

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÖNETİM ORGANİZASYON BİLİM DALI

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇERÇEVESİNDE
TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ FAALİYETLERİNDE YER
ALAN KATILIMCILARIN BEKLENTİ VE ALGILARINA
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
(Yüksek Lisans Tezi)

Tezi Hazırlayan: **Murat VEYİSOĞLU**

İSTANBUL, 2009

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÖNETİM ORGANİZASYON BİLİM DALI

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇERÇEVESİNDE
TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ FAALİYETLERİNDE YER
ALAN KATILIMCILARIN BEKLENTİ VE ALGILARINA
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
(Yüksek Lisans Tezi)

Tezi Hazırlayan:
Murat VEYİSOĞLU
Öğrenci No:
070744015

Danışman:
Doç. Dr. Ramazan KAYNAK

İSTANBUL, 2009

YEMİN METNİ

Sunduğum Yüksek Lisans Tezimi, Akademik Etik ilkelerine bağlı kalarak, hiç kimseden akademik ilkelere aykırı bir yardım almaksızın bizzat kendimin hazırladığına and içerim.

09 /09 /2009

Murat VEYİSOĞLU

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇERÇEVESİNDE TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ FAALİYETLERİNDE YER ALAN KATILIMCILARIN BEKLENTİ VE ALGILARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Tezi Hazırlayan: Murat VEYİSOĞLU

Özet

Günümüz dünyası değişmekte ve büyük bir hızla gelişmektedir. Bu değişim ve gelişim iş aleminde çok daha fazla hissedilmektedir. Kurumların içinde bulunduğu toplumu oluşturan fertler de, bu değişimi açıkça talep etmekte ve işletmeleri artık sadece ürün, hizmet üreten kuruluşlar olarak değil, aynı zamanda birer kurumsal vatandaş olarak da algılamaktadırlar. Bundan dolayı işletmelerin de toplumsal meselelere müdahale etmelerini beklemektedirler. Kurumlar toplumun bu konudaki beklentilerini kurumsal sosyal sorumluluk etkinlikleriyle karşılamaktadırlar. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde şirket bünyesinde kurdukları toplum gönüllüleri birimleriyle, çalışanlarını da işin içine katarak, topluma olan borcunu ödemeye çalışmaktadırlar.

Bu tez çalışması; toplum gönüllüleri faaliyetlerine katılanların amaçları, beklenti ve algılarına yönelik bir araştırmadır. Birinci bölümde sosyal sorumluluk konusu incelenmiştir. İkinci bölümde, tarihten bugüne kurumsal sosyal sorumluluk konusu etraflıca araştırıldıktan sonra üçüncü bölümde kurumsal sosyal sorumluluk konusunda getirilmek istenen standart arayışı ve SA8000 standardı incelenmiştir. Dördüncü bölümde ise gönüllülük ile toplum gönüllüleri araştırılmış ve son olarak beşinci bölümde de toplum gönüllüleri faaliyetlerine katılanların algı ve beklentilerine yönelik olarak hazırlanan anketin uygulanması ile elde edilen verilerin analiz ve değerlendirmelerine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal sosyal sorumluluk, toplum gönüllüleri faaliyetleri, SA 8000, Toplum gönüllüsü, Katılımcı beklentisi

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITIES UNDER THE COMMUNITY VOLUNTEERS THE PARTICIPANTS IN TOWARDS THE EXPECTATION AND PERCEPTION RESEARCH

Presented by: Murat VEYİSOĞLU

Abstract

The world today is changing and developing rapidly. These changes and developments in the business world is much more felt. Within institutions that make up the members of society, this difference clearly in demanding and businesses no longer just products, services, and not as producing organizations, but also are perceived as one corporate citizen. Therefore citizens are waiting to intervene in social issues from businesses. Institutions are met expectations on this issue with corporate social responsibility activities. Businesses within the framework of corporate social responsibility within the company they founded in units of community volunteers, employees of the business into the fold, the community that are trying to pay the debt.

This thesis work; community volunteers participate in the activities of those objectives, expectations and perceptions for is an investigation. The social responsibility issues are examined in the first part of this thesis. In the second part, from the past to the present issue of corporate social responsibility has been researched extensively after this part in the third section on corporate social responsibility be brought seeking the required standards and SA8000 standards examined. The people volunteering with community volunteers have been investigated in the fourth section and finally community volunteers participate in the activities of those who are prepared to address perceptions and expectations with the implementation of survey analysis and evaluation of the data obtained were included in the fifth section.

Key words: Corporate social responsibility, community volunteers activities, SA 8000, community volunteers, participants expected

TABLULAR LİSTESİ

Tablo No:

1: Halkın Gözünde KSS’de Lider Olan Şirketler.....	44
2: İş Dünyasının KSS’de Lider Seçtiği Şirketler.....	45
3: Halkın Gözünde Temel Sosyal sorumluluk Kriterlerinde En Başarılı Şirketler.....	46
4: Dünyada SA8000 Belgesi Veren Firmalar.....	72
5: Dünya’da Gönüllü Faaliyetlere Katılanların Oranı-Kentsel 18-35 yaş üstü.....	78
6: Deneklerin Cinsiyetine Göre Dağılımı.....	96
7: Anket katılımcılarının çalıştıkları firmaların türü.....	97
8: Değişkenlerin Faktör Analiz	100
9: Değişkenlerin Korelasyon Analizi Sonuçları	101
10: Değişkenlerin Ortalaması ve Standart Sapması	102
11: Cinsiyete Göre Gruplar Arası Ortalamalar	104
12: Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem <i>t</i> Testi Sonuçları.....	105
13: Yaşa Göre Gruplar Arası Ortalamalar.....	106
14: Yaşa Göre Bağımsız Örneklem <i>t</i> Testi Sonuçları	107
15: Hipotez Kabul / Red Tablosu.....	108

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil No:

1: Organizasyon İçi ve Organizasyon Dışı Sorumluluk Alanları	4
2: Friedman'ın İşletmenin Sorumlulukları Kavramı.....	17
3: İş Döngüsü Yaklaşımına Göre İşletme ve Sorumlulukları.....	20
4: İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları Piramidi.....	27
5: İşletmelerin Sorumluluklarının Örtüşmesi.....	28
6: Organizasyonun Paydaşları.....	51
7: Paydaş Modeli.....	55
8: Bilim Toplum Gönüllülerinin İlkeleri.....	86
9: Bilim Toplum Gönüllüleri Organizasyon Şeması.....	90
10: Anket Katılımcılarının Eğitim Durumu	98
11: Çalışanların Firmadaki Pozisyonları	98
12: Değişkenlerin Ortalaması	103
13 Hipotezlendirilmemiş Sonuçlar	111

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
a.g.k.	Adı Geçen Kitap
a.g.m.	Adı Geçen Makale
BTG	Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
ÖSGD	Özel Sektör Gönüllüleri Derneği
TGF	Toplum Gönüllüleri Faaliyetleri
TOG	Toplum Gönüllüleri Vakfı
TEGV	Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı
S.	Sayfa
SY.	Sayı
Vb.	Ve benzeri

İÇİNDEKİLER

Yemin Metni	
Jüri Sayfası	
Türkçe Özet ve Anahtar Kelimeler	I
İngilizce Özet ve Anahtar Kelimeler (Abstract)	II
Tablolar Listesi	III
Şekiller Listesi	IV
Kısaltmalar	V
Giriş	1

I.BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK

1.1 SORUMLULUK KAVRAMI	2
1.2. SOSYAL SORUMLULUK	4
1.2.1. Sosyal Sorumluluğun Tanımı	5
1.2.2.Tarihten Bugüne Sosyal Sorumluluk	8
1.2.2.1. Sanayi İnkılâbına Kadar Olan Dönem	8
1.2.2.2. İkinci Dünya Savaşına Kadar Olan Dönem	9
1.2.2.3. İkinci Dünya Savaşı Sonrasında Günümüze Kadar Olan Dönem	12
1.3.DEĞİŞİK KÜLTÜRLERDEKİ SOSYAL SORUMLULUK ALGILARI	13
1.4 SOSYAL SORUMLULUKLA ALAKALI GÖRÜŞLER	15
1.4.1. İşletmeyi Esas Alan Görüş	16
1.4.2. Çevreyi Esas Alan Görüş	18
1.4.2-1 İş Döngüsü Yaklaşımı İçinde Sosyal Sorumluluklar	19

1.4.2.2 Sosyal Paydaşlar Yaklaşımı İçinde Sosyal Sorumluluklar	20
1.5 MODERN EKONOMİK GÖRÜŞÜN SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ	21
1.5.1 Ackerman'ın İşletme Sosyal Duyarlılığı Modeli	21
1.5.2. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli	22
1.5.3. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli	24
1.5.4. Carroll'un Üç Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli	24
1.6. MODERN ANLAYIŞIN SOSYAL SORUMLULUK SEVİYELERİ	25
1.6.1. Ekonomik Sorumluluk	25
1.6.2. Hukuki Sorumluluk	26
1.6.3. Etik Sorumluluk	26
1.6.4. Hayırsever Sorumluluk	27
1.7 SOSYAL SORUMLULUK LEHİNDE VE ALEYHİNDE OLAN GÖRÜŞLER	28
1.7.1 Sosyal Sorumluluk Lehinde Olan Görüşler	28
1.7.2. Sosyal Sorumluluğun Aleyhinde Olan Görüşle	29
1.8. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ ve DEZAVANTAJLARI	29

II. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

2.1.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI	31
--	----

2.2.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TARİHİ	37
2.3.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TÜRKİYE'DEKİ GELİŞİMİ	40
2.4.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK TÜRKİYE ARAŞTIRMASI	43
2.5.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞU OLUŞTURAN DİNAMİKLER	46
2.5.1-İçsel Dinamikler	47
2.5.1.1.İnsan Kaynakları Yönetimi	47
2.5.1.2. İşyerinde Sağlık ve Güvenlik	47
2.5.1.3. Değişim İçin Adaptasyon	48
2.5.1.4. Çevrenin ve Doğal Kaynakların Yönetimi	48
2.5.2-Dışsal Dinamikler:	48
2.5.2.1.Yerel Kamuoyu	48
2.5.2.2. İş Ortakları, Tedarikçileri ve Müşteriler	49
2.5.3- Uluslararası Çalışma Normları	49
2.5.4- Global Çevresel Faktörler	50
2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLE İLİŞKİLİ VE BENZER	
KAVRAMLAR	50
2.6.1. Paydaş teorisi	51
2.6.2. Şirket Sosyal Sorumluluğu	54
2.6.3. İş Ahlakı	54
2.6.4. Kurumsal Vatandaşlık	54
2.6.5. Kurumsal Sosyal Duyarlılık	55
2.6.6. Kurumsal Hesap Verme Sorumluluğu	55
2.6.7. Sosyal Açıklama	55

2.6.8. Sosyal Denetim	56
2.6.9. Sosyal Raporlama	56
2.6.10. Davranış Kodları	56
2.7. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN İŞLETME AÇISINDAN TAŞIDIĞI AVANTAJLAR VE RİSKLER	57
2.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN KAPSAMI	58
2.8.1. Eşit Fırsat Hakları	58
2.8.2. Ekoloji	59
2.8.3. Tüketicilik	59

III. BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUKTA STANDART VE SA 8000

3.1. SA 8000 STANDARDI	61
3.2 TANIMI	61
3.3. SA 8000'İN TARİHÇESİ	64
3.3.1. Dünya Ölçeğinde Tarihi Gelişimi	64
3.3.2. Türkiye Ölçeğinde Tarihi Gelişimi	65
3.3.2.1. Cumhuriyete Kadar Olan Dönem	65
3.3.2.2. Cumhuriyet Devri	65
3.4. SA 8000 STANDARDI KAPSAMINDA TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT DURUM	66
3.5 SA 8000'İN ORTAYA ÇIKMA SEBEPLERİ	67

3.5.1. Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Kötü Çalışma Şartları	67
3.5.2. Sivil Toplum Örgütlerinin Çabaları	69
3.5.3. Sosyal Sorumluluk Yatırım Fonları	70
3.6. SA 8000 BELGELENDİRME SÜRECİ	70
3.7. İŞLETMELERE GETİRDİĞİ KAZANÇLAR	72

IV. BÖLÜM

TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ

4.1. GÖNÜLLÜLÜK KAVRAMI	73
4.2. GÖNÜLLÜLÜĞÜN KURUMSALLAŞMASI	75
4.3. GÖNÜLLÜLÜK VE TOPLUM GÖNÜLLÜLÜK FAALİYETLERİNİN TÜRKİYE GELİŞİMİ	77
4.4. GÖNÜLLÜ OLMAYA SEBEP OLAN FAKTÖRLER	80
4.4.1. Ferdî Gönüllülük	80
4.4.1.1. Bireysel Faktörler	80
4.4.1.2. Sosyo-kültürel Faktörler	80
4.4.1.3. Ekonomik Faktörler	81
4.4.1.4. Yasal ve Siyasal Faktörler	81
4.4.1.5. Diğer Faktörler	81
4.4.2. Kurumsal Gönüllülük	81

4.4.2.1. Bireysel Faktörler	82
4.4.2.2. Kurumsal Faktörler	82
4.4.2.3. Diğer Faktörler	82
4.5. TOPLUM GÖNÜLLÜLÜĞÜ FAALİYETLERİNİN KAZANDIRDIKLARI	82
4.5.1. Bireye Olan Faydaları	82
4.5.2. Kuruma Olan Faydaları	82
4.6. BİR TOPLUM GÖNÜLLÜĞÜ ORGANİZASYONU ÖRNEĞİ	83
4.6.1. Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri (BTG)	83
4.6.1.1 BTG'nin Misyon ve Hedefleri	85
4.6.1.2. Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri Yönetim Şekli	88

V. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇERÇEVESİNDE TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ FAALİYETLERİNDE YER ALAN KATILIMCILARIN BEKLENTİ VE ALGILARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	91
5.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	92
5.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI	93
5.4. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	94
5.5. ANAKÜTLE VE ÖRNEKLEM	94
5.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE ANALİZLER	94

5.6.1. Hipotezler	95
5.6.2. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri	96
5.6.3. Faktör Analizi	99
5.6.4. Güvenilirlik Analizi	101
5.6.5. Korelasyon Analizi, Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	101
5.7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER	109
5.8. HİPOTEZLENDİRİLMEMİŞ SONUÇLAR	111
KAYNAKÇA	114
EK	
Anket Formu	123
ÖZGEÇMİŞ	124

GİRİŞ

Son yıllarda dünya ile birlikte Türkiye’de de büyük ivme kazanmış olan Toplum gönüllüleri faaliyetleri katlanarak devam etmektedir. İşletmelerin Kurumsal sosyal sorumluluk projesi olarak nispeten maddi sebeplerle başlattığı Toplum gönüllüleri, katılan çalışanların gayretleriyle büyük bir hızla büyümektedir.

Bu tez Kurumsal Sosyal Sorumluluk çerçevesinde Toplum Gönüllüleri Faaliyetlerinde yer alan katılımcıların beklenti ve algılarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. İşletmelerin KSS ve TGF’ den beklenti ve algılarıyla alakalı çok sayıda araştırma varken Toplum gönüllüleri faaliyetlerine katılanların amaçlarıyla alakalı araştırmalar Türkiye’de henüz yeterli seviyede değildir.

Araştırmaya temel oluşturan veriler, anket uygulamasıyla elde edilmiştir. Kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde anketin amacı belirtildikten sonra Toplum Gönüllüleri faaliyetlerinde yer alan katılımcıların beklenti ve algılarını ortaya çıkarmaya yönelik sorular sorulmuştur. İkinci bölümde anketi cevaplayanların demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Toplanan veriler, elektronik ortama aktarılmış ve SPSS v 11,5 istatistik bilgisayar paket programı ile analiz edilmiştir. Tezin Sonuç kısmında araştırma ile bulguların yorumlarına yer verilmiştir.

I. BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK

Sosyal sorumluluk, toplumun işletmelerden ticari faaliyetler haricinde insanlara faydalı mevzularda da sorumluluk almalarını beklemeyle ivme kazanmıştır. Bu bölümde ilk önce sorumluluk nedir sorusuna cevap arandıktan sonra sosyal sorumluluk kavramı tarihçesi ve ayrıntılarıyla incelenecektir.

1.1. SORUMLULUK KAVRAMI

Kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, sorum, mesuliyet¹ anlamına gelen sorumluluk kavramıyla alakalı çok değişik tanımlar yapılmıştır. Sorumluluk; kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, şeklinde de tanımlanmaktadır.² Ferdin uyum sağlaması, üzerine düşen vazifeleri yerine getirmesi ve kendi yaptığı bir olayın başka insanlar üzerindeki etkilerinin sonuçlarını üstlenmesi, başka insanların haklarına saygı göstermesi ve kendi davranışının neticelerine sahip çıkabilmesi olarak da sorumluluğu tanımlayanlar da vardır. Kelime anlamı itibariyle sorumluluk, “bir işi üstüne alan ve o işi yapmak zorunda olan bir kişiden beklenen yükümlülüklerin bütünü” şeklinde ifade edilmektedir.³

Çok geniş bir mefhum olan sorumluluğu anlaşıldığı gibi birkaç cümle ile tarif etmek zor görülmektedir. İnsanın hayatı boyunca edindiği bilgi, deneyim ve bilinç süreçleri ona farklı boyutlarda sorumluluk duygusu kazandırır. Sorumluluğun çok önemli şartlarından biri eğitim ise de, eğitilmiş insanların tümünün sorumluluk taşıyacağını söyleyemeyiz. Öyle ise sorumluluk yalnızca bilgi ile oluşabilecek bir özellik değildir. Sorumluluk kavramıyla ilgili bir diğer unsur ise kişinin yetki sahibi olma⁴ gerekliliğidir. Yetki, başkaları-

¹ www.tdk.gov.tr (Erişim tarihi:14.07.2009)

² Torlak, Ö. , Pazarlama Ahlakı Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi, Beta Yayınevi, İstanbul, 2003, S.14

³ Bayrak, S. , İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk, , Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2001,S.23

⁴ Torlak, a.g.k. , S.14

nın davranışlarını yönlendiren kararlar verme gücü olarak tanımlanabilir.⁵ Yetkisi olmayan bir kişinin sorumluluğundan bahsedilemez. Sorumluluk; özgür olan kişinin karar ve eylemlerinden doğan sonuçlara katlanması ve yaptırımlara konu olması şeklinde ifade edilebilir. Sorumluluk kavramını, insanın toplum içinde yaşaması ve toplumla etkileşim halinde olması itibarıyla bireysel ve sosyal açıdan da incelemek gerekmektedir. Kişi öncelikle kendisine karşı sorumludur. Bireysel sorumluluğun kişinin çevresini kapsamaya başladığı nokta sosyal sorumluluğun başlangıcı olarak kabul edilebilir.⁶ Sosyal sorumluluk, ferdin davranışlarının bütün bir toplumu etkileyebileceği esasına dayanır. Bundan dolayı fert, davranışlarının sonuçlarından topluma karşı sorumludur ve sağlıklı bir toplum için bireyin sosyal sorumluluk bilincine sahip olması gerekir.

Kişilerin sorumlulukları olduğu gibi işletmelerin de sorumlulukları vardır. Örneğin, bir işletmenin kendi çalışanlarına, pay sahiplerine, ortaklarına olduğu kadar, dış çevreye (devlete, doğaya ve çevreye, topluma vs.) karşı da sorumlulukları bulunmaktadır. İşletmenin üretim yaparken gerek iç, gerekse dış çevreye karşı ödev ve sorumluluklarının da bilincinde olması gerekir.

Bir işletmenin başlıca sorumluluk alanlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

- Çalışanlara karşı sorumluluk,
- Müşterilere (tüketicilere) yönelik sorumluluk,
- Hissedarlara yönelik sorumluluk,
- Doğaya ve çevreye karşı sorumluluk,
- Devlete karşı sorumluluk,
- Tedarikçilere karşı sorumluluk,
- Rakiplere yönelik sorumluluk,
- Topluma karşı sorumluluk
- Vs.⁷

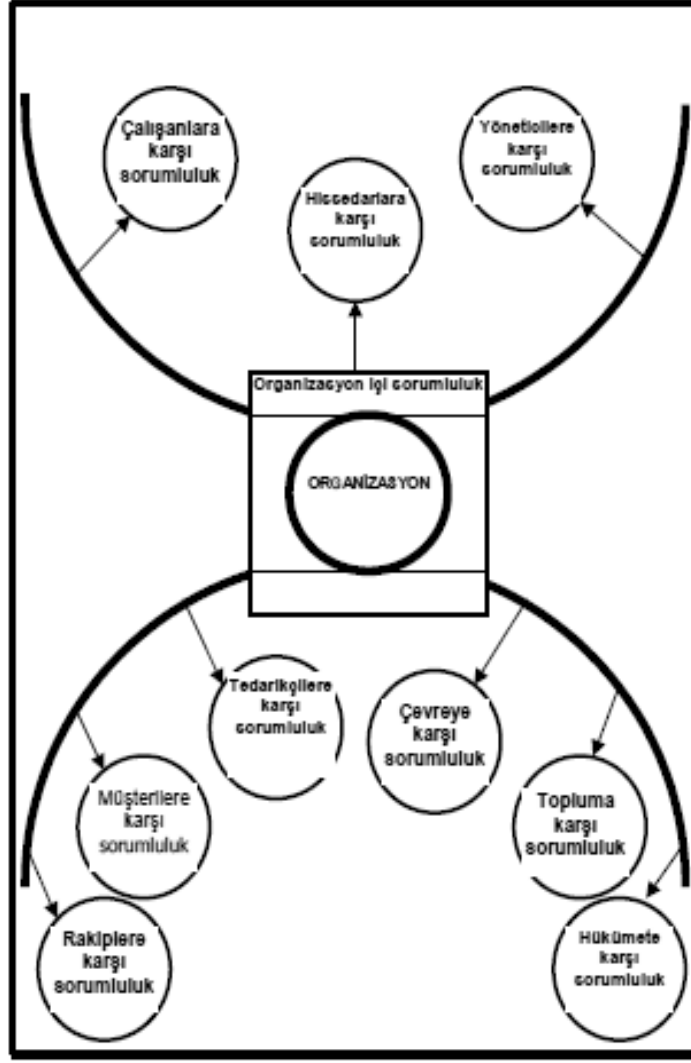
⁵ Özdönmez, M- Akesen, A- Ekizoğlu, A. , Yönetim Ve Organizasyon, İstanbul Üniversitesi Basımevi, İstanbul 1998, S.27

⁶ Torlak, a.g.k. , S.21

⁷ Aktan, C.C. , İş Ahlakı Ve Sosyal Sorumluluk Kavramı, S.3

http://www.canaktan.org/canaktan_personal/canaktan-arastirmalari/toplam-ahlak/aktan-is-ahlaki.pdf

Erişim Tarihi: 20.07.2009



Şekil 1: Organizasyon İçi ve Organizasyon Dışı Sorumluluk Alanları

Kaynak: Aktan,C.C. ,İş Ahlakı Ve Sosyal Sorumluluk Kavramı

http://www.canaktan.org/canaktan_personal/canaktan-arastirmalari/toplam-ahlak/aktan-is-ahlaki.pdf

İşletme; organizasyon içi sorumlu olduklarının (hissedar, çalışan, yönetici) çıkarlarıyla organizasyon dışı sorumlu olduklarının (toplum, devlet, doğa) çıkarları birbiriyle çatıştığı halde bile tüm sorumluluklarını yerine getirmelidir.

1.2. SOSYAL SORUMLULUK

Sosyal sorumluluk, gerek bireyler gerekse işletmeler açısından oldukça önemli bir kavramdır. Bireyler, toplumsal gelişim açısından çeşitli çalışmalara gönüllü olarak dahil olmak yolu ile sosyal sorumluluklarını yerine getirirken, işletmeler de yaşanan değişimlere paralel olarak sürdürülebilir kalkınma ve gelişme için aynı çabayı sarf etme yolunda ilerlemektedirler. Konuya kurumsal perspektiften bakıldığında, günümüzde işletmelerin sadece mal üreten, hizmet sunan bunun sonucunda kar elde eden, yalnızca ekonomik sorumlulukları olan kuruluşlar olmaktan çıktığı, dünyanın daha yaşanılır hale gelmesi, toplumun gelişmesi ve sınırlı kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması konularında çevresel ve sosyal sorumlulukları olan kuruluşlar haline geldiği dikkatleri çekmektedir. Özellikle son yıllarda küreselleşmenin de etkisi ile daha yoğun boyutlarda yaşanmaya başlayan ekonomik, sosyal ve kültürel değişimler işletmelerin sosyal sorumluluk projelerine eskiye oranla daha fazla önem vermelerini gerektirmiştir.⁸ İşletmelerin çevrelerinden kopuk yaşayamayacağı bir gerçektir. Bu yüzden işletmeler çevrelerine karşı bazı sosyal politikalar izlemeye yönelmişlerdir. Önceleri çalışanlar kararlarının ekonomik yönünü düşünürken, günümüzde herhangi bir kararın yasal, ahlaki ve sosyal yönünü de dikkate almak zorunda kalmışlardır.⁹

1.2.1. SOSYAL SORUMLULUĞUN TANIMI

İşletmelerin, ekonomik amaçlarının yanında ekonomik olmayan sosyal amaçları da vardır. Sosyal amaçlar dendiğinde de işletmenin çevresi akla gelmektedir. Çevre, örgütün sınırları dışında kalan her şey olarak tanımlanabilir.¹⁰ Sosyal Sorumluluğun ilk savunucusu Oliver Sheldon, Yönetim Felsefesi (The Philosophy of Management) adlı kitabında, “İşletmenin yönetim prensipleri, toplumun sosyal faydası üzerine odaklanmalıdır”¹¹ demektedir.

⁸ Göztaş, A.- Baytekin, E. P. , “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Çocukların Bilinçlendirilmesi ve Eğitimi-Türkiye’den Bir Uygulama Örneği: Aygaz ‘Dikkatli Çocuk’ Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası”, Journal of Yasar University, No13 Vol4 ,Ocak 2009, S .1999

http://joy.yasar.edu.tr/makale/no13_vol4/06_goztas_baytekin.pdf, Erişim Tarihi: 01.07.2009

⁹ Özdem , Ş.- Yaman, R.F., “Afyon’daki Yerel ve Ulusal Perakendecilerde Çalışan Satış Elemanlarının İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Açısından Karşılaştırılması”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İ.B. Fakültesi Dergisi, Y.2008, C.13, S.1 s.84

¹⁰ Koçel, T. , İşletme Yöneticiliği, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1998, s. 199.

¹¹ Gültekin, N. , İşletmenin Sosyal Başarısında Sosyal Sorumluluğun Rolü ve Gap Bölgesi Yöneticilerinin Sosyal Sorumluluk Anlayışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003), s. 48

Sosyal sorumluluk kavramını fert ve kurumlar işletme, organizasyon ve şirketler için kullanmaktayız. Bu kurumlara sivil toplum örgütlerini ve devletleri de katabiliriz. Organik bir sisteme benzeyen işletmeler, kendilerine ait bir çevrede yaşarlar. Bu çevre içinde belirli bir yere sahip olmak ve onunla ilişki kurmak zorundadırlar.¹² Sınırın dışında kalan her türlü fiziksel ve sosyal faktör işletmenin dış çevresini oluşturan birer etmendir. Bu etmenlerin başında demografik yapı, ekonomik koşullar, siyasal koşullar, kültürel yapı, hukuki koşullar, coğrafi koşullar ve teknolojik koşullar sayılabilir.¹³ İşletmeler, bir takım alt sistemlerden oluşan açık, sosyo-teknik bir sistem olarak görülür. Örgüt, çevreden bilgi, enerji ve malzeme şeklinde girdiler alır, bunları dönüşüme uğratar ve çevreye çıktılar olarak verir. Organizasyon, değerlerinden birçoğunu, daha geniş olan sosyo kültürel çevreden alır.¹⁴ Sosyal sorumluluk ise, bir işletmede ekonomik ve yasal şartlara, is ahlakına, örgüt içindeki ve dışındaki bireylerin beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası izlemek ve bunun insanları mutlu etmesi şeklinde tanımlanabilir.¹⁵

Sosyal sorumlulukla ilgili tanımlardan bazıları şöyledir; işletmelerin faaliyetlerini, hissedarların, çalışanların, tüketiciler ve tüm toplum menfaatlerine zarar vermeden yerine getirmesidir.¹⁶ Sosyal sorumluluk iş adamlarının toplumun değer ve amaçları açısından arzu edilen yolları takip ederek, bu yönde kararlar vermesi ve işletmenin yönetilmesi konusunda bağlı olduğu mecburiyetler olarak tanımlanabilir.¹⁷

İşletmeler, çevrelerindeki sistemin bir parçası olduğuna göre, yaşamlarını sürdürmeleri bu sistemdeki değişikliklere uyum sağlamalarıyla mümkündür. İşletmeler, sistemdeki değişikliklere uyum sağlamak için, modern işletme yönetiminin en temel özelliği olan sorumluluğu bir araç olarak kullanmalıdırlar. Toplumsal yaşamın bir gereği olarak ortaya çıkan sorumluluk kavramı, değişen şartlara bağlı olarak, boyutları ve etki alanı artmış şekilde sosyal sorumluluk olarak tanımlanmaktadır.¹⁸ Sosyal sorumluluk; “İşletmenin ekonomik faaliyetlerinin, onunla ilgili tarafların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve tüm toplum) hiçbirinin çıkarlarına zarar verilmeden yönetilmesi ” şeklinde ifade edilebilir.¹⁹

¹² Dinçer Ö.- Fidan Y. , İşletme Yönetimine Giriş, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2003, s.100

¹³ Mutlu, E.C. , Uluslararası İşletmecilik, 1. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1999, s. 52.

¹⁴ Eren, E. , Yönetim ve Organizasyon, 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1996, s. 46.

¹⁵ Eren, E. , İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim, Küre ajans, İstanbul, 1990, s.110

¹⁶ Dinçer, Ö. , Stratejik yönetim ve işletme politikası, 5. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1998 s:73.

¹⁷ Bayrak, S. , İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk, Beta Yayınları, İstanbul,2001,s:83

¹⁸Şen, A.-Kaleli, N. , “Bilgi Toplumu İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk” .

http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=428 Erişim: (27.08.2009)

¹⁹ Dinçer, Ö. , Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, 5. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1998, s.155

Bir başka tanıma göre sosyal sorumluluk; “İş adamlarının, toplumun değer ve amaçları açısından arzu edilen yolları takip ederek, bu yönde kararlar vermesi ve işletmenin yönetilmesi konusunda bağlı olduğu mecburiyetler ” şeklinde ifade edilmektedir.²⁰ Sosyal sorumluluklar, bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine insanları mutlu ve mesut etmesine ilişkindir.²¹ İşletme sosyal sorumluluğu işletmenin faaliyetlerinden etkilenen bireylere, topluluklara ve çevreye hesap verme gerekliliğidir. Başka bir ifadeyle işletmelerin bireyler ve toplum üzerindeki olumsuz etkileriyle ilgili olarak bilgilendirme zorunluluğudur. Eğer faaliyetlerin sosyal etkileri, bazı etkilenenler için ciddi anlamda zararlı ise işletmenin bazı kararlarından vazgeçmesi gerekebilir ya da gelirlerinin bir kısmını olumlu sosyal amaçları desteklemek için kullanabilir.

Bununla birlikte sosyal sorumluluk, bir işletmenin öncelikli ekonomik misyonunu terk etmesi gerektiği ya da sosyal sorumlu bir işletmenin, daha az sorumlu davranan işletmeler kadar karlı olamayacakları anlamına gelmez. Sosyal sorumluluk, işletmelerin kar elde etmekle, bu karı elde etmek için katlandığı maliyetler arasında dengeyi kurmayı gerektirir. Pek çok işletme ve birey, işletmelerin sosyal sorumlu olmak için aktif bir şekilde çaba harcadığında hem işletmenin hem de toplumun kazançlı çıkacağına inanmaktadır. Buna karşılık bazıları da işletmelerin sosyal konulara eğilmesiyle rekabetçi güçlerinin zayıflayacağını savunmaktadır.²²

Sosyal sorumlulukla ilişkili olarak belli kuruluşların ve bu konuda çalışma yapan araştırmacıların tanımları ise şu şekilde ifade edilmiştir. Ethics in Action Awards'a göre Sosyal sorumluluk, işletmelerin tüm operasyonları ve faaliyetlerinde tüm hissedarlarına karşı sorumlu olmalarına ilişkin zorunluluğu ifade etmektedir. World Business Council on Sustainable Development 'e göre sosyal sorumluluk, yaşam kalitesini geliştirmek için işletmelerin çalışanlarla, aileleriyle ve toplumla olan sürdürülebilir ekonomik gelişmelere bağlılığıdır. Hopkins'e göre, işletmenin hissedarlara karşı ahlaki ve sorumluluk sahibi bir tarzda davranmasıdır. Ethical Performance'a göre işletmenin toplumun değerlerini kendi öz operasyonlarına yansıtabilmesidir. Global Corporate Social Responsibility'e göre, etik değerlere odaklanma; çevre, toplum ve çalışanlara saygı duymadır. Pinney'e göre, pozitif

²⁰ Bayrak, S. , İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk,1. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2001, s.83.

²¹Erol E. , Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, 6. Baskı,Beta Yayınları, İstanbul, 2002, s.104

²² Dalyan, F.-Gökbel, S. A. , “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: İMKB’de İşlem Gören Bankaların Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ve Karlılıkları Arasındaki İlişki”, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1627, Eskişehir, 2005, S.4

etkileri arttırmaya çalışırken, toplum üzerindeki faaliyetlerinin negatif etkilerini minimize etmektir. European Commission'e göre, işletmelerin kendi iş faaliyetlerinde, sosyal ve çevresel ilgilerini ve gönüllülük temelinde hissedarları ile ilişkilerini buluşturdıkları bir kavramdır. Tanımlardan da anlaşılacağı gibi işletmelerin sadece hissedar refahını artırma amacı günümüzde kullanılmaz haldedir²³ Şirketin uygulamak üzere almış olduğu sosyal sorumluluğa önem verme kararıyla işletmenin etik ve toplumsal politikaları veya faaliyetleriyle finansal başarısı arasında önemli bir ilişki vardır.

Sosyal sorumluluk, sosyal adalet ilkesinin ve sosyal devletin bir gereği olarak ülke ölçeğinde de düşünülebilir. Vatandaşının temel insan haklarını sağlayan devlettir, sosyal devlettir. Anayasanın 1. Maddesi Türkiye Devletini bir Cumhuriyet olarak niteler ve 2. madde bu devletin niteliklerini sayarken "... sosyal bir hukuk devletidir." diye belirtir. 5. maddede devletin temel amaç ve görevleri sayılırken "... kişilerin ve toplumun refah, huzur ve mutluluğunu sağlamak; kişinin temel hak ve hürriyetlerini, sosyal hukuk devleti ve adalet ilkeleriyle bağdaşmayacak surette sınırlayan siyasal, ekonomik ve sosyal engelleri kaldırmaya, insanın maddi ve manevi varlığının gelişmesi için gerekli şartları hazırlamaya çalışmaktır." diye yazar.²⁴ Sosyal devlet ve sosyal adalet ilkesi gereğince devletin toplumda yoksulluğu ortadan kaldırmak için asgari bir yaşam standardı tutturması ve herkesi sosyal güvenceye kavuşturması gerekmektedir. Bununla birlikte, zengin ve fakir vatandaşları arasında insanî bir buluşma noktasını oluşturması gerekir.

1.2.2. TARİHTEN BUGÜNE SOSYAL SORUMLULUK

1.2.2.1. SANAYİ İNKILÂBINA KADAR OLAN DÖNEM

Bu dönemde günümüz sosyal sorumluluk anlayışı gözlemlenmemekle birlikte, günümüz sosyal sorumluluk kavramına etki eden yönetim, ekonomi, din, hayırseverlik ve iş konseptleriyle ilgili bilgilerin bu döneme dayandığını söylemek mümkündür. M. Ö. 5000-500 yıllarına ait Mısır yazılarından da anlaşıldığı üzere, günümüzde kullanılan iş dünyasına ait bazı kavram ve düşünceler o döneme dayanmaktadır. Babil'de Hammurabi kanunları üretilmiştir. Bunlar yönetim ve çalışanların sorumluluklarıyla ilgili ilk görüşleri göstermektedir. Bu dönemde özellikle Musevi ve Hıristiyan dinleri sosyal sorumlulukta gösterdikleri

²³ Çerik, Ş. , Özarslan, E. , "Çalışanların Sosyal Sorumluluk Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir uygulama". Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 8, Sayı 2, Temmuz-2008,s. 589-590,

²⁴ T.C. Anayasası 1,2 ve 5. Maddeler

davranışlarıyla fark yaratmaktadırlar. Musevilikte çalışmak bir zorunluluk değil, bunun da ötesinde kendi gündelik hayatlarının ve kültürlerinin bir parçası konumundadır. Topluma fayda sağlamak sosyal sorumluluğunu yerine getirmenin gerekliliği toplumlara din yoluyla da öğütlenmiştir. Musevilerin şeriat kitabı olan Talmud'da da ahlaki değerler ile ilgili bilgilere baktığımızda bunların günümüzde ki toplumların ve şirketlerin davranmaları gereken ahlaki kurallara ışık tuttuğunu görmek mümkün.²⁵ Musevilikte, Peygamber Hz. Musa On Emir ile yetki ve sorumluluk ilişkisine esneklik kazandırmış, bu da dolayısıyla sosyal sorumluluğu ve yönetimi etkilemiştir.²⁶ Hıristiyanlıkta sosyal faaliyetler daha ziyade kiliseler eliyle yapılmıştır. Müslümanlıkta ise sosyal sorumluluk günümüzdeki manasıyla olmasa da kurumlarıyla var olmuş, zekât, sadaka, karz-ı hasen ve vakıflarla faaliyette olmuştur. Vakıflar çok önemli görevler ifa etmiş; göçmen leyleklerin giderlerini karşılayanından, gelin adaylarının çeyizini karşılamak üzere kurulanına yüzlerce vakıf kurulmuştur.

Günümüz sosyal sorumluluk anlayışı zekât kavramı ile örtüşmektedir. Zekât, İslam'ın beş şartından biridir. Zekât; kişinin yeterli zenginliğe sahip olduktan sonra verilmesi emredilen belli miktarda malın, hakkı olanlara vermesidir. Zekât, kişinin iyi bir insan olması, doğru yolda ilerlemesi için gerekli olan bir şarttır. Sosyal sorumluluk da, kurumlar için doğru yolda ilerleyebilmek adına topluma karşı yerine getirmeleri gereken bir şarttır. Zekat da, zengin fakirin hakkını ödemek mecburiyetindedir. Zekâtı ödenmemiş bir mal, temiz ve helal olmaktan çıkar ve hatta gayrimeşru bir servet halini alır. Böylece kişi sorumluluğunu yerine getirmemiş olur ve yardıma muhtaç kişilere yardım etmeyip ihtiyacından fazlasını kullanan kişi toplumun gözünde kötü kişi olarak görülerek yadırganır. Toplumun gözünde değer kaybeder. Kurumlardaki sosyal sorumluluk anlayışı da bu paraleldedir.²⁷

1.2.2.2. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞINA KADAR OLAN DÖNEM

Tarihte "sosyal sorumluluk" ilk kez 17. yy.da, İngiltere'de kurumların finansal değerlendirilmesi ve kamu yararına yatırımlar (kanal ve köprülerin inşaatı, banka, eğitim kurumları) olarak belirmiştir.²⁸ Mucit James Watt'ın, buhar makinesini 1765'de bulması ve bu buhar makinesinin bir enerji kaynağı olarak sanayi'de üretimde kullanılması sayesinde

²⁵ Aydede, C. , Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kapital/Mediacat Kitapları, İstanbul,2007,s.16-17

²⁶ Yozgat, O. , İşletme Yönetimi, Met-Er Matbaası, 5. Baskı, İstanbul, 1983

²⁷ Aydede ,agk. ,S.16

²⁸ Tatari B. , Kurumların Toplumla İlişkisinde Yükselen Değer: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İzmir Ticaret Odası Yayını, Aralık 2003, s.2

fabrika düzenine geçilmiş ve endüstri devri başlamıştır. Endüstrileşmenin üretimi arttırmasıyla birlikte insanlar sadece kendi ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp ticaret hayatına atılarak başkalarının da ihtiyaçlarını karşılamaya başlamışlardır. 1800'lerin sonlarında yaşanan bu gelişmeler hem Avrupa'da hem de Amerika da sosyal bilinç ve sorumluluk kavramını da oluşturmaya başlamıştır. Sanayileşme ve büyük şirketlerin ortaya çıkmaya başlamasıyla birlikte sosyal sorumluluk kavramı da daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır. John D. Rockefeller, Cornelius Vanderbilt ve Andrew Carnagie gibi sanayi lideri olan aile şirketleri bu dönemde kurulmuştur. Yine bu dönemlerde baskı ya da anlaşma ile verilen komisyonlar ve sabit fiyat anlaşmaları gibi anti-rekabet uygulamaları hükümetleri yasal reformlar yapmaya itmiştir. Bu firmalarla bağlantılı olarak gelişen ve artık kurumlarda da, bir kavram olarak kullanılmaya başlanan sosyal sorumluluk anlayışının başlangıcına bir göz atmak gerekirse, ilk olarak ABD'de ki bazı şirketlerin haksız rekabete neden olmalarından ve bundan dolayı suçlanmaları sonucunda ortaya çıktığını görürüz.

