sırrı korumama”	1,93	1,12
10. Görevini yerine getirirken “keyfi muamelede” bulunma	1,95	1,08
11. Görevini yerine getirirken çok “orantısız güç” kullanma	1,97	1,01
12. Toplumca hoş karşılanmayan “kötü alışkanlıklara” sahip olma	1,99	1,03
13. Görevini yerine getirirken “siyasi görüşlerini” yansıtmama	2,00	1,22
14. “Hediye” ve benzeri şeyleri kabul etme	2,04	1,14
15. Meslektaşlarıyla “iş birliği ve dayanışma” içinde olmama	2,08	1,20
16. Görevini yerine getirirken “şüphelileri suçlu gibi kabul etme”	2,16	1,21
17. “Kamu kaynaklarını” amacı dışında kullanma	2,17	1,40
18. “Şahsi çıkara” yönelik “bencil davranışlar” sergileme	2,21	1,41
19. İnsanlara “ön yargılı” davranma	2,25	1,20
20. Emekli olduktan sonra “eski statüsünden faydalanma”	2,31	1,30
21. Meslektaşları ve başkaları hakkında “dedikodu” yapma	2,33	1,47
22. Kendi görevi yanında “ek işlerle” uğraşma	2,35	1,20
23. Meslektaşlarının işlediği “suçları örtbas etme”	2,41	1,18
24. Görevini yerine getirirken “adam kayırma”	2,44	1,50
25. Kurum içinde ve dışında “ayrımcılık yapma”	2,61	1,57
26. “Usulsüz atama” için “ikili ilişkileri” kullanma	2,80	1,68
TOPLAM	2,06	0,91

4,2–5,0: Her Zaman; 3,4–4,19: Çoğunlukla; 2,6–3,39: Bazen; 1,8–2,59: Çok Nadir; 1–1,79: Hiçbir Zaman

Polis adaylarının, polislerin mesleki etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerinin genel aritmetik ortalaması 2,06, standart sapması ise 0,91'dir. Buna göre polis adayları, polislerin mesleki etik dışı davranışları "Çok Nadir" yaptıklarını düşünmektedirler. Polis adayları, ölçekte yer alan ilk 7 maddeye "hiçbir zaman", 8. madde ile 25. madde arasındaki maddelere "Çok Nadir" yanıtını verirken, sadece son maddeye "Bazen" yanıtını vermişlerdir. Bu veriler polis adaylarının, polislerin etik dışı davranışları ile görüşleri hakkında genel bir bulgu sağlamaktadır. Ancak polis adaylarının, polislerin etik dışı davranışları arasında hangi davranışları ön plana çıkardıklarının belirlenmesi de önem taşımaktadır. Bundan dolayı polis adaylarının görüşlerinin ayrıntılı bir şekilde görülebilmesi için ölçekte yer alan tüm maddelerin ortalama ve standart sapmaları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2'de de görüldüğü gibi polis adaylarına göre, polisler tarafından en sık yapılan etik dışı davranış, "Usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma" ($\bar{X} = 2,80$) davranışdır. Polis adayları, bu davranışın polisler tarafından "Bazen" yapıldığını düşünmektedirler. Polis adaylarına göre, polisler tarafından en az yapılan etik dışı davranış, "Görevini yerine getirirken rüşvet alma" ($\bar{X} = 1,20$) davranışdır. Polis adayları, bu davranışın polisler tarafından "Hiçbir Zaman" yapılmadığını belirtmişlerdir. Bu davranış, "Şüphelilere işkence ve kötü muamele yapma" ($\bar{X} = 1,64$), "Görevini yerine getirirken yolsuzluk yapma" ($\bar{X} = 1,65$), "Halka karşı şiddet ve baskıya başvurma" ($\bar{X} = 1,70$), "Yargının bağımsızlığı ve tarafsızlığına saygılı davranmama" ($\bar{X} = 1,71$), "Yapması gereken görevleri kötüye kullanma" ($\bar{X} = 1,75$) ve "Görevini yerine getirirken özel hayata saygısız davranma" ($\bar{X} = 1,78$) davranışları takip etmektedir. Polis adayları, bu davranışların polisler tarafından çok nadir yapıldığını düşünmektedirler. Polis adayları, Tablo 1'de yer alan ilk yedi ve son davranışın dışındaki bütün etik dışı davranışların polisler tarafından "Bazen" yapıldığını düşünmektedirler.

Bulgular, polis ve polis adaylarının, polisler tarafından en az ve en sık yapılan etik dışı davranış bağlamında görüşlerinin örtüştüğünü göstermektedir. Çünkü hem polisler hem de polis adaylarına göre polisler tarafından en az yapılan etik dışı davranış "Görevini yerine getirirken rüşvet alma" davranışı ve en sık yapılan etik dışı davranış ise "Usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma" davranışdır. Hem polisler hem de polis adayları, görevini yerine getirirken rüşvet alma davranışının polisler tarafından "Hiçbir Zaman" yapılmadığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte polisler "Usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma" etik dışı davranışının meslektaşları tarafından çok nadir yapıldığını belirtirlerken, polis adayları bu davranışın bazen yapıldığını belirtmektedirler.

Tablo 3'te katılımcıların görüşlerinin bulundukları okula göre karşılaştırılması amacı ile yapılan *t*-testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3

Polis ve Polis Adaylarının, Polislerin Etik Dışı Davranışları ile İlgili Görüşlerinin Bulunulan Okula Göre Karşılaştırılması

	Okul	n	$\bar{X}$	SS	sd	t	p
TOPLAM	Malatya PMYO	191	2,0254	0,892	318	1,768	.078
	Elazığ PMYO	129	1,8503	0,83297			

Tablo 3'te de görüldüğü gibi polis ve polis adaylarının, polislerin etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri bulunulan okula göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$t(318) = 1,76, p > .05$]. Ancak Malatya Polis Meslek Yüksek Okulundaki polis ve polis adayları ($\bar{X} = 2,02, S = 0,89$), Elazığ Polis Meslek Yüksek Okulundaki polis ve polis adaylarına ($\bar{X} = 1,85, S = 0,83$) göre daha yüksek ortalamaya sahiptir. Bu bulgulardan hareketle polis ve polis adaylarının, polislerin etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerinin bulunulan okula göre farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır. Bir başka anlatımla, araştırmaya katılanların okullarının farklılığı, polislerin etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerinde etkisizdir.

Tablo 4'te ise katılımcıların görüşlerinin göreve göre karşılaştırılması amacı ile yapılan *t*-testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4

Polis ve Polis Adaylarının, Polislerin Etik Dışı Davranışları ile İlgili Görüşlerinin Göreve Göre Karşılaştırılması

	Görev	n	$\bar{X}$	SS	sd	t	p
TOPLAM	Polis	231	2,0623	,88159	318	3,62	.000
	Polis Adayı	89	1,6759	,78335			

Tablo 4'te de görüldüğü gibi polis ve polis adaylarının, polislerin etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri görev değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir [$t(318) = 3,62, p < .05$]. Polis adaylarının ($\bar{X} = 2,06, S = 0,88$), polislere ($\bar{X} = 1,67, S = 0,78$) göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgulardan hareketle polis ve polis adaylarının, polislerin etik dışı davranışları ile ilgili görüşleri görev değişkenine göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bir başka anlatımla araştırmaya katılanların görevlerinin farklılığı, polislerin etik dışı davranışları ile ilgili görüşlerinde etkilidir.

Tartışma

Polis adaylarının ve polislerin mesleki sosyalleşmesindeki en önemli unsurlardan biri, gözledikleri polislerdir. Polis adayları ve polisler, polis eğitim kurumlarında aldıkları kuramsal etik bilgilerin uygulamadaki durumunu, polisleri gözleyerek görmektedirler. Bu anlamda gözlenen polislerin yaptığı etik ya da etik dışı davranışlar, mesleğin ilk yıllarında yaşanabilecek olası etik ikilemler açısından ve yeni polisler için çok önemlidir. Araştırma bulgularına göre, polis ve polis adaylarında polislerin

mesleki etik dışı davranışları genel olarak sergilemedikleri görüşü hâkimdir. Polislerin, gözledikleri meslektaşlarında etik dışı davranışları genel olarak gözlemedikleri belirlenmiştir. Çünkü polisler, meslektaşlarının belirtilen mesleki etik dışı davranışları “hiçbir zaman” yapmadığını düşünmektedirler. Bu bulgu literatürdeki bazı araştırmalarla da örtüşmektedir. [Beyaz \(2011\)](#) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre katılımcılar meslektaşlarının etik davranışları yüksek düzeyde yerine getirdiğini belirtmişlerdir. [Delice \(2014\)](#) tarafından yapılan araştırmada da katılımcılar, beraber çalıştıkları meslektaşların etik değerlere uyduklarını (3,9/5) belirtmişlerdir. [Elgin \(2006\)](#) ise vatandaşın, jandarma personelinin davranışlarını genel olarak iş ve meslek etiğine uygun bulduğunu ve etik dışı davranışların jandarmada bulunmadığını düşündüklerini ortaya koymuştur.

Polislerden farklı olarak polis adaylarının ise, gözledikleri polislerde mesleki etik dışı davranışları çok nadir de olsa gözledikleri belirlenmiştir. Polis adayları, polislerin belirtilen mesleki etik dışı davranışları “çok nadir” yaptıklarını düşünmektedir. Polislerin ciddi bir sorun olarak gördükleri etik dışı davranışların teşkilatta nadiren yaşandığının ([Delice, 2014](#)) ortaya konulmuş olması araştırmanın bu bulgusunu desteklemektedir.

Hem polisler hem de polis adaylarına göre, polislerin en az yaptıkları etik dışı davranış “Görevini yerine getirirken rüşvet alma”, en sık yaptığı etik dışı davranış ise “Usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma” davranışlarıdır. Yapılan araştırmalar da bu bulguları destekler niteliktedir. Kriminal Polis Laboratuvarı uzmanları, etik davranış ilkelerinin alt boyutları içerisinde “rüşvet ve hediye kabul etmeme” ilkelelerini yüksek düzeyde benimsemektedirler ([Beyaz, 2011](#)). Polislerin en ciddi gördüğü ve polislerin kesinlikle yapmaması gerektiğini düşündükleri 10 davranıştan birincisi “rüşvet alınması” davranışdır ([Delice, 2014](#)). Görevi yerine getirirken rüşvet kabul edilmesi, polisler tarafından ciddi etik dışı davranışlar olarak algılanmaktadır ([Bal & Beren, 2007](#); [Bedük ve ark., 2005](#); [Cerrah ve ark., 2009](#)).

Polisler, usulsüz atama için ikili ilişkileri kullanma davranışının meslektaşları tarafından “çok nadir” yapıldığını, polis adayları ise bu davranışın “Bazen” yapıldığını belirtmiş olsalar da bu durum sorun yaratabilecek bir durumdur. Çünkü, ayrımcılık ve kayırmacılığın, engellenmesi ve üzerinde hassasiyetle durulması gereken konular olduğu karşımıza çıkmaktadır ([Bedük ve ark., 2005](#); [Elgin, 2006](#)). Dolayısıyla bir polisin beceri, kabiliyet, başarı, eğitim düzeyi ve benzeri faktörler gibi objektif kısıtlar dikkate alınarak herkese uygulanan usul ve esaslara göre tayin edilmesi gerekir.

Katılımcıların görüşleri okula göre değişmezken, göreve göre değişmektedir. Polis adayları, polisler göre daha olumsuz görüşlere sahiptir. Bu da polis adaylarının mesleki etik dışı davranışlar karşısında polisler göre daha hassas oldukları şeklinde yorumlanabilir. Araştırma bulguları, mesleki etik ilkeler ve etik dışı davranışlar konusuna polis eğitim kurumlarında ve hizmet içi eğitim programlarında yer verilme-

si ve polis eğitimi programlarının geliştirilmesinde etik ilkelerin dikkate alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, polis ve polis adaylarına verilen ve verilmesi muhtemel eğitimlerde ve seminerlerde mesleki etik ilkelere dikkat edilerek ağırlık verilmesi, polislerin etik bilinç ve farkındalıklarını arttıracak ve etik dışı davranışların azaltılmasını sağlayacaktır. Polis meslek etiği konusunda daha çok ve farklı bilimsel araştırmalar yapılması teşvik edilmelidir. Gerek hizmet içi gerekse polis eğitim programlarında polis meslek etiği konularında uygulamalı çalışmalara yer verilmelidir. Polis ve polis adaylarının hizmet öncesi ve hizmet içi eğitimlerinde meslek etiği ilkelerine daha duyarlı hâle gelmeleri için eğitim programlarının hazırlanması ve bu konuda gerekli önlem ve denetimlerin alınması gerekmektedir.

Received: January 7, 2016

Revision received: February 9, 2016

Accepted: March 9, 2016

OnlineFirst: April 25, 2016

Copyright © 2016 • Turkish Journal of Business Ethics

www.isahlakidergisi.com/en

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0002 • May 2016 • 9(1) • 20–24

Extended Abstract

Police Officers' and Candidates' Views on Professionally Unethical Behaviors: The Elazığ and Malatya Case

Mehmet Murat Payam¹
Adıyaman University

Abstract

This study aims to determine the views of police officers and police candidates regarding professionally unethical behaviors of police officers as observed by the former. For this purpose, a descriptive study model was employed in this research. The study group comprised 89 police officers and 231 police candidates working/studying at Malatya and Elazığ Police Vocational Colleges. The related research data was collected using an "Unethical Behavior Scale" developed by the researcher. In the analysis of obtained data, descriptive statistics and *t*-test were used and the quantitative data was analyzed using SPSS software program. The results of the study can be summarized as follows: in the context of the overall arithmetic mean of the police officers, they believe that their colleagues "Never" perform any professionally unethical behavior. According to the police officers in this study, the most unethical behavior performed by their colleagues is "using bilateral relations for improper appointment," while the least unethical behavior is "accepting a bribe while conducting his duty." However, the police candidates in this study generally think that police officers "very rarely" perform professionally unethical behaviors. Police candidates also considered "using bilateral relations for improper appointment" as the most unethical behavior performed by police officers and "accepting a bribe while conducting his duty" as the least unethical behavior. Although the views of the participants remained unchanged in terms of the school variable, they differed according to the job variable. Based on the findings, it is suggested that training programs should prepare police officers and candidates in their pre-service and in-service training to help them become more sensitive to professional ethics and principles, and the necessary precautions and controls that need to be taken on this issue.

Keywords

Law enforcement • Police officers • Police candidates • Professional police ethics • Unethical behavior

¹ Correspondence to: Mehmet Murat Payam (PhD), Department of Property Protection and Security, Social Sciences Vocational College, Adıyaman University, Alınşehir Mah. 3005. Sok. No: 13 Merkez, Adıyaman 02040 Turkey. Email: mpayam@adiyaman.edu.tr

Citation: Payam, M. M. (2016). Police officers' and candidates' views on professionally unethical behaviors: The Elazığ and Malatya case. *Turkish Journal of Business Ethics*, 9, 20–24.

Not all actions performed by people can be considered to be within the scope of ethical values, but at the same time it is very difficult to think of any human activity that has no relationship with ethical values (Aydın, 2006). Ethics is the basis of all kinds of human relationships, thus wherever there is an individual, there exists an absolute ethical relationship that should not be overlooked (Kuçuradi, 2006). Cerrah (2011) implies that in addition to existing regulatory rules, professional ethical principles are needed for police officers to raise the standards and quality of services they provide, considering the breadth of powers held by security personnel in law enforcement. The healthy operation of security services and the mitigation of human rights abuses depend on the establishment and acceptance of professional ethical principles and rules by police officers. In this regard, although comprehensive studies have been done on this issue and the principles of professional ethics and unethical behaviors have been clearly defined in European Union (EU) countries, the implications of this issue in our country is quite new (Sevinç, 2000). Therefore, in this study, views about professionally unethical behaviors of police officers have been determined according to the observations of police officers and candidates.

A search of the literature on ethics reveals that there is no single consensual definition of the concept of ethics. The word “ethics” was originally derived from the word “ethos,” which means “character” in Greek (Arda & Pelin, 1995; İnal, 1996). Ethics examines and discusses the moral problems of a man’s personal and social life (Akarsu, 1998). İşgüden and Çabuk (2006) define the concept of professional ethics as the sum of the ethical principles and standards that guide what will or will not be done and that govern people’s behaviors accordingly in their professional lives. In sum, ethical principles and standards that direct and guide specific behavior in any profession or occupation are known as “professional ethics” (Payam, 2015). Based on this definition of professional ethics, professional police ethics can then be described as “the whole of principles regarding policing services which aim at protecting the ideals of the whole profession, organizing the professional domestic competition, educating the members of the professions that are determined to be unprincipled or inadequate for policing or excluding these members from the profession, exclusive to create in relation to the profession of the police as a group of professionals has developed, limiting the personal tendencies during the provision of security services and compelling police to act in a certain way during their duties” (Beren, 2002, p. 292; Beren, 2003, p. 6).

Although the ethical principles of various occupations are fairly similar to one another, the principles of professional police ethics can be listed as follows: professional responsibility, compliance with the order contrary to the law, upholding of duty, refraining from violence and torture, civic responsibility, professionalism, trustworthiness, professional activity, self-improvement, love, tolerance, frugality, loyalty and teamwork, avoidance of subservience and sycophancy, not mixing

politics with business relationships, being a model person, eschewing bad habits such as gossiping and undesirable traits including bigotry, selfishness, and being dogmatic, respect for human beings and being open to human relationships and criticism, respect for privacy, confidentiality, protection of rights and freedoms, the principle of equality, the rule of law, impartiality, non-discriminatory, integrity and honesty, not accepting bribes and gifts, not turning a blind eye to corruption, avoidance of embezzlement, exploitation, and abuse (Karababa & Gökçegöz, 2002, pp. 324–329; Pehlivan, 2002, pp. 105–132).

Besides these ethical principles, there are also some universally unethical behaviors that police officers must refrain from in their practices, decisions, and relations with people while performing their duties. These include: discrimination, nepotism, bribery, intimidation-provoking, neglect, exploitation, selfishness, corruption, torture, cozying-flattery, violence, oppression, aggression, mixing policy in relationships, insults and curses, physical and sexual abuse, bad habits, abuse of power and duty, gossip, embezzlement, dogmatic behavior, and subservience and sycophancy (Ataberk, 2003; Aydın, 2002, pp. 60–69; Karababa & Gökçegöz, 2002, pp. 329–330; Pehlivan, 2002, pp. 105–132). It is crucial to always remember that every unethical behavior exhibited by police officers will not only damage the image of the police force but will also reduce the public's confidence in them (Cerrah & Eryılmaz, 2001). However, every ethical behavior in the conduct of police officers will improve their image and also enhance public confidence in them.

This study aims to determine the views of police officers and candidates regarding the professionally unethical behaviors of police officers as observed by them. In line with the overall aim of the study, the following questions were considered: (i) what do the study group of police officers and candidates think about the professionally unethical behaviors of police officers? and (ii) is there a significant difference between the opinions of these police officers and candidates related to police officers' professionally unethical behaviors in terms of job and school variables? To address these questions, a descriptive study model was employed in this research. The study group comprised 89 police officers and 231 police candidates working/studying at Malatya and Elazığ Police Vocational Colleges. The related research data was collected using an "Unethical Behavior Scale" developed by the researcher. In the analysis of obtained data, descriptive statistics and *t*-test were used before the quantitative data were analyzed using SPSS software program.

The results of the study can be summarized as follows: in the context of the overall arithmetic mean of the police officers, they believe that their colleagues "Never" perform any professionally unethical behavior. According to the police officers in the study group, the most unethical behavior performed by their colleagues is "using

bilateral relations for improper appointment” and the least unethical behavior is “accepting a bribe while conducting his duty.”

However, the police candidates in the study group generally think that police officers “very rarely” perform professionally unethical behaviors. Police candidates also listed “using bilateral relations for improper appointment” as the most unethical behavior performed by police officers and “accepting a bribe while conducting his duty” as the least unethical behavior. Although the views of the participants remained unchanged in terms of the school variable, it differed according to the job variable. Based on these findings, it is suggested that training programs should prepare police officers and candidates in their pre-service and in-service training to help them become more sensitive to professional ethics and principles and the necessary precautions and controls that need to be taken regarding this issue.

Kaynakça/References

- Akarsu, B. (1998). *Felsefe terimleri sözlüğü*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Arda, B. & Pelin S. Ş. (1995). Tıbbi etik: Tanımı, içeriği, yöntemi ve başlıca konuları. *A.Ü.T.F. Mecmuası*, 48, 323–336.
- Ataberk, M. (2003). Denetim etiği. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 304, 6–9.
- Aydın, E. (2000). Polislik mesleği ve etik. *Halkla ilişkiler yönetimi geliştirme ve oryantasyon eğitimi bölgesel seminer notları* içinde (s. 101–114). Ankara: Emniyet Genel Müdürlüğü Eğitim Daire Başkanlığı.
- Aydın, İ. (2006). *Eğitim ve öğretimde etik*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Aydın, İ. P. (2002). *Yönetişel mesleki ve örgütsel etik*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Aydın, İ. & Aydın, E. (2000). *Polis meslek etiği*. Ankara: Emniyet Genel Müdürlüğü Eğitim Daire Başkanlığı.
- Bal, İ. & Beren, F. (2007). *Polis etiği*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Bedük, A., Erdemir, N. K. & Öz, M. (2005, Kasım). *Polis meslek etiği: Karaman ilinde bir araştırma*. 2. Yönetimde ve Siyasette Etik Sempozyumu’nda sunulan bildiri, Sakarya.
- Beren, F. (2002). Polis efendilere mahsus terbiye ve malumat-ı meslekiye isimli yazıya ilişkin bir değerlendirme. İ. Bal & M. B. Eryılmaz (Ed.), *Polis meslek etiği* içinde (s. 289–300). Ankara: Polis Akademisi Başkanlığı Yayınları.
- Beren, F. (2003). Eğiticilerin eğitimi kursu. *Polis etiği ders notları* içinde. Ankara: Emniyet Genel Müdürlüğü Eğitim Daire Başkanlığı.
- Beyaz, H. (2011). *Kriminal polis laboratuvarlarında çalışan adli bilim (kriminalistik) uzmanları ve olay yeri inceleme görevlilerinin etik ilkeleri ve etik eğitimi* (Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık
- Cerrah, İ. (2011). *Polis etiği*. Ankara: Polis Akademisi Yayınları
- Cerrah, İ. & Eryılmaz, M. B. (2001). *Avrupa polis etik yönetmeliği ve açıklayıcı notlar*. Ankara: Polis Akademisi Başkanlığı Güvenlik Bilimleri Enstitüsü Yayınları.

- Cerrah, İ., Çevik, H. H., Göksu, T. & Balcıoğlu, E. (2009). *Kolluk hizmetleri ve etik: Türkiye’de yolsuzluğun önlenmesi için etik projesi akademik araştırma çalışması*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu.
- Ceylan, Y. (2007). Din ve ahlak. *Doğu Batı: Etik*, 1(4), 79–86.
- Delice, M. (2014). Polislerin meslek etiği algılarının incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 363–385.
- Elgin, E. (2006). *Meslek etiği ve etik kodu: Jandarma teşkilatı için etik kodu önerisi* (Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Eryılmaz, B. (2008). Etik kültürü geliştirmek. *Türk İdare Dergisi*, Haziran, 1–12.
- İnal, K. (1996). Sosyalist etik. *Gelecek*, 1(3/Kasım-Aralık), 43–49.
- İşgüden, B. & Çabuk, A. (2006). Meslek etiği ve meslek etiğinin meslek yaşamı üzerindeki etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(16), 59–86.
- Karababa, Y. & Gökçeğöz, F. (2002). Polis meslek etiği ve etik eğitimine ilişkin bir program. İ. Bal & M. B. Eryılmaz (Ed.), *Polis meslek etiği* içinde (s. 315–336). Ankara: Polis Akademisi Başkanlığı Yayınları.
- Kıranlı, S. (2002). *Ortaöğretim okul yöneticilerinin etik ilkeleri uygulama ve etik ilkeleri çözümleme yeterliliği* (Yüksek Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Kuçuradi, İ. (2002). Etik kavramı. İ. Bal & M. B. Eryılmaz (Ed.), *Polis Meslek Etiği* içinde (s. 45–51). Ankara: Polis Akademisi Başkanlığı Yayınları.
- Kuçuradi, İ. (2006). *Etik*. Ankara: Türk Felsefe Kurumu.
- Payam, M. M. (2015). *Polis meslek yüksekokulları polis etiği dersi öğretim programının değerlendirilmesi* (Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Pehlivan, İ. (2002). Polis meslek etiği ilkeleri. İ. Bal & M. B. Eryılmaz (Ed.), *Polis meslek etiği* içinde (s. 105–132). Ankara: Polis Akademisi Başkanlığı Yayınları.
- Pieper, A. (1999). *Etiğe giriş* (V. Atayman & G. Sezer, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sevinç, B. (2000). Polis etiği, etik eğitimi ve polis etiği program örneği. *21. Yüzyılda Polisin Eğitimi Sempozyumu* içinde (s. 903–913). Ankara: Eğitim Daire Başkanlığı Yayınları.

Received: August 11, 2015

Revision received: March 9, 2016

Accepted: April 16, 2016

OnlineFirst: June 25, 2016

Copyright © 2016 • Turkish Journal of Business Ethics

www.isahlakidergisi.com/en

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0011 • May 2016 • 9(1) • 25–48

Research Article

Ethical Dilemmas in Finnish Debt Collection – An Explorative Case Study

Jarkko Jalonen¹
University of Jyväskylä

Tuomo Takala²
University of Jyväskylä

Abstract

It is inevitable that ethical questions arise in debt collection organizations and leadership, which is then good ground to identify whether debt collection is good or evil. Therefore we consider that a good standpoint for qualitatively explain the ethical dilemmas arising in our case study context. The article adopts a case study approach to examine Finnish Collection Agency Ltd., and applies a qualitative content analysis of interview data gathered by asking five employees to answer ten questions about how they see conflicts between their work and their own ethical thoughts. We obtained a rich description of the issues facing the debt collection business in Finland. In addition, the conceptual framework is further developed for forthcoming studies.

Keywords

Debt collection • Business ethics • Finland • Virtue ethics • Ethical leadership • Deontology • Ethics of emotions • Ethical dilemmas

¹ Correspondence to: Jarkko Jalonen, SPT-Group Ltd Yliopistonkatu 36 A Jyväskylä KESKI-SUOMI 40100 Finland. Jyväskylä School of Business and Economics, Leadership and Management Program, FI-40014 University of Jyväskylä, Ylistö, Ohjelmakaari 10, Finland. Email: jarkko@sukanvarsi.fi

² Jyväskylä School of Business and Economics - Leadership and Management, University of Jyväskylä, Jyväskylä, KESKI-SUOMI Finland. Email: tuomo.a.takala@jyu.fi

Citation: Jalonen, J., & Takala, T. (2016). Ethical dilemmas in Finnish debt collection – An explorative case study. *Turkish Journal of Business Ethics*, 9, 25–48.

Ethical questions have become more and more important in contemporary leadership discussions, and business ethics is not a separate subject from business administration (Allinson, 1998). Debt collection, in general, causes emotional responses when people talk about it, and as stated by Aristotle, the emotions are our built-in alarm system for ethical matters (Brown & Mitchell, 2010). The debt collection business provides good grounds for seeking and understanding good and evil in business. In this case study, we investigate the impact of the ethical question of employee behavior and leadership challenges in debt collection agencies. We have identified that there exists an evident lack of this kind of research in Finland. The ethical problems in this branch of business are by nature acute, and so the research task is well motivated.

The general aim of this study is to increase our understanding of the impact of ethical questions on employee behavior, and to decide whether the debt collection industry can be seen in general as evil. More specifically, we set out to study what is good and evil in the debt collection business and how ethical questions are reflected in the internal communication and management of a debt collection agency. However, we do not attempt to generalize our findings because that would be outside the scope of this single case study.

One important reason for studying debt collection from the ethical perspective is practical gain or utility. By investigating the ethical dilemmas prevailing in the debt collection business, the owners and the management of such firms are able to find out how workable and good the mechanisms of debt collection are. It is important to resolve whether it is reasonable to motivate employees to use ethical debt collection principles, or whether the kind of morality the employees have in regard to debt collection even matters.

We assume that debt collection is generally considered problematic, or even a bad or evil branch of business (by the general public). It could be that the environment of debt collection as a business area makes its soil too toxic a working atmosphere and employees try to motivate themselves by justifying their work through their own personal moral principles; that is, values, moral habits, logic and so on.

To put it more clearly, we want to use this case study to describe and qualitatively explain what kinds of ethical dilemmas become evident among the employees of a debt collection firm and how. Through this study we will observe one Finnish debt collection firm to contribute to discussions on moral dilemmas, the principles of good and bad actions, and leadership. We will consider the legal point of view, but more profoundly we will use ethical concepts and theories. This means that we will explore whether some kind of continuum exists from “wrong-doing” to “evilness” in the beliefs and thoughts of the employees studied. In addition, deontology and virtues will be explored in connection with the principles of debt collection.

So by these means we hope to obtain a clear picture of the details of conducting a debt collection service in one Finnish firm. The sample is quite small, but we believe that by using several in-depth qualitative essay-interviews, the purpose of an explorative case study can be achieved. We hope that the results of this study can serve as the basis for further larger studies of debt collection in the context of ethical dilemmas in national and international contexts.

The Debt Collection Service Industry in Finland

The debt collection service industry is a service field where debt collection agents collect their clients' receivables from debtors where the receivable is overdue and the debtor has not paid the principal amount according to the terms the creditor and debtor previously agreed. In Finland, the debt collection service industry contains 135 companies ([List of Debt Collection Companies, 2014](#)). Debt collection is often not the only business these agencies are engaged in. In general debt collection is not only limited to debt collection agencies; therefore, many times debts are collected by the creditors' own actions. In addition, governments also collect debts in the form of collecting unpaid taxes. This study aims to understand debt collection conducted by debt collection agencies.

There are many regulations and laws to follow in debt collection in Finland, and every debt collection agency needs a license to operate from the Regional State Administrative Agency. The Regional State Administrative Agency monitors and controls all debt collection agencies in Finland and the debt collection agencies are obligated to report annually to this authority.

The most important legislation in the field is the Debt Collection Act (22.4.1994/513). This act describes how debt collection should be carried out before resorting to legal action such as issuing a court summons. The strictest provisions included in this act cover consumer debts. A consumer debt is a debt, where the debtor is an individual and the creditor is some business or related entity. A consumer debt is also based on goods or services meant for consumption by private individuals.

Debt collection is also controlled and monitored by the ombudsman. The ombudsman delivers rulings on particular situations or conciliates over conflicts in consumer matters. The ombudsman's rulings are not enforceable, but the courts and other authorities mostly form their own rulings on the basis of the ombudsman's ruling; therefore, these function as de facto regulations. That is why debt collection agencies follow the ombudsman's rulings. The ombudsman also publishes documentation about what is good practice in the field of debt collection and the Debt Collection Act obliges debt collection agencies to follow these guidelines.

If the debt collection agency or the creditor themselves cannot make the debtor pay the debt willingly, the creditor will commence a court procedure by issuing a summons. In the basic debt collection process, the court will hand down a judgement by default. The court process for that is not a full-scale court procedure – it is what is referred to as an expedited procedure. This procedure involves the bailiff issuing a summons to the respondent (debtor) requesting him or her to answer to the demands, and if there is no answer, the court makes a ruling without hearing the debtor. This expedited procedure in the courts is mostly handled by notaries rather than judges.

The court is also obliged to interfere in matters that are clearly a breach of the law, even though the respondent does not point them out. These checks are mostly carried out by notaries, who sometimes apply new interpretations of the law. Sometimes these interpretations are clearly different from how the legislation has been applied in the past. However, they remain in force because the debt collection agencies, which collect sizeable debts, do not start questioning such negligible matters. Sometimes notaries even call or contact the debt collection agencies and start to give instructions on how the debt collection agency should apply certain laws – these instructions are sometimes contrary to the general interpretation of the legislation. The employee in the debt collection agency copes with all this, although it might raise some ethical issues in terms of whether he or she is actually doing the right thing. The court is seen as an authority, the rulings of which should not be questioned.

The judgment in force could be sent to the enforcement authorities for the enforcement procedure. The debt collection agency employee sees the documents about the enforcement procedure and how the authorities sell the debtor's property to fulfil his or her obligations, which might raise ethical considerations.

Discussion and debate in parliament forms the basis for new laws. The issue of quick loans, which in the media and public discussions have been seen as a bad thing in society, has recently been raised in the Finnish parliament. In these discussions, the companies providing the quick loans are seen to be connected to debt collection agencies. These discussions resulted in changing the debt collection act and a new debt collection act came into force on 16 May 2013. This new act has some provisions especially for quick loan companies, which reduces their profitability. These new provisions also effected ordinary debt collection, and cast a shadow over the debt collection service industry.

On the other hand, the media presents debt collection agencies as greedy, and in public discussion, debt collection agencies are also connected in extreme cases to outlawed motor bike clubs or other kinds of threats.

The employee in the debt collection agency is in the middle of this environment and is often associated with the parties described here. Many consider that the debt collection agency is greedy, bad or even evil. How can this employee justify his or her actions as a debt collection agent?

Theoretical Background

Studies around ethical dilemmas. In the literature on moral dilemmas, it is common to draw distinctions between the various types of moral dilemmas. It is possible to distinguish between two different kinds of moral certitude: certitude in regard to the final conclusion about what should be done, and certitude in regard to the conflict of values that is the source of the dilemma. The moral dilemmas with which our paper is concerned are of the second kind; where one generally understands the values or the principals involved, but does not know how to resolve the empirical conflict. In epistemological terms, a moral or ethical dilemma is a situation in which the person does not know how to act because of conflicting beliefs about what is required (see also [Lurie & Albin, 2007](#)).

We conducted a wide search for literature on ethical dilemmas, concepts of ethics and ethical leadership within the debt collection industry environment but we found only the following studies, which also describe the theoretical background for our paper. Generally, we could state that ethical theories pertaining to the debt collection industry are not widely researched.

The debate surrounding ethical dilemmas in general is one of the most important. [Warren \(2011\)](#) found that the ethical dilemmas of ship owners concerning piracy off the coast of Somalia are avoided through cooperative efforts between ship owners and nation states. He used the virtue ethics perspective to consider ethical issues. In the Finnish context, [Takala and Uusitalo \(1995\)](#) studied the professional ethical dilemmas faced by retailers. They found four themes to be useful in the analysis: freedom versus rules, principles versus moralizing, boundaries versus transition, economy and morality versus subjective judgement. They used a multi-part moral theory approach consisting of duty ethics, virtue ethics and utilitarianism. [Larkin's \(2000\)](#) study surveys the internal audit department of a large financial services organization, in which respondents were challenged to recognize and evaluate ethical and unethical situations often encountered in practice. Four key demographic variables were investigated: gender, age, years of employment and peer group influence. For the most part, the respondents view themselves as more ethical than their peers. There does appear to be a gender effect suggesting that women have the ability to identify ethical behavior better than their male counterparts.

A study by [Trapp \(2011\)](#) noticed that companies often utilize several forms of mostly one-way communication such as codes of conduct. The extent to which these efforts, in addition to information about the company stance on ethics, are able to positively influence behavior is disputed. In contrast, research on business ethics communication and behavior indicates a relatively clear positive link between open workplace dialogue on ethical issues and ethical conduct. In his article, Trapp therefore addresses the question: What influences employee attitudes about talking openly about ethical issues? Answers are proposed on the basis of focus group interviews with staff at the Danish and Brazilian affiliates of the global healthcare company Novo Nordisk. It was found that interest in discussing ethical issues was influenced by two main factors: employee conceptualizations of business ethics and the level of inter-collegial trust, credibility and confidence.

The case study by [Van Cranenburgh and Arenas \(2013\)](#) illustrates the dilemmas facing multinational companies in meeting social challenges (especially health-related) in Sub-Saharan Africa. From a business standpoint, social challenges in developing countries differ greatly from those in nations where governments or markets effectively provide for the population's health needs. The case illustrates what led a multinational to set up a corporate foundation, and focuses on three strategic and operational dilemmas it ran up against. The case discussion shows that the ethical issues intertwined with these dilemmas are best understood using a variety of ethical approaches. Ethics of Care are just as relevant to analyzing corporate social responsibility and corporate philanthropy as the deontological and utilitarian theories commonly used in business ethics. From our point of view this study put forth elements that come close to the discipline of Management by Mercy.

We agree with [Tomperi \(2014, p. 36\)](#), when she shows an interesting angle on the current state of ethical leadership in Finland provided by [Huhtala et al. \(2011b\)](#), who have studied the relationship between the ethical dilemmas Finnish managers have and the ethical strain and stress they experience. Their research showed that a quarter of the 902 managers surveyed found ethically challenging situations stressful, and that the stress was linked with exhaustion and burn-out at work. [Huhtala et al.](#) also found that the most typical ethically challenging situations were related to the availability and use of resources.

Good in its many contexts. What does “good” really mean? We could find several meanings for good. For example, [G. H. von Wright](#), in his book “The Varieties of Goodness” (2001), includes the following terms, concepts, and phenomena:

- Instrumental good;
- Absolute value good;

- Technical good;
- Virtuous good.

Even though von Wright uses the term conceptual approach in reference to his philosophy (i.e. deontic logic), he often uses examples and real world observations to argue his reasoning. Therefore, the empirical world enters philosophy as if through the backdoor.

From our point of view, “goods” that are connected with utilitarianism, deontology (Kantianism) and virtue are central, and we expect to find this kind of logic of action in our case organization.

The two major traditions dominating current thinking in moral philosophy are deontology and utilitarianism. A third tradition, virtue ethics, may be useful in the context of business ethics because it applies to the controversies between general virtues and professional virtues. A fourth tradition that will be discussed here is the ethics of emotions.

Deontology. In deontological reasoning it is supposed that there are *prima facie* ideals which direct our thinking. Kant (1959) provided much of the reasoning that underlies modern deontology. His conclusions are based on two concepts. First, he states that the only possible basis for establishing a moral tradition is human reason or logic. The second concept is whether an action can be universalized. For example, one statement from Kant’s “categorical imperative” is that “one ought never to act unless one is willing to have the maxim on which one acts to become a universal law.” According to Kant, good will, and only good will, can be universalized. Therefore, exceptions to universal rules should be tested or questioned as to whether they meet the criterion of universalized good will. Modern interpretations of deontological ideals suggest that the ideals may be considered “universal” in character but not necessarily “absolute” (Ross, 1930).

Utilitarian reasoning had the most support when operators justified their actions regarding economic benefit (=instrumental good). Duty and benefit were often mixed up in people’s speech. Their meaning was blurred and the lines of argument created by the operators broken. This can be interpreted in a way that supports Frankena’s (see 1973) mixed deontological philosophy as a frame of reference. Deontological reasoning was used, for example, in describing the personnel management processes of a company.

Virtue ethics. is a favorable starting point for studying management and leadership ethics. All the operators studied here could name virtues for their operations, worthy of aspiring to. They also named professional practices already in use that they

considered to be virtuous. The tradition of virtue ethics has been applied to the analysis of the ethical concerns of various professionals. All professional activities may be regarded as being guided by specific –artificial– virtues. Therefore, general moral considerations and psychological descriptions may be inaccurate when applied to professional life; for example, to the acts of such professionals as doctors, policemen and marketing staff. Many professions deal with problematic areas, and professional virtues are necessary in performing tasks effectively. Virtues can be defined as the beneficial tendencies to act; they are role-related, artificial character traits, which serve the goals of professions. It is possible to describe an ideal professional whose typical behavioral tendencies, values, and other important features are such that they serve the goals of his/her profession. Consequently, there is an evident gap between general moral considerations and professional duties and values. For certain professions this gap may be wide. In the world of professionals, professional goals are seen as good in one way or another. Professional virtues serve the goals of the profession. Although professional virtues may be different from ordinary virtues (honesty, fairness, impartiality, etc.), they are justified because of the goals they serve. Some provocative examples: business defies honesty through the practice of offering and taking bribes; advertising produces blatant lies, distorts reality and creates artificial needs to make profit for a firm. A used car salesman must be a professional liar to succeed in his business. A profession's socially justificatory argument (statement of leading goals) provides rather narrow limits for professional activities and virtues. Considering business life, a relativist might argue that it is foolish to require business people to follow the norms of honesty in any other sense but that which is internal to business life. Ruthlessness is an example of business virtue, which is not a virtue in the outside world, and the virtue of honesty must be studied from the inside point of view of business life (Takala & Uusitalo, 1996).

Evil in its many contexts. Evil is the other side of the coin, the opposite of “good.” Thoughts that are good are not evil or bad. The word “evil” has many meanings depending on the context. First, evil can be seen as synonymous with bad – it is like any situation where there is a lack of good, or where bad things are happening to human beings like death or serious illness, such as the plague. Second, evil might be seen as synonymous with wrong – as in doing a wrong thing. Third, evil might even be more than just wrong such that all wrong doers are not necessarily always evil. That is then one way to define what is evil by trying to identify the difference between what is simply a wrong thing but not evil (Formosa, 2008).

Furthermore, in the business organization, the most crucial task of resisting evilness has been put on the leaders. What is the responsibility of the individual person? Hanna Arendt (1963) states that evilness could become “banal” as in the Nazi concentration camps. Evilness could be so common in everyday life that it could

be located in the whole administrative system. The whole system could be rotten and evil, and the individual sees himself as irresponsible and non-empowered.

Nazi commander SS Adolf Eichmann was a major operational actor in carrying out the Holocaust. Arendt concludes her analysis of Eichmann, and his organizational situation, with the judgement that Eichmann was guilty, but instead of being an insane or monstrously evil person, he was well within the range of sanity and normality. Eichmann was a thoughtless and “banal” person who did not understand what was right and wrong about his role as a manager in an organization that harmed people. He was not able to distinguish right from wrong in his organizational context because he did not think about what he was doing or who he was cooperating with (Arendt, 1963; Nielsen, 1984).

Primo Levi survived the Nazi holocaust and wrote many books about evilness. He states that to survive, one has to own almost one reason to live. “Survival in Auschwitz” (1955) is Levi’s classic account of ten months he spent in the German death camp, a harrowing story of systematic cruelty and miraculous endurance. Remarkable for its simplicity, restraint and compassion, this book remains a lasting testament to the indestructibility of the human spirit and a prayer for individual responsibility.

Zygmunt Bauman states that evilness, the Holocaust as its ideal-type, should be seen as deeply connected to modernity and its order-making efforts. Procedural rationality, the division of labor into smaller and smaller tasks, the taxonomic categorization of different species, and the tendency to view rule-following as morally good, all played their role in the Holocaust coming to pass. He also argued that for this reason modern societies have not fully taken on board the lessons of the Holocaust and its evilness (2001).

Group pressure and individual responsibility are problematic issues. Both naturalistic observations and experimental studies support the idea that ordinary human beings are ready to engage in violent acts when severe group discipline is exerted or as members of vicious sub-cults (Rogers, Stenner, Gleeson, & Rogers, 1995). As shown in many social-psychological field studies, the common man is ready to give electric shocks and beatings to his fellows if strong leaders give the orders to execute such actions (see Huczynski & Buchanan, 2001). But in the case of a debt collection firm, this is meant to be part of normal business, not a cult. However, we can assume that there are some features of the debt collection business, which could lead the employees of the firm to similar kinds of actions. It could be that moving from bad to evil actions happens little by little. No one wants to be an evil or corrupted person but this is a kind of process. We shall call this process *moral erosion*, and it is connected to lying as a moral choice. According to the study by Takala and Urpilainen (1999) on managerial work and lying, to leave things unsaid is not considered lying. It could be said in general that lying is about misleading

someone about some truth – that then means there exists some kind of truth. We should then consider whether truth is absolute or subjective.

Ethics and emotions. There are several lines for studying ethics and emotions in philosophy. In classical ethics, for example, in Kantianism or Aristotelism, the role of emotions is seen as being harmful, and disturbs the thinking of the rational human (white) man. Nowadays, more up to date ethical streams are popping up that are more positive concerning emotional actions in ethical decision-making. We found the following stands as interesting perspectives:

Emotivism. The development of emotive theory in this century is based largely on the work of [Stevenson \(1944\)](#). The theory consists of the following contentions:

- People have attitudes that often clash.
- To have an ethical conviction or opinion is to have an attitude.
- Ethical utterances express the attitudes of the speakers, and as a result have an influence on the attitudes of the hearers.
- To support an ethical statement by “reason” is to mention a fact that will influence the corresponding attitude.
- The use of ethical sentences in self-exhortation is parallel to interpersonal persuasion: personal “reasoning” about ethics is similar to interpersonal debate.
- Ethical sentences do not state facts, although in some contexts they give information.

Therefore, the issue in a proper ethical debate is more a matter of emotion than a matter of reason. Our moral attitudes are seen as emotions, not as a reflection of moral consciousness, and so on ([Brandt, 1959, p. 203](#)).

We can also define ethics and emotions as belonging to the sphere of *care ethics* – as an ethic grounded in voice and relationships, in terms of the importance of everyone having a voice, being listened to carefully (in their own right and on their own terms) and heard with respect. An ethic of care directs our attention to the need for responsiveness in relationships (paying attention, listening, responding) and to the costs of losing connection with oneself or with others. Its logic is inductive, contextual, psychological, rather than deductive or mathematical ([Gilligan, 2011](#)). At the end of this paper we will provide some suggestions for better leadership in human organizations based on care ethics.

Ethical leadership. To understand the term ethical leadership, we can approach it by defining “ethics” and “leadership” separately. As we described “good” before, now we will take a look at leadership in order to combine the theories of leadership

and ethics. In order to conduct a meaningful leadership ethics study, it is important to embed a definition of leadership within the study (Ciulla, 2004).

There are many different definitions of leadership, and an unambiguous definition has been difficult to find. Harvey (2000) presents a deeper understanding of leadership by defining what leadership is not. The essential element of a definition of leadership in the context of ethics is that there is a leader who has followers who follow the leader willingly. It is also worthwhile considering transformational leadership. Transformational leadership is described as leadership that targets deep changes (Lämsä & Päivike, 2010). It is typical for a transformational leader to consist of idealistic impacts, inspiring motivation, intellectual stimulation and individualism – also known as the four “i”s (Sivanathan & Fekken, 2002). Transformational leadership has a connection to ethical leadership, as James MacGregor Burns states that transformational leaders foster moral virtue (as cited in Ciulla, 2004).

According to Treviño, Hartman, and Brown (2000), ethical leadership contains two pillars –moral person and moral manager. In their descriptive approach, moral people are seen as honest, trustworthy and concerned about people via open behavior. Whereas moral managers are seen through how the leader uses the position of leadership in an ethical manner– he or she can appear for instance as a role model or alternatively may use rewards and punishments to ensure standards are followed. Ethical leadership in the approach adopted by Treviño et al. therefore describes a leader as a person who has high moral standards and uses his or her position of leadership to ensure those standards are followed.

Ciulla (2004) states that it is more important to answer the question “what is *good* leadership?” rather than just “what is leadership?” The *good* here has two senses – ethical good and technical good or effectiveness. Therefore, to be a good leader one must be ethical and effective.

By combining these definitions of ethics and leadership we arrive at a definition where ethical leadership means leadership that seeks the good, and where followers follow their leader willingly.

Research Method

The research method for this study is qualitative content analysis, which is a method for systematically describing the meaning of qualitative material (Schreier, 2012). This is carried out by classifying material as instances of categories in a coding framework (Schreier, 2012). The method is based on qualitative content gathered via written essays by the employees of the case firm.

The idea of the study is to explain phenomena arising due to ethical questions and how the debt collection service industry is perceived from the debt collection agent’s point of view. For this purpose qualitative interviews are a good way to gather

the data. The first author of this paper is an entrepreneur in the Finnish Collection Agency Ltd., and so it may appear that the data for the method adopted in this study is explained and reflected upon more using the first author's own thoughts and knowledge of the background involved. However, because of the first author's own presence in the case company, the data is gathered by asking the participants to answer questions in the form of written statements instead of in a spoken interview.

The Case Firm – A Presentation

The Finnish Collection Agency Ltd. is a medium-sized debt collection agency in Finland. The largest agencies in Finland have more than 100 employees, and there are over 100 small agencies with less than five employees each. The Finnish Collection Agency Ltd. at the time of this study had approximately 20 employees, and in terms of annual turnover, it is Finland's eighteenth largest debt collection agency (there are in total 140 debt collection agencies in Finland).

The Finnish Collection Agency Ltd. was founded in 2008 in the middle of the economic recession, and the company quickly established a position in the market by introducing an easy-to-use debt collection service with minimal risk to its customers. Rapid growth started in 2009 and continued with annual turnover growth of more than 50% until 2012, when the company started to stabilize. In 2013, the Finnish Collection Agency Ltd. had an annual turnover of 1.3 million euros.

The Finnish Collection Agency Ltd. has been profitable every year but profits have only been around 6% on average, which is mostly because of the rapid growth, which is funded only by the profits from the last few years.

At the beginning of 2014, the Finnish Collection Agency Ltd. started to expand outside of Finland's borders, and in March 2014 its Tallinn office was founded. The trademark SPT was also registered as an international brand when the company planned to dedicate more energy to its international debt collection business.

Data Collection

All of the employees in the Finnish Collection Agency Ltd. were asked to take part in the study if they wanted to and five of them were willing to offer answers to the study questions ($N = 5$). The participants came from various positions in the organization: one in sales, two were debt collection agents, one was the human resources manager and one was the chief executive officer. The human resources manager and chief executive officer are seen as supervisors and the other three as subordinates. There were seven general questions for every participant and the last three questions were different for the supervisors and subordinates. Three of the participants were female and two male. The ages of the participants were from 25 to 37.

Data collection began by asking the five participants to take part in a small introductory presentation where the aim of the study was described and the basic theoretical background was introduced. The presentation provided instructions on how to present their answers in the written essays on template documents on their computers. The participants were instructed that they could write their essays anytime on the data collection day and they could spend one to two hours. When the answers were ready they were instructed to send them to the first author via e-mail.

For every participant there were ten questions where they expected to answer in written essays. There was no maximum or minimum for the answers – the only instructions were that they can write anything that pops into their minds from each question. Some answers were then very short and some more mature yet every participant answered at least something for every question.

The seven general questions for every participant considered the participants tasks, which they conduct according to their own moral code and how they cope with conflicts. The questions also studied the participants changing moral opinion or what might change it. The questions considered the participants' own thoughts but also how they see the thoughts of other member in the organization. There were also questions about whether debt collection in general is good or evil.

The three special questions for the subordinates were about their attitudes towards lying. Have the subordinates ever experienced the supervisor lying? Are they forced to lie in their work and how does it affect them?

The three special questions for the supervisors were also about their attitudes to lying, but in terms of whether they lie to the subordinates or do the subordinates lie to them. The supervisors were also asked whether they see that the subordinates are conducting tasks which are against their own moral code.

The essay answers were written in the Finnish language.

Findings

The data were analyzed using content analysis by searching for connections to the theoretical background. We found several themes by sorting the data under the coding framework of the ethical theories of deontology, ethics of emotions, concept of evil and virtues. The themes were “reasoning by law,” “lying,” and “good or evil debt collection.”

Reasoning by Law

The employees in the debt collection agency seem to change their ethical position when they discover the reason for some ethical decision from the law. For instance, participant 2 had the following answer to the question about changing his/her ethical opinion:

Hereby I would like to include all matters for which I have legal reasoning. There still might be matters, which still make me think, but the law is the law and that must be followed. (P2)

In the debt collection service industry, employees are very often dealing with legislation, and therefore, general discussion in the workplace is about which law is applied in a particular situation and how. That mind set seems to become their way of thinking – if the law says something, it must be followed. Still, the question arises about whether the law is always ethically correct, but as we see, participant 2 ends up saying “the law is the law”. The other participants provide similar ideas:

Many times if the modes of working (although in the beginning they feel morally wrong or weird) are found for instance in a law on which the matter is based – the reasoning for that matter becomes easy for me and there is no need to speculate morally anymore. “The matter is what it is and that’s it” Still there are many ways to apply the law. (P3)

In response to legislation and collateral employment contracts we cannot do anything. (P5)

Individual observations from the surrounding reality changes their understanding of reality (known as a scheme), which again guides the kinds of new observations the person has (Neisser, 1982). In the debt collection service industry, employees seem to change their scheme more and more, so that what is written in the law is seen as morally correct, and there is nothing to question at all.

Responsibility is not only about following the law because the law only includes the minimum obligation, the law does not necessarily fit with one’s own moral code, and responsibility should also contain the will to act in the right way without setting one’s own benefit before anyone else’s (Takala, 1993).

Lying in a Debt Collection Agency

Many interviewees thought that leaving something unsaid is also lying.

Is it lying, if someone left something unsaid? For instance, in a sales situation. In my opinion it is. (P1)

Something left unsaid can logically return us to the idea that there is some truth that is left unrevealed to someone who has the right to know. The significant background to lying is then that truth does exist. In scientific philosophy there can be truth based on rational and logical thinking (rationalism), or truth can be something built into relations between human beings (constructionism). This study is about the individuals in organizations, which then makes the idea of truth that is constructed in relationships more relevant. In constructionism, the idea of truth makes us ask whose truth is it then. What is truth for one may not necessarily be for another.

The first author of this paper also knows that when the research data was being gathered, it was a busy and stressful time for all the employees. [Grover and Hui \(2005\)](#) have highlighted in their study that work pressure increases lies. Grove et al. also found that if one benefits from lying, this increases the probability of lies.

The Debt Collection Act obliges debt collection agencies to have a strong privacy policy, which means for instance that parties in a debt collection assignment cannot be revealed to a third party. Sometimes a third party makes inquiries to a debt collection agency about an assignment – for instance, sometimes the parents of a young debtor ask about their offspring's debts. The Debt Collection Act prevents the debt collection agencies from revealing anything in that situation. If the participants see that something left unsaid is lying, the participants may see that part of the Act has forced people to lie – the legislation or the debt collection agency's policies prevent them from saying something, which is therefore the same as lying. This improves our understanding of lying – that maybe it is not lying when someone does not have the right to know something, and it is left unsaid because of that. Yet forced lying is seen to exist:

Lying is always sad, especially if it is “forced” to occur according to your job description. (P3)

Kant's principle of a universal law, where some matters should always be left undone, if it cannot be done according to universal law ([Korsgaard, 1986](#)). According to Kant, we can also consider that the debt collection agent should respect his/her moral code (conscience) and not seek norms from society through such elements as legislation. Here we see that the debt collection agent's moral code (conscience) is sometimes in contradiction with legislation. Being forced to lie affects ethical conflict in the participants:

This matter connected to “forced lying” affects my work and comfort somehow, but not significantly. (P2)

There is lying in the organization that is targeted at instances outside the organization but also inside the organization. The study data reveals that lying exists between leaders and subordinates. It is also highly probable that there exists lying between all the members of the organization, but that it is not so significant, as the study data did not reveal any such instances.

The following answer clearly describes such internal lying:

Is it lying to leave something unsaid? I don't want to lie, but in some circumstances I've left some detail unsaid. Some of these are related to unclear situations for which there are many ways to solve them and the final solution is still under examination and that is not yet public information. In some situations there was the need to end up at some decided objective. I have also left some things unsaid because they could be seen as threatening for the employees, if the atmosphere has not been so good for sharing that thing. (P5)

In many answers the subordinates thought that the leaders are forced to lie because of instructions from the senior management:

Yes, sometimes the superiors lie. In my opinion it seems that the leaders together have decided some rules/instructions and none of the superiors can make exceptions to those even if their own opinion might be different to those. (P2)

Superiors lie in some situations. I've noticed that a superior sometimes has a different opinion, but he/she still wants to follow the senior management's instructions and that's why he/she lies to the subordinates in order to make the subordinate share the same opinion. (P1)

However, the answers from the superiors did not indicate that they were forced to follow some instructions to lie, but the leaders described their lying more that there was still something so unclear for them that it was better to leave it unsaid because those matters are still incomplete. Anyway that experience of lying is perceived to reduce trust and comfort:

The following reduces my trust in superiors and reduces my comfort in the company. (P2)

About building trust in the organization, [Paul Glen \(2014\)](#) highlights this clearly in his study in regard to the problem of building trust: "We do not trust them because they don't trust us."

Good or Evil Debt Collection

The first author's sentiments as an entrepreneur in the debt collection service industry are described well in participant 5's comment:

My own reputation has been affected from working in the debt collection service industry, for instance, I no longer say where I work in the first place. I'm tired of hearing base jokes about motorbike clubs and loan sharks when it is time to relax. (P5)

It seems that working in the debt collection industry can be characterized according to this comment from participant 5. People really do react with comments about motorbike clubs and so on when they learn where an employee works.

The debt collection agencies are also seen as disgusting and operating outside the law:

In Finland debt collection agencies are perceived as a disgusting and law breaking industry in one sense. This might be because many associate us with the fast loan companies. (P1)

This observation connected to the idea of the organizational mind-set of legislation-based reasoning is interesting. On the other hand, the culture inside the organization is strictly related to the law, and at the same time, the employee sees that society thinks that debt collection agencies operate outside the law.

Working in a debt collection agency is not in the list of dream jobs:

...it is not a dream job [working in a debt collection agency] at all, as I have heard from people's discussion. (P2)

On the other hand, the first author has heard people equate working in a debt collection agency with working as a dustman. According to research in the USA by CareerBuilder.com ([Institute of Management & Administration, 2007](#)), the most important features for a dream job are having fun at work (39%) and that the work changes something in society (17%). They showed that 20% of their participants had a dream job. It is possible to think of working in a debt collection agency as having an effect on society, but what are the effects and are they seen as morally good or evil?

On the other hand, we could ask the question in this context that if morality is about seeking good, what is evil then? Evil has been seen in many ways – evil itself and doing wrong. But all wrong doing is not necessarily evil ([Formosa, 2008](#)). Further research about jobs could examine those that are seen as evil and ask the employees whether they see their work as evil or only as doing the wrong thing.

Working in a debt collection agency is simply doing everything necessary to achieve a situation where a debtor pays their unpaid debt. That might be the root of the evil in the debt collection service industry. [Tang and Chiu \(2003\)](#) studied a sentence from the Bible and asked whether the love of money is the root of all evil. According to their study, low satisfaction with one's own income increases unethical behavior. Even though that study was made in Hong Kong, it also illustrates the connection between money and evil in this study. The debtors the employees in the debt collection agency have to cope with tend to be experiencing money problems, and therefore, they are not satisfied with their income and that makes them behave unethically, which might result in them seeing the debt collection agency as a source of evil.

The Impact of Ethical Questions on the Debt Collection Agency

Pacta sunt servanda –in legal terms is the common sense that what is agreed should be followed. The agencies in the debt collection service industry and their employees are dealing with the dark side of that rule– someone has failed to follow the provisions of an agreement and have left something unpaid. Here we consider this rule from the point of view of deontology, ethics of emotions, the concept of evil and virtues. In the following table, we will present ideas concerning ethical concepts in the context of the study.

Table 1
Ethical Issues and Empirical Findings of the Study

Perspective	In debt collection	Research question	Study findings
Deontology	It is universal that one should follow the rules one has agreed. / It is one's duty to follow the rules agreed.	What can be considered the common rules of the debt collection industry?	The debt collection agent should respect his/her moral code (conscience) and not seek norms from surrounding society such as legislation. Only actions in respect to a moral code are considered right and dignified. The moral code is different to society's legislation.
Ethics of emotions	Debt collection causes emotions and those should not be excluded from ethical analysis.	What effect do emotions have in the practical ethos of the debt collection agent and their professional ethics?	The debt collection agent should avoid illegal, violent and inappropriate methods in his/her work. The debt collection agent should control his/her impulses.
Concept of evil	When an act is not only merely wrong but can even be considered an evil act – the difference between mere wrong-doing and evil in debt collection.	What are the actions one could commit in debt collection that will receive the strongest condemnation?	Debtor takes a debt without the intention to pay it at all. Illegal debt collection methods such as violence – all kinds of motorbike gangs collecting debts.
Virtue ethics	Order to decide is a right or wrong act and one should follow the virtues of a debt collection agent.	What then are the virtues of a debt collection agent?	Self-discipline, Assertiveness, Judicial prudence, Justice, Obedience, Truthfulness.

According to [Kant \(1959\)](#), one should not act unless the action satisfies a universal law – in debt collection that means one should follow the rules agreed and so pay in time. It can be considered a universal law that the rules should be followed. Of course, we could evaluate different situations, such as when the debtor has not left anything unpaid intentionally, and even the situation where the debtor is forced to leave a contract unfulfilled. In order to reveal the ethical questions in the debt collection industry, we consider the reality here of the universal law to follow the rules and pay in time.

As universal law is considered to be following the rules and following the rules means paying in time, from a deontological point of view debt collection agents should think in terms of their moral code and justify their actions by seeking answers from their conscience – not from legislation. Condemnations made under a moral code can be considered right and dignified.

The research data shows that debt collection causes many emotions and these cannot be excluded from an ethical analysis. Emotions can be seen in the debt collection industry in two ways – first, general emotions such as how a person is feeling when he or she is conducting some action; and second, professional emotions such as dealing with emotions at work like those arising in conversations between parties in debt collection cases (creditors and debtors). We can also consider that those professional emotions are like those that are more acceptable to show in the organization. General emotions might be those that one would not reveal to others,

but one feels them all the same. The research data shows that the general emotions and professional emotions of debt collection agents are sometimes in conflict.

The debt collection agent should follow a level of self-control to avoid illegal, violent and inappropriate actions. According to Aristotle, emotions are our built-in alarm system for ethical matters (see [Brown & Mitchel, 2010](#)), which then means that debt collection agents should listen to their emotions when making decisions about their conduct. This involves the continuous practice of self-discipline, which can also be seen as a virtue for a debt collection agent.

We can consider that some actions are wrong or bad, but which actions are so wrong that we can consider them evil? Wrong-doing and evil are separate concepts. According to [Formosa \(2008\)](#), evil is wrong doing which results in the strongest condemnation. In debt collection in general, for instance, this might be when a debtor incurs a debt without any intention of paying it back. For the debt collection agent, an evil action could be collecting the debt using violent or inappropriate actions. In fact, as the research data shows, debt collection agents are not willing to talk about their work when meeting new people, as they often start receiving comments about motorbike gangs and other harmful implications; this can be seen as the common opinion about the evil inherent in debt collection, when debt collection is connected with violent actions against debtors.

There appear to be several virtues for debt collection agents according to the research data, which are assertiveness, judicial prudence, justice, obedience and truthfulness. As we pointed out before, violent actions on the part of debt collection agents can be considered the evil actions those agents are used to avoiding in their professional behavior by practicing discipline or self-discipline. We assume then that self-discipline is one of the most important and descriptive virtues for debt collection agents.

Discussion

Debt collection agents in their professional work are expected to be in control of or even disciplined by their emotions, and they should avoid violent and harmful debt collection actions. Yet sometimes debt collection agents see the actions they should take as bad or evil but they reason their actions according to the law using the legislation as a kind of shield against their own ethical considerations, which is connected to our idea of moral erosion. As has been noted that moral erosion can occur when a strong leader gives orders, we can see a similar phenomenon in the debt collection context where the law takes the place of the strong leader.

The study shows that debt collection agents perceive that the general public has an aggressive image of them, which appears in common jokes about the profession. This

aggressive image can be seen as a perception of evilness in debt collection agents. The leader of the debt collection company should then create a peaceful environment, which helps his or her subordinates resist. The leader should show mercy in all of his or her actions and beliefs with all people. These are common attributes of servant leadership (Parris & Peachey, 2012).

In this contradictory context we suggest that the leader must care more for people. Miller (2009) in her study found that leaders who are perceived as having a personal relational basis of ‘empathy with action’ were also perceived as being proficient in the task of leading the organization. The role of leader as mentor and coach has become increasingly prominent because of the increased complexity within the workplace. Care-ethics may pave the way to better business practices (Miller, 2009), where care comes close to the idea of mercy.

We assert that “Management by Mercy” could be a new Christian-based leadership doctrine. This approach says that we must take care of our fellows in our work communities, and offer them mercy as often as possible. This is our duty as human beings, as Immanuel Kant also states (see Kylliäinen, 2009). This “Mercy” doctrine will offer fresh procedures in the future. Mercy is also seen as an attribute of servant leadership (Parris & Peachey, 2013).

As our study shows, the virtue of self-discipline exists for the debt collection profession. In order to achieve a certain level of self-discipline, the employee needs support. Support can be provided by the leader’s understanding of the emotions and ethical opinions of his subordinates, and by reasoning what practices are appropriate in a given situation.

Debt collection agents should follow certain rules, laws, and more deeply certain ethical rules and behavior. The debt collection agent’s character could be in conflict with his or her own self-image. It can also be said that debt collection agents are expected to act and behave in a certain way, but in such a position they might behave totally differently if they did not assume they are in that role. The significance of this conflict distinguishes those who are able to be debt collection agents from those who cannot. This is an important factor in the acquisition of new personnel and appointing them to certain positions within the debt collection organization.

The debt collection industry is considered to be making a profitable business in an industry where this is increasingly difficult, while political interests want to increase control, decrease the cost of debt collection for the debtor and limit the actions available to debt collection agencies. The clock is also ticking against debt collection agencies: as each claim becomes older, the harder it is to collect the debt – the debt collection curve drops dramatically after 90 days (Giusti, 2004). That makes it more difficult for debt collection agencies to be effective, and the managers of debt collection agencies are inevitably forced to demand more from their subordinates.

Therefore, by connecting these two ideas of care for the employees in the context of continuing high demands for effectiveness, we suggest that one good guideline for leaders in debt collection agencies would be: “Be merciful to all people but merciless about the results.”

References

- Allinson, R. E. (1998). Ethical values as part of the definition of business enterprise and part of the internal structure of the business organization. *Journal of Business Ethics*, 17, 1015–1028.
- Arendt, H. (1963). *Eichmann in Jerusalem – A report on the banality of evil*. London, UK: Penguin Classics.
- Bauman, Z. (2001). *Modernity and holocaust*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Brandt, R. (1959). *Ethical theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Brown, M. E., & Mitchell, M. S. (2010). Ethical and unethical leadership: Exploring new avenues for future research. *Business Ethics Quarterly*, 20(4), 583–616.
- Ciulla, J. (2004). *Ethics at the heart of leadership* (2nd ed.). Westport, CT: Praeger Publishers.
- Formosa, P. (2008). A conception of evil. *The Journal of Value Inquiry*, 42, 217–239.
- Frankena, W. (1973). *Ethics*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Gilligan, C. (2011). *Interview with Carol Gilligan*. Retrieved from <http://ethicsofcare.org/interviews/carol-gilligan/>
- Giusti, M. (2004, May 17). Debt collection companies advise business owners about recovering unpaid accounts. *New Orleans City Business*, 1. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/209570156?accountid=11774>
- Glen, P. (2014, April 7). The benefits of an unstructured career. *Computerworld*. Retrieved from <http://www.computerworld.com/article/2489176/it-management/paul-glen--the-benefits-of-an-unstructured-career.html>
- Grover, S. L., & Hui, C. (2005). How job pressures and rewards affect lying behaviour. *The International Journal of Conflict Management*, 16(3), 287–300.
- Harvey, M. (2000). Toward a definition of leadership. *Financial Services Advisor*, 143(3), 35.
- Huczynski, A., & Buchanan, D. (2001). *Organizational behaviour: Introductory text*. New York, NY: Prentice Hall.
- Institute of Management & Administration. (2007). *Profile of a dream job-money comes third* (IOMA's Report on Salary Surveys).
- Kant, I. (1959). *Foundations of metaphysics of morals*. New York, NY: Bobbs-Merrill.
- Korsgaard, C. M. (1986). The right to lie: Kant on dealing with evil. *Philosophy & Public Affairs*, 15(4), 325–349.
- Kylliäinen, A. (2009). *Mercy in working life*. Helsingissä, Finland: Otava Publishing.
- Lämsä, A.-M., & Päivike, T. (2010). *Organisaatiokäyttötymisen perusteet* [Basics of organizational behaviour]. Helsinki, Finland: Edita Prima.
- Larkin, J. (2000). The ability of internal auditors to identify ethical dilemmas. *Journal of Business Ethics*, 23, 401–409.
- Levi, P. (1955). *Survival in Auschwitz*. New York, NY: Touchstone.

- Lurie, Y., & Albin, B. (2007). Moral dilemmas in business ethics: From decision procedures to edifying perspectives. *Journal of Business Ethics*, 71, 195–207.
- Miller, M. (2009). Transformational leadership behaviours and empathy with action. *An International Journal of Holistic Mission Studies*, 26(1), 45–59. <http://dx.doi.org/10.1177/0265378809102176>
- Neisser, U. (1982). *Kognitio ja todellisuus* [Cognition and reality]. Espoo, Finland: Weilin+Göös.
- Nielsen, R. (1984). Toward action philosophy for managers based on Arendt and Tillich. *Journal of Business Ethics*, 3, 153–161.
- Parris, D. L., & Peachey, J. W. (2013). A systematic literature review of servant leadership theory in organizational contexts. *Journal of Business Ethics*, 113(3), 377–393.
- Rogers, R. S., Stenner, P., Gleeson, K., & Rogers, W. S. (1995). *Social psychology: A critical agenda*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Ross, D. W. (1930). *The right and the good*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sivanathan, N., & Fekken, G. C. (2002). Emotional intelligence, moral reasoning and transformational leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 23(4), 198–204. <http://dx.doi.org/10.1108/01437730210429061>
- Stevenson, C. L. (1944). *Ethics and language*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Takala, T. (1993). *Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu – Historiallinen tausta ja käsitteellistä pohdintaa* [Business ethics and social responsibility of the firm] (Publications No 89/93). University of Jyväskylä, Department of Economics and Management.
- Takala, T., & Urpilainen, J. (1999). Managerial work and lying: A conceptual framework and an explorative case study. *Journal of Business Ethics*, 20, 181–195.
- Takala, T., & Uusitalo, O. (1996). An alternative view of relationship marketing: A framework for ethical analysis. *European Journal of Marketing*, 30(2), 45–60.
- Tang, T. L., & Chiu, R. K. (2003). Income, money ethics, pay satisfaction, commitment, and unethical behavior: Is the love of money the root of evil for Hong Kong employees? *Journal of Business Ethics*, 46, 13–30.
- Tomperi, H. (2014). Ethical team leadership as construed by Finnish managers. Retrieved from https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/44911/978-951-39-5972-2_vai-tos12122014.pdf?sequence=1
- Trapp, N. L. (2011). Staff attitudes to talking openly about ethical dilemmas: The role of business ethics conceptions and trust. *Journal of Business Ethics*, 103, 543–552.
- Treviño, L. K., Hartman, L. P., & Brown, M. (2000). Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership. *Californian Management Review*, 42(4), 128–142.
- Van Cranenburg, K., & Arenas, D. (2013). Strategic and moral dilemmas of corporate philanthropy in developing countries: Heineken in Sub-Saharan Africa. *Journal of Business Ethics*, 46, 13–30.
- Von Wright, G. H. (2001). *Varieties of goodness*. London, UK: Routledge.
- Warren, R. C. (2011). Piracy and shipowners' ethical dilemmas. *Society and Business Review*, 6(1), 49–60.

Appendix

Kyselylomake – VERSIO A:

Koetko, että jotkut muut työntekijät työyhteisössä toimivat heidän itsensä mielestään eettisesti väärin jossain työtehtävässä tai työvaiheessa? Missä tehtävässä ja miten se mielestäsi vaikuttaa heidän työskentelyynsä? (Älä mainitse henkilöiden nimiä)

Valehtelevatko esimiehet sinun mielestäsi? Miten käsityksesi tästä vaikuttaa työskentelyysi ja viihtyvyytesi?

Oletko mielestäsi pakotettu valehtelemaan työtehtäviisi liittyvissä asioissa jollekulle (mikä tahansa taho – työkaveri, velallinen, toimeksiantaja, käräjäoikeus...)? Miten käsityksesi tästä vaikuttaa työskentelyysi ja viihtyvyytesi?

Kyselylomake – VERSIO E:

Koetko, että alainen (ei välttämättä oma alaisesi – kuka tahansa alainen) toimii hänen itsensä mielestään eettisesti väärin jossain työtehtävässä tai työvaiheessa? Missä työtehtävissä ja miten se mielestäsi vaikuttaa alaisen työskentelyyn? (Älä mainitse henkilöiden nimiä)

Valehteletko mielestäsi alaisillesi? Mitä arvelet alaisten (ei välttämättä oma alaisesi – kuka tahansa alainen) ajattelevan sinusta – eli valehteletko heidän mielestään?

Valehtelevatko alaiset mielestäsi (ei välttämättä oma alainen – kuka tahansa alainen) esimiehille?

Kyselylomake – VERSIO Y:

Mitkä työtehtäväsi tai työtehtäviesi työvaiheet ovat sellaisia, joissa mielestäsi toimit omien eettisten ohjeittesi mukaan väärin ja miten tällainen vaikuttaa omaan työskentelyysi?

Entä mitkä ovat mielestäsi sellaisia työtehtäviä, joissa perustelet itsellesi jollain tavalla toimintasi ja millaisia nämä perustelut ovat? Koetko perustelusi jälkeen toimivasi oikein tai väärin?

Mitä sinun mielestäsi edellä mainituille työtehtäville pitäisi tehdä, että kokemuksesi vaihtuisi?

Ikuinen taistelu hyvästä ja pahasta: onko perintätoimiston työ mielestäsi hyvää vai pahaa? Entä onko se yleisesti Suomessa mielletty hyväksi vai pahaksi? Miten käsityksesi tässä vaikuttaa työskentelyysi?

Millaisia eettisiä kysymyksiä havaitset työpaikalla, missä eri henkilöillä on näkemyseroja? Miten nämä näkemyserot vaikuttavat mielestäsi työssä viihtymiseen?

Oletko havainnut tulkinta tai näkemyseroja joissain eettisissä kysymyksissä ja sen jälkeen huomannut, että näkemysero olisi kadonnut – jos näin, niin mikä mielestäsi on johtanut siihen, että näkemysero on poistunut? Tai toisaalta mikä mielestäsi voisi johtaa siihen, että näkemysero poistuisi?

Toimitko mielestäsi työtehtävissäsi omien eettisten ohjeittesi vastaisesti? Jos näin, niin millaisissa työtehtävissä ja miten se vaikuttaa työskentelyysi?

Başvuru: 22 Kasım 2015

Revizyon: 27 Şubat 2016

Kabul: 9 Mart 2016

OnlineFirst: 30 Haziran 2016

Copyright © 2016 • Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0019 • Mayıs 2016 • 9(1) • 49–89

Araştırma Makalesi

Adil Ticaret Bilgisi, Adil Ticaret Primi Ödeme İstekliliği ve Adil Ticaret Bağlılığı İlişkisinde Adil Ticarete Duyulan Güvenin Rolü: Türkiye Örneği*

Sevdenur Kapusuz¹

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Halil Semih Kimzan²

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Öz

Günümüzde rekabetin artması, küçük ölçekli üreticilerin ve küçük ölçekli çiftçilerin, büyük firmalar karşısında faaliyetlerini sürdürmesini zorlaştırmaktadır. Bu zorluklar, ticarete daha eşit koşullar getirmeyi amaçlayan adil ticareti önemli hale getirmeye başlamıştır. Bu araştırmada, adil ticaret bilgisinin, adil ticaret bağlılığı ve adil ticaret primi ödeme istekliliği üzerine etkileri ve bu etkilerde adil ticarete duyulan güvenin aracı etkisi incelenmiştir. Araştırmanın ilk modelinde; adil ticaret bilgisi, adil ticaret bağlılığı ve adil ticarete duyulan güven arasındaki ilişkiler, araştırmanın ikinci modelinde ise; adil ticaret bilgisi, adil ticaret primi ödeme istekliliği ve adil ticarete duyulan güven arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışmada ulaşılan sonuçlar, “adil ticaret bilgisinin”, “adil ticaret bağlılığı”nı, etkilediğini ve “adil ticarete duyulan güven”in bu ilişkide kısmi aracılık etkisine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma sonuçları ayrıca, “adil ticaret bilgisi”nin “adil ticaret primi ödeme istekliliği”ni “adil ticarete duyulan güven” üzerinden etkilediğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle “adil ticarete duyulan güven”, “adil ticaret bilgisi” ile “adil ticaret primi ödeme istekliliği” arasındaki ilişkide tam aracılık etkisine sahiptir.

Anahtar Kelimeler

Adil ticaret • Adil ticaret bilgisi • Adil ticaret primi ödeme istekliliği • Adil ticaret bağlılığı • Adil ticarete duyulan güven

* Bu çalışma Sevdener Kapusuz'un yüksek lisans tezine dayalı olarak oluşturulmuş; 10-13 Haziran 2015 tarihinde Eskişehir'de düzenlenen 20. Ulusal Pazarlama Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

1 Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bozüyük Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Programı, Gülümbe Yerleşkesi, Bilecik 11210. Eposta: swde26@hotmail.com & sevdener.kapusuz@bilecik.edu.tr

2 Yetkilendirilmiş yazar: Yrd. Doç. Dr. Halil Semih Kimzan, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Meşelik Kampüsü, Eskişehir 26480. Eposta: semih.kimzan@gmail.com & hskimzan@ogu.edu.tr

Atıf: Kapusuz, S., & Kimzan, H. S. (2016). Adil ticaret bilgisi, adil ticaret primi ödeme istekliliği ve adil ticaret bağlılığı ilişkisinde adil ticarete duyulan güvenin rolü: Türkiye örneği. *İş Ahlakı Dergisi*, 9, 49–89.

Küçük ölçekli üreticilerin desteklenmesi ülke ekonomileri ve refahı açısından kilit öneme sahiptir. Artan rekabet koşulları, küçük ölçekli üreticilerin faaliyetlerini sürdürmesi için bir tehdit oluşturmaktadır. Bu tehdidi ortadan kaldırmaya yönelik uygulamalar ise yetersiz kalabilmektedir. Bu rekabetten ülke ekonomileri olumsuz bir şekilde etkilenmekte ve daha etkili ve daha eşit uygulamalara olan ihtiyaç gün geçtikçe artmaktadır. Adil ticaret, rekabet şartlarından olumsuz etkilenen küçük ölçekli üreticilerin ve küçük ölçekli çiftçilerin çalışma ortamlarını, çalışma koşullarını iyileştirmeyi ve çalıştıklarının karşılığını daha adil bir şekilde alabilmeleri için uygulanan bir ticaret ortaklığıdır. Adil ticaret uygulamasıyla birlikte, küçük üretici ve küçük çiftçilerin pazarda karşılaştıkları rekabet ortamının olumsuzlarından etkilenmeleri en az düzeye indirgenmeye çalışılır. Bu nedenle, adil ticaret uygulaması her geçen gün önemini ve eksikliğini daha da fazla hissettirmektedir.

Adil ticaret, gelişmekte olan ülkelerdeki küçük üreticilere, küçük çiftçilere daha iyi çalışma koşulları sunar. Küçük üreticilerin, küçük çiftçilerin daha iyi ücretler almalarını sağlayarak, yaşam standartlarını yükseltir. Küçük üreticilere ve küçük çiftçilere pasif bir şekilde yardım etmekten ziyade onların özgüvenlerini artırarak, sürdürülebilir bir şekilde gelişmelerine olanak sağlar. Adil ticaret, küresel düzeyde üreticileri, pazarlamacıları ve tüketicileri ilgilendiren bir uygulamadır.

Sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen bir sosyal sorumluluk projesi olarak da ifade edilebilen adil ticaret uygulaması, ülkemizde yeterince bilinmemekte ve tanınmamaktadır. Türkiye'deki küçük ölçekli / dezavantajlı üreticileri de rekabetçi pazar şartlarında koruyacak etkin bir uygulamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye'de adil ticaret etiketlerine sahip ürün sayısı görece olarak oldukça azdır. Küçük ölçekli üreticilerin desteklenmesinde tüketicilerin adil ticaret bilgileri, adil ticarete güvenleri, adil ticaret primi ödeme isteklilikleri ön plana çıkmaktadır. Adil ticaret ile ilgili yurtdışında çok sayıda araştırma yapılmış olmasına rağmen, ülkemizdeki çalışmaların sayısı yok denecek kadar azdır. Türk tüketicisinin adil ticaret bilgisi ve güveninin, adil ticaret ürünü için prim fiyat ödeme istekliliği ve adil ticaret bağlılığına etkisi araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

Adil ticaret faaliyetlerinin amacına ulaşabilmesinde, tüketicilerin adil ticarete güven duyması kilit bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, tüketicilerin adil ticaret hakkında bilgiye sahip olmaları yeterli olmayıp aynı zamanda adil ticarete güvenmeleri de gerekecektir. Literatür incelendiğinde “adil ticaret bilgisi” ile “adil ticaret primi ödeme istekliliği” arasındaki ilişkide “adil ticarete duyulan güven”in aracı etkisine yönelik çalışmaların eksikliği göze çarpmaktadır. Aynı şekilde “adil ticaret bilgisi” ile “adil ticaret bağlılığı” arasındaki ilişkide “adil ticarete duyulan güven”in aracı etkisine pek değinilmemektedir. Araştırmanın amacı, Türk tüketicisinin adil ticaret hakkında sahip olduğu bilginin adil ticaret primi ödeme istekliliği ve adil ticaret bağlılığına etkisi ile

adil ticarete duyulan güvenin bu ilişkileri nasıl etkileyeceğinin tespit edilmeye çalışılmasıdır. Bu yönüyle çalışmanın özgün bir değer ortaya koyması amaçlanmaktadır.

Adil Ticaret Kavramı

Adil ticaretin amacı, gelişmekte olan ülkelerde zor koşullar altında faaliyet gösteren dezavantajlı üreticilere, pazar erişimi (genellikle kuzeydeki yani gelişmiş ülkelerdeki tüketici için) sağlayarak yoksulluktan çıkma fırsatı sunmaktır. Böylelikle uluslararası ticaret sayesinde kendilerini geliştirmek için üreticilerin güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Adil ticaret, tüm paydaşlar arasında daha adil ekonomik fayda sağlayan yenilikçi bir tedarik zinciri modeli oluşturarak tüketim ve üretimi yeniden ilişkilendiren yeni bir model ortaya koymaktadır. Adil ticaret, küresel pazarlarda ortaya çıkan başarısızlıkların olumsuz etkisini azaltarak, tedarikçi-satıcı ilişkisindeki güç ve bilgi düzeyi konusundaki eşitsizlikleri gidermek için çabalar (Nicholls & Opal, 2005, s. 6).

Uluslararası Adil Ticaret Etiketleme Örgütleri (FLO), Uluslararası Alternatif Ticaret Örgütü (IFAT), Avrupa Dünya Mağazaları Ağı (NEWS) ve Avrupa Adil Ticaret Birliği'ni (EFTA) kapsayan ana örgüt olan FINE tarafından geliştirilen adil ticaret tanımı şöyledir (FINE, 2001):

“Adil Ticaret, uluslararası ticarete daha fazla eşitlik arayan diyalog, şeffaflık ve saygıya dayanan bir ticaret ortaklığıdır.”

Adil ticaret özellikle Güneydeki yani gelişmekte olan ülkelerdeki dezavantajlı üretici ve çalışanların haklarını güvence altına almak suretiyle daha iyi ticaret koşulları sunarak sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunur. Tüketicilerin de desteklediği adil ticaret örgütleri, bilinçlendirmeyi artırmak, üreticiyi desteklemek ve geleneksel uluslararası ticaret uygulamalarında ve kurallarında değişiklikler yaratabilmek için aktif mücadele yürütmektedir. Bu açıklamalar ışığında adil ticaretin amaçları şunlardır (Redfern & Snedker, 2002, s. 11):

- Pazar erişimini geliştirerek, üretici örgütlerini güçlendirerek, ticaret ilişkilerinde sürekliliği sağlayarak ve daha iyi bir fiyat ödeyerek üreticilerin refah ve geçimlerini iyileştirmek,
- Üretim sürecinde çocukları sömürüden korumak için, yerli insanlar ve özellikle kadınlar ile dezavantajlı üreticiler için gelişme fırsatları sağlamak,
- Uluslararası ticaretin üreticiler üzerindeki olumsuz etkileri hakkındaki tüketici farkındalığını arttırmak suretiyle tüketicilerin satın alma güçlerini pozitif şekilde kullanmasını sağlamak,
- Saygı, şeffaflık ve diyalog sayesinde ticaret ortaklığı modeli oluşturmak,

- Geleneksel uluslararası ticaret uygulamaları ve kurallarında değişiklikler için mücadele vermek,
- Ekonomi, güvenlik, çevreye ilişkin alanlar yanında sosyal adaletin gelişimine destek vererek insan haklarını korumak.

Adil ticaret ve etik ticaret farklı anlamlara sahip olsa da benzer kavramlardır (Stevens, 2008, s. 22). Clarke Barnett, Cloke ve Malpass (2007, s. 584), etik ticaretin “üretim akışında çalışma koşullarına odaklandığını” ve adil ticaretin ise “tüketim, ticaret ve üretimin alternatif alanlardaki gelişim üzerine odaklandığını” ifade etmiştir. Nicholls (2002, s. 7) etik ticareti, “kurumsal sosyal sorumluluk” ile ilişkisi olan “önemli bir şirket politikası” olarak tanımlarken adil ticareti ise, eşitliğin değişimini hedefleyen bir alıcı-tedarikçi ilişkisi olarak görmektedir.

Adil ticaret, etik tüketimin alt kümesi olarak görülmektedir (Bird & Hughes, 1997). Raynolds’a göre (2002), etik tüketimin gelişmesi, adil ticaretin gelişiminin arkasındaki odak noktasıdır. Adil ticaret ağları, batılı tüketicilerin küresel etik konular üzerine artan ilgisiyle desteklenmektedir. Son zamanlarda ürün tercihinin şekillendiren sosyal ilişkilerin somutlaştırılması, etik tüketim uygulamalarını da artırmıştır.

Connolly ve Shaw’a göre (2006, s. 354–355), büyük resmin tamamını görmenin öneminin farkına varılması gerekmektedir. Adil ticaret tanımı gereği, “ticari ortaklık”, “şeffaflık” (kurumsal sorumlulukla ilgili), “sürdürülebilir gelişime katkıda bulunma” ve insanların “haklarını güvence altına almayı” iyileştirmeyi içerir. Tüm bu noktalar etik tüketimle de ilişkilidir. Etik tüketim diğer konulara odaklansa bile adil ticaret gibi belirli gelişimsel konuları da içerir (Stevens, 2008, s. 22).

Adil Ticaret Bilgisi

Tüketici bilgisi, etik tüketim, çevresel sorumluluk ve adil ticaret tüketiminde çok önemli rol oynamaktadır (Shim, 1995). Etik tüketim ve adil ticaret konuları hakkında bilgiye sahip bireyler, çevresel sorumluluk ve adil ticaret ürünleri satın alma konularına daha duyarlı olabilmektedir (Dickson & Littrell, 1996). Etik tüketiciler, çevreyle dost ürünleri araştırıp ve etik olmadığını düşündükleri firmaları boykot edebileceklerinden, bilgi etik satın alma davranışına rehberlik edecektir. Adil ticaret konuları hakkında daha bilgili bireyler ise, adil ticaretin küçük üreticiyi güçlendirme temelinin bilincinde olarak adil ticarete güvenebilir ve güvene dayanarak adil ticaret ürünleri için bir prim fiyat ödemeyi kabul edebilir. Pazarlamacılar açısından da etik konular önemlidir. Çünkü şirketin etik davranışları hakkındaki bilgilerin, tüketicilerin gözündeki şirket imajını ve ürün satışlarını etkilediği düşünülür (Carrigan & Attalla, 2001; Mascarenhas, 1995).

Adil ticaret bilgisi, adil ticaretin temel yönlerini oluşturan tam bir tanımını verme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Pelsmacker, Janssens, Sterckx & Mielants, 2006).

Adil ticaret bilgisi, adil ticaretin nasıl tanımlandığını bilmektir (Pelsmacker & Janssens, 2007, s. 368). Dar anlamda bilgi, adil ticareti oluşturan çekirdek yönleri bilip bilmemekle yani bireylerin adil ticaret tanımını tam olarak doğru bir şekilde yapabilmesiyle ilgilidir. Çevresel bilgi, doğal çevrenin korunması ile ilgilidir ve adil ticareti tam olarak kapsamamaktadır. Sosyal bilgi, çevresel bilginin içermediği bileşenlerini içerir (Pelsmacker ve ark., 2006, s. 129).

Ürün satın alırken, sosyal açıdan ürünün özelliklerini dikkate alma bilincinin oluşması için belli bir bilgi seviyesi gerekli olabilmektedir. Tüketicinin bilgi düzeyi artarsa, tüketici sosyal sorumluluğa sahip şirketlerin amaçlarına ulaşmasına katkıda bulunabilmektedir (Dickson, 2000, s. 28). Adil ticaretin tanımını, temel yönlerini, amaçlarını bilen tüketiciler, küçük ölçekli üreticilerin kendilerini geliştirmelerine yardımcı olmak, onlara daha iyi çalışma koşulları sağlamak amacıyla adil ticaret ürünlerini satın alarak adil ticaretin gelişimine katkı sağlayabilirler. Bu şekilde, adil ticaret örgütlerinin amaçlarına ulaşmasında destek olabilirler.

Adil ticaret bilgisi, küçük üreticilere ve onların üretimlerine ayrıcalık sağlar. Adil ticaret söylemleri, üretken kaynakların sürdürülebilir yönetimini vurgulamaya eğilimlidir. Adil ticaret, muz, çikolata ya da kahve üretmek için doğaya aktif müdahaleler içeren bir biyofiziksel ortamı temsil eder (Bryant & Goodman, 2004, s. 357). Kuzeyli üreticiler adil ticaretin ne olduğu ve adil ticarete neden ihtiyaç duyulduğu hakkındaki detaylı bilgilerin yayılmasına gereksinim duyarlar. Bu bilgi, tüketilen adil ticaret ürününün (örneğin; çikolata, muz, kahve) hangi topluma ve hangi kooperatife bağlı olarak üretildiği bilgilerini kapsayabilir (Bryant & Goodman, 2004, s. 358).

Sürdürülebilir kaynak yönetimi, küçük ölçekli üreticiler ve üretici kooperatifleri ile etik ilişkiler adil ticaretin temelidir. Bu nedenle, adil ticaret bilgisi, kuzeyli üreticiler için alternatif bir görüşün yeni bir türü olarak aktarılmaktadır. Bunun nedeni, adil ticaret bilgi akışının, pazar odaklı kalkınma, siyasal tüketim ve metalaşmadaki öngörülemeyen belirsizliklere dikkat çekmesidir (Bryant & Goodman, 2004, s. 359).

Tüketiciler ürünler, bu ürünlerin mal sistemlerinde nasıl hareket ettiği (biyografisi) ve bu ürünlerin nereden geldikleri (menşei) şeklindeki üç tür bilgiyi adil ticaret ağlarından sağlar (Cook & Crang 1996; Goodman, 2004). Adil ticaret etiketleri ve eylemci örgütler, üretim ve tüketimin sosyal ve psikolojik bağlantılarını açıklayarak kuzeyli tüketiciler için detaylı bilgiler sağlar (Goodman, 2004, s. 901). Etiketler yanında reklamlar da bilginin kaynağı olarak görülmektedir. Adil ticaret ürünlerinin satın alınmasında kalite bir avantaj olarak kabul edilir. Bilgi, etik satın alımlara yardımcı ve etik satın alımları sınırlayıcı bir faktör olarak kabul edilir (Shaw & Clarke, 1999). Adil ticaretle ilgili etik ilişkiler, mal tanıtımında yoğun bilgi biçiminde kendisini gösterir (Hughes, 2000).

Algılanan adil ticaret bilgisinin miktarı ve kalitesi, adil ticaret ürünleri satın alma davranışını tutumlar aracılığıyla etkiler. Buna karşılık, adil ticaret konusu açısından bilginin çok az olduğu, bilgiye yaygın olarak ulaşamadığı ve bilginin güvenilir olmadığı görülmüştür. Adil ticaret konularındaki bilgi kıtlığı ve dolaşan bilginin düşük kalitede olması tüketicilerin adil ticarete karşı şüpheyile yaklaşmasına ve tüketicilerin adil ticarete karşı ilgilerinin azalmasına yol açar. Adil ticaret konularındaki bilgi azlığı, adil ticaret ürünlerinin çok pahalı olduğu algısını oluşturabilir. Adil ticaret konularında yetersiz bilgi ise, olumsuz tutumlara yol açabilir. Başka bir deyişle, yetersiz bilgi, adil ticarete karşı güven eksikliği oluşturur ve adil ticaret ürünlerine karşı ilgiyi azaltarak bu ürünlerin satın alımını azaltır. Bilgili tüketiciler, bilgi azlığını daha az algırlar ve adil ticaret konuları, ürünleri hakkındaki deneyimleri bilginin sonucu olarak ortaya çıkar (Pelsmacker & Janssens, 2007, s. 365–366).

Bilgi kalitesi boyutu, kişilerin adil ticaret bilgi kalitesinin (güvenli ve kontrol edilebilir) iyi olduğuna inandığını belirtmektedir. Adil ticaret bilgisinin yüksek miktarda olması, kişilerin adil ticaret hakkındaki birçok bilginin var olduğunu düşündüğü anlamına gelmektedir. Algılanan yüksek bilgi kalitesi ve miktarı, adil ticarete karşı şüphe düzeyini belirler (Pelsmacker & Janssens, 2007, s. 371–372).

Adil ticaret bilgisi düzeyine bağlı olarak etik tüketim değerleri, doğrudan adil ticaret marka bağlılığı üzerinde etkiye sahiptir. Bilgi düşük olduğunda etik tüketicileri belirlemek zorunlu olabilir. Sadakat oluşumu adil ticaret bilgisinden oldukça etkilenir. Bilginin güvenilirlikten uzak olması, ürünler ve etik konular açısından yetersiz bilgiler, adil ticaret ürünleri için bir prim fiyat ödeme istekliliğini azaltır (Kim, Lee & Park, 2010).

Adil Ticarete Duyulan Güven

Sosyal bilimlerde önemli bir kavram olarak görülen güven, çevresel riskten rasyonel seçimlere kadar çoğu konuda büyük öneme sahiptir (Mechanic, 1996, s. 455). Güven, diğer bir tarafa karşı savunmasız olma istekliliği ya da risk alma istekliliği olarak tanımlanabilir (Castaldo, Perrini, Misani & Tencati, 2009, s. 6). Başka bir deyişle, diğer taraflara karşı savunmasız olma isteği, güvenilen kişiden gelebilecek riskleri üstlenmeye istekli olma olarak da ifade edilebilir. Güven, riskleri yönetmede uyumlu bir araç olarak kabul edilebilir (Schoorman, Mayer ve Davis, 2007, s. 347). İlişkilerin yönetiminde çok önemli bir faktör olmakla birlikte (Blomqvist, 2002), günümüzde bilgi temelli rekabet ortamında da kilit öneme sahiptir. Güven, bilgi temelli ekonomilerde, organizasyonların arasındaki ilişkilerde de çok önemlidir (Seppanen, Blomqvist & Sundqvist, 2007, s. 261).

Ticari ilişkilerde güven beraberinde riski de getirecektir. Güven ile birlikte gelen risk kişiye, zamana ve olaya göre değişiklik gösterir. Risk alma istekliliği olaya, kuruma, kişiye olan güven düzeyine göre değişiklik gösterir (Mayer, Davis & Schoorman, 1995).

Güven pazarlamada uzun dönemli ilişkiler için gerekli olan ve bu uzun dönemli ilişkilerin sürdürülmesinde temel olan bir kavramdır (Morgan & Hunt, 1994; Young & Wilkinson, 1989). Pazarlama projelerinde, güven oluşturmak, oluşan güveni geliştirmek ve sürekliliğini sağlamak temeldir. Pazarlama projelerinde; ilişkisel değişimler gerçekleştiğinde güven önemlidir. Güven hakkındaki belirsizlikler azalırsa, esneklik ve fayda artar. Büyük ölçekli firmalar için öncelikli olan organizasyon temelli güvendir. Bireysel düzeyde oluşan güven organizasyon temelli güvenden daha etkilidir. Günümüzde, belirsizlikler arttığından ve her saniye değişim yaşandığından bu değişikliklere uyum sağlamada büyük ölçekli organizasyonlar için bireysel temelli güven kilit öneme sahiptir. Küçük firmalarda güven bireysel temelli, büyük firmalarda ise daha kurumsaldır. Güven uluslararası projelerde; alıcı satıcı arasındaki ilişkilerin oluşturulmasında, bu ilişkilerin sürdürülmesinde ve geliştirilmesinde önemli rol oynar. Güven, hem pazarlama projeleri için hem de uluslararası projeler için kilit öneme sahiptir (Usunier, 1990).

Pazarlama stratejilerini oluşturmada, değerlendirmede, pazarlama araştırmalarında ve pazarlama ilişkilerinde güven önemli bir kavramdır. Pazarlama araştırmalarında, güven kavramına psikolojik yaklaşım temel rol oynamıştır. Güven, bireyler arası faktörlerin bir sonucu olabilir (Moorman, Deshpande & Zaltman, 1993). Literatüre göre, bir markaya olan güven, farklı ürün tiplerinde farklı etkilerle, farklı sonuçlar gösterebilir (Chaudhuri & Holbrook, 2001).

Güven, tüketicilerin günlük hayatlarının her alanında karşılaştıkları sorunlarla baş etmelerinde ve bireyler arası iletişimde kilit öneme sahiptir. Belirsizlikler ve riskler olduğunda, belli seçimlere karşı önyargılı olduğunda, bunların aşılmasında güvene ihtiyaç duyulur ve belirsizlik ve önyargı duyulan konu hakkında güvenin oluşabilmesi için belli bir bilgi düzeyine sahip olmak gerekir. Güven bireyin önceki deneyimlerine ve çevreden öğrendiklerine dayanabilir. Sosyal psikologlar açısından bireysel temelli güven önceliklidir. Ekonomistler için kurumlar arası güven daha ön plandadır. Güven duruma özgü olabileceğinden, güvenin her alanda geçerli bir tanımını yapmak pek mümkün değildir (Blomqvist, 1997).

Güven, tüketicilerin geçmiş deneyimlerden beslenir. Tüketicilerin firmaya güvenmeleri, bu firmaların mal ve hizmetlerin kaliteli olduğuna inandıklarını gösterir. Tüketici gruplarının gelecekteki niyetlerini belirlemek, ilişki düzeyine göre farklılaşmaktadır. Düşük ilişkisel tüketicilerin (ara sıra ürün satın alan) gelecekteki niyetlerinin oluşumunda tatmin belirleyici olurken, yüksek ilişkisel tüketicilerin (sürekli ürün satın alan) gelecekteki niyetlerini belirlemede güven ve bağlılık belirleyici olmaktadır (Garbarino & Johnson, 1999).

Sosyal yönlü şirketler için tüketicilerin güvenini kazanmak son derece önemli olacaktır. Adil ticaret hakkındaki bilgilerin kontrolsüz ve yetersiz olması, dolaşan bilgi-

nin düşük kalitede olması, tüketicilerin adil ticarete karşı ilgilerini azaltır. Bu durum tüketicilerin, adil ticarete karşı güvenlerini etkilemektedir. Adil ticaretin gerçekleştirilebilmesinde güven ilk adımdır. Tüketicilerin güveni adil ticaret örgütleri, etikleme sistemleri ve adil ticaret bünyesinde bulunan çiftçiler hakkındaki enformasyonlarla artacaktır. Tüketicilerin bireysel düzeyde oluşan bu güveni, pazarda birçok ürün çeşidi arasından adil ticaret ürünlerinin tercih edilmesine teşvik sağlar. Tüketicilerin, adil ticaret hakkında hiçbir bilgiye sahip olmaması ve adil ticaretin tüketiciler için nispeten daha yeni bir seçenek olması durumunda ise, tüketicilerin adil ticarete güvenmesi için etkili enformasyon gerekir (Castaldo ve ark., 2009).

Tüketicilerin, adil ticaret kavramına ve adil ticaretin amaçlarına güvenmesi son derece önemlidir. Tüketici güveni, marka sadakati ve bir prim fiyat ödeme istekliliği ile ilgilidir (Castaldo ve ark., 2009, s. 12). Adil ticaret ürünlerinde bir prim fiyat bulunduğundan, tüketicilerin birçok ürün çeşidi arasından adil ticaret ürünü için prim fiyatı ödemeyi istemesi için adil ticarete güvenmesi gerekir. Adil ticaret sertifikalama ve etikleme örgütleri tüketici güvenine etkide bulunur. Tüketiciler, adil ticaret ürünleri satan örgütlerin, kurumların, kişilerin kendi haklarına ve çıkarlarına saygılı olduklarını düşündüklerinde ve bu kurumların ürünleri adil ticaret etiketli olduğunda, bu ürünlere daha fazla güvenirlir (Castaldo ve ark., 2009).

Adil ticaret ürünleri üzerindeki adil etiketleyle tüketicilerin adil ticaret ürünlerine güvenmesi sağlanabilir. Dünya Adil Ticaret Örgütü izleme sisteminin hedeflerinden birisi de tüketicilerin adil ticarete güvenmelerini sağlamaktır (Davenport & Low, 2013, s. 96). Bir araştırma, FLO sistemi ve WFTO sistemini karşılaştırmış ve WFTO sisteminin güven temelli olduğunu ifade etmiştir (Davenport & Low, 2013).

Etik ürünler pazarlayan örgütler, bu ürünleri pazarlarken, tüketicinin algıladığı şirket imajından, ürünün markasının oluşturduğu imajdan, tüketicilerin bu ürünlere ve şirkete olan güveninden faydalanabilir (Pergelova & Angulo-Ruiz, 2013). Üretici firmanın etik olduğunun düşünülmesi, tüketicinin firmaya olan güvenini etkiler (Kennedy, Ferrell & LeClair, 2001). Tüketicilerin, etik ürünlere güvenmeleri için etik ürünlerinin etiketlerinin anlaşılması zor ve uzun olmaması gerekir. Tüketicilerin güveninin sağlanması için, etiketlerde açıklamalar basit ve açık olmalıdır (Zadek, Lingayah & Forstater, 1998). Adil ticaretin etik temele sahip olduğu göz önüne alınırsa, tüketicilerin adil ticaret ürünlerine yüksek bir prim fiyat ödemesi için, bu ürünleri satan adil ticaret örgütlerinin toplum içindeki imajı önemli olacaktır. Ayrıca, tüketicilerin adil ticaret ürünleri için yüksek bir prim fiyat ödemesi için adil ticaret etiketine de güvenmesi gerekecektir. Yani, adil ticaret örgütüne ve adil ticaret markasına güvenilirse, tüketicide adil ticaret ürünleri için bir prim fiyat ödeme istekliliği oluşacaktır (Pergelova & Angulo-Ruiz, 2013).

Adil Ticaret Bağlılığı

Etik tüketim çevresel unsurların hepsini içerir ve insan unsuruna dikkat çeker. Etik tüketici sosyal ve çevresel ilkelere bağlıdır (Strong, 1996). Etik tüketiciler, kötü çalışma koşulları ve düşük ücretlerle çalışmak zorunda olan üreticilerin çalışma koşullarını iyileştirmek ve onlara adil ücret sağlamak için adil ticaret ürünlerini satın alır. Çevre bilincine sahip tüketicilerin etik farkındalıkları artar ve çoğu adil ticaret ilkesini benimserler. Bezençon ve Blili (2010, s. 1309); etik ürün satın alma kararında bağlılığın tüketici değerleri ve ürün temelindeki ilkeleri ölçen bir kavram olması gerektiğini ortaya koymuştur.

Etik ürün bağlılığı, “etik ilkelerin altında yatan nedenlerden dolayı tüketicilerin etik ürünleri satın alma ölçüsü” olarak tanımlanmıştır (Bezençon & Blili, 2010, s. 1309). Etik ürün bağlılığı kavramı etik ürün karar ilgilenimini belirleyen bir kavram olarak ileri sürülmüş ve sürekli ve durumsal ilgilenimleri ölçen Mittal ve Lee’nin modelini etik tüketime uyarlayarak bağlılığın sürekli özellikte olduğu ifade edilmiştir. Shaw ve Shui (2003) tarafından geliştirilen planlanmış davranış teorisini göz önünde bulunduran Bezençon ve Blili (2010, s. 1317) ise bugüne kadar tüketici davranışı ile ilgili uygulanmış modellerin etik ürünler bağlamında uyarlanması gerektiğini ileri sürmüştür.

Adil ticaret bağlılığı “adil ticaretin temel ilkelerin altında yatan nedenlerden dolayı tüketicilerin adil ticaret ürünlerini satın alma ölçüsü” olarak tanımlanmıştır (Bezençon & Blili, 2010). Adil ticaret bağlılığı yapısını işlevsel hale getirmek için, adil ticaretin altında yatan temel ilkelerin tanımlanmasına ihtiyaç duyulmuştur. Kavramsal çerçeveden ve adil ticaret literatüründen tüketicilerde adil ticaret bağlılığına yol açabilecek 3 temel ilke belirlenmiştir (Bezençon & Blili, 2010, s. 1313): (i) Küçük üreticiyi güçlendirme, (ii) daha iyi çalışma koşulları, (iii) çevreye saygı.

Çalışma sonucunda, üreticiyi güçlendirme ve çalışma koşulları, çevreye saygıdan daha önemli boyutlar olarak görülmüştür. Çalışmaya göre, tüketicilerin adil ticareti algılamalarının daha çok sosyal ve ekonomik yönlü olacağı ifade edilmiştir. Böylece, bu durum adil ticaret standartlarının çevresel yönden çok, ekonomik ve sosyal yöne odaklanmasıyla açıklanabilir (Bezençon & Blili, 2010; Reynolds, 2002).

Adil ticaret bağlılığı yapısını oluşturan küçük üreticiyi güçlendirme, daha iyi çalışma koşulları ve çevreye saygı boyutlarının her birinin diğeriyle ilişkili olacağı söylenemez. Adil ticaret ürünü satın alan bir kişi için çevresel koşullar çok önemli olabilirken, başka bir kişi için küçük üreticinin çalışma koşullarının iyileştirilmesine katkıda bulunmak daha etkili olabilir (Bezençon & Blili, 2011, s. 689). Bezençon ve Blili (2011), çalışmalarında, yaşlı bireyler için adil ticaret bağlılığı boyutlarından (küçük üreticiyi güçlendirme, daha iyi çalışma koşulları, çevreye saygı) çevre boyutunun, genç kimseler için geçerli olan küçük üreticiyi güçlendirme boyutundan daha önemli olduğunu tespit etmiştir.

Adil ticaret bağlılığı için iletişime, adil ticaret ilkelerinin altında yatan nedenlere (küçük üreticiyi güçlendirme, daha iyi çalışma koşulları, çevreye saygı) ve tüketici segmentlerindeki önem derecesine göre yön verilmesi önerilmiştir. Tüketiciler, dünya mağazalarından alışveriş yapanlar, süpermarketlerden alışveriş yapanlar ve süpermarket ve dünya mağazalarından alışveriş yapanlar olarak üç bölüme ayrılmıştır. Tüm bölümlerde adil ticaret bağlılığı ilgilenimin önemli bir belirleyicisi olmuştur. Ancak, adil ticaretin bağlılığı yapısının her bir boyutunun tüketicilerde farklılık gösterdiği ifade edilmiştir. Örneğin; adil ticaret bağlılığının boyutlarından olan çevreye saygı, bir tüketicinin adil ticaret ürünlerini satın alması için en önemli boyut olurken, diğer tüketici için küçük üreticiyi güçlendirme boyutu daha önemli olabilmektedir. Ayrıca, sadece süpermarketlerden alışveriş yapanlar grubunda, çevrenin, adil ticaret bağlılığı boyutunu hiç etkilemediği, buna karşılık, süpermarket ve dünya mağazaları grubu için çevrenin önemli bir boyut olduğu tespit edilmiştir (Bezençon & Blili, 2011).

Adil Ticaret Primi Ödeme İstekliliği

Etik özellikteki birçok ürün, rakip ürünlerden daha pahalı olma eğilimindedir. Aşağıdaki nedenlerden dolayı ürünlerde etik prim bulunabilir (Tallontire, Rentsen-dorj & Blowfield, 2001, s. 21): (i) Üreticiler için bir fiyat garantisi, (ii) adil ticaret üretici topluluklarında kalkınma projelerine ayrılan fiyatın yüzdesi, (iii) Yüksek üretim maliyeti ya da serifikalama maliyeti.

Trudel ve Cotte (2009), tüketicilerin etik ürünlere karşı etik olmayan ürünlere oranla daha fazla ödeme istekliliğine sahip olduğu ve sosyal sorumluluğa uygun bir şekilde üretilen ürünler için daha fazla ödemeye hazır olduklarını ifade etmiştir. Tüketicilerin bilgilerinin prim fiyat ödeme istekliliğinde olumlu bir etken olduğu, etik koşullarda üretilen ürünler için tüketicinin bilinçlendirilerek, prim fiyat ödeme istekliliğinin artırılabilceği ifade edilmiştir. Etik değerlere uygun olduğunu hakkında tüketicilerini medya veya mesaj yoluyla bilinçlendiren örgütlerin, tüketicilerin daha yüksek prim fiyat ödemelerine olanak sağlayacağını ifade etmiştir.

“Adil ticaret üreticilerine ürünün adil ticaret nitelikleri için bir prim ödenir. Bu prim, alternatif adil ticaret için etik tüketicilerin ödeyeceği fiyat ile pazar fiyatı arasındaki farktır.” (Doran, 2010, s. 528). Küçük üreticilerin gelişmesine katkıda bulunan adil ticaret etiketlerinin sağladığı asıl fayda batıdaki tüketicilerin adil ticaret etiketli ürünler için bir prim fiyat ödeme istekliliği yaratmasıdır. Bu yüksek prim fiyatın tüketicilere kabul ettirilebilmesi ve bu sayede kötü çalışma koşullarında düşük geliriyle geçimini sağlamak zorunda olan küçük üreticilerin koşullarının iyileştirilmesi için, tüketicilerin adil ticaret etiketinin altında yatan nedenleri ve süreçleri bilmesi gerekir (Basu & Hicks, 2008).

Adil ticaret etiketli bir ürünün, adil ticaret etiketine sahip olmayan ürünlerden daha yüksek fiyath olmasının nedeni, adil ticaret ürününün güvenilir olması için belli

gözetim ve sertifikalamaya ihtiyaç duyulmasından kaynaklanmaktadır (Pelsmacker, Driesen & Rayp, 2005, s. 368). Bununla birlikte Sunderer ve Rössel (2012), adil ticaret satın alma davranışında ekonomik faktörlerin yanında ahlaki güdülerin de dikkate alınması gerektiğini, hatta ahlaki güdülerin ekonomik faktörlerden daha büyük etkisinin olabileceğini ortaya koymuştur. Salvador, Merchant ve Alexander (2014) dinî bağlılığının, tüketicilerin adil ticaret ürünleri için prim fiyat ödeme istekliliğiyle olumlu ilişkili olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Adil ticaret ürünleriyle; gelişmekte olan ülkelerdeki yoksul üreticiler için bir fiyat tabanı sağlama, üretimde çocuk işçi çalıştırmama, kabul edilebilir çalışma saatleri ve çalışma koşulları sağlama ve asgari ücreti kapsayan belli sosyal hedefleri gerçekleştirmek istenilmektedir. Adil ticaret etiketleriyle de; tüketicilerin adil ticaret ürünlerine daha yüksek prim fiyat ödemeyi istemesi için bu sosyal hedeflerin bilinmemesinden veya yanlış anlaşılmasından oluşan sorunlar giderilmeye çalışılır. Adil ticarete katılan üreticilere bir taban fiyat oluşturulması, üreticilere kredi sağlanması, doğrudan yoksul üreticinin gelişiminin hedeflenmesi, adil ticaret ürünlerinin organik olarak yetiştirilmesi ve çevresel sürdürülebilir nitelikte olması, tüketicilerde adil ticaret ürünleri için bir prim fiyat ödeme istekliliği oluşturan etkenlerdir (Basu & Hicks, 2013, s. 1, 8, 9).

Tüketicilerin temiz gıda ve çevresel konulara ilgilerinin artması, onlarda, çevreye dost ve daha kaliteli ürünler tüketme isteği oluşturur. Böylece tüketiciler, üreticilere sağlanan olumlu teşviklerle çevreye zarar vermeyen şartlarda üretilen gıdalara daha yüksek bir prim fiyat ödeyebilirler (Basu, Chau & Grote, 2003, s. 229). Çevre etiketlerinin amacı olan tarımsal gıdaların çevreye zarar vermeden üretildiğinin belirtilmesi, tüketicilerin bu koşullarda üretilen gıdalar için daha yüksek bir prim fiyat ödemeyi kabul etmelerini sağlayabilir. Üreticilere sağlanan yüksek prim fiyatlar, üretimlerini çevresel sürdürülebilirliğe uygun koşullarda gerçekleştirmeleri için onları motive eder (Basu, Chau & Grote, 2004).

Taylor ve Boasson (2014), hane halkına yönelik olarak yaptıkları çalışmalarında, katılımcıların belli kısmının adil ticareti duyduğu fakat sadece katılımcıların çeyreğinin bilerek bir adil ticaret ürünü aldığını ifade etmiş, diğer bir kısmı da bir adil ticaret ürünü için ödemek istedikleri prim fiyatın ortalama %20 olduğunu belirtmişlerdir. Gençlerin, yüksek eğitilmiş bireylerin, bayanların, liberal görüşlülerin daha yüksek bir prim fiyat ödemeye istekli olduğu bulunmuştur. Adil ticaret ürünleri için prim fiyat ödemeye isteksiz olan kişilerin nedenleri arasında bu ticaretin adil olduğunu düşünmemeleri ya da bu ticaretin işçiler üstünde olumsuz sonuçlar oluşturacağını düşünmeleri rol oynamaktadır. Didier ve Lucie (2008), çalışmalarında organik ve adil ticaret etiketinin tüketicinin ödeme istekliliğini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Çalışmaları sonucunda etiketlere duyarız olan bireyler, organik ve adil ticaret etiketinin ürün imajını geliştirmek için önemli olduğunu düşünen bireyler ve bu etiketleri ürünlerin tadına göre değerlendiren bireyler olarak üç farklı tüketici grubu belirlemişlerdir.

Howard ve Allen (2008) çalışmalarında, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüketicilerin, küçük üreticilere daha iyi çalışma koşulları ve geçim ücreti sağlamak için çileğe daha fazla ödeme isteklilikleri olduğunu ortaya çıkarmıştır. Sürekli organik ürün satın alan tüketicilerle, çevresel kaygıları dikkate alarak satın alım yapan tüketicilerin daha yüksek miktarlarda prim fiyat ödemeye istekli olduğu ifade edilmiştir. Pelsmacker ve arkadaşları (2005), Belçikalı tüketicilerin adil ticaret kahvesi için ödenmek istenen ortalama prim fiyatı %10 olarak tespit etmiştir. Ayrıca, etik ürünlere karşı olumlu tutum sergileyen tüketicilerin satın alma davranışında bu tutumlarını her zaman sergilemedikleri ortaya konulmuştur.

Yang, Hu, Mupandawana ve Liu (2012), çalışmalarında, bayanların adil ticaret kahvesi için prim fiyat ödeme istekliliğinin daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Tüketicilerin ödeme istekliliklerinin daha çok tüketim alışkanlıklarıyla ilgili olduğu ve tüketicilerin adil ticaret kahvesi hakkında önceki bilgilerinin adil ticaret ödeme istekliliğine önemli bir etkisi olmadığı belirtilmiştir. Tüketicilerin geçmiş deneyimlerinin prim fiyat ödeme istekliliğinde önemli olduğu ve demografik faktörlerinde prim fiyat ödeme istekliliğini etkileyen bir faktör olduğu, bu yüzden farklı deneyim ve demografik özelliklere sahip tüketicilerin adil ticaret kahvesi için ödemek isteyecekleri prim fiyatların farklılaşacağı ifade edilmiştir. Çin'deki kahve tüketicilerin çoğunlukla genç tüketicilerden oluştuğu vurgulanmıştır. Çin'deki tüketicilerin bir adil ticaret kahvesi için ödeme istekliliği yaklaşık %22 olarak bulunmuştur. Adil ticaret ürünlerini satın alma niyetinde, etik zorunlulukların ve öz benliğin önemli bir rol oynadığı görülmektedir (Özçağlar-Toulouse, Shiu & Shaw, 2006).

Amaç

Araştırmanın amacı, Türk tüketicisinin adil ticaret hakkında sahip olduğu bilginin adil ticaret primi ödeme istekliliği ve adil ticaret bağlılığına etkisi ile adil ticarete duyulan güvenin bu ilişkileri nasıl etkileyeceğinin tespit edilmeye çalışılmasıdır.

Alt Amaçlar

H1: Adil ticaret bilgisi ve adil ticaret bağlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2: Adil ticarete duyulan güven ve adil ticaret bağlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H3: Adil ticarete duyulan güven, adil ticaret bilgisi ve adil ticaret bağlılığı ilişkisinde aracı etkiye sahiptir (aracı değişken olarak).

H4: Adil ticaret bilgisi ve adil ticaret primi ödeme istekliliği arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H5: Adil ticarete duyulan güven ve adil ticaret primi ödeme istekliliği arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H6: Adil ticarete duyulan güven, adil ticaret bilgisi ve adil ticaret primi ödeme istekliliği ilişkisinde aracı etkiye sahiptir.

H7: Adil ticaret bilgisi ve adil ticarete duyulan güven arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Yöntem

Bu çalışmada, araştırmanın amaçları doğrultusunda açıklayıcı araştırma yöntemi kullanılmıştır. Açıklayıcı araştırmanın amacı, çalışılan durum ya da konuyu değişkenler arası ilişkilerle açıklamaktır (Altunışık ve ark., 2012, s. 72). Adil ticaret bilgisi, adil ticarete duyulan güven, adil ticaret bağlılığı ve adil ticaret primi ödeme istekliliği arasındaki ilişkileri belirleyebilmek için açıklayıcı yöntem kullanılmıştır.

Tablo 1

Örneklemin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	f	%
Kadın	151	37,2
Erkek	255	62,8
TOPLAM	406	100,0
Medeni Durum	f	%
Evli	69	17
Bekâr	337	83
TOPLAM	406	100,0
Yaş	f	%
18 ve altı	5	1,2
19-25	223	54,9
26-32	136	33,5
33-39	22	5,4
40 ve üzeri	20	5
TOPLAM	406	100,0
Eğitim Durumu	f	%
Yüksek lisans ve Doktora	85	20,9
Lisans	280	69
Lise	30	7,4
Ortaöğretim	5	1,2
İlköğretim	6	1,5
TOPLAM	406	100,0
Aylık Gelir Aralığı	f	%
1000 TL ve altı	147	36,2
1001-2000 TL	106	26,1
2001-3000 TL	76	18,7
3001-4000 TL	43	10,7
4001-5000 TL	7	1,7
5001-6000 TL	8	2,0
6001 TL ve üzeri	19	4,7
TOPLAM	406	100,0
Meslek	f	%
Öğrenci	158	38,9
Özel sektör çalışanı	97	23,9
Kamu sektörü çalışanı	61	15,0
İşyeri sahibi	24	5,9
Diğer	66	16,3
TOPLAM	406	100,0

Örneklem

Araştırma için veri toplama sürecinde, kolayda örnekleme tekniğiyle 420 kişiye ulaşılmıştır. Ancak bu bireylerden 14'ü anket formunda yer alan ifadelerden bazılarını boş bıraktıkları için analiz dışında tutularak, kalan 406 anket formu analize tabi tutulmuştur. Anketi cevaplayarak araştırma sürecine katılan bireyler 18 ve üzerinde bir yaşa sahiptir. Cevaplayıcıların demografik özellikleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Veri Toplama Aracı

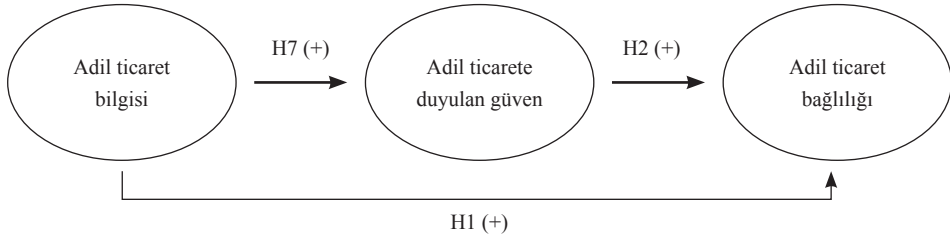
Araştırmada, veri toplama aracı olarak ölçeklerden faydalanılmıştır. Araştırmadaki bireylere, internet yoluyla sorular yöneltilmiştir. Ölçekler literatürden çevrilmiş ve çeviri yapılırken yerel kültürel dile uygunluğu göz önünde bulundurulmuştur. Anket formunda yer alan ölçek ifadeleri ve yararlanılan kaynaklar, anket formundaki sırasıyla aşağıdaki gibidir:

- 1. 2. ve 3. sorular, adil ticaretin tam bir şekilde nasıl tanımlandığının bilinip bilinmediğini ölçmeye yöneliktir ([Pelsmacker & Janssens, 2007](#)).
- 4., 5., 6. ve 7. sorular, bireyleri, adil ticaret ürünleri satın almaya yönlendiren bağlılığının nedenini ölçmeye yöneliktir ([Bezençon & Blili, 2011](#)).
- 8. ve 9. ve 10. sorular, bireylerin adil ticaret duydukları güveni ölçmeye yöneliktir ([Castaldo ve ark., 2009](#)).
- 11., 12. ve 13. sorular, bireylerin adil ticaret ürünleri için prim fiyat ödeme istekliliklerini ölçmeye yöneliktir ([Castaldo ve ark., 2009](#)).
- 14., 15., 16., 17., 18. ve 19. sorular, bireylerin demografik özelliklerini ölçmeye yöneliktir.

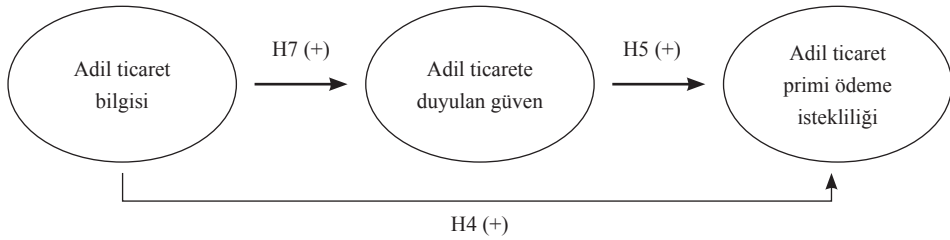
Anket üzerindeki ölçek ifadelerine katılım düzeyi; “Kesinlikle Katılmıyorum (1)”, “Katılmıyorum (2)”, “Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum (3)”, “Katılıyorum (4)”, “Kesinlikle Katılıyorum (5)” şeklinde 5’li Likert Tipi Ölçekle derecelendirilmiştir. Araştırmanın veri toplama sürecinde anket formunu yanıtlayarak çalışmaya katkıda bulunan bireylere, anketi doldurmaya başlamadan önce anketin amacı hakkında bilgi verilmiştir.

Verilerin Analizi

Şekil 1’de ve şekil 2’de araştırma bağlamında test edilen modeller gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırmada test edilen 1. Model.



Şekil 2. Araştırmada test edilen 2. Model.

Faktör analizi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Tabloya bakıldığında KMO değerlerinin 0,50’den büyük ve Bartlett Testi (sig. Değerleri < 0,000) sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda, değişkenler için faktör analizi uygulanması uygun bulunmuştur. Tüm ölçekler 1 faktöre indirgenmiştir. Adil Ticaret Bilgisi, Adil Ticarete Duyulan Güven, Adil Ticaret Bağlılığı ve Adil Ticaret Primi Ödeme İstekliliği ölçeklerinin varyans yüzdeleri sırasıyla 77,027, 79,760, 63,826 ve 78,351’dir.

Ölçeklerin güvenilirliğine ilişkin Cronbach Alpha değerleri Tablo 2’de gösterilmiştir. Adil Ticaret Bilgisi, Adil Ticarete Duyulan Güven, Adil Ticaret Bağlılığı ve Adil Ticaret Primi Ödeme İstekliliği ölçeklerinin Cronbach Alpha değerleri sırasıyla 0,849, 0,872, 0,810 ve 0,862’dir.

Bu araştırmada, tek değişkenli ve çok değişkenli regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma modelini test etmek için Baron ve Kenny’nin (1986) aracılık etkisini ölçmek için önerdiği yöntem kullanılmıştır. Bu bağlamda bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki, bağımsız değişken ile aracı değişken arasındaki ilişki, aracı değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki ve son olarak da aracı değişken modele eklendiğinde bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişkinin nasıl değiştiği incelenmiştir.

Adil ticaret bilgisi (bağımsız değişken) ve adil ticarete duyulan güven (bağımlı değişken) arasındaki ilişkiyi (H_7 hipotezi) incelemek için tek değişkenli regresyon analizi kulla-

Tablo 2

Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi Sonuçları ve Cronbach Alpha Değerleri

Ankette Yer alan İfadeler	Faktör yükü	Cronbach A.
Adil Ticaret Bilgisi		
1. Adil ticaret gelişmekte olan ülkelerdeki çiftçilere ve işçilere daha iyi ticaret şartları yaratmayı amaçlar.	0,895	
2. Adil ticaret gelişmekte olan ülkelerdeki üreticilere daha dürüst fiyatlar ödeme gayretindedir.	0,895	0,849
3. Adil ticaret gelişmekte olan ülkelerdeki dışlanan ve/ya da dezavantajlı üreticilerin sürdürülebilir gelişimi için gayret gösterir.	0,842	
KMO: 0,717; Ki Kare: 539,773; Serbestlik derecesi: 3; $p < .01$; Varyans Yüzdesi: 77,027		
Adil Ticarete Duyulan Güven		
1. Adil ticarete daima güvenebilirim.	0,904	
2. Adil ticarete inanırım.	0,904	0,872
3. Adil ticaret ürünleri güvenilirirdir.	0,871	
KMO: 0,734; Ki Kare: 606,764; Serbestlik derecesi: 3; $p < .01$; Varyans Yüzdesi: 79,760		
Adil Ticaret Bağlılığı		
1. Uluslararası ticaretle küçük ölçekli üreticilere daha fazla güç sağladığı için adil ticaret ürünleri satın alırım	0,845	
2. Adil ticaret ürünleri satın alırım çünkü bu ürünlerin üretiminde görev alan kişilerin diğerlerine oranla daha iyi çalışma şartlarına sahip olduğunu düşünüyorum.	0,792	0,810
3. Adil ticaret ürünleri satın alırım çünkü bu ürünlerin diğer ürünlere oranla çevreye daha duyarlı olduğunu düşünüyorum.	0,784	
4. Adil ticaret ürünleri satın alırım çünkü bunun ticareti adil hale getirmenin bir yolu olduğunu düşünüyorum.	0,773	
KMO: 0,784; Ki Kare: 512,441; Serbestlik derecesi: 6; $p < .01$; Varyans Yüzdesi: 63,826		
Adil Ticaret Primi Ödeme İstekliliği		
1. Daha fazla ödemem gerekse de adil ticaret ürünlerini satın almak daha iyidir.	0,900	
2. Adil ticaret ürünleri için daha fazla fiyat ödemeye hazırım.	0,884	0,862
3. Diğer ürünler fiyatını düşürse de yine adil ticaret ürünlerini satın alırım.	0,871	
KMO: 0,732; Ki Kare: 562,521; Serbestlik derecesi: 3; $p < .01$; Varyans Yüzdesi: 78,351		

nılmıştır ($F: 145,281, p < .01$). Bağımsız değişken olan adil ticaret bilgisi, bağımlı değişken olan adil ticarete duyulan güvene ait varyansın %26,8'ini açıklamaktadır (Uyarlanmış $R^2: 0,268$). Adil ticaret bilgisi değişkeninin Beta değeri 0,519'dur ($t: 12,053, p < .01$).

Adil ticaret bilgisi (bağımsız değişken) ve adil ticaret bağlılığı (bağımlı değişken) arasındaki ilişkiyi (H_1 hipotezi) incelemek için tek değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır ($F: 210,049, p < .01$). Tablo 3'te yer alan 1 nolu model incelendiğinde bağımsız değişken olan adil ticaret bilgisinin, bağımlı değişken olan adil ticaret bağlılığı değişkenine ait varyansı %34 oranında açıkladığı görülmektedir. Yani adil ticaret bağlılığının %34, 'ünün adil ticaret bilgisine bağlı olduğu söylenebilir. Adil ticarete duyulan güven (bağımsız değişken) ve adil ticaret bağlılığı (bağımlı değişken) arasındaki ilişkiyi (H_2 hipotezi) incelemek için tek değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır ($F: 310,803, p < .01$). 2 nolu modelde bağımsız değişken olan adil ticarete duyulan güven, bağımlı değişken olan adil ticaret bağlılığı değişkenine ait varyansı %44 oranında açıklamaktadır. Yani adil ticaret bağlılığının %44'ünün adil ticaret duyulan güvene bağlı olduğu söylenebilir.

Tablo 3

Adil Ticaret Bilgisi ve Adil Ticarete Duyulan Güvenin Adil Ticaret Bağlılığına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Model No	Regresyon Denklemi	Uyarlanmış R ²	Standart Sapma	F	p
1	ATB = $b_0 + b_1 \times B^*$	0,346	0,899	210,049	.000
2	ATB = $b_0 + b_1 \times G^*$	0,445	0,829	310,803	.000
3	ATB = $b_0 + b_1 \times B + b_2 \times G^*$	0,514	0,775	205,507	.000
Katsayılar					
Model No	Beta	T	p		
1(Sabit)		11,454	.000		
B	0,590	14,493	.000		
2(Sabit)		11,779	.000		
G	0,668	17,630	.000		
3(Sabit)		6,696	.000		
B	0,317	7,599	.000		
G	0,500	11,983	.000		

Açıklamalar: ATB: Adil ticaret bağlılığı; B: Adil ticaret bilgisi; G: Adil ticarete duyulan güven

Aracılık etkisini test etmek amacıyla (H_3 hipotezi) tek değişkenli ve çok değişkenli regresyon analizlerinden faydalanılmıştır. Bu bağlamda adil ticaret bilgisi ve adil ticarete duyulan güven (bağımsız değişkenler) ile adil ticaret bağlılığı (bağımlı değişken) arasındaki ilişkiyi incelemek için çok değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır ($F: 205,507, p < .01$). 3 nolu modele bakıldığında, bağımsız değişken olan adil ticaret bilgisi ve adil ticarete duyulan güven, bağımlı değişken olan adil ticaret bağlılığı değişkenine ait varyansı %51 oranında açıkladığı görülmektedir. Yani, adil ticaret bağlılığının %51'inin bu değişkenlere bağlı olduğu söylenebilir. Anlamlılık değerlerinin, $p < .01$ olması, değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tek değişkenli regresyon sonucuna göre 1 nolu modelde adil ticaret bilgisinin beta değeri 0,590 iken, adil ticarete duyulan güvenin modele dâhil edilmesiyle (3 nolu model) beta değeri 0,317'ye düşmektedir. Bu bağlamda adil ticaret bilgisi ve adil ticaret bağlılığı ilişkisinde adil ticarete duyulan güven değişkeninin “kısmi aracılık” etkisine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4

Adil Ticaret Bilgisi ve Adil Ticarete Duyulan Güvenin Adil Ticaret Primi Ödeme İstekliliğine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Model No	Regresyon Denklemi	Uyarlanmış R ²	Standart Sapma	F	p
1	ATPÖ = $b_0 + b_1 \times B^*$	0,113	0,878	52,056	.000
2	ATPÖ = $b_0 + b_1 \times G^*$	0,358	0,747	219,657	.000
3	ATPÖ = $b_0 + b_1 \times B + b_2 \times G^*$	0,357	0,746	109,694	.000
Katsayılar					
Model No	Beta	t	p		
1(Sabit)		9,547	.000		
B	0,340	7,215	.000		
2(Sabit)		6,298	.000		
G	0,600	14,821	.000		
3(Sabit)		4,593	.000		
B	0,064	1,340	.000		
G	0,565	11,916	.000		

Açıklamalar: ATPÖ: Adil ticaret primi ödeme istekliliği; B: Adil ticaret bilgisi; G: Adil ticarete duyulan güven

Adil ticaret bilgisi (bağımsız değişken) ile adil ticaret primi ödeme istekliliği (bağımlı değişken) arasındaki ilişkiyi (H_4 hipotezi) incelemek için tek değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır (F: 52,056, $p < .01$). Tablo 4'te yer alan 1 nolu model incelendiğinde, bağımsız değişken olan adil ticaret bilgisinin, bağımlı değişken olan adil ticaret primi ödeme istekliliği değişkenine ait varyansı %11 oranında açıkladığı görülmektedir. Yani adil ticaret primi ödeme istekliliğinin %11,'inin adil ticaret bilgisine bağlı olduğu söylenebilir. Adil ticarete duyulan güven (bağımsız değişken) ile adil ticaret primi ödeme istekliliği (bağımlı değişken) arasındaki ilişkiyi (H_5 hipotezi) incelemek için tek değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır (F: 219,657, $p < .01$). 2 nolu modelde, bağımsız değişken olan güven, bağımlı değişken olan adil ticaret primi ödeme istekliliği değişkenine ait varyansı %35 oranında açıklamaktadır. Yani adil ticaret primi ödeme istekliliğinin %35'inin adil ticaret duyulan güvene bağlı olduğu söylenebilir.

Aracılık etkisini test etmek amacıyla (H_6 hipotezi) tek değişkenli ve çok değişkenli regresyon analizlerinden faydalanılmıştır. Bu bağlamda adil ticaret bilgisi ve adil ticarete duyulan güven (bağımsız değişkenler) ile adil ticaret primi ödeme istekliliği (bağımlı değişken) arasındaki ilişkiyi incelemek için çok değişkenli regresyon analizi kullanılmıştır (F: 109,694, $p < .01$). 3 nolu modelde, bağımsız değişken olan adil ticaret bilgisi ve adil ticarete duyulan güven, bağımlı değişken olan adil ticaret primi ödeme istekliliği değişkenine ait varyansı % 35 oranında açıklamaktadır. Yani, adil ticaret primi ödeme istekliliğinin %35'inin bu değişkenlere bağlı olduğu söylenebilir. Anlamlılık değerlerinin, $p < .01$ olması, değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tek değişkenli analiz sonucuna göre 1 nolu modelde adil ticaret bilgisinin adil ticaret prim ödeme istekliliği üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı iken, adil ticarete duyulan güvenin modele dâhil edilmesiyle (3 nolu model) adil ticaret bilgisinin adil ticaret prim ödeme istekliliği üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamsız hale gelmektedir. Bu bağlamda adil ticaret bilgisi ve adil ticaret primi ödeme istekliliği ilişkisinde adil ticarete duyulan güven değişkeninin “tam aracılık” etkisine sahip olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde yaşanan rekabet artışıyla birlikte, üretici ve çiftçilerin olumsuz çalışma koşullarını iyileştirme girişimleri, ekonomik sistem açısından daha önemli hale gelmiştir. Küreselleşme, bireyselleşme ve bilinçlenmenin artması, tüketicilerin pazardaki tercihlerini etkilemektedir. Tüketiciler pazarda sergiledikleri tercihler ile bu rekabet ortamından olumsuz yönde etkilenen üretici ve çiftçileri destekleyebilmektedirler. İletişim teknolojilerinin gelişmesi, tüketicilerin bilgiye bireysel olarak ulaşmasına imkân sağlamaktadır. Böylece tüketiciler kendi ulaştıkları bilgilerle pazardaki uygulamaları bireysel olarak değerlendirebilmektedir. Bu etkiler ve koşullar,

dezavantajlı üretici ve çiftçilere daha iyi çalışma koşulları ve daha iyi geçim ücreti sağlamayı amaçlayan adil ticareti önemli hale getirmeyi başarmıştır. Adil ticaretin, küreselleşme ile birlikte artan rekabet ortamından üreticileri koruduğu ve tüketicilerin tercihlerini etkilediği görülmektedir.

Adil ticaret için güven son derece önemlidir. Güven pazarlamada uzun dönemli ilişkiler için gerekli olan ve bu uzun dönemli ilişkilerin sürdürülmesinde temel olan bir kavramdır (Morgan & Hunt, 1994; Young & Wilkinson, 1989). Adil ticaret ürünlerinde bir prim fiyat bulunduğundan, tüketicilerin birçok ürün çeşidi arasında adil ticaret ürünü için prim fiyatı ödemeyi istemesi için adil ticarete güvenmesi gerekecektir (Castaldo ve ark., 2009). Adil ticaretin gerçekleştirilebilmesinde güven ilk adım olacaktır. Tüketicilerin, adil ticaret hakkında hiçbir bilgiye sahip olmaması ve adil ticaretin tüketiciler için nispeten daha yeni bir seçenek olması durumunda, tüketicilerin adil ticarete güvenmesi için etkili enformasyon gerekir (Castaldo ve ark., 2009). Bu çalışmanın bulguları, aşağıdaki sebeplerle, pazarlama literatüründe güvene verilen önemi önemli ölçüde desteklemektedir:

- Adil ticaret Türk tüketicisi için yeni bir kavramdır. Dolayısıyla, adil ticaret uygulamasının gerçekleşebilmesi, büyük ölçüde adil ticarete duyulan güvene bağlıdır.
- Adil ticaret ürünlerinde bulunan prim nedeniyle oluşan yüksek fiyatı tüketiciler tarafından ödenmesi için adil ticarete duyulan güvenin önemlidir.
- Mevcut çalışma ile adil ticaret bağlılığı oluşumunda adil ticarete duyulan güvenin önemli rolü ortaya konulmuştur. Tüketicilerin adil ticarete bağlılık oluşturmaları büyük ölçüde adil ticarete duyulan güvene bağlı olacaktır.

Bu çalışmada, adil ticarete duyulan güvenin, adil ticaret bilgisi ve adil ticaret bağlılığı ilişkisinde aracı etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca bu çalışmada, adil ticarete duyulan güvenin, adil ticaret bilgisi ve adil ticaret primi ödeme istekliliği ilişkisinde de aracı etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur ve böylece literatüre özgün bir değer katıldığı söylenebilir. Bu çalışmanın ulaştığı sonuçların, pazarlama literatürüne, akademisyenlere ve bu alandaki uygulamacılara katkı sağlacağı umulmaktadır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Araştırmaya veri toplama sürecinde anketi cevaplayarak katılan bireylerin büyük çoğunluğu(%62,8) erkektir. Araştırmaya katılan bireylerin medeni durumlarına bakıldığında, büyük çoğunluğunun (%83) bekâr olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin yarısından fazlası (%54,9) 19-25 yaş aralığında bulunmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğunun (%69) eğitim düzeyi lisanstır. Araştırmaya katılan bireylerin ilk olarak büyük çoğunluğu (%36,2) 1000 TL ve altı, ikinci olarak büyük çoğunluğu (%26,1) 1001-2000 TL gelir düzeyi aralığındadır. Araştırmaya katılan

bireylerin meslek gruplarına bakıldığına ilk olarak büyük çoğunluğunun (%38,9) öğrenci, ikinci olarak büyük çoğunluğunun (%23,9) özel sektör çalışanı grubunda olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışan grubunun tamamı (kamu sektörü çalışanı, özel sektör çalışanı ve iş yeri sahibi) meslek gruplarının %44,8'i oluşturmaktadır. Bu verilere dayanarak, araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğu; genç, bekâr, eğitim düzeyi lisans, 1000 TL ve altında ve 1001-2000 TL aralığında aylık gelir düzeyine sahip, erkek, çalışan bireylerden ve öğrencilerden oluşmaktadır.

Araştırmanın ilk modeline uygun olarak elde edilen veriler sonucunda adil ticaret bilgisi, adil ticarete duyulan güven ve adil ticaret bağlılığı kavramları ele alınmıştır. Adil ticaret bilgisinin adil ticaret bağlılığı üzerindeki etkisi incelenmiş ve sonuçlar adil ticaret bilgisinin adil ticaret bağlılığı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu nedenle, adil ticaret bağlılığı oluşturmayı hedefleyen kurumların bireylerde adil ticaret bilinci oluşturmaya yönelik faaliyetlere zaman ayırması, bağlılık hedeflerine ulaşmaları için önemli bir adım olacaktır. Adil ticarete duyulan güvenin adil ticaret bağlılığı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, bireylerde adil ticaret bağlılığı oluşturmak isteyen kurumlar, bireylerin adil ticarete güvenmelerini sağlayacak uygulamaları hayata geçirmelidir. Adil ticarete duyulan güvenin, adil ticaret bilgisi ve adil ticaret bağlılığı ilişkisindeki aracı etkisi incelenmiştir. Bireylerin adil ticaret bilgisi arttıkça adil ticaret bağlılıklarının arttığı ve adil ticarete duyulan güvenin bu ilişkide aracı etkiye (kısmi aracılık) sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, adil ticaret bağlılığı oluşturmayı hedefleyen kurumların adil ticaret bilgisi yanında adil ticarete duyulan güveni de tesis etmeye çalışması önemli olacaktır.

Araştırmanın ikinci modelinde adil ticaret bilgisi, adil ticarete duyulan güven ve adil ticaret primi ödeme istekliliği kavramları incelenmiştir. Araştırma sonuçları adil ticaret bilgisinin adil ticaret primi ödeme istekliliği üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin bulunduğunu ortaya koymuştur. Bireylerin adil ticaret hakkındaki bilgileri arttıkça, adil ticaret ürünleri için prim ödeme isteklilikleri artmaktadır. Adil ticaret ürünlerinde yüksek prim fiyatlar bulunduğundan; adil ticaret ürünleri satışını artırmayı hedefleyen kurumlar, bireylerin bu yüksek prim fiyatları kabul etmesi için onları adil ticaretin amaçları, faaliyetleri ve yararları hakkında bilgilendirmelidir. Adil ticarete duyulan güvenin adil ticaret primi ödeme istekliliği üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Adil ticaret ürünleri için prim ödeme istekliliği, adil ticarete duyulan güvenden oldukça etkilenmesi nedeniyle adil ticaret ürünlerinin satışını artırmak isteyen kurumların, bireylerin adil ticarete güvenlerini artıracak uygulamalara, faaliyetlere zaman ayırması kilit öneme sahip olacaktır. Araştırma sonuçları adil ticarete duyulan güvenin, adil ticaret bilgisi ile adil ticaret primi ödeme istekliliği arasındaki ilişkide aracı etkiye (tam aracılık) sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, tüketicilerin adil ticaret prim ödeme istekliliğinin oluşturulmasında adil ticaret bilgisi yanında adil ticarete duyulan güveni de tesis etmeye çalışması önemli olacaktır.

Adil ticaret bilgisinin adil ticarete duyulan güven üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin adil ticaret bilgileri arttıkça, adil ticarete duydukları güven artmaktadır. Adil ticaret güveni oluşturmada, adil ticaret bilgisi önemli bir unsurdur. Adil ticaret güveni oluşturmak isteyen kurumlar, adil ticaretin amaçları, uygulamaları hakkında bireyleri bilinçlendirmeye yönelik bilgilendirici ve tanıtıcı programlar tasarlamalıdır.

Bu araştırmada zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle katılımcılar kolayda örneklem yoluyla belirlenmiştir. Gelecek araştırmalar, öğrenciler ya da belli meslek gruplarına yönelik olarak adil ticaret bilgisini ve bu araştırma kapsamı dışındaki diğer değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyebilir. Adil ticaret ürünlerinde prim fiyat bulunduğundan, bu ürünler, normal ürünlere göre daha pahalıdır. Bu nedenle, gelecekteki araştırmalar daha yüksek gelir düzeyindeki bireylere yönelerek, bu bireylerin adil ticaret prim fiyat ödeme istekliliğini ölçebilirler.

Türk tüketicisinde adil ticaret bilinci oluşturmaya yönelik tanıtım programları ve faaliyetleri düzenlenmesi Türkiye bağlamında adil ticaret uygulamasının tanıtılmasına öncü olunabilir. Adil ticaret, küçük ölçekli üretici ve çiftçileri kooperatif ya da birlikler şeklinde örgütlenerek onları güçlendirir ve uzun dönemli ticaret ilişkileri kurmalarına imkân sağlar. Adil ticaret uygulaması, küçük üreticiler, çiftçiler yanında kadınların çalışma hayatına katılımına olanak sağlar ve çocukların uygun olmayan çalışma ortamlarından zarar görmesini engeller. Adil ticaret uygulaması, ticarete daha eşit, daha adil ve daha saygılı bir ortam oluşumuna zemin hazırlar. Adil ticaret, sürdürülebilir kalkınmaya temellidir ve böylece ülke ekonomisini geliştirmeye yardımcı olur. Adil ticaretin Türkiye’de tanıtılması ve uygulanması, dezavantajlı üreticilere, çiftçilere, kadınlara ve çocuklara önemli faydalar sağlayacaktır.

Received: November 22, 2015

Revision received: February 27, 2016

Accepted: March 9, 2016

OnlineFirst: June 30, 2016

Copyright © 2016 • Turkish Journal of Business Ethics

www.isahlakidergisi.com/en

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0019 • May 2016 • 9(1) • 70–89

Extended Abstract

The Role of Fair Trade Trust on the Relationship of Fair Trade Knowledge, Fair Trade Adhesion, and Willingness to Pay Fair Trade Premium: The Case of Turkey*

Sevdenur Kapusuz¹
Bilecik Seyh Edebali University

Halil Semih Kimzan²
Eskişehir Osmangazi University

Abstract

Nowadays, the increase of competition has made it difficult for small-scale producers and farmers to carry on their activities in the face of big business. These challenges have started to bring significance to fair trade, which aims to bring more equal footing to trade. This study investigates the impacts of fair trade knowledge on fair trade adhesion and on willingness to pay its premium cost, and the effect of a sense of trust in fair trade on these impacts. The study's first model examines the relationships among fair trade knowledge, fair trade adhesion, and sense of trust in fair trade; the second model examines the relationships among fair trade knowledge, willingness to pay its premium, and sense of trust in fair trade. The results obtained in the study revealed that fair trade knowledge has an impact on fair trade adhesion, and that fair trade trust has a partial mediating effect on this relationship. Additionally, the study's results show that fair trade knowledge affects willingness to pay its premium through fair trade trust. In other words, fair trade trust has a full mediating effect on the relationship between fair trade knowledge and willingness to pay its premium.

Keywords

Fair trade • Fair trade knowledge • Willingness to pay fair trade premium • Fair trade adhesion • Fair trade trust

* This study was based on Sevdener Kapusuz's (2015) master's thesis entitled "The role of fair trade trust in the relationships among fair trade knowledge, willingness to pay for fair trade products, and fair trade adhesion: The case of Turkey" under Halil Semih Kimzan's (PhD) supervision at Graduate School of Social Sciences, Eskişehir Osmangazi University, Eskişehir Turkey. An earlier version was presented at "20th National Marketing Symposium," a conference held at Eskişehir, Turkey, Anadolu University, June 10-13, 2015

1 Program of Marketing, Bozüyük Vocational School, Bilecik Seyh Edebali University, Gülümbe Kampüsü, Eskişehir 11210 Turkey. Email: swde26@hotmail.com & sevdenur.kapusuz@bilecik.edu.tr

2 Correspondence to: Halil Semih Kimzan (PhD), Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Eskişehir Osmangazi University, Meşelik Kampüsü, Eskişehir 26480 Turkey. Email: semih.kimzan@gmail.com & hskimzan@ogu.edu.tr

Citation: Kapusuz, S., & Kimzan, H. S. (2016). The role of fair trade trust on the relationship of fair trade knowledge, fair trade adhesion, and willingness to pay fair trade premium: The case of Turkey. *Turkish Journal of Business Ethics*, 9, 70–89.

Supporting small-scale enterprises plays a critical role in economy and public welfare. Increasing competition threatens the survival of these kinds of enterprises. Fair trade is a business partnership which aims to improve the working conditions and profitability of small-scale producers and farmers. Fair trade enables producers and farmers to operate sustainably rather than just passively helping them.

Fair trade is a lesser-known subject in Turkey. Also, small-scale producers and farmers in Turkey need this kind of application. The number of products which have fair trade labels on them is relatively low in Turkey. Knowledge of fair trade, adhesion to it, trust in it, and a willingness to pay for fair trade products are critical for supporting small-scale producers. There is a lack of literature on fair trade in the context of Turkish consumers. This study aims to investigate the role of fair trade trust through the relationship between fair trade knowledge and willingness to pay for fair trade products. The study also analyzes the role of this trust over the relationship between fair trade knowledge and fair trade adhesion.

The Concept of Fair Trade

Fair trade aims to eliminate inequalities in influence and knowledge levels by decreasing the impact of failures in the relationship between supplier and seller (Nicholls & Opal, 2005, p. 6). The informal association of Fairtrade Labelling Organizations International, International Fair Trade Organization (now the World Fair Trade Organization), Network of European Worldshops, and European Fair Trade Association (FINE, 2001) defined fair trade as "... a trade partnership based on equality, dialogue, transparency, and respect." The goals of fair trade are given below:

- Improve producers' well-being
- Provide opportunities for disadvantaged producers
- Increase consumer awareness
- Develop a trade partnership model through respect, transparency, and dialogue
- Work towards changing the traditional rules of international trade
- Protect human rights (Redfern & Snedker, 2002, p. 11).

Fair trade and ethical consumption have different meanings (Stevens, 2008, p. 22). Clarke, Barnett, Cloke, and Malpass (2007, p. 584) stated that ethical consumption focuses on the "working conditions in the manufacturing process," while fair trade focuses on the "development of consumption, trade, and production in alternative areas." Nicholls (2002, p. 7) defined ethical consumption as "an important company policy related to corporate social responsibility" and fair trade as the "buyer-sup-

plier relationship with the aim of equality in exchange.” Fair trade is considered to be a subset of ethical consumption (Bird & Hughes, 1997). According to Reynolds (2002), developing ethical consumption is critical for developing fair trade.

Connolly and Shaw (2006, pp. 354–355) suggested considering the big picture. Fair trade involves trade partnership, transparency, sustainable development, and acknowledgement of human rights. Fair trade focuses on matters related to development while ethical consumption focuses on other matters (Stevens, 2008, p. 22).

Fair Trade Knowledge

Consumer knowledge plays a critical role in ethical consumption, environmental responsibility, and fair trade (Shim, 1995). Individuals with knowledge about ethical consumption and fair trade can be more sensitive towards these things (Dickson & Littrell, 1996). Fair trade knowledge builds consumer trust in fair trade; therefore, they are willing to pay its premium. Ethical concerns are important for marketers because companies’ ethical behaviors affect their image and sales (Carrigan & Attalla, 2001; Mascarenhas, 1995).

Fair trade knowledge is defined as “the ability to define fair trade through all of its dimensions” (Pelsmacker, Janssens, Sterckx, & Mielants, 2006). Fair trade knowledge means knowing how to define fair trade (Pelsmacker & Janssens, 2007, p. 368). Environmental knowledge refers to protecting the natural environment, while social knowledge comprises other dimensions not involving environmental knowledge (Pelsmacker et al., 2006, p. 129).

If consumer knowledge levels increase, consumers are able to contribute to company objectives (Dickson, 2000, p. 28). Fair trade represents a bio-physical environment that actively involves nature in producing coffee, bananas, or chocolate (Bryant & Goodman, 2004, p. 357). The knowledge required by manufacturers in the North involves how the product originates (p. 358). Fair trade is considered to be a new perspective because of its focus on market-based development and political consumerism (p. 359). Consumers gather certain types of information that include the origin and distribution of products from fair trade networks (Cook & Crang, 1996; Goodman, 2004).

Fair trade labels and activist organizations provide knowledge to Northern consumers by explaining the social and psychological relationships between production and consumption (Goodman, 2004, p. 901). Knowledge both helps and limits ethical buying (Shaw & Clarke, 1999). Ethical relationships related to fair trade play a critical role in promoting it (Hughes, 2000).

Incorrect knowledge about fair trade may cause a lack of trust and downward trend in sales. The experiences of highly knowledgeable consumers with fair trade

are based on their current knowledge (Pelismacker & Janssens, 2007, pp. 365–366). Perceived quality and quantity of knowledge determines the level of doubt (pp. 371–372). Fair trade knowledge affects fair trade adhesion, as well as the willingness to pay a premium for fair trade products (Kim, Lee, & Park, 2010).

Fair Trade Trust

Trust plays a critical role in a wide range of matters, from environmental risk to rational choice (Mechanic, 1996, p. 455). It can be defined as the “willingness to be defenseless and open to risk” (Castaldo, Perrini, Misani, & Tencati, 2009, p. 6). Trust can be considered as a suitable tool for managing risks (Schoorman, Mayer, & Davis, 2007, p. 347). It is critical for relationships as well as for competition between organizations in today’s knowledge-based environment (Blomqvist, 2002; Seppanen, Blomqvist, & Sundqvist, 2007, p. 261). Willingness to take risks varies with one’s level of trust towards people, organizations, and circumstances (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995). Trust is necessary for long-term relationships (Morgan & Hunt, 1994; Young & Wilkinson, 1989), and international projects (Usunier, 1990).

Trust, a result of inter-personal factors (Moorman, Deshpande, & Zaltman, 1993), can vary by different product types (Chaudhuri & Holbrook, 2001). Because trust depends on circumstances, making a definition of trust suitable for all fields is difficult (Blomqvist, 1997). Trust is based on consumers’ past experiences. The future intentions of infrequent buyers are based on satisfaction, while the future intentions of frequent buyers are based on trust and loyalty (Garbarino & Johnson, 1999). If consumers do not have any information on fair trade, information should be provided in order to form trust (Castaldo et al., 2009). Consumer trust is related to brand loyalty and the willingness to pay price premium. Labeling also affects trust. When consumers think that fair trade organizations respect individuals’ rights, they can put their trust in products with fair trade labels (Castaldo et al., 2009). One of the aims of the World Fair Trade Organization’s tracking system is to make fair trade trustworthy (Davenport & Low, 2013).

Organizations which sell ethical products can benefit from customers’ image perceptions of companies and their products (Pergelova & Angulo-Ruiz, 2013). To consider a company as ethical affects consumers’ trust (Kennedy, Ferrell, & LeClair, 2001). Explanations on labels should be simple and clear in order to form trust (Zadek, Lingayah, & Forstater, 1998). Trust in fair trade organizations and in their labels positively affects willingness to pay a premium price (Pergelova & Angulo-Ruiz, 2013).

Fair Trade Adhesion

Ethical consumers connect with social and environmental policies (Strong, 1996). Ethical consumers purchase fair trade products in order to improve the working condi-

tions of manufacturers who have to work through poor conditions and low wages, and in order to provide them with fair wages. Bezençon and Blili (2010, p. 1309) showed the need for a concept that measures the adhesion of consumer values in their decision to purchase ethical products and that measures the principles in that product base.

Ethical product adhesion has been defined as “the measure of consumers’ ethical product purchases as a result of underlying ethical principles” (Bezençon & Blili, 2010, p. 1309). The concept of ethical product adhesion, while adapting Mittal and Lee’s (1989) model (which measures suggested, continuous, or situational interests as a concept that determines involvement of ethical product choice) to ethical consumption, is stated to have a stable quality. Bezençon and Blili (2010, p. 1317), who held onto the theory of planned behavior that Shaw and Shui (2003) developed, have been driving forth the need up to today for applied consumer behavior models to be adopted onto ethical product adhesion.

Fair trade adhesion has been defined as “the extent to which consumers buy ethical products because of their underlying ethical principles” (Bezençon & Blili, 2010, p. 1309). The need is felt to define the underlying principles of fair trade in order to make an operational structure of fair trade adhesion. From the conceptual framework and the literature on fair trade, three basic principles have been identified that could lead the way to fair trade adhesion in consumers (Bezençon & Blili, 2010, p. 1313): (a) empowering small producers, (b) better working conditions, and (c) respect for the environment.

As a result of their study, empowering manufacturers and better working conditions were seen to be more important dimensions. In accordance with their work, it has been expressed that consumers’ perceptions of fair trade would be directed more socially and economically. As such, this situation can explain much of the focus of fair trade standards on economic and social aspects (Bezençon & Blili, 2010; Reynolds, 2002). While environmental conditions may be extremely important for a person who buys fair trade products, it may be more effective for someone else to contribute to the working conditions of small manufacturers (Bezençon & Blili, 2011, p. 689).

It has been suggested that guidance be given according to communications for fair trade adherence, to the underlying causes of the principles of fair trade (fortifying small manufacturers, better working conditions, and respect for the environment), and to the level of importance in consumer sections. For example, it was determined that in a group who only shop at supermarkets, that the environment has no impact on the size of their fair trade adhesion, whereas for the group who shop in world stores and supermarkets, the environment is an important aspect (Bezençon & Blili, 2011).

Willingness to Pay Fair Trade Premium

Many products with ethical features tend to be more expensive than competing products. Ethics may have a premium in products for the following reasons: (a) the guaranteed price for manufacturers, (b) percentage of cost allocated for development projects in fair trade manufacturing communities, and (c) high costs of manufacture and/or certification (Tallontire, Rentsendorj, & Blowfield, 2001, p. 21).

Trudel and Cotte (2009) stated that consumers have a willingness to pay more for ethical products than for non-ethical products, and they are prepared to pay more for products that are manufactured in a socially responsible manner. Consumer knowledge is said to be a positive factor in their willingness to pay premium prices; for products that have been produced under ethical conditions, their willingness to pay premium prices increases with their awareness.

“One pays a premium to fair trade manufacturers for the characteristics of fair trade production. This premium is the difference between what the market price is and what ethical consumers will pay for the alternative of fair trade” (Doran, 2010, p. 528). The real benefit that fair trade labels provide in addition to the development of small manufacturers is the creation of Western consumers’ willingness to pay a premium price for products with fair trade labels. In order for the high premium price imposed on customers to be acceptable, and thus improve the conditions of small manufacturers who have been forced to make a living with a low income, consumers must know the reasons and processes underlying the fair trade label (Basu & Hicks, 2008).

The reason that products with fair trade labels are higher priced than those without these labels stems from the specific supervision and certification needed in order for fair trade products to be reliable (Pelsmacker, Driesen, & Rayp, 2005, p. 368). Together with this, Sunderman and Rössel (2012) showed that aside from economic factors, moral incentives must also be taken into account in fair trade purchasing behavior, and moral motives might even have a greater impact than economic factors. Salvador, Merchant, and Alexander (2014) revealed that religious adhesion is positively related with consumers’ willingness to pay a premium cost for fair trade products.

Certain social objectives are desired for achievement through fair trade products, which include providing a price floor for indigent manufacturers in developing countries, not employing child labor, providing acceptable working hours and conditions, and having a minimum wage. It is also attempted through fair trade labels to resolve issues that form from not being aware or from false understandings of these social goals in order that consumers will want to pay the higher premium to fair trade manufacturers. Creating a minimum price of goods for manufacturers who participate in fair trade, providing them loans, aiming for the direct development of indigent manufacturers, and having fair trade products that are grown organically and that are

environmentally sustainable are factors that create the willingness in consumers to pay a premium price for fair trade products (Basu & Hicks, 2013, pp. 1, 8–9).

Increasing consumers' interests in wholesome food and environmental issues creates in them the desire to consume higher quality products and be environmentally friendly. In this way, consumers are able to pay a higher premium price for food that is produced in conditions that don't harm the environment and that provide positive incentives to the manufacturers (Basu, Chau, & Grote, 2003, p. 229). Agricultural goods that can be stated to have been produced without harming the environment, which is the aim of eco-labels, can allow consumers to accept paying a higher premium price for foods that are produced under these conditions. The high premium costs provided to manufacturers motivates them to realize turnout in conditions appropriate for environmental sustainability (Basu, Chau, & Grote, 2004).

Taylor and Boasson (2014) stated in their study on households that a certain portion of the participants had heard of fair trade, but only a quarter of those who had knowledge purchased fair trade products; also, the percentage above normal that they were willing to pay for fair trade goods was a price premium of 20%. Didier and Lucie (2008) concluded that organic and fair trade labels increased consumers' willingness to pay. In their study's results, they identified three different types of consumers: those who are insensitive of labels, those who think organic and fair trade labels are important for improving the image of a product, and those who evaluate these labels according to the product's taste.

Howard and Allen (2008) revealed in their research that consumers in the USA are willing to pay more for strawberries in order to provide better working conditions and a living wage for small manufacturers. Continuing with consumers who buy organic products, those who make purchases while taking into account environmental concerns are willing to pay a greater premium price. Pelsmacker et al. (2005) determined that Belgian consumers were willing to pay a 10% premium on average for fair trade coffee. Moreover, consumers who exhibit a positive attitude towards ethical products were demonstrated not to always exhibit this attitude.

Yang, Hu, Mupandawana, and Liu (2012) identified that women were more willing to pay a premium price for fair trade coffee in their research. Consumers' past experiences were important indicators of their willingness to pay a premium price, and demographics were a factor that affected this willingness; because of this, consumers who have different experiences and demographic features will differentiate between the premium price they are willing to pay for fair trade coffee. It was emphasized that coffee drinkers in China were comprised of mostly young drinkers. Ethical obligations and self-identity were seen to play an important role in the willingness to pay for fair trade products (Özçağlar-Toulouse, Shiu, & Shaw, 2006).

Purpose

The purpose of this research is an attempt to determine how the relationships of Turkish consumers' knowledge of fair trade and their sense of trust in fair trade impact their willingness to pay its premium and their fair trade adhesion.

Hypotheses

H1: There is a positive relationship between fair trade knowledge and fair trade adhesion.

H2: There is a positive relationship between fair trade trust and fair trade adhesion.

H3: Fair trade trust has a mediating effect (as a mediating variable) on the relationship of fair trade knowledge and adhesion.

H4: There is a positive relationship between fair trade knowledge and willingness to pay fair trade premium.

H5: There is a positive relationship between fair trade trust and willingness to pay fair trade premium.

H6: Fair trade trust has a mediating effect on the relationship of fair trade trust and willingness to pay fair trade premium.

H7: There is a positive relationship between fair trade knowledge and trust.

Research Method

This study uses the descriptive research method in line with the purposes of the research. The purpose of descriptive research is to explain a situation or topic that is being studied through the relationships between variables (Altunışık et al., 2012, p. 72). The descriptive method has been used to determine the relationships among fair trade knowledge, trust, adhesion, and willingness to pay its premium.

The Sample

In the process of collecting data for the study, 420 people were obtained through the convenience sampling method. However, 14 of these individuals were excluded for leaving some statements contained in the questionnaire blank; the remaining 406 questionnaires were subjected to analysis. The individuals who participated in the research by answering the questionnaire were 18 years of age or above. The demographic characteristics of the respondents are shown in Table 1.

Table 1
Demographic Characteristics of the Sample

Gender	f	%
Female	151	37.2
Male	255	62.8
TOTAL	406	100.0
Marital Status	f	%
Married	69	17.0
Single	337	83.0
TOTAL	406	100.0
Age	f	%
18 or under	5	1.2
19-25	223	54.9
26-32	136	33.5
33-39	22	5.4
40 or over	20	5.0
TOTAL	406	100.0
Education Level	f	%
Master's or Doctorate	85	20.9
Undergraduate	280	69.0
High School	30	7.4
Middle School	5	1.2
Primary School	6	1.5
TOTAL	406	100.0
Monthly Income Range	f	%
1,000 Turkish Liras (TL) or less	147	36.2
1,001-2,000 TL	106	26.1
2,001-3,000 TL	76	18.7
3,001-4,000 TL	43	10.7
4,001-5,000 TL	7	1.7
5,001-6,000 TL	8	2.0
6,001 TL and above	19	4.7
TOTAL	406	100.0
Profession	f	%
Student	158	38.9
Private sector employee	97	23.9
Public sector employee	61	15.0
Business owner	24	5.9
Other	66	16.3
TOTAL	406	100.0

Data Collection Method

In the study, questionnaires were benefitted from as a data collection tool. Questions were asked to the individuals in the study by way of the Internet. While assembling and translating questionnaires from the literature, their appropriateness for local cultural language was considered. The measuring statements that occurred on the questionnaire and the resources they utilized are as follows:

- Questions 1, 2, and 3 measured whether or not they knew how to give a complete definition of fair trade (Pelsmacker & Janssens, 2007).
- Questions 4, 5, 6, and 7 were designed to measure the reason for adhesion that directed individuals to purchase fair trade products (Bezençon & Blili, 2011).
- Questions 8, 9, and 10 were designed to measure individuals' fair trade trust (Castaldo et al., 2009).
- Questions 11, 12, and 13 were designed to measure individuals' willingness to pay the price premium for fair trade goods (Castaldo et al., 2009).
- Questions 14 through 19 were designed to measure individuals' demographic characteristics.

On the questionnaire, measurements were graded using a 5-point Likert-type scale where (1) is *strongly disagree*; (2), *disagree*; (3), *neither agree nor disagree*; (4), *agree*; and (5), *strongly agree*. During the data collection process of the research, information was given to the people who answered the questionnaire about the purpose of the survey before they started filling in the questionnaire.

Data Analysis

The models that were tested in the research are shown in Figures 1 and 2.

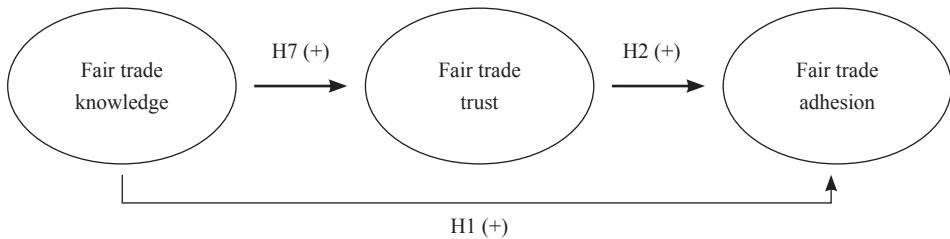


Figure 1. First model tested in the study.

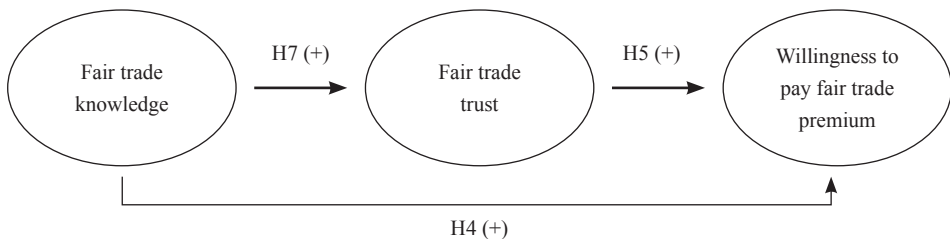


Figure 2. Second model tested in the study.

The results of factor analysis are given in Table 2. All scales were reduced to one factor. The percentages of variance for the Fair Trade Knowledge, Fair Trade Trust,

Fair Trade Adhesion, and Willingness to Pay Fair Trade Premium scales were 77.027, 79.760, 63.826, and 78.351, respectively.

The reliability of the scales and Cronbach's alpha-values are also shown in Table 2. Cronbach's alpha-values for the Fair Trade Knowledge, Fair Trade Trust, Fair Trade Adhesion, and Willingness to Pay Fair Trade Premium scales were 0.849, 0.872, 0.810, and 0.862, respectively.

Table 2
Factor Analysis Results and Cronbach's Alpha-Values Related to the Scales

Expressions That Took Place on the Scales	Factor loading	Cronbach's α
Fair Trade Knowledge		
1. Fair trade aims to create better business conditions for farmers and workers in developing countries.	0.895	0.849
2. Fair trade endeavors to pay more honest prices to manufacturers in developing countries.	0.895	
3. Fair trade strives for the sustainable development of excluded and/or disadvantaged manufacturers in developing countries.	0.842	
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.717; $\chi^2 = 539.773$; Degrees of freedom = 3; $p < .01$; % of variance = 77.027		
Fair Trade Trust		
1. I can always trust in fair trade.	0.904	0.872
2. I believe in fair trade.	0.904	
3. Fair trade products are reliable.	0.871	
KMO = 0.734; $\chi^2 = 606.764$; Degrees of freedom = 3; $p < .01$; % of variance = 79.760		
Fair Trade Adhesion		
1. I buy fair trade products to provide more strength to small-scale manufacturers in in international trade.	0.845	0.810
2. I buy fair trade products because I think the people involved in the manufacture of these products have better working conditions than others.	0.792	
3. I buy fair trade products because I think these products are more environmentally friendly than others.	0.784	
4. I buy fair trade products because I think this is a way of bringing justice to trade.	0.773	
KMO = 0.784; $\chi^2 = 512.441$; Degrees of freedom = 6; $p < .01$; % of variance = 63.826		
Willingness to Pay for Fair Trade Premium		
1. If it's necessary that I spend more, it would be better to buy fair trade products.	0.900	0.862
2. I'm willing to pay a higher price for fair trade products.	0.884	
3. Even though the price of other products decrease, I still buy fair trade products.	0.871	
KMO = 0.732; $\chi^2 = 562.521$; Degrees of freedom = 3; $p < .01$; % of variance = 78.351		

Univariate and multivariate regression analyses were performed in this research. For testing the research model, the method suggested by [Baron and Kenny \(1986\)](#) for measuring the mediation effect was used. In this regard, how relationships changed were investigated between the dependent variable and independent variable, between the mediating variable and the independent variable, between the dependent variable and the mediating variable, and lastly between the dependent variable and the independent variable when the mediating variable was added to the model.

Univariate regression analysis was used in order to test Hypothesis 7, the relationship between fair trade knowledge (independent variable) and fair trade trust (dependent variable; $F = 145.281, p < .01$). Fair trade knowledge as the independent variable explained 26.8% of the variance (adjusted $R^2 = 0.268$) of fair trade trust, the dependent variable. The β -value of the variable of fair trade knowledge was 0.519 ($t = 12.053, p < .01$).

Table 3
Regression Analysis Results Related to Fair Trade Knowledge and Fair Trade Trust's Impact on Fair Trade Adhesion

Model No.	Regression Equation	Adjusted R^2	SD	F	p
1	$ATB = b_0 + b_1 \times B^*$	0.346	0.899	210.049	.000
2	$ATB = b_0 + b_1 \times G^*$	0.445	0.829	310.803	.000
3	$ATB = b_0 + b_1 \times B + b_2 \times G^*$	0.514	0.775	205.507	.000
Conversion Factors					
Model No.	β	t		p	
1 (Constant)		11.454		.000	
B	0.590	14.493		.000	
2 (Constant)		11.779		.000	
G	0.668	17.630		.000	
3 (Constant)		6.696		.000	
B	0.317	7.599		.000	
G	0.500	11.983		.000	

* ATB = Fair Trade Adhesion; B = Fair Trade Knowledge; G = Fair Trade Trust

Univariate regression analysis was used in order to investigate Hypothesis 1, the relationship of fair trade knowledge (independent variable) with fair trade adhesion (dependent variable; $F = 210.049, p < .01$). When examining Model 1 located in Table 3, fair trade knowledge (independent variable) is seen to explain 34% of the variance for fair trade adhesion (dependent variable). In other words, 34% of fair trade adhesion can be said to be related to fair trade knowledge. Univariate regression analysis was used to investigate Hypothesis 2, the relationship between fair trade trust (independent variable) and fair trade adhesion (dependent variable; $F = 310.803, p < .01$). In Model 2, fair trade trust as the independent variable explained 44% of the variance of the dependent variable of fair trade adhesion. In other words, 44% of fair trade adhesion can be said to be related with fair trade trust.

With the intention of testing the mediation effect, Hypothesis 3 benefitted from univariate and multivariate regression analyses. In this context, multivariate regression analysis was used to investigate the relationship of fair trade adhesion (dependent variable) with fair trade knowledge and fair trade trust (independent variables; $F = 205.507, p < .01$). When looking at Model 3, the independent variables of fair trade knowledge and fair trade trust are seen to explain 51% of the variance in the dependent variable of fair trade adhesion. That is, 51% of fair trade adhesion can be said to be related to these independent variables. A significance level of $p < .01$ shows that a

relationship between variables is statistically significant. According to the univariate regression result, while the β -value of fair trade knowledge in Model 1 was 0.590, the β -value decreased to 0.317 when fair trade trust was included in the model (Model 3). In this regard, the variable of fair trade trust was seen to have a partial mediating effect on the relation of fair trade knowledge and fair trade adhesion.

Table 4
Regression Analysis Results Related to Fair Trade Knowledge and Fair Trade Trust's Impact on Willingness to Pay Fair Trade Premium

Model No.	Regression Equation	Adjusted R^2	SD	F	p
1	$ATP\ddot{O} = b_0 + b_1 \times B^*$	0.113	0.878	52.056	.000
2	$ATP\ddot{O} = b_0 + b_1 \times G^*$	0.358	0.747	219.657	.000
3	$ATP\ddot{O} = b_0 + b_1 \times B + b_2 \times G^*$	0.357	0.746	109.694	.000
Conversion Factors					
Model No.	β	t	p		
1 (constant)		9.547	.000		
B	0.340	7.215	.000		
2 (constant)		6.298	.000		
G	0.600	14.821	.000		
3 (constant)		4.593	.000		
B	0.064	1.340	.181		
G	0.565	11.916	.000		

* $ATP\ddot{O}$ = Willingness to Pay Fair Trade Premium; B = Fair Trade Knowledge; G = Fair Trade Trust

Univariate regression analysis was used to investigate Hypothesis 4, the relationship of willingness to pay fair trade premium (dependent variable) with fair trade knowledge (independent variable; $F = 52.056$, $p < .01$). In Table 4, when examining Model 1, fair trade knowledge as the independent variable is seen to explain 11% of the variance for the dependent variable, willingness to pay the premium of fair trade. That is, 11% of the willingness to pay fair trade premium can be said to be dependent on fair trade knowledge. In order to test Hypothesis 5, the relationship between willingness to pay fair trade premium (dependent variable) and fair trade trust (independent variable), univariate regression analysis was used ($F = 219.657$, $p < .01$). In Model 2, fair trade trust as the independent variable explained 35% of the variance of the dependent variable, willingness to pay the premium of fair trade. In other words, 35% of the willingness to pay fair trade premium can be said to depend on the sense of trust in fair trade.

To test its mediating effect (Hypothesis 6), univariate and multivariate regression analyses were utilized. In this context, multivariate regression analysis was used to examine the relation of willingness to pay the premium of fair trade (dependent variable) with the independent variables of fair trade knowledge and fair trade trust ($F = 109.694$, $p < .01$). In Model 3, the independent variables of fair trade knowledge and trust explained 35% of the variance of the dependent variable of willingness to pay fair trade premium. That is to say, 35% of the willingness to pay fair trade's premium can be

said to depend on these independent variables. A level of significance of $p < .01$ shows that the relationship between these variables is statistically significant. According to the result of univariate analysis, while the impact of fair trade knowledge on willingness to pay fair trade premium was statistically significant in Model 1, when fair trade trust was included in the model (Model 3) with fair trade knowledge, their impact on willingness to pay fair trade premium became statistically insignificant. In this context, the variable of fair trade trust is seen to have a full mediating effect on the relationship between fair trade knowledge and willingness to pay fair trade premium.

Results and Suggestions

Together with the increase in competition that is experienced these days, initiatives that improve manufacturers and farmers' negative working conditions have gained much importance in terms of the economic system. Globalization, individualization, and an increase in consciousness have influenced consumers' choices in the market. Consumers can support manufacturers and farmers who have been adversely affected by this competition through the choices they display at the market. The development of communication technologies provides the opportunity for consumers to attain knowledge individually. Thus, consumers can individually evaluate market practices through the knowledge they themselves have gained. These effects and conditions have managed to bring importance to fair trade, which aims to provide better working conditions and living wages to disadvantaged manufacturers and farmers. Fair trade has been seen to affect consumers' choices and to protect disadvantaged manufacturers from competitive environments that have increased with globalization.

Trust is extremely important for fair trade. Trust is a fundamental concept required for long-term relationships in marketing, as well as in their continuance (Morgan & Hunt, 1994; Young & Wilkinson, 1989). Because there is a premium price for fair trade products, consumers need to be able to rely on fair trade in order to want to pay this premium from among the various product types (Castaldo et al., 2009). Trust is the first step in being able to realize fair trade. For consumers who have no knowledge about fair trade and in the case where fair trade is a relatively new option for them, they need effective information to rely on fair trade (Castaldo et al., 2009). The findings of this study significantly support the importance that has been given to trust in the literature on marketing for the following reasons:

- Fair trade is a new concept for Turkish consumers. Therefore, the ability to realize fair trade practices largely depends on the sense of trust in fair trade.
- Fair trade trust is important for consumers to pay the high price due to the premiums that come with fair trade products.

- The current study has demonstrated the important role of fair trade trust in the formation of fair trade adhesion. The ability of consumers to form fair trade adhesion largely depends on their trust in fair trade.

In this study, fair trade trust has been seen to have a mediating effect on the relationship of fair trade knowledge and adhesion. The study also shows the mediating effect that fair trade trust has on the relationship of fair trade knowledge and willingness to pay the premium of fair trade; in this way, it can be said to enrich the literature. The conclusions reached in this study are hoped to contribute to practitioners in this field, to academicians, and to the literature on marketing. The results obtained in this study are as follows:

The majority of individuals who participated in the data collection process by responding to the survey were male (62.8%). When looking at the marital status of the participants, a vast majority of them (83%) were seen to be single. More than half of the people surveyed (54.9%) were between the ages of 19 and 25. The majority of participating individuals had an undergraduate level of education (69%). Participating individuals' level of income were first found in the 1,000 Turkish liras or less per month (36.2%) and the 1,001-2,000 TL per month (26.1%) ranges. The occupational groups of the participants were seen to first be students (38.9%) and secondly as private sector employees (23.9%). The complete group of participants in the study who were employed formed 44.8% of the occupational groups (public sector and private sector employees, as well as business owners). Based on these data, the biggest group of participating individuals consisted of students and employees who were young, single, with an undergraduate degree, male, and had a monthly income of 2,000 Turkish liras or less.

The research results of the data obtained applicable to Model 1 discussed the concepts of fair trade knowledge, trust, and adhesion. The examination and results of fair trade knowledge's impact on fair trade adhesion revealed a significant and positive effect. Therefore, the allocation of time for activities that build individuals' awareness of fair trade would be an important step in achieving the goals of organizations that intend to form fair trade adhesion. Fair trade trust was determined to have a significant, positive effect on fair trade adhesion. For this reason, organizations that want to form fair trade adhesion in individuals should bring to life practices that allow individuals to trust in fair trade. The mediating effect of fair trade trust on the relationship of fair trade knowledge and adhesion was examined. Individuals who increased their fair trade knowledge increased their fair trade adhesion, and fair trade trust was determined to have a partial mediating impact on this relationship. In this context, the work of organizations that intend to create fair trade adhesion to also establish a sense of trust in fair trade would be important.

Model 2 of the research investigated the concepts of fair trade knowledge, trust, and willingness to pay fair trade premium. The results of the research revealed that fair trade knowledge has a significant and positive impact on willingness to pay the premium of fair trade. As individuals' knowledge of fair trade increased, so did their willingness to pay the premium for fair trade products. Because of the high premium costs found in fair trade products, organizations that seek to increase their sales of fair trade products must inform individuals about the aims, activities, and benefits of fair trade in order for them to accept the high premium costs. Trust in fair trade was seen to have a significant and positive relationship on fair trade premium payment willingness. Because of the reasons that fair trade trust has a rather large impact on willingness to pay the premium for fair trade products, allocating time for activities and practices that increase individuals trust in fair trade would be of key importance for organizations that want to increase the sales of fair trade products. The results of the research have shown that fair trade trust has a full mediating effect on the relationship between fair trade knowledge and willingness to pay the premium for fair trade. In this context, working to establish a sense of trust in fair trade alongside fair trade knowledge would be important for creating in consumers the willingness to pay the premium of fair trade.

Fair trade knowledge was determined to have a significant and positive impact on fair trade trust. As individual's fair trade knowledge increased, so did their trust in fair trade. Fair trade knowledge is an important element in creating fair trade trust. Organizations that want to create fair trade trust should design informative and promotional programs directed towards raising individuals' awareness about the aims and practices of fair trade.

Due to time and cost constraints, the participants were determined through convenience sampling. Future studies can investigate the relationship of fair trade knowledge with other variables outside the scope of this research geared towards students or other specific professional groups. These fair trade products with their premium price are more expensive compared to normal products. With this reason, future research could, while focusing on individuals in higher income brackets, measure their willingness to pay premium prices.

Holding promotional programs and activities directed at Turkish consumers for creating awareness of fair trade could pioneer the promotion of fair trade practices in the context of Turkey. Fair trade, while organizing small-scale manufacturers and farmers into cooperatives and associations, empowers them and provides them with opportunities to establish long-term relations. Fair trade practices help enable women to participate in work life alongside small manufacturers and farmers, and prevent children from getting hurt in inappropriate work environments. Fair trade practices

prepare the groundwork for forming greater equality, fairness, and respect in trade. It is based on sustainable development, and as such, would help to improve Turkey's economy. The introduction and implementation of fair trade in Turkey would provide significant benefits for disadvantage manufacturers, farmers, women, and children.

Kaynakça/References

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı* [Research methods in the social sciences: SPSS applied] (7th ed.) Sakarya, Turkey: Sakarya Yayıncılık.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator distinction in social psychology research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Basu, A. K., Chau, N. H., & Grote, U. (2003). Eco-labeling and stages of development. *Review of Development Economics*, 7(2), 228–247.
- Basu, A. K., Chau, N. H., & Grote, U. (2004). On export rivalry and the greening of agriculture: The role of eco-labels. *Agricultural Economics*, 31(2/3), 135–147.
- Basu, A. K., & Hicks, R. L. (2008). Label performance and the willingness to pay for fair trade coffee: A cross-national perspective. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), 470–478.
- Basu, A. K., & Hicks, R. L. (2013). *Poverty alleviation through social labeling programs? Information valuation and willingness to pay for fair trade coffee*. Retrieved from <http://www.maxwell.syr.edu/uploadedFiles/econ/seminars/Basu%20Fair%20Trade-0413.pdf>
- Bezençon, V., & Blili, S. (2010). Ethical products and consumer involvement: What's new? *European Journal of Marketing*, 44(9/10), 1305–1321.
- Bezençon, V., & Blili, S. (2011). Segmenting the market through the determinants of involvement: The case of fair trade. *Psychology & Marketing*, 28(7), 682–708.
- Bird, K., & Hughes, D. R. (1997). Ethical consumerism: The case of “fairly-traded” coffee. *Business Ethics: A European Review*, 6(3), 159–167.
- Blomqvist, K. (1997). The many faces of trust. *Scandinavian Journal of Management*, 13(3), 271–286.
- Blomqvist, K. (2002). *Partnering in the dynamic environment: The role of trust in asymmetric partnership formation* (Doctoral dissertation, Lappeenranta University of Technology). Retrieved from www.doria.fi/handle/10024/38551
- Bryant, R. L., & Goodman, M. K. (2004). Consuming narratives: The political ecology of “alternative” consumption. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29(3), 344–366.
- Carrigan, M., & Attalla, A. (2001). The myth of the ethical consumer: Do ethics matter in purchase behavior? *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 560–578.
- Castaldo, S., Perrini, F., Misani, N., & Tencati, A. (2009). The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: The case of fair trade products. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 1–15.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.

- Clarke, N., Barnett, C., Cloke, P., & Malpass, A. (2007). The political rationalities of fair-trade consumption in the United Kingdom. *Politics and Society*, 35(4), 583–607.
- Connolly, J., & Shaw, D. (2006). Identifying fair trade in consumption choice. *Journal of Strategic Marketing*, 14(4), 353–368.
- Cook, I., & Crang, P. (1996). The world on a plate: Culinary culture, displacement, and geographical knowledges. *Journal of Material Culture*, 1(2), 131–153.
- Davenport, E., & Low, W. (2013). From trust to compliance: Accountability in the fair trade movement. *Social Enterprise Journal*, 9(1), 88–101.
- Dickson, M. A. (2000). Personal values, beliefs, knowledge, and attitudes relating to intentions to purchase apparel from socially responsible businesses. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(1), 19–30.
- Dickson, M. A., & Littrell, M. A. (1996). Socially responsible behavior: Values and attitudes of the alternative trading organization consumer. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 1(1), 50–69.
- Didier, T., & Lucie, S. (2008). Measuring consumer's willingness to pay for organic and fair trade products. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), 479–490.
- Doran, C. J. (2010). Fair trade consumption: In support of the out-group. *Journal of Business Ethics*, 95(4), 527–541.
- FINE. (2001, December). *Fair trade definition and principles*. Retrieved from <http://onevillage.org/fairtradedefinition.pdf>
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), 70–87.
- Goodman, M. K. (2004). Reading fair trade: Political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods. *Ethics in Political Geography*, 23(7), 891–915.
- Howard, P. H., & Allen, P. (2008). Consumer willingness to pay for domestic “fair trade”: Evidence from the United States. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 23(3), 235–242.
- Hughes, A. (2000). Retailers, knowledges, and changing commodity networks: The case of the cut-flower trade. *Geoforum*, 31(2), 175–190.
- Kennedy, M. S., Ferrell, L. K., & LeClair, D. T. (2001). Consumers' trust of salesperson and manufacturer: An empirical study. *Journal of Business Research*, 51(1), 73–86.
- Kim, G.-S., Lee, G. Y., & Park, K. (2010). A cross-national investigation on how ethical consumers build loyalty toward fair trade brands. *Journal of Business Ethics*, 96(4), 589–611.
- Mascarenhas, O. A. J. (1995). Exonerating unethical marketing behaviors: A diagnostic framework. *Journal of Marketing*, 59(2), 43–57.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integration model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mechanic, D. (1996). The logic and limits of trust. *Contemporary Sociology*, 25(4), 455.
- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors affecting trust in market research relationships. *Journal of Marketing*, 57(1), 81–101.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Nicholls, A. J. (2002). Strategic options in fair trade retailing. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 30(1), 6–17.

- Nicholls, A. J., & Opal, C. (2005). *Fair trade: Market-driven ethical consumption*. London, UK: Sage.
- Özçağlar-Toulouse, N., Shiu, E., & Shaw, D. (2006). In search of fair trade: Ethical consumer decision making in France. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 502–514.
- Pelsmacker, P. D., Driesen, L., & Rayp, G. (2005). Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee. *The Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 363–385.
- Pelsmacker, P. D., & Janssens, W. (2007). A model for fair trade buying behavior: The role of perceived quantity and quality of information and of product-specific attitudes. *Journal of Business Ethics*, 75(4), 361–380.
- Pelsmacker, P. D., Janssens, W., Sterckx, E., & Mielants, C. (2006). Fair-trade beliefs, attitudes and buying behaviour of Belgian consumers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11(2), 125–138.
- Pergelova, A., & Angulo-Ruiz, L. F. (2013). Marketing and corporate social performance: Steering the wheel towards marketing's impact on society. *Social Business*, 3(3), 201–224.
- Raynolds, L. T. (2002). Consumer/producer links in fair trade coffee networks. *Sociologia Ruralis*, 42(4), 404–424.
- Redfern, A., & Snedker, P. (2002). Creating market opportunities for small enterprises: Experiences of the fair trade movement. *SEED Working Paper*, 30, 1–61. Geneva, Switzerland: International Labour Office.
- Salvador, R. O., Merchant, A., & Alexander, E. A. (2014). Faith and fair trade: The moderating role of contextual religious salience. *Journal of Business Ethics*, 121(3), 353–371.
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2007). An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of Management Review*, 32(2), 344–354.
- Seppanen, R., Blomqvist, K., & Sundqvist, S. (2007). Measuring inter-organizational trust: A critical review of the empirical research in 1990–2003. *Industrial Marketing Management*, 36(2), 249–265.
- Shaw, D., & Clarke, I. (1999). Belief formation in ethical consumer groups: An exploratory study. *Marketing Intelligence & Planning*, 17(2), 109–119.
- Shaw, D., & Shui, E. (2003). Ethics in consumer choice: A multivariate modelling approach. *European Journal of Marketing*, 37(10), 1485–1498.
- Shim, S. (1995). Environmentalism and consumer's clothing disposal patterns: An exploratory study. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(1), 38–48.
- Stevens, C. A. (2008). *Promoting ethical consumption behavior through spaces constructed by collective actions and pre-existing values: How fair trade towns establish pathways for participation* (Master's thesis). University of Wyoming, Laramie, WY.
- Strong, C. (1996). Features contributing to the growth of ethical consumerism: A preliminary investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, 14(5), 5–13.
- Sunderer, G., & Rössel, J. (2012). Morality or economic interest? The impact of moral motives and economic factors on the purchase of fair trade groceries. *International Journal of Consumer Studies*, 36(2), 244–250.
- Tallontire, A., Rentsendorj, E., & Blowfield, M. (2001). Ethical consumers and ethical trade: A review of current literature. *Policy Series 12*. Chatham, UK: Natural Resources Institute.

- Taylor, J. E., & Boasson, V. (2014). Who buys fair trade and why (or why not)? A random survey of households. *Journal of Consumer Affairs*, 48(2), 418–430.
- Trudel, R., & Cotte, J. (2009). Does it pay to be good? *MIT Sloan Management Review*, 50(2), 61–68.
- Usunier, J. C. (1990). The role of trust in the marketing of projects: An intercultural approach. *Proceedings of the 6th IMP Conference* (pp. 1036–1056). Milan, Italy.
- Yang, S-H., Hu, W., Mupandawana, M., & Liu, Y. (2012). Consumer willingness to pay for fair trade coffee: A Chinese case study. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 44(1), 21–34.
- Young, L. C., & Wilkinson, I. F. (1989). The role of trust and cooperation in marketing channels: A preliminary study, *European Journal of Marketing*, 23(2), 109–122.
- Zadek, S., Lingayah, S., & Forstater, M. (1998). Social labels: Tools for ethical trade. *Final report of the New Economics Foundation for the European Commission*. Brussels, Germany: The European Commission.

Başvuru: 1 Mart 2016

Revizyon: 29 Nisan 2016

Kabul: 20 Haziran 2016

OnlineFirst: 30 Haziran 2016

Copyright © 2016 • Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0006 • Mayıs 2016 • 9(1) • 91–111

Araştırma Makalesi

Akademisyenlerin Araştırma ve Yayın Etiğine İlişkin Düşünceleri

Müesser Özcan¹

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Yasemin Balci²

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Öz

Bu araştırma ile akademik personelin araştırma ve yayın etiği başta olmak üzere Türkiye Bilimler Akademisi (TUBA) tarafından belirlenen etik dışı davranışlar ve etik kurullara ilişkin görüş ve uygulamalar hakkında bilgi edinmek amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini 1992 yılında kurulan bir devlet üniversitesinde sosyal, fen ve sağlık bilimlerinde görev yapan akademisyenler oluşturmuştur. Çalışmaya sosyal bilimlerden 136, fen bilimlerinden 91 ve sağlık bilimlerinden 48 olmak üzere toplam 275 akademisyen katılmıştır. Katılımcıların 119'u kadın, 156'sı erkek ve yaş ortalaması 37,9'dur. Katılımcıların %70,4'ü araştırma yaparken etik sorunlarla karşılaştığını, ayrıca yarıya yakını ise bilgilendirme ve eğitim eksikliği nedeniyle istemeden etik bir hata yapmış olabileceğini belirtmiştir. Akademisyenlerin etik dışı davranışların uygulanma durumu ile ilgili görüşlerine göre, katılımcıların yarısından fazlası sırasıyla dilimleme, ikram yazarlık, aşırma, tekrar yayım, yazarlık hakkı, iyi sonuçları yayımlama, çarpıtma, uygunsuz alıntı gibi konularda daha fazla etik ihlallerin yapıldığını düşünmektedir. Akademisyenlerin çoğunluğunun etik kurulların şikâyetleri inceleme görevi olduğundan haberdar olduğu, yarısının araştırma etiğine ilişkin yasa ve yönetmeliklerden ve etik kurulların işleyişinden haberdar olduğu görülmüştür. Akademisyenlerin yarısından fazlasının tüm eğitim yasamları boyunca her hangi bir etik eğitimi almadığı, buna karşı %93,8'inin akademisyenlere etik eğitimi verilmesi gerektiği inancında olduğu belirlenmiştir. Akademisyenler tarafından etiğe uygun bulunmayan davranışların uygulanma durumu, etik kurullar ve etik eğitim ihtiyacı konuları ile cinsiyet, yaş, uzmanlık alanı, akademik unvan gibi bağımsız değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkilere rastlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

Araştırma • Etik • Yayın • Akademisyen • Etik İhlal

1 Yetkilendirilmiş yazar: Doç. Dr. Müesser Özcan, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Tıp Tarihi ve Etik Anabilim Dalı, Morfoloji Binası, Marmaris Yolu 48000 Muğla. Eposta: muglabiyomer@gmail.com

2 Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Adli Tıp Anabilim Dalı, Morfoloji Binası, Marmaris Yolu 48000 Muğla. Eposta: yaseminbalci@mu.edu.tr

Bir bilim insanının mutlaka sahip olması gereken etik değerler bulunmaktadır, çünkü bilimsel bilgi birikiminin araştırma ve yayın yoluyla oluşturulmasında etik değerlerden yoksun olan bir bilim insanı, tüm bu eylemleri gerçekleştirirken mesleğine ve toplumuna büyük zararlar verebilir (E. Aydın, 2007; İ. Aydın, 2006; Erdem, 2012; Ertekin, Berker, Tolun & Ülkü, 2002). Bu nedenle pek çok uluslararası ve ulusal etik kodlar oluşturulmuştur (COPE, 2003; Dünya Tıp Birliği [DTB], 2013; Gürkan, 2014; Klinik Araştırmalar Hakkında Yönetmelik [KHKY], 2014; Tübitak Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği, 2010). Ayrıca çok sayıda dergi editörünün yayın etiğine ilişkin kaygılarının benzer oldukları ve bu nedenle editörlüklerini üstlendikleri dergilerde yazarların uyması gereken etik ilkeler konusunda ortak çaba içinde oldukları görülmektedir (Graf ve ark., 2007; Wager, Fiack, Graf, Robinson & Rowlands, 2009). Özellikle insanlar üzerinde yapılan araştırmaları içeren yayınlarda etik kuralların gereği ve önemi çok daha dikkatle ele alınmaktadır (Sismondo & Doucet, 2010).

Tüm bu ulusal ve uluslararası düzenlemelere rağmen ne yazık ki bilinçli veya bilinçsizce etik dışı eylemlerle karşılaşmaktadır. Araştırmacıların dürüstlüğüne rağmen dikkatsizlik, tecrübesizlik, özensizlik gibi nedenler sonucu da etik ilkelerin ihlal edilmesi söz konusu olabilmektedir (Akşit & Arda, 2003; Gerçek, Güven, Özdamar, Yelken & Korkmaz, 2011). Araştırma ve yayın etiği dünyada olduğu gibi ülkemizde de uygulamalı etiğin önemli uğraşları arasında yer almaktadır. Türkiye’de özellikle insanlar üzerinde yürütülen araştırmalar 1993 yılında oluşturulan yasal düzenlemelerle denetlenir hale geldi. Bu düzenlemelerin en önemlisi etik komitelerin ve yerel etik kurullarının kurulmasıydı. Bu yeni düzenleme ile özellikle insanlar üzerinde sürdürülen çalışmalara yasal bir kontrol getirilmiş oldu. Etik kurullar araştırma etiği bağlamında etik duyarlılığı artırmaları, temel etik ilkeleri öğretmeleri ve merkezi eğitici bir rol oynamaları yönlerinden önemli roller üstlenmişlerdir (Büken, 2006; Ersoy, 2015). Günümüzde birçok dergi araştırmaları yayımlamadan önce etik kurul onayı istemektedir. Ancak ülkemizde araştırmaların etik açıdan değerlendirilmesi sürecine ilişkin farklı uygulamalar hayata geçirilmekte ve çeşitli isimlerde oluşturulmuş kurullar görev yapmaktadır. Bazı etik kurullar araştırmanın etiğe uygunluğu ile ilgili değerlendirme yapma ödevine ek olarak özellikle yayın sürecine ilişkin etik ihlal şikâyetlerini de değerlendirmek durumunda kalmaktadır (Demir & Büken, 2010). Ülkemizdeki yayın sayısındaki artışla doğru orantılı olarak bu tür şikâyetlerin sayısının arttığı görülmektedir. Araştırma ve yayın etiği ilkeleri ihlalinin çoğu kez bu konudaki bilgisizlikten kaynaklandığı gözlenmektedir (Demircioğlu, 2014; Gerçek ve ark., 2011; Karluk, 2011; Kırac, 2011; Maya, 2013). Türkiye Bilimler Akademisi 2002 yılında yayımladığı raporda araştırma ve yayın sürecine dair etik dışı davranışları açıklamıştır (Türkiye Bilimler Akademisi Bilim Etiği Komitesi, 2002). TÜBA tarafından; *bilimsel yanıltma, özensiz ve disiplinsiz araştırma, bilimsel sahtekârlık ve yalancılık, yayın intihalleri, çıkar çatışmaları, ikram yazarlığı, yazarlık hakkı ve sırasının gözetilmemesi* gibi durumlar etik dışı uygulama olarak tanımlanmaktadır.

Hatta disiplinsiz, dikkatsiz veya özensiz araştırmalar da etik dışı kabul edilmektedir. Bu tarz disiplinsiz, dikkatsiz veya özensiz yürütülen ve yayınlanan araştırmalarda, araştırmacının iyi niyetine rağmen yapılan hatalar söz konusu olmaktadır. Bu hatalar fark edildiğinde genellikle telafisi de mümkündür. Buna rağmen bu hataların yol açtığı durumlar da etik dışı bulunmaktadır. Çünkü bilim insanının disiplinsiz, dikkatsiz veya özensiz eylemde bulunma hakkı bulunmamaktadır (*Türkiye Bilimler Akademisi Bilim Etiği Komitesi, 2002*).

Bilimsel araştırmalarda etik dışı davranışların gösterilme nedenleri şu şekilde saymak mümkündür: Bilim insanı yetiştirirken gerekli araştırma eğitimi, disiplini ve etik bilincinin yeterince kazandırılmaması; kişilerin çabuk yükselme, kabul görme ve üne kavuşma hırsları; kişilik yapısı veya kişilik bozuklukları; fazla yayın yaparak daha fazla saygınlık kazanılacağı inancı ile maddi destek sağlama isteği. Yaşamın her alanında uyulması gereken etik kuralları üniversite ikliminde araştırmacıların da içselleştirerek uygulaması gerektiği bir gerçektir.

Bu araştırmanın amacı, akademik personelin araştırma ve yayın etiği başta olmak üzere Türkiye Bilimler Akademisi'nin (TÜBA) belirlediği etik dışı davranışlar, etik kurullara ve bunların uygulamalarına ilişkin bilgilerini değerlendirmektir. Ayrıca çalışma sonrası, belirlenen ihtiyaçların giderilmesini planlamak, sürece ilişkin çözüm politikaları oluşturmak üzere öneriler geliştirmek ve üniversite ikliminde yaşamın her alanında uyulması gereken etik kuralları araştırmacıların da içselleştirerek uygulamasına katkı sağlamak da amaçlar arasında yer almaktadır.

Yöntem

Çalışma Grubu

Araştırma etiği hakkındaki görüşlerin araştırıldığı bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini 1992 yılında kurulan bir devlet üniversitesinde araştırmanın yapıldığı tarihte görev yapmakta olan sosyal bilimlerden 798, fen bilimlerinden 279 ve sağlık bilimlerinden 170 olmak üzere toplam 1247 akademisyen oluşturmuştur. Çalışmaya sosyal bilimlerden 136, fen bilimlerinden 91 ve sağlık bilimlerinden 48 olmak üzere toplam 275 akademisyen gönüllü olarak katılmıştır. Çalışmaya katılanların 119'u (%43,3) kadın, 156'sı (%56,7) erkektir. Katılımcıların yaş ortalaması 37,9'dur. Sosyal bilimlerden 136 (%49,5), fen bilimlerinden 91 (%33,1) ve sağlık bilimlerinden 48 (%17,5) akademisyenin akademik unvanları 56 (%20,4) araştırma görevlisi, 99 (%36) uzman ve öğretim görevlisi, 75 (%27,3) yardımcı doçent, 27 (%9,8) doçent ve 18 (%5) profesör şeklinde bir dağılım göstermektedir.

Veri Toplama Araçları ve İşlem

Anket formu. Araştırmacılar tarafından literatüre dayalı olarak geliştirilen sorgulama formu dört bölümden oluşmaktadır. I. bölümde 4 adet sosyodemografik soru; II. bölümde Türkiye Bilimler Akademisine (TÜBA) göre etiğe uygun olmayan davranışların akademisyenler tarafından gerçekleştirilme durumunu sorgulayan toplam 18 soru; III. bölümde etik kurullar ve işlevlerine ilişkin konular hakkındaki düşüncelerini içeren 10 soru ile son bölümde etik eğitime ilişkin 4 soru yer almıştır. Sorgulama formu toplam 36 sorudan oluşmaktadır.

Veri analizi. Anket toplam 275 kişi tarafından doldurulmuştur. Her bir anket sorusunda 2 (%0,7) ile 10 (%3,6) kişi arasında yanıtsız soru olduğu belirlendiğinden, değerlendirmeler yanıtlayan kişi sayısı üzerinden yapılmıştır. Her bir anket sorusuna verilen yanıtların frekans ve yüzde gibi betimsel istatistikleri sunulmuştur. Ayrıca anket sorularına verilen yanıtlar ile katılımcıların sosyodemografik özellikleri (yaş, cinsiyet, çalışma alanı ve unvan) arasında manidar bağımlılık ilişkilerinin olup olmadığı iki kare testi kullanılarak incelenmiştir.

Etik duyarlılık. Çalışma üniversite rektörlük makamı izni ve etik kurul onayı ile yürütülmüştür. Katılımda gönüllülüğün esas olduğu çalışmada sorgulama formunu doldurmak ve iade etmek çalışmaya katılmaya onay vermek olarak değerlendirilmiştir. Çalışma formunun ön yüzünde çalışmanın amacı kısaca açıklanarak çalışma yürütücülerinin kimlikleri hakkında bilgi verilmiştir. Araştırma sonuçları kimlik belirticek herhangi bir isim ya da işaret içermemiş ve katılımcılarla ilgili tutulan tüm kayıtların gizliliği sağlanmıştır.

Bulgular

Etiğe Uygun Bulunmayan Davranışla Karşılaşma

Çalışmaya katılan akademisyenlerin %70,4'ü araştırma yaparken etik sorunlarla karşılaştığını bildirmiştir. Ayrıca yarıya yakını (%48,7) bilgilenme ve eğitim eksikliği nedeniyle, daha önce istemeden etik bir hata yapmış olabileceği görüşünde olduğunu bildirmiştir.

Etiğe Uygun Bulunmayan Davranış Türleri

Akademisyenlerin, etiğe uygun bulunmayan davranışların uygulanma durumu ile ilgili görüşleri değerlendirildiğinde; katılımcıların yarıdan fazlası sırasıyla *dilimleme* (%66,9), *ikram yazarlık* (%65,9), *aşırma* (%60,8), *tekrar yayım* (%58,3), *yazarlık hakkı* (%56,4), *sadece iyi sonuçları yayımlama* (%53,9), *çarpıtma* (%50,4), *kendisinden uygunsuz alıntı* (%50,4) şeklinde etik ihlallerin yapıldığı görüşündedir. Diğer etik dışı uygulamalar için de çeşitli oranlarda görüşler bildirilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1

Akademisyenlerin Etiğe Uygun Bulunmayan Davranışlarla Karşılaşma Durumu*

Türkiye Bilimler Akademisi'ne (TÜBA) göre etiğe uygun bulunmayan davranışlar	Evet		Hayır	
	N	%	N	%
Dilimleme: Bir araştırmanın sonuçlarını, araştırmanın bütünlüğünü bozacak şekilde ve uygun olmayan biçimde parçalara ayırarak çok sayıda yayın yapma veya yayımlamak için girişimde bulunma	182	66,9	90	33,1
Projeye katkısı olmayan insanları araştırma projesine ekleme	178	65,9	92	34,1
Asırma: Başkalarının fikirlerini, yöntemlerini, verilerini, yazılarını ve şekillerini sahiplerine usulüne uygun atfı yapmadan veya gerektiğinde sahiplerinden izin almadan kendisine aitmiş gibi kullanma	166	60,8	107	39,2
Tekrar Yayın: Aynı araştırma sonuçlarını birden fazla yayımlama veya yayımlamak için girişimde bulunma	158	58,3	113	41,7
Birden fazla araştırmacıyla yapılan araştırmaların sonuçlarının sunum veya yayımında, katkısı bulunanların onayı olmadan isimlerini çıkartma veya yazarlık sıfatını hak etmeyen yazar veya yazarlar ekleme veya yazar sıralamasını uygun olmayan bir biçimde düzenleme	154	56,4	119	43,6
Sadece iyi sonuçları yayımlama	145	53,9	124	46,1
Çarpıtma: Değişik sonuç verebilecek şekilde araştırma araç gereçlerinde, işlemlerinde veya kayıtlarında değişiklik yapma veya sonuçları değiştirme	137	50,4	135	49,6
Kendi çalışmasından usulüne uygun kaynak göstermeden alıntı yapma	137	50,4	135	49,6
Hakem, danışman, editör, panelist, moderatör, izleyici, raportör ve benzeri görevleri kötüye kullanma	133	49,1	138	50,9
Kurumca sağlanan kaynakları usulüne ve amacına aykırı bir biçimde kullanma	117	43,2	154	56,8
Uydurma: Hayali veriler sunma, rapor etme veya yayımlama	117	43,0	155	57,0
Atıfta bulunmadığı kaynakları kaynakçaya koyma	117	43,8	150	56,2
Gizliliğe ilişkin verilen sözleri tutmama	109	40,5	160	59,5
Araştırma yöntemi hakkında yanlış bilgi verme	98	36,7	169	63,3
Asılsız veya dayanaksız olarak etik ihlal iddiasında bulunma	95	35,3	174	64,7
Bilinçli olarak uygun olmayan istatistik programını kullanma	89	33,5	177	66,5
Desteklenerek yürütülen araştırmaların sonuçlarını içeren sunum veya yayınlarda destek veren kurum veya kuruluşun desteğini belirtmeme	84	30,9	188	69,1
Katılımcılara gizlice deney uygulamama	74	27,9	191	72,1
Etik kurullar ve işlevlerine ilişkin konular				
Etik kurulların şikâyetleri inceleme görevi olduğunu bilme	225	84,3	42	15,7
Araştırma etiğine ilişkin yasa ve yönetmeliklerden haberdar olma	140	52,0	129	48,0
Etik kurulların işleyişinden haberdar olma	138	50,9	133	49,1
Araştırma için yaptığı başvuruda danışmanlık alabilmenin yararına inanma	136	50,9	131	49,1
Uluslararası deklarasyonlardan ve bunların içeriğinden haberdar olma	98	36,2	173	63,8
Üniversitemizdeki etik kurul sayısını bilme	94	34,7	177	65,3
Araştırma için başvuruda bulunduğunda gerekli belgeleri düzenlerken yardıma ihtiyaç duyma	66	24,4	205	75,6
Etik kurullardan herhangi birine en az bir kez başvuruda bulunma	65	23,9	207	76,1
Araştırma veya yayın yapmak için etik kurul onayına gerek duymama	56	20,9	212	79,1
Etik kurulların, araştırmacıların önünü tıkadığını düşünme	53	19,8	215	80,2
Etik eğitim yeterliliği				
Akademisyenlere etik eğitimi verilmeli	255	93,8	17	6,2
Konuyla ilgili bilgilendirme ve eğitim eksikliği nedeniyle, daha önce istemeden etik bir hata yapmış olabileceği görüşü	131	48,7	138	51,3
Tüm eğitim yaşamı boyunca her hangi bir etik eğitimi alma durumu	109	40,1	163	59,9
Araştırma yaparken etik sorunlarla karşılaşma durumu	190	70,4	80	29,6

*Anket 275 kişi tarafından doldurulmuştur. Her bir anket sorusunun 2 ile 10 kişi tarafından yanıtızsız bırakıldığı saptanmıştır. Soruların yanıtızsız bırakılma oranı %0,7 ile %3,6 arasında olup bu oranların yapılacak değerlendirilmeyi etkilemeyeceği düşünülerek frekans ve yüzde istatistikleri yanıt veren kişi sayılarına göre kaydedilmiştir.

Etik Kurullar ve İşlevleri

Akademisyenlerin etik kurullar ve işlevlerine ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde; katılımcıların yarısının araştırma etiğine ilişkin yasa ve yönetmeliklerden (%52) ve etik kurulların işleyişinden (%50,9) haberdar olduğu, ayrıca çoğunluğunun (%84,3) etik kurulların şikâyetleri inceleme görevinin bulunduğunu bildikleri tespit edilmiştir. Ancak akademisyenlerin %76,1'i etik kurullardan herhangi birine hiç başvuruda bulunmamıştır. Hatta akademisyenlerin beşte birinin (%20,9) araştırma veya yayın yapmak için etik kurul onayına gerek olmadığı inancında olduğu görülmüştür (Tablo 1).

Etik Eğitimi

Akademisyenlerin %59,9'unun tüm eğitim yaşamı boyunca herhangi bir etik eğitimi almadığı görülmüştür. Buna karşı %93,8'i akademisyenlere etik eğitimi verilmesi gerektiği inancındadır. Katılımcıların %70,4'ü araştırma yaparken çeşitli etik sorunlarla karşılaştıklarını bildirmiştir (Tablo 1).

Kişisel Özelliklerin Etkisi

Akademisyenler tarafından etiğe uygun bulunmayan davranışların uygulanma durumu ile cinsiyet, yaş, uzmanlık alanı, akademik unvan gibi bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkiye rastlanmıştır. Örneğin; erkek akademisyenler kadın akademisyenlere göre daha fazla oranda (%50) kurumca sağlanan kaynakların usulüne ve amacına aykırı bir biçimde kullanıldığı görüşünü bildirmiştir ($p = .009$). Ayrıca erkek akademisyenler kadınlardan daha fazla oranda araştırma etiğine ilişkin yasa ve yönetmeliklerden (%57,6) ve uluslararası deklarasyonlardan ve bunların içeriğinden (%43,1) haberdar olduklarını belirtmiştir ($p = .007$) (Tablo 2). Bununla birlikte erkek akademisyenlerin çoğunluğu araştırma veya yayın yapmak için etik kurul onayına gerek olmadığı inancındadır ($p = .003$). Yaş faktörünün bazı konularda istatistiksel açıdan anlamlı fark yarattığı görülmüştür. Örneğin; elli yaş ve üstündeki akademisyenler, araştırma yöntemi hakkında yanlış bilgi verme ($p = .053$), asılsız veya dayanaksız olarak etik ihlal iddiasında bulunma ($p = .008$), desteklenerek yürütülen araştırmaların sonuçlarını içeren sunum veya yayınlarda destek veren kurum veya kuruluşun desteğini belirtmeme ($p = .027$) gibi etiğe uygun bulunmayan bazı davranışların ya-

Tablo 2
Cinsiyete Göre Anlamlı Olarak Farklılık Elde Edilen Değişkenler

Türkiye Bilimler Akademisi'ne (TÜBA) göre etiğe uygun bulunmayan davranışlar	Evet (%)		p
	Kadın	Erkek	
Kurumca sağlanan kaynakları usulüne ve amacına aykırı bir biçimde kullanma	34,2	50,0	.009
Etik kurullar ve işlevlerine ilişkin konular			
Araştırma etiğine ilişkin yasa ve yönetmeliklerden haberdar olma	44,9	57,6	.039
Uluslararası deklarasyonlardan ve bunların içeriğinden haberdar olma	27,1	43,1	.007
Araştırma veya yayın yapmak için etik kurul onayına gerek yok	12,7	27,3	.003

pılmasında ve ayrıca etik kurulların görevlerine ilişkin görüşlerinde ($p = .025$) genç akademisyenlerden farklılık göstermektedirler (Tablo 3).

Tablo 3

Yaş Gruplarına Göre Anlamlı Olarak Farklılık Elde Edilen Değişkenler

Türkiye Bilimler Akademisi'ne (TÜBA) göre etiğe uygun bulunmayan davranışlar	Evet (%)				p
	20-29 Yaş	30-39 Yaş	40-49 Yaş	50 Yaş ve ↑	
Araştırma yöntemi hakkında yanlış bilgi verme	32,7	33,6	35,6	62,5	.053
Asılsız veya dayanaksız olarak etik ihlal iddiasında bulunma	22,4	32,7	38,2	62,5	.008
Desteklenerek yürütülen araştırmaların sonuçlarını içeren sunum veya yayınlarda destek veren kurum veya kuruluşun desteğini belirtmeme	20,4	28,4	33,3	54,2	.027
Etik kurullar ve işlevlerine ilişkin konular					
Etik kurulların şikâyetleri inceleme görevi vardır	91,8	82,2	78,2	100,0	.025

Akademisyenlerin görüşleri bilim alanlarına göre değerlendirildiğinde de çeşitli konularda istatistiksel açıdan farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. Örneğin; etiğe uygun bulunmayan davranışların uygulanması konusunda fen, sosyal ve sağlık bilimleri alanlarındaki akademisyenler farklı düşünmektedir. Fen bilimlerindeki akademisyenler; özellikle gizlilik, görevi kötüye kullanma, adil olmayan yazarlık gibi konuların kendi alanlarında sıklıkla yapıldığı görüşünü daha fazla oranda düşünmektedir. Sağlık bilimlerindeki akademisyenler ise yazarlık hakkı ve ikram yazarlık konularında ihlallerin daha çok olduğunu bildirilmektedir. Bununla birlikte etik kurullar ve işlevleri ile etik eğitim konularında, sağlık bilimleri alanındaki akademisyenlerin bilgi sahibi olma oranlarının diğer iki alanındaki akademisyenlerden anlamlı fark yarattığı görülmüştür (Tablo 4).

Tablo 4

Bilim Alanlarına Göre Anlamlı Olarak Farklılık Elde Edilen Değişkenler

Türkiye Bilimler Akademisi'ne (TÜBA) göre etiğe uygun bulunmayan davranışlar	Evet (%)			p
	Sosyal	Fen	Sağlık	
Projeye katkısı olmayan insanları araştırma projesine ekleme	58,5	77,3	66,0	.015
Birden fazla araştırmacıyla yapılan araştırmaların sonuçlarının sunum veya yayımında, katkısı bulunanların onayı olmadan isimlerini çıkartma veya yazarlık sıfatını hak etmeyen yazar veya yazarlar ekleme veya yazar sıralamasını uygun olmayan bir biçimde düzenleme	47,1	64,0	68,0	.007
Sadece iyi sonuçları yayımlama	44,0	70,5	51,1	.001
Hakem, danışman, editör, panelist, moderatör, izleyici, raportör ve benzeri görevleri kötüye kullanma	41,5	62,9	44,7	.006
Gizliliğe ilişkin verilen sözleri tutmama	31,9	51,7	44,7	.011
Araştırma için yaptığı başvuruda danışmanlık alabilmenin yararına inanma	45,9	46,6	73,9	.003
Etik kurulların işleyişinden haberdar olma	42,5	51,1	74,5	.001
Uluslararası deklarasyonlardan ve bunların içeriğinden haber olma	35,6	29,2	51,1	.041
Üniversitemizdeki etik kurul sayısını bilme	26,9	35,6	55,3	.002
Araştırma için başvuruda bulunup gerekli belgeleri düzenlerken yardıma ihtiyacı duyma	20,0	18,9	47,8	.000
Etik kurullardan herhangi birine en az bir kez başvuruda bulunma	15,6	15,6	63,8	.000
Tüm eğitim yaşamı boyunca herhangi bir etik eğitimi alma durumu	40,7	25,6	66,0	.000

Tablo 5

Akademik Kariyer Gruplarına Göre Anlamlı Olarak Farklılık Elde Edilen Değişkenler

Türkiye Bilimler Akademisi'ne (TÜBA) göre etiğe uygun bulunmayan davranışlar	Evet (%)				p
	Arş. Gör	Uzm. + Öğr. Gör.	Yrd. Doç.	Doç. + Prof.	
Sadece iyi sonuçları yayımlama	40,0	61,2	45,8	68,2	.008
Çarpıtma: Değişik sonuç verebilecek şekilde araştırma araç geç- reçleri, işlemleri veya kayıtlarında değişiklik yapma veya sonuç- ları değiştirme	35,7	54,1	47,3	65,9	.020
Atıfta bulunmadığı kaynakları kaynakçaya koyma	32,7	53,1	35,2	51,2	.026
Uydurma: Hayali veriler sunma, rapor etme veya yayımlama	26,8	50,0	39,2	54,5	.013
Bilinçli olarak uygun olmayan istatistik programını kullanma	23,6	41,8	23,6	43,9	.014
Asılsız veya dayanaksız olarak etik ihlal iddiasında bulunma	23,2	36,7	29,6	56,8	.003
Desteklenerek yürütülen araştırmaların sonuçlarını içeren sunum veya yayınlarda destek veren kurum veya kuruluşun desteğini belirtmeme	19,6	32,7	26,0	48,9	.011
Katılımcılara gizlice deney uygulama	18,2	38,8	11,3	43,9	.000
Etik kurullar ve işlevlerine ilişkin konular					
Araştırma etiğine ilişkin yasa ve yönetmeliklerden haberdar olma	41,8	44,4	57,5	73,8	.004
Etik kurulların işleyişinden haberdar olma	37,5	38,4	62,5	77,3	.000
Üniversitemizdeki etik kurul sayısını bilme	30,4	19,2	44,4	59,1	.000
Uluslararası deklarasyonlardan ve bunların içeriğinden haberdar olma.	29,1	22,2	46,6	59,1	.000
Araştırma için başvuruda bulunup gerekli belgeleri düzenlerken yardıma ihtiyaç duyma	20,0	18,2	37,1	22,7	.029
Etik kurullardan herhangi birine en az bir kez başvuruda bulunma	14,3	14,1	37,0	36,4	.000
Etik eğitim yeterliliği					
Konuyla ilgili bilgilenme ve eğitim eksikliği nedeniyle, daha önce istemeden etik bir hata yapmış olabilir	64,3	52,6	39,7	34,9	.009

Tablo 5'te kaydedilen etiğe uygun bulunmayan davranışlar ile etik kurullar ve işlevlerine ilişkin konularda, doçent ve profesörler diğer unvanlardaki akademik personele göre daha yüksek oranda “evet” yanıtı verirken en az “evet” yanıtı verenler ise araştırma görevlileridir. Bununla birlikte araştırma görevlileri, “konuyla ilgili bilgilenme ve eğitim eksikliği nedeniyle, daha önce istemeden etik bir hata yapmış olabilir” hususuna en yüksek oranda “evet” yanıtı vermişlerdir.

Tartışma

Çalışmaya katılan akademisyenlerin önemli bir bölümü araştırma yaparken etik sorunlarla karşı karşıya kaldıklarını dile getirirken, akademik yaşamın içinde çeşitli türde etik ihlallerin var olduğuna da inanmaktadır. Bu inançta olanların yarısından fazlası da sırasıyla;

dilimleme, ikram yazarlık, aşırma, tekrar yayım, sadece iyi sonuçları yayımlama (çarpıtma) gibi etik ihlallerin yapıldığını düşünmektedir. Bu sonuç daha önce ülkemizde ve farklı ülkelerde yürütülen çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir (Alkan, 2014; Dağ, 2007; Foo & Wilson 2012; Köklü, 2003; Maya 2013; Özden & Ergin, 2013; Ranstam & ark., 2000; Tortumluoğlu & Özyazıcıoğlu, 2006; Töreci, 2005). Ayrıca son yıllarda Üniversiteler Arası Kurul'a (ÜAK) ve yargı sürecine yansımış etik ihlal şikâyetlerinin sayısındaki artış bu sonucu açıklayan bir diğer sayısal göstergedir (Aydın, 2006; Demircioğlu, 2014; İnci, 2009; Karluk, 2011; Ruacan, 2009; Töreci, 2010). Son on yılda ÜAK tarafından doçentlik başvuru sürecinde etik ihlal nedeniyle olumsuz yönde değerlendirilen dosyaların sayısal artışından sıkça söz edilmektedir (Demircioğlu, 2014; İnci, 2009; Karluk, 2011; Ruacan, 2009; Töreci, 2010; Ünal, Toprak & Başpınar, 2012). İnci (2009) tarafından kaleme alınan makalede bu konuya vurgu yapılmış ve ayrıca araştırmanın başından sonuna kadar var olan etik dışı davranışların ancak araştırma yayına dönüştüğünde fark edilebileceği de açıklanmıştır. Yayın sonucu ortaya çıkan etik dışı davranışların daha çok; aşırma, sahtecilik, saptırma, yayın tekrarı, dilimleme olduğu belirtilmektedir (Demircioğlu, 2014; İnci, 2009; Karluk, 2011; Ruacan, 2009; Töreci, 2005). Bilindiği gibi yakın zamanda Türk fizikçiler arasında yayın etiği konusunda ortaya çıkan kötü şöhret, Türk bilim insanlarının uluslararası camiada damgalanmasına yol açacak düzeyde gündemde kalmıştır (İnci, 2009). Ülkemizde yaşanan somut örnekler bakıldığında, Yükseköğretim Kurulu başkanı, üniversite rektörleri ve bakan gibi üst düzey bilim insanları ve yöneticiler ile ilgili olarak da araştırma ve yayın etiğine aykırı hareket edildiğine yönelik iddialar gündeme gelmiştir. Bu tür iddialar sadece ülkemizle ilgili bir konu olmanın ötesinde dünyadaki pek çok ülkede de çeşitli kişilerle ilgili olarak gündeme gelebilmektedir. Örneğin; Almanya Federal Savunma Bakanı Karl-Theodor zu Guttenberg'in doktora tezi nedeniyle intihalle suçlanmasının ardından akademik unvanının geri alınmasını talep etmesi de ilginç örneklerden biri olarak kayda geçmiştir (Almanya Savunma Bakanı istifa etti, 2011). Bununla birlikte Türkiye'de etik ihlal nedeniyle suçlanan bazı öğretim üyelerine ceza yerine ödüllendirmeye gidildiğine ilişkin eleştirilerin gündemi meşgul ettiği de görülmektedir.

Uluslararası alanda, özellikle de Amerika Birleşik Devletleri'nde araştırma etiğine ilişkin getirilen düzenlemeler, yasal yaptırımlar ve yayın etiğine ilişkin cezalar bilim insanlarını bariz etik ihlallerden uzaklaştırır niteliktedir. Ancak elektronik dergiler, hızlı değerlendirme garantili ve ücretli yayın yapan dergiler ve yayın sayısını artırma çabasındaki akademisyenlerden gelen yoğun talep ayrı bir sektörün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu akım prestijli yayınevlerinin de içinde bulunduğu bazı dergilerin yayın ücreti talep etmelerini gündeme getirmiştir. Bu yeni sektör nedeniyle son yıllarda uluslararası alanda yayın etiğine ilişkin eleştiriler daha sık karşımıza çıkarmaya başlamış; bu ihlalleri gerçekleştiren dergi grupları ve editörler, yüksek ücretler karşılığı yayın yapan dergiler ve makul sayılamayacak nitelikte yayın sahibi olan akademisyenler dikkat çekmiştir (Akşit & Arda, 2003; Gökçe Kutsal, 2003; Töreci, 2005, 2010; Yılmaz, 2012).

Çalışma sonuçlarımız, yaş ve unvan gibi kişisel ve profesyonel özelliklerin istatistiksel açıdan fark yaratan değişkenler olduğunu göstermiştir. Örneğin; elli yaş ve üstündeki akademisyenlerin etiğe uygun bulunmayan davranışlarkonusunda genç akademisyenlerle görüş farklılıklarının olması, yaşadıkları veya tanıklık ettikleri olaylara ilişkin tecrübeleri ile ilişkilendirilebilir. Aynı şekilde, etiğe uygun bulunmayan davranışlar ile etik kurullar ve işlevlerine ilişkin konularda, doçent ve profesörlerin diğer unvanlardaki akademik personele göre daha yüksek oranda “evet” yanıtı vermesi, en az “evet” yanıtı verenlerin araştırma görevlileri olması ve araştırma görevlilerinin “konuyla ilgili bilgilenme ve eğitim eksikliği nedeniyle, daha önce istemeden etik bir hata yapmış olabilme” hususuna en yüksek oranda “evet” demiş olmasının, akademik yaşamda geçirilen süre ve deneyim azlığı/çokluğu ile ilişkili olduğu düşünülmüştür (Tablo 5).

Ayrıca çalışma sonuçlarımıza göre fen bilimlerindeki akademisyenler gizlilik, görevi kötüye kullanma, adil olmayan yazarlık gibi konularda, sağlık bilimlerindeki akademisyenler ise yazarlık hakkı ve ikram yazarlık konularında ihlallerin daha çok olduğu inancında olmasına rağmen, sosyal bilimlerden fark yaratacak bir ihlal bildirilmemesi dikkat çekicidir. Tıp alanında ikram yazarlığın ülkemizde neredeyse bir gelenek şeklini aldığı bilinse de son yıllarda bu konuda yaşanan sıkıntılar tartışmaya açıktır (Akşit ve Arda, 2003; Büken, 2006; Töreci, 2010). Sosyal bilimler alanında ihlallerin daha az olduğuna ilişkin sonuç ise kafa karıştırıcıdır. Oysa sosyal bilimlerde yürütülen bir çalışmada, bu alandaki akademisyenlerin etik kurullar ve işlevleri hakkında en az bilgiye sahip olan akademisyen grubunu oluşturdukları dikkat çekmiştir (Köklü, 2003). Çalışma bu alandaki etik ihlaller konusunda ilginç ipuçları vermektedir.

Çalışmanın en dikkat çekici konularından birisi de, çalışmaya katılan akademisyenlerin yarısının araştırma etiğine ilişkin yasa ve yönetmeliklerden ve etik kurulların işleyişinden haberdar olmamasıdır. Bu kaygı verici sonuca rağmen akademisyenlerin oldukça önemli bir çoğunluğunun etik kurulların şikâyetleri inceleme görevi bulunduğunu biliyor olmaları da ilginçtir. Ayrıca akademisyenlerin dörtte üçü etik kurullardan herhangi birine hiç başvuruda bulunmamıştır. Hatta akademisyenlerin beşte biri araştırma veya yayın yapmak için etik kurul onayına gerek olmadığı inancındadır. Bu durum son yıllarda doçentlik başvuru sürecinde açığa çıkan ve sayıları giderek artan yayın etiği ihlallerinin nedenleri için bir ipucu niteliğindedir (Demircioğlu, 2014; İnce, 2009; Ünal ve ark., 2012). Akademisyenlerin bilim alanları, etik kurullara ilişkin bulgulara fark yaratan bir değişkendir. Örneğin; etik kurullar ve işlevleri ile etik eğitim konusunda, sağlık bilimleri alanındaki akademisyenlerin bilgi sahibi olma oranlarının diğer iki alandaki akademisyenlerden anlamlı oranda farklılaştığı görülmüştür. Bununla birlikte özellikle TÜBİTAK gibi kuruluşların proje destek başvurularına etik kurul onayını zorunlu kılmaları, sadece sağlık bilimlerinin değil fen ve sosyal bilimlerin de araştırma etiğine ilgisini artırmıştır.

Çalışmamızda akademisyenlerin yarısından fazlasının tüm eğitim yaşamı boyunca her hangi bir etik eğitimi almadığı görülmüştür. Buna karşın, akademisyenlerin tamamına yakınının etik eğitimi verilmesi gerektiği inancındadır. Bu sonuç diğer çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Örneğin; tıp alanındaki akademisyenlerle yürütülen çalışma sonuçlarında etik eğitimin önemli olduğu ve öğretim elemanlarının almış oldukları tıp etiği eğitiminin, etiğe ilişkin görüşlerini anlamlı biçimde olumlu yönde etkilediği bildirilmektedir (Çobanoğlu, Tunçay & Aydoğdu, 2009). Ayrıca eğitim alanında akademisyenlerle yürütülen diğer bir çalışmada ise akademisyen olabilmek ve akademik kültürü yerleştirebilmek için mutlaka tüm akademisyen adaylarının etik eğitimden geçmeleri gerektiği sonucu paylaşılmaktadır (Köklü, 2003). Çalışmamızda, araştırma görevlilerinin, “konuyla ilgili bilgilenme ve eğitim eksikliği nedeniyle, daha önce istemeden etik bir hata yapmış olabilmek” hususuna en yüksek oranda “evet” demiş olmaları, bu konuda genç akademisyen ve akademisyen adaylarına eğitim verme gerekliliğini bir kez daha ortaya çıkarmıştır (Tablo 5).

Oysa ülkemizde lisansüstü eğitim ve tıpta uzmanlık eğitimlerinin içinde araştırma etiğine ilişkin ders okutulan üniversite sayısı bir elin parmaklarını geçmemektedir.

Sonuç olarak; ülkemizde yayın ve araştırma sayısında ciddi artış olduğu gözlenmektedir. Bu artışı ulusal ve uluslararası projelerin çoğalması, atama yükseltme kriterlerini karşılayabilme kaygısı hızlandırmaktadır. Sayısal göstergede yüz güldüren bu sonuç, bilim insanını hızla daha az özen ve daha az bilgiyle bilimsel bilgi üretmeye itebilmektedir. İstenmeyen sonuçlar kurumlara ve ülkeye kara bir leke olarak yerleşmektedir. TÜBA’nın akademisyenlere “Bilim Etiği” çağrısında bulunması veya Yükseköğretim Kurulu’nun hazırladığı çeşitli yönergeler iyi niyetli çabalar olarak değerlendirilebilir.

Ancak her ne olursa olsun akademik hayatın içinde mutlaka uyulması gereken ilkeler olduğu gerçeği akılda tutularak bu ilkeleri ihlal eden veya yok sayanlara cezai yaptırımların uygulanması, etik kültür oluşturmada önemli bir adım olacaktır. Aksi durumda yapanın yanına kâr kalıyor algısının oluşmasının veya konunun başka ortamlara taşınmasının önüne geçmek mümkün olmamaktadır. Bu da tartışmanın bilimselliğini ve kurumların güvenilirliğini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu bağlamda Yükseköğretim Kurulu da üzerinde uzun süre çalışılmış bir metin oluşturmuş ve “Yükseköğretim Etik Davranış İlkeleri” başlığını taşıyan bu metni Ekim 2014’te tüm üniversitelere iletmiştir (Yükseköğretim Kurulu Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi, 2014). Adı geçen metnin üçüncü bölümünde araştırma ve yayın etik ilke ve değerlerine açıklık getirilmiştir.

Aslında unutulmaması gereken bir gerçek de araştırma ve yayın etiğine aykırı tutumların sadece bireysel ahlak sorunu olarak görülmemesi gerektiğidir. Bilim insanı tarafından yapılan bu ahlak dışı tutum, bilimsel bilgiye olan güveni zedeleyebileceği gibi yanıltma, hata yaptırma, insanlığa zarar verme gibi çok daha önemli sonuçlara

yol açabilmektedir. Bilim insanı kendini, bilmeden istemeden oldu, diyerek savunamaz. Bilmek, öğrenmek, özen göstermek ve sorumluluk almak zorundadır.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmaya profesör ve doçent düzeyinde katılım sınırlı düzeyde kaldı. Bu oran çalışma için sınırlılık olarak değerlendirilebilir, çünkü bu kadrodaki akademisyenlerin sahip oldukları deneyim ve yetkinlikler daha iyi sonuçlara ulaşılabilmemizi sağlayabilirdi. Ayrıca veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmış olsa idi daha detaylı sonuçlara ulaşmak mümkün olabilirdi.

Received: March 1, 2016

Revision received: April 29, 2016

Accepted: June 20, 2016

OnlineFirst: June 30, 2016

Copyright © 2016 • Turkish Journal of Business Ethics

www.isahlakidergisi.com/en

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0006 • May 2016 • 9(1) • 103–111

Extended Abstract

Academics' Views on Research and the Ethics of Publication

Müesser Özcan¹

Muğla Sıtkı Koçman University

Yasemin Balcı²

Muğla Sıtkı Koçman University

Abstract

This research intends to identify the inappropriate ethical behaviors of academic personnel mostly on research and the ethics of publication as determined by the Turkish Academy of Sciences (Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]) and to learn about the views and practices related to ethics committees. Academics working in the Social, Applied, and Health Sciences Department of a university that was established in 1992 formed the universe of the study. A total of 275 academics participated in the study, 136 from Social Sciences, 91 from Applied Sciences, and 48 from Health Sciences. The participants were 156 women and 119 men with an average age of 37.9. Of the participants, 70.4% reported facing ethical problems while doing research; nearly half also reported that previously they could have unintentionally made an ethical mistake due to lack of knowledge and training. According to academics' views related to the situation of applying inappropriate ethical behaviors, more than half of the respondents thought that more violations of ethical issues had been done such as copying, crediting authors, plagiarism, repetitive writing, author's rights, publishing good results, and falsifying, respectively. The majority of academics were seen to be aware of the task of ethics committees to examine complaints; half of the academics were seen to be aware of the laws and regulations on the ethics of research and of the function of ethics committees. More than half of academics were determined to be against not receiving any ethics training throughout one's educational life, and 93.8% of them were determined to believe that ethics training needs to be given to academics. The situation of academics behaving ethically inappropriate was found to have a meaningful statistical relationship through the topics of ethics committees and the need of ethics training among independent variables such as gender, age, area of expertise, and academic title.

Keywords

Research • Ethics • Publishing • Academician • Ethics violation

1 Correspondence to: Müesser Özcan (PhD), Department of Medical History and Ethics, Faculty of Medicine, Muğla Sıtkı Koçman University, Morfoloji Binası, Marmaris Yolu Muğla 48000 Turkey. Email: muglabiyomer@gmail.com

2 Department of Forensic Medicine, Faculty of Medicine, Muğla Sıtkı Koçman University, Morfoloji Binası, Marmaris Yolu Muğla 48000 Turkey. Email: yaseminbalci@mu.edu.tr

There are ethical values that a person of science absolutely needs to have, because when a scientist devoid of ethical values creates scientific knowledge through research and publishing, all of the actions this person performs can cause great harm to one's profession and to society (E. Aydın, 2007; İ. Aydın, 2006; Erdem, 2012; Ertekin, Berker, Tolun, & Ülkü 2002;). For this reason, a great many international and national ethical codes have been created (COPE, 2003; Dünya Tıpçılar Birliği [World Medical Association, DHB], 2013; Graf et al., 2007; Gürkan, 2014; Klinik Araştırmalar Hakkında Yönetmelik [Clinical Research Regulations, KHKY], 2014; Sismondo & Doucet, 2010; Türkiye Bilimsel Araştırmalar Kurumu [Turkish Association of Scientific Research, TÜBİTAK], 2010; Wager et al., 2009). In spite of researchers generally being honest, their ethical principles could be violated because of reasons like carelessness, inexperience, and negligence (Akşit & Arda, 2003; Gerçek, Güven, Özdamar, Yelken, & Korkmaz, 2011).

The most important things regulating this are the ethics committees and local ethics associations that have been established. Through this new arrangement, legal checks have been brought to studies, especially those carried out on people. Ethics committees have increased ethical awareness in the context of research ethics, taught fundamental ethical principles, and assumed a major role in terms of playing the part of a central supervisor (Büken, 2006; Demir & Büken, 2010; Ersoy, 2015).

Violations of the principles of research and publication ethics are often observed to be due to ignorance (Demircioğlu, 2014; Gerçek et al., 2011; Karluk, 2011; Kırac, 2011; Maya, 2013). In a report issued in 2002, the Turkish Academy of Sciences explained inappropriate ethical behaviors for research and ethical publication (TÜBA, 2002). TÜBA defined situations of inappropriate ethical practices such as scientific misconduct, sloppy and undisciplined research, scientific fraudulence and deceit, plagiarism of a publication, gratuitous writing, and failure to observe rights and sequence of authorship (TÜBA, 2002).

The study's aim is to evaluate the views and practices of academic personnel mainly on research and publication ethics related to ethical committees and inappropriate ethical behavior as defined by TÜBA. Additionally, the results of the study will provide contributions to appeasing the needs that have been identified, to developing proposals for creating resolution policies related to the process, and to researchers' application of the code of ethics that needs to be followed in every area of university life while also internalizing it.

Method

Study Group

The scanning model was used in this study that investigated opinions about the ethics of research. The research population was formed of a total of 1,247 academici-

ans who at the time of the survey were working at a state university founded in 1992; 798 were from the Social Sciences, 279 were from Applied Sciences (Science and Technology), and 170 were from the Health Sciences.

Survey Form

The questionnaire form, which the researchers developed based on the literature, consisted of four sections. Four socio-demographic questions were in Section 1. In Section 2, a total of 18 questions asked about ideas on situations performed by academicians where the behaviors were not found to be ethical according to TÜBA. In Section 3 were 10 questions that included ideas on issues related to ethics committees and their functions; four questions related to ethics training took place in the last section. The questionnaire form consisted of 36 questions in total.

Data Analysis

A total of 275 people filled out the survey. For each survey question, between two (0.7%) and 10 (3.6%) people were determined to have not answered the question; evaluations were made over the number of people who had responded. Descriptive statistics (i.e., frequency and percentage) of the responses given to each survey question have been provided. In addition, whether or not there was a significant dependent relationship between the answers given to the questionnaire and the participants' socio-demographic attributes (age, gender, field of study, and title) was investigated using the chi-square test.

Findings

Encountering Inappropriate Ethical Behaviors

Of the study group, 70.4% of academicians reported having encountered ethical problems while performing research. Almost half (48.7%) reported being of the opinion that they could have previously made an ethical mistake unintentionally due to lack of knowledge and training.

Types of Inappropriate Ethical Behaviors

When evaluating academicians' opinions related to the situation of applying inappropriate ethical behaviors, ; more than half of the respondents had the opinions respectively that ethical violations had been done in the form of *slicing* (65.9%), *plagiarism* (60.8%), *repetitious writing* (58.3%), *rights of authorship* (56.4%), *only publishing good results* (53.9%), *falsifying* (50.4%), and *improper citations* (50.4%). Other views on inappropriate ethical practices were identified at various percentages.

Ethics Committees and Their Functions

When evaluating academicians' views on ethics committees and their functions, half of the participants were informed of the laws and regulations of research ethics (52%) and the function of ethical committees; in addition, a majority of them (84.3%) were found to know that ethical committees' task is to review complaints. However, 76% of academicians had not made any application to any ethics committee. One in five academicians (20.9%) was seen to believe there was no need for the approval of an ethics committee in order to conduct research or publish.

Ethics Training

More than half (59.9%) of academicians were seen to not have received any ethics training during their entire educational life. Compare this to 93.8% of academicians believing that ethics training needs to be provided. While they had done research, 70.4% of participants reported having encountered various ethical issues.

The Effect of Personal Attributes

A meaningful relationship was found between the independent variables like gender, age, area of expertise, and academic title with the situation of practicing inappropriate ethical behaviors. As an example, male academicians reported their opinion that references provided by institutions had been used in a manner contrary to procedure and purpose at a much higher rate (50.0%) than female academicians ($p = .009$). Also, male academicians stated more than female academicians that they were aware of the laws and regulations related to research ethics (57.6%) and of the contents and international declarations (43.1%; $p = .007$; see Table 2). Nevertheless, more male academicians were of the belief that ethics committee approval for performing research and publication was not necessary ($p = .003$).

The age factor was seen to create a significant statistical difference on some topics. As an example, academicians 50 and older showed a difference from the younger academicians through their views related to some inappropriate ethical behaviors, such as giving false information about research methods ($p = .053$), the claim of ethical violations as inauthentic or unfounded ($p = .008$), and identifying institutional or organizational support from those who provided presentational or publishing support that included the results of researches that had been carried out with their support ($p = .27$), as well as the duties of ethics committees ($p = .025$).

When the views of academicians were investigated in terms of field of science, statistical differences were also determined on various issues. For example, academicians from the fields of applied, social, and health sciences had different thoughts on the topic of the practice of inappropriate ethical behavior. Academicians from

Applied Sciences expressed more often the views of topics that were often performed in their own field, in particular things like *confidentiality*, *misconduct*, and *unjust authorship*. Academicians from the Health Sciences were informed of more violations on the topics of *authorship rights* and *superfluous writing*. However, the claims of academicians from the Health Sciences of being informed were seen to create a significant difference compared to academicians from the other two fields on the subject of being informed about ethical committees and their functions.

Discussion

The academicians who participated in the study believed that, while performing an important part of research and raising their voice to the ethical issues they faced, ethical violations of various types existed. In this belief, more than half of them thought that ethical violations, such as *slicing*, *superfluous writing*, *plagiarism*, *repetitious writing*, and *only publishing the best results* (falsifying), had been made, in that order. This result is similar to the results of studies previously carried out in Turkey and in various countries (Alkan, 2014; Dağ, 2007; Foo & Wilson 2012; Köklü, 2003; Maya 2013; Özden & Ergin, 2013; Ranstam et al., 2000; Swazey, Anderson, & Levick 1993; Tortumluoğlu & Özyazıcıoğlu, 2006; Töreci, 2005). Additionally, the increase in the number of complaints of ethical breaches reflected in the judicial process and the Inter-university Committee on Research and Policy Studies (ICR) in recent years is another quantitative indicator that explains this result (Aydın 2006; Demircioğlu, 2014; İnci, 2009; Karluk, 2011; Ruacan, 2009; Töreci, 2010). The increase in the number of files evaluated by the ICR due to ethical breaches in the associate professor application process over the last decade is often mentioned (Demircioğlu, 2014; İnci, 2009; Karluk, 2011; Ruacan, 2009; Töreci, 2010; Ünal, Toprak, & Başpınar 2012). Emphasis on this topic has been given in an article penned by İnci (2009). Also, the inappropriate ethical behavior that exists from the beginning to end of a research explains that it can be noticed only when converting it for publication. Many inappropriate ethical behaviors that emerge as a result of publication have been identified as *plagiarism*, *falsification*, *distortion*, *repetitive writing*, and *slicing* (Demircioğlu, 2014; İnci, 2009; Karluk, 2011; Ruacan, 2009; Töreci, 2005). As is recently known, Turkish physicists' bad reputation on the topic of ethical publishing has remained on the agenda at a level that has led to the stigmatization of Turkish scientists in the international community (İnci 2009). As concrete examples experienced in Turkey, the president of Higher Education Institutions brought allegations to the agenda directed towards ethical breaches contrary to research and publication ethics as related to senior scientists such as university presidents and ministers. These kinds of claims, is beyond being a topic related just to Turkey; it is something that can be brought to the agenda with regard to a variety of individuals in many countries of the world. As one of the interesting examples that has been placed on record, German Federal

Defense Minister, Karl Theodorzu Guttenberg, after being charged with plagiarism due to doctoral thesis, was also ordered to withdraw his academic title of minister (Almanya Savunma Bakanı istifa etti, 2011). In Turkey, meanwhile, the agenda has been occupied with criticisms about some faculty members who had been accused of ethical breaches having been rewarded instead of punished.

Internationally, especially in the United States, regulations and legal sanctions that were brought in relation to research ethics, and punishments related to ethical publishing are of a characteristic that distances scientists from obvious ethical violations. Yet academicians, in their effort to increase the number of digital magazines and publications, have caused the birth of a separate sector because of the demand placed by promoters and the magazines that guarantee rapid evaluation and paid publishing. Some journals that are also within the flow of prestigious publishing houses bring to the agenda their demands for their publication fee. Due to these new sectors in recent years, international criticisms concerning publishing ethics have begun to draw out other ethics violations more often, such as too many journal groups and editors, journal that are published that provide for raised costs, and academicians who own publications that cannot be reasonably counted (Akşit & Arda, 2003; Gökçe 2003; Töreci, 2005, 2010; Yılmaz, 2012).

One of the most striking subjects of the study has been how half of the academicians who participated had not been informed about the laws and regulations of research ethics or the function of ethics committees. Despite these alarming results, it is also interesting that quite a significant majority of academicians were aware of ethics committees' task to investigate complaints. Also, three out of four academicians had had no contact with any ethics committee. Even one in five academicians didn't believe there was a need for ethics committees to approve research and publishing. This situation has a hint of the nature of the reasons for the growing number of publication ethics violations that came out in the process of applying for associate professorship (Demircioğlu, 2014; İnce, 2009; Ünal, Toprak, & Başpınar, 2012). Academicians' scientific field was a variable that created a difference in the findings on ethics committees. As an example, the percentage of academicians from the Health Sciences who claimed to have knowledge on the topic of ethics committees and their functions was seen to create a significant difference from academicians from the other two fields. Meanwhile, it wasn't just the health sciences who mandated organizations' (in particular TÜBİTAK) ethical approval in applying support for projects; applied sciences and social sciences' interest in research ethics also increased.

In this study, more than half of the academicians were seen to have received no ethics training throughout their educational life. In contrast, almost all academicians were seen to believe it necessary to provide ethics training. This result is similar to

the results of other studies. For example, in the results of a study conducted with academicians in the medical field, the importance of ethics training and the medical ethics training the teaching staff received was reported to have a significantly positive effect on their views related to ethics (Çobanoğlu, Tunçay, & Aydoğdu, 2009). Also in another study conducted with academicians in the field of education, the result was shared that absolutely all teacher candidates should undergo ethics training in order to be an academician and to be able to be placed in academic culture (Köklü, 2003).

As a result, the number of researches and publications has been observed to seriously have increased in Turkey. This exponential increase in national and international projects has sped up the concern for being able to meet the criteria of upgrading the appointment. This result, which laughs in the face of the numerical index, can push the scientist to elaborate on less with speed and generate scientific knowledge with less information. These undesired results settle like a dark stain on the institutions and the country. TÜBA's "Call of Scientific Ethics" to academicians and various guidelines prepared by the Higher Education Council can be assessed as well-intentioned efforts. Applying criminal sanctions to those who violate or ignore the principles that must be respected in all academic life regardless, while yet keeping in mind the truth of these principles, would be an important step in creating a culture of ethics. Otherwise like the snow that remains, the perceptions that form from what is done is reason to carry the topic to another environment; also, this can negatively affect scientific debate and the reliability of institutions. Actually, ethical breaches of research and publishing, which in truth should not be forgotten, should not be viewed as just an individual moral problem of attitudes. This attitude away from morals that scientists make may lead to much more important consequences like deception (such as could undermine the confidence that is scientific knowledge), causing others to make mistakes, and bringing harm to humanity. The scientist, who cannot be defended by saying it wasn't intentional or that they didn't know, must know, learn, show thought, and take responsibility.

Kaynakça/References

- Akşit, B., & Arda, B. (2003). Ideas of editors of medical journals on publication ethics. *Journal of Ankara Medical School*, 25(1), 1–6.
- Alkan, G. (2014). Türkiye’de muhasebe alanında yapılan lisansüstü tez çalışmaları üzerine bir araştırma (1984-2012). *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 61, 41–52.
- Almanya Savunma Bakanı istifa etti. (2011, 1 Mart). http://www.ntv.com.tr/dunya/almanya-savunma-bakani-istifa-etti,nNYX_wXLtkKR-j6uQrBV5w?_ref=infinite
- Aydın, E. (2007). Bilim, araştırma ve etik. *Türk Hiyen ve Deneyisel Biyoloji Dergisi*, 64(2), 47–53.
- Aydın, İ. (2006). Sosyal bilimlerde araştırmadan yayına etik değerler. 2006 *Ulusal Kurultay Bildirileri Kitabı* içinde (s. 71–80). Ankara: ULAKBİM.

- Büken, N. Ö. (2006). Türkiye örneğinde akademik dünya ve akademik etik. *Hacettepe Tıp Dergisi*, 37(3), 164–170.
- Çobanoğlu, N., Tunçay, G. Y. & Aydoğdu, İ. B. (2009). Tıp fakültesi öğretim elemanlarının tıp etiği eğitimine bakışları Gazi Üniversitesi Özelinde. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Ethics-Law and History*, 17(2), 87–96.
- Committee on Publication Ethics. (2003). *Committee on Publication Ethics Guidelines on Good Publication Practice*. Retrieved from <http://www.publicationethics.org.uk/guidelines>
- Dağ, İ. (2007). ABD’de psikologların çalışmalarında etik sorun yaşanmış vaka örnekleri. *Türk Psikoloji Bülteni*, 13(41), 33–35.
- Demir, M. & Büken, N. Ö. (2010). Dünyada ve Türkiye’de hastane/klinik etik kurulları. *Hacettepe Tıp Dergisi*, 41, 186–194.
- Demircioğlu, M. Y. (2014). Üniversitelerde 2014 yılından önce işlenen intihal suçları ile ilgili disiplin soruşturması ve cezalandırma sistemi. *Ankara Barosu Dergisi*, 72(4), 327–362.
- Dünya Tıp Birliği. (2013). *Helsinki Bildirgesi*. <http://www.iegm.gov.tr/Default.aspx?sayfa=helsinki&lang=tr-TR> adresinden 30 Ocak 2016 tarihinde edinilmiştir.
- Erdem, A. R. (2012). Bilim insanı yetiştirmede etik eğitimi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 2(1), 25–32.
- Ersoy, N. (2015). Araştırma etiği. *Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(1), 2–8.
- Ertekin, C., Berker, N., Tolun, A. & Ülkü, D. (2002). *Bilimsel araştırmada etik ve sorunlar*. Ankara: TÜBA Yayınları.
- Foo, J. Y. A., & Wilson, S. J. (2012). An analysis on the research ethics cases managed by the Committee on Publication Ethics (COPE) between 1997 and 2010. *Science and Engineering Ethics*, 18, 621–631. <http://dx.doi.org/10.1007/s11948-011-9273-3>
- Gerçek, H., Güven, M. H., Özdamar, Ş. O., Yelken, T. Y. & Korkmaz, T. (2011). Yükseköğretim kurumlarında etik ilkeler, sorumluluklar ve davranış kuralları. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 1(2), 80–88.
- Gökçe Kutsal, Y. (2003). Editör gözüyle danışmanlık. *Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık Sempozyum Kitabı* içinde (s. 13–28). Ankara: TÜBİTAK.
- Graf, C., Wager, E., Bowman, A., Fiack, S., Scott-Lichter, D., & Robinson, A. (2007). Best practice guidelines on publication ethics: A publisher’s perspective. *International Journal of Clinical Practice*, 61(152), 1–26.
- Gürkan M. (2014). Helsinki Bildirgesi’nin 2013 sürümündeki değişiklikler. *Türkiye Biyoetik Dergisi*, 1(2), 100–104.
- İnci, O. (2009). Bilimsel yayın etiği ilkeleri, yanıltmalar yanıltmaları önlemeye yönelik öneriler. *Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık–2009. 7. Ulusal Sempozyum Kitabı* içinde (s. 69–90). Ankara: TÜBİTAK.
- Karluk, S. R. (2011). Üniversitelerde etik ihlalleri, bilimsel yolsuzluklar ve sonuçları. 3. *Ulusal Kurumsal Yönetim, Yolsuzluk, Etik ve Sosyal Sorumluluk Konferansı* (s. 7–11). Nevşehir Üniversitesi.
- Kıraç, F. S. (2011). Bilimsel yanıltma: Tekrar yayınların tanımı, çeşitleri ve olası sonuçları. *Anadolu Kardiyoloji Dergisi*, 1, 174–178.
- Klinik Araştırmalar Hakkında Yönetmelik. (2014, 25 Haziran). *Resmî Gazete*. Sayı: 29041. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/04/20130413-7.htm> adresinden edinilmiştir.

- Köklü, N. (2003). Akademisyenlerin araştırma etiği konusundaki görüşleri. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 2(4), 137–151.
- Maya, İ. (2013). Akademisyenlerin meslek ahlakına aykırı olan davranışlara ilişkin algıları (Çomü Eğitim Fakültesi örneği). *Turkish Studies*, 8(6) 491–509.
- Özden, M. & Ergin, B. (2013). Lisansüstü öğrencilerinin bilimsel araştırmalarda uygulanan etik kurallara yönelik düşüncelerinin belirlenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(22), 155–169.
- Ranstam, J., Buyse, M., George, S. L., Evans, S., Geller, N. L., Scherrer, B. ... & Colton, T. (2000). Fraud in medical research: An international survey of biostatisticians. *Controlled Clinical Trials*, 21(5), 415–427.
- Ruacan, Ş. (2009). Türkiye’de bir etik serüveni: Doçentlik sınavı etik komisyonu. *Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık Sempozyum Kitabı* içinde (s. 41–44). Ankara: TÜBİTAK.
- Sismondo, S., & Doucet, M. (2010). Publication ethics and the ghost management of medical publication. *Bioethics*, 24(6), 273–283.
- Töreci, K. (2005). Editör görüşü. *ANKEM Dergisi*, 19(1), 52–54.
- Töreci, K. (2010). Tıpta yayın etiği. *ANKEM Dergisi*, 24(1), 1–41.
- Tortumluoğlu, G. & Özyazıcıoğlu, N. (2006). Akademisyenlerin araştırma yaparken ve yayınlarken karşılaştıkları güçlükler ve bunun üzerinde doktora eğitiminin etkisi. *International Journal of Human Sciences*, 1(1). <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/169/169> adresinden edinilmiştir.
- Tübitak Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği. (2010). 04/09/2010 tarihli ve 189 sayılı Toplantı 15/10/2010. http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/mevzuat/yonetmelik/YONETMELIK_III_9.pdf adresinden edinilmiştir.
- Türkiye Bilimler Akademisi Bilim Etiği Komitesi. (2002). *Bilimsel araştırmada etik ve sorunları*. Ankara: Yazar.
- Ünal, M., Toprak M. & Başpınar, V. (2012). Bilim etiğine aykırı davranışlar ve yaptırımlar: Sosyal ve beşeri bilimler için bir çerçeve önerisi. *Amme İdaresi Dergisi*, 45(3), 1–27.
- Wager, E., Fiack, S., Graf, C., Robinson, A., & Rowlands, I. (2009). Science journal editors’ views on publication ethics: Results of an international survey. *Journal of Medical Ethics*, 35(6), 348–353.
- Yılmaz, K. (2012). Editörden: Etik dışı davranış olarak haksız yazarlık. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1). <http://ebad-jesr.com/> adresinden edinilmiştir.
- Yükseköğretim Kurulu Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi. (2014, Mayıs). http://www.yok.gov.tr/web/guest/icerik/-/journal_content/56_INSTANCE_rEHF-8BIsfYRx/10279/18187 adresinden Şubat 2016 tarihinde edinilmiştir.

Başvuru: 8 Eylül 2015

Revizyon: 25 Nisan 2016

Kabul: 7 Haziran 2016

OnlineFirst: 30 Temmuz 2016

Copyright © 2016 • Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0012 • Mayıs 2016 • 9(1) • 113–152

Araştırma Makalesi

Etik İklim ve Algılanan Örgütsel Adalet İlişkisi: Tokat İli Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*

Ahmet Mumcu¹
Ordu Üniversitesi

Musa Said Döven²
Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Öz

Bu çalışmanın amacı etik iklimin, algılanan örgütsel adaletin alt boyutları (prosedür adaleti, dağıtım adaleti, etkileşim adaleti) ile arasındaki ilişkiyi inceleyerek etik iklimin çalışanın adalet algılamasının yordayıcısı olup olmadığını araştırmaktır. Araştırma kısmına geçilmeden önce etik, iş etiği, etik iklim, etik iklimin sonuçları ve etik iklim modeli hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra algılanan örgütsel adalet, örgütsel adaletin sonuçları ve etkileri hakkında bilgi verilmiştir. Etik iklim ve algılanan örgütsel adalet ilişkisi hakkında teorik ve görgül bulgulara yer verdikten sonra araştırma kısmına geçilmiştir. Çalışmanın araştırma kısmında ise, etik iklimin çalışanın adalet algılamasının anlamlı bir yordayıcısı olup olmadığını belirlemek amacıyla Tokat ili bankacılık sektöründe saha araştırması yapılmıştır. Araştırma kısmında hazırlanan anket formu Tokat ili merkez ilçesinde faaliyet gösteren 22 banka şubesinde görev yapan 210 banka personeline uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde, tanımlayıcı istatistikler ve regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda; etik iklim ile algılanan örgütsel adalet boyutları arasında pozitif bir ilişki olduğu ve etik iklimin çalışanın adalet algılamasını her üç boyutta pozitif yönlü olarak yordadığı belirlenmiştir. Çalışmanın sonunda araştırma bulgularına dayanarak uygulamaya ve araştırmacıya yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler

Etik • İş etiği • Etik iklim • Örgütsel adalet • Prosedür adaleti • Dağıtım adaleti • Etkileşim adaleti

* Bu çalışma 12 Ağustos 2014 tarihinde Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme A.B.D. Yönetim ve Organizasyon Bilim dalında kabul edilen yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

1 Yetkilendirilmiş yazar: Ahmet Mumcu, Ordu Üniversitesi Ünye İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Devlet Sahil Yolu Ünye, Ordu. Eposta: ahmetmumcu@odu.edu.tr

2 Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 60150 Tokat. Eposta: saiddoven@yahoo.com.tr

Globalleşen dünya pazarı ve artan rekabetçilik neticesinde iş hayatı gittikçe daha yoğun rekabetin yaşandığı bir hal almaktadır. Bu yoğun rekabet şartlarının yaşandığı iş dünyasında faaliyet gösteren işletmelerin ahlaki açıdan istenilen düzeye ulaşması için etik kavramının gerekliliği her geçen gün daha açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Kâr ve sürdürülebilirliklerini sağlama gayreti içinde bulunan işletmelerden bu amaçlarına ulaşırken etik ve ahlaki değerlerden ödün vermemeleri beklenmektedir. Bu açıdan işletmelerde etik yönetim anlayışının benimsenmesi, etik değerlere örgüt kültüründe yer verilmesi, oluşturulan etik kodlarla işletmenin faaliyetlerine yön verilmesi işletmeler için önemli hususlardır. Etik ve ahlaki değerlerin işletme faaliyetlerine nüfuz etmesinin en etkili yollarından biri de örgütte etik iklim oluşturmaktır.

Yirmi birinci yüzyıl dünyasında örgütlenen çalışma ve iş hayatında örgütlerin, birey için yeni bir yaşam alanı olduğu görülmektedir. Örgütsel adalet kavramı bu alanda karşımıza çıkmakta ve önemli düzeyde örgütsel sonuçlara (iş performansı, örgütsel bağlılık vb.) etki ettiği görülmektedir (Sökmen, Bilsel & Erbil, 2013, s. 35–36; Ulukapı & Bedük, 2014, s. 776). Örgütsel adalet algısı en geniş ifadesiyle, çalışanın bağlı bulunduğu örgüt içinde kendisine ne kadar adil davranıldığı konusundaki algılarından oluşmaktadır (Greenberg, 1996, s. 24).

Örgütlerde çalışanların olumlu algılarının örgütsel bağlılığı, verimliliği, örgütte çalışmaya devam etme kararını, örgütsel vatandaşlık davranışı geliştirdiği, olumsuz algıların ise örgütsel bağlılığı zayıflattığı hatta ortadan kaldırdığı, işten ayrılmalara kolaylaştırdığı, verimliliği düşürdüğü, saldırgan davranışlara yönelttiği söylenebilir. Dolayısıyla örgütsel adaletin, çalışan bireylerin kişisel doyumu ve örgütün etkili bir biçimde işlevlerini yerine getirebilmesi için bir gereklilik olduğu ve adaletsizliğin de örgütsel bir sorun kaynağı olarak görülmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır (Cihangi-roğlu & Yılmaz, 2010, s. 210).

Etik ve adalet kavramları bir arada incelendiğinde, bu iki kavramın birbirinde bağımsız düşünülmesi mümkün olmadığı görülmektedir. Her iki kavramın çok farklı ve ortak örgütsel sonuçlara etki ettiği bilinmekle birlikte, birbirleri üzerindeki etkisi çok incelenmemiştir. Kavramsal ve kuramsal olarak ele alındığında; etik kavramının unsurları arasında adaletin, adalet kavramının alt etkenleri arasında ise etğin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde bu iki kavrama ait çalışmalar daha çok kuramsal boyutta kalmaktadır ve birbirleri arasındaki ilişkiyi görgül olarak ortaya koyan çalışma sayısı sınırlıdır.

Etik iklim ve algılanan örgütsel adalet kavramları arasındaki ilişkinin hangi düzeyde ve ne boyutta olduğunun görgül bir çalışma neticesinde ortaya konmasının literatüre bu alanda katkıda bulunacağı varsayılmaktadır. Etik iklim ve algılanan örgütsel adalet kavramları örgütler açısından çok önemli sonuçları ve etki alanı geniş olan kavramlar olarak literatürde yer almaktadır. Örgütsel adalet kavramı; iş tatmini, iş

gören performansı, zarar verici saldırgan davranışlar, örgütsel güven, örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık, işten ayrılma niyeti vb. pek çok pozitif ve negatif davranışsal ve tutumsal sonuçlara etki etmektedir. Örgüt açısından bu denli öneme haiz olan örgütsel adalet kavramının etik iklim ile olan ilişkisinin örgütsel adalet boyutlarına da yer verilerek kapsamlı şekilde ortaya konulması sonucu elde edilecek sonuçlar ışığında işletme, işletme üst düzey yönetimi ve yöneticilerine çeşitli önerilerde bulunulmasının da örgütler açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmadaki amaç; etik iklim ve algılanan örgütsel adalet arasındaki ilişkiyi görgül bir çalışma ile ele alarak etik iklimin çalışanın örgütsel adalet algılamasını açıklama oranını örgütsel adaletin boyutları (prosedür adaleti, dağıtım adaleti, etkileşim adaleti) düzeyinde belirlemektir. Diğer bir ifadeyle araştırmada, “Etik iklim çalışanın prosedür adaleti algısının, dağıtım adaleti algısının, etkileşim adaleti algısının yordayıcısı mıdır?” hipotezleri test edilecektir.

Etik İklim

Etik kavramı “ethos” sözcüğünden türetilmiş olup bu sözcük Yunanca “karakter” anlamına gelmektedir. Etik, tüm etkinlik ve amaçların yerli yerine konulması; neyin yapılacağı ya da yapılmayacağı; neyin isteneceği ya da istenmeyeceğinin; neye sahip olunacağı ya da olunamayacağının bilinmesidir. Etik; “insanların kurduğu bireysel ve toplumsal ilişkilerin temelini oluşturan değerleri, kuralları doğru-yanlış, ya da iyi-kötü gibi ahlaksal açıdan araştıran bir felsefe disiplini” olarak da tanımlanabilir (Akarsu, 1984, s. 62).

İş etiği, etiğin uygulamalı bir boyutudur. Dolayısı ile etik tanımlarının iş hayatına uygulanması adına iş etiğinin kapsamı hakkında bilgi oluşturmaktadır (Halıcı, 2000, s. 25). Etik kavramı insan unsurunun olduğu her alanda, toplumun her kesiminde yer alabilecek geniş kapsamlı bir değerdir. İş etiği ise çalışma hayatı ve iş alanını kendine özel alan olarak tayin ederek kendine özel bir boyut oluşturmaktadır. Burada akla gelen ilk soru, etik ve iş etiği değerlerinin farklı olup olmadığıdır. Aslında iş etiği konusunda ret edilmesi gereken ilk yargı, iş dünyasına ait özel bir etiğin olduğu ve buna da *iş etiği* dendiği şeklindeki yanlış düşüncedir (Arslan, 2005, s. 4). İş etiği, etiğin özel bir uygulama alanı belirleyerek, genel etik bakış açısı ile doğru ve yanlış kavramlarının iş hayatı kapsamında araştırmaktadır (Kirel, 2000, s. 6). İş etiği, sadece basit kişisel veya bireysel ilişkilerden oluşmamaktadır. İş etiğinin birçok düzeyde uygulamaları olduğu görülmektedir. İş etiğini temel beş düzeyde ele almak mümkündür (Halıcı, 2000, s. 26);

- Bireysel düzey: Bireysel anlamda etik; “insanın bütün hareket ve faaliyetlerinin temelini, yani onun tartışmalarında, konuşmalarında, tavır takınmalarında, bir şeyi savunmasında veya reddetmesinde, sevmesinde veya nefret etmesinde, beğenmesinde veya beğenmemesinde, saygı göstermesinde veya göstermemesindeki temeli tetkik eden” kavram olarak tanımlanmaktadır (Şimşek, 2002, s. 396).

- Örgütsel düzey: Bireylerde olduğu gibi, örgütlerin de etik davranışlarını belirleyen çeşitli değer sistemleri vardır. Her örgüt kendine ait ortak bir değer sistemi geliştirir. Ahlak dışı örneklerle sonuçlanan kararları veren örgütler bu davranışlarından sorumludur (Özkalp & Kirel, 2003, s. 237).
- Mesleki düzey: Mesleki düzeyde etik anlayışı çalışanın bağlı bulunduğu meslek grubunun kendi içinde oluşturduğu etik değer ve kuralların benimsenmesi ve uygulanması olarak tanımlanabilmektedir. Hekimlerin meslek hayatlarına başlarken ettikleri Hipokrat yemini bu duruma örnek olabilir (Arslan, 2005, s. 83).
- Toplumsal düzey: İş etiğinin ele alındığı diğer bir düzey de toplumsaldır. Toplumsal düzeyde yasalar, normlar, gelenek ve görenekler dikkate alınmaktadır. Bunlar, davranışların yasal ve ahlaki kabullenebilirliğini ortaya koymakta ve toplumdan topluma farklılık gösterebilmektedir. Rusya’da kabul edilen bir işkolumun Türkiye’de kabul görmemesi, gelenek ve göreneklerin göreceliğine bir örnektir (Halıcı, 2000, s. 27).
- Uluslararası düzey: Son olarak ele alınacak düzey kültürel, politik, dini vb. unsurların ele alındığı uluslararası düzeydir. Globalleşen dünya ticaret pazarı ve buna bağlı olarak gelişen uluslararası işletmeler, özellikle yukarıda sözü edilen unsurlarda farklılıklarla karşılaştıkça etiksel olayların çözümünde daha zorlanmaktadır (Halıcı, 2000, s. 28).

Örgütsel etik kurallar, örgütün genel değerler sistemini tanımlayan, örgüt üyeleri arasındaki iletişim ile örgütsel işleyişin nasıl olacağını belirleyen yazılı veya yazılı olmayan düzenlemelerdir (Obuz, 2009, s. 24). Bu açıdan örgütsel düzeyde etik düzeyin, etik iklim kavramı ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Etik ile ilgili diğer bir önemli kavram ise “etik iklimidir”. Etik iklim kavramının literatür geçmişi baktığımızda Victor ve Cullen (1988), “Journal of Business Ethics” dergisinde yayınlanan etik iklim çalışmaları ile iş ve etik literatüründeki yerini aldığı görülmektedir (Martin & Cullen, 2006, s. 176).

Etik iklim, araştırmacılar ve akademisyenler tarafından genellikle örgüt ikliminin bir alt iklimi olarak görülmekle birlikte etik liderliğin daha geniş ve daha merkezden uzak etkisi, örgütün etik genel durumu yada altyapısı olarak tanımlanmaktadır (Yağmur, 2013, s. 20). Bir diğer tanımlamaya göre etik iklimin, örgütsel kültür ve iş iklimi kavramlarından ortaya çıktığı öne sürülmektedir. Victor ve Cullen (1988) çalışmalarında etik iklimi, örgütsel kültür ve iş iklimi kavramlarıyla birleştirerek oluşturmuşlardır. Örgüt kültürü genel tanım olarak; paylaşılan inançlar, değerler, alışkanlıklar ve örgütün gelenekleri olarak tanımlanabilir. Etik iklim, örgütsel kültür kavramı ile birleştğinde, örgütsel kültürün etik boyutları olarak kavramsallaştırılabilir. İş iklimine bakıldığında ise, örgütün yöntem ve uygulamalarına ilişkin çalışan algılarının paylaşımıdır. Bu iki kav-

ramla birleştirilerek etik iklim, örgüt kültürünün etik görünümüne ilişkin paylaşılan algılar olarak tanımlanmaktadır (Özçelik, 2011, s. 5). Etik iklim, bir kurumda oluşan etik sorunlarla nasıl başa çıkılacağı ve etik açıdan hangi davranışın doğru hangi davranışın yanlış olduğu hakkındaki ortak algılamalardır (Elçi, 2005, s. 7).

Etik İklim Modeli

Etik iklim, Victor ve Cullen tarafından yapılan çalışmalarla literatüre kazandırılmıştır. Victor ve Cullen'in (1988) çalışmalarında kavramı açıklamak adına iki boyuttan oluşan bir Etik İklim Modeli sunulmuştur (Akbaş, 2010, s. 123). Modelde iki boyuttan birinci boyut, örgütsel karar vermede etik ölçütleri (egoizm, yardımseverlik, ilkelilik); ikinci boyut ise, etik kararlarda referans olarak kullanılan (bireysel, yerel, evrensel) analiz düzeylerini göstermektedir. Bu iki boyut tablo haline getirildiğinde aşağıda görüldüğü üzere üçe üç bir matriste dokuz teorik etik iklim türü ortaya çıkmaktadır (Victor ve Cullen, 1988). Victor ve Cullen'in çalışmalarında ortaya koyduğu faktör analizinde bu dokuz faktör beş Etik İklim'e indirgemıştır. Tablo 1'de etik iklimin iki boyutlu teorik biçimi görülmektedir.

Tablo 1

Etik İklim Modeli (Victor ve Cullen, 1988, s. 104)

		İnceleme Yeri		
		Bireysel	Yerel	Evrensel
ETİK KRİTER	Egoizm	Kişisel Çıkar	Kurum Çıkarı	Verimlilik
	Yardımseverlik	Arkadaşlık	Takım Çıkarı	Sosyal Sorumluluk
	İlkelilik	Kişisel Ahlak	Kurum Kural ve Prosedürler	Yasa Ve Mesleki Kodlar

Modelde ilk ve en önemli yapı olan egoizm, bencillik ve bencilliği maksimize etmeye çalışan davranışların üzerinde yoğunlaşmaktadır. Diğer iki ilave yapı olan yardımseverlik ve ilkelilik ise, çalışanların iyi olmasından bahseder. Yardımseverlik, bunu en fazla sayıda insana, en fazla iyiliği sağlayacak kararlar ve hareketler vasıtasıyla gerçekleştirir. İlkelilik teorisinde; kurallar, kanun, yasa ve prosedürler diğerlerinin iyiliği için olan kararları ve hareketleri belirler. Egoizm, yardımseverlik ve ilkelilik, etik kararların ifade edildiği kesin ve itiraz edilemeyecek rehberlerdir. Victor ve Cullen'in araştırması, organizasyonda bir baskın (dominant) kriter ortaya çıktığını ve bununda organizasyonun etik iklimini tanımladığını göstermektedir (Martin & Cullen, 2006, s. 177).

Yardımsever bir iklim karakterine sahip olan organizasyonda, çalışanlar tarafından etik problemleri tanımlamak ve çözmek için diğerlerinin iyi, mutlu ve refah içinde olması gibi teleolojik bir düşünce baskın mantık olabilir. Büyük ölçüde prensipli bir iklimde de, kuralların veya kanunun uygulanması ve yorumlanması mantığın baskın formu olabileceği gibi büyük ölçüde egoist bir iklimde de, bencillik baskın bir düşünce olduğu öne sürülmektedir (Victor & Cullen, 1988, s. 105).

Etik iklimin yatay ekseni modelin analiz düzeylerini ifade etmektedir. Daha önce bahsedilen her bir etik kriterdeki muhtemel etik iklim tiplerini anlamak için, üç örgütsel analiz düzeyi kavramlaştırılır. Analiz düzeyleri, Tablo 1’de yatay ekseninde gösterildiği gibi; bireysel, yerel, evrensel olarak belirtilmiştir.

Etik iklim tipolojisinde bireysel düzey, etiksel muhakemede bireyin kendisini referans alan yaklaşımdır. Yerel düzey, organizasyondaki etik mantığın kaynağını belirler. Evrensel düzeyde organizasyondaki etik mantığın kaynağı, organizasyon haricinde profesyonel bir dernek ya da kanun kuruluşu gibi kurumlar tarafından belirlenir. Etik mantığın evrensel kaynakları, organizasyonların dışında meydana getirilmiş soyut kavramlar olabilir. Her ne kadar inceleme yerleri, genel kaynakları ve etik analiz düşüncesinin limitlerini tanımlasa da, her kriterde inceleme yerleri ve etik kriterlerin ilişkisi farklılık göstermektedir (Victor & Cullen, 1988, s. 106–107).

Etik İklimin Sonuçları

Örgütte oluşan etik iklim, çalışan tarafından hissedilecek ve fark edilecektir. Çalışan tarafından hissedilen etik iklim algısı pek çok örgütsel sonuca neden olmaktadır. Bu sonuçlardan ilki, etik ve etik olmayan davranış ve tutumlara olan etkisidir. Örgütlerde bireylerin etik tutum ve davranışları etkilemede kullanılabilecek en etkili araçlardan birisinin etik iklim olduğu söylenebilir. Yöneticiler basit etik kodlarla, etik ve olumlu bir etik iklim oluşturabilirler (Özyer, 2010, s. 30). Eser (2007, s. 19) çalışmasında, etik iklim çalışanın etik olmayan davranışları üzerinde de etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Etik iklim kavramı başkalarını aldatmamak, kendi çıkarı için karşı tarafın çıkarını tehlikeye sokmamak, kısacası başkalarının zaaflarından çıkar sağlamamak gibi konularla ilişkili olduğu açıktır. Etik iklim örgütte oluşturulduğu takdirde bu ve benzeri davranışların azalması ve önlenmesi beklenecektir. Eren ve Hayatoğlu (2011, s. 12), etik iklimin, iş tutumları ve iş performansı arasındaki ilişkisini inceledikleri çalışmada, etik iklim ile örgütsel bağlılık ve yöneticiye güven arasında anlamlı bir ilişki olduğunu; etik iklim ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermiştir. Biçer’in (2005, s. 87) çalışmasında, etik iklim ile iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya konmuştur. Çalışanların etik iklim algıları yükseldikçe, işten tatmin olma derecelerinin ve örgüte olan bağlılıklarında önemli düzeyde artış olduğu ve bunun yanında işten ayrılma niyetinin azaldığı ifade edilmiştir. Dönertaş’ın (2008, s. 73) etik iklimin kuruma güven üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmasında, etik iklim ile kuruma karşı hissedilen güven arasında doğru orantılı bir ilişki olduğu gösterilmiştir.

Araştırma sonuçlarının ortaya koyduğu üzere etik iklimin pek çok örgütsel sonuç üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmektedir. Etik iklimin etkili olduğu başlıca alanları etik olmayan tutum ve davranışlar (Peterson, 2002), örgütsel bağlılık (Bulut, 2012, s. 73; Schwepkwer, 2001), iş tatmini (Kaplan, Ögüt, Karayel & İlhan, 2013, s. 127), işten

ayrılma niyeti (Örücü & Özafşarlıoğlu, 2013, s. 352–353), yönetici ve kuruma karşı duyduğu güven (Büte, 2011, s. 186) olarak sıralanabilir.

Etik kavramına ilişkin kuramsal yaklaşımlara bakıldığında deontolojik kuramlarda adalet yaklaşımının temel unsurlardan biri olarak ele alındığını görülmektedir. Bu yaklaşımda eşit dağılımın önemi vurgulanmış ve kişilerin örgüt içinde üstlendiği ödev ve yükümlülükler neticesinde ortaya çıkan fayda ve maliyetleri bireyler ve gruplar arasında ne ölçüde eşit dağıtılabildiği sorunu incelenmiştir. Bu durumun adalet teorilerinde dağıtım adaletinin temelini oluşturduğu da ifade edilebilir. Bu açıdan etik ve adaletin ilişkisi içinde olduğu söylenebilir.

Örgütsel Adalet

Adalet, “yasalarla sahip olunan hakların herkes tarafından kullanılmasının sağlanması, türe; hak ve hukuka uygunluk, hakkı gözetme; bu işi uygulayan, yerine getiren devlet kuruluşları ve herkese kendine uygun düşeni, kendi hakkı olanı verme, doğruluk” anlamında tanımlanmıştır (TDK, t.y.).

Adalet kavramı, insanoğlunun topluluklar halinde yaşamaya başlamasıyla birlikte, önemseydiği temel değerler arasında yer almaktadır (Deyneli, 2010, s. 1). İnsanların haklarına saygı göstermek, herkesi eşit tutmak, hakkını vermek demek olan adalet insan topluluklarının temelidir (Gültekin, 1983, s. 25).

Örgütlerde çalışma ortamında adaletin rolünü tanımlamak için “örgütsel adalet” kavramı son 50 yıldır örgüt yazınında ve bilimsel çalışmalarda kullanılmaya başlanmıştır (Yıldırım, 2007, s. 256). Örgütsel adalet, temel olarak iki unsuru içermektedir. Birincisi, adil ve ahlaki uygulamalar; ikincisi, işlemlerin örgüt içerisinde egemen kılınmasını ve teşvik edilmesidir. Yöneticilerin davranışlarının yönetilenler tarafından adil, ahlaki ve rasyonel olarak değerlendirildiği örgütler örgütsel adaletin tesis edildiği örgütlerdir (İşcan & Naktiyok, 2004, s. 7).

Örgütsel adalet kavramının geçmişi Adams’ın (1965) Eşitlik Teorisi’ne kadar uzanmaktadır. Adams’ın eşitlik teorisi, kişinin kendi çabaları veya katkıları dâhilinde elde ettiği kazanımı başkaları ile kıyaslaması sonucu algıladığı eşitlik veya eşitsizlik durumudur (Greenberg, 1987, s. 11). Personel, yöneticilerin uygulamalarının adil olup olmadığına yaptıkları bu karşılaştırma ve değerlendirme sonucunda karar vermektedirler (Greenberg, 1990, s. 401). Bu durumda örgütsel adalet, çalışanın işyerindeki uygulamalara ilişkin zihinde oluşturduğu adalet algısı olarak tanımlanabilir (Greenberg, 1996, s. 24).

Greenberg’in (1990) tanımlamasına göre örgütsel adalet; “işyerinde adaletin, bireye ve örgüte olan etkilerini ortaya çıkarmasını sağlayan terim”dir. “Örgütsel adalet çalışanlara örgüt içerisinde adaletli davranılıp davranılmamasıyla ilişkilidir.” (Greenberg, 1990, s. 339). Ayrıca örgütsel adalet, bir işyerinde adaletin rolünü açıklamakla

birlikte, örgütün fonksiyonlarını yerine getirmesi ve çalışanların memnuniyeti açısından da önemli bir kavramdır (Greenberg, 1987, s. 399). Örgütsel adalet kavramı bireylerin örgüt içindeki adalet algılarına dayanmaktadır. Bireylerin algısal yorumları zamanla kişinin tutumuna dönüşmekle beraber, tutumların da bireylerin davranışlarının belirleyicisi olduğu kabul edilmektedir (Fortin, 2008, s. 94).

Algı kavramının öznel olması nedeniyle adalet algılaması aynı şirkette çalışandan çalışana değişiklik gösterebilmektedir. Aynı çalışma şartlarına sahip bireyler birbirinden farklı adalet algılamalarına sahip olabilmektedirler. Çalışanların kültürleri, değer yargıları ve eşitlik hassasiyetleri adalet algılamaları ile ilişkilidir (Özdevecioğlu, Suncan & Akın, 2008, s. 632).

Örgütlerde olumlu adalet yargıları; örgütsel sorumluluğun gelişmesi ve örgüt yetkililerinin algılanan meşruiyetinin artmasını, çalışanlarda güvenin gelişmesini ve örgütsel politika ve hareketlere karşı olumlu tutumlar gelişmesini sağlamaktadır. Bununla beraber olumlu adalet yargılarının en büyük etkisi, grubun ve grup otoritesinin kabul edilmesiyle ilgili davranışlarda görülmektedir. Grup çıkarlarını ve amaçlarını ön plana çıkarmakta, bireysel çıkarları ikinci plana almaktadır. İnsanlar, kendilerine adaletli davranıldığına inandıklarında örgütsel vatandaşlık davranışları sergilemektedirler (Lind, 2001, s. 58).

Örgütsel adalet hem çalışan hem de örgüt açısından önemli bir kavramdır. Çünkü çalışanlar tarafından yapılan adil algılayışlar çalışanların pozitif davranışlarına katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan, örgüt içi adaletsizlikler de örgütlerin amaçlarına ulaşmasını zorlaştıran olumsuz tutum ve davranışlara sebep olmaktadır (Beugre, 2002, s. 1092).

Örgütsel Adaletin Boyutları

Örgütsel adalet yazının temelinde iki unsur vardır. Bunlar, dağıtım ve işlem (prosedür) adaletidir. Daha sonra Bies ve Moag'ın (1986) yaptığı çalışmalarla örgütsel yazında geliştirilen ve literatürdeki yerini alan model ise etkileşim adaleti olmuştur (Ambrose, 2002, s. 804).

Araştırmacılar tarafından çok çeşitli örgütsel adalet boyutları üzerinde durulsa da ilgili literatürde örgütsel adalet kavramının üç temel boyutu üzerinde uzlaşıldığı görülmektedir. Bu çalışmada da literatüre uygun olarak örgütsel adalet “dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti” olmak üzere üç boyutuyla ele alınacaktır.

Örgütsel adalet boyutlarından öncelikli olarak örgütsel adaletin temeli olarak kabul edilebilecek dağıtım adaleti ele alınacaktır. Ödüllerin ve kaynakların dağıtım sistemine bakıldığında, küçük gruplardan toplumun tümüne kadar her büyüklükteki sosyal sistemde oluşan evrensel bir olgu olduğu görülmektedir. Gruplar, örgütler ve toplumlar ödül, ceza ve kaynakların dağıtımını sorunuyla ilgilenirler. Bu nedenle, pek çok

disiplinden gelen sosyal ve siyaset bilimciler, iktisatçılar, sosyologlar ve psikologlar dağıtım sorunuyla ilgilenmişlerdir (Leventhal, 1980'den akt., Yıldıırım, 2002, s. 28).

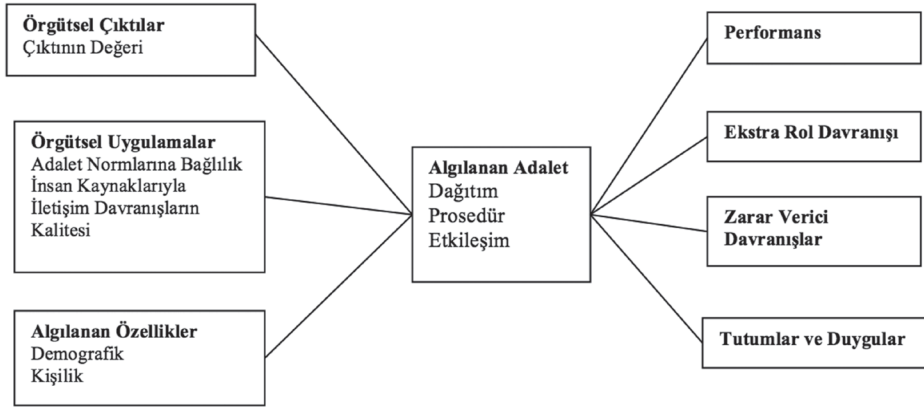
Prosedür adaletini Cropanzano ve Folger (1991) “kazanımların belirlenmesinde kullanılan metotlar, mekanizmalar ve süreçlerle ilgili adalet algılaması” olarak tanımlamışlardır (Cihangiroğlu & Yılmaz, 2010, s. 202). Doğan (2002, s. 72), prosedür adaletini; ücret, terfi, maddi olanaklar, çalışma şartları ve performans değerlemesi gibi unsurların belirlenmesi ve ölçümünde kullanılan örgüt içi süreç, metot, uygulama, prosedür ve politikaların adil olma derecesi olarak tanımlanmaktadır.

Adalet araştırmalarının sosyal yönlü genişlemesine bağlı olarak etkileşim adaleti kavramı ilk kez Bies ve Moag (1986) tarafından yapılan çalışmalarla ortaya konmuş ve örgütsel adaletin üçüncü boyutu olarak literatürdeki yerini almıştır. Greenberg tarafından prosedür adaletinin insan ilişkilerindeki görüntüsü olarak ele alınmıştır (Greenberg, 1990, s. 411). Bies ve Moag tarafından yapılan tanımda önemle üstünde durulması gereken konu ve etkileşim adalet algısının temel belirleyicisi olan durum, tutum ve davranış niteliği diğer bir ifadeyle muamele kalitesidir. Çalışanlar, karar verilirken kuralların ne olduğuna veya bu kuralların ne kadar katı uygulandığına değil; bu kurallar uygulanırken kendilerine davranış şekline ve yapılan açıklamanın yeterli olup olmadığına önem verirler. Etkileşim adaletini, kuralların ve işlemlerin uygulanmasında çalışanların karşılaştığı kişilerarası davranışın kalitesine ilişkin algıları oluşturmaktadır (Yılmaz, 2004, s. 27).

Örgütsel Adaletin Sonuçları ve Etkileri

Algılanan örgütsel adalet algısı çalışanların davranış ve tutumlarını önemli boyutta etkilemektedir. Bu algıya bağlı olarak çalışanın tutum ve davranışları olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Örgütsel adalet algısının düşük olması durumunda çalışanlarda performans düşüklüğü görülebilmekte, bireysel iş doyumunu ve iş tatmini azalabilmekte, çalışanlar kimi zaman zarar verici ve saldırgan davranışlar sergileyebilmektedir. Algılanan örgütsel adalet, çalışanın örgüt içinde pek çok davranış ve tutumunu etkilemektedir. Bunlara örnek olarak örgütsel güveninin azalması, örgütsel vatandaşlığın istenilen düzeyde gelişmemesi, örgütsel bağlılığın azalması, işten ayrılma niyetinin artması, çalışan sağlığının bozulması, tükenmişlik sendromu vb. negatif sonuçlara yol açmaktadır (Çağ, 2012, s. 49).

Örgüt içinde adalet algısı çalışanlar için önemli bir güdüleyici araç olarak kabul edilmektedir. Bu durum Cohen-Charash ve Spector (2001) çalışmalarında Şekil 2’de şematize edilmiştir. Algılanan adaletin öncülleri arasında örgütsel çıktılar, örgütsel uygulamalar ve algılanan özellikler yer almaktadır. Sonuçları arasında ise iş performansı, zarar verici ve saldırgan davranışlar, ekstra rol davranışları, çalışanın tutum ve duygularını bulunmaktadır.



Şekil 1. Örgütsel adaletin yansımaları (Cohen-Charash & Spector, 2001, s. 283).

Algılanan örgütsel adalet ile olumlu örgüt sonuçları ile pozitif yönlü, olumsuz tutum ve davranışlar ile negatif yönlü bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Bu duruma örnek olarak bazı çalışmalarda, çalışmada oluşan adaletsizlik algısının, iş görenlerin iş yavaşlatma, hırsızlık, misilleme, hatta işi kasıtlı olarak sabote etme gibi tepkilere neden olduğu belirtilmektedir. Adaletsizlik algılamalarının bu tip olumsuz sonuçlar doğurmasına karşın, olumlu adalet algılamaları ise örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışları ve örgüt politikalarını ve kuralları kabul etme gibi örgüt için faydalı olan davranışların sergilenmesinde etkili olmaktadır (Lind ve ark., 2000, s. 559'dan akt., Tuna, 2013, s. 1001).

Etik İklim ve Algılanan Örgütsel Adalet İlişkisi

Adalet ve etik kavramları incelendiğinde bu iki kavramın birbirinde bağımsız düşünülmesi mümkün değildir. Etik kavramının alt etkenleri arasında adaleti, adalet kavramının unsurları arasında etik kuralları görebilmek mümkündür. Diğer yönden temel etik davranışlar ve ilkelere bakıldığında adalet, eşitlik, doğruluk ve adil bir yönetimin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir (Aydın, 2010).

Ekiztepe (2011), konaklama işletmelerinde etik iklim, örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık ilişkisini araştırdığı çalışmasında, etik değerleri yüksek olan çalışanların adalet algılarının olumlu etkilendiğini, bunun sonucunda da çalışanların kaliteli hizmet sunumunu gerçekleştirdikleri ve etik sorunlarla kolay bir şekilde başa çıkabildiklerini ortaya koymuştur. Aynı zamanda örgüt içindeki etik dışı uygulamaların çalışanların adalet algılarını zayıflatarak örgütsel yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmiştir. Luria ve Yagil (2008) ise “Restoran İşletmelerinde Prosedür Adaleti, Etik İklim ve Hizmet Çıktıları” adlı çalışmalarında, prosedür adaleti ile etik iklim arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Fein, Tziner, Lusky ve Palachy (2013) “Etik İklim, Adalet Algısı ve Lider-Üye Etkileşimi Arasındaki İlişki” adlı çalışmalarında, etik iklimin örgütsel adalet boyutlarından sadece prosedür

adaleti ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Benzer bir çalışmada [Tziner, Felea ve Vasiliu \(2015\)](#), etik iklim algılanan örgütsel adalet ve lider-üye etkileşimi arasındaki ilişkiyi Roman organizasyonlarında incelemiştir. Çalışmalarında etik iklimi boyut düzeyinde ele alarak, egoist etik iklim boyutunun örgütsel adalet boyutları ile negatif yönlü ilişki, ilkelilik ve yardımseverlik etik iklim boyutların örgütsel adalet boyutları ile pozitif yönlü ilişki içinde olduğunu tespit etmiştir. [Elçi, Karabay ve Akyüz'ün \(2015\)](#), “Etik İklimin Örgütsel Adalet ile Tükenmişlik Davranışı Arasındaki Aracılık Rolü: Finans Sektörü Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmasında, prosedürel adalet ve dağıtım adaletinin etik iklimin anlamlı bir yordayıcısı olduğunu ortaya koymuşlardır. [Deconinck, Johnson ve Busbin \(2012\)](#), “Örgütsel Adaletin Satış Personellerinin Etik İklim Algısı, Örgütsel Bağlılığı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi” adlı çalışmalarında ise, prosedür adaleti ve dağıtım adaletinin satış personelinin etik iklimi ile direkt bir ilişki içinde olduğunu tespit etmişlerdir.

Bu nedenlerle örgütte iş ahlakına uygun davranışların çalışanların ortak algısı olarak benimsendiği, beklenen ve istenen doğruya yönlendiren örgütsel uygulama, işlemler, prosedürler ve kuralların var olduğu, örgütte uygun ve uygun olmayan davranışların çalışanlar tarafından hissedildiği bir örgüt iklimi olarak etik iklimin çalışanın adalet algılaması üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir.

Örgütsel adalet boyutları düşünüldüğünde örgütte etik iklim oluşumu adına var olması beklenen, çalışanı istenen doğruya yönlendirecek prosedür, işlem ve politikalar ile etik kodların varlığının prosedür adalet algısı ile doğru yönde ilişki göstereceği beklenmektedir. Benzer şekilde örgütte kurum ve takım çıkarı, arkadaşlık, iyilik, yardımseverlik vb. kavramları ön plana alan etik iklimin çalışanda etkileşim adalet algısı üzerinde etki edeceği öngörülmektedir. Örgüt lideri ve örgüt yapısında etiğe ait değerleri benimsenmesi durumunda hakkaniyet ilkesi gereğince çalışana adil ücret, sorumluluk ve iş yükü verileceği ve bu durumun dağıtım adaleti algılamasına etki edeceği beklenmektedir.

Yöntem

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Tokat İli merkez ilçesinde faaliyet gösteren 17 banka ve buna bağlı 22 şubedeki 270 banka personeli oluşturmaktadır. Araştırmada evren olarak bankacılık sektörü belirlenmiştir. Araştırma evreni olarak bankacılık sektörünün seçilmesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Öncelikli olarak, gelişen ve büyüyen bankacılık sektörü Türkiye’de, finansal sektörün temelini oluşturmaktadır. Bu durumun temelinde, Türkiye’deki finansal kaynakların çok büyük bir bölümünün bankalar tarafından toplanması ve yine bankalar tarafından kullanılması yer almaktadır ([Kesbiç, Çınar & Duramaz, 2014, s. 35](#)). Bir diğer neden ise, Türkiye’deki enflas-

yon oranlarının düşmeye başlaması ve günümüzdeki seviyeye gerilemesi ile sektör yeni arayışlara sürüklenmesidir. Yaşanan büyük rekabet, marjinal müşteriye yönelim ve dolayısıyla kârlılığını arttırmaya çalışan bankalar pazarlamaya ağırlık vermiş ve ürün çeşitliliğini (kredi kartı, bireysel ve ticari kredi çeşitleri) artırarak özellikle en kârlı bankacılık anlayışını benimsemeye başlamıştır (Güney & Mandacı, 2009, s. 88). Özellikle finansal piyasalarda yaşanan krizlerin etkisiyle, küresel rekabet ortamında ayakta kalabilmek için agresif satış hedefleri belirleyen bankalar, müşterilere yönelerek kârlılık düzeylerini artırma yolunu tercih etmekte ve bu şartlar altında hedeflerine ulaşmayı sağlayarak kendi konumlarını korumaya çalışmaktadır (Solmaz & Uçma, 2010, s. 98). Bu ve benzeri hususlar dikkate alındığında, sektörün etik ve etik iklim algılarının diğer sektörlerle oranlara daha büyük önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu nedenle araştırma evreni olarak bankacılık sektörü seçilmiştir. Tablo 2’de araştırmaya katılan banka personelinin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durumu, çalıştığı sektör, kurumdaki çalışma süresi, kurumdaki pozisyonu, gelir düzeyi gibi değişkenlere ait bulguları, frekans dağılımları ve yüzde oranları ile ortaya konmuştur.

Tablo 2
Evrende Yer Alan Banka Personelinin Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılım

		F	%			F	%
Cinsiyet	Erkek	127	60,5	Medeni Durum	Evli	123	58,6
	Kadın	83	39,5		Bekâr	87	41,6
Yaş	21-25	28	13,3	Sektör	Kamu	66	31,4
	26-30	74	35,2		Özel	144	68,6
	31-35	62	29,5		0-1000 TL	8	3,8
	36-40	23	11,0		1001-1500 TL	51	24,3
	41 ve üzeri	23	11,0		1501-2000 TL	75	35,7
Eğitim	Lise	21	10	Gelir Düzeyi	2001-3000 TL	45	21,4
	Ön Lisans	33	15,7		3001-4000 TL	20	9,5
	Lisans	141	67,1		4001 TL ve üstü	11	5,2
	Lisansüstü	15	7,1				
Çalışma Süresi	1 yıldan az	28	13,3	Kurumdaki Pozisyon	Güvenlik Görevlisi	10	4,8
	1-5 yıl	76	36,2		Gişe Görevlisi, Banko Hizmetleri Asistanı	59	28,1
	6-10 yıl	72	34,3		Müşteri Temsilcisi, Operasyon Memuru, Memur	65	31,0
	11-15 yıl	14	6,7		Servis Yetkilisi, Operasyon Yetkilisi, Müşteri İlişkileri Yöneticisi	57	27,1
	15 yıldan fazla	20	9,5		Müdür, 2.Müdür, Müdür Yardımcısı	19	9,0

Araştırmaya katılan personelin %78,1 ile 35 yaş ve altı gençlerden oluştuğu görülmektedir. Ayrıca personelin büyük bir çoğunluğunun (%74,2) eğitim seviyesinin lisans ve lisansüstü düzeyinde olduğu göze çarpmaktadır. Kadınların Türkiye’deki işgücüne katılım oranları düşünüldüğünde sektör olarak kadın çalışma oranının ortalamasının üzerinde bir yüzdeye (%40,5) sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir husus personelin %63,8’inin 2000 TL altı gelir elde ettiği ve bunun alınan eğitim ve iş yüküne oranla düşük bir ücret düzeyi olarak nitelendirilebileceğidir. Bu veriler

örneklemenin ana kütle özelliklerini doğru biçimde yansıttığını ortaya koymaktadır. Araştırmada tam sayı hedeflenerek 270 banka personeline de anket dağıtılmış ve 220 anketten (%81 oranında) geri dönüş sağlanmıştır. 10 ankette eksikler bulunduğundan dolayı değerlendirme dışı tutulmuş olup 210 anket analize dâhil edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırma, anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Anket 5’li Likert tipi derecelendirme ölçeğine göre hazırlanmıştır. Ölçekte ifadeler “5 Kesinlikle Katılıyorum”, “4 Katılıyorum”, “3 Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “2 Katılmıyorum”, “1 Kesinlikle Katılmıyorum” biçiminde kodlanmıştır. Araştırmada “Etik İklim Ölçeği” ve “Örgütsel Adalet Ölçeği” olmak üzere iki ölçek kullanılmıştır. Ölçek toplam 35 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek sorularının 1-7. maddeler arasındaki ifadelerde etik iklim ölçeği yer almaktadır. Bu kısımda örgütün etik iklimi, [Qualls ve Puto’nun \(1989\)](#) ölçeğini temel alarak [Schwepker, Ferrell ve Ingram’ın \(1997\)](#) geliştirdiği 7 ifadeden oluşan “Etik İklim Ölçeği” ile değerlendirilmiştir. Schwepker ve arkadaşlarının araştırmaları, etik iklim ve etik çatışmanın satış personelinin rol çatışması üzerindeki etkisini belirlemek üzere oluşturulmuştur. Orijinal formu 5’li Likert tipi derecelendirme ölçeğine göre hazırlanan ölçek, 0,892 Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ile güvenilir düzeyde yer almaktadır ([Schwepker, 2001](#)). Ölçek, Türkiye’de [Bulut \(2012\)](#) ve [Özçelik \(2011\)](#) tarafından yapılan araştırmalarda kullanılmıştır. Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları; [Bulut \(2012\)](#) tarafından 0,92, [Özçelik \(2011\)](#) tarafından 0,89 olarak raporlanmıştır. Ankette 8-27. maddeler arasındaki ifadelerde algılanan örgütsel adalet ölçeği yer almaktadır. Bu kısımda algılanan örgütsel adaleti ölçmek amacıyla [Niehoff ve Moorman \(1993\)](#) tarafından geliştirilmiş olan “Örgütsel Adalet Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti algısını ölçmek üzere üç boyuttan ve 20 ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin orijinal formu için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları dağıtım Adaleti 0,74, işlem Adaleti 0,85 ve etkileşim Adaleti 0.92 olarak bildirilmektedir ([Niehoff & Moorman, 1993](#)). [Niehoff ve Moorman’e \(1993\)](#) ait ölçek, Türkiye’de yapılan nicel araştırmalarda örgütsel adalet alanında en sık kullanılan ölçek olarak karşımıza çıkmaktadır ([Kutanis, 2015, s. 17](#)). Ayrıca ölçek, [Gürbüz ve Mert \(2009\)](#) tarafından yapılan geçerlilik ve güvenilirlik uygulaması neticesinde, ülkemizde örgütsel adalet algısı ölçümlerinde kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak tespit edilmiştir. Araştırma ölçeğinde 28-35. maddeler arasındaki ifadeler demografik özellikler ile ilgili soruları kapsamaktadır.

Araştırma Ölçeklerinin Güvenilirlik ve Geçerliliği

Araştırmada kullanılan ölçekler daha önceden birçok araştırma da kullanılmış olup güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir. Araştırmada [Schwepker ve arkadaşlarının \(1997\)](#) geliştirdiği 7 ifadeden oluşan “Etik İklim Ölçeği” 7 ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. [Niehoff ve Moorman’e \(1993\)](#) ait “Örgütsel Adalet Ölçeği” ise 3 boyuttan ve 20 ifadeden

oluşmaktadır. Araştırma ölçeklerinin geçerliliği için AMOS (21.0) programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırmada en düşük faktör yüküne sahip olan örgütsel adalet ölçeğinin dağıtım adaleti boyutundaki “Görevimle ilgili sorumluluklarımın adil olduğu kanısındayım” ifadesi analizden çıkarıldığında ölçek uyum iyiliği açısından kabul edilebilir hale gelmiştir. Yapılan geçerlilik için DFA sonucunda etik iklim ölçeğinin tek faktörlü yapıya, örgütsel adalet ölçeğinin 3 faktörlü orijinal yapısına uyum sağladığı görülmektedir. Uyum indeksi değerleri Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3

Ölçeklerin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek / Model	Δx^2	df	$\Delta x^2/df$	RMSEA	CFI	RFI	IFI	GFI
ÖAÖ (1 madde çıkarıldı)	324,54*	143	2,269	0,078	0,958	0,913	0,958	0,861
EİÖ	22,89*	11	2,082	0,072	0,992	0,992	0,992	0,971

* $p < .001$.

ÖAÖ = Örgütsel Adalet Ölçeği, EİÖ = Etik İklim Ölçeği.

Bu araştırmada kullanılan her iki ölçek “Cronbach Alfa” iç tutarlık katsayısı analizi uygulanarak güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Alfa değeri 0 ile 1 arasında değerler alır ve analiz sonucunun güvenilir olduğunu söyleyebilmek için alfa kat sayısının en az 0,7 olması beklenmektedir (Altunışık, Çoşkun, Bayraktaroğlu & Yıldırım, 2010, s. 124).

Tablo 4

Etik İklim Ölçeği ve Örgütsel Adalet Ölçeği Güvenilirlik Analizi

	Madde Sayısı	Cronbach Alfa Değeri
Etik İklim Ölçeği	7	0,944
Prosedür Adalet Boyutu	6	0,916
Dağıtım Adalet Boyutu	4	0,903
Etkileşim Adalet Boyutu	9	0,971
Örgütsel Adalet Ölçeği	19	0,966

Güvenilirlik analizi sonucuna göre etik iklim ölçeğinin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı 0,944’tür. İç tutarlık katsayısı oranın yüksek düzeyde olması nedeniyle ölçeğin yeterli güvenilirlik düzeyinde olduğu kabul edilmektedir. Tablo 4’te görüldüğü gibi örgütsel adalet ölçeğinin genel Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı 0,966’dır. Örgütsel adalet alt boyutları olan prosedür adaleti boyutunun Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı değeri 0,916 dağıtım adaletinin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı değeri 0,903, etkileşim adaleti boyutunun ise Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı değeri 0,971 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar genel olarak araştırmada kullanılan ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduklarını göstermektedir.

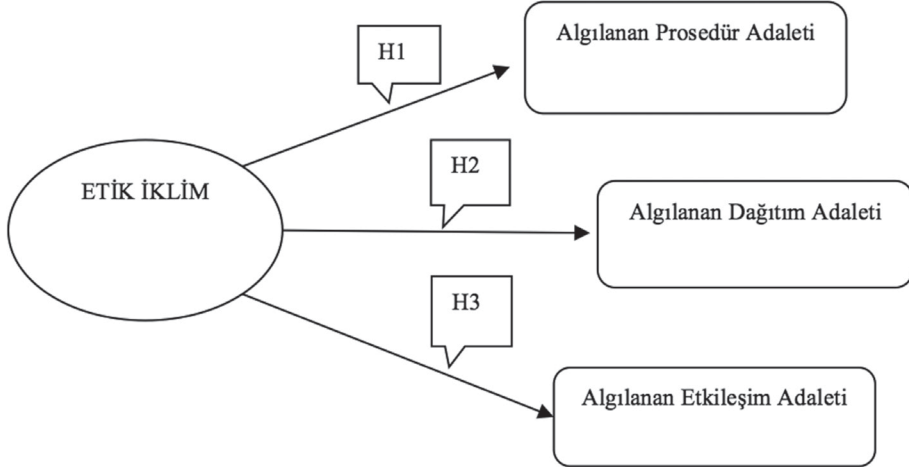
Araştırma Modeli ve Hipotezler

Çalışma tanımlayıcı bir araştırmadır. Çalışmada hipotezler etik iklimin örgütsel adalet algısını açıklama oranını belirlemek üzere aşağıdaki şekilde oluşturulmuş ve model üzerinde gösterilmiştir.

Hipotez 1: Etik iklim çalışanın prosedür adalet algısının anlamlı bir yordayıcısıdır.

Hipotez 2: Etik iklim çalışanın dağıtım adalet algısının anlamlı bir yordayıcısıdır.

Hipotez 3: Etik iklim çalışanın etkileşim adalet algısının anlamlı bir yordayıcısıdır.



Şekil 2. Araştırma modeli.

İşlem

Veriler IBM SPSS v.20.0 programında değerlendirilmiştir. Modelde tahmin edilen etkilerin belirlenmesinde, Basit Doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır.

Araştırmanın Kısıt ve Varsayımları

Araştırmada ana kütle ve örneklem, tek bir sektörün personeline ve sadece Tokat ili merkez ilçesinde uygulanmıştır. Bu durumlar sonuçların genellenememesi nedeniyle araştırmanın en temel kısıtını oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın bulguları veri toplanan bölgedeki banka şubeleri için açıklama değeri taşımaktadır.

Bulgular

Hipotezlerin Test Edilmesine Yönelik Analizler

Etik iklimin, örgütsel adaletin boyutları olan prosedür, dağıtım ve etkileşim adaleti üzerine etkisini belirlemek amacıyla uygulamada basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Etik iklimin çalışanın prosedür adalet algısının yordayıcısı olup olmadığını belirlemek üzere Tablo 5'te regresyon analizi sonuçlarına yer verilecektir.

Tablo 5

Etik İklim ile Prosedür Adaleti Arasındaki İlişkiyi Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R^2	F	p	B	t
Etik İklim	Prosedür Adaleti	,395	137,733	.000*	,631	11,735

* $p < .01$.

Tablo 5 incelendiğinde p değerinde (0,000) model anlamlı bulunmuştur. Düzeltilmiş R^2 değerine bakıldığında etik iklimin prosedür adaleti algısının yordayıcısı olduğu ve açıklama oranının %39,5 olduğu görülmektedir. Tablo 5'te β değerine (0,631) bakıldığında etik iklim ile prosedür adaleti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Etik İklim'deki bir birimlik artışın prosedür adalet algısı üzerinde 0,631'lik bir artışa neden olmaktadır. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi desteklenmektedir. Etik iklim ve dağıtım adalet algısı arasında kurulan basit regresyon analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır:

Tablo 6

Etik İklim ile Dağıtım Adaleti Arasındaki İlişkiyi Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R^2	F	p	β	t
Etik İklim	Dağıtım Adaleti	,217	58,984	.000*	,470	7,680

* $p < .01$.

Tablo 6 incelendiğinde p değerinde (.000) model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Düzeltilmiş R^2 değerine bakıldığında etik iklimin dağıtım adaleti algısının yordayıcısı olduğu görülmektedir. Diğer iki boyuta göre daha düşük etkiye sahip olmakla birlikte açıklama oranının %21,7 olduğu görülmektedir. Tablo 6'da β değerine (0,470) değerine bakıldığında etik iklim ile dağıtım adaleti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre etik iklimdeki bir birimlik artışın prosedür adaleti algısı üzerinde 0,470'lik bir artışa neden olmaktadır. Bu sonuçlara göre H2 hipotezi desteklenmektedir. Etkileşim adaleti algısının oluşumunda etik iklimin rolü olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır;

Tablo 7

Etik İklim ile Etkileşim Adaleti Arasındaki İlişkiyi Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R^2	F	p	β	t
Etik İklim	Etkileşim Adaleti	0,360	118,590	.000*	0,603	10,890

* $p < .01$.

Tablo 7 incelendiğinde p değerinde (0,000) model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Düzeltilmiş R^2 değerine bakıldığında etik iklimin etkileşim adaleti algısının yordayıcısı olduğu ve açıklama oranının %36 olduğu görülmektedir. Tablo 7'de beta değerine (0,603) baktığımızda etik iklim ile etkileşim adaleti arasında pozitif yönlü ve güçlü anlamlı bir ilişkinin var olduğunu görülmektedir. Etik iklimdeki bir birimlik artış etkileşim adalet algısı üzerinde 0,603'lük bir artışa neden olmaktadır. Bu sonuçlara göre H3 hipotezi desteklenmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Yaşadığımız yüzyılda etik ve adaletin toplumun her alanında ihtiyaç duyulan temel nitelikler olduğunu müşahade etmekteyiz. Küreselleşen dünya ekonomisinde, ağır rekabet koşulları altında hayatta kalma ve kârlılık amaçlarını gerçekleştirmeye çalışan işletmeler, hem örgüt hem de çalışan bazında etik değerlerden taviz verme noktasına gelebilmektedir. İş dünyası, toplum ve çalışanlarına karşı sorumlulukları bulunan işletmeler, örgütlerinde etik değerlerin oluşması için gerekli ortamı hazırlamalı ve çalışanlarını bu yönde teşvik etmelidir. Bu açıdan etik iklim örgütte etiğe ait değerleri, doğruyu ve yanlışlı çalışanlara hissettirerek, çalışanın etik tutum ve davranışlar geliştirmesini sağlayacak önemli bir unsur olarak gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu gerekliliğinin dışında etik iklimin örgüt içinde birçok örgütsel sonuca etki ettiği bilinmektedir.

Bu sonuçlar arasında olduğu ortaya konan algılanan örgütsel adalet kavramı, örgütler açısından birçok sonuca etki eden önemli bir kavram olarak literatürdeki yerini almıştır. Algılanan örgütsel adalet, iş tatmini, iş gören performansı, zarar verici saldırgan davranışlar, örgütsel güven, örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık, işten ayrılma niyeti vb. pek çok pozitif ve negatif davranışsal ve tutumsal sonuca etki etmektedir.

Bu çalışmada amaç, örgütte oluşan etik iklim ve algılanan örgütsel adalet kavramları arasında ilişki düzeyi ortaya konarak etik iklimin çalışanın adalet algılaması oluşumu üzerinde (prosedür adaleti, dağıtım adaleti, etkileşim adaleti) etkisi olup olmadığını incelemektir.

Analiz sonuçlarına bakıldığında her üç hipotezin desteklendiği görülmektedir. Hipotezlerdeki açıklama oranlarına bakıldığında dağıtım adalet algılaması açıklama oranının diğer iki boyuta göre daha düşük olduğu görülmektedir. Dağıtım adalet algısı büyük oranda bireysel görecelik içeren adil ücret, iş yükü, sorumluluk ve ödül dağıtımı gibi kavramları temel almaktadır. Bu durumun açıklama oranını etkilediği düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda etik iklim ve örgütsel adalet boyutları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Bu sonuç üzerine yapılan regresyon analizi neticesinde çalışanın prosedür, dağıtım ve etkileşim adalet algısının oluşumunda örgütte oluşan etik iklimin önemli bir belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre örgütte oluşan olumlu etik iklim çalışanın adalet algısını olumlu yönde etkileyecek iken, olumsuz bir etik iklim aynı şekilde çalışanın adalet algılamasını olumsuz yönde etki edecektir.

Araştırma sonuçları, daha önceki sınırlı sayıda olan çalışmalarda ortaya konan [Ekiztepe \(2011\)](#) ve [Luria ve Yagil \(2008\)](#) bulguları ile uyum göstermektedir. Bu araştırma sonucunda örgütsel etik iklimin, çalışanın adalet algılamasının oluşumuna önemli düzeyde etki eden bir unsur olduğu ortaya konmuştur. Çalışanın örgüt etik iklimini olumlu olarak algılaması adalet algılamasını ve dolayısıyla adalet algılamasının etki ettiği her örgütsel sonuca olumlu yönde katkı sağlayacaktır.

- Bu sonuca göre örgütte etik iklimin sağlanması adına, işletme iş etiğine ait değerleri yazılı ve resmi kurallar olarak çalışanlarına sunulmalıdır.
- İşletme iş etiğine ait politikalara sahip olmalı, bunları şiddetle teşvik etmeli ve kurumsal boyutta etik kodlar belirlemelidir. Belirlenen örgüt politikaları ve etik kodların çalışanın tutum ve davranışlarında uygulanması sağlanmalıdır.
- Ödül ve ceza sisteminin davranış ve tutum geliştirme üzerinde etkisi göz ardı edilmemeli ve örgütte konulacak ceza ve ödüller ile iş etiğine uygun davranış sergileyenler ödüllendirilirken aykırı davranış sergileyenler cezalandırılmalıdır.
- İş performans değerlendirme kriterleri arasında etik değerler yer almalıdır.
- İşletme çalışanların dağıtım adalet algılamasının değerini yükseltecek örgütsel uygulama (ücret düzeyi, ödül, prim vb.) ve işlemler gerçekleştirmelidir.

Bu araştırma da tüm alan çalışmalarında olduğu gibi bazı sınırlamalara sahiptir. Ancak sahip olduğu tüm sınırlamalara rağmen literatüre katkılar sağlamaktadır. İlerleyen zamanlarda bu konuda yapılacak olan çalışmalara ışık tutabilmesi ve faydalı olabilmesi için bazı önerilerde bulunulabilir.

- Araştırma, nicel bir çalışma olarak yapılmıştır. Bundan sonraki yapılacak olan çalışma nitel bir çalışma olabilir ya da nitel ve nicel bir çalışma beraber yürütülerek kavramlar arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik daha derinlemesine sonuçlar ortaya konabilir.
- Bu araştırma, tek sektör üzerinde uygulanmıştır. Daha sonra yapılacak olan araştırmalar farklı sektörlerde faaliyet gösteren çalışanlar üzerine uygulanabilir. Elde edilen veriler neticesinde örgütlerin karşılaştırılması yoluna giderek, çeşitli meslek gruplarında ortaya çıkan sonuçların değerlendirilmesi yapılabilir.
- Araştırma, sadece Tokat ili merkez ilçesinde uygulanmıştır. Daha sonraki çalışmalar farklı il, bölge veya geniş örneklem grubu seçilerek oluşturulabilir. Elde edilen sonuçlar karşılaştırma yapılarak değerlendirilmesi yapılabilir.
- Araştırmada etik iklim değerlendirmesi [Schwepker ve arkadaşlarının\(1997\)](#) geliştirdiği 7 ifadeden oluşan tek boyutlu etik iklim ölçeği baz alınarak ele alınmıştır. Daha sonraki araştırmalarda etik iklimin farklı boyutları çerçevesinde de ele alınması konuya yeni bakış açıları sağlayabilecektir. Egoizm, yardımseverlik ve ilkelilik temelli iklim tiplerinin ayrı ayrı ele alınması araştırmaya derinlik katarak farklı sonuçlar verebilir.
- Araştırma analizi iki değişken ele alınarak yapılmıştır. Sonraki araştırmalarda araştırma kapsamı genişletilerek örgüt iklimi, örgüt kültürü, etik liderlik vb. farklı değişkenler de analize dâhil edilebilir.

Received: September 8, 2015

Revision received: April 25, 2016

Accepted: June 7, 2016

OnlineFirst: July 30, 2016

Copyright © 2016 • Turkish Journal of Business Ethics

www.isahlakidergisi.com/en

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0012E • May 2016 • 9(1) • 131–152

Research Article

Ethical Climate and its Relationship with Perceived Organizational Justice: A Field Study in the Banking Sector of the City of Tokat*

Ahmet Mumcu¹
Ordu University

Musa Said Döven²
Gaziosmanpaşa University

Abstract

The aim of this study is to investigate the relationship between ethical climate and the sub-dimensions of perceived organizational justice (procedural justice, distributional justice, interactional justice) as well as determine whether ethical climate is the predictor of employees' perception of justice. First, the concepts of ethics, work ethics, ethical climate, the results of the ethical climate, and the ethical climate model are presented. Later, perceived organizational justice is discussed, along with its results and effects. The research section is presented after providing the theoretical and empirical findings about ethical climate and its relationship with perceived organizational justice. A field study on the banking sector of the city of Tokat is conducted to determine whether ethical climate is a meaningful predictor of employees' perception of justice. A questionnaire is administered to collect data from 210 bank employees working in 22 banks across the Tokat city center. Descriptive statistics and regression analysis are then used to analyze the data obtained. Results show that there exists a positive relationship between ethical climate and the three dimensions of the perceived organizational justice; furthermore, ethical climate is a positive predictor influencing employees' perception of justice in all three dimensions. Finally, some suggestions are made about the applications of the study's findings.

Keywords

Ethics • Work ethics • Ethical climate • Organizational justice • Procedural justice • Distributional justice • Interactional justice

* This study was based on Ahmet Mumcu's (2015) master's thesis entitled "The relationship between ethical climate and perceived organizational justice: A study on banking sector in Tokat province" under Musa Said Döven's (PhD) supervision at Graduate School of Social Sciences, Gaziosmanpaşa University, Tokat Turkey.

1 Correspondence to: Ahmet Mumcu, Department of Business Administration, Ünye Faculty of Economics and Administrative Sciences, Ordu University, Devlet Sahil Yolu, Ünye, Ordu Turkey. Email: ahmetmumcu@odu.edu.tr

2 Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Gaziosmanpaşa University, Tokat 60150 Turkey. Email: saiddoven@yahoo.com

Citation: Mumcu, A., & Döven, M. S. (2016). Ethical climate and its relationship with perceived organizational justice: A field study in banking sector in the city of Tokat. *Turkish Journal of Business Ethics*, 9, 131–152.

The professional job market has become increasingly competitive because of rapid globalization. In relation to this, discussing the concept of ethics in businesses operations, in which intense competition is experienced, has become an urgent task. These businesses are expected to observe ethical rules while trying to make profit and ensure sustainability. Therefore, ethical values should be given an important place in organizational culture, and organizational operations should observe ethical codes that have been established. One of the most effective ways of integrating ethical values into business operations is to foster an ethical climate within the organization

Organizations provide new areas of organized work and professional life for individuals in the 21st century. In this context, people become acquainted with the concept of organizational justice, which has been found to have a significant impact on organizational results, such as work performance, organizational commitment, and so on (Sökmen, Bilsel, & Erbil, 2013, pp. 35–36; Ulukapı & Bedük, 2014, p. 776). In its broad definition, the perception of “organizational justice” comprises the perceptions of all employees about whether or not they are being treated justly in the company in which they work (Greenberg, 1996, p. 24).

On the one hand, positive perceptions of employees develop organizational commitment and productivity, improve the organizational citizenship behavior of employees, and help them decide on whether they should continue to work for the business. On the other hand, negative perceptions may weaken employees’ commitment to the organization, even destroy it. Such perceptions can also decrease employees’ productivity, heighten aggressive behavior, and influence their decision to resign. Thus, organizational justice must be present in a company so obtain self-satisfaction and the organizations can proceed with the operations effectively. In this regard, justice must be regarded as an organizational problem (Cihangiroğlu & Yılmaz, 2010, p. 210).

When the concepts of “ethics” and “justice” are studied together, it is impossible to consider them independently of each other. Although they affect various organizational results, their effects on each other have not been studied much in the literature. When studied conceptually and theoretically, “justice” can be considered an element of ethics and “ethics” is also an important sub-element of justice. Based on literature reviews, studies about these two concepts are more theoretical, and only a few empirically show the relationship between them.

An empirical study that is performed to reveal the level and extent of the relationship between ethical climate and perceived organizational justice can contribute to the literature in this field. Both concepts have very important consequences and significant overall impact. Organizational justice affects a multitude of positive and negative behavioral and attitudinal results, such as job satisfaction, employees’ performance,

harmful aggressive behaviors, organizational trust, organizational citizenship, organizational commitment, intention to quit one's job, and so on. Previous studies have revealed the relationship between organizational justice and ethical climate. Providing suggestions for businesses, higher management, and CEOs in accordance with these findings is important; furthermore, the dimensions of organizational justice should be included in such studies.

From this point of view, the purpose of the current study is to determine the extent to which ethical climate is accountable for employees' perception of organizational justice. By performing an empirical study, we aim to show the relationship between ethical climate and perceived organizational justice. The study should be performed by considering three dimensions of organizational justice, namely, procedural justice, distributional justice, and interactional justice. This study will test the following hypothesis: Is ethical climate a predictor for employees' perceptions of procedural, distributional, and interactional justice?

Ethical Climate

The concept of "ethics" was derived from the word "ethos," which means "character" in Greek. Hence, the term refers to knowing what to do and what not to do, knowing what to demand or not to demand, and knowing what to possess and not to possess. Ethics can also be defined as "a philosophical discipline, which studies the values and rules that form the basis of the individual and social relationships that human beings have established in terms of ethical aspects such as right or wrong or good or bad" (Akarsu, 1984, p. 62).

Work ethic is an applied dimension of ethics that covers professional life (Halıcı, 2000, p. 25). On the one hand, ethics is such a far-reaching value that can be observed in all human interactions and at all levels of society. Work ethic, on the other hand, is specifically related to professional life and work areas, thus forming a specific dimension for itself. The first question that comes to mind is whether the values of ethics and work ethic differ. In fact, the first judgement to be rejected about work ethic is the misconception that there is an ethic related to work only, that is, work ethic (Arslan, 2005, p. 4). Work ethic investigates the concepts of right and wrong in the work context by determining a special area of application (Kirel, 2000, p. 6). Work ethic is not simply composed of private or personal relations, rather, it can be observed that there are applications at various levels. According to a previous study, it is possible to study work ethic at five basic levels (Halıcı, 2000, p. 26).

-Individual level: Ethics in individual sense is defined as "a concept that investigates the basis of all human being behaviors, namely, their discussions, conversations, attitudes, accepting something or rejecting it, loving or hating something, showing respect or not" (Şimşek, 2002, p. 396).

-Organizational level: As in individuals, organizations also have various value systems that determine the ethical behaviors of the organizations. Every organization develops a value system that is specific to itself. The organizations that make decisions resulting in unethical examples are responsible for these behaviors (Özkalp & Kirel, 2003, p. 237).

-Professional level: The concept of ethic at the professional level can be defined as adopting and applying the ethical values and rules that the professional group in which people work have developed specifically for themselves. The Hippocratic Oath taken by the doctors when they start their professional life can be an example of this case (Arslan, 2005, p. 83).

-Social level: Another level in which work ethic is dealt with is the social one. In the social level, laws, norms, traditions, and customs are taken into account. These determine whether the behaviors are legal and ethical and may vary from one society to another. A business line that is accepted in Russia may not be accepted in Turkey; this is an example of the relativity of traditions and customs (Halıcı, 2000, p. 27).

-International level: The last level to be studied is the international level, in which the elements of culture, politics, religion, etc., are studied. International businesses that develop from a globalized world trade market may experience difficulties in solving ethical challenges as they face differences in the elements mentioned above (Halıcı, 2000, p. 28).

Organizational ethical rules are written or unwritten regulations that define the general values system of the organization; such rules also determine how the communication between the employees of the organization is carried out and how the organization will function (Obuz, 2009, p. 24). In this respect, ethical level at the organizational level can be related to ethical climate, which is another important concept related with work ethic. This concept has been mentioned by Victor and Cullen (1988) in "Journal of Business Ethic" in their ethical climate studies (Martin & Cullen, 2006, p. 176).

Although ethical climate is usually regarded as a sub-climate of organizational climate by researchers and academicians, it is generally defined as the effect of ethical leadership that is broader and far from the center, which is the general ethical condition or infrastructure of the organization (Yağmur, 2013, p. 20). According to another definition, ethical climate emerged from the concepts of organizational culture and work climate. Specifically, Victor and Cullen (1988) formed the concept of ethical climate by combining these two concepts. Organizational culture, in general, can be defined as shared beliefs, values, habits, and organizational traditions. Ethical climate, when combined with the concept of organizational culture, can be conceptualized as the ethical dimensions of the organizational culture. As for work climate, it refers

to the shared perceptions of employees concerning the methods and practices of the organization. When combined with these two concepts, ethical climate is defined as the shared perceptions about the ethical outlook of organizational culture (Özçelik, 2011, p. 5). Ethical climate can also refer to the shared perceptions about how ethical problems in an organization will be dealt with as well as which behaviors are deemed right and wrong within this context (Elçi, 2005, p. 7).

The Model of Ethical Climate

Ethical climate was first introduced into the literature by Victor and Cullen (1988), who presented a model of ethical climate composed of two dimensions to explain this concept (Akbaş, 2010, p. 123). The first dimension represents ethical criteria (egoism, helpfulness, and principlism in organizational decision making), whereas the second dimension represents analytical levels (individual, local, and universal), which are used as reference in ethical decisions. These two dimensions comprise nine ethical climate types in a three by three matrix (Victor & Cullen, 1988). Victor and Cullen (1988) have reduced these nine factors to five ethical climates in the factor analysis they performed. The two-dimensional theoretical form of the ethical climate model is shown in Table 1 below.

Table 1

The Ethical Climate Model (Victor and Cullen, 1989, p. 104)

		Place of Study		
		Individual	Local	Universal
Ethical Criteria	Egotism	Self-interest	Organizational interest	Productivity
	Helpfulness	Friendship	Team interest	Social Responsibility
	Principlism	Personal Ethic	Organizational Rules and Procedures	Laws and Professional Codes

Egoism, which is the first and most important part of the structure, focuses on the behaviors that seek to maximize self-interest and selfishness. The other two added structures, which are helpfulness and principlism, refer to how good the employees are. Helpfulness achieves this through decisions and behaviors that will bring the most goodness to as many people as possible. In principlism theory, rules, laws, codes, and procedures determine the decisions and behaviors that determine the goodness of people. Egotism, helpfulness, and principlism are all unquestionable guidelines that express ethical decisions. Victor and Cullen reported that a dominant criterion exists in the organization, which in turn, defines the ethical climate of that organization (Martin & Cullen, 2006, p. 177).

In an organization with a helpful climate, a teleological logic may be dominant in order for the others to be good and happy, thus defining and solving the ethical problems of the employees. In a mostly principled climate, the application and interpretation of

rules and laws could be a dominant form of logic, whereas in a mostly egoist climate, egotism could be the dominant factor (Victor & Cullen, 1988, p. 105).

The horizontal axis of the ethical climate represents the levels of analysis found in the model. In order to comprehend the probable ethical climate types in each ethic criteria mentioned above, three levels of organizational analysis are conceptualized. The levels of analysis are presented as individual, local, and universal levels, as shown in the horizontal axis in Figure 1.

In ethical climate typology, the individual level is an approach wherein the individuals take themselves as reference in reasoning. The local level determines the source of ethical logic. In the universal level, the source of the ethical logic in the organization is determined by an outside professional association or law establishment. The universal sources of ethical logic could be abstract concepts developed outside the organization. Although the places of study define the general sources and limits of the concept of ethical analysis, the places of study in each criterion and the relations among the ethical criteria may vary (Victor & Cullen, 1988, pp. 106–107).

The Consequences of Ethical Climate

The ethical climate that has been developed within the organization is palpable, and how this climate is perceived by the employees can lead to many organizational consequences. The first consequence is the effect of ethical climate on the behaviors and attitudes of the employees, which may be ethical or unethical. Ethical climate is one of the most effective tools that can be used in improving the ethical attitudes and behaviors of employees in the organizations. Managers can foster an ethical climate that is ethical and positive by using simple ethical codes (Özyer, 2010, p. 30). In his study, Eser (2007, p. 19) showed that ethical climate also has an effect on the unethical behaviors of the employees. In a way, ethical climate must be fostered not to deceive others and risk the interests of others for one's own interest. In other words, the climate must not be exploitative.

Once the appropriate ethical climate is developed within an organization, the incidents of such behaviors can decrease or even prevented entirely. In their study on the relationships among ethical climate, work attitudes and work performances, Eren and Hayatoğlu (2011, p. 12) found significant relationships among ethical climate, organizational commitment, and trust in the manager. Meanwhile, they found no significant relationship between ethical climate and job satisfaction. In comparison, Biçer (2005, p. 87) reported a significant relationship between ethical climate and job satisfaction, but no significant relationship between organizational commitment and intention to leave one's job. When the perception of ethical climate increased, the level of job satisfaction and commitment to the organization increased significantly

and the level of intention to leave the job decreased. Dönertaş (2008, p. 73) studied the effect of ethical climate on trust in an organization and found a directly proportional relationship between the two.

As shown in the findings above, ethical climate has significant effects on various organizational results. The main areas on which ethical climate has an effect are as follows: unethical attitudes and behaviors (Peterson, 2002), organizational commitment (Bulut, 2012, p. 73; Schwepkwer, 2001), job satisfaction (Kaplan, Ögüt, Karayel, & İlhan, 2013, p. 127), intention to leave the job (Örücü & Özaşarlıoğlu, 2013, pp. 352–353), and trust in the manager and the organization (Büte, 2011, p. 186).

In studying the theoretical approaches related with the ethic concept, the justice approach is regarded as a basic element in the deontological theories. In this approach, the importance of equal distribution is emphasized along with the problem of how justly the benefits and costs resulting from the tasks and responsibilities, which are taken by employees within the organization, are distributed among the individuals and the groups. This forms the basis of distributional justice in justice theories, and this can be further explored in studying the relationship between ethics and justice.

Organizational Justice

Justice is defined as ensuring that “everybody can use of the rights given by the laws; the appropriateness to customs, rights, and laws; giving the share of the those who apply it, state organizations, and everyone; the rightfulness” (Türk Dil Kurumu [TDK], n.d.). The concept of justice has taken its place among the important basic values among human beings living in a society (Deyneli, 2010, p. 1). “Justice” also means respecting human rights, accepting everyone as equals, and giving their rights, which are the basic assumptions of most human societies (Gültekin, 1983, p. 25).

Meanwhile, the concept of “organizational justice” has been used in the literature of organizations and scientific studies in order to define the role of justice in work places and professional organizations (Yıldırım, 2007, p. 256). Organizational justice essentially includes two elements: (1) upholding fair and ethical practices, and (2) ensuring that such procedures prevail in the organization and are promoted appropriately. The organizations wherein the behaviors of the managers are regarded as just, ethical, and rational by the employees are those that have a developed sense of organizational justice (İşcan & Naktiyok, 2004, p. 7).

The concept of organizational justice goes back to Adam’s (1965) equality theory. This theory is about the condition of equality or inequality perceived by people by comparing their gains through their own efforts and contributions to those of others (Greenberg, 1987, p. 11). In this sense, the employees decide whether the practices of their managers are just

according to the results of the comparisons and evaluations they make (Greenberg, 1990, p. 401). Thus, organizational justice can be defined as the perception of justice formed by employees concerning the prevailing practices in their work place (Greenberg, 1999, p. 24).

According to Greenberg (1990), “justice” is “a term that helps to bring about the effects of justice on the individual and the organization organizational justice is about whether the employees are treated justly within the organization.” (Greenberg, 1990, p. 339). In addition to its explanation of the role of justice in a workplace, organizational justice is an important concept that enables organizations to perform their functions and employees to gain satisfaction from their work (Greenberg, 1987, p. 399). The concept of organizational justice depends on the perceptions of justice of individuals within the organization. The perceptual interpretations of the individuals eventually turn into their attitudes, which in turn, determine their behaviors within the organization (Fortin, 2008, p. 94).

As the concept of perception is subjective, the perception of justice may vary from one worker to another in the same organization. The employees who have the same working conditions may have different perceptions of justice. Employees’ cultural values, value judgements, and sensitivity level for equality are all related to their perceptions of justice (Özdevecioğlu, Sucan, & Akın, 2008, p. 632).

Positive judgements on the level of organizational justice help ensure the legality of the executives’ perceptions of justice as well as develop employees’ commitment to the organization, their trust in the organization, and their positive attitudes for the organizational policies and practices. However, judgements of justice have the most significant impact on the behaviors related to the acceptance of the group and group authority. In this case, the employees’ priority shifts to preserve the interest of the group rather than their personal interests. When people believe that they are being treated justly, they perform the behaviors that comply with organizational citizenship (Lind, 2001, p. 58).

On the one hand, organizational justice is important for both the employees and the organization, because positive perceptions of justice contribute to the positive behaviors of the employees. On the other hand, injustices experienced within the organization can lead to negative attitudes and behaviors that make it difficult for the organization to reach its targets (Beugre, 2002, p. 1092).

Dimensions of Organizational Justice

Two elements of organizational justice, distributional justice and procedural justice, have been proposed in the literature. A third dimension, interactional justice (Ambrose, 2002, p. 804), came from the model developed by Bies and Moag (1986). To conform to the literature, this paper examines organizational justice using these three dimensions.

Distributional justice, which can be regarded as the basis of organizational justice, will be studied first. When considering the distribution system of rewards and resources, a universal fact is formed in every social system. Groups, organizations, and societies all deal with the problem of distributing rewards, punishments, and resources. For this reason, many scientists from a variety of disciplines, including social scientists, political scientists, economists, sociologists, and psychologists, have explored the problem of distribution (Leventhal, 1980; Yildirim, 2002, p. 28).

Meanwhile, Cropanzano, and Folger (1991) defined procedural justice as “the perception of justice related to the methods, mechanisms and the procedures in determining the gains” (Cihangiroğlu & Yilmaz, 2010, p. 202). Doğan (2002, p. 72) defined procedural justice as the level of justice in the procedures, methods, practices, procedures, and politics within the organization, which are used to determine and evaluate various elements, such as wages, promotions, fringe benefits, working conditions, and performance evaluation.

The concept of interactional justice was first defined by Bies and Moag (1986). This concept later became the third dimension of organizational justice. Greenberg, meanwhile, refers to interactional justice as the image of procedural justice in human relations (Greenberg, 1990, p. 411). One similarity about the definitions offered by Greenberg and by Bies and Moag is that they both focus on the quality of the attitudes and behaviors. Employees do not value what the rules are and how strictly they are followed; however, they value the way they are treated while these rules are followed and whether the explanations made to them are satisfactory. Interactional justice refers to perceptions about the quality of interpersonal behaviors performed by employees in the implementation of the rules and procedures (Yilmaz, 2004, p. 27).

The Effects of Organizational Justice

Perceived organizational justice has a significant effect on the behaviors and attitudes of employees, that is, such behaviors and attitudes may lead to negative consequences depending on their perceptions. When employees’ perception of organizational justice is low, their performance may decrease along with their job satisfaction; moreover, they may also show harmful and aggressive behaviors. Indeed, perceived organizational justice affects a wide range of employee behaviors and attitudes within the organization. For example, depending on their perception of organizational justice, employees’ organizational commitment and trust in the organization decrease, their intention to leave the organization increases, the level of organizational citizenship does not reach the desired level, the health condition of the employees deteriorates, and an overall feeling of exhaustion is experienced, among others (Çağ, 2012, p. 49).

Justice perception within the organization is regarded as an important motivating factor for the employees (Cohen-Charash & Spector, 2001). This is shown in

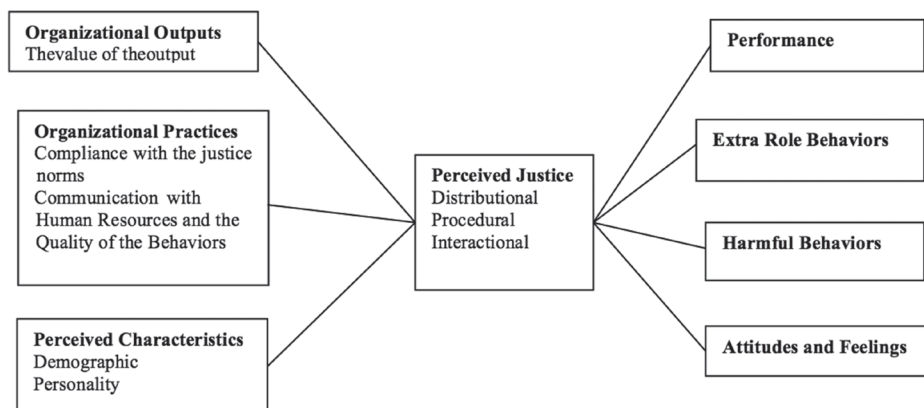


Figure 1. The reflections of organizational justice (Cohen-Charash & Spector, 2001, p. 283).

Figure 2 as well. The priorities of perceived justice include organizational outputs, organizational practices, and perceived characteristics, whereas the outcomes include work performance, aggressive behaviors that can lead to harm, extra role behaviors, as well as the attitudes and feelings of the employees.

A positive relationship exists between perceived organizational justice and positive organizational results, whereas a negative relationship exists between perceived organizational justice and negative attitudes and behaviors. Some studies have found that, on the one hand, the perception of injustice leads to job inefficiency, acts of theft, retaliation, and even sabotaging the business on purpose. On the other hand, the perception of justice leads to enhanced commitment to the organization, behaviors of organizational citizenship, and accepting organizational politics and rules, which are all useful for the organization as a whole (Lind et al., 2005, p. 559 as cited in Tuna, 2013, p. 1001).

Ethical Climate and its Relationship with Organizational Justice

As previously stated, when the concepts of justice and ethic are studied, it is impossible to separate one from the other. However, it is possible to see justice as a sub-element of the concept of ethic, whereas ethical rules can be seen as an element of justice. When the basic ethical behaviors and principles are considered, righteousness and a fair management are placed on top of the hierarchy (Aydn, 2010).

In her study about ethical climate, organizational justice, and the organizational commitment in businesses operating in accommodation sector, Ekiztepe (2011) showed that the employees with a high level of ethical values tend to have a positive perception of justice, which in turn, helps them provide high quality service and deal with ethical problems easily. The researcher has also pointed out that unethical practices within the organization can have a negative impact on employees' perception of justice, which in turn, would negatively affect the quality of organizational life. In their study on procedural

justice, ethical climate, and service outputs in restaurants, [Luria and Yagil \(2008\)](#) found a positive and meaningful relationship between procedural justice and ethical climate.

Meanwhile, [Fein, Tziner, Lusky, and Palachy \(2013\)](#) suggested that ethical climate is related only to procedural justice, which is a dimension of organizational justice. In a similar study, [Tziner, Felea, and Vasiliu \(2015\)](#) examined the relationships among ethical climate, perceived organizational justice, and leader–member exchange. After examining ethical climate at a dimension level, they found that the egoist climate dimension has a negative relationship with organizational justice dimensions, whereas the principism and helpfulness dimensions of the ethical climate have a positive relationship with organizational justice dimensions. In their study, [Elçi, Karabay, and Akyüz \(2015\)](#) proposed that procedural justice and distributional justice are meaningful predictors of ethical climate. Meanwhile, [Deconinck, Johnson, and Busbin \(2012\)](#) determined that procedural justice and distributional justice are directly related with the perception of ethical climate of the sales personnel.

For the above mentioned reasons, ethical climate can be considered an organizational climate, in which behaviors that are compliant with the work ethic are the common perceptions of the employees. Moreover, in this climate, organizational practices, processes, procedures, and rules are present, and employees notice the acceptable and unacceptable behaviors within the organization, which can have an important effect on the employees' perception of justice.

When the dimensions of organizational justice are considered, we can expect parallel relationships among the procedures, processes, policies, and ethical codes, which are supposed to form the ethical climate in the organization and guide the employees toward the desired righteousness and correct perceptions of procedural justice. Similarly, we can predict that ethical climate, which favors the team and group interest, friendship, goodness, helpfulness, and so on, within the organization, can have an effect on employees' perception of interactional justice. Furthermore, when the ethical values related with the leader and the structure of organization are adopted, in compliance with the principle of justice, employees shall be fair wages and be given reasonable responsibilities and work load, which in turn, can affect their perception of distributional justice.

Method

Population and Sample

The population sample for this study consisted of 270 bank employees working in 22 branches of 17 banks operating in the Tokat city center. Participants were chosen from the banking sector based on several reasons. First, the banking sector that is constantly developing and expanding is the core component of the financial sector in Turkey,

because great amounts of financial resources in Turkey are collected by the banks and then lent to others for business purposes (Kesbiç, Çınar, & Duramaz, 2014, p. 35).

Another reason for choosing the banking sector is that it has directed its attention to other areas since interest rates began to fall. At present, there exists fierce competition among banks who attempt to attract marginal customers. Banks aim to increase profit rates by focusing on marketing, specifically by increasing their product range, such as offering credit cards and individual and commercial credits, and adopting the most profitable banking concepts (Güney & Mandacı, 2009, p. 88). Banks that choose to adopt aggressive sales targets, especially because of the crisis in the financial markets, prefer to increase their profit rates by focusing on customers; in doing so, they aim to survive the global competition, maintain their market positions, and achieve their goals under these conditions (Solmaz & Uçma, 2010, p. 98). When this and other similar factors are taken into account, organizations' perceptions of ethic and ethical climate become much more important than those of other sectors. Hence, the study sample was chosen from the banking sector. Table 2 presents the following characteristics of banking employees: gender, age, level of education, marital status, the sectors in which they are employed, the length of employment, the position in the organization, the level of income, and others. Data about these variables, frequency distributions, and percentages are also provided.

As can be seen, 78.1% of the employees consist of young people who are 35 years old or below. In addition, the educational level of the majority of the employees

Table 2
Distribution of the Demographic Characteristics of the Bank Employees in the Population

		F	%			F	%
Gender	Male	127	60.5	Marital Status	Married	123	58.6
	Female	83	39.5		Single	87	41.6
Age (years)	21–25	28	13.3	Sector	Public	66	31.4
	26–30	74	35.2		Private	144	68.6
	31–35	62	29.5		0–1000 TL	8	3.8
	36–40	23	11.0		1001–1500 TL	51	24.3
	41 and over	23	11.0		1501–2000 TL	75	35.7
Education	High School	21	10	Level of Income	2001–000 TL	45	21.4
	Two-year degree	33	15.7		3001–4000TL	20	9.5
	Undergraduate	141	67.1		4001 TL and more	11	5.2
	Graduate	15	7.1				
Length of Employment (years)	Less than 1 year	28	13.3	Position in the organization	Security Employees	10	4.8
	1–5	76	36.2		Cash desk clerk, Teller	59	28.1
	6–10	72	34.3		Customer Representative, Operation Clerk, Clerk	65	31.0
	11–15	14	6.7		Service Official, Operation Official, Customer Relations Executive	57	27.1
	More than 15 years	20	9.5		Manager, Vice Manager	19	9.0

(74.2%) is at the undergraduate and graduate levels. When the percentage of the employed women in Turkey is considered, this sector has an employment level (40.5%) that is higher than the average. About 63.8% of the employees earn 2,000 TL or lower, which can be considered a low level of wage compared with their educational levels and workloads. These data indicate that the sample represents the population correctly. A whole number was targeted in the study and 270 bank employees were asked to complete the questionnaire. Of these, 220 (81%) filled in the questionnaire. As there were missing parts in 10 of the returned questionnaires, they were excluded, resulting in 210 remaining questionnaires for subsequent analysis.

Data Collection

The study was performed by using the method of questionnaire, which was developed using a five-point Likert scale. The items in the scale were coded as follows: “5 - I absolutely agree,” “4 - I agree,” “3 - I neither agree nor disagree,” “2 - I don’t agree,” and “1 - I absolutely don’t agree.” Two scales were used in the study: “Ethical Climate Scale” and “Organizational Justice Scale.” The integrated scale consists of a total of 35 items. Items 1–7 cover the ethical climate scale. In this part, the ethical climate of the organization was evaluated using the “Ethical Climate Scale” which comprised seven items developed by [Schwepker, Ferrell, and Ingram \(1977\)](#), drawing upon Qualls and [Puto’s \(1989\)](#) scale. The study conducted by Schwepker et al. was developed to determine the effect of ethical climate and ethical conflict on the role conflict among sales employees. The scale with a 5-point Likert type scale is reliable with a Cronbach alpha of .892 for internal coefficient of consistency ([Schwepker, 2001](#)). In Turkey, this scale was used in studies conducted by [Bulut \(2012\)](#) and [Özçelik \(2011\)](#). Cronbach alpha internal coefficients of consistency were reported as .92 by [Bulut \(2012\)](#) and .89 by [Özçelik \(2011\)](#).

Items 8–27 of the scale cover the perceived scale of organizational justice. In this part, the “Organizational Justice Scale,” first developed by [Niehoff and Moorman \(1993\)](#), was used to measure perceived organizational justice. The scale consists of three dimensions to measure the perceptions of distributional justice, procedural justice, and interactional justice, using 20 items. For the original form of the scale, the Cronbach alpha internal coefficients of consistency were reported as .74, .85, and .92 for distributional justice, procedural justice, and interactional justice, respectively ([Niehoff & Moorman, 1993](#)). The scale developed by [Niehoff and Moorman \(1993\)](#) is the most frequently used scale in Turkish quantitative studies performed in the field of organizational justice ([Kutaniş, 2015, p. 17](#)). After performing the validity and reliability tests of the scale developed by [Gürbüz and Mert \(2009\)](#), this was determined to be a valid and reliable measurement tool that can be used to measure the perception of organizational justice in Turkey. Items 28–35 in the research are related to the participants’ demographic characteristics.

Reliability and Validity of the Research Scales

The scales used in the study were used in many previous studies and already tested for reliability and validity. The “Ethical Climate Scale,” which was developed by Schwepker et al. (1977), consists of seven items and one dimension, whereas the “Organizational Justice Scale,” which was developed by Niehoff and Moorman (1993), consisted of three dimensions and 20 items. In order to test the validity of the research scales, confirmatory factor analysis was performed by using AMOS (21.0). When the item “I suppose that my responsibilities related with my work are fair” in the distributional justice dimension of the organizational justice scale (which had the least factor load) was deleted, the scale became acceptable in terms of goodness fit of the scale. The results of the confirmatory factor analysis to test the validity indicated that ethical climate complied with an original one-factor structure, whereas the scale of organizational justice complied with an original three-factor structure. The fit index values are shown in Table 3.

Table 3
Results of the Confirmatory Factor Analyses of the Scales

Scale/ Model	Δx^2	df	$\Delta x^2/df$	RMSEA	CFI	RFI	IFI	GFI
OJS (1 item removed)	324.54*	143	2.269	.078	.958	.913	.958	.861
ECS	22.89*	11	2.082	.072	.992	.992	.992	.971

* $p < .001$.

OJS = Organizational Justice Scale, ECS = Ethical Climate Scale.

Both scales used in this study were subjected to reliability analysis by analyzing the Cronbach alpha internal coefficient of consistency. The analysis is reliable if the alpha value is at least 0.7 (Altunışık, Altunışık, Çoşkun, Bayraktaroğlu, & Yıldırım, 2010, p. 124).

Table 4
Reliability Analysis for the Ethical Climate Scale and the Organizational Justice Scale

	Number of Items	Cronbach Alpha Value
Ethical Climate Scale	7	.944
Procedural Justice Dimension	6	.916
Distributional Justice Dimension	4	.903
Interactional Justice Dimension	9	.971
Organizational Justice Scale	19	.966

According to the reliability analysis, the Cronbach alpha internal coefficient of consistency is .944. The scale is reliable enough because of such a high value. As seen in Table 2, the general Cronbach alpha internal coefficient of consistency of the organizational justice scale is .966. The coefficients of consistency for the sub-dimensions of organizational justice (procedural justice, distributional justice, and interactional justice) are .916, .903, and .971, respectively. These results show that the scales used in this study are highly reliable.

The Research Model and Hypotheses

This study is a descriptive one. Hence, the hypotheses below are developed to determine the extent to which ethical climate accounts for employees' perception of organizational justice, as shown on a model.

Hypothesis 1: Ethical climate is a meaningful predictor of employees' perception of procedural justice.

Hypothesis 2: Ethical climate is a meaningful predictor of employees' perception of distributional justice.

Hypothesis 3: Ethical climate is a meaningful predictor of employees' perception of interactional justice.

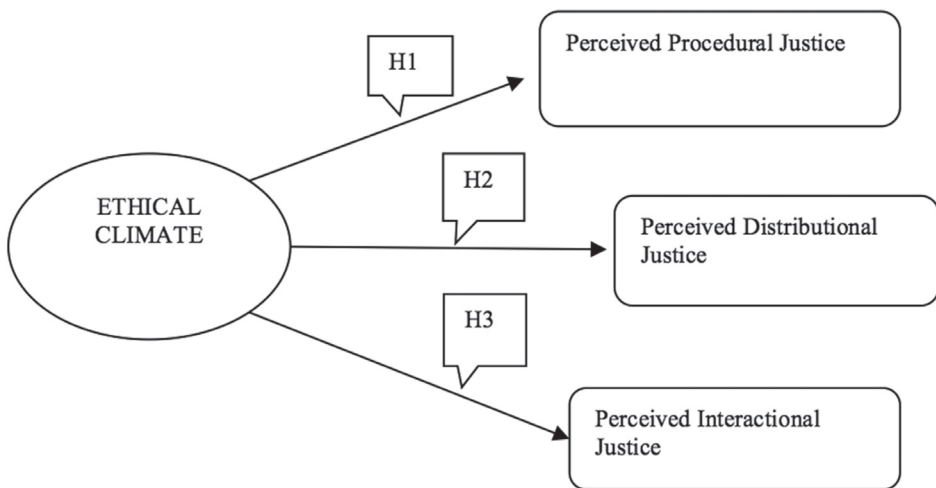


Figure 2. The research model.

Process

Data were evaluated using IBM SPSS v.20.0 program. Simple linear regression analysis was used to determine the estimated effects in the model.

Limitations and Assumptions of the Study

The population and the sample of the study consisted of only one sector in the Tokat city center, and this is the most basic limitation of the study. Therefore, the findings of the study carry value for the banks operating only in the data collection site.

Findings

Analysis to Test the Hypotheses

To determine the effects of ethical climate on procedural justice, distributional justice, and interactional justice, simple linear regression analysis was performed. Table 5 shows the results of the regression analysis conducted to determine whether ethical climate is a predictor of employees' perception of procedural justice.

Table 5

Results of Regression Analysis to Determine the Relationship between Ethical Climate and Procedural Justice

Independent Variable	Dependent Variable	R^2	F	p	β	t
Ethical Climate	Procedural Justice	.395	137.733	.000*	.631	11.735

* $p < .01$.

As shown in Table 5, the model is statistically significant ($p = .000$). The corrected R^2 value shows that ethical climate is a predictor of employees' perception of procedural justice perception with accountability percentage of 39.8%. The β value (.631) indicates that there is a positive and meaningful relationship between ethical climate and procedural justice. A one-digit increase in the ethical climate leads to an increase of .631 on the perception of procedural justice. Hence, according to these results, Hypothesis 1 is supported. Meanwhile, the results of the simple regression analysis to determine the relationship between ethical climate and distributional justice are given below.

Table 6

Results of Regression Analysis to Determine the Relationship between Ethical Climate and Distributional Justice

Independent Variable	Dependent Variable	R^2	F	p	β	t
Ethical Climate	Distributional Justice	.217	58.984	.000*	.470	7.680

* $p < .01$.

As shown in Table 6, the model is statistically significant ($p = .000$). The corrected R^2 value shows that ethical climate is a predictor of distributional justice perception. Although it is less effective than the other two dimensions, its accountability percentage is 21.7%. The β value (.470) in the table indicates that a positive and meaningful relationship exists between ethical climate and distributional justice. A one-digit increase in the ethical climate leads to an increase of .470 on the perception of distributional justice. Hence, according to these results, Hypothesis 2 is supported. The results of the simple regression analysis to determine the relationship between ethical climate and interactional justice are given below.

Table 7

Results of Regression Analysis to Determine the Relationship between Ethical Climate and Interactional Justice

Independent Variable	Dependent Variable	R^2	F	p	β	t
Ethical Climate	Interactional Justice	.360	118.590	.000*	.603	10.890

* $p < .01$.

As shown in Table 7, the model is statistically significant ($p = .000$). The corrected R^2 value shows that ethical climate is a predictor of interactional justice perception with an accountability percentage of 36%. The β value (.603) in the table indicates that there exists a positive and meaningful relationship between ethical climate and interactional justice. A one-digit increase in the ethical climate leads to an increase of 0.603 on the perception of distributional justice. Hence, according to these results, Hypothesis3 is supported.

Results and Suggestions

Ethics and justice are basic components of any modern society. In the globalized economy, businesses that try hard to survive amidst competitive conditions while achieving their profit targets may neglect ethical values for both the organization and the employees. In the business world, organizations that show responsibility towards their employees and the society must foster the ideal atmosphere to create ethical values within the organization and encourage employees to exert effort to reach this aim. From this point of view, ethical climate is a vital element that helps develop ethical attitudes and behaviors among employees by evoking ethical values, such as what actions are considered right or wrong within the organization. Apart from this essential role, ethical climate has an effect on many other outcomes within the organization.

The concept of perceived organizational justice has a significant impact on many business-related outcomes. Specifically, it has an effect on many positive and negative behavioral and attitudinal outcomes, such as job satisfaction, the performance of the employees, the emergence of harmful and aggressive behaviors, organizational trust, organizational citizenship, organizational commitment, intention to quit the job, and so on.

The aim of this study is to search whether ethical climate has an effect on the development of employees' perception of justice perception (procedural justice, distributional justice, and interactional justice) by determining the level of relationship between the concepts of ethical climate developed in the organization and the perceived organizational justice.

The results of the analysis indicate that all three hypotheses are supported. When the percentages are studied, the percentage of the perception of distributional justice is lower than those of the two other dimensions. The perception of distributional justice is mainly related with the concepts that are individually relative, such as fair wages, work load, and distribution of responsibility, and rewards. Such factors affect the percentage.

Moreover, a meaningful and positive relationship exists between ethical climate and the organizational justice dimensions. The results of the regression analyses

showed that the ethical climate in an organization is an important factor that facilitates the development of employees' perceptions of procedural, distributional, and interactional justice. Based on these findings, a positive ethical climate in an organization would positively affect employees' perception of justice, whereas a negative one would have a negative effect.

The results of the study are in accordance with the findings of [Ekiztepe \(2011\)](#) and [Luria and Yagil \(2008\)](#), who reported that organizational ethical climate has a very huge impact on the development of employees' perception of justice. The employees' positive perception of the ethical climate in an organization affects their justice perception and every organizational outcome on which the perception of justice has an effect as well. We present the following suggestions based on our findings.

- Businesses should communicate the values related with the business ethics as written and official rules to their employees in order to create an ethical climate in the organization.
- Businesses should have policies about business ethics, promote them strongly, and determine ethical codes at the institutional level. They should ensure that the determined organization policies and ethical codes are observed by the employees.
- The effects of a reward and punishment system on the behaviors and attitude development of employees should never be neglected with the rewards and fines to be determined. Those who behave in compliance with the ethical codes should be rewarded, whereas those who do not should be punished.
- Ethical values should be among the criteria in evaluating an employee's job performance.
- Businesses should initiate organizational practices (wage levels, rewards, and bonuses) and operations in order to increase employees' perception of distributional justice.

This research study also has some limitations as is the case with all other field studies. Despite all the limitations, however, it also makes several contributions to the literature. Some suggestions are made to future researchers in this area to help and guide them.

- This study was conducted as a quantitative study. Subsequent studies can try a qualitative one or a combined qualitative and quantitative approach to obtain results aimed at understanding the relationships among these concepts.
- This study was conducted in one sector only. Future studies may use populations from different sectors. With the help of the results obtained, organizations can be compared and the results obtained from various business areas may be evaluated.

- The study was confined only to the Tokat city center. Future studies can be performed in different cities and regions. The population of the study could also be bigger. A comparison of the results obtained from these studies can be made.
- The evaluation of ethical climate in this study was performed by using the ethical climate scale developed by Schwepker et al. (1997), a one-dimensional scale with seven items. Future studies may deal with different dimensions of ethical climate, thus bringing to the subject matter new insights. Types of climate based on egoism, helpfulness, and principles may be examined in separate studies to provide deeper insights into the subject matter.
- Finally, the analysis was performed using only two variables. By expanding the scope of the research for future studies, different variables, such as organizational climate, organizational culture, ethical leadership, and so on, can be analyzed as well.

Kaynakça/References

- Akarsu, B. (1984). *Felsefe terimleri sözlüğü* (3. basım). Ankara: Savaş Yayınları.
- Akbaş, T. (2010). Örgütsel etik iklimin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi: Mobilya sanayi büyük ölçekli işletmelerinde görgül bir araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 121–137.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı* (5. basım). Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Ambrose, M. (2002). Contemporary justice research: A new look at familiar questions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89, 803–812.
- Arslan, M. (2005). *İş ve meslek ahlakı*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Aydın, İ. (2010). *Yönetmel, mesleki ve örgütsel etik*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Beugre, C. (2002). Understanding organizational justice and its impact on managing employees: An African perspective. *International Journal of Human Resource*, 13(7), 1091–1104.
- Bies, R., & Moag, J. S. (1986). Interactional justice: Communication criteria for fairness. In B. Sheppard (Ed.), *Research on negotiation in organizations* (pp. 43–59). Greenwich, CT: JAI Press.
- Bıçer, M. (2005). *Satış elemanlarının iş tatmini, örgüt bağlılığı ve işten ayrılma niyetinin etik iklim ile ilişkisi: Sigorta ve ilaç sektörlerinde bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Bulut, H. (2012). *Etik liderliğin ve etik iklimin çalışanların örgütsel bağlılığına ve iş performanslarına etkileri* (Yüksek lisans tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Büte, M. (2011). Etik iklim, örgütsel güven ve bireysel performans arasındaki ilişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 171–192.
- Cihangiroğlu, N. & Yılmaz, A. (2010). Çalışanların örgütsel adalet algılarının örgüt için önemi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19, 196–212.

- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 86(2), 278–371.
- Çağ, A. (2011). *Algılanan örgütsel adaletin, örgütsel sinizme ve işten ayrılma niyetine etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Deconinck, J., Johnson, J., & Busbin, J. (2012). The effect of organizational justice on salespersons' perceived ethical climate, organizational commitment and turnover intentions. *GSTF Journal on Business Review*, 2(2), 57–64.
- Deyneli, F. (2010). *Türkiye'de adalet. Ekonomisinin karşılaştırmalı analizi*. Ankara: Umut Ofset Matbaacılık.
- Doğan, H. (2002). İş görenlerin adalet algılamalarında örgüt içi iletişim ve prosedürel bilgilendirmenin rolü. *Ege Akademik Bakış*, 2(2), 71–78.
- Dönertaş, F. C. (2008). *Etik iklimin kuruma güven üzerindeki etkisi* (Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Ekiztepe, B. (2011). *Konaklama İşletmelerinde etik iklimi, örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık ilişkisi* (Yüksek lisans tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Elçi, M. (2005). *Örgütlerde etik iklimin personelin vatandaşlık davranışlarına etkileri* (Doktora tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Elçi, M., Karabay, E. M., & Akyüz, B. (2015). Investigating the mediating effect of ethical climate on organizational justice and burnout: A study on financial sector. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 587–597.
- Eren, S. S. & Hayatoğlu, Ö. (2011). Etik iklimin satış elemanlarının iş tutumlarına ve iş performanslarına etkisi: İlaç sektöründe bir uygulama. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 109–128.
- Eser, G. (2007). *Etik iklim ve yöneticiye güvenin örgüte bağlılığa etkisi* (Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Fein, C. E., Tziner, A., Lusk, L., & Palachy, O. (2013). Relationships between ethical climate, justice perceptions, and LMX. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(2), 147–163.
- Fortin, M. (2008). Perspectives on organizational justice: Concept clarification, social context integration, time and links with morality. *International Journal of Management Reviews*, 10(2), 93–126.
- Greenberg, J. (1987). A taxonomy of organizational justice theories. *Academy of Management Review*, 12(1), 9–22.
- Greenberg, J. (1990). Organizational justice: Yesterday, today, and tomorrow. *Journal of Management*, 16(2), 399–432.
- Greenberg, J. (1996). *The quest for justice on the job: Essays and experiments*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gültekin, V. (1983). *Hayat ansiklopedisi* (1.Cilt). İstanbul: Doğan Kardeş Yayınları, Hakan Ofset.
- Güney, S. & Mandacı, G. (2009). Makyavelizm ve etik algısı ilişkileri: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 83–104.

- Gürbüz, S. & Mert, İ. S. (2009). Örgütsel adalet ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik uygulaması. *Amme İdaresi Dergisi*, 42(3), 117–139.
- Halıcı, A. (2000). *İşletme işlevleri açısından iş etiği ve İstanbul menkul kıymetler borsasında işlem gören işletmelere yönelik bir araştırma* (Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- İşcan, F. Ö. & Naktiyok, A. (2004). Çalışanların örgütsel bağdaşmalarının belirleyicileri olarak örgütsel bağlılık ve örgütsel adalet algıları. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 59(1), 182–201.
- Kaplan, M., Ögüt, A., Karayel, S., & İlhan, İ. (2013). The effects of ethical climate types on job satisfaction: The case of tourism industry. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(2), 117–133.
- Kesbiç, C. Y., Çınar, S. & Duramaz, S. (2014). Son 20 yıldaki kriz maratonu ve Türk bankacılık sektörünün rekabetçilik analizi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 51(597), 31–44.
- Kırel, Ç. (2000). *Örgütlerde etik davranışlar, yönetimi ve bir uygulama çalışması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kutanis, R. (2015). *Türkiye’de örgütsel davranış çalışmaları 1*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Lind, A. (2001). Fairness heuristic theory: Justice judgements as pivotal cognitions in organizational relations. In J. Greenberg & R. Cropanzano (Eds.), *Advances in organizational justice* (pp. 56–88). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Luria, G., & Yagil, D. (2008). Procedural justice, ethical climate and service outcomes in restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 276–283.
- Martin, K. D., & Cullen, J. B. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analytic review. *Journal of Business Ethics*, 69, 175–194.
- Niehoff, B. N., & Moorman, R. (1993). Justice as a mediator of relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36, 527–556.
- Obuz, Ü. (2009). *Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin öğretmenlik mesleğiyle ilgili etik olmayan davranışlara ilişkin görüşleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Örücü, E. & Özafşarlıoğlu, S. (2013). Örgütsel adaletin çalışanın işten ayrılma niyetine etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde bir uygulama. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(23), 335–358.
- Özçelik, K. (2011). *Kişî örgüt uyumu ve etik iklimin hastaneye bağlılığa etkisi: Hemşireler üzerinde bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Özdevecioğlu, M., Sucan, S. & Akın, M. (2008). Algılanan örgütsel adaletin tükenmişlik üzerindeki etkisini arttırmada fiziksel aktivitelere katılımın rolü. 16. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (s. 631–639). İstanbul.
- Özkalp, E. & Kırel, Ç. (2003). *Örgütsel davranış*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Özyer, K. (2010). *Etik iklim ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide örgütsel bağlılık ve iş tatmininin düzenleyici rolü* (Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.

- Peterson, D. K. (2002). The relationship between unethical behavior and the dimensions of the ethical climate questionnaire. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 313–326.
- Schwepker Jr., C. H. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of Business Research*, 54, 39–52.
- Schwepker, C. H. Jr., Ferrell, O. C., & Ingram, T. N. (1997). The influence of ethical climate on role stress in the sales force. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(Spring), 99–108.
- Solmaz, E. & Uçma, T. (2010). Bankacılık sektöründe çalışanların Makyavelist eğilimlerinden yola çıkarak etik algılarını belirleme: Muğla ilinde ampirik bir araştırma. *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*, 10(31), 93–108.
- Sökmen, A., Bilsel, M. A. & Erbil, C. (2013). Örgütsel adaletin çalışan motivasyonu ve performansı üzerindeki etkisi: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 23–42.
- Şimşek, M. Ş. (2002). *Yönetim ve organizasyon*. Konya: Günay Ofset.
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). *Adalet*. <http://www.tdk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Tuna, M. (2013). Örgütsel adalet: Kamu ve özel sektör çalışanlarında bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(8), 997–1023.
- Tziner, A., Felea, M., & Vasiliu, C. (2015). Relating ethical climate, organizational justice perceptions and leader-member exchange (LMX) in Romanian organizations. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 31, 51–57.
- Ulukapı, H. & Bedük, A. (2014). Örgütsel adaletin iş görenlerin örgütsel bağlılık düzeylerine etkisi: Konya’da bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 771–778.
- Victor, B., & Cullen, J. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 33, 101–125.
- Yağmur, A. (2013). *Etik liderliğin ve etik iklimin etik dışı davranışlarına etkisi: Ampirik bir çalışma* (Yüksek lisans tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Yıldırım, F. (2007). İş doyumu ile örgütsel adalet ilişkisi. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 62(1), 253–278.
- Yılmaz, G. (2004). *İnsan kaynakları uygulamalarına ilişkin örgütsel adalet algısının tutum ve davranışları üzerindeki etkisi* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.

Kitap
Değerlendirmeleri
Book Reviews

Başvuru: 17 Nisan 2016

Revizyon: 19 Mayıs 2016

Kabul: 7 Haziran 2016

OnlineFirst: 30 Haziran 2016

Copyright © 2016 • Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0011R • Mayıs 2016 • 9(1) • 155–157

Kitap Değerlendirmesi

Uygulamalı Etik: Seküler ve Faydacı Yaklaşım

Applied Ethics: The Secular and Utilitarian Approach

Enes Eryılmaz¹
Kırklareli Üniversitesi

Pratik Etik

Peter Singer

İstanbul, 2015, İthaki Yayınları, 469 sayfa

George Orwell meşhur *Hayvan Çiftliği* adlı eserinde, “Bütün hayvanlar eşittir, ama bazı hayvanlar öbürlerinden daha eşittir,” yazar. Avustralyalı filozof ve aktivist Peter Singer âdeta Orwell’ın bu tür içi ironisini, türler arasına taşımıştır: “Bütün hayvanlar eşittir, ama düşünen hayvanlar daha eşittir!” Singer, *Pratik Etik*, kitabında eşitsizliğin her türlüşüne karşı çıkmaktadır. Bu yolda en temel ve yaygın kabul görmüş ahlaki ayrımları bile sorgulamaktadır: İnsanlar neden hayvanlardan üstündür? İnsan hayatı neden kutsaldır? Neye dayanarak insanların ayrıcalıklı varlıklar olduğunu iddia edebiliriz? İnsanı hayvandan ayırt eden şey nedir? Singer, bu ve benzeri soruları sorarak aslında eşitlik ilkesini hiçbir ayırım gözetmeksizin evrensel olarak uygulamak istemektedir. Singer’e göre eşitlik *ırk*, *cinsiyet* ve *tür* ayrımına bakılmaksızın yeryüzünün tamamında gerçekleştirilmelidir. Yalnız bu Prokrustes’in yatağında olduğu gibi her şeyin literal olarak eşitlenmesi anlamına gelmemektedir. Singer’in eşitlik anlayışı çıkarların eşit gözetilmesi ilkesine dayanmaktadır.

Singer’in seküler ve faydacı bakış açısıyla ele aldığı *Pratik Etik* adlı eseri, analitik felsefe geleneğindeki uygulamalı etik çalışmalarına giriş yapmak isteyenler için ilk başvurulacak kitaplar arasındadır. Singer hem uygulamalı etik alanının önde gelen temsilcilerinden olduğu hem de eserini olabildiğince sade ve anlaşılabilir bir şekilde

¹ Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalı, Kavaklı Yerleşkesi, Kavaklı, Kırklareli 39000.
Eposta: enes.eryilmaz@klu.edu.tr

Atfı: Eryılmaz, E. (2016). Uygulamalı etik: Seküler ve faydacı yaklaşım [*Pratik etik* kitabının değerlendirmesi, P. Singer] *İş Ahlakı Dergisi*, 9, 155–157.

kaleme aldığı için, *Pratik Etik* bu alana giriş yapmak isteyenlerin karşısında ilgiye değer bir metin olarak durmaktadır. Lakin bu alanda uzmanlaşmak isteyenlerin Singer’le yetinmeyip Amerikalı filozof Hugh LaFollette’nin kitaplarını da incelemesi gerekmektedir. Singer kitapta daha çok faydacı bakış açısının varyantlarını sunarken, LaFollette sadece belirli bir öğretinin savunusunu sunmakla kalmayıp çağdaş analitik felsefedeki diğer bakış açılarını da ortaya koymaya çalışmıştır. Özellikle LaFollette’nin edisyon ve antoloji çalışması farklı bakış açılarına ve uygulama alanlarına aşina olma imkânı sağlamaktadır. İngilizce konuşan dünyadaki pratik etik tartışmalarından haberdar olmak ve Singer’in değinmediği hususların da farkına varmak için LaFollette’nin eserleri ıskalanmamalıdır. Bu bağlamda Singer’in ve LaFollette’nin eserleri hem usul hem de içerik yönünden birbirinden farklılaşmaktadır.

Pratik Etik’e dönersek, eserde savunulan “çıkarların eşit gözetilmesi ilkesi” (*equal consideration of interests*) kişilere, toplumlara, ırklara veya türlere bağlı olmaksızın her varlığın çıkarının faydacı bir bakış açısıyla değerlendirilmesini öngörmektedir. Singer’in anlayışına göre “çıkarların eşit gözetilmesi ilkesinin özü, ahlaki mülahazalarımızda eylemlerimizden bütün etkilenenlerin benzeri çıkarlarına eşit ağırlık vermemizdir” (s. 46). Örneğin Singer’e göre, güzel bir akşam yemeği için bonfile siparişi vermeden önce kesilecek olan ineğin ve kendimizin çıkarını eşit bir şekilde değerlendirmeliyiz. İneğin çekeceği acı ve bizim alacağımız haz eşit oranda hesap edilmelidir. İnek ve bizim aramızda kategorik bir ayrım yoktur. İnsanın da ineğin de hissetme yetisi vardır, dolayısıyla ineğin ve kendimizin alacağı haz ve çekeceği acı karşılıklı tartılmalıdır. Singer’e göre, birinin alacağı haz diğerinin çekeceği acıdan az ise bu eylemi yapmamak daha iyidir. Yani bizim enfes bir bonfileden alacağımız haz ineğin maruz kalacağı acıdan büyükse bonfile siparişi verebiliriz. Aksi takdirde güzel bir zeytinyağlı tabağı istemek çıkarların eşit gözetilmesi ilkesine göre daha doğrudur. Bitkilerin durumu sorulacak olursa, Singer bitkilerin hissetme yetisi olmadığı için onları dikkate almamıza gerek olmadığını söylemektedir. Bitkilerin hayvanlar gibi merkezi bir sinir sisteminin olmaması sebebiyle onları yememizde bir sakınca yoktur (s. 102).

Fakat bir an için bilim adamlarının yaptıkları yeni araştırmalarla bitkilerin de bir biçimde acı çektiğini gözlemlediklerini düşünelim. O zaman ne olacak? İnsanlar yaşamak için ne yapacaklar? Ne ile beslenecekler? Hayvanlar ve bitkilerin acı çektiği farz edildiğinde geriye insanların besleneceği ne tür bir varlık kalacak? İnsanların hayvanlar ve bitkilerden başka besleneceği bir varlık olmadığına göre, hayvan seçeneğini iptal etmek doğal dengeyi bozacaktır. Tabii ki bu hayvanlara ve bitkilere zulmetmemizi gerektirmemektedir, lakin insanoğlu hayatta kalmak için hayvan ve bitki yemek zorundadır. Bu son derece doğal bir eylemdir. Tabiatı her şey birbirinden beslenerek hayatta kalmaktadır. Hayvanlar bitkilerden, insanlar hayvanlardan, insanlar öldükten sonra da topraktaki çeşitli canlılar insanlardan beslenmektedir. Burada bir döngü söz konusudur. Bu döngü sayesinde tabiat varlığını devam ettirmektedir.

Tabiattaki her şey bir zincir gibi birbirine bağlıdır. Zincirin bir halkası koptuğunda bunun onulmaz sonuçları olacaktır. Şu hâlde, Singer'in önerisi tabiat kanunlarına aykırı durmaktadır.

Singer'in çıkarların eşit gözetilmesi ilkesi özünde doğru bir sezgiye dayansa da, bu ilkeyi insanların dışına taşımak hem makul değildir hem de tabiat kanunlarına aykırıdır. Çıkarların eşit gözetilmesi ilkesinin ırk, cinsiyet, mülkiyet vb. ayrımları dikkate almaksızın uygulanması doğru gözükmemektedir, ancak tür ayrımı ortadan kaldırıldığında bunun hem abes hem de gelecekte telafi edilemez sonuçları olacaktır. Singer, "Eşitlik temel bir etik ilkesidir, bir olgu beyanı değildir," (s. 45-6) demektedir, fakat yeryüzündeki olguları ve tabiat kanunlarını dikkate almadan etik bir görüş ortaya atmanın uygulanabilirliği mümkün müdür? İnsanlık 20. yüzyılda pratik olarak imkânsız olan ütopyalara karşı doygunluğa erişmiştir. Artık insanlar var olan gerçekliği gözetken makul ve pratik etik anlayışları aramaktadır. Singer'in kitabın başında dediği gibi "Etik 'teoride iyi ama pratikte değil,' değildir... Pratikte işe yaramayan bir etik yargının, teorik kusuru da vardır" (s. 20.). Dolayısıyla *Pratik Etik*'in teorisinin, pratikte de uygulanamaz ve hayalî olduğu ortaya çıkmaktadır.

Kaynakça

- LaFollette, H. (Ed.). (2002). *Ethics in practice: An anthology*. Oxford, UK: Blackwell.
- LaFollette, H. (Ed.). (2003). *The Oxford handbook of practical ethics*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- LaFollette, H. (2007). *The practice of ethics*. Oxford, UK: Blackwell.
- Orwell, G. (2009). *Hayvan çiftliği: Bir peri masalı* (C. Üster, Çev.). İstanbul: Can Yayınları.

Başvuru: 4 Mayıs 2016

Revizyon: 30 Mayıs 2016

Kabul: 7 Haziran 2016

OnlineFirst: 25 Haziran 2016

Copyright © 2016 • Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0012R • Mayıs 2016 • 9(1) • 159–164

Kitap Değerlendirmesi

Czarniawska'yı Gölgeleyen... Shadowing Czarniawska...

Ozan Ağlargoğlu¹
Anadolu Üniversitesi

Social Science Research: From Field to Desk

Barbara Czarniawska

London, 2014, Sage, 192 page.

Çalışmalarını özellikle örgüt kuramları üzerinde yoğunlaştırmış yönetim ve organizasyon alanındaki akademisyenler için oldukça tanıdık, diğerleri için oldukça zor bir soyadı Czarniawska. Önceleri Czarniawska-Joerges şeklinde atıf veriliyor olması da kafa karışıklığını körükleyen bir başka etken. Polonya asıllı İsveçli akademisyen Barbara Czarniawska, Göteborg Üniversitesi İşletme Ekonomi ve Hukuk Okulu'nda çalışmalarını sürdürmektedir. Son dönemde üzerinde çalıştığı alanlar arasında haber üretim modası, imaj yapılandırma, popüler kültür ile popüler kültürün yönetim kuramı ve uygulaması üzerindeki etkisi yer almaktadır. Akademik açıdan işlevselci, yapılandırmacı ve feminist bir duruşa sahip olan Czarniawska, araştırma yöntemi olarak öyküleme, mobil etnoloji ve aktör network ağlarının örgütsel analizini tercih etse de, Czarniawska'yla en çok özdeşleştirilen yöntem öykülemedir. Örgütlerin öykülenerek (ing. narrative) analizi konusunda David Boje (örn. Boje, 2009) ve Yinannis Gabriel'le (örn. Gabriel, 2000) birlikte üç silahşorlar olarak anılmakla beraber yaptığı çalışmalar itibarıyla Czarniawska'nın diğerlerinin toplamından daha fazla üretim hacmini yakaladığı yadsınmamalıdır.

Genel olarak sosyal bilimlere dair özelde ise yönetim ve organizasyon alanında çok sayıda yöntem kitabı bulunmaktadır. Söz konusu alanda yeni yöntem kitapları

¹ Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yunussemre Kampüsü, Tepebaşı Eskisehir 26470. Eposta: ozanaglargoz@anadolu.edu.tr

Atıf: Ağlargoğlu, O. (2016). Czarniawska'yı gölgelerken... [Review of the book *Social science research: From field to desk*, by B. Czarniawska]. *İş Ahlakı Dergisi*, 9, 159–164.

sürekli olarak yayımlanmakta ve yayımlanmaya da devam edeceğe benzemektedir. Fakat yönetim ve organizasyon alanında yoğun olarak deneyimlendiği belirtilen (Alvesson & Sandberg, 2013; Alvesson & Spicer, 2016; Grey, 2010; Willmott, 2011) sıkıcı ve katkı (pratik ve kuramsal) potansiyeli düşük bilgi üretiminin yarattığı sorunlar hatırlandığında, Czarniawska'nın eserinin alanımız açısından öneminin altını çizmenin gereği kendiliğinden ortaya çıkacaktır.

Barbara Czarniawska son kitabı *Social Science Research: From Field to Desk*'te alanda edindiği engin tecrübeyi, araştırma işinin masa başı didinmelerini de içine alacak şekilde okuyucuyla paylaşmaktadır. Söz konusu eserde yazar daha önce belli açılardan ele aldığı (örn. Czarniawska, 2007, 2004, 1999, 1997) kendine has metodolojik yaklaşımı bu sefer bir bütün olarak ve oldukça didaktik bir tarzda okuyucuyla paylaşmayı hedeflemektedir. Kitabı yazma amacını “*bulanık zihinleri biraz olsun berraklaştırmak*” olarak niteleyen Czarniawska, sosyal bilimler alanında araştırma yöntemi konusunda *aşırı* fazla kitap ve makalenin varlığını sorunlu bulmakta, tecrübe düzeyi düşük, genç akademisyenlere yönelik yöntemsel rehberlik sağlamanın gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Czarniawska kitapta basit ve pragmatist bir yaklaşımla araştırma sürecini, saha çalışmasını da içerecek şekilde betimlemektedir. Kitapta anlatılan araştırma yaklaşımında, yöntem ve tekniğin araştırma sorunu ve araştırmacının kişisel özelliklerine göre uyumlu kılınabileceği varsayılmaktadır. Czarniawska yöntem seçiminde farklı alternatiflerin farkında olunması ve araştırılan soruna en uygun olduğu düşünülen yöntemin seçilmesi gerektiğini belirtmektedir (Czarniawska, 2014, s. IX). Kitaptaki konulara kısaca değinmeden önce Czarniawska'nın zaman baskısı altında çalışan ve etik çıkmaza düşmesi oldukça muhtemel günümüz akademisyenlerine, belki bir politika olarak nitelendirebileceğimiz uyarısını hatırlatmak yerinde olacaktır: “*Primum non nocere!* – Öncelikle zarar verme!” (Czarniawska, 2014, s. XI).

Diğer yöntem kitaplarıyla kıyaslandığında, sayfa sayısı olarak oldukça ince kalan eserde Czarniawska konuyu 14 başlık altında ele almaktadır. İçindekiler kısmı incelendiğinde kitabın aslında bir araştırmacının “yol haritası ve malzeme çantası” şeklinde melez bir yapıda tasarlandığı gözlerden kaçmayacaktır. Kitap araştırma konusunun seçimiyle başlamakta, genelde üzerinde çok fazla durulmayan literatür taramasıyla devam etmekte, araştırma tasarımı, görüşme ve gözlem (birey ve/veya obje) konusundaki tercihe ilişkin açıklamalar getirmekte, araştırmayı yürütürken (saha çalışması) araştırmacının ihtiyaç duyacağı bazı ipuçlarına değinmekte, sanal alemde saha çalışması, analiz, yazma, çalışmayı sonlandırma ve daha sonraki adıma karar verme konularıyla son bulmaktadır. Eserin tüm bölümleri oldukça ilgi çekici bir şekilde kaleme alınmış ve Czarniawska'nın diğer eserlerinde olduğu gibi, okuyucuyu *sürükleyici* bir şekilde anlatılan konuya dâhil etmektedir. Ayrıca bölüm sonlarında yer alan alıştırma/uygulama ödevleri de anlatılanların tam olarak kavranabilmesi için oldukça iyi bir şekilde tasarlanmıştır. Bu değerlendirme de, kitabın tüm bölümlerinden

özet niteliğinde bilgi aktarmak yerine, diğer yöntem kitaplarında eksikliği hissedilen fakat Czarniawska'nın ikna edici anlatımıyla birçok soruya cevap veren "literatür taraması" başlıklı bölümden daha detaylı bir şekilde söz edilecektir.

Czarniawska (2015) okumayı, özellikle de *uzak okumayı* bir tür saha çalışması olarak değerlendirmektedir. Belki de bu yüzden, Czarniawska'nın kitabında en çok dikkati çeken bölüm literatür taraması başlıklı bölüm olmuştur. Her araştırmada konuya ilişkin literatür "etrafı" bir şekilde taranmalıdır. Literatür taraması, genellikle araştırma sürecinin klişeleşmiş bir bileşeni olarak varsayılmaktadır. Fakat Czarniawska buna şiddetle karşı çıkmakta, gerek yeni yetme gerekse de deneyimli akademisyenlerin kendi araştırma konularının/sorularının başkalarının da aklına gelmiş olabileceğine inanmakta zorlandıklarını ifade etmektedir. Bu düşüncesini Merton'ın (1965/1985) "[T]üm fikirler aslında bir yerlerde, sadece belki biraz şekil değiştirmekte, bazen daha görünür olmakta bazen daha zor görülebilmektedir," şeklindeki ifadesiyle desteklemekte ve bizi araştırma konumuzun ve sorumuzun başkalarının aklına gelmiş olabileceği gerçeğiyle yüzleşmeye davet etmektedir. Czarniawska literatür taramasının "etrafıca" yapılması gerektiğini belirtmekte ve hemen sonrasında da etrafıca kavramını açıklamaktadır. Ona göre akademik çalışmaların özlerini (ing. abstract) okumakla veya başkaları tarafından yapılmış özetlerle yetinilmemelidir. Czarniawska (2014, s. 11), kendi editoryal deneyimlerinden hareketle, ele aldığı bir metinde yazarın gösterdiği kaynakları tam olarak okuyup okumadığını, yoksa sadece öz kısımlarıyla mı yetindiğini kolaylıkla anlayabildiğini belirtmektedir. Ona göre öz yazma oldukça önemli bir akademik yetkinliktir. Bazı yazarların diğerlerine göre daha iyi öz yazabildikleri unutulmamalıdır.

Etraflı literatür taraması sonunda genel olarak beklentimiz, bizim sorduğunuz sorunun aynısını soran ve yanıtlayan herhangi başka bir araştırmanın olmamasıdır. Fakat literatür taraması bu şekilde sonuçlanmayabilir. Öncelikle, sizin araştırma sorunuz daha önce sorulmuş ve yanıtlanmış olabilir. Ayrıca var olan kuram benzer olgulara ilişkin araştırma sorularına cevap veriyor da olabilir. O zaman araştırmacı ya araştırma sorusunu terk eder ya da var olan kuramın test edilmesine yönelik bir girişimde bulunur. Her iki durumda da, literatür taraması var olan kuramı etrafıca betimlemeli ve/veya kuramın test edilerek genişletilmesine yönelik bir açılım sağlamalıdır. İkinci olarak, yürütülen taramada sizinle benzer yönelimli bir çalışmaya rastlanmayabilir veya üzerinde durduğunuz sorunsalı açıklayan bir kurama da erişilemeyebilir. İşte bu aşamada benzer olguları açıklamaya çalışan ilgili kuramları taramaya yönelebilirsiniz, bu çaba sonucunda elde edeceğiniz sizin materyal stokunuzu oluşturacaktır. Elde edilen çalışmalar esin kaynağı olarak kullanılabileceği gibi eleştirme amacıyla da kullanılabilir. Sonuçta ortaya alana ilişkin öyküleyici bir örüntünün (ing. emplotment) çıkması beklenmektedir (Czarniawska, 2014, s. 12).

Czarniawska literatür taramasında elde edilenlerin anlamlandırılması sürecinde İngiliz edebiyat kuramcısı [Paul Hernandi'nin \(1987\)](#) metni yorumlama eylemine yönelik ortaya koyduğu tefsir (ing. explication), açıklama (ing. explanation) ve keşfetme (ing. exploration) şeklinde sıralanan üçlü yapıyı oldukça etkili bulduğunu belirtmektedir. Söz konusu üçlemenin bir benzerini [Northrop Frye \(1957/1990\)](#) metnin altında, üzerinde ve içinde bulunmak şeklinde ifade etmektedir. İlk aşamada yorumlayan metnin altında durmayı yeğler ve bu şekilde metni anlamayı amaçlar. Kısacası mütevazı bir şekilde “Metin ne diyor?” sorusuna cevap verilmeye çalışılır. İkinci aşama olan açıklama analitik gelgitlerle dolu bir süreçtir. Yazar literatür taraması kapsamında incelediği metne kuşbakışı yaklaştırmaya çalışır. Bu aşamada cevap aranan soru “Metin dediklerini niçin diyor?” şeklindedir. Metnin bağlamla ilişkili olarak ele alınması gerekir. Son aşamada ise akademisyenlerin görevi keşfetmektir. Bu noktada araştırmacı incelediği metnin yazarının yerine geçip bu metni orijinal başlangıç noktası olarak alır ve yeni bir metin ortaya koymaya çalışır. Yeni metin var olan kurama eleştirel bir bakış açısıyla kaleme alınabileceği gibi destekleyici bir üslup da tercih edilebilir ([Czarniawska, 2014, s. 13](#)).

Çoğu yöntem kitabı ve de danışman, literatür taramasının araştırma girişiminin en başında yapılmasını talep eder. Özellikle projelendirilecek araştırmalar için bu önemli bir gerekliliktir. Czarniawska da literatür taramasının çalışmanın başında yapılması gerektiğini kabul etmekte, fakat yazma işinin sona bırakılmasını savunmaktadır. Konuya ilişkin elde edilen literatürün hangi bölümünün sizin araştırmanızla daha yakından ilgili olacağı ancak saha çalışması sonucunda elde edilen görgül materyalle ilişkili olarak belirlenebilecektir. Literatür taraması genel olarak “perpetuum mobile” nitelikte, bir başka ifadeyle sürekli devinim içinde olan bir süreçtir. Literatür taraması çalışmanın kuramsal/kavramsal çerçevesini çizmeli, planlanan araştırmayla karşılaştırılacak diğer çalışmalara da değinmiş olmalıdır. Araştırmacı elde ettiği metinler aracılığıyla örnektülediği “literatür taraması” isimli bölümü kronolojik veya tematik olarak iki şekilde sunabilir. Tematik sunum daha cesaret isteyen bir iş olarak yorumlanırken, kronolojik raporlamanın bilimsel söyleşinin görünür kılınması açısından çok daha önemli olduğu belirtilmektedir. Kronolojik örüntü metnin zaman ve mekân bağlamında konumlandırılmasını sağlamaktadır. Bu noktada Czarniawska, kaynağın ilk basımının dikkate alınmasının büyük önem arz ettiğini ifade eder ([Czarniawska, 2014, s. 16–17](#)).

Bilimsel çalışmanın sonunda sunulan referans listesi (kaynakça) bilimsel söyleşinin öykülendiği ortamdır. Tarihsel bağlamdan kopartılmış bir şekilde, alfabetik sıraya ve sadece son basımlara atıf verilerek yapılan referans verme işi bilimsel söyleşiyi katletmektedir. Bu noktada konuyu daha çarpıcı bir şekilde açıklamak isteyen Czarniawska “Weber, 1964” şeklindeki atıfları örnek olarak göstermekte ve oldukça etkili bir biçimde neden bu örneği kullandığını açıklamaktadır:

“Bu şekilde bir atıf Max Weber’in bildiği her şeyi March ve Simon’dan (1958/1993) öğrendiği anlamına gelir ki, Weber’in 1920’de öldüğü hatırlanırsa bu oldukça imkânsız görünmektedir (Czarniawska, 2014, s. 18).”

Alanın önde gelen çağdaş kuramcılarından birisi olan Czarniawska zihinsel açıdan bazen hata yapabildiğini, çeşitli noktaları gözden kaçırabildiğini ve bilgisayarların bazı durumlarda kendisini yanlış yönlendirdiğini söylemekte, tüm bunlara rağmen referans listesini en doğru şekilde sunmak için yoğun bir çaba gösterdiğini eklemektedir. Sosyal bilimler alanında okuyan/yazan/araştıran birisi olarak referans listesini konuya ilişkin bir meta-öykü şeklinde algıladığını, bu liste aracılığıyla bilimsel söyleşinin izlerini sürdüğünü, söz konusu olayların nerede ve ne zaman olduğunu bilmek istediğini belirtmektedir. Literatür taraması ve bu süreç sonunda ortaya çıkan referans listesi, geçmişteki bilimsel söyleşinin günümüzdeki söyleşiyle harmanlanmasını sağlamakta ve bu yolla geçmişteki düşüncelerin yeniden hatırlanmasının ötesinde yeni ve ilginç anlam düzeylerine çıkılmasını olanaklı kılmaktadır (Czarniawska, 2014, s. 19).

Barbara Czarniawska’nın *Social Science Research: From Field to Desk* adlı eseri, özellikle literatür taraması konusuna ilişkin yaklaşımı ve referans listesinin önemine ve işlevine ilişkin düşünceleriyle öne çıkmakta, aynı zamanda Czarniawska’nın alana ilişkin hakimiyetine ve alçak gönüllü karakterine işaret etmektedir. Bu değerlendirmeye yazısını bitirirken, okuyucuyu bu devin omuzlarında yükselmeye davet etmenin yerinde olduğuna inanıyorum.

Kaynakça

- Alvesson, M., & Spicer, A. (2016). (Un)Conditional surrender? Why do professionals willingly comply with managerialism. *Journal of Organizational Change Management*, 29(1), 1–19.
- Alvesson, M., & Sandberg, J. (2013). *Constructing research questions. Doing interesting research*. London, UK: Sage.
- Boje, D. M. (2008). *Storytelling organizations*. London, UK: Sage.
- Czarniawska, B. (2015, December). *Distant readings*. Keynote speech held at APROS/EGOS 16. UTS Business School, Sydney.
- Czarniawska, B. (2014). *Social science research: From field to desk*. London, UK: Sage.
- Czarniawska, B. (2007). *Shadowing: And other techniques for doing fieldwork in modern societies*. Malmö/Copenhagen: Liber/CBS Press.
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in social science research*. London, UK: Sage.
- Czarniawska, B. (1999). *Writing management: Organization theory as a literary genre*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Czarniawska, B. (1997). *Narrating the organization: Dramas of institutional identity*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Frye, N. (1957/1990). *The anatomy of criticism*. London, UK: Penguin.

- Gabriel, Y. (2000). *Storytelling in organizations: Facts, fiction, and fantasies*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Grey, C. (2010). Organizing studies: Publications, politics and polemic. *Organization Studies*, 31(6), 677–694.
- Hernandi, P. (1987). Literary interpretation and the rhetoric of the human sciences. In J. S. Nelson, A. Megill, & D. N. McCloskey (Eds.), *The rhetoric of the human sciences* (pp. 263–275). Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958/1993). *Organizations*. Oxford, UK: Blackwell.
- Merton, R. K. (1965/1985). *On the shoulders of the giants: A shandean postscript*. New York and London: Harcourt Brace Jovanovich.
- Willmott, H. (2011). Journal list fetishism and the perversion of scholarship: Reactivity and the ABS list. *Organization*, 18(4), 429–442.

Başvuru: 10 Mayıs 2016

Revizyon: 1 Haziran 2016

Kabul: 7 Haziran 2016

OnlineFirst: 30 Haziran 2016

Copyright © 2016 • Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0013R • Mayıs 2016 • 9(1) • 165–167

Kitap Değerlendirmesi

Proleterleşmenin Yeni Bir Aşaması: Yeni Bir İşçi Sınıfı?

A New Stage of Proletarianization Process: A New Working Class?

Umut Yertüm¹

Kırklareli Üniversitesi

Yeni İşler, Yeni İşçiler: Turizm Sektöründe Emek

Aşlıhan Aykaç

İletişim Yayınları, İstanbul, Birinci Basım, 2009, 207 sayfa

Aşlıhan Aykaç'ın 2006 yılında tamamladığı doktora çalışmasının kitaplaştırılan “Yeni işler, Yeni İşçiler: Turizm Sektöründe Emek” adlı eser turizm sektöründe meydana gelen değişimleri Mübaccel Belik Kıray'ın 1964 yılında Ereğli üzerine yaptığı çalışmaya benzer şekilde incelemektedir. Aykaç elde edilen ampirik bulgular çerçevesinde çeşitli bölgelerde meydana gelen değişimleri karşılaştırmaktadır. Kitabın ana temasını; turizmin Fethiye, Belek ve Kemer beldelerinde yerel halk ve bölgeye ekonomik nedenlerle göç eden gruplar üzerinde meydana getirdiği değişimler oluşturmaktadır.

Eser yedi bölümden oluşmaktadır. Başlıklar hâlinde bakacak olursak; birinci bölümde “küresel bağlamda emek”, ikinci bölümde “emeğin dönüşümü: tanımlar ve kavramlar”, üçüncü bölümde “emeğin dönüşümü: hanenin önemi”, dördüncü bölümde “turizm çalışmalarında emek”, beşinci bölümde “karşılaştırmalı bir bakış açısından turizm emeği” altıncı bölümde “turizmde emek dönüşümü yapısı” ve yedinci bölümde “mikro düzey göstergeler” incelenmektedir.

Kitabın ele aldığı bölgelerde turizm; tabandan gelen yerel sermaye önderliğinde, yoğun devlet desteği ile ve bu ikisinin karşımı olmak üzere üç farklı süreçte gelişim göste-

¹ Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Kaya Kampüsü, B Blok, Kofçaz 39100, Kırklareli. Eposta: umutyertum@klu.edu.tr

Atıf: Yertüm, U. (2016). Proleterleşmenin yeni bir aşaması: Yeni bir işçi sınıfı? [Yeni işler, yeni işçiler: Turizm sektöründe emek kitabının değerlendirmesi, A. Aykaç]. *İş Ahlakı Dergisi*, 9, 165–167.

rebilmektedir. Bu süreçler aynı zamanda faaliyet gösteren firmaların büyüklüklerini de belirlemektedir. Yazar turizm bölgelerinde faaliyet gösteren firmaların ölçeklerini analiz ederken Katznelson'un sınıf kavramını açıkladığı dört katmandan ilki olan "yapısal katman" (Katznelson, 1985) kavramına göndermede bulunarak firma büyüklüklerinin proterleşme sürecini ne denli etkilediği sorusunun cevabını aramaktadır. Elde ettiği ampirik bulgular çerçevesinde yazara göre Fethiye'de proterleşme sürecinin tam anlamıyla gerçekleşmemesinin en önemli nedenleri, tarımdan kopuşun tam olarak gerçekleşmemesi, tarım ve turizm sektörleri arasında tamamlayıcılık ilişkisinin varlığı, daha çok küçük ölçekli yerel işletmelerin bulunması, turizm sektöründe çalışanların aynı zamanda tarım işleri ile de ilgilenen ücretsiz aile işçisi de diyebileceğimiz bir grubu oluşturmasıdır.

Yazarın yapılan incelemeler sonucu elde ettiği ampirik bulgular; üç bölge dikkate alındığında "turizm fabrikası" olarak tanımlanan işletmelerin en fazla Belek'te gözlemlendiğini ortaya koymaktadır. Belek'teki faaliyet gösteren firmalar fabrikalar gibi işlemekte ve çalışanların da fabrika işçileriyle benzerlik göstermektedir. Fethiye'deki meslektaşlarının aksine Belek'teki turizm firmalarında çalışan işçilerin tek gelir kaynağını turizm faaliyetleridir. Bu da klasik anlamda ücrete bağımlı bir işçi sınıfının varlığına işaret etmektedir. İncelenen bölgeler içerisinde en fazla işçi sınıfı özelliği taşıyan grup Belek'teki turizm işçileridir.

Yazarın incelediği üç turizm bölgesi içerisinde en karmaşık yapıya ise Kemer sahiptir. Hem tabandan gelen yerel sermayeli yatırımlar hem de devlet destekli özel yatırımlar Kemer'i diğer iki bölgeden ayırmaktadır. Kemer'de yerel halk Belek ve Fethiye'den farklı olarak turizm ile etkileşim içine girmiştir. Yerel halkın büyük bir kısmı emlak geliri ve taksi-dolmuş ulaşım araçları yoluyla gelir elde etmekte ve bunun bir sonucu olarak da turizmden rant sağlamaktadır. Yazara göre yerel halkın rant yoluyla turizme dahil olması ve küçük ölçekli de olsa tarımla ilişkilerinin sürmesi; Kemer'de işçileşme sürecinin yerel halkta gözlemlenmesini engellemektedir. Kemer'e Anadolu'nun başka bölgelerinden göç edenler ise genellikle büyük otellerde istihdam edilmekte, bunların Belek'teki gibi tarımla ilişkisi bulunmamakta ve dolayısıyla genel anlamıyla işçileşme gözlemlenmektedir.

Yazarın "turizm" gibi daha çok informal ilişkilerin hüküm sürdüğü bir sektörü incelemesi, bu alanda gözlemlenen çalışma eksikliğini giderme anlamında oldukça büyük bir önem arz etmektedir. Dolayısıyla yol gösterici bir özelliğe sahiptir. Yazar bu eserde turizm sektöründe çalışan işçilerin ve yapılan işlerin analizini yaparak genel anlamda "turizm sektöründe emek" olgusunu incelediğini iddia etse de, eser yazarın da belirttiği gibi (Aykaç, 2009, s. 21) İstanbul ve Nevşehir gibi farklı turizm alanlarını değil kitlesel deniz turizminin gözlemlendiği Fethiye, Kemer ilçeleri ve Belek mahallesini incelemektedir. Bu yönüyle; çalışmanın başlığı makro özelliklere sahip olduğu hissine neden olmakla birlikte içerik daha mikro düzeye sahiptir.

Kaynakça

- Katznelson, I. (1985). Working class formation and the state: Nineteenth-century England in American perspective. In P. B. Evans, D. Rueschemeyer, & T. Skocpol (Eds.), *Bringing the state back in* (pp. 257–284). New York, NY: Cambridge University Press.
- Kıray, M. B. (1964). *Yedi yerleşim noktasında turizmle ilgili sosyal yapı analizi*. Ankara: Turizm Tanıtma Bakanlığı.

İş Ahlakı Dergisi

Yazarlara Notlar

İş Ahlakı Dergisi, değerlendirme süreçlerine alınacak çalışmalarda temel bazı kriterler aranmaktadır:

İş Ahlakı Dergisi'ne gönderilecek çalışmaların;

- İş ahlakı konusu ile ilgili nicel, nitel, tek-denekli veya karma araştırma deseni kullanılarak hazırlanmış olmasına,
- İş ahlakı konusunda son dönem alan yazını kapsamlı biçimde değerlendiren literatür analizi, metaanaliz veya metasentez çalışması olmasına,
- İş ahlakı konusunda pratik olarak uygulanabilecek model önerileri sunmasına dikkat eder veya benzeri özgün nitelikte yazılar olması talep edilir.

Bu çerçevede *İş Ahlakı Dergisi*, ileri araştırma/istatistik yöntem ve teknikleri kullanılan güncel çalışmalara öncelik tanımaktadır. Çalışmaların yöntembilim açısından yetkinlikleri kadar alana orijinal ve yeni katkı sunmaları da temel yayımlanma kriteridir.

Yayımlanmak üzere gönderilen çalışmalar öncelikle Editör tarafından amaç, konu, içerik, sunuş tarzı ve yazım kurallarına uygunluk yönünden incelenmektedir. Editöryal ön değerlendirmedeki genel eğilimler şu şekildedir:

Nicel araştırmalar için;

- Tek sürekli değişken veya iki sürekli değişken barındırıp sadece veya ağırlıklı olarak frekans, yüzde, fark ve ilişki istatistiklerine dayalı çalışmalar, çalışmanın kapsamına göre değerlendirilmektedir.
- Tek sürekli değişken veya iki sürekli değişken barındırıp tekli veya çoklu regresyon, yol (path) analizi, cluster analizi gibi ileri istatistikler kullanılarak hazırlanan çalışmalara öncelik verilmektedir.

Ölçme aracı geliştiren çalışmalar için;

- Sadece ölçme araçları geliştirmeyi raporlayan çalışmalar, geliştirilen ölçme aracının otantikliği, kapsamı, geliştirilen grubun niteliği, geçerlik ve güvenirlik işlemlerinin yetkinliği vb. ölçütler dikkate alınarak değerlendirilmektedir.
- Geliştirilen ölçme aracını bir araştırmada kullanarak raporlayan çalışmalara öncelik verilmektedir.

Deneyisel araştırmalar için;

- Araştırma verileri nitel verilerle desteklenmiş deneysel araştırmalara öncelik verilmektedir.

Nitel araştırmalar için;

- Nitel araştırmalar için araştırma sürecinin geçerlilik ve güvenirlik koşullarının sağlanmış olmasına ve verilerin derinlemesine analiz edilmiş olmasına önem verilmektedir.

Betimsel çalışmalar için;

- Dergide iş ahlakı ile ilgili temel sorunları ortaya koyan ve bunlara çözüm önerileri getiren analitik çalışmaların yayımlanması hedeflenmektedir. Diğer taraftan bu kapsama giren çalışmaların kitap bölümü tarzında olmaması beklenmektedir.

Karma (mixed) desenli çalışmalar için;

- Karma desenle hazırlanan çalışmaların yayımlanma oranı daha yüksektir. Bununla birlikte karma çalışmalarda niçin ve hangi karma metodolojinin kullanıldığının tekniği ile beraber açıklanması beklenmektedir. Karma desenli araştırmalarda araştırmanın nicel ve nitel kısımları ayrı ayrı değerlendirilir. Nicel ve nitel kısımların ayrı ayrı yukarıdaki kıstasları karşılaması beklenir.

Ayrıca;

- Alanda çok sık kullanılan ölçme araçlarına dayalı çalışmaların ve oldukça yoğun biçimde çalışılmış konularla ilgili araştırmaların yeni bir yönelim ortaya koymaları beklenmektedir.
- Yüksek lisans ve doktora tezlerine dayalı çalışmalarda tezin bütünü, tezde kullanılan bütün verilerin raporlanması, tezlerde dilimlenme yapılmaması beklenmektedir.
- Bütün araştırma türleri için verilerin güncelliğine önem verilmektedir. Araştırma verilerinin toplanması üzerinden 5 yıl veya daha fazla süre geçmiş ise araştırmaların güncelliğini kaybettiği yönünde görüş bildirilmektedir.
- Gönderilen bir çalışmanın editöryal değerlendirmesi 40 gün içerisinde tamamlanmaktadır.
- Hakem değerlendirme sürecine alınan çalışmalar alanda uzman iki hakeme gönderilir.
- Eğer hakemlerin raporlarında çalışma ile ilgili görüş ayrılığı söz konusu olursa, üçüncü bir hakemin görüşüne başvurulur.
- Hakem değerlendirme süreci, şu anki yoğunluk göz önüne alındığında yaklaşık 3-4 ay sürmektedir. Bu süre, ilgili alandaki hakemlerin iş yükü nedeniyle uzayabilmektedir.
- Hakem raporları gizlidir. Yazarlar çalışmalarını değerlendiren hakemlerin kim olduğunu bilmemektedirler. Hakemler de değerlendirdikleri çalışmanın yazarını/yazarlarını bilmemektedirler.
- Yazar/yazarlar; hakemlerin, Alan Editörünün ve Editörün eleştirilerini, önerilerini ve düzeltme taleplerini dikkate almak zorundadırlar. Yazar/yazarlar, eleştirilerden ve önerilerden katılmadığı hususları gerekçeyle izah etmelidir/etmelidirler.

Hakem değerlendirme raporlarının sonuçlarına dayalı olarak Editör;

- Çalışmanın kabulüne,
- Çalışmanın, hakem raporlarında belirtilen hususlara göre düzenlendikten sonra yeniden değerlendirmeye alınabileceğine veya,
- Çalışmanın reddine karar verir.

Yayıma kabul edilen çalışmaların süreçleri aşağıda belirtilmiştir.

- Yayıma kabul edilen çalışmaların hakem değerlendirme raporları ve editöryal değerlendirmeleri Yetkilendirilmiş Yazara gönderilir.
- Yetkilendirilmiş Yazarın ilgili raporlara göre düzenleyerek Editöre ilettiği çalışma Editör tarafından kontrol edilerek tashih sürecine alınır.
- Yetkilendirilmiş Yazara çalışmasıyla ilgili tashih notları gönderilir.
- Tashih süreci tamamlanan çalışmalar tasarıma yönlendirilir.
- Mizanpajı ve tasarımı tamamlanan çalışmalar Yetkilendirilmiş Yazar tarafından son kez kontrol edilir.
- Bu süreçleri tamamlayan çalışmalar öncelikle DOI numarası atanarak OnlineFirst olarak yayımlanır.
- OnlineFirst olarak yayımlanan makaleler yayım sürecine alınır ve ilgili sayıda basılır.

Editöryal ön değerlendirme sonucunda bir çalışma, genel kriterleri veya yukarıdaki kriterleri karşılamıyorsa, çalışmanın Yetkilendirilmiş Yazarına gerekçesi ile birlikte, çalışmasının hakem değerlendirme sürecine alınamayacağı yönündeki karar bildirilmektedir.

*İş Ahlakı Dergisi'*nde yayımlanan makalelerin;

- Sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Yayımlanan yazılar, düşünsel planda dergiyi veya Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneğini bağlamaz.
- Yayımlanan yazıların yayım hakları Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneğine aittir.

Genel Biçim Özellikleri

Yazı Tipi	Bütün metinde 10 punto Times New Roman yazı karakteri kullanılır.
Sayfa Yapısı	A4 boyutlarındaki kâğıda; ❖ üst, alt, sağ ve sol boşluk 2,5 cm (0.98 inç) ❖ iki yana dayalı ❖ satır sonu tirelemesiz Çalışmalar tek sütun olarak hazırlanmalıdır. Paragraf başlarında 0,5 cm girinti konmalıdır.
Paragraf Yapısı	Paragraf sekmesinde girintiler bölümünde; ❖ önce ve sonra alanı 6 pt (0,6 line) ❖ satır aralığı 1,5 olmalıdır.
Sayfa Sınırı	Yukarıdaki şablona göre hazırlanmış bir çalışma 25 sayfayı (10000 kelimeyi) aşmamalıdır.

Başvurunun Bölümleri

Başlık	Makale başlığı bold ve sayfaya ortalı olmalıdır.
Yazar İsimleri	Yazar isimlerini başvuru dosyasına kesinlikle eklemeyiniz. Yazar isimleri yer alan başvurular işleme alınmaz ve iade edilir.
Öz	150-200 kelime arasında olmalıdır. Özde atıf kullanılmamalıdır.
Anahtar Kelimeler	5-8 kelime arasında olmalıdır.
Ana Metin	Nicel ve nitel çalışmalar Giriş, Yöntem, Bulgular, Tartışma bölümlerini içermelidir. Yöntem kısmında, eğer özgün bir model kullanılmışsa, model alt bölümü ile mutlaka Örneklem/Çalışma Grubu, Veri Toplama Araçları ve İşlem alt bölümleri bulunmalıdır. Derleme türü çalışmalar ise problemi ortaya koymalı, ilgili literatürü yetkin bir biçimde analiz etmeli, literatürdeki eksiklikler, boşluklar ve çelişkilerin üzerinde durmalı ve çözüm için atılması gereken adımlardan bahsetmelidir. Diğer çalışmalarda ise konunun türüne göre değişiklik yapılabilir fakat bunun okuyucuyu sıkacak ya da metinden faydalanmasını güçleştirecek detayda alt bölümler şeklinde olmamasına özen gösterilmelidir.
Kaynakça	Hem metin içinde hem de kaynakçada Amerikan Psikologlar Birliği tarafından yayınlanan Publication Manual of American Psychological Association (APA) (6. baskı) adlı kitapta belirtilen yazım kuralları uygulanmalıdır.

Tablolar, Şekiller ve Ekler

Tablo ve Şekiller	Tablo, şekil, resim, grafik vb. unsurlar metin içerisinde yer almalıdır. Çalışmanın sonunda ayrıca verilmemelidir (Tablo, şekil, resim, grafik vb. unsurlar başvuru dosyanızda metin içerisinde ilgili yerlerde değil de ayrıca ana metnin arka bölümünde ya da ek olarak verilirse başvurunuz işleme alınmaz ve iade edilir). Tablo ve şekillerde genel şablonun dışında paragraf sekmesinde girintiler bölümünde; ❖ önce ve sonra alanı 0, ❖ satır aralığı Tek olmalıdır. Tablo ve şekiller sola dayalı olmalı ve metin kaydırma özelliği kapalı olmalıdır.
Ekler	Her bir ek, kaynakçadan sonra ayrı sayfalarda verilmelidir.
Diğer	p değerini sadece tablo dışında gösteriniz. Tablo içerisinde ayrı bir p sütunu oluşturmayınız. Metin içindeki p değerlerini italik olarak gösteriniz.

Başlık Sistemi

Başlık Oluşturma	Birinci ve ikinci düzeydeki başlıkları oluşturan kelimelerin ilk harfleri büyük yazılmalıdır (istisna: ve, ile, de, mi gibi ekler her zaman küçük harfle yazılır). Tablo ve şekil başlıkları da bu kurala göre düzenlenmelidir
Temel Başlıklar	Çalışmanın başlığı ve temel başlıklar (Yöntem, Bulgular, Tartışma) ortalı ve bold yazılır (Giriş bölümüne Giriş başlığı konulmaz).
İkinci Düzey Başlık	Sola dayalı ve bold yazılır. Kendinden önceki paragraftan bir satır boşluk ile ayrılır.
Üçüncü Düzey Başlık	Sola dayalı, 0,5 cm içerden ve bold yazılır. Sadece ilk kelime büyük harfle başlar; geri kalanlar küçük harfle devam eder. Sonuna nokta konur ve paragraf başlığın hizasından devam eder. Kendinden önceki paragraftan satır boşluğu ile ayrılmaz.
Dördüncü Düzey Başlık	Sola dayalı, 0,5 cm içerden, bold ve italik yazılır. Sadece ilk kelime büyük harfle başlar; geri kalanlar küçük harfle devam eder. Sonuna nokta konur ve paragraf başlığın hizasından devam eder. Kendinden önceki paragraftan satır boşluğu ile ayrılmaz.
Beşinci Düzey Başlık	Sola dayalı, 0,5 cm içerden ve italik yazılır. Sadece ilk kelime büyük harfle başlar; geri kalanlar küçük harfle devam eder. Sonuna nokta konur ve paragraf başlığın hizasından devam eder. Kendinden önceki paragraftan satır boşluğu ile ayrılmaz (Beş düzeyden daha fazla başlık oluşturulması önerilmemektedir).
Tablo ve Şekil Başlıkları	Tablo ve Şekil ifadeleri (Tablo 1., Şekil 1. gibi) bold biçimde kullanılır. Tablo ve şekil başlıklarını oluşturan kelimelerin ilk harfleri büyük ve başlık italik olarak yazılır.

Diğer Hususlar

Vurgu	Metin içerisinde bold biçimi kullanmayınız. Vurgular “ ” işareti veya italik ile yapılmalıdır.
Madde Sıralamaları	Metin içerisindeki sıralamada, maddelendirmede alt alta 1, 2, 3 gibi sıralamalar yerine yan yana (i), (ii) vs. şeklinde sıralamaları tercih ediniz.
Doğrudan Alıntılar	Doğrudan alıntılar normal metne göre soldan girintili ve 9 punto ile yazılır. Ayrıca italik biçiminde gösterilmez. Ayrı paragraf yapılan doğrudan alıntılar “ ” içerisinde gösterilmez.

Turkish Journal of Business Ethics

Notes for Contributors

Manuscript Submission

Contributors submitting their work to *Turkish Journal of Business Ethics* should be informed that articles should include the following:

- Quantitative, qualitative, or mixed research methods,
- Comprehensive literature reviews, meta-analysis, or meta-synthesis,
- Model proposals, clinical experimental research model, or original writings of similar quality.

Editorial and Review Process

Turkish Journal of Business Ethics gives priority to current studies using advanced research and statistical methods and techniques. The Journal's main criteria for publication are original contribution to the field and competency in methodology.

Manuscripts are first assessed by the Editorial Board for purpose, topic, content, presentation style, and mechanics of writing. During this preliminary assessment, the Editorial Board guidelines are as follows:

For Quantitative Research

Quantitative research based on a single variable or that mainly analyses frequency, percentage, difference, and correlational statistics is usually assessed in a preliminary assessment according to its contents. Quantitative research including multiple regressions, path and cluster analysis, or other advanced research and statistical methods is given priority.

For Studies Developing a Measurement Tool

The authenticity, scope, quality of the group worked on, and efficiency of the reliability and validity of studies are taken into consideration to decide whether the measurement tool can be published independently. The Editorial Board encourages contributors to send their manuscripts if the developed measurement tool is used in a study in which the findings are reported.

For Experimental Research

Findings must be supported, detailed, and further elaborated on with qualitative data.

For Qualitative Research

The reliability and validity studies and in-depth analysis of the data is of utmost importance.

For Descriptive Studies

The journal aims to publish analytical studies identifying and proposing solutions to the key issues related to business ethics. However, such studies should not resemble a book chapter based only on a literature review.

Mixed Research Designs

Such studies have a higher likelihood of being published. Mixed research design studies should justify why and how the author adopted the research design used. Qualitative and quantitative sections are analyzed separately and are expected to meet the criterion described above.

Please Note

- The Editors emphasize that *Turkish Journal of Business Ethics* articles should not include studies based on very frequently used measurement tools or on research topics that have been overly examined, unless they propose an innovative approach to the topic in question.
- Manuscripts based on thesis-related research should include all data used in the thesis. *Turkish Journal of Business Ethics* does not publish any article including unethical practices such as sliding.
- *Turkish Journal of Business Ethics* believes that the data collection process for original research should have been done in the last 5 years.

Editorial and Review Process

- Manuscripts are assigned a reference code and recorded in ScholarOne Manuscript.
- After the submission, authors are sent a confirmation of receipt by email.
- Manuscripts are evaluated by the Editorial Board following the submission.
- Manuscripts that meet the criteria for *Turkish Journal of Business Ethics* proceed to the next stage, which is reviewer evaluation.
- Manuscripts that do not meet the *Turkish Journal of Business Ethics* criteria are notified of the decision with the relevant justification for rejection.
- Receipt of manuscripts and Editorial Board decisions may take approximately 40 days.
- Manuscripts are sent to two specialists in the relevant field.
- If the reviewers differ in opinion about the quality of your work, the paper will be referred to a third reviewer.
- The Editorial Board and referee reviews take approximately 3-4 months to complete. This time may be extended depending on the availability of referees in your sub-discipline.
- Reviewer reports are kept confidential. We adopt a double-blind peer-review evaluating process.
- Authors must be attentive to the criticisms, suggestions, and corrections of the referees and the Editorial Board. In case of disagreement with the reports, authors must explain why they do not agree with the points made by the reviewers.
- For more details of the review process, visit the Notes for Reviewers page.
- There are three possible results for a manuscript:
 - Acceptance with minor or major revisions
 - Reject and Resubmit process
 - Rejection

Manuscripts go through the following stages once accepted for publication:

- Reviewer reports and Editorial Board reports are sent to the author.
- Authors revise their manuscripts according to the reports, and the Editorial Board reviews the revised manuscripts before they advance to the proofreading stage.
- Authors are sent the proofreading notes.
- When proofreading is complete, manuscripts advance to the formatting and pagination stage.
- Following the pagination process, authors are asked to conduct a final check of their manuscripts.
- After completion of these processes, manuscripts are initially published on OnlineFirst. As each article is assigned a DOI, this version could be treated as the authentic version.
- Printing of the manuscript in the journal may take approximately 5-6 months, depending on the workload involved in the journal.

Formatting and Content Requirements for Manuscripts***General Formatting Requirements***

Font	The font used in the entire manuscript should be Times New Roman, font size 10. For tables and figures, see below.
Page Layout	Page margins for bottom, top, right, and left should be pre-set as 0.98 inch. Text should be justified with no hyphenation breaks in words at the end of a line. Text should be typed as a single-column document. Paragraphs and headings should not be indented, but aligned with the main text.
Paragraph Format	Paragraph indents should be pre-set in the tabs section as follows: ❖ before and after: 6 pt ❖ line spacing: 1.5
Page Limit	Manuscripts prepared in compliance with the guidelines should not exceed 25 pages (10.000 words).

Manuscript Sections

Title	Article titles should be boldfaced and centered.
Author(s)'s Names	The main document is used for peer-review, which may include the title, abstract, key words, main body, references, figures and tables and supplementary materials. The names of all authors and their institutions should not be included in the main document.
Abstract	Abstracts should be between 150–200 words. No citations should appear in the abstract.
Keywords	5–8 words representing the manuscript should be given as keywords.
Main Text	Qualitative and quantitative studies should contain the following sections: Introduction, Method, Findings, and Discussion. The Methods section must include Sampling/Study Population, Data Collection Tools, and Procedure as sub-sections if an original research method has been used. Literature reviews should elaborate on the problem, analyze the relevant literature, emphasize the gaps and inconsistencies in the literature, and discuss actions toward solving these problems. Other types of studies can allow slight variations in sections, but they should not contain too many details and sub-sections that could distract readers' attention and compromise readability.
References	Both in-text citations and references should comply with the APA guidelines as provided in the Publication Manual of American Psychological Association (APA) (6 th edition).

Tables, Figures, and Appendices

Tables and Figures Tables, figures, pictures, graphics, and similar aspects should be embedded in the text, and not provided as appendices.

For tables and figures, use Times New Roman, font size 9.

Under the Paragraph tab, ensure that the indentation is as follows:

- ❖ before and after: 0
- ❖ spacing: Single

Tables and figures should be left aligned, and the text wrapping feature should be turned off.

Appendices Each appendix should be displayed on a separate page after the references section.

Format for Five Levels of Heading

The heading style consists of five possible formatting arrangements, according to the number of levels of subordination. Each heading level is numbered (see below).

Levels of Heading	Format
1	Centered, Boldface, Uppercase and Lowercase Heading
2	Flush Left, Boldface, Uppercase and Lowercase Heading
3	Indented, boldface, lowercase paragraph heading ending with a period. (In a lowercase paragraph heading, the first letter of the first word is uppercase and the remaining words are lowercase.)
4	Indented, boldface, italicized, lowercase paragraph heading ending with a period.
5	Indented, italicized, lowercase paragraph heading ending with a period.
	More than five levels of headings are not advisable.

Table and Figure Headings

Table and figure numbers should be typed as “Table 1.” or “Figure 1.”

Table and figure headings should be in italics.

Other Guidelines

Emphasis Do not use boldfaced characters in text. Emphasis should be expressed using quotation marks (“”) or italics.

Listing Lists in text should be horizontal and not vertical. Further, the list should use Roman numeral [(i), (ii), and so on], not Arabic (1, 2).

Direct Quotations Direct quotes should be left-indented from the main text and typed in 9-point font. They need not be italicized.