

Erdemli Ticaret

Prof. Dr. Ömer TORLAK

MUŞIAD
akademi
İş ve Yönetim Serisi

Erdemli Ticaret

Genel ahlaki ilkelere uygun davranmak
Erdemli Ticaret için yeterli midir ?

Prof. Dr. Ömer TORLAK

İçindekiler

Takdim / Mahmut ASMALI	
Önsöz / Prof. Dr. Yücel OĞURLU	
Sunuş / Dr. Savaş YILMAZ	
Giriş / Prof. Dr. Ömer TORLAK	
Yasal Düzenlemeler ve Ahlakilik Arasında Erdemli Ticaret	3
Yasalara uygun davranmak erdemli olmak için yeterli midir?	4
Sadece ahlaki ilkelere uygun davranmak erdemli ticaret için yeterli midir?	4
Hem gayri ahlaki hem de yasalara aykırı ticaret olur mu?	5
Ahlaki Değer ve Etik İlkelerin Erdemli Ticaret İçin Anlamı	6
Erdemli Ticaret ve Hayatı Hizalı Yaşamak	8
Farkında olmama veya duyarsızlık	10
Bencilik (egoizm)	11
Eksik veya hatalı değerlendirme	11
Modernizmin Ahlak Öğretisi ve Ticaret	13
Ahlaki değerlerin kökenini dini değerlerden koparma	13
Başarı fetişizmi	14
Çalışma değerlerindeki sapmalar	15
Çalışmanın Değersizleş/tiril/mesi	16
Erdemli Ticaretin Meyveleri	18
İnsanı değerli kılmak	19
Diğerkâmlık ve dayanışma	20
Rekabetçi yaklaşım / Rekabete yaklaşım	20
Eser bırakmak	21
İş Ahlakı Değerlerimiz	22
Adalet	22
Dürüstlük	23
Doğruluk	24
İş Ahlakı ve Adil Rekabet İçin Gereklilikler	26
Bireysel Sorumluluk	26
İş Ahlakı Değerlerinin Güçlendirilmesi	28
Mesleki Örgütlenmelerin Sosyal Etkisi	28
Mesleki Etik İlkelerin Geliştirilmesi ve Uygulanması	29
Yasal Düzenlemeler ve Düzenleyici Otoriteler	30
Meslek Ahlakı	31
Mesleki bilgi ve becerilerin geliştirilmesi sorumluluğu	32
Meslek onurunun korunması sorumluluğu	34
Ahlik Kurumundan Günümüz Meslek Kuruluşlarına Erdemli Ticaret Serencamımız	36
Adil Rekabet İçin Girişimci Özellikleri	38
Güven Toplumu/Risk Toplumu İkileminde Erdemli Ticaretin Rolü	38
Erdem Odaklı Pazarlama Yaklaşımı	39

ISBN: 978-605-71140-5-1
İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayın No: 57

Genel Yayın Yönetmeni

Dr. Cihad TERZIOĞLU

Editör

Dr. Savaş YILMAZ

Yazan

Prof. Dr. Ömer TORLAK

Yayın Koordinatörü

Mustafa Halil AYDIN

Editör

Emir Furkan GÜNDOĞDU

Yapım

MÜSİAD Kurumsal İlişkiler ve İletişim Birimi

EKİM 2022

Baskı / Cilt

MAVİ OFSET BASIM YAYIN TİC. SAN. LTD. ŞTİ.
www.maviofset.com

MÜSİAD Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği

Ataköy 7-8-9-10 Mah. E5 Yanyol Cad.
No.4 Çobançeşme, Bakırköy / İSTANBUL
T: +90 212 395 00 00 - 444 0 893 F: +90 212 395 00 01
www.musiad.org.tr

Copyright © Tüm Hakları Saklıdır.

MÜSİAD'dan izni almalı veya MÜSİAD kaynak gösterilmek suretiyle telif mevzuatı çerçevesinde alıntı yapılabilir.

Takdim

MÜSİAD, 32 yıllık yolculuğunda değerleri doğrultusunda yürüttüğü faaliyetlerini yalnızca bir 'iş adamları derneği' kapsamında sınırlandırmamıştır. Aynı zamanda akademiyle ilişkisini devam ettirmiş, şimdiki ve gelecekteki iş adamlarına rehberlik edecek, onlara yön verecek eserlerin yayımlanmasına zemin hazırlamıştır.

Kuruluşumuzdan bugüne ticaretin ahlaktan, erdemden bigâne olmadığına altını çizdik. Peygamber Efendimiz (s.a.v.)'in bina ettiği Medine Pazarı'nı kendimize rol model aldık. Bu doğrultuda hayata geçirdiğimiz Planlama, Eğitim ve Kültür Komisyonumuzun öncülüğünde ve İstanbul Ticaret Üniversitesi iş birliğiyle hazırlanan İş ve Yönetim Serisi'ni siz değerli muhataplarıyla buluşturmanın gururunu yaşıyoruz.

Dokuz kitaptan müteşekkil olan seri erdemli ticaretten aile şirketi yapılanmasına, ortaklık kültüründen fuar rehberine kadar geniş bir yelpazeyi barındırıyor. Türkiye'yi yepyeni ufuklara taşıyabilme misyonumuz doğrultusunda 'Yüksek Ahlak, Yüksek Teknoloji' ilkesine yatırım yaparken; gelecek nesillere çok daha üretken ve refah bir Türkiye miras bırakabilmeyi hedefliyoruz. Haklı rekabetin geçerli olduğu, dürüst, değerlerimize uygun bir ticari ortamın oluşturulması yönünde çalışmalar yürütüyoruz. Böylece MÜSİAD olarak yola çıktığımız günden beri iş dünyasına katkısı olacağını umduğumuz eserlerimize bir yenisini daha eklemiş bulunuyoruz.

Tüm okurlarımıza doğru, ahlaklı ve erdemli ticarete dair bir güzellik bırakabilmek ümidiyle, keyifli okumalar diliyorum.

Mahmut ASMALI
MÜSİAD Genel Başkanı

Önsöz

Toplumları koruyan, insanları bir arada tutan önemli disiplinlerden birisi de hiç şüphesiz “ahlak”tır ve ahlak felsefesi anlamına gelen “etik” disiplini bu sahayı konu edinir. Ahlakın yok olduğu ya da yozlaştığı bir toplumun bir süre sonra diğer alanlarda da çaresiz kalacağı, nihayetinde ise çökeceği muhakkaktır. Bu sebeple ahlak, aile içi ilişkilerden arkadaşlar arası ilişkilere ve akademiden ticarete kadar her alanda var olması gereken asgari müşterek olması gereken temel bir değer unsurdur.

Ahlak basamaklarından ve gereklerinden bir adım öte aşama olan erdem/fazilet aşamasına ulaşılır ve bu “aşkın” ve itminan noktasında yüksek bir basamağı temsil eder. Gerekli kanuni ve ahlaki ölçüleri bir pusula olarak gördükten sonra, insanların bunun ötesine geçerek diğerlerinin zarar görmesini engellemesi veya diğerlerinin faydasını düşünmesi “erdem” aşamalarındandır.

Türkiye’de ister kamu isterse özel sektör alanında olsun geleneksel ve tarihi uygulama, alışkanlık ve teamüller ortadan kalkarken onların yerine aynı hızla yenileri gelmiyor. Bunların yerini tutmak üzere düşünülen modern kavram ve kurumların kopyalanmasıyla oluşturulan yeni meslek ve esnaf yapılanmalarının sosyo-ekonomik yapı içinde yer tutmaları uzun zaman almıştır ve bugün anayasal meşru yapılara dönüşmüşlerdir.

Çağdaş kavram ve kurumların birçok ilke, kurum ve değeri aslında kültürel kod ve köklerimizde olanlarla birçok konuda çalışmıyor ve zorunlu bir çatışma alanı da bulunmuyor. Bununla birlikte, ne çağdaş olandan ne de kültürel kök ve değerlerimizden gelen birikimden yararlanılmaması halinde, tam manasıyla sistemsiz, değerler yerine basit çıkarların öncelendiği, ilkesiz ve hastalıklı yapılar ortaya çıkıyor. Bitmeyecek bir iyileştirme süreci olarak düşünülmesi gereken islah ve reform alanları, ulaşılmak istenen meslek disiplini, kalite kontrolü, iş ahlakı ve denetim yanında hak ve hukukun gözetildiği, adil ve gönüllü bir çalışma atmosferinin sağlandığı bir ortamın oluşturulması için halen çalışılıyor.

Türkiye’de ticaret başta olmak üzere her alanda beyin ve işgücü potansiyelini ahlaki ve erdemli ilkeler çerçevesinde harekete geçirecek bir model rahatlıkla oluşturulabilir. Türkiye’nin bunca yetişmiş taciri, işletmecisi, hukukçusu; kamu yöneticisi, ahilik üzerine çalışan akademisyen ve gönüllüleri doğru bir model üzerinden özgün yapılar önerebilirler.

İstanbul Ticaret Üniversitesi akademisyenlerinden, İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ömer Torlak da bu gerçekten hareketle ticaret alanında neler yapılabileceğini, ahlak ve erdemlin ticarete nasıl hâkim kılınabileceğini elinizdeki “Erdemli Ticaret” kitabında dile getiriyor. Bu vesileyle İş ve Yönetim Kitapları serisini yayına hazırlayan MÜSİAD Akademisi’nin değerli yöneticilerini ve serinin ilk kitabını yazan akademisyenimiz Prof. Dr. Ömer Torlak’ı tebrik ediyor, kitap serisinin hayırlı olmasını diliyorum.

Prof. Dr. Yücel OĞURLU

İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektörü

Sunuş

Yüksek Ahlak, Yüksek Teknoloji sloganıyla 32 yıldır üyelerimizle beraber ülkemizin ekonomik ve sosyal alanda kalkınması için çalışıyoruz. Bir toplumu ayakta tutan en önemli dinamiklerden biri ahlaktır. Ekonomik gelişmenin önemli göstergesi ticaret ve sosyal kalkınmanın temel taşı ahlak beraberce yürüdüğü toplumlar sürdürülebilir bir kalkınmayı başarabilmiştir.

Hız. Peygamber Efendimiz (s.a.v.)'in hicret sonrasında yeni bir toplumu inşa ederken attığı ilk adımlardan birinin ahlak ve erdem üzerine Medine Pazarı'nı kurmak yani ahlaklı, erdemli ticareti inşa etmek olduğunu görürüz.

MÜSİAD Akademi olarak başlattığımız "İş ve Yönetim" serisinin ilk kitabı olan "Erdemli Ticaret" İstanbul Ticaret Üniversitesi işbirliği ile İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ömer Torlak tarafından kaleme alındı. Kılavuz niteliğinde bir başucu kitap olacak eserle; erdemli ticaret kavramının teorik ve pratik olarak anlayarak içselleştirmemize, MÜSİAD üyelerinin ticaret ve iş yapma kültürüne katkı sağlayacağını inanıyoruz.

Literatüre katkı sağlayacağını umduğumuz "İş ve Yönetim" serisinin hayata geçiş aşamasında başta MÜSİAD Genel Başkanımız Mahmut Asmalı olmak üzere Yönetim Kurulu üyelerimize, bu çalışmanın hazırlanmasında emek veren Genel Sekreterliğimize ve çalışanlarına teşekkür ederiz. Son olarak bu serinin hazırlanmasında İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin kıymetli yöneticilerine ve eserin müellifi Prof. Dr. Ömer Torlak'a da şükranlarımızı sunarız.

Dr. Savaş YILMAZ

MÜSİAD Planlama, Eğitim ve
Kültür Komisyonu Başkanı

Giriş

İnsanlık tarihini değiş-tokuş yani mübadelenin tarihi olarak ifade etmek, kimsenin itiraz etmeyeceği bir değerlendirme olur sanırım. Hayatı sürdürülebilmesinin yolu başkalarıyla ticaret yapılmasını gerektiriyor ve bu bağlamda insanın alıcı ya da satıcı olarak ticaret hayatının parçası olması da kaçınılmaz. Değerli olan herhangi bir ürün ya da hizmeti üreten, geliştiren, pazara sunan ve elde etmek isteyen konumunda olabilen insanın, ticaretin farklı yönleri bakımından aktörü olması da bilinen bir gerçeklik. Diğer bir deyişle satıcı olan insan, aynı zamanda kendi ihtiyaçlarını temin bakımından alıcı konumunda da olmak durumunda. Ve aynı insanın yaratılış özelliğinde daha fazlasına sahip olma, daha çok kazanma ve üstün gelme hırsı da var.

Tüm bu özelliklerle birlikte ele alındığında ticaret hayatı ve ticaret ilişkilerinin insanın insafına bırakılması, adil olmayan bir ticaret ilişkisini dengeleyebilmek bakımından da beklenmemelidir. Zira, ticaret ilişkisinin aktörü olan her bireyin aynı bilgiye ve pazarlık gücüne sahip olmadığı gerçeğini biliyoruz. Elbette toplum hayatını düzenleyen kurallar, hukuk normları, toplumun örf adet ve gelenekleri, hayatın tüm alanlarında olduğu gibi ticaret hayatındaki ilişkilerde adaleti tesis bakımından önemli ve değerlidir. Ancak bunların ötesinde insanın vicdanını harekete geçirecek ve kimsenin farkına varmadığı durumlarda da onun hakkaniyetli davranmasına yön verecek olan ahlaki değerlere sahip olması çok daha önemlidir. İşte bu yüzden insanlık tarihi iyi ile kötü, doğru ile yanlışın tarihi olarak, ahlaki değerlerin her daim konuşulduğu bir tarih olarak da okunabilir.

Ticaret ahlakı, iş ahlakı, erdemli ticaret ve benzeri farklı terimlerle günlük hayatta sıklıkla konuştuğumuz, çok sayıda esere konu olmuş hacimli çalışma, konuya dikkat çekme ve farkındalık oluşturma bakımından değerlidir şüphesiz. Bu kısa çalışmanın iddiası ise okuyucuyu ya da diğer bir ifadeyle ticaretin parçası olan siz kıymetli aktörleri hayatın içinden örneklerle yüzleştirmek suretiyle günlük iş yoğunluğu içinde bazen farkında olmadan bazen de önemsemeden unuttuğunuz hususlara ilişkin zindelik sağlayabilecek sorgulamalarla sizleri baş başa bırakmaktır.

Kısa sürede ve kolay okunabilir bu eserin hatırlamaya vesile olması, ticaret ahlakına ilişkin farkındalık ve hassasiyetleri artırması oranında amacına ulaşacağı muhakkak. Erdemli ticaretin yaygınlaşmasına karınca kararınca katkı sağlaması ve faydalı olması ümidiyle..

Prof. Dr. Ömer TORLAK

“Kaldı ki, yasal düzenlemelerin güncel olması, yaptırımın kuvvetle uygulanması ve ahlaki ilkelere ilişkin algının da güçlü olmasına rağmen iş hayatında erdemli ticarete aykırı eylemlerin ortadan kalkması da beklenemez, beklenmemelidir.”

Yasal Düzenlemeler ve Ahlakilik Arasında Erdemli Ticaret

Bir arada yaşama durumunda olan insanlık ailesi hem kendisinin zarar görmeyeceği hem de başkasına zarar verilmeyecek şekilde toplumsal hayatı kurgulama çabasını insanlık tarihi boyunca sürdürme çabasinda olmuştur. İş dünyası da paylaşım içinde rekabeti gerçekleştirebilme becerisini geliştirme bakımından günlük hayatın önemli bir kısmını kapsamaktadır. Çalışmak, kazanmak, daha iyisine sahip olmak ve yeri geldiğinde paylaşmak gibi nitelikleri ile iş hayatında her konumdaki insanın karar ve eylemlerinin tamamının ideal beklentileri karşılması düşünülemez. Tam bu noktada erdemli ticaretin sağlanabilmesine katkı bakımından insanlık tecrübesi ahlaki değerler ile yasal düzenlemelerden katkı alarak yoluna devam etmektedir.

Her yaşanan tecrübenin bu ilke ve düzenlemelerin gözden geçirilmesine olan ihtiyacı artırması yanında gelişen teknoloji, yeni iş modelleri ve meslekler bağlamında da yeni yasal düzenlemelere olan ihtiyaç da kendini hissettirmektedir. Ahlaki değerlerin zaman içinde göreceli hale gelebilmesi, yozlaşması ve göz ardı edilmesi gibi sebepler de dikkate alındığında ahlaki ilkelerin algılanmasının zaman içinde değiştiğine tanık olunmaktadır. Bizatihi güçlü ahlaki değerlere sahip olduğu iddiası birey, grup, örgüt ve toplum düzeyinde iş ve ilişkilerin adalet, doğruluk ve dürüstlük ilkelerine göre sürdürüldüğü anlamına gelmemektedir. Kaldı ki, yasal düzenlemelerin güncel olması, yaptırımın kuvvetle uygulanması ve ahlaki ilkelere ilişkin algının da güçlü olmasına rağmen iş hayatında erdemli ticarete aykırı eylemlerin ortadan kalkması da beklenemez, beklenmemelidir. Zira, insan az ya da çok doğasında var olan daha fazla kazanma, daha fazlasına sahip olma hırsına yenik düşebilmektedir.

İşte bu kısımda yasal düzenlemeler ve ahlaki ilkelerin bizatihi var olmasının erdemli ticaret için yeterli olmayacağına vurgu yapılmaktadır. Önemli olan bu ilke, değer ve düzenlemelerin gerçek hayattaki karşılıklarıdır. Aşağıda bu hususlara ilişkin bazı örnekler üzerinden farklı sektör, konu ve eylemler için okuyucunun kendisini, yaptıkları ya da yapmadıklarını gözden geçirme imkanı sunulmaktadır.

Yasalara Uygun Davranmak Erdemli Olmak İçin Yeterli Midir?

Yasal açıdan herhangi bir engel olmayan bir girdiyi üretimde kullanıyorsunuz. Üretim müdürünüz ya da imalat şefiniz bu girdinin ürünü kullananlara çözüm yoluyla zarar verebileceğine ilişkin haberler okuduğunu, biraz daha araştırma yaptığında bazı bilimsel çalışmalarda da buna ilişkin olumsuzluklar olabileceği bilgisine ulaştığını sizinle paylaşmış olsun. Kendisine alternatif ne yapabileceğinizi sordunuz. O da size yaklaşık on gün sonra hazırladığı raporda, bu girdinin

alternatifi olan girdiyi kullanmanız durumunda ürettiğiniz ürünün maliyetinde bir miktar artış olacağını, aynı fiyattan satışa devam etmeniz halinde birim başına %25 daha az kar elde edeceğinizi söylemiş olsun.

Yoğun rekabet ortamında siparişleri karşılayabilme çabası yanında rakiplerin fiyatlarıyla baş etmeye çalışıyorsunuz. Çok sayıda aynı işi yapabilecek çalışanın işsiz olduğunu biliyorsunuz. Fazla mesai ücretini tam ödemeniz halinde rakiplerle fiyat rekabetinde zorlanacak ve karınızdan taviz vereceksiniz ya da her fazla mesai için dörtte bir ücreti keserek çalışanlarınızın işe devamını teklif edeceksiniz. Çok sayıda işsize karşın çalışanlarınızın kendi fazla çalışma saatlerinin bir kısmından taviz vereceğini tahmin edebiliyorsunuz ve kağıt üzerinde tam mesai ücretlerini aldıklarını beyan etmeye de hazırlar.

Çek mevzuatında yapılan bir düzenlemeden yararlanarak çeklerinizin bir kısmını ödeme durumunuz uygun olmasına rağmen kambiyo kazancınızı artırmak amacıyla erteliyorsunuz.

Bu örnekleri iş hayatının hemen her alanı için fazlasıyla çoğaltabiliriz. Yasal açıdan sizi kısıtlayan bir durum olmamakla birlikte, örneklerde yer alan karar ve eylemleri vicdanen nasıl değerlendirirsiniz? Benzer uygulamalara muhatap olan siz olsanız ne düşünürsünüz? Ayakta kalabilmek, rekabet edebilmek için bu ve benzer örnekler masum kabul edilebilir mi? Ben yapmazsam müşteri ve pazar kaybederim, herkes yapıyorsa benim yapmam da meşrudur anlayışına sığınmak ne kadar doğrudur? Özetle, ahlaken vicdanımızı örseleyecek karar ve eylemlerin yasal açıdan mahsur teşkil etmemesi erdemli ticaret açısından nereye oturur?

Sadece Ahlaki İlkelere Uygun Davranmak Erdemli Ticaret İçin Yeterli Midir?

Çalışanlarınızın ödemelerini ahlaki değerlerinizi gözeterek ve zamanında ödeme ilkesini hassas bir şekilde uyguluyorsunuz. Sektörün ücret politikasını esas alıyorsunuz ve yasal açıdan da bu uygulamanın uygun olduğu biliyorsunuz. Mevcut ücretlerle çalışanların hayat standardının oldukça düşük olacağını, buna karşılık ücretleri artırdığınızda rakip ürün fiyatlarıyla rekabet etmede zorlanacağınızın farkındasınız. Ahlaken ve yasal olarak problem olmayan bu ücreti alan çalışanların geçim derdinin artık onların sorunu olduğunu düşünüyorsunuz.

Tedarikçinize ödemelerinizi söz verdiğiniz tarihlerde yapıyorsunuz. Onun en büyük müşterisi olarak alımlarınızı sözleşme kapsamında belirlenmiş şartlarda yapmaya devam ediyorsunuz. Süreci içinde gelişen piyasa şartlarına bağlı olarak tedarikçinizden alım fiyatının onun maliyetlerini karşılamayacak düzeye erişmiş olması halinde sözleşme şartlarına uygun davrandığınızı, ödemelerinizi zamanında yaptığınızı ve dolayısıyla bunun ötesinde varsa bir problem şayet, onu tedarikçinizin çözmesi gerektiğini düşünüyorsunuz.

Bu örnekleri de artırmak mümkün. Ahlaken ve ticari olarak verdiğiniz sözleri tutmanıza karşılık, ticari basiretsizlik sebebiyle oluşmayan, kişinin gayretine rağmen aşılamayan durumlarda başkaca bir sorumluluğunuz olduğunu düşünmeden işlerinize devam eder misiniz? Erdemli ticareti ahlaki sorumluluklarınızı yerine getirmekle sınırlı mı görürsünüz?

Hem Gayri Ahlaki Hem De Yasalara Aykırı Ticaret Olur Mu?

Pazara sunduğunuz şeker ürün içeriğinin gıda kodeksine uygun olmadığını farkındasınız. Ancak bu durumun ilgili mercilerin yapacağı tahlillerde ortaya çıkmayacağı bilgisine sahipsiniz. Bu halyle ürünün diyabetik açıdan kullanıcılarda problem oluşturma ihtimalinin yüksek olacağını da biliyor ve daha fazla kar elde edebilmek için şeker ürününü pazara sunmaya devam ediyorsunuz.

Tedarikçilerinize verdiğiniz çekleri vadesinde ödemeyeceksiniz. Onların en önemli alıcısı olarak sizden vaz geçemeyeceklerinin farkındasınız. Çeklerin vadesi gelmeden iki üç gün önce kendilerini arayıp çekleri getirmesini, şayet kullandılar ise geri almalarını istiyor ve nakit akışınızdaki sıkıntıları bahane ederek kendilerine 30 gün sonrasına ait çekleri veriyorsunuz.

Üretim kapasiteniz bakımından talep edilen ürün miktarının %70'ten fazlasını siz üretebiliyorsunuz. Sözleşmelerinizde yazmamasına rağmen, bayilerinizden dilediğinize daha fazla ürün verirken dilediğinize keyfe bağlı olarak ürün vermiyorsunuz. Ürün vermediğiniz ya da az miktarda verdiğiniz bayilerinize şikayetçi olmaları halinde bayilik sözleşmelerini bir şekilde fesihle sonuçlandıracağınızı sözlü olarak iletirsiniz. Onlar da diğer ürünler bağlamında da satışları bakımından size bağımlı oldukları için seslerini çıkarmadan faaliyetlerine devam ediyorlar.

Bu örnekleri fazlasıyla artırmak ve çeşitlendirmek tabii ki mümkün. Hem yasal hem de ahlaki olmayan bu ve benzeri durumların piyasalarda varlığını sürdürebiliyor olmasını nasıl açıklayabilirsiniz? Karar ve eylemlerinizi dikkate aldığınızda kendinizi nasıl konumlandırabilirsiniz?

Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere, yasal düzenlemelerin güncellenmesinin önemli ve uygulamada çifte standart oluşturmadan uygulanmasının yaptırım gücünü artıracığında şüphe yoktur. Ancak yine örnekler bize göstermektedir ki, insanın kontrol edemediği hırsına zaman zaman yenik düşmesi sebebiyle iş ahlakı problemlerinin insanlık tarihi boyunca devam edeceği de açıktır. Erdemli olmanın ahlaklı olmak ve yasalara uyum davranmakla olan ilişkisi ve önemi Şekil 1'deki gibi gösterilebilir.

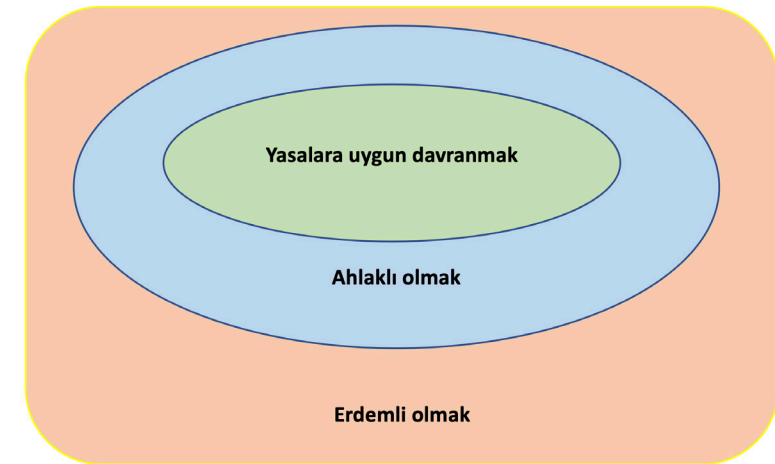
İnsanın unutmaya özelliği dikkate alındığında erdemli ticaret için ahlaki değerlerin hatırlatılması ve iş dünyasındaki disiplini sağlama bakımından etik ilkelerin yazılı hale getirilmesinin erdemli ticarete katkısının olacağını da göz ardı edemeyiz. Bu yüzden bu kısımda kısaca ahlaki değerler ile etik ilkelerin erdemli ticaret için önemini kısaca vurgulamakta yarar görmekteyiz.

“Ahlaki değerlerin göz ardı edildiği, yozlaştığı ve yok sayıldığı bir ortamda erdemli ticaretin sadece yasal düzenlemelerin, deyim yerindeyse, insafına bırakılması ne denli uygun olacaktır?”

Ahlaki Değer ve Etik İlkelerin Erdemli Ticaret İçin Anlamı

Ahlaki değerler doğumdan itibaren öğrenme yoluyla kazandığımız ve sonrasında eğitim, iş dünyası, sosyal çevrede yer aldığımız, mensubu olduğumuz ya da aidiyet duyduğumuz kurumsal yapılardan kültürel aktarımla edindiğimiz birikimlerden oluşur. Tabii ki din ve inancımıza ait değerler de ahlaki değerlerimizin temel yapı taşlarıdır. Akıl ve irademizle bu değerleri uygular ya da uygulamaktan kaçınırız. Dolayısıyla akli melekelerini kullanabilen ve özgür irade sahibi her bireyden içinde bulunduğu grup, örgüt ya da toplum içinde kabul görmüş ahlaki değerlere uygun davranması beklenir.

Yasal düzenlemelerin gerçekleşen eylemler ve sonuçlarını izleyerek geliştirilmiş olduğu gerçeği dikkate alındığında ahlaki değerlerin hayatın bütünü için olduğu gibi iş hayatı için de yasal düzenlemelerin henüz yeterli olmadığı durumlarda insanın vicdanını harekete geçireceği umulan ahlaki değerlerin önemli bir güvence olduğu söylenebilir. Ahlaki değerlerin göz ardı edildiği, yozlaştığı ve yok sayıldığı bir ortamda erdemli ticaretin sadece yasal düzenlemelerin, deyim yerindeyse, insafına bırakılması ne denli uygun olacaktır?



Şekil 1. Yasal, Ahlaki ve Erdemli Davranış İlişkisi

Ahlaki değerlerde ortaya çıkan algı problemleri ve bunun beraberinde getirdiği zafiyetler, inanç değerlerinin nispi zayıflamasına bağlı olarak ortaya çıkan ahlaki değer problemleri ve nihayet hızla dönüşen iş dünyasında yeni iş modelleri kapsamında oluşan yasal düzenleme boşluklarını kısmen de olsa kapatmaya yönelik olarak yaşanmış tecrübeleri de dikkate alan etik ilkelerin iş dünyasında ve farklı meslek ve sektörler için geliştirilme çabaları da aslında erdemli ticarete duyulan ihtiyacın göstergesi olarak kabul edilebilir.

Aile, okul ve sosyal çevrede ahlaki değerlerin çok fazla önemsenmediği ya da gündemde olmadığı bir ortamda yetişmiş olduğunuzu düşünün. Veya hayatın oldukça hızlı akan dinamikliği içinde, rekabete karşı durabilmek, kendinizi öne çıkarabilmek ve daha fazla kazanabilmek adına ahlaki değerlerin neredeyse gündemde olmadığı ortamları çık fazla yaşadığınızı varsayın. Ama biliyorsunuz ki, sizin mesleğiniz ya da sektörünüz için meslek örgütü ya da odanın belirlemiş olduğu ve kendi içinde yaptırım gücü de olan etik ilkeler var. Bu durumda bir karar alır ya da eylemde bulunurken her ne kadar ahlaki değerler sanki çoğunluğun gündeminden düşmüş gözükse bile bir yandan vicdanın hala devrede olması öte yandan ise etik ilkelerin varlığı sizi az ya da çok karar ve eylemlerinizde yönlendirici olmaya devam edecektir. Bazen meslektaşlarınız arasında utanma duygusu, bazen vicdanınızın sesi devreye girebilecektir. Etik ilkelerin uygulama ve yaptırım gücü arttıkça, bahsettiğimiz vicdan sesi ya da meslektaşlardan utanma duygusunun ötesinde bir etkinin ortaya çıkacağı da açıktır. Özetle, etik ilkelerin varlığı ve yaptırım gücünün artmasına bağlı olarak ahlaki değerleri hatırlama ve vicdanların da daha fazla devreye girmesi muhtemeldir.

Daha sonra üzerinde duracağımız meslek ahlakı bakımından da günümüz iş hayatında etik ilkelerin gücünün arttığını, her meslek grubu ve her sektör için erdemli ticarete katkı sağlayacak etik ilkelerin yazılı hale getirilmesi ve uygulanmasının öneminin geliştiğini burada ifade etmek yerinde olacaktır.

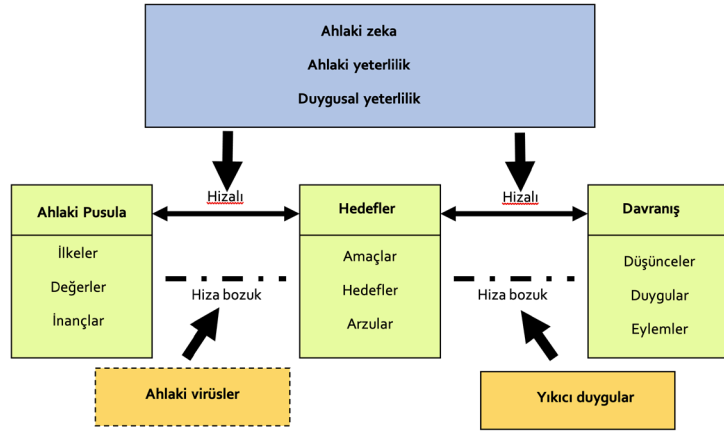
Erdemli Ticaret ve Hayatı Hizalı Yaşamak

Erdemli ticaretin aslında hayatı hizalı yaşamak olduğunu ifade etmekte fayda vardır. Ahlaki değerlerin rehberliğinde etik ilkeleri pusula edinebilen girişimci, yönetici ve çalışanların hayatı hizalı yaşama konusunda iyi bir başlangıç yapmaları mümkündür.

Sorumlu olduğu işleri yapmak durumunda olan bir çalışanın herhangi biri tarafından gözlemlenmesine ihtiyacı olmaksızın, kendisine verilen işi yapmasının onun işletmesiyle yaptığı sözleşmenin gereği olarak algılaması, dürüstçe işini yapması, doğruluk ve adalet değerlerinden ayrılmaması, elde edeceği geliri hak etme çabası içinde olması ve ortaya çıkan her gelişmeden sorumlu yöneticisini haberdar etmesi, ahlaki değerlerini rehber edindiğini gösterir. Bunun yanında işletme içindeki prosedürlere uygun hareket etmesi, iş güvenliği ve iş süreçleri bakımından talimatları önemsiz görmemesi ve örneğin müşteriden gelen bir geri bildirim kendi değerlendirmesine bırakmayıp belirlenen etik kurallar çerçevesinde müşteri geri bildirimini kayıt altına alıp, belirtilen süre ve süreç çerçevesinde iletmesi gereken mercilere iletmesi ise, etik ilkeler pusulasına uyduğunun işaretidir. Bu çerçevede hayatı hizalı yaşamının iki önemli ögesini kullanan bu çalışanın kolay kolay iş ahlakına aykırı davranması düşünülemez.

Denebilir ki, ya her çalışan bu şekilde davranmazsa ne olur? Öncelikle hayatı hizalı yaşamayı prensip edinen çalışanların çalışma arkadaşlarından olumsuz etkilenmeleri tabii ki mümkündür. Ancak öte yandan hayatı hizalı yaşama noktasında ahlaki değer ve etik ilkeleri kendisine rehber edinen bir çalışanın çalışma arkadaşlarına olumlu örneklik yapma potansiyelinin daha fazla olduğunu ifade edebiliriz. Zira ahlaki değerlerinden taviz vermemesi yanında etik ilkelerin uygulanması noktasında yönetimin göstereceği dirayetli duruş, bu noktada en önemli destekler olacaktır. Yapılan işin sonucunu denetleyen asıl olarak müşteri olduğu ve müşteriden gelecek olumsuz tepkilere hemen hiçbir işletmenin kayıtsız kalamayacağını düşündüğümüzde, ahlaki değer ve etik ilkeler rehberliğinde hayatı hizalı yaşama pratiklerinin erdemli ticaretin zeminini sağlamlaştıracağı söylenebilir.

Hayatı hizalı yaşama ve önündeki engeller Şekil 2'deki gibi görselleştirilebilir.



Şekil 2. Hayatı Hizalı Yaşamak ve Hizayı Bozan Engeller
(Kaynak: Doug L. ve F. Kiel, (2005), Etik Zeka, İstanbul: Soyak Yayınları)

Bir sektör ya da pazarda birbirine rakip olan işletmeleri düşündüğümüzde de müşterinin asıl denetleyici konumunda olduğu her durumda rakiplerin de hayatı hizalı yaşamak suretiyle erdemli ticareti önemsemek durumunda kalacaklarını ifade edebiliriz. Daha önce ifade ettiğimiz, daha fazla kazanma hırslarının erdemli ticareti olumsuz etkileyebileceği gerçeğini unutmuş değiliz tabii ki. Ancak ahlaki değerler ile etik ilkelerin sektörlerde ve piyasalarda daha fazla kabul görmesi ve müşterilerin erdemli ticaret gerçekleştiren marka ve işletmelere daha fazla itibar etmesinin bir sonucu olarak, birbirleri ile rekabet eden işletmelerin de iş ahlakına uygun davranma eğilimleri artacaktır.

Bu olumlu yaklaşıma rağmen, geçmiş, bugün ve gelecekte erdemli ticarete aykırı davranışların son bulmayacağı da bir gerçektir. Burada cevabı aranması gereken: “erdemli ticaret ve/veya iş ahlakına uygun olmayan davranışlara yol açan temel sebepler nelerdir?” sorusudur. Bir diğer açıdan soru şu şekilde de sorulabilir: “hayatı hizalı yaşamamanın önündeki en önemli engeller nelerdir?”. Birinci sorunun cevabını biraz daha detaylı olarak ele almanın uygun olacağını ifade ederken, ikinci sorunun cevabına ise kısaca değinmekte fayda vardır.

Girişimci, yönetici ya da çalışan ve hatta tedarikçi ya da müşteri pozisyonunda hemen her bireyin hayatı hizalı yaşamasına engel iki temel husustan söz edilebilir. Bunlar insan olmanın doğal bir sonucu olarak yıkıcı duygular olarak da ifade edilebilecek olan; kontrol edilemeyen hırs, aşırı

kıskançlık ile nefret duygularıdır. Daha fazla kazanma, hızla terfi etme, rakipleri ne pahasına olursa olsun geçme gibi kontrol edilemeyen hırsların insanın gözünü kör etmesi sonucunda ahlaki değerler ve yazılı olsun olmasın etik ilkelerden rahatlıkla uzaklaşmasına sebep olması kuvvetle muhtemeldir. Onda var bende de olmalı, ben ondan önce başarmalıyım, benim ondan neyim eksik gibi insanı içerden besleyen aşırı kıskançlık duyguları da hayatı hizalı yaşamaktan uzaklaşmasına ve erdemli ticareti göz ardı etmesine yol açması kaçınılmaz hale gelebilir. Ve nihayet nefret duyguları da insana iş ahlakına uygun olmayan her türlü karar ve uygulamayı yaptırabilir.

Erdemli ticaret ya da iş ahlakına aykırı davranışa yol açan sebepleri üç başlıkta değerlendirebiliriz; (i) farkında olmama veya duyarsızlık, (ii) bencillik (egoizm) ve (iii) eksik veya hatalı değerlendirme.

Farkında Olmama veya Duyarsızlık

Varsayalım ki, satış elemanı olarak hem öğrenim hayatında hem de iş hayatınızda satışı sonuçlandırabilmeniz için ürünle ya da ürün teslimi veya kullanımına ilişkin bazı bilgilerin müşteriye tam ve doğru olarak verilmesi konusunun fazla önemsenmediği tecrübesi ile yetiştiniz. Uygulamada da bu tür konulara ilişkin neredeyse piyasada bu konulara hiç önem verilmediği, üzerinde durulmadığını gördünüz. Siz de yıllardır bu şekilde satış çabalarınıza devam etmektesiniz.

Bu durumda muhtemelen yaptığının doğru, ahlaki ve erdemli olduğunu düşünebilirsiniz. Zaten herkes bu şekilde davrandığı için, muhtemel bir olumsuzluk yaşanır da bunun müşteri geri bildirim olarak işleme alındığını gözlemliyorsunuz. Gerek sektörde ve gerekse işletmenizdeki çalışma arkadaşlarınızın da böyle davranmakta olduğunu biliyorsunuz. Dolayısıyla bu farkında olmama hali iş ahlakına uygun olmayan karar ve eylemleri tetikleyebilir. Öte yandan bu ve buna benzer hususlarda bazı farkındalıklarınız olsa da nasıl olsa müşteriden itiraz gelmiyor, aksi halde primim düşer vb. gibi gerekçelerle farkında olduğunuz bazı hususlarda duyarsız davranıyorsanız, bu durumda da duyarsızlık sonucu iş ahlakından uzaklaşan eylemlerinizi söyleyebiliriz.

Fabrikanızda makine seslerinin çalışanların işitme duyuları üzerinde zaman içinde hasar verebileceği bilgisine sahip bir girişimci ya da yönetici olduğunuzu düşünün. Aradan geçen sürede bu hususu göz ardı etmeniz, kısa sürede herhangi bir çalışanınızdan şikayet gelmemesi, konuya ilişkin farkındalığınızı azaltabilir. Gelen bazı ufak tefek şikayetlere karşılık gürültüyü azaltıcı önlemler için yapılacak harcamaları maliyet artışı olarak görüp rakip markalarla rekabette geri kalacağınız ve kar kaybı kaygısı ile duyarsızlığınız artabilir. Bu ve benzeri çok sayıda örnekten anlaşılacağı gibi farkında olmama ya da duyarsızlık, iş ahlakı ya da erdemli ticaretin önünde önemli bir engel olabilir.

Bencilik (Egoizm)

Birlikte çalıştığınız arkadaşınızın boşalan yöneticilik pozisyonu için daha uygun olduğunun farkındasınız.

Rakip markalı oyuncak ürününde çocuklara sindirim yoluyla zarar vermeyecek malzeme kullanıldığı ve buna karşılık sizin oyuncaklarınızda az da olsa böyle bir riskin olduğunu biliyorsunuz.

Tedarik ettiğiniz parçalar bakımından müşterilerinizin sizden satın almak zorunda olduğunun bilincindedesiniz.

Haftalık ödemeyi almaya gelen tedarikçinizin elemanına ödeme gücünüz olmasına rağmen ödeme yapmadığınızda, size ürün vermeyi kesmeyeceğinin farkındasınız.

Örnekleri çoğaltabiliriz. Benzer çok sayıdaki örnekte ağır basan hususun bencilce bir yaklaşım olduğunu anlayabiliyoruz. Hakim gücün etkisinde ya da bazı ayak oyunlarıyla kendinize menfaat oluşturacak durumları kendi lehinize kullanma yönündeki hemen her çabanın egoistçe bir tutum içerdiği açık.

İşte bu ve benzeri örneklerden anlaşılabilceği gibi erdemli ticareti engelleyebilecek sebeplerden birisi de bencilce davranış eğilimidir.

Eksik veya Hatalı Değerlendirme

Yanlılık hayatın her alanında insanın karşılaşabileceği ve kendisinin de düşebileceği hatalı bir durumdur. İki çalışanınızı değerlendirirken, iki müşteriniz arasında tercihte bulunurken ve bir karar ya da uygulama öncesinde tam bilgi ile hareket etmek zaman zaman ve hatta çoğu zaman mümkün olmayabilir. İşte bu eksik ve hatalı bilgi ya da değerlendirmelerin de beraberinde iş ahlakına uygun olmayan karar ve eylemlere yol açması söz konusu olabilir.

İki kasiyerinizden birinin diğer kasiyerle yaşadığı bir problemi size aktardığını düşünün. Şayet bu aktarımda yanlılık olabileceğini düşünemez, bu bilgiyi size aktaran kasiyeri daha fazla kendinize yakın bulmanız veya diğer kasiyere daha önceki bir olaydan dolayı çok fazla olumlu bakmamanız gibi çok sayıda sebeple, sadece tek taraflı bilgilenme ile bir karar veya eyleme geçmeniz halinde eksik veya hatalı değerlendirme sonucunda iş ahlakına uygun olmayan bir sonuç üretebilirsiniz.

Bir satış bölgesinde kendinize daha yakın olan bir satış elemanının satış yöneticisine ilişkin size aktardıklarından hareketle bir eylem ya da karar almanı durumu da benzer şekilde eksik ve hatalı değerlendirme yapmanıza yol açar. Yine piyasadaki bir müşteri ya da tedarikçi ile ilgili bazı

söylentileri dikkate alarak ve başkaca bir bilgiye ulaşma çabası göstermeksizin, onları portföyünüzden çıkarmanız da eksik ve hatalı değerlendirmenin sonucunda erdemli ticaret ya da iş ahlakına aykırı hareket etmenize sebep olabilir.

Bu çalışmanın başlarında belirtmiş olduğumuz gibi, ahlaki değerler ve hukuk normlarının yetersiz olması ve birbiri ile çelişmesi yanında uygulamada anlamlı karşılıklarının olmaması gibi sebeplerle, iş hayatında erdemli ticaretten uzaklaşmış olabilir. Diğer bir ifade ile yine daha önce ifade etmeye çalıştığımız üzere, ahlaki değerler ile etik ilkelerin rehberlik ve pusula özellikleri zayıflamış ya da göz ardı edilmiş olabilir. Tam bu noktada aslında tüm bunların daha derininde yatan bazı sebepler üzerinde kısaca durmak istiyoruz. Çünkü, iş ahlakı ve erdemli ticareti sekteye uğratan önemli bir konunun gündeme getirilmesinin doğru olacağı kanaatindeyiz. Modernizmin hayatı kolaylaştırıcı olumlu katkıları yanında erdemli ticaret ve iş ahlakı değerlerini zayıflatan bazı olumsuz çıktılara değineceğiz. Modernizmin bizatihi kendisinin insanlığa ve dolayısıyla iş dünyasına sunmuş olduğu bir ahlaki öğretiden söz etmek mümkündür. Burada bu öğreti bağlamında erdemli ticaretten uzaklaşmamıza ve iş ahlakına ilişkin değerleri sıklıkla göz ardı etmemize yol açan belli başlı unsurlara değinmek istiyoruz.

“Maliyetlerin azaltılması, etkinliğin artırılması adına verimli çalışabilmek için ahlaki değerlerin göreceliliğine ihtiyaç duyan modern anlayışın önünde ahlaki değerleri dini değerlerden koparma seçeneğinden başka yapacağı çok fazla bir şey yoktu.”

Modernizmin Ahlak Öğretisi ve Ticaret

Toplumsal hayatta ahlaki değerlerin zafiyete uğraması ve özel olarak da iş dünyasında erdemli ticaret ya da iş ahlakından uzaklaşan uygulamalar sebebiyle, kötünün örnek alınması ağır basmaktadır. Bu noktaya gelirken göz ardı etmememiz gereken önemli hususlardan birisi, hiç şüphesiz, modernizmin baskın karakteri ile zihinlerimize yerleşmiş olan ahlaki değerlerin dini değerlerden bağımsız ve günün ihtiyacına göre uyarlanması gerektiği fikridir. Hayatın hemen her alanında olduğu gibi iş ortamında da verimliliği odağına alan yönetim sanatı, ne pahasına olursa olsun başarıyı hedefleyen bir anlayışı zihinlerimize nakşetmiştir. Maliyetlerin azaltılması, etkinliğin artırılması adına verimli çalışabilmek için ahlaki değerlerin göreceliliğine ihtiyaç duyan modern anlayışın önünde ahlaki değerleri dini değerlerden koparma seçeneğinden başka yapacağı çok fazla bir şey yoktu. Ancak bu şekilde sonuca ve sonucun başarılı olmasına odaklanmanın sağlanabileceği biliniyordu. 1500’lü yıllarda Machiavelli’nin ortaya koymuş olduğu “sonuca giden her yol mubahtır” anlayışının bile bağlamından koparılarak, kısa vadeli başarıya odaklı zihin dünyasının üretildiğine tanıklık ettiğimiz modern toplumlarda iş ahlakı ve erdemli ticaretin önünde çok önemli bazı engellerin çıkmış olduğu çok geç fark edilmiş oldu.

Son yıllarda artan oranda iş ahlakına duyulan ihtiyacı konuşuyorsak, bunda yukarıda ifade etmeye çalıştığımız modernizmin sonuç odaklı ve göreceli ahlak öğretisinin çok önemli payı olduğunu söylemek durumundayız. Bu noktada çalışmanın amacına uygunluk bakımından konuya ilişkin üç hususu örneklendirerek kısaca açıklamakta fayda görmekteyiz.

Ahlaki Değerlerin Kökenini Dini Değerlerden Koparma

İslam’da ve onun öncesinde insanları muhatap alan tüm vahiy kaynaklı dinlerde yalan söylememek, haksızlık yapmamak, haksız yere cana kıymamak, iftira etmemek, hırsızlık yapmamak gibi akıl sahibi her insanın ittifak ettiği ahlaki olmaktan uzak kabul edilen değerlerden söz edebiliriz. Bugün de dünyanın herhangi bir yerindeki insana sorulduğunda bu hususların ahlaki değerlerden sapma olduğu cevabı alınabilir. Din, insanın dünya hayatındaki rehberi hükmündedir ve elçiler vasıtası ile yaratıcının insanın hayatını erdemli bir şekilde sürdürebilmesi için yapılması ve sakınılması gereken hususlarda uyarılarda bulunmak amacıyla ilkelerini ortaya koyar.

Nasıl ki bir eşyayı etkili ve amacına uygun kullanabilme ve verimli sonuç alabilme bakımından kullanım kılavuzuna bakılıyorsa, yaratıcının da insana rehberliğini dini değerler ile sunduğu açıktır. “Ben güzel ahlakı tamamlamakla emrolundum” diyen Peygamber’imizin de bu hususa dikkat çektiğini ifade etmek hatalı bir değerlendirme olmayacaktır. Ahlaki değerlerin refe-

ransını dini değerlerden uzaklaştırmak kilise ile dönemin iktidarları arasındaki mücadelelerin sonucu olup, aydınlanma olarak isimlendirilen 17. yüzyıldan itibaren bu çabaların sonuç verdiği ve modernizmin baskın karakterinin tüm dünyaya yayılmasıyla birlikte dini değerlerden soyutlanmış ahlaki değerler türetildiğini görmüş olduk.

İçeriğinde haram kılınan bir ürün pazara sunmayı, rekabetin ve piyasa gerekliliğinin bir sonucu olarak algıladığımızda, işin ilk kısmının gözden kaçması mümkün hale gelebilmektedir. Benzer şekilde helal olmayan bir yolla elde edilmiş kazanç ile ahlaken ilkeli bir ticaret yapma çabası içinde olunması hali de aslında dini değerlerden uzaklaştırılmış, görece iyilikle eşleştirilmiş vicdanları rahatlatma çabası içeren iş yapma eylemlerine dönüşmektedir. İş ortamında çalışanlarının sağlığını hiçe sayan risk ve tehlikeleri göz ardı eden bir girişimcinin elde ettiği kazanç ile hayırseverlik davranışında bulunması da günümüz koşullarında erdemli bir davranış olarak rahatlıkla değerlendirilebilmekte, çalışanlarına hayatlarına sığına bir iş adamının gösterişli bir şekilde yardım kampanyası yapması da alkışlanabilmektedir. Hepsinden öte, bu tür uygulama içinde olan girişimci ya da iş insanlarının kendi vicdanlarını da rahatlatılabildikleri, en azından dış görünüş itibarıyla, anlaşılabilir. İşte bu ve benzeri çok sayıdaki örneği iş hayatında çoğalmasa ve kabul görmesinin temelinde aslında dini değerlerden soyutlanmış ve hümanist anlayışın yerleştirilmiş olduğu bir iş ahlaki algısı yatmaktadır.

Başarı Fetişizmi

Din, insanın hayatını tanzim etmesi noktasında onun çabalamasını değerli görürken, modernizmin verimliliği esas alan çabalaması ise insanı sonuca kilitler. Başarıya odaklı hale gelen ya da getirilen insan, gittikçe daha bireyci ve materyalist bir ruh haline bürünür. Aileden başlayan, okulda ve iş hayatında devam eden başarı fetişizmine yenik düşen insan, hedefe ulaşırken, dini değerlerden uzaklaştırılmış ve göreceli hale getirilmiş ahlaki değerlerden de destek almak suretiyle önünü arkasını, sağını solunu hesap etmeden hoyratça karar alabilir ve eylemler gerçekleştirebilir. Çevresinde gördüğü ve yaşadığı benzer örnekler de kendisini cesaretlendirir.

Birlikte çalıştığınız bir arkadaşınızın önüne geçmek, ondan daha önce terfi almak ya da ondan daha fazla pirim almak amacına kilitlenmişseniz şayet, küçük yalanlar söylemek, var olan gerçeği gizlemek, onun hatasını gördüğünüz halde engel olmamak gibi kendi içinizde meşrulaştırdığınız her şeyi yapabilir hale geliyorsunuz. Bunları yaparken, etrafımızın bizi başarıyla değerlendirdiği düşüncesi ile kendi düşünce, niyet ve eylemimizi kendi vicdanımızda meşrulaştırabiliriz. Müşteriye söylediğimiz tarihte ürünü teslim edemeyeceğimizi bildiğimiz halde, takım arkadaşımızdan daha fazla satış yapmış olma adına müşteriye yalan söyleyebiliyor, karımızı artırma adına tedarikçimize ödeme imkanımız olmasına rağmen elimizdeki nakit ile kambiyo karı elde etme ya da karlı bir ürüne yatırım kararını rahatlıkla verebiliyor veya siparişi tam teslim edebilme adına bazı kusurlu ürünleri de teslimat yapılacak koli içine yerleştirebiliyoruz.

Rakipler, piyasa, çalışma arkadaşları ve genelde toplum, bizleri başarılarımızla konuşuyor, kabul ya da reddediyor. Çocukluktan itibaren başarı fetişizmine yenik düşen insan ilerleyen yaşlarda ve tabii iş hayatında da başarı adına her şeyi göze alabiliyor ve dahası zaman zaman vicdanen rahatsızlık hissetse de tüm yaptıkları ya da yapması gerektiği halde yapmadıklarını kendi içinde meşrulaştırabiliyor. İş hayatında uygulanan ve başarıyı odağa alan her uygulamanın bir de bu gözle yeniden değerlendirilmesine ihtiyaç olduğu açık.

Çalışma Değerlerindeki Sapmalar

Dini değerlerden koparılmış ahlaki anlayış ortamında başarıya odaklı insan sayısının artmasının doğal sonucu olarak çalışma hayatında sonuç odaklı değerler ahlaki olarak algılanmaya ve değerlendirilmeye başlanmıştır.

Hak etmediği kazançta talip olmamak değeri esasta dikkat edilmesi gereken bir hassasiyet olmaktan çıktığı ya da çıkarıldığında, marka yöneticisinin gerçekleştirdiği bir reklam mesajında rakip markanın karalanma ihtimali olup olmadığı gibi bir kaygı, söz konusu marka yöneticisinin zihninde muhtemelen yer almayacaktır. Benzer şekilde, belgeye dayalı olmayan bir borcun vadesi dolmasına rağmen, piyasada işler böyle yürüyor gerekçesini kendince meşrulaştırma aracı haline dönüştüren bir iş insanının ödeme yapacağı parayı zam gelecek bir ürün almak için kullanması da kendince akıllı bir ticaret kararı olarak değerlendirilebilir.

Sektörünüz ya da faaliyette bulunduğunuz pazarlarda yerleşik hale gelen pek çok uygulamaya bir de bu gözle bakmaya ne dersiniz? Eminim ki, burada hemen aklımıza gelmeyecek çok farklı benzer uygulamayı hemen fark edeceksiniz.

Modernizmin erdemli ticareti olumsuz etkilemesi yanında ayrıca boş zaman ve eğlence algısını beslemek suretiyle çalışmayı değersizleştirici yönüne de kısaca değinmekte fayda olacaktır.

Püriten iş ahlaki değerlerini yücelten aydınlanma düşüncesine göre, insan çalıştığı ve ürettiği kadar değerlidir. Elbette insanın asalak bir hayat sürmesi, etrafına yük olması hiçbir inanç ve din tarafından hoş karşılanmaz. Ancak insanı üreten bir makine seviyesine de indirgemek modernizm ve aydınlanma düşüncesinin eseri olmuştur. Bu çerçevede iyilik yapma yetenekleri köreltilen insanın çalışma ve çalışmasının karşılığında dinlenme ve eğlenme hakkı kazanacağı anlayışı püriten iş ahlaki bağlamında bu şekilde yerleşik hale getirilmiştir. Batı modernizminin bu yaklaşımını hemen tüm toplumların benimsemesi sayesinde çalışmak durumunda olan insan bireyci bir yaklaşımla iş odaklı hale gelmiştir.

Çalışmanın bizatihi kendisi vahiy kaynaklı tüm dinlerde olduğu gibi İslam'da da değerli görülmüştür. İnsanın bir işte yorulduğunda başka bir işe koyulması, yaptığı işi helal ve haram sınırları çerçevesinde kulluk bilincini kaybetmeksizin yapması sayesinde dünya ve ahiret doyumunu elde edecek biçimde yapması tavsiyeleri İslam'ın çalışmaya bakışının önemli göstergeleridir.

Böylesi yaklaşıma karşılık püriten iş ahlakı algısı ile kısıtlanmış insanın sadece yaptığı işe odaklanması sonucunda kısıtlı ve tek yönlü bir çalışma hayatı ile sınırlandırıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu yönüyle bu kısımda kısaca çalışmanın değersizleştirilmesi konusuna değinmek yerinde olacaktır.

Çalışmanın Değersizleş/tiril/mesi

Erdemli ticareti kısıtlayan modernist anlayış, diğer yönüyle de çalışmanın bizatihi kendisini oldukça sığlaştırılmış bir amaca odaklamıştır. İnsan, çalışması ile boş zamanını çoğaltacak, dinlenme ve eğlenmesi için gelir elde edecek ve hayatını daha konforlu yaşayacaktır. Her insan hayatını bu şekilde tanzim etmekle yükümlüdür. Modernizmin insandaki hedonik duyguları harekete geçiren bu yaklaşımı aynı zamanda iş hayatında ahlaklı yaşamının da bir gereğidir. Böylesi bir anlayışla beslenen insan zihni, seküler anlayışın etkisi ile çalışmanın sonucunu sadece bu dünyada alma gayretini fazlasıyla artırmıştır.

Çalışmanın böylesine sığ bir alana indirgenmiş olması sonucunda daha fazla dinlenme ve eğlenme için daha fazla kazanma hırsına yenik düşen modern insan, paylaşma ve dayanışma değerlerinden uzaklaştığı gibi, püriten iş ahlakı anlayışının beslediği bir algı ile birlikte az kazancı da çalışmanın azlığıyla açıklama kolaycılığını benimsemiştir. Onların da aynı tempo ile çalışmadıkları için maddi açıdan zor durumda oldukları kabulünden hareketle yardımlaşma ve dayanışma duyguları körelmiş biçimde hayatını devam ettirmiştir.

Bu bağlamda değerlerin tükenmesi sonucunda insanın tükenmesi ile karşı karşıya gelirken, bir süre sonra aslında insanın sadece dinlenme ve eğlenme harcamaları, bir diğer deyişle hedonik duygularını tatmine yönelik harcamaları için çalışma amacı taşıyan noktasına gelmek suretiyle kendisinin tükenmesi ile karşılaşmıştır. Bencilce harcamaları için çalışmayı amaç haline getiren insanın paylaşma, dayanışma ve yardımlaşma gibi değerleri tüketmesi bir yana, çalışmanın sadece bu dünya hayatını daha konforlu bir şekilde yaşayabilmenin yolu olarak gören bir yaklaşımın baskın hale geldiğini görebiliyoruz.

Bu şekildeki çalışma disiplinine alışan insanın ahlaki ve insani değer ve ilkeleri zamanla görmezden gelmesi, göz ardı etmesi ve unutulması ise kaçınılmazdır. Nitekim modern dünyanın geldiği noktada; “daha konforlu yaşayanlar, işini bilen, çalıştığının karşılığını alandır” şeklinde özetlenebilecek bir çalışma ahlakı üretilmiştir. Tam bu noktada aslında tükenen ahlaki değerler ve insanın kendisidir.

Değersizleşen ya da değersizleştirilen çalışma ve insan olgusunun beslenebilmesi için, daha önce de bahsettiğimiz üzere, püriten iş ahlakı değerlerin kabul eden modern insanın iş ahlakı bağlamında hemen herkesin yanlışını meşrulaştırma çabasına benzer biçimde önce kendi yanlışlarını meşrulaştırma ve vicdanını bastırma gayretinin baskın karakter haline geldiğini görebiliyoruz. Daha fazla kazananın haklı olduğu anlayışı öylesine yerleşik hale gelmiştir ki, bugün iş dünyasında doğru-yanlış, haklı-haksız, iyi-kötü algısı neredeyse tersine bir yaklaşımla algılanır ve yaşanır hale gelmiştir. Bir diğer ifadeyle, yanlışlar doğru, haksızlıklar haklı uygulamalar olarak iş dünyasında neredeyse hiç kimseyi rahatsız etmeyecek biçimde yaşanmaya devam edilmektedir.

Bu söylediklerimizi kendiniz, faaliyette bulunduğunuz sektör, rakipleriniz, tedarikçileriniz ve müşterileriniz bağlamında bir gözden geçirmeye ne dersiniz?

Zaman zaman kendi kardeşiniz ya da ablanız ve abiniz hakkında; “ne yapalım o da daha çok çalışsaydı benim yerimde o olsaydı” dediğiniz oldu mu? Tabii ki bu yargılamayı yaparken, kendinize haksızlık yapmanızı istemeyiz. Böyle bir değerlendirmeyi yaparken, aile fertlerinizin karakterleri, kendi eğilimleri, gayretleri ve çabaları ile birlikte olabildiğince adil olmanız önemlidir. Yani böyle bir değerlendirmede ne kendinize ne de karşınızdakine haksızlık yapmamaya çalışmak gerekir. Örneğin ablanızda sanatçı ruhu var ve bu bağlamda o yönde kendini geliştirme çabası varken, siz onun değerlendirirken onun sizin kadar çaba göstermediği için sizden daha az dinlenme ve eğlenmeyi hak ettiğini düşünmemelisiniz. Ya da tam tersine sizin ailenin işine olan ilginiz yoksa ve başka bir işte daha başarılı ve mutlu olacağını düşünüyorsanız, kardeşleriniz kazançtan sizin de payınız olanı size vermeme eğilimi olmamalıdır.

Bulduğunuz sektörde ödemelerin zamanında yapılmaması adet haline gelmişse ve ertelenen ödemeler finansal getirisi olacak şekilde değerlendirilmek suretiyle ilave kazanç kapısı olarak görülüyorsa, “ne yapalım tüm sektörde böyle ben de ayak uyduruyorum” der misiniz?

Tedarikçiniz, sektörünüzde tek ise sizin lehinize sipariş teslimi yapması için rakipleriniz de yapıyor diyerek kendisi ya da satış elemanlarına hediyeler verir misiniz? Müşterilerinizden birisi size güveniyor ve fiyat sormuyor diye olması gerekenden yüksek fiyatlı fatura keser misiniz? Bu durumu fark edip size sorduğunda, gözümüzden kaçmış hemen düzeltelim şeklinde davranır mısınız?

Bu sorulara onlarca soru daha eklenebilir. Çalışmanın değersizleş/tiril/mesinde değerlerin ve insanın tükenmesi noktasında bu ve benzeri soruları cevaplamaya hazır olmamız gerektiğini ifade etmeliyim.

Sürekli olumsuz örneklerden gitmek hoşumuza gitmese de iyi, doğru ve güzel olanı fark edebilmek ve yapabilmek için bu tür olumsuzluklara dikkat çekmek gerekli. Erdemli ticaretin berabere getireceği çok sayıda olumlu ve güzel sonuçları görebilmek bakımından da bu yaklaşım değerli diye düşünüyoruz.

Şimdi erdemli ticaretin meyvelerine değinebiliriz.

Erdemli Ticaretin Meyveleri

Püriten iş ahlakının insanı değersizleştirip dinlenme ve eğlenme adına çalışmayı amaç haline getiren yaklaşımına karşılık, erdemli ticaret ile insanın değerli kılınması mümkündür. Erdemli ticaret sayesinde insan, çalışmayı, yaptığı işi ve sonuçta elde edeceği kazancı amaç olarak değil hem dünya hem de ahiret hayatını güzelleştirmenin bir aracı olarak görebilir. Ne işveren ne de çalışan olarak çalışmayı ve yaptığı işi tek başına değerli olarak görür. Tam tersine iş ve çalışmayı hayatı anlamlı hale getirmenin bir aracı olarak algılar. Böyle bir algılama sayesinde insan olduğunun bilinci ile işin ve kazancın altında insanlık onurunu kaybetmez.

Çalışmanın sonucu kazancın az veya çok olmasının bir noktadan sonra insanın kendi gayretinin bir sonucu değil bir takdir olduğu inancı ile hareket eder. Böylesi bir yaklaşım çerçevesinde erdemli ticaretin meyvelerini aşağıdaki dört başlık altında kısaca irdeleyelim.

İnsanı Değerli Kılmak

Erdemli ticaret, her şeyden önce ve hangi pozisyonda çalışırsa çalışsın insanı değerli olarak kabul edilmesi ve insanın değerinin korunmasını önemser. Diğer bir ifadeyle amir-memur, usta-çırak, patron-çalışan, satıcı-müşteri, tedarikçi-alıcı, üretici-bayi her ticari ilişkide karşısındakinin de insan olduğunun bilinci ile hareket edildiği bir iş ortamı, erdemli ticaretin olmazsa olmazıdır. Karşısındakinin zafiyet ya da güçsüzlüğünü kendi lehine kullanma kolaylığına kaçmadan, tam tersine karşısındakinin hakkını da kendisi gözetebilen bir ilişki biçimini erdemli ticaret olarak tanımlayabiliriz.

Tüm bu örneklerden hareketle erdemli ticaretin erdemli insan olmakla ilişkili olduğunu rahatlıkla ifade edebiliriz. Tabii ki ticaretin gereğini yerine getirmek, yani kazanç elde etmek, satışları artırmak, pazarı büyütmek, müşteri sayısını artırmak gibi ticari amaçlar olacak, ancak tüm bu amaçlara ulaşırken, insanı yok saymayan, onu değerli gören ve yeri geldiğinde onun da farkında olmadığı haklarını kendisine teslim eden bir ilişki biçimi gözetilmiş olacaktır. Ancak bu türdeki ilişkilerde erdemli ticareti görebiliriz. Aksi halde kendi kazancına odaklı iken karşısındakinin haklarını yok sayabilen, haksız kazançta göz dikebilen, ne pahasına olursa olsun hedeflerine ulaşma çabasına odaklı iş insanları ile karşı karşıya kalırız.

Çalışanlarınızın performansını değerlendirirken, müşterilerinize teklif sunarken, pazarlık yaparken, reklam mesajlarınız ya da müşterilerinize sunumlarınızda ikna için abartıda bulunurken veya ürün içeriklerinizde zararlı olabilecek unsurları yok sayarken, bunları ticaretinizde bir incelik ve maharet olarak mı görüyor ve karşınızdakine karşı bir üstünlük ya da başarı unsuru olarak mı değerlendiriyorsunuz? Bu ve benzeri sorulara vereceğiniz cevaplar bağlamında ticaretinizin

önce sizi insan olarak değerli hale getirip getirmediği ve sonra da karşınızdakini insan olarak değerli görüp görmediğinin önemli bir göstergesidir.

Diğerkâmlık ve Dayanışma

Ticaretin bizatihi kendisi, kazanmak, büyümek gibi hedefleri içerir. Ancak bu hedeflerin insanın gözünü kör etmemesi de beklenir. Şöyle bir soruyu her ticaret erbabının kendisine sormasında fayda vardır: “müşteriniz olabilecek insanların gelirleri azalmış olsa ya da rakipleriniz zayıflasa genel olarak işleriniz artar mı, büyümeye devam edebilir misiniz?” Sanırım hiçbir girişimci pazardaki müşterilerin ve rakiplerinin sürekli gelir kaybı yaşaması ve zayıflamasından hoşlanmaz. Çünkü böyle bir durum kendisinin de büyüme hedefini gerçekleştirememesine sebep olur.

Erdemli ticaretin bu bağlamda bir diğer olumlu etkisi de girişimcinin diğerkâm ve dayanışmacı özelliklerinin gelişmesine katkısından söz edilebilir. Her büyüme ve gelişmenin rakipler ve müşterilerin sağlıklı gelişmesi ve ayakta kalması ile mümkün olabileceğinin farkında olan girişimci ve yöneticiler, ne pahasına olursa olsun kazanç ve büyüme hedeflerini böylesi bir bakış açısı ile revize etme ve gözden geçirme imkanına kavuşmuş olur. Nitekim adına sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal pazarlama ve gönüllü sorumluluk denilen çok sayıda çabalara destek vermek suretiyle ortaya konan çabanın tüm girişimci ve yöneticilere diğerkâmlık ve dayanışma değerlerini hatırlattığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu tür çabalar elbette işletmeleri hayır kurumu haline getirmez. Tam tersine yakın çevrelerinden başlamak üzere, pazarların ve sektörlerin gelişmesine, daha yaşanabilir bir çevrenin oluşmasına ve nihayetinde uzun vadeli büyüme hedeflerine katkı sağlayan çabalar olarak görülür. Bu noktada şu çelişkiye de düşmemek gerekir. Gerçekleştirilen çabaların tamamen reklam olarak değerlendirilmesi de hedef kitlenin algısını olumsuz etkiler. Bu sebeple bu tür gönüllü desteklerin reklam aracı olarak kullanılma düzeyine de indirilmemesi bu noktada önemlidir.

Rekabetçi Yaklaşım / Rekabete Yaklaşım

Erdemli ticaretin önemli meyvelerinden, diğer bir ifadeyle katkılarından birisi de rekabet konusunda ortaya konulacak yaklaşıma ilişkindir. Rekabetin, karşındakini yok etme, ne pahasına olursa olsun hedeflerine ulaşma olarak algılandığı iş ortamında rekabetçilik bakış açısının iş ahlakına ilişkin neredeyse hiçbir değer ve ilkeyi rehber edinmediğini söylememiz yanlış olmayacaktır. Bu noktada her okuyucunun kendisini rakipleri, müşterileri, çalışanları, satış elemanları, tedarikçileri, finans kurumları ve bayileri ile olan ilişkilerine bakarak değerlendirme yapmasını öneririz.

Çalışanlarınızın ücret artışı söz konusu olduğunda, rekabette geri kalırız dediğiniz oluyor mu?

Rekabette öne geçebilmek adına rakiplerimize daha az ürün vermesi konusunda tedarikçinizi sıkıştırır mısınız?

Rakiplerinizin müşterilerini kapabilmek için onların satış elemanlarını daha fazla ücret teklifi ile sizinle çalışmaya teşvik eder misiniz?

Bayilerinizi rakip ürünleri satmama ya da onların ürünlerini müşteriye önermeme konusunda destek primi veriyor musunuz?

Satış elemanlarınızın rakip marka hakkında müşterilerde şüphe oluşturacak biçimde söylemlerde bulunmasını tavsiye ediyor musunuz?

Birlikte çalıştığınız çalışma arkadaşlarınız sizi geçmesin, kariyerde sizden önce ilerlemesin diye, bazı bilgileri kendinize saklar mısınız?

Yukarıdaki sorulara çok sayıda ekleme yapılabilir. Bu sorulara vereceğiniz cevaplar sizin rekabete nasıl yaklaştığınızı, rekabetçi yaklaşımdan ne anladığınızı gösteren ipuçları içerir.

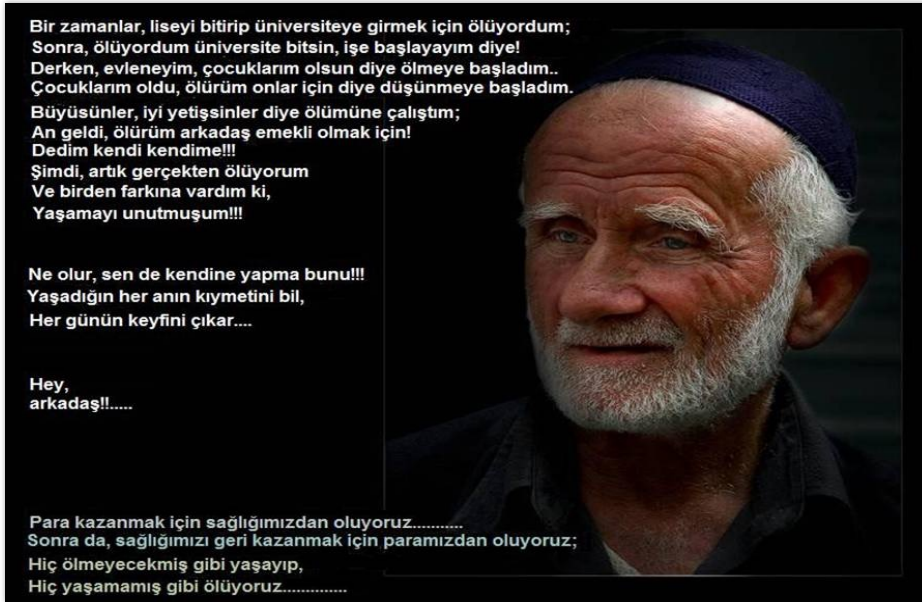
Ne dersiniz? Sizce rekabetçi yaklaşımınız ve rekabete yaklaşımınız ne durumda?

Eser Bırakmak

İş hayatında hangi pozisyonda olursa olsun, ister girişimci veya yönetici, ister tedarikçi, bayi ya da üretici, isterse çalışan durumunda herkesin erdemli ticaret göstergesinden birisi de iyi bir eser bırakabilmektir. Eser, bazen bir cırağın yetiştirilmesi, bazen bir inovasyon, bazen iyi bir girişimcilik hikayesi bazen de erdemli bir yönetici ya da çalışan hikayesidir.

Dolayısıyla erdemli ticaretin en önemli meyvelerinden biri, böylesi güzel ve iyi biçimde anılmaya yol açacak, iyi bir çığıra vesile olacak bir eser bırakabilme çabası önemlidir. Aslında iyi bir eser bırakma çabası tersinden bakıldığında, erdemli ticareti de teşvik eden bir bakış açısına sahip olmak demektir. Eser bırakma çabası insanı sadece erdemli ticarete uygun davranmaya sevk etmekle sınırlı kalmaz, bununla birlikte hayatı bütün olarak anlamlı kılmanın ve hayatı anlamlı ve huzurlu yaşamının da mihenk taşı olarak değerlendirilebilir.

Bu noktada aşağıdaki örnek her okuyucu için önemli bir sorgulama sebebi olabilir:



Erdemli ticarete ilişkin değerlendirmelerden sonra, özelde iş ahlakına ilişkin görüş ve değerlendirmelere geçebiliriz.

İş Ahlakı Değerlerimiz

Üç temel değer, hayatın her alanında olduğu gibi iş hayatında da önemli değerlerimizdir. Bunlar sırasıyla, adalet, dürüstlük ve doğruluk olarak sıralanabilir. Sırasıyla bu değerleri iş hayatındaki karşılıkları ile örneklendirmeye çalışalım.

Adalet

Herkesin hakkının teslim edilmesi, her hak sahibine hakkının verilmesi, hakların gözetilmesi şeklinde tanımlanabilecek adalet değeri, iş hayatında da hak edene hakkın verilmesi şeklinde anlaşılabilir. Müşterinin, girişimcinin, pay sahiplerinin, ortakların, çalışanların, kamunun, çevrenin, rakiplerin, aracı kurumların ve işletmeler açısından tüm paydaşların hakkının gözetilmesi yoluyla iş dünyasında adalet değeri karşılığını bulur. Bir kişi ya da kesimin hakkını yok sayarak, ihmal ederek, göz ardı ederek diğer herkesin hakkı verilmiş olsa dahi adalete uygun davranılmış olmaz. Bu değer kapsamında aşağıda yer alan ve daha nice sorulara cevap vermeye çalışalım, ne dersiniz? Müşterilerinizi memnun etmek adına, üretimde ya da satışta çalışan elemanlarınızdan fazla mesai yapmalarını istediniz. Onlar da iyi niyetle bu isteğinizi yerine getirdi. O zaman diliminde çocuklarına ve sosyal hayatlarına ayıracakları zamanı işte geçirdiler. Ve siz onlara herhangi bir ek ödeme yapmadınız. Çünkü zaten kendilerine sektör ortalamasının üzerinde ücret verdiğinizini düşünüyorsunuz. Adaletin sağlandığını düşünür müsünüz?

Fabrika bacalarının filtrasyon sistemleri yasal zorunlulukları karşılamakla birlikte biliyorsunuz ki, bölgede yaşayan canlılar üzerinde az da olsa risk faktörü var. Adalet değerine uygun hareket ettiğinizi var sayar ve başkaca bir şey yapmaya gerek duymaz mısınız?

Yeni ve güçlü bir bayiye kazanma adına nazınız geçen bir bayiye daha fazla satıp daha fazla kar edebileceği miktarda ürünü vermemekle adil olmak mümkün müdür?

Bir tedarikçinize ödemenizi geciktirip elinizdeki nakit ile eşiniz ya da çocuğunuzu arzu ettiği kişisel bir yatırımı yapmak sizce ne kadar adil davranıştır?

Performansı düşük olmasına rağmen size daha yakın olduğunu bildiğiniz bir çalışanı hak etmiş diğer çalışan nasıl olsa anlamaz, kızmaz, çalışmak zorunda diye terfi ettirdiğinizde adalet duygunuz nasıl etkilenir?

Sorulara çokça ekleme yapmak mümkün. Sanırım bu ve benzer çok sayıda soruya vereceğiniz cevaplarla günlük rutininiz içinde adalet değerini ne denli önemseydiğiniz ya da göz ardı ettiğiniz farkına daha fazla varabileceksiniz. İşte iş ahlakını ilgilendiren çok sayıda konunun aslında

günlük işleriniz ve kararlarınız arasında ne denli çok sayıda olduğunu ve belki de çoğunlukla bu konuları nasıl da ihmal ettiğinizi anlayabileceksiniz.

Dürüstlük

Kişinin kendisine olan saygısını da ifade eden dürüstlük, iş ahlakı bakımından da önemli bir değerdir.

Sözünü tutma, vaat ettiğini yerine getirme, sözünü yerine getiremediğinde özür dileme erdemi gösterme, eksik ve kusur varsa bunları gizlememe, yalana tevessül etmeme gibi davranışlar, kişinin dürüstlüğüne göstergeleridir.

Gayrimenkul işi yapan biri olarak kiralamaya talip bir müşteriye meskendeki var olan ve bildiğiniz bazı problemleri söylemeksizin satış yapmayı sürdürür müsünüz? Şarküteri reyonunda çalışan biri olarak müşteriye tuzlu olan peynir ya da zeytini satışı gerçekleştirmek adına tuzsuz diyerek satar mısınız?

Çalışma arkadaşınızın moralinin bozuk olduğunu bildiğiniz halde şefiniz ya da patronunuz sorduğunda onun bu özel durumunu gizleyip kendinizi öne çıkarma adına sessiz kalarak onun daha düşük performanslı biri olarak değerlendirilmesine vicdanınız razı olur mu? Vadeli hesabınızı bozmamak ve gelir kaybı yaşamamak adına çekinizin vadesini bir hafta daha uzatması için tedarikçinize alacağınızı zamanında yapmadığınızı gerekçe göstererek çekinizi yazdırmamasını, bir hafta veya on gün sonra ödeyeceğinizi rahatlıkla ifade edebilir misiniz?

Rakip firma satın alma elemanı olan arkadaşınızın samimiyetle size aktardığı rakip firma bilgisini, müdürünüz ya da patronunuzun gözüne girme adına onlara aktarır mısınız?

İşte size dürüstlüğünüzü test edebileceğiniz farklı soru örnekleri. Yukarıdaki örnekler dışında da epey soru sorup kendinizce cevabını aradığınızda dürüstlüğünüzle ilgili kendi değerlendirmenizi de rahatlıkla yapabilirsiniz diye düşünüyorum. Ama sanırım bu ve benzeri soruları da günlük yoğunluk ve piyasa şartları içinde ya sormuyor ya da sormaktan çekiniyoruz. Kim bilir belki sorup cevaplarını vermeye başladığımızda vicdanımız elvermediği için vaz geçiyoruz, ne dersiniz?

Doğruluk

Zararına da olsa gerçeği ve tanık olduklarını olduğu gibi söylemek, aktarmak şeklinde tanımlayabiliriz doğruluğu. Halk arasındaki deyişle; “doğru söyleyeni dokuz köyden kovarlar” sözünden hareketle, doğru olmaya çalışanların çok fazla sevilmediği söylenebilir. Hele yanlışların doğru kabul edildiği, rekabetin yok etmek şeklinde algılandığı ve daha fazla kazanma adına her şeyin mübah görüldüğü bir ortamda doğruluk, çok da kabul gören bir yaklaşım olmaz. Daha önce ifade edildiği gibi, yanlışların doğru kabul edildiği iş ortamlarında doğruyu

söyleme erdemi çok daha zordur. Önce insanın kendi nefesine bunu kabul ettirmesi sonra da çevresinde doğru sözlü olmanın getirdiği dışlayıcı tutuma muhatap olması bakımından doğruluk değerine sahip çıkmak oldukça zorlaşabilir.

Bu noktada doğrunun kişiden kişiye göre değişebilen göreceli boyutunu göz ardı etmemek gerekir. Bir diğer deyişle, göreceli değerlendirme konusu olabilen bazı durumlarda doğrunun kişiden kişiye değişebileceği hususunu önemsemek gerekir. Ancak göreceliliğin ardına saklanıp doğruluktan uzaklaşmak da bu değerın aşınmasına yol açar. Her doğru her yerde söylenmez gibi yaklaşımlar da hayatın her alanında olduğu gibi iş hayatında da maalesef iş ahlakına uygun olmayan karar ve eylemlerin meşrulaştırılmasında bir kalkan olarak kullanılabilir.

Müşterilerinizi ziyaret ettiğinizde, sattığınız kağıtların baskı kalitesini etkilediği şikayetlerini alıyorsunuz. Son sattığınız parti ürünlerde bu probleme yol açabilecek durumun bilgisine sahipsiniz. Bu teknik bilginin ince bir ayrıntı içerdiği ve farkına varılması zor olduğu için müşterilerinize sürekli tedarik ettiğiniz kağıtları satmaya devam ettiğinizi söylüyorsunuz?

Çalışma arkadaşlarınızdan hoşlanmadığınız birisi sizin de tanık olduğunuz ortamda hemşerinizi bir çalışan tarafından azarlanmış olsa ve kendi hatasını kabullenmesini istese ve siz de bunu bilerek yöneticinize hiçbir şey söylememiş olsanız. Durumu olduğu gibi söylediğinizde hemşerinizi olan çalışanın belki de işinden olacağını kestirdiğiniz için bu duruma sessiz kalmanızı içinize sindirir misiniz?

Müşterinize sattığınız bir ürünle ilgili olarak iade gelen ürünle ilgili sizin kusurunuzun müşteriniz tarafından yönetime iletilmediğine şahit olsanız, ancak ürünü satarken müşteriye yeterli bilgi vermediğiniz için ürünü iade eden müşteri belki siz işinizi kaybetmeyesiniz diye bu durumu belirtmek yerine öylesine bir mazeretle iade talebinde bulunmuş olsa, suskun kalır mısınız?

Koltuk üretiminde kullanılan yay üreticisi bir işletmede ustabaşı olarak çalışmaktasınız. Patronlarınız yay ömrünü kısaltmak adına daha kırılabilir yay üretmeye başlamış olsalar siz bu bilgiye sahip biri olarak müşteriler sorduğunda üretiminizde hiçbir değişiklik ve kalite düşüklüğü olmadığını söyler ya da sessiz mi kalırsınız?

Yukarıdaki sorulara çokça ilave yapmak mümkün. Ne dersiniz, doğruluk adına yeri geldiğinde işinizi, müşterinizi ya da kazancınızı kaybetmek mi, yoksa iş ahlakının önemli bir değeri olarak doğruluğu yok saymak mı? Karar sizin.

İş ahlakına uygun davranışta en önemli referans kaynakları olarak adalet, dürüstlük ve doğrulukla ilgili bu sorulara ilişki öz değerlendirme ve hatta öz eleştirimizi yaptıktan sonra iş ahlakı ve adil rekabet için önemli olduğunu düşündüğümüz bazı hususlara değinmek istiyorum.

“İş ahlakının iş dünyasında anlamlı ve değerli hale gelmesi ve piyasalarda adil rekabetin tesisi bakımından bireysel düzlemden kurumsal ve toplumsal düzleme kadar bazı sorumlulukların yerine getirilmesi gerekir.”

İş Ahlakı ve Adil Rekabet İçin Gereklilikler

İş ahlakının iş dünyasında anlamlı ve değerli hale gelmesi ve piyasalarda adil rekabetin tesisi bakımından bireysel düzlemden kurumsal ve toplumsal düzleme kadar bazı sorumlulukların yerine getirilmesi gerekir. Piyasaların kendiliğinden iş ahlakına uygun eylemlerin gerçekleştirildiği bir ortam olmasını beklemek ya da her şeyi kurumsal düzeyde veya yasal düzenlemelere bırakmak ne denli yanlış ise sadece insanın kendisine dönük çaba içinde olması da yeterli sonuç alınmasını sağlamayacaktır. Bu yüzden bireyden topluma doğru iş ahlakı ve adil rekabet için gereklilikleri şu başlıklar altında örneklendirmeye çalışacağım:

- (1) Bireysel sorumluluk
- (2) İş ahlakı değerlerinin güçlendirilmesi
- (3) Mesleki örgütlenmelerin sosyal etkisi
- (4) Mesleki etik ilkelerin geliştirilmesi ve uygulanması
- (5) Yasal düzenlemeler ve denetleyici otoriteler

Şimdi sırasıyla bu hususları örneklendirelim.

Bireysel Sorumluluk

İnsan olmamız bakımından hangi işi yaparsak yapalım, hatta herhangi bir iş yapmadığımızda da hangi durumda olursak olalım, anın sorumluluğu üzerimizdedir şüphesiz. Öğrenci isek, derslerimizin sorumlulukları, hane halkının ferdi olarak üzerimize düşenler, komşumuza karşı bir güler yüz ya da darda olduğunu fark ettiğimizde elimizi gücümüz oranında uzatmamız, rakibimiz de olsa bir girişimci ya da çalışma arkadaşımızın sıkıntısını gidermede sunabileceğimiz katkıların her biri hayatımızın her anında birey olarak sorumluluk taşıdığımızın göstergeleri.

Nemelazımcı olmak da elbette mümkün, ancak fazlasıyla böyle olsa bile her insanın vicdanında dizginleyemediği bireysel sorumluluk yükü bir yerlerde dışa vurmaktadır. İş hayatında da öncelikle, “benim sorumluluklarım neler ve ben bunları yerine getirme gayreti içinde olmazsam müşterimden, çalışma arkadaşımın, tedarikçimden, bayimden, çalışanımdan, patronum veya yöneticimden sorumluluklarını yerine getirmesini beklemek ne kadar hakkımdır?” sorusunu kendimize sormamız gerekir.

- Ödemelerinde titiz olduğunu bildiğiniz bir müşteri ya da bayinizin son bir iki ödemesinde aksama oldu gerekçesiyle ürün teslimini bilerek aksatmayı düşünür müsünüz?
- Yapmanız gereken işleri eksik yaptığının farkında olarak, işverenin ücretinize zam yapmadığını, çalışma ortamının konforunu artırmadığını çalışma arkadaşlarınızla ve hatta işyeri dışında konuşmaya devam eder misiniz?

- Çalıştığınız reyonu yeterince düzenlemediğiniz halde yanınızdaki reyon çalışanlarının müşteriye yeterince nazik davranmadığı konusunda dedikodu yapmaktan hoşlanırmısınız?
- Gün içinde daha fazla müşteriye ziyaret edebilecek olmanıza rağmen diğer satış elemanları da yemekte daha fazla zaman geçiriyor gerekçesi ile gerekli olmayan molalar verir misiniz?
- Ürettiğiniz ürünlerin müşterilere daha fazla kullanışlı hale gelmesini sağlama imkanınız olduğu halde nasıl olsa satın alıyorlar diyerek umursamaz davranırmısınız?
- Size ürün satmak zorunda olduğunu bildiğiniz bir tedarikçinize ödeme imkanınız olmasına rağmen vadesini geçirdiğiniz ödemeleriniz oluyor mu?
- Ortaklarınızla yapmış olduğunuz iş bölümü ortada iken, onların kendilerine daha fazla zaman artırma performanslarını yok sayarak, sizin de boş zaman hakkınız olduğu gerekçesiyle yapmanız gereken işleri erteler misiniz?
- Benim eksiklerimi nasılsa çalışma arkadaşlarım tamamlıyor diyerek boş vermişlik gerçekleştirdiğiniz oluyor mu?
- Ürün kontrol bandında nasılsa fark ederler diye işinizde gereken hassasiyeti göstermediğiniz olur mu?

Bu sorulara fazlasıyla ekleme yapılabilir. Samimiyetle vereceğiniz cevaplar sizin bireysel sorumluluğunuza ne denli özen gösterdiğiniz ya da umursamadığınızın da cevaplarını ortaya koyacaktır. Çok sayıdaki bireysel sorumluluğun yerine getirilmemesinden ötürü nice iş ahlaki problemlerinin oluştuğunu da çoğu kez gözden kaçırmız. Oysa tam tersine önce kendimizi sorgulamak durumundayız. Bireysel sorumluluklarımız ortada dururken, onları önemsemezken, başkalarını suçlamak, onlara sorumluluklarını hatırlatmak mümkün, ancak onlar da bize bakarak bu çağrımızı anlamlı bulmayacaktır. Bir anne babanın kendi sorumluluklarını yerine getirmediği ya da kendisinin bir davranışına rağmen onun aksini çocuklarından beklemesine benzer bu durum.

Bireysel sorumluluklar bu denli göz ardı edilmişken hep başkalarını sorumlu görmek ve onların sorumluluklarını yerine getirmediklerini gündeme getirmek, aslında toplumsal ahlaki değerlerin de zafiyet içinde olduğunun göstergesidir. Diğer bir deyişle ahlaki değerlerin zayıfladığı toplumlarda birey hep karşındakini göstererek kendi sorumluluklarını görmezden gelmeye çalışır. İşte tam bu yüzden, bireysel sorumlulukları güçlendirebilecek en önemli mekanizmanın ahlaki değerleri güçlendirme olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İş ahlaki bakımından da iş ahlaki değerlerinin güçlendirilmesi bireyin sorumluluklarını kuşanmasına katkı sağlayacaktır.

İş Ahlakı Değerlerinin Güçlendirilmesi

Ahlaken güçlü toplumların ahlaki değerleri önemseyen toplumlar olmasına benzer olarak, iş hayatında da iş ahlaki değerlerinin önemsendiği iş ortamlarında bireyler de kendi sorumluluklarını yerine getirmenin hassasiyeti içinde davranma ihtiyacı duyar. Bu noktada sektör ve pazarlarda ahlaken doğru ve iyinin yerleşmesine yönelik ne kadar çok bireysel sorumluluk desteği olursa iş ahlaki değerleri de o denli güçlü olabilir. Ancak her şeyden önce toplumsal ahlaki değerlerin önemsenmesi, benimsenmesi ve paylaşılmasına ihtiyaç olduğu açıktır.

Bu yüzden iş dünyasında ahlaki değerlerin güçlendirilmesi, aileden başlamak üzere, okullar ve tüm kurumsal yapılar ile toplumsal gruplarda ahlaki değerleri önemseyen, değer veren ve onları dikkate alarak eylemde bulunan insan sayısının artırılması, olmazsa olmazdır. Nihayetinde iş dünyasında yer alan insanlar, aynen sporda, sanatta, siyasette ve sosyal ortamlardaki insanlar gibi toplumdan beslenmektedir. Toplumu oluşturan insanlar da ahlaki değerlerin güçlendirilmesi konusunda başkalarından beklemek yerine kendi bireysel sorumluluklarından başlayarak ahlaken doğru ve iyi olanı hakim kılma çabasına katkı sunmalıdır.

Bu katkının kurumsal hale gelmesi de elbette önemlidir. İşte bu noktada iş dünyası örgütlenmeleri ile kurumsal düzenlemeler olmazsa olmazdır.

Mesleki Örgütlenmelerin Sosyal Etkisi

Ahilik geleneğinden gelen bir toplumun üyeleri olarak size göre mevcut mesleki örgütlenmelerimizi nasıl değerlendirebiliriz? Bu konu üzerinde en azından düşünmek ve neler yapılabileceği konularını müzakere etmenin değerli ve anlamlı olduğunu düşünüyorum.

Geçmişte sosyal yaptırım oldukça güçlü bu mesleki örgütlenmelerin bugün geldiğimiz noktada sosyal yaptırım gücünün zayıf olup olmadığı, şayet zayıf olduğunu düşünüyorsanız bunun sebepleri üzerinde durulmasını önemli ve gerekli görür müsünüz?

Bu soruya cevabınız evet ise kendi çalışma arkadaşlarınız ve yakın çevrenizden başlamak üzere, meslek örgütlerinde görev alıyorsanız bu görevleriniz kapsamında neler yaptığınızı, almıyorsanız görev alan akranlarınıza sorarak neler yapıldığını değerlendirmeye ne dersiniz?

Siz de mesleki örgütlere yasal mecburiyet ya da varsa gönüllü üyelikleriniz kapsamında işle ilgili karar ve eylemlerinizde bu örgütlerin sosyal etkilerinin nasıl olduğunu düşünürsünüz? Herhangi bir karar ya da eylemde bulunurken, "acaba üye olduğum ya da aidiyet duygusuyla benimsediğim bu örgüt yönetimler veya ilgili kurulları bu karar ve eylemlerimi nasıl değerlendirir" gibi sorularla kendinizi sorguladığınızı düşündüğünüz oluyor mu?

Bu tür sorgulamalar hiç olmuyor ya da olmasına rağmen iş ahlakına ilişkin bir sorgulamaya dönüşmüyorsa mevcut halleri ile meslek örgütlenmelerinin iş ahlaki açısından sosyal etkilerinin ya hiç olmadığı veya yeterli etkiyi oluşturmadıklarını belirtmek sanırım yanlış olmayacaktır.

Buna rağmen siz kendinizi bu tür sorgulamalar içinde bulmuyorsanız, bu durumda yukarıda söylemeye çalıştığımız bireysel sorumluluk duygusu ve duyarlılıklarımızı yeniden gözden geçirmek durumundayız.

Mesleki örgütlerin yetersizlikleri bizleri tabii ki ataletle ya da iş ahlakı bakımından duyarsızlığa sevk etmemeli. En azından kendi işletmemizde, sektörümüz ya da pazarımızda iş ahlakına ilişkin duyarlılıkları olumlu anlamda geliştirebilecek ve besleyebilecek mesleki etik ilkelerin geliştirilmesini sağlayabiliriz.

Mesleki Etik İlkelerin Geliştirilmesi ve Uygulanması

Ahlaki değerlerin zayıflamasını bir bahane olarak görüp onun arkasına sığınmamamız gerekir. Kendi işletmemizden başlayarak, mümkünse rakiplerimiz ve meslektaşlarımızdan bir kısmının desteğini de almaya çalışarak, mesleki etik ilkeleri pazarımız ve sektörümüzde de rehber haline getirebiliriz. Böylesi bir çalışma ile kendimiz ve çalışanlarımızı da aslında özdenetim ve öz değerlendirme kapsamına alabileceğimizi unutmayalım.

Bu konuda yapılacak çalışmaların kısa vadede belki önemli bir kısmı söylemde ya da kağıt üzerinde kalabilir. Bu durum sizlerde karamsarlık oluşturmamalı. İş ahlakına yönelik hassasiyetin konuşulmaya başlanması dahi aslında işletmenizde, sektörde ve pazarda farkındalık ve duyarlılıkları artıracak ve bir süre sonra etik ilkelere uygun davranma eğiliminde artış olacaktır. Kaldı ki günümüz dünyasında bilgiye hızla erişebilen müşterilerin iş ahlakı ve sorumluluk bilincinde olan marka, işletme ve iş insanına yaklaşımı her geçen gün daha pozitif olmaya devam ederken bu konularda hassas olmadığını düşündükleri işletme, marka ve satış elemanlarından uzak durma eğilimi de artmaktadır.

Son yıllarda çok sayıda işletmenin sosyal sorumluluk kampanyasına dahil olması ve hatta bizzat bu tür faaliyetleri gerçekleştirmeye başlamış olmasının arka planında biraz da müşterilerin bu konularda artan duyarlılıkları vardır. Büyük ölçekli işletmelere doğru gidildikçe itibar yöneticilerinin istihdam edilmeye başlanmasının temel sebeplerinden birisi de iş ahlakı ve sosyal sorumluluklar bağlamında hata yapmama ve dolayısıyla müşteri nezdinde itibar kaybına uğramama kaygısı yatmaktadır.

Bütün bu gelişmelere rağmen müşteri yani genel anlamıyla alıcının satıcı karşısında daha dezavantajlı konumda olduğunu biliyoruz. Bu gerçeklikte hareketle insanlık tarihi boyunca alıcı-satıcı arasındaki bu asimetrik durum ve alıcının korunması çabaları da ön planda olmuştur. Konumuz açısından, yani iş ahlakı ve sorumlulukların karşılanabilmesi bakımından da birey ve örgüt düzeyindeki sorumluluklar yanında yasal düzenlemeler ile regülasyonu sağlamak üzere düzenleyici otoritelerin iş ahlakının yerleşik hale gelmesine katkıları da elbette göz ardı edilmemiştir.

Yasal Düzenlemeler ve Düzenleyici Otoriteler

Bu çalışmanın giriş kısmında da bahsettiğimiz üzere, yasal düzenlemeler ile ahlaki değerler birbirini besleyen ve destekleyen konumda olmalıdır. Herhangi birinde oluşan zafiyetin temelde beklenen çıktıyı elde etme noktasında ciddi aksaklıklar oluşturduğunu biliyoruz. İşte bu sebeple ve insanlık tarihini tecrübesi de dikkate alınmak suretiyle, yasal düzenlemeler ile düzenleyici otoritelerin toplumun değerlerini dikkate alçak biçimde ve güncel ihtiyaçlara göre sürekli gözden geçirilmesi ve revize edilmesi yoluyla iş ahlakının güçlendirilmesine katkısının sürebileceğini söyleyebiliyoruz. Yani, ne yasal düzenleme ve düzenleme otoritelerinin toplumun ahlaki değerlerini yok sayması ne de ahlaki değerlerimiz bize yeter mantığı ile iş hayatında iş ahlakı değerlerini güçlü bir şekilde sürdürürüz yaklaşımı doğru olmaktadır.

Bireysel sorumluluklardan başlayarak örgüt düzeyinde, sektör ve pazarların tanzimi konusunda tüm çabaların anlamlı sonuç üretebilmesi için ahlaki değerleri önemseyen ve göz ardı etmeyen yasal düzenlemelerin oluşturulması ve güncellenmesi ihtiyacı ortadadır. Yasal düzenlemelerin amaca uygun bir araç olarak kullanılabilmesi ise düzenleyici otoritelerin iş dünyasındaki dengeleri bozmayacak, tam tersine rekabete daha açık ve şeffaf pazarlar ve sektörlerin oluşumuna katkı sağlayacak biçimde kurgulanması ve çalışmaları da önemlidir.

Haksız rekabet fiiline maruz kaldığınızda bu düzenleme ve otoritelerin nasıl sizin hakkınızı elde edebilmeye katkı sağlayacak bir güç olduğunu düşünürseniz aynı şekilde sizden kaynaklanan bir hak ihlali olduğunda da aynı şekilde bu düzenleme ve otoritelerin sizi dizginlemesi ve ortaya çıkan haksızlığın telafisinde olumlu bir unsur olduğunu kabul edebilmelisiniz. Size yapılmamasını istemediğiniz bir haksızlığı siz bir rakibiniz ya da tedarikçinize, çalışanınıza, rakibinize veya müşterinize karşı gerçekleştirdiğinizde düzenleme ve otoritelerin onların haklarını gözetken kararlarına saygı duymadığınızda size karşı haksızlık yapıldığını düşündüğünüzde hakkınızın korunmasını bu araçlar yoluyla bekleme hakkını kendinizde görebilir misiniz? Elbette bu düzenleme ve bunları uygulayan otoritelerde hatalı karar ve uygulamalar da söz konusu olabilir. Bunun farkındayız. Bu tür durumlara ilişkin itiraz yolları olduğunu da bilmek gerekiyor. Burada üzerinde durmak istediğimiz ve vurguladığımız husus, hatalı bir karar olmadığı durumda iş ahlakı bakımından yaptığımız yanlışlara karşılık düzenleme ve otoritelerin varlığını kendimiz için de güvence olarak görerek tavır almamız konusudur.

Her birimiz farklı meslekleri icra ediyoruz. Ahilik örgütlenmesinde önemli yansımaları ve sosyal etkisini gördüğümüz lonca ve gediklerle devam eden meslek ahlakı ilkelerine de değinmemiz faydalı olacaktır.

“İster doğrudan çerçevesi tanımlanmış ve toplumda kabul görmüş bir meslek olsun isterse bir meslek olarak adlandırılmamış olsa da yaptığımız iş ya da meslekle ilgili iki husus meslek ahlakımızın önemli göstergesidir. Bunlar; mesleki bilgi ve becerilerimizi geliştirme ile meslek onuruna zarar vermeme sorumluluklarıdır.”

Meslek Ahlakı

İş ahlakı bakımından sorumluluk bilincinin ve bu noktadaki duyarlılıkların ne denli önemli olduğunu daha iyi anladığımızı düşünüyorum. İş ahlakına uygun davranışı besleyen önemli hususlardan birisinin de meslek ahlakı olduğunu söylemek mümkün. İster alaylı olarak meslekten bir ustanın yanında isterse bilgi ve yetkinliklerini öğretim kurumlarından karşılayacak şekilde bir mesleğe adım atarken meslek ahlakına ilişkin sağlıklı bir zeminden beslenirsek, iş hayatımızın ilerleyen aşamalarında iş ahlakı noktasındaki hassasiyetlerimizin daha fazla olacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Hangi işi yapıyor olursak olalım bir yönüyle de bir mesleği icra ediyoruzdur aynı zamanda. İster doğrudan çerçevesi tanımlanmış ve toplumda kabul görmüş bir meslek olsun isterse bir meslek olarak adlandırılmamış olsa da yaptığımız iş ya da meslekle ilgili iki husus meslek ahlakımızın önemli göstergesidir. Bunlar; mesleki bilgi ve becerilerimizi geliştirme ile meslek onuruna zarar vermeme sorumluluklarıdır. Sırasıyla meslek ahlakının bu iki önemli boyutuna ilişkin öze eleştirimizi yapmaya ne dersiniz?

Mesleki Bilgi ve Becerilerin Geliştirilmesi Sorumluluğu

Yukarıda ifade edildiği üzere her birimiz meslek ya da yaptığımız işi ya alaylı olarak öğreniyor ya da öğretim kurumlarında gördüğümüz eğitim ve öğretim programları ile kazanıyoruz. Bazen de bu bilgi ve beceri birikimimize iş kariyerimizde ilave eğitimlerle destek sağlamaya çalışıyor, hatta tamamen yeni bir meslek ya da iş öğrenme arayışı içinde oluyoruz.

Bütün bu çabalarımızın altında bir yönüyle hayatımızı idame ettirme, daha konforlu bir hayatı yaşama yanında yaptığımız işten duyacağımız tatmini yaşama arzusu da önemli yer tutuyor elbette. Ancak herkesin konuya bu şekilde yaklaşmadığını, farklı sebep ve gerekçelerle o iş ya da mesleği zorla yapan, meslekten soğuyan, kendisini işine vermekte zorlanan çok sayıda insanın iş ve mesleğine sarılmak yerine parmak ucuyla iş yapabildiğine de tanık olmaktayız. Biz böylesi insanlarla karşılaştığımızda, örneğin bir garson lokantada bize yemek getirirken bezgince bir tutum içinde olduğunu görsek ne düşünürüz? Roller değiştiğimizde, “ah mecbur olmasan ben size garsonluk yapar mıyım?” dercesine hizmet eden garson biz olsak, bunun farkında olur muyuz, farkında olduğumuzda kendimizi toparlamaya çalışır mıyız, yoksa sadece işimizi kaybetmeyeyim düşüncesi ve zorlamasıyla çalışmaya devam mı ederiz?

Her meslek ve işle ilgili gelişmeler bazen daha yavaş bazen de çok daha hızlı bir biçimde ortaya çıkar. Cerrahlıkla ilgili yeni bir ameliyat tekniğinin ortaya çıkması, psikolojide yeni bir yöntemin bulunması, vitrin düzenlemede farklı modellerin oluşması, zemin mekaniği ya da elektrik tesisatında daha tasarruflu modellerin bulunması gibi hemen her meslekle ilgili gelişmelere tanık oluyoruz. İnsanın merak duygusu ve gelişmeye olan eğilimi bu gelişmelerin temel motivasyon kaynağı. Bu gelişmeler karşısında beklenen meslek mensubunun bilgi ve becerilerini geliştirme çabası içinde

olmasıdır. Bu çabaya katlanmak istemeyen, halinden memnun olan, alışkanlıklarından vaz geçmeyen, tembellek eden ve yeniliklere direnç gösterenler elbette olacaktır. Zaman içinde yeni yöntem ve iş yapma tarzlarının müşteriler tarafından benimsenmesi oranında istisnalar dışında mesleki bilgi ve beceri geliştirme konusunda direnç gösterenler istisna olarak kalmaya başlar.

Meslek ahlakı, moda oldu diye değil de gerçekten daha fazla nasıl faydalı olabilirim, mesleği icra eder veya işi yaparken nasıl daha verimli ve etkin olabilirim duyarlılığı ile hareket etmeyi ve buna uygun biçimde mesleki bilgi ve becerileri geliştirme sorumluluğunu gerektirir. Bu sorumluluğun yerine getirilmemesi sonucunda çıktının niteliği ve kalitesi azalacağı, bunu alanın zarar göreceği ve nihayet kaynakların etkisiz ve verimsiz kullanılması sonucu ortaya çıkar. Diğer bir deyişle, mesleki bilgi ve becerilerin geliştirilmesi sorumluluğu başta o kişi ve yakın çevresi olmak üzere sonuçtan etkilenecek herkese ilişkin bir sorumluluk bilinci ile hareket etmeyi gerektirir.

Gelin kendimizi bu hususlarda bir özeleştiriyeye tabi tutalım:

- İnşaat mühendisliğinde zemin ve beton teknolojisinde yeni gelişmelerin olduğunu bir arkadaşınızdan duydunuz. Meslektaşınız size bu yeni teknoloji ile verimliliği artırabilecek ve maliyetleri azaltabilecek sonuçların elde edilebileceğini de söyledi. Böyle bir bilgiyi aldığınızda bunu önemser ve okumalarınızı, araştırmalarınızı yapmaya başlar mısınız yoksa bu tür bilgiler her zaman konuşulur hele bir yaygınlaşsın sonra bakarım mı dersiniz?
- Sağlık kurumu yöneticisisiniz. Tıbbi cihaz alımı, ilaç kullanımı ve ilişki yönetimi konusunda yeni iş modellerine ilişkin bir haber okuduğunuzda hiçbir şey yokmuş gibi davranmaya devam eder misiniz?
- Öğrenmeyi kolaylaştıran yöntem ve tekniklerde yeni kuşaklarla iletişim kurmayı da kolaylaştıran bir makaleyi okumanız size önerildiğinde bir öğretmen ya da akademisyen olarak tavrınız nasıl olur? Kendinizi geliştirebileceğiniz yeni bilgi ve beceri kazanabilme bakımından heyecan duyar ya da önemli bir şey yokmuş gibi davranmaya devam mı edersiniz?
- Atölyede yaptığınız işle ilgili bir çalışma arkadaşınız size işinizi daha verimli ve etkin yapma ile ilgili bir öneride bulunduğunda merak edip öğrenmeye mi çalışırsınız yoksa benim bildiğim bana yeter diyerek işinize olduğu gibi devam mı edersiniz?
- Yeni bir finansal enstrümanın finansman maliyetini azaltacağı yönünde bir bilgi duyduğunuzda alışkanlıklarınızı bozmadan devam mı eder yoksa detaylarını merak edip öğrenmeye mi çalışırsınız?
- İnsan kaynakları yöneticisi olarak performans ölçme ve değerlendirmede yeni yöntem ve tekniklerin sıkça konuşulduğunu duyduğunuz bir ortamda bu yöntem ve teknikler konusunda bilgi edinmeye çalışmak veya alışkanlıklarınızdan vazgeçmemek arasında hangisini tercih edersiniz?
- Çalışanlarınızın motivasyonunu artırma noktasında iletişim tarzının önemi konusunda yeni bilgi ve becerilere ihtiyacınız olduğu konusunda yapılacak uyarıyı yaptığınız iş veya meslekle ilgili bir bilgi ve/veya beceri eksikliği olarak mı görür yoksa kendinize yönelik bir tehdit olarak mı algılırsınız?

Soruları daha fazla artırmak tabii ki mümkün. Ancak sanırım bu örneklerden bile mesleki bilgi ve beceri geliştirme noktasındaki sorumluluklarımızın ne denli önemli olduğunu anlayabiliyoruz. Bu sorumluluklar yerine getirilmediğinde sadece kendimizle ilgili değil, çalışma ekibimiz, işletmemiz ve müşteriler başta olmak üzere o işlerden etkilenen tüm paydaşların zarar görmesi ya da en azından daha fazla fayda elde edememesine sebep olacağımızı bilmek durumdayız.

Meslek Onurunun Korunması Sorumluluğu

Meslek ahlakının ikinci önemli unsuru ise meslek onurunun korunması konusunda her bir meslek mensubunun sorumluluğudur. Öğretmen, güvenlik görevlisi, bakkal, yönetici, mühendis, doktor, şoför, temizlik görevlisi, kasiyer, satış elemanı her ne yapıyorsak bizim yapacağımız bir hata, eksiklik ve yanlış yüzünden o işi yapan tüm meslektaşlara yönelik olumsuz algının büyü-yebileceğini unutmayalım.

Meslek onurunun korunması sorumluluğu bir yönüyle de aslında bireysel sorumluluklar aksatıldığına ortaya çıkabilecek sosyal sorumlulukların kapsamının büyümesine benzetilebilir. Trafik kurallarına riayet etmeyen bir sürücünün sebep olacağı kaza sebebiyle, can ve mal kaybı ortaya çıkacağı gibi, tedavi, iş göremezlik ve araç hasarları sebebiyle kamu kaynaklarının katma değeri daha az alanlarda kullanılması yoluyla ekonomik ve sosyal olumsuzluklar yaşanmış olacaktır. Diğer bir deyişle bireysel sorumluluğun yerine getirilmemesinin sonucu sadece bireyle sınırlı kalmayacak dar kapsamdan geniş halkaya doğru tüm topluma fatura edilmiş olacaktır.

Meslek onurunun korunması konusunda sorumsuz davranışlar da mesleği hakkıyla içre etmeye çalışan insanların itibar ve kazanç kaybına yol açabilir. Bir akademisyenin derslerine özen göstermemesi, bilimsel çalışmalarında titiz davranmamasının sonuçları işin iyi yapmaya çalışan diğer bazı meslektaşlarına fatura edilebilir. Olumsuz örnek üzerinden algısı oluşmuş bir yönetici ya da öğrenci tercih etmediği için bazı akademisyenler maddi ve manevi kayıpla karşı karşıya kalabilir. Bir kuyumcu, terzi, manav ya da kasap ile yaşadığı bir olumsuzluk üzerine hemen yakındaki bir başka meslek mensubunu da benzer biçimde değerlendirerek belki ondan alabileceği bir ürün ya da hizmeti almaktan vaz geçebilir. Dolayısıyla bir meslek mensubunun meslek onurunu koruma sorumluluğunu yerine getirmemesinin olumsuzluğunu diğer meslek mensupları yaşar ve kayba uğrayabilir.

Gelin meslek onurunun korunması sorumluluğuna ilişkin de kısa bir özeleştiriyeye yapalım:

- Orantısız güç kullandığınızı anladığınızda güvenlik görevlisi meslektaşlarınıza ilişkin algının olumsuz olacağını düşünür ve dertlenir misiniz?
- Gereklilikleri sağlanmış bir dosyanın imzasını keyfi olarak masanızda beklettiğinizde yöneticilerin keyfi davrandığına ilişkin toplumsal algının güçlendiğine inanır mısınız?
- Ölçü ve tartıda ya da hesap üstü verirken titiz davranmadığınızda meslektaşlarınız olan bakkal ya da manavların müşteriler tarafından töhmet altında bırakılacağını düşünür müsünüz?

- Kargo çalışanı olarak müşteri önünde kargo paketlerini zarar görecektir biçimde atıp tuttuğunuzda kargo çalışanlarının özensiz çalışanlar olduğu gibi bir müşteri algısını beslediği aklınıza gelir mi?
- Pastane ya da fırın çalışanı olarak müşterinin fark etmeyeceğini düşünerek hijyene aykırı bir davranışınız sonucunda mesleği icra edenlerin temizliğe özen göstermediği konusundaki olumsuz algının güçlendiğini düşünür müsünüz?
- Rakip firmaların bir kısmı da yapıyor diye ödeme imkanınız olmasına rağmen ödeme yapmadığınızda, tedarikçi firmalar nezdinde sektörünüzdeki firmaların çoğunluğunun ödeme konusunda hassas davranmadıklarına ilişkin algının güçlenmesini artırmış olur musunuz?
- Hasta ve yakınlarına açık bilgi vermediğinizde “hekimler zaten hep böyle, yeterli bilgi vermiyorlar” gibi algıları beslediğinize inanır mısınız?
- Tartının müşteriler tarafından rahatlıkla görülmediği ve/veya hızlı hareket ettiğinizde, “zaten tüm kuyumcular böyle” gibi meslektaşlarınız hakkında algıyı olumsuzlaştıran davranışlara ne denli dikkat ediyorsunuz?
- Oto servis, kaporta ya da boya ustası olarak nasıl olsa müşteri fark etmez diyerek yaptığınız uygulamaların olumsuz sonucu ortaya çıktığında meslektaşlarınızın algısının bozulacağını düşündüğünüz olur mu?

Cevaplarımızı ne denli içten verebilirsek meslek onurunu koruma sorumluluğumuza ilişkin sorularımıza o denli gerçekçi olacaktır.

Meslek ahlakının bu iki önemli unsuruna ilişkin açıklamalardan sonra genel olarak meslek ahlakına ilişkin özeleştirici sorularına da cevap vermeye çalışalım.

- Yaptığım şey doğru, adil ve yasal mıdır?
- Kendi işim olsaydı aynı şekilde mi davranırdım?
- Bu yaptıklarımı rahat bir şekilde en yakınlarımdaki insanlarla paylaşabilir miyim?
- Bu davranışlarımla birileri haksız yere zarar görebilir mi?
- Bu davranışım ortaya çıktığında, mesleki saygınlığı, itibarım bundan nasıl etkilenir?
- Bu davranışı başka bir meslektaşım yapmış olsaydı bunu nasıl karşılardım?
- Başka bir mesleği icra edenin yaptığı şeyi kendi meslektaşım yapsa nasıl tepki veririm?

Yukarıdaki sorulara ilaveler yapmak da mümkün elbet. Bu kadarı bile meslek ahlakına ilişkin her birimizin kendi öz eleştirimiz için fazlasıyla yeterli diye düşünüyorum.

Şimdi de meslek ahlakı bakımından çok önemli birikimimiz olduğu halde yeterince istifade etmediğimiz ve temel ilkeleri ile kurumsal etkisini günümüze yansıtmadığımız ahilikten günümüze iş örgütlerinin meslek ahlakına etkilerine kısaca değinelim.

Ahilik Kurumundan Günümüz Meslek Kuruluşlarına Erdemli Ticaret Serencamımız

“Mesleki yeteneklerin geliştirilmesi, çıraklık, kalfalık ve ustalık merasimlerinden meslek mensuplarına katkı vermeyi aklının ucundan bile geçirmeyen yapılanmalara” biçiminde bir giriş yapmak, bu başlık altında ifade edeceklerimizi özetleyecektir düşüncesindeyim.

Pabucu dama atılan ayakkabı ustasından, yaptığı yanlışlara rağmen mağrur olarak mesleğini sürdüren doktorlara, çöken inşaatın altında hayatını kaybeden insanların ıstırabını duyup duymadığı şüpheli mühendis ya da müteahhitlere, bilgisizlik ve düşük gelir nedeniyle zararlı ürünleri almak zorunda kalanlara yönelik gıda ürünlerini satan üreticilere ve daha nice örnekle zenginleştirilebilecek sonuçlara gelişimizin hikayesidir aslında ahilikten günümüz meslek örgütlerine gelen süreç. Bu ve benzer örneklerle tabii ki söz konusu mesleği ya da diğer meslekleri hakkını vermeye çalışarak icra edenleri takdir ederek bu örnekleri sıralıyoruz.

İyi niyetle meslek ahlakına uygun davranan tüm bireylerin hakkını teslim ederek yola devam edecek olursak, üzülerek ahilikten bugüne geldiğimizde hem ülkemizde hem de küresel ölçekte meslek ahlakına uygun olmayan davranışlar karşısında mesleki örgütlerin ahilikte olduğu gibi üzerlerine düşen kurumsal sorumlulukları yerine getiremedikleri de açıkça ortadadır.

Pabucu dama atılan ayakkabı ustası ahilik örgütlenmesine ait bir deyim. Herhangi bir ayakkabı ustasının mesleğin gerekliliklerine uygun ayakkabı imal etmemesi halinde müşterinin zarar görmesinin ortaya çıkmasını beklemeksizin ilgili ahi pirinin işini hakkıyla yapmayan ustanın imal ettiği ayakkabıyı o ustanın işyerinin damına atması ritüelinin karşılığı ifade edilen bir deyimden söz ediyoruz. Usta oluncaya kadar kendisine her türlü bilginin aktarılmış olması, becerilerin kazandırılması ve tembihata rağmen bu şekilde davranmayı göze alan ustanın böylesi güçlü bir yaptırıma maruz kalması da doğal bir sonuç olarak yaşanıyor. Pabucu dama atılan ustanın utancından o diyarda kalması da zor hale geliyordu. Böylesine güçlü yaptırım gücü olan mesleki örgütlenmeden günümüz meslek örgütlerinin meslektaşları güçlendirme ve denetleme noktasına gelmiş olması ise maalesef hepimizi üzüyor.

Bugün üzülerek görüyoruz ki, yanlış yapanları bile korumaya çalışan, mesleği icra edenlerin gelişimi için çok fazla çaba sarf etmeyen bir mesleki örgütlenme düzeyindeyiz. Tabii ki mesleki yeterliliklerin geliştirilmesi, sertifikasyon çabalarını önemsiyoruz. Ancak hem ilkeli davranamama, kişiye göre kuralları değiştirme ve yaptırım gücünün zayıflaması gibi sonuçlarla da karşı karşıyayız. Üzerine bir de yanlış yapan ya da iş ahlakına uygun davranmayan meslek mensuplarını korumaya yönelik tutum ve eylemler göz önüne alındığında, ahilikten günümüz meslek örgütlenmelerine doğru epey bir irtifa kaybı yaşadığımızı açıklar. Bu ko-

nuda üzüntü verici bir diğer husus ise yanlış yapan, meslek ahlakına aykırı davranan bazı kişilerin korumaya alınırken söylenmiş olduğu bağlamdan koparılmış olan; “kol kırılır, yen içinde kalır” deyişi ile bu eylemin destekleniyor olmasıdır. Bir deniz muharebesinde donanma gemilerinden bir kısmının zora düşmesi ya da asker kaybı gibi sebeplerle yara alan donanma komutanının düşmanın böyle bir durumu zafiyet olarak algılamaması ve güçten düşük görülmemesi kaygısıyla söylenmiş bu sözün, yanlış koruma amaçlı olarak meslektaş dayanışması adına kullanılmaya başlanmış olması da ayrıca bir ahlaki problem olarak değerlendirilebilir.

Meslek ahlakına ilişkin bireysel ve kurumsal desteklerle güçlendirilmiş her düzeydeki iş insanının ve özellikle de girişimcinin iş ahlakı ve adil ticaret bakımından çok daha önemli olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Çünkü işletme kuran, işveren ve kararlar alan pozisyonundaki girişimci aynı zamanda rakip, paydaş ve müşteri rollerini de oynar. Tüm bu rolleri ile birlikte bir girişimcinin adil rekabet bakımından ne tür özelliklere sahip olması konusu da iş dünyasındaki her ölçekteki girişimciye yol gösterici olacaktır.

Adil Rekabet İçin Girişimci Özellikleri

Bireysel ve sosyal sorumluluklar, iş ve meslek ahlakına ilişkin ifade ettiğimiz hususlar bağlamında bir girişimcinin adil rekabet yapmasına destek olabilecek temel bazı özellikleri özetlemenin bu kitabın amacı bakımından anlamlı ve kıymetli olduğu düşüncesindeyim.

Aşağıda yer alan özellikler açısından her bir okuyucunun kendisini değerlendirmesinin faydalı olacağı kanaatindeyim.

Bir girişimcinin iş ve rekabet ilişkilerinde adil olup olmadığını kendi öz değerlendirmesi bağlamında şu hususları göz önüne alarak hareket edebilmesi önemlidir:

- Meslektaşları ve rakipleri ile hasbihal edebilen
- Diğergamlık sergileyebilen
- Yok etmeden de rekabet etmenin farkına varabilen
- Hak ettiğinden daha fazla kazanma hırsını dizginleyebilen
- Kazancından dayanışma ve yardımlaşma için pay ayırabilen
- Kazancının ahlaki değer yargılarına aykırı bir şekilde elde edilmediği kaygısı taşıyabilen
- Sosyal ve toplumsal problemler için zaman ve kaynak ayırabilen
- Farkında olmasalar bile, rakipleri, müşterileri, çalışanları ve gelecek kuşakların da haklarını gözetebilen.

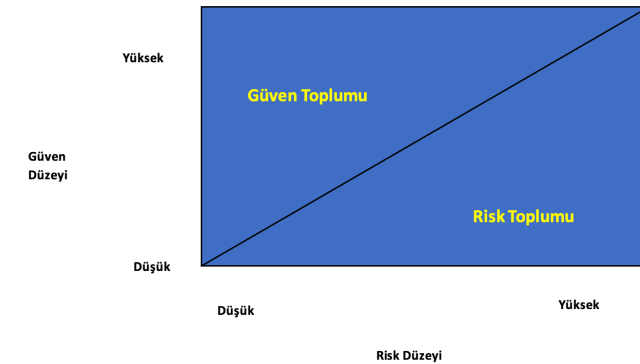
Yukarıda belirtilen hususlara bakıldığında aslında hayata bütüncül olarak bakabilen, kitabın ilk kısımlarında belirtmiş olduğumuz zihinsel parçalanmışlık sonucu iş hayatı, sosyal hayat

gibi bölünmüşlüklerle hayata ve ilişkilere yaklaşmayan oldukça insani bir yaklaşımı görebiliyoruz. Bir diğer deyişle, iş hayatında yer alan insanlar hangi pozisyon ve konumda olursa olsun, karar ve eylemlerini; niyet, uygulama ve sonuçları bakımından ve ayrıca zihninde hayatı iş, ev, okul, arkadaşlar, sosyal çevre, toplum vb. şeklinde kompartımanlara ayırmaksızın aynı değerler bağlamında hareket ederek gerçekleştirebilmesi mümkün olursa, yukarıda sayılan özelliklere uygun davranışlar daha kolay gerçekleştirilebilir. Rakibi ya da müşterisine yalan söylemenin aynı zamanda arkadaş çevresi ve toplumda kendisini yalancı konumuna düşüreceğini aklından çıkarmayan, aile fertlerine satamayacağı ürünü müşterisine teklif etmeyen, çalışanlarının ücretlerini zamanında ödeyemediğinde kendi ailesi için harcama yapmayan ya da yapamayan insan aslında hayatı bütüncül yaşayabiliyor ve dolayısıyla adil girişimcilik özelliklerini sergileyebiliyor demektir. Aksi durumda zihni parçalanmışlık ile iş ahlakına uygun olmayan davranışların meşrulaştırılması ve hayatın bir alanındaki başarısı yanında diğer alandaki haksızlıklarını örtten ya da görmezden gelen bir girişimci tipi ile karşılaşırız. Nitekim iş ahlakına ihtiyacın şiddetle arttığı söylenen günümüz iş dünyasında yaşanan durumun tam olarak bu olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır.

Adil rekabet, erdemli ticaret ve iş ahlakına uygun davranışın etkileri sadece birey, şirket ve sektör düzeyi ile sınırlı kalmaz. Böyle bir ortamın varlığı toplumun da güven toplumu olmasına katkı sağlar, risk algısının azalmasını beraberinde getirir.

Güven Toplumu/Risk Toplum İkilinde Erdemli Ticaretin Rolü

Erdemli ticaret, toplumdaki riskleri azaltırken güven toplumu olma yolunda önemli katkı sağlar. Risklerin azaldığı, güvenin arttığı toplumlarda ise toplumsal maliyetler azalır. Şekil 3’de güven ve risk toplumu basitçe görselleştirilmeye çalışılmıştır.



Şekil 3. Güven ve Risk Toplumu İlişkisi

Şekilden de anlaşılacağı üzere, risk algısının yüksek olduğu, örneğin, yasaların kime nasıl uygulanacağı konusunda, ödemelerin yapılıp yapılmayacağı bakımından, suç ve ceza dengesi ile hukuki öngörülebilirliğin zayıfladığı toplumlarda denetim için daha fazla kaynak ayrılır, insanlarda güvensizlik artar ve birey olarak kendi güvenlikleri için olması gerekenden daha fazla harcama yapma ya da yatırım yapmama gibi eğilimler artar. Böyle bir durumun varlığı, diğer bir ifadeyle toplumda risk algısı arttığında, istihdam azalır, nitelikli ürüne erişim kısıtlanır, rekabet bozulur ve haksız rekabet yaygınlaşır. Tüm bu ve benzeri durumlar ise iş ahlakı değerlerinin gözetilmediği bir iş ortamı oluşmasını besler.

Tersine güven duygusu arttıkça kamu kaynaklarından denetim ve gözetime ayrılan kaynaklar azalır, yatırım artar, bireysel anlamda da yatırımlar büyür ve istihdam gelişir. Bu sayede rekabetçi piyasalar oluşur, kuralların iyi çalışması ve denetimin güçlü olması yoluyla iş ahlakına aykırı davranışlarda da azalma meydana gelir.

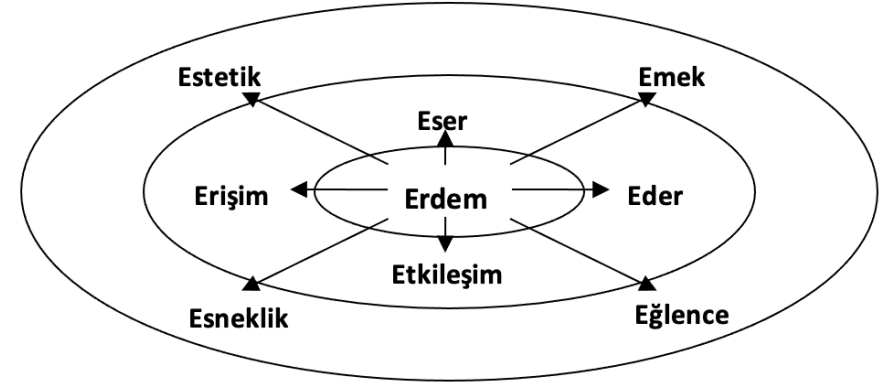
Özetle erdemli ticaret sayesinde aslında toplumların risk toplumu olmadan güven toplumu olma yönünde ilerleme kaydettiklerini rahatlıkla ifade edebiliriz.

Güven toplumlarında vergiden kaçınma yerine vergi ödeme, dayanışma ve paylaşma gibi sorumluluk ve değerler de olumlu olarak gelişir. Zira her birey kendini güvende hissettiği ve kuralların uygulandığı ve denetimin hakkaniyetle yapıldığına güvendiği için güven toplumlarında bu tür değerler ve iş ahlakı değerleri de fazlasıyla karşılık bulur.

Bu çalışmada son olarak, girişimci, yönetici ve çalışanlara adil rekabet ve erdemli ticaret uygulamalarında rehberlik edeceği düşünülen erdem odaklı pazarlama yaklaşımından söz etmek istiyorum.

Erdem Odaklı Pazarlama Yaklaşımı

Bu kısma başlarken Şekil 4'ü incelemenizi ve aşağıdaki metni okumadan sizin ne düşündüğünüzü, şekilde yer alan terimleri nasıl yorumladığınızı değerlendirmenizi isterim.



Şekil 4. Pazarlamada Erdem Odaklı Yaklaşım

(Kaynak: Torlak, Ö. "Pazarlamanın Yeni Tanımı ve Pazarlama Karmasındaki Değişime İlişkin Değerlendirmeler", Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler, Editörler: Varinli, İ. ve K. Çatı, Detay Yayıncılık, Ankara 2008, ss.1-29.)

Şimdi gelin Şekil 4'de yer alan dokuz adet E başlıklı ifadeleri açmaya çalışalım.

Üretici ya da satıcı olarak pazara ürünlerimizi sunmak, bunları fiyatlandırmak, talep edilen noktalara ulaştırmak ve nihayet hem ürünlerimizden tüketicileri haberdar etmek hem de kendi markamız konusunda onları ikna etmek, her işletmenin en temel işi. Dolayısıyla işletmeler pazarın ihtiyaç, istek ve beklentilerine uygun ürün inovasyonunu yapıp bunları pazarlamakla hedeflerine erişebilir. Nitelikli insan kaynağı yönetimi, güçlü finansman, üretimin ve tedarikin etkili ve verimli yapılması, muhasebe kayıtlarının tutulması ancak bu esas işlerin, yani pazarlamanın yapılması ile anlam ifade eder. Bu yüzden kitabın bu son bölümünde iş ahlakı bakımından da çokça eleştirilen ve problemleri ortaya çıkaran pazarlama karar ve eylemlerine iş ahlakı ve erdemli ticaret bakış açısı ortaya konmaya çalışılmıştır.

Şekilden de görüldüğü gibi ikinci halkada yer alan pazarlamaya ilişkin temel konular ile en dış halkada yer alan bu çabaları destekleyen ve zenginleştiren diğer dört e başlığını taşıyan unsurun tamamının odağında erdem yer alıyor mu, almıyor mu sorusu, erdemli pazarlama için olmazsa olmaz sorudur.

Ürün geliştirme, üretme ve ürün portföyüne dahil edilirken, fiyatlandırılırken, pazara ulaştırılırken ve pazarlama iletişimi, marka iletişimi çabaları gerçekleştirilirken erdemli davranılıp davranılmadığı ekseninde hareket edilmelidir. Buradan hareketle, en merkezde yer alan erdemlin dikkate alınmadığı, önemsenmediği ve bir adım daha ötesinde görmezden gelindiği her pazarlama karar ve eyleminde iş ahlakına uygun olmayan sonuçların ortaya çıkma ihtimali oldukça yüksek olur. Zira kitabın başından itibaren ifade etmeye çalıştığımız üzere, daha fazla ve hak ettiğinden fazlasını kazanma konusunda eğilimli olabilen insanın erdemden uzaklaştığında adil ve dürüst olmayan, haksız ve yanıltıcı çok sayıda karar ve eylemi iş ahlakına aykırı olması kuvvetle muhtemeldir.

Erdemi odağa alabildiğimizde ürünlerimizi eser olarak görebilir, karşılığında elde ettiğimiz geliri hak ettiğimizi düşünürken müşterilerimiz de bu eserlere ödedikleri bedelin değer olduğunu düşünür. Erdem odaklı bir bakışla gerçekleştireceğimiz pazarlamada eserleri pazara dağıtırken müşterilerimizin onlara erişim kolaylıklarını gözetir ve onları ikna çabalarımızı tek yönlü mesaj olarak değil iki yönlü etkileşimle onların da geri bildirimlerine kıymet veren bir bakış açısına sahip oluruz. Geçmişte; “müşteri velinimetimizdir” bakış açısının bugün gelinen noktada “müşteri değeri”, “müşteri ilişkileri yönetimi” ve “müşteri katılımı” gibi çabalarla daha yoğun bir şekilde konuşuluyor ve çalışılıyor olması da bize ikinci halkada yer alan pazarlamanın temel enstrümanlarına bu dört e ile başlayan bir biçimde yaklaşmanın hem erdemli ticaret ve pazarlama ve hem de müşteri memnuniyeti açısından olmazsa olmaz yaklaşımlar haline geldiğini daha rahat anlamış oluruz.

En dışta yer alan halkada yer alan dört e başlıklı terim de özünde, ifade etmeye çalıştığımız erdemli pazarlama bakış açısını zenginleştiren ve bugün hemen tüm marka ve pazarlama yönetimlerinin önem verdiği hususlar olarak öne çıkmaktadır. Aslında erdemli pazarlama ile işletmenin esas amaçlarından olan müşteri tatmini ve karlılığın artışının sağlanmasının kolaylaşacağı, bugün hemen her pazarlamacı ve işletmecinin kabul ettiği ortak bir tanımlamadır.

Müşterisini arayan ve ona değerli bir eser sunmak isteyen işletme nasıl emek ortaya koyarak bunu yapabiliyorsa müşteriler de değerli olana sahip olabilmek için bir yandan çalışmalarının karşılığı olan ücret ve tasarruflarından harcama yapmak suretiyle emek sarf ediyor hem de daha değerli eseri elde edebilmek için, bilgi araştırma, zaman harcama gibi ilave emekler ortaya koyuyor. Tabii ki her zaman emeklerin karşılıkları tam anlamıyla hem alıcı hem de satıcı tarafından alınmayabilir. Ancak orta ve uzun vadede kıymet bilme işi karşılıklı olarak bir noktada buluşabiliyor. Aksi halde hiçbir marka için marka bağlılığı, bağlılık gösteren müşteri kitlesi ve sadık müşteriler oluşması mümkün olmazdı.

Eserlere erişim alternatiflerinin artırılması günümüz hayat tarzı ve dijital ekonomi boyutu bakımından olmazsa olmazlardan. Bu durumda ürünleri müşteriye ulaştırırken ve tersine müşterinin ürünlere erişimi öncesi, esnası ve sonrasında estetik boyuta da önem ve özen artıyor. Zaman zaman esnaf lokantasında yemek yeme isteyen müşteriler bazen de daha estetik ortamlarda bu ihtiyacını karşılamak istiyor. Bugünkü market ortam ve raf düzenleri ile ürün sunumları ve online alışveriş site düzenlemeleri varken bundan elli yıl önceki bakkal düzeninde mal ulaştırma ya da seyyar satıcılarla onlara ürün ulaştırma çabaları estetik bulunmuyor.

Pazarlama iletişim çabalarının maliyet ve fiyatları artırdığına yönelik eleştiriler her daim var olagelmıştır. Tabii ki bu eleştirileri haklı çıkaran uygulamalar söz konusu olabilir. Örneğin bir elektronik üretici markası reklam yoluyla medya organlarına ödemedeki bulunmakta, reklam ajansları ile çalışmakta ve en azından bu sektörlerin ürettiği ürünler ya ücretsiz ya da düşük fiyatla erişilebilen ürünler olmaktadır. Öte yandan reklam ile bilgilenen bazı tüketiciler kendilerine katkı sağlayacak daha doğru kararlar alabilmektedir. Dolayısıyla bu anlamda reklam harcamalarının hem dolaylı olarak ürün fiyatlarına pozitif katkısından söz edilebilir hem de bilgilendirme bakımından müşterilere katkısı olabilir. Bu bağlamda hem işletmelerin pazar ve müşteriye erişimleri hem de müşterilerin ürünlere erişiminde daha fazla esneklik sağlanmış olacaktır. Esneklik ise müşteriye zaman kazandırdığı gibi işletmelere de satış ve kar artışı avantajı sunmaktadır.

Pazarlama iletişiminde esneklik ve estetik yanında müşteri memnuniyeti bakımından süreçlerin daha eğlenceli hale getirilmesi ve tabii erdemlin gözden kaçırılmaması kaydıyla eğlence boyutu zenginleştirilmiş bir alışveriş biçimi bugün daha anlamlıdır. Deneyim ekonomisi, deneyim tüketimi gibi de ifade edilebilen bu tür pazarlama çabaları ile, müşteriler eğlence ile zenginleştirilmiş ürünlerin daha fazla eder ya da kıymete eriştiği konusunda ikna olmaktadır. Yeter ki, erdem odakta olsun ve gerçekten kandırma ya da aldatmaya yönelik kısa vadeli bir bakış açısı ile yapılmamış olsun.

Satırlar sona ererken gelin bu dokuz E başlığı altında ifade etmeye çalıştığımız erdemli ticaret konusunda kendimizi, yaptıklarımızı ve yapmadıklarımızı gözden geçirelim. Dilerseniz bir tablo oluşturup her E başlığı için yapılan ve yapılmayanlar, doğrular ve yanlışlar şeklinde çek edebilirsiniz. Göreceksiniz ki, aslında bu gözden geçirme ve değerlendirme sonucunda dahi, hem erdemli pazarlama hem de erdemli ticaret bağlamında aslında oldukça kapsamlı sayılabilecek bir gözden geçirme yapmış olacaksınız.

Şimdi sıra sizde...

Erdemli Ticaret

Genel ahlaki ilkelere uygun davranmak
Erdemli Ticaret için yeterli midir ?

Prof. Dr. Ömer TORLAK 1961 İstanbul doğumludur. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden 1982 yılında mezun olmuştur. 1984 yılında yüksek lisans ve 1991 yılında doktora derecelerini pazarlama alanında İstanbul Üniversitesi'nden almıştır. 1996 yılına kadar özel sektörde çalışan Torlak, 1996 yılından itibaren Kırıkkale, Eskişehir Osmangazi ve Çankırı Karatekin Üniversitelerinde görev yapmıştır. KTO Karatay Üniversitesi'nde Rektörlük ve Rekabet Kurumunda başkanlık görevlerinde bulunmuştur. TÜBİTAK Bilim Kurulu üyesi de yapan Torlak, pazarlama ahlakı, pazarlama tarihi, tüketim kültürü, tüketici davranışları ve pazarlama araştırmaları alanlarında çalışmalarını sürdürmekte ve halen İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde çalışmaktadır.

MUSIAD