Kurumsal sosyal sorumluluğun öneminin ilk örnekleri de bu dönemlerde görmek mümkün.1839 yılında Rockefeller'lar tarafından kurulmuş olan Standart Oil 1868 yılında dünyanın en büyük petrol arıtma şirketi haline gelmiş,1870'ten sonra tüm petrol arıtma kuruluşlarını bir firma altında toplamaya başlamıştır. Firmanın haksız bir şekilde tekel olup büyümesi üzerine 1890 yılında ABD Millet Meclisinin tekelciliğe karşı kanun çıkartmasıyla birlikte, Standart Oil otoritelerin dikkatini çekmiştir. Standart Oil'e karşı oluşan bu olumsuz görüşler, gazeteci-yazar İda M. Tarbell'in de hedef noktası olmuştur.

Tarbell'in, 1902 yılından başlayan Standart Oil araştırmaları 1904'e kadar sürmüştür. Bu araştırmaların 1911'de dağılan Standart Oil'in sonunu hızlandırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Firmaya karşı oluşan bu olumsuz yaklaşım ve algıyı ortadan kaldırmak üzere Standart Oil'de bir güven sistemi kurulmasına karar verildi. Tekelciliği önlemek için Standart Oil'in her eyaletteki şirketlerinde farklı yönetim kurulları oluşturuldu. Bütün bunların yapılmasının nedeni kendilerini var eden ve varlıklarını sürdürmelerini sağlayan toplumun gözünde güven kaybetmemek ve sürekliliklerini sağlamaktı. Bunlara rağmen tüm bu yaşananlar halkın gözünde Standart Oil'in itibar kaybetmesine ve halkın gösterdiği tepki ile birlikte kendilerine sırt çevirmesine neden oldu. ABD'de 20. Yy başlarında meydana gelmiş bu olay firmaların varlıklarını borçlu oldukları topluma karşı duyarlı ve hassas davranmaları gerektiğini göstererek, sosyal sorumluluk kavramının kurumların içine yerleşmeye başlamasına neden olmuştur.²⁹

²⁹ Aydede,a.g.k. ,s.18

Gör÷lmüştür ki; sadece kar amacı güden firmalar muhakkak bir yerlerde toplumu unutmakta ve aslında her şeyin başı ve sonu olan toplumu göz ardı etmektedir. Bu nedenle de, kendilerini var eden toplum tarafından yok olmaya mahkûm edilmektedir. Bu devirde Avrupa’da olan bir gelişme, şirketler için yükselen değerin artık kar etmekten çok çalışanlarına ve dolayısıyla da topluma katkıda bulunmak olduğunu göstermiştir³⁰

1930’larda ABD’de yaşanan ‘‘Büyük Bunalım’’ işletmelerin işçiler ve ekonomi üzerinde ki etkisini zayıflatmış ve iş dünyası ile ABD halkı arasında kritik ilişkilerin doğmasına neden olmuştur. İş çevreleri güven kaybetmiştir. Bu nedenle de F. Roosewelt hükümeti döneminde yeni reformlar yapılmıştır fakat bu dönemde büyük bunalımın devam etmesi ve 2. Dünya Savaşı’nın çıkmasıyla çok fazla bir gelişme kaydedilmemiş olsa da Truman döneminde sosyal sorumluluk anlamında ciddi gelişmeler yaşanmıştır. Truman’ın ‘‘Sosyal Program’’ adını altında uygulaması olmuştur. Bu programa göre halkın her kesimi ve her birey hükümetten sosyal, dürüst bir program bekleme hakkına sahiptir. 1935’lere gelindiğinde ABD hükümeti halkın dikkatini çekmek ve aradaki soğukluğu gidermek için sosyal konulara ağırlık veren bir program başlatmıştır. Hükümet, bu programa iş dünyasını da dâhil etmeyi hedefliyordu. Böylece iş dünyası ile halk arasında bozulan güven ortamı yeniden tesisi edilmiş oldu. Halkın güvenini ve bu güven sayesinde oluşan destek ile meydana geldiğini gördü. Ekonomik bunalım ile birlikte sosyal sorumluluk çok önemli bir kavram haline geldi.³¹

Sosyal Sorumluluğun ilk savunucusu Oliver Sheldon, Yönetim Felsefesi (The Philosophy of Management) adlı kitabında, ‘‘İşletmenin yönetim prensipleri, toplumun sosyal faydası üzerine odaklanmalıdır’’ diyerek, 1. Dünya savaşından sonra ortaya çıkan bilimsel yönetimin daha az olan insani unsurlarını modernize etme gereğini öngörmüştür.³²

1936’da Sears şirketi tarafından ilk olarak sosyal sorumlulukları ve davranış şekillerini tartışmak için üst düzey yöneticilerin katıldığı toplantılar düzenlendiğini görüyoruz. 1960’lar sivil örgütler, kadın hakları ve çevrecilik gibi sosyal hareketlerin, şirketlerin

³⁰ Aydede, a.g.k. ,s.18

³¹ Aydede, a.g.k. s.19

³² Gültekin, N. , İşletmenin Sosyal Başarısında Sosyal Sorumluluğun Rolü ve Gap Bölgesi Yöneticilerinin Sosyal Sorumluluk Anlayışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003), s. 48

sosyal sorumlulukları ve halkın bu alandaki çalışmalara verdiği değerlerin gelişmesine ışık tutan yıllar olmuştur.³³

Sosyal sorumluluk adına ilk büyük adımlar 19. asrın sonunda Amerika ve Avrupa'da küçük kuruluşlarca atılmıştır. Kavram, Amerika'da 1920'lerden itibaren benimsenmeye başlarken, Avrupa'da bunun için 1990'lı yılların beklenmesi gerekmiştir.

1.2.2.3. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASINDAN GÜNÜMÜZE KADAR OLAN DÖNEM

Ekonomik bunalımı takip eden yıllarda iş dünyası kamuoyuna duyarlılık göstermeye başladı. 2. Dünya Savaşından sonra yaşanan yoksulluk ve yeniden yapılanma döneminde kurumlar sosyal adalet kavramıyla karşılaştılar bu da toplumla kurumları birbirine daha çok yakınlaştırdı, kurumlar ve sosyal adalet kavramı daha sık birlikte anılmaya başladı.

1930'lar, 40'lar ve 50'ler iş dünyasının sosyal sorumluluklarının arttığı ve özellikle de çalışanların emeklilik, sigorta, sağlık, güvenlik, hastalık gibi durumlarına eskiye göre çok daha fazla özen gösterilmeye başlandığı yıllar oldu. Sanayide büyük değişimler yaşanmaya, işletmeler sosyal bilince kavuşmaya ve sosyal programlar uygulamaya başladı.

Büyük bunalım döneminin aksine 2. Dünya savaşı ve onu takip eden süre içerisinde çok hızlı bir büyüme dönemi yaşandı. Bu dönemde yeni işletmeler yeni girişimciler ortaya çıkmış ve artık daha fazla sosyal sorumluluk faaliyetleri gözlemlenmeye başlamıştır.

1950'lerden sonra ise şirketler sosyal sorumluluk konularında hassasiyet gösterdiklerini görüyoruz. Artık şirketlerin liderleri bu konuda eğitilmekte ve sosyal sorumluluk bilinciyle firmalarının aktivitelerini yürütmektedirler. Artık hükümetler sosyal sorumlulukla alakalı kanunlar çıkarmaktadırlar.³⁴

1960'lı yıllarda oluşturulan''insan hakları sözleşmesi ''''ulusal çevre politikası'' gibi sözleşmelerle kurumlar açısından çok önemli bir yer teşkil eden hisse, kar gibi kavramların yerini paydaşlar, çalışanlar, toplum gibi kavramlar almaya başladı. Bu kavramların önem kazanmasıyla birlikte zamanla kar etmek ve sosyal olarak sorumlu davranmanın

³³ Aydede, a.g. k. ,S.19

³⁴ Aydede, a.g.k. ,S. 20

birlikte anılmaması gereken amaçlar olduğu görüşü öne çıkmaya başladı ve son dönemlerde yapılan araştırmalarda gösterdi ki; toplumlar sosyal anlamda sorumlu davranmayan kurumları cezalandırmaya ve de sosyal sorumluluklara değer veren kurumların ürünlerini satın almaya başladılar.³⁵

20. yy'ın ilk yıllarında ortaya atılmış olan, sosyal sorumluluk düşüncesi, Howard R. Bowen'in "İşadamların Sosyal Sorumlulukları" adlı kitabı ile büyük ivme kazanmıştır. Bowen kitabında, firmaların aldığı kararların sosyal etkilerini de göz önünde bulundurmaları gerektiğini ileri sürmüştür.³⁶

1980'lerde borsanın önem kazanmasıyla, kurumların sosyal sorumluluk değerlendirme raporları azalmış; 1990'larda ise küreselleşme ve özelleştirme akımları ile birlikte kurumların, uluslararası kuruluşların, kalite ve karşılıklı kazanç kavramları, sosyal ve bilgi paylaşma sorumlulukları tekrar önem kazanmaya başlamıştır.³⁷

Sosyal sorumluluk geçmişten günümüze bulunduğu yere ve alana göre farklı şekilde karşımıza çıkmıştır. Tarihsel gelişiminden de gözlemlediğimiz gibi varoluşu çok eskilere dayanan bu kavram özellikle kurumlar için 20 yy.ın başlarında önem kazanmaya başlamıştır. Zamanla bir araç olmaktan çıkıp, toplum içinde yaşayıp daha iyi koşullarda yaşamak isteyen her birey ve kurum için bir amaç haline gelmiştir.³⁸

Günümüzde ülkemizde; Koç, Sabancı, Eczacıbaşı gibi büyük holdinglerin öncülüğünde yerli ve yabancı birçok şirket sosyal sorumluluk faaliyetleri yapmaktadır.

1.3. DEĞİŞİK KÜLTÜRLERDEKİ SOSYAL SORUMLULUK ALGILARI

Kültürleri birbirine yaklaştıran küreselleşme, iş dünyasına da yansımış milletlerarası faaliyet göstermeyi hedefleyen işletmelerin sayısı gün geçtikçe artmış böylece başka medeniyetleri tanımak şart olmuştur. Bir grup tarafından "sosyal sorumlu davranış" olarak kabul edilen, diğer grubun şikâyetlerine konu olabilmektedir. Bu farklı ülkeler için de ge-

³⁵ Aydede, a.g.k. ,S. 20

³⁶ Gültekin, a.g.k. , S..48

³⁷ Tatari, a.g.k., S.2

³⁸ Aydede, ,a.g.k.,s.21

çerlidir. Bu bölümde bazı kıta ve ülkelerdeki işletmelerde sosyal sorumluluk bilinci kısaca özetlenmiştir.

Doğu-İslam ülkelerini incelediğimizde dinin emrettiği bir takım emirlerin sosyal sorumluluk uygulamalarıyla örtüştüğünü düşünen işletmeler sosyal sorumluluk borcunu ödediğini düşünmektedirler. Sadaka, zekât ve fitre'ler evvelden fakirlere verilirken günümüzde daha geniş düşünölmeye başlanmış ve ilgili STK' larla işbirliği yaparak öğrencilere burs, okullara yardım gibi alanlarda da değerlendirilmeye başlanmıştır. Artık Türkiye'de özellikle Anadolu aslanları olarak isimlendirilen orta ve büyük ölçekli işletmeler inançlarıyla modern anlayışı harmanlamış sosyal sorumluluk algısıyla dinin emirlerini birlikte yorumlamış ve kazançlarının önemli bir kısmını sosyal sorumluluk şuurunu çerçevesinde toplum için harcamaya başlamışlardır. Osmanlı'daki vakıf kültürünün uzantısı olan Toplum Gönüllüleri Vakfı, T.Eğitim Gönüllüleri Vakfı gibi vakıflarla işbirliği yaptığı gibi Kimse Yok mu Derneği, İnsani Yardım Vakfı gibi oluşumlarla da işbirliğine gitmişlerdir. Özetle Doğu-İslam dünyasında işletmelerde Sosyal sorumluluk algısı modernle inancın birleşmesiyle ivme kazanmıştır.

Avrupa ülkelerinde de işletmeler daha çok personelinin refahını düşünmektedir. AB hükümetleri sosyal sorumluluk projelerini gerçekleştirebilmek için işletmeleri yüksek vergilere tabi tutmaktadır, dolayısıyla işletmeler vergi ödemekle sosyal sorumluluk borcunu yerine getirdiklerine inanmaktadırlar.³⁹ Eski SSCB ülkelerinde sosyalist rejimden pazar ekonomisi rejimine yeni geçildiği için sosyal sorumluluk henüz yeni tanımlanmaya çalışılan bir kavramdır. İşletmeler sosyal sorumluluğa ilgi duymaya başlasalar da mevcut vergi yasaları bu konudaki girişimlerini engellemektedir. Örneğin, Belarus'ta işletme sahiplerinin sosyal aktivitelerde bulunmaları neredeyse imkânsızdır, zira ülkede ağır vergi sistemi mevcuttur ve bu yasalar işletmelerin personele karşı sorumluluk borcunu bile (ergonomik teknoloji, personel eğitimi vb. gibi) yerine getirmelerini engellemektedir.⁴⁰ Hem komünizmden kalan sosyal sorunlar hem de kapitalizmin getirdiği sorunlarla uğraşan geçmiş SSCB ülkelerinde de işletmeler arasında bu bilincin yaygınlaşması oldukça önemlidir. Japonya'da tarihi gelişmeler ve yerel din olan Konfüçyanizm işletmelerin sosyal sorumluluk bilincini etkilemiştir. Meiji'nin imparator olduğu seneden itibaren büyük işletmeler çalışanları için evler, yollar ve sosyal tesisler yaptırmaktadırlar. Zira Japonya'nın resmi dini

³⁹ Steiner, G. A.- Steiner, J. F. , Business, Government and Society: A Managerial Perspective, New York: McGraw-Hill Irwin, 2003

⁴⁰ Ekonomiçeskaya Gazeta, 24.05.2005

http://www.neg.by/publication/2005_05_24_5691.html Erişim Tarihi:10.07.2009

olan Konfüçyanizm, sosyal sorumluluğun sadece direkt ilişkide bulunanlara karşı sergilenmesini emretmektedir, bu yüzden sosyal sorumluluk anlayışı daha çok personeli kapsamaktadır.⁴¹ Daha az sanayileşmiş ülkelerdeki yerel işletmeler tarih, kültür ve gelişme düzeylerine bağlı olarak çok yüksek seviyede sosyal sorumluluk sergileyebilirler. Hindistan buna bir örnek teşkil etmektedir. Bu ülkede ABD'deki sosyal sorumluluk kavramında gelişmeler takip edilse de Hint işadamları Mahatma Gandhi'nin görüşlerinden daha çok etkilenmişlerdir. Gandhi'ye göre, para ve mülkiyet işletmelere değil, topluma ait bulunmaktadır. Hindistan'ın en büyük sosyal sorunları fakirlik ve gelişmemiş altyapı olduğu için sosyal sorumluluk projeleri daha çok bu alanları kapsamaktadır. Örneğin, Ahmedabad Industries, kırsal kesimde işsizlikle mücadele amacıyla on iki tekstil fabrikası açmıştır.⁴² Az gelişmiş ülkelerde düşük gelir, yüksek enflasyon, finansal kurumların gelişmemiş olması, sermaye kaçıışı gibi nedenlerin etkisiyle yerel ekonomiler sorunlarıyla baş edememektedir, dolayısıyla sosyal sorumluluk görevi yabancı yatırımcılara düşmektedir. Örneğin, Levi Strauss personelini yerel sorunlarla ilgilenecek ve çözüm üretmeye çalışacak küçük takımlara ayırmıştı.⁴³

Çok büyük problemlerle uğraşan 3. Dünya ülkeleri bu sorunlarla tek başına mücadele edememektedir. Firma olarak veya sivil toplum teşkilatlarıyla birlikte üçüncü dünya ülkelerine yardım eden işletmelerin sayısının giderek artması mutluluk kaynağıdır.

1.4. SOSYAL SORUMLULUKLA ALAKALI GÖRÜŞLER

Kuruluşların faaliyetleri ve bunların sonuçları değişik devirler ve toplumlarda farklı etkiler ortaya çıkarmıştır. İşletmeler kendi hedeflerine uygun faaliyetlerle sosyal sorumluluklarını ayrı olarak düşünmemeli, bunları sosyal dengeyi bozmayacak ve olumsuzlukları ortadan kaldıracak ve içinde bulunduğu toplumun gelişmişlik düzeyini arttıracak şekilde bir arada yürütmelidir.

Bu bağlamda sosyal sorumlulukla ilgili işletmeyi esas alan görüş ve çevreyi esas alan görüş olarak iki görüş ortaya konabilir.

⁴¹ Steiner- Steiner, a.g.k. , S. 122.

⁴² Steiner- Steiner, a.g.k., S. 124

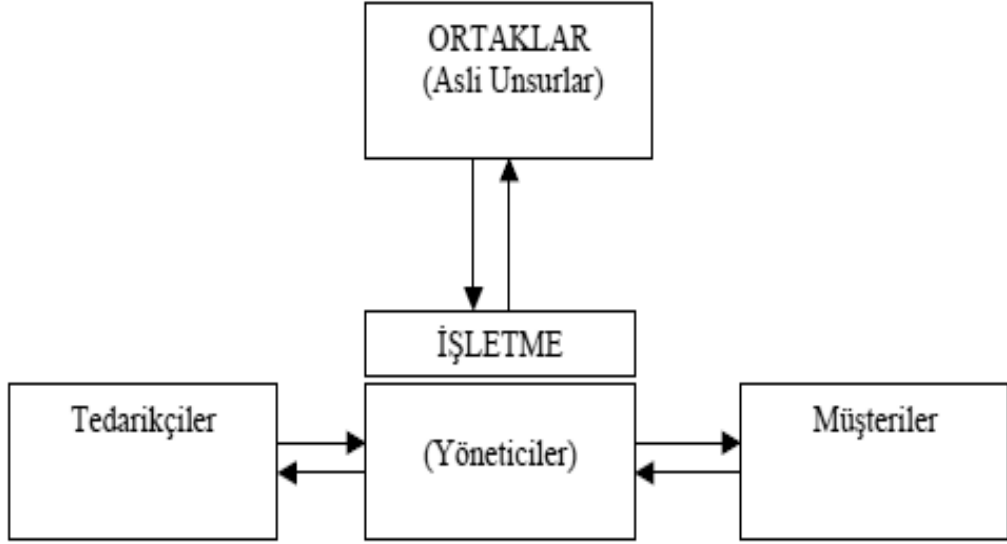
⁴³ Steiner- Steiner, a.g.k. S. 125

1.4.1. İŞLETMEYİ ESAS ALAN GÖRÜŞ

Sosyal sorumluluğa karşı olan bu görüş; Klasik yaklaşım ya da Friedman yaklaşımı olarak da adlandırılır. Adam Smith'in 1776 yılında "Milletlerin Serveti" isimli eserinde ortaya koymuş olduğu, kar maksimizasyonu ve görünmez elin piyasayı düzenlemesi ilkelere Milton Friedman tarafından geliştirilmiş halidir. Smith, her bir işletme yöneticisinin bireysel olarak kendi çıkarının peşinde koştuğunda girişimcilik, "Görünmez El" kavramı ile her kesime yarar sağlayarak toplumsal faydanın da artacağını ifade etmiştir. Buna göre bireyler ve kurumlar kendi kişisel çıkarları için çaba harcarken, harekete geçirdiği kuvvet (Görünmez El) bir bütün olarak toplumsal gelişime fayda sağlamış olacaktır ⁴⁴

Ünlü iktisatçı Friedman, 1970 yılında yazmış olduğu "İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu Karını Arttırmaktadır. - The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits" adlı makalesinde, işletmelerin sorumluluklarından değil insanların sorumluluklarından bahsedilebileceği üzerinde durmuş ve işletme yöneticilerinin asıl sorumluluklarının işletmeye sermaye koymuş olan ortaklara karşı işletme karının arttırılmasından ibaret olduğunu iddia etmiştir. Friedman tarafından savunulan görüşe göre işletmenin tek bir sosyal sorumluluğu vardır: Oyunun kuralları içinde, açık ve özgür bir rekabet ortamında karı arttırmaya yönelik faaliyetleri sürdürmektir. Friedman'a göre işletmenin hedefi karın ya da pazar değerinin maksimizasyonudur. İşletme yöneticisinin sosyal sorumluluğu da çalışanların değil pay sahiplerinin çıkarlarına göre hareket etmekle sınırlıdır. Yöneticiler bu şekilde hareket ederek pazar değerini yükseltecek, rekabeti geliştirecek ve bu yolla toplumsal refahı arttırmaya katkıda bulunmuş olacaktır. Böylece serbest pazarda pazar değerinin geliştirilmesiyle işletme çalışanlarına karşı olan sosyal sorumluluklarını da aslında yerine getirmiş olmaktadır.

⁴⁴Top S.-Öner A. , 'İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi', Zonguldak Karadeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, S.99



Şekil 2: Friedman'ın İşletmenin Sorumlulukları Kavramı

Kaynak: Torlak, Ö. , Pazarlama Ahlakı Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi, Beta Yayınevi, İstanbul, 2003, S.33

Friedman'a göre, işletmenin gelirlerinin daha da artmasını sağlamak için, karların dağıtılmayarak iç finansmanda kullanılması savunulur. Böylece yeni yatırımlar, toplumdaki bütün insanların ekonomik refahını arttıran yeni işler ortaya çıkararak, yeni malların üretimi sağlanacaktır.⁴⁵ Şayet işletmeler, mevcut gelirlerini veya beklenen gelirlerini sosyal sorumluluk amacıyla bazı toplumsal projelere yatırırlarsa, iş yaratan proje yatırımlarında azalmalar veya tüketici fiyatlarında artmalar olacaktır. Bu tür faaliyetler, işletmeler gelirlerini önemli ölçüde azaltacak ve onların ekonomiye katkılarını olumsuz yönde etkileyecektir. Sonuçta yine toplum zarar görecektir. İşletmeyi esas alan sosyal sorumluluk yaklaşımını ortaya koyan şekilden de görüleceği üzere, işletme yöneticisi ortakların temsilcisidir ve onların menfaatini ön planda tutmalıdır. Friedman'ın temsil ettiği klasik yaklaşımda, işletmenin sosyal sorumlulukları kavramının dar bir çerçevede ele alındığı görülmektedir.⁴⁶ Bu yaklaşımda, işletme yöneticisi pay sahiplerinin temsilcisi olarak görülmekte ve onların menfaatini ön planda tutması gerektiği vurgulanmaktadır. İşletmelerin sosyal sorumluluğu, toplum problemlerini ele alıp çözüme kavuşturması değil, karını mümkün olduğunca arttırmasıdır. Sosyal anlaşma esasına dayanan bu yaklaşımda, en iyi sosyal faydanın bir iş-

⁴⁵ Torlak, Ö. , Pazarlama Ahlakı-Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi, Beta Yayınevi, İstanbul, 2003. s.33

⁴⁶ Torlak, a.g.k. s.34

letmenin kendi ekonomik amaçlarını en etkin şekilde gerçekleştirmesiyle sağlanacağı görüşü ön plandadır. İşletme ekonomik amaçlarını gerçekleştirirken kanunlara itaat eder, oyunu kurallara göre oynar ve karını azamileştirirse zaten sosyal sorumluluğunu yerine getirecektir.⁴⁷ Aynı görüş doğrultusunda en iyi sosyal fayda; bir işletmenin kendi ekonomik amaçlarını en etkin bir şekilde gerçekleştirmesiyle sağlanır. İşletmelerdeki verimlilik ve kar fazlaşması ülke ekonomisini de büyütecektir.

1.4.2. ÇEVREYİ ESAS ALAN GÖRÜŞ

Modern Ekonomik (Sosyo-Ekonomik) Görüş ya da İş döngüsü yaklaşımı adı da verilir. Bu yaklaşım, mikro ekonomiden makro ekonomiye geçerek, işletmenin topluma sağladığı yararlar ile zararların ayrı açılardan ele alınması gerçeğine dayanmaktadır. Modern ekonomik görüş, işletmelerin birincil sosyal sorumluluğunu klasik ekonomik yaklaşımda olduğu gibi kârlarını maksimize etmesi olarak kabul etmekle birlikte, sosyal sorumluluğun gelişim evrelerinde ortaya çıkan toplumsal refahın korunması ve geliştirilmesi fikirlerine ilave olarak, işletmelerin ekonomik performans ölçümlerinin yapılması ve işletme faaliyetlerinin kontrol edilmesi faaliyetlerini de sorumlulukları arasına eklemektedir. Modern ekonomik görüş, klasik olarak nitelendirilen sosyal sorumluluk yaklaşımının bazı yetersizliklerinden ötürü, çevreyi esas alan bir sosyal sorumluluk yaklaşımı olarak ortaya çıkmıştır.⁴⁸

Bu yetersizlikler şu şekilde ifade edilebilir:

- Sosyal problemler sadece piyasanın oluşturduğu problemler olmadığından, işletmenin amacını gerçekleştirmesiyle sosyal problemlerin de çözüleceği varsayımı gerçekçi değildir.

- Karı maksimize etme amacı zamanla işletmenin ve dolayısıyla toplumun kaynaklarının etkili ve verimli kullanımının önüne geçebilir.

- Serbest rekabet ve görünmez elin kar maksimizasyonunu dengeleyebileceği varsayımının gerçek hayata çok uygun olmadığı yaşanan tecrübelerle anlaşılmıştır.

- İşletmelerin sayıca artması ve hacim olarak büyümeleri ile birlikte endüstri toplumlarında ciddi beşeri ve sosyal sorunlar da ortaya çıkmıştır. Bu problemlerin oluşmasını

⁴⁷ Dinçer, Ö. , Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, 5. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1998, s.156

⁴⁸ Top S.- Öner A.,a.g.m., S.101

da işletme kararları ve faaliyetlerinin de önemli etkileri olduğuna göre, işletme yöneticilerinin uygun tedbirler alınması bakımından sosyal sorumlulukları artmaktadır.⁴⁹ Modern yaklaşıma göre müşteriler işletme için birinci derece öneme sahiptir ve işletme gelirin sağlayıcıları olarak görülürler. Friedman'ın görüşünün tersine iş döngüsünde, pay sahipleri de önemli bir çıkar grubu olmakla birlikte, yöneticiler asli unsurlar olarak görülür. Tüketicilerin korunmasına yönelik hareketlerin yaygınlaşmaya başlaması, çevrecilik hareketlerinin işletmeler üzerinde önemli bir baskı unsuru olması, işletme yönetiminde toplam kalite yaklaşımının ortaya çıkması ve pazarlama faaliyetlerinin müşteri odaklı haline gelmesi, işletmelerin sosyal sorumluluk alanının genişlemesine ve dolayısıyla sosyal sorumluluk kavramının daha geniş açıdan ele alınmasına neden olmuştur.

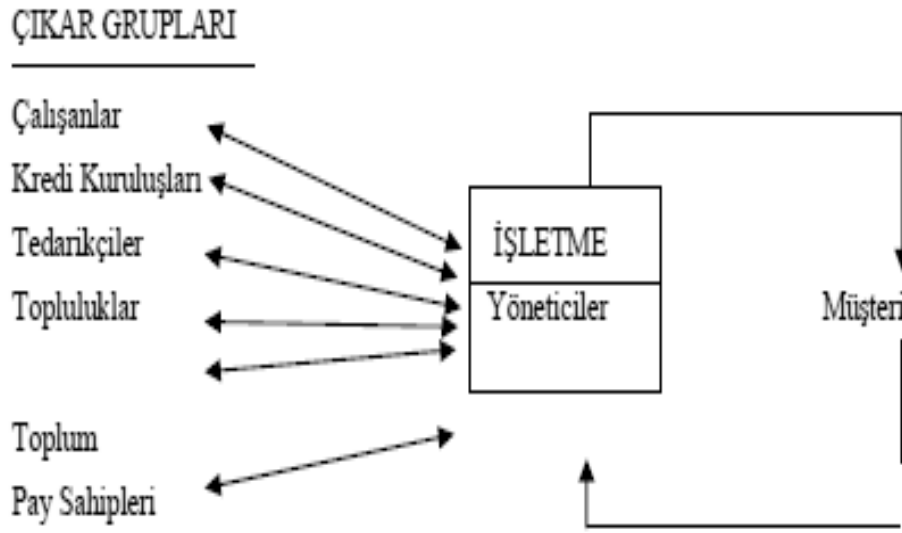
Modern yaklaşımı iki alt başlıkta inceleyebiliriz.

1.4.2.1. İŞ DÖNGÜSÜ YAKLAŞIMI İÇİNDE SOSYAL SORUMLULUKLAR

Bu yaklaşım, işletmelerin özel sosyal sorumluluklarının yanında kamu çıkarlarına da hizmet etmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Öne sürülen en önemli varsayımı; müşterileri işletmenin gelirlerinin sağlayıcıları olarak görmesidir İşletmenin pay sahipleri önemli bir çıkar gurubu olarak görülmekle birlikte, yöneticiler de işletmenin asli unsurları olarak kabul edilmektedir. “Pay sahiplerine iyi bir kâr getirisi sağlanmalıdır, fakat diğer çıkar gruplarının da yasal hakları korunmalıdır” şeklinde ifade edilen iş döngüsü yaklaşımı, ekonomik faaliyetleri “yasal” ve “iyi” üzerine inşa etmesine karşın bu iki kavram açıkça tanımlanmamıştır.

İş döngüsü yaklaşımına göre işletmenin sosyal sorumlulukları kavramı şekildeki gibi gösterilebilir.

⁴⁹ Dinçer, a.g. k. ,S.157



Şekil 3: İş Döngüsü Yaklaşımına Göre İşletme ve Sorumlulukları

Kaynak: Top S.-Öner A. , “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, S.101

İş döngüsü yaklaşımının da zaman içerisinde işletmelerin sosyal sorumlulukları açısından yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır. Bu yaklaşımın özellikle sosyal sorumlulukla ilgili değerlerin oluşumu açısından yetersiz kaldığı söylenebilir. Örneğin, çıkar grupları içerisinde sivil toplum örgütleri ile kamu organizasyonlarının yer almaması, bu yaklaşımın bir eksikliği olarak nitelendirilebilir.⁵⁰

1.4.2.2. SOSYAL PAYDAŞLAR YAKLAŞIMI İÇİNDE SOSYAL SORUMLULUKLAR

Bu yaklaşıma göre işletmeler; uzun dönemli kâr beklentilerinin sağlanması, sosyal sorumluluğu destekleyen kamuoyu beklentilerinin karşılanması, herkes için daha iyi yaşanabilir bir çevrenin oluşturulması ve geliştirilecek işletme imajı için elinde bulunan teknik, parasal ve yönetsel kaynakları karmaşık sosyal sorunlarının üstesinden gelebilmek için sosyal paydaşları için kullanmalıdırlar. Bu görüşü savunanlar, sosyal olaylara destek veren işletmelerin uzun dönemde finansal değerlerini değiştirerek artacağı konusunda görüş birliğindedirler.⁵¹ Bu nedenle işletmeler, bazı sosyal yükümlülükleri üzerlerine almalı ve bunun oluşturacağı maliyeti kabul etmelidirler. Ancak bunun sonunda işletmeler, olumlu bir rol

⁵⁰ Torlak, a.g. k. ,S.33

⁵¹ Top-Öner, a.g. m. , S.102

çizerek sosyal meseleleri çözen ve hayırsever davranışlar sergileyen organizasyonlar olarak, toplum nazarında giderek daha fazla ilgi çekecektir.⁵²

1.5. MODERN EKONOMİK GÖRÜŞÜN SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

Modern ekonomik görüşün, kurumların sosyal sorumluluğu konusunda farklı modelleri bulunmaktadır. Bu modellerin temel amacı, işletmenin ve toplumun refahını koruyan, geliştiren önlemleri niçin ve nasıl aldıklarını; neden yükümlülük sahibi olduklarını tanımlayan tezleri cem etmeleridir. Bu tezler; kurumların sosyal sorumluluk seviyelerinin belirlenmesini sağlamaktadırlar.

1.5.1. ACKERMAN'IN İŞLETME SOSYAL DUYARLILIĞI MODELİ

Robert W. Ackerman, işletmenin sosyal çabalarının temel hedefinin sorumluluk değil de duyarlılık (cevaplama ve karşılama) olması gerektiğini ileri sürerek, üç aşamalı bir sosyal duyarlılık modeli geliştirmiştir.

- Sosyal Sorumlulukların Politika Aşaması; Bu aşamada işletme, içinde bulunduğu sosyal çevrenin hangi beklentilerine öncelik vereceği konusunda karar vermeye çalışmaktadır. Sosyal bir problemin varlığından haberdar olunması durumunda, hiçbir çıkar grubunun bu aşamada işletmeden bir yardım veya müdahale talebinde bulunmayacağını varsayarak, toplumun içinde bulunduğu sosyal sorun ile ilgili olarak işletmenin izleyeceği politikalar hakkında yazılı ve sözlü bir rapor hazırlamaktadır. Üst yönetim tarafından geliştirilen sosyal sorumluluk politikaları, bundan sonra işletmeler tarafından izlenecek sosyal sorumluluk faaliyetleri için bir iskelet görevi oluşturacaktır.

- Sosyal Sorumlulukların Öğrenme Aşaması; İşletmeler toplumun sosyal sorunlarıyla ilgilenmek, sorunları incelemek ve bu sorunlar hakkında çözüm yollarını öğrenmek için bu konunun uzmanı olan bir personeli veya gerekirse dışarıdan bir danışmanı istihdam ederek, bu konudaki hassasiyetini ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu aşamaya kadar işletme, sosyal sorumlulukların belirlenmesine yönelik olarak kendisini sınırlamaktaydı. İşletme sosyal bir sorunu belirledikten sonra, sosyal sorunu nasıl çözeceği, nasıl bir politika

⁵² Top-Öner, a.g.m. ,S.102

belirleyeceği ve nasıl bir çalışma yapacağı konusunda sosyal sorumlu şirket davranışını öğrenmeye ve benimsemeye çalışmaktadır.⁵³

• Sosyal Sorumlulukların Örgütsel Yükümlülük Aşaması; Sosyal sorumlulukların işletmelerde uygulamaya geçirilme aşamasıdır. İşletme, belirlenen yeni sosyal politikasını bu aşamada artık kurumsallaştırması gereklidir. İlk iki aşamada öğrenilen politika ve prosedürler, işin doğal bir parçası olarak görülmeli ve işletme organizasyonunun her kademesinde görev alanlar tarafından öncelikli olarak kabul edilerek uygulanması sağlanmalıdır.⁵⁴

Sosyal sorumluluk kavramının gerçekte işletme ile toplum arasında sosyal bir uzlaşma olduğu söylenebilir. İşletme ile toplum arasındaki uzlaşma kâr elde etme amacıyla faaliyette bulunan işletmenin işlevlerini sürdürdüğü ve kaynaklarını kullandığı toplumun beklentileriyle sınırlandırmasıdır. İşletmenin sosyal sorumlulukla ilgili görüş ve yaklaşımı ne olursa olsun günümüz koşullarında, işletme yöneticileri ve varlıklı insanlar sosyal yükümlülüklerini kendi anlayışlarıyla belirlemeye başlamışlardır. Sonuç olarak, sosyal sorumluluk kavramı karar vericilerin yaşam biçimleriyle değer yargılarına göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle "İşletme sosyal sorumluluğu" kavramı yerine "işletme sosyal duyarlılığı" kavramı kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal sorumluluk kavramından sosyal duyarlılık kavramına geçiş işletmeler açısından bir ilerlemedir. Yöneticilere sosyal politika ile ilgili kararlar vermede gerçekçi bir çerçeve sağlamaktadır. Mikro ve makro yaklaşımların görüşleri, iş alemine soyut kararlardan uygulamaya yönelik kararlara geçmeyi sağlamıştır. Pek çok yönetici dış güçlerin istemleri ile gelişen programla, sosyal sorumluluklarının doğasını tartışmadan, uygulamaya başlamışlardır. Bu da işletme sosyal duyarlılığıdır.⁵⁵

1.5.2. DAVIS'İN SOSYAL SORUMLULUK MODELİ

Davis, işletmelerin sosyal sorumluluğuna ilişkin geliştirmiş olduğu modeli hem refahını, hem de işletme menfaatlerini koruyan ve yükselten önlemleri, işletmelerin niçin ve nasıl aldıklarını ve neden bağlı kalmak zorunda olduklarını beş ana varsayım ile açıklamaya çalışmıştır.

⁵³ Top-Öner, a.g.m. ,s.104

⁵⁴ Top -Öner, a.g.m., S.105

⁵⁵ Demir,H.-.Songür N. ,''Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı'', Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt: 2 Sayı:3 Yıl 1999,s.155

• Sosyal sorumluluk işletmelere emanet edilen sosyal güçten kaynaklanır; Davies, uzun dönemde topluma karşı sorumlu bir düşünce tarzıyla ellerindeki gücü toplumun ihtiyaçları doğrultusunda kullanmayan işletmelerin, bu güçlerini zaman içinde kaybetmeye mahkûm olacakları konusunda uyarılmaktadır.⁵⁶ Davies'e göre, "Gücünü toplumun sorumlu gördüğü biçimde kullanamayanların uzun sürede kaybetmeye mahkûm olmaları " sorumluğun katı kuralıdır. Procter & Gamble'ın toksik şok sendromundan sorumlu tutulan tampo-ponu pazardan hemen çekmesi, bu katı kuralın en iyi örneğidir. Bu davranışı, Fortune dergisinin Ocak 1988'deki araştırmasında, çevreye toplum sorumluluğu taşıyan firmalar arasında 3 sırada yer almasına yol açmıştır.⁵⁷

• Toplumsal faaliyetlere açık olması (Açık iletişim); İşletmeler, toplumdan girdi almaya açık olan ve toplum ile ilgili faaliyetleri konusunda topluma bilgi veren iki ucu açık bir sistem olarak faaliyet gösteren organizasyonlardır. Bu nedenle işletmeler, toplumsal refahın sürdürülmesi veya iyileştirilmesi için yapılması gerekli olan faaliyetlerle ilgili olarak, toplumsal çevrenin temsilcilerini dinlemeye her zaman istekli olmalıdır.

• Sosyal sorumlulukların oluşturacağı maliyetler; İşletmeler yaptıkları faaliyetler sonucu ortaya çıkardıkları ürün veya hizmetin kendilerine getirecekleri kazançlar ile birlikte, ortaya çıkaracakları sosyal problemlerinde maliyetlerini de her yönüyle hesaplayarak, gelecekleri hakkında uygulayacakları sosyal sorumluluk projeleri hakkında karar vermeli- dirler.

• Sosyal sorumluluklar kullanıcılar tarafından karşılanır; Bu görüş işletmenin yürüt-tüğü faaliyetlerden ötürü ortaya çıkacak sosyal maliyetlerin, ürün veya hizmetle ilişkili olarak dolaylı yoldan müşterilere yansıtılması düşüncesini savunmaktadır.

• Tüzel kişilik olarak işletmenin sosyal sorumlulukları; İşletmeleri, kendileri ile doğrudan ilişkili olmayan bir sosyal sorunu çözmek için gerekli uzmanlara sahip olması halinde, o sosyal sorunu çözmek için topluma yardımcı olmalıdır. İşletmelerin problemleri çözmeye birincil sorumluluğu olmadığı ifade edilmekle birlikte, tüzel kişilik olarak işlet- melerin normal faaliyet alanlarının dışında kalan, belirli sosyal sorunlarla ilgilenme sorum- luluğunun da bulunduğu belirtilmektedir.⁵⁸

⁵⁶ Top -Öner, a.g.m. , S.105

⁵⁷ Demir- Songür , a.g.m. , S.154

⁵⁸ Top S.-Öner A. , "İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, S.106

1.5.3. SETHI'NİN SOSYAL SORUMLULUK MODELİ

Pazar etkenlerine, piyasaya dayalı alternatif olabilecek bir sosyal sorumluluk modeli geliştiren Sethi, sosyal sorumluluk davranışlarına yönelik varsayımlarını üç aşamadan oluşan bir model ile açıklamaya çalışmıştır. Bu üç aşama sırasıyla şunlardır;

- Sosyal zorunluluk; Piyasa mekanizması ile yasal kısıtlamalara cevaben sergilenen bu davranışlar, işletmelerin temel sosyal sorumluluk yükümlülüklerini oluşturmaktadır

- Sosyal sorumluluk; toplumun çağdaş değerleri, normları ve beklentilerini karşılamaya yönelik olarak gerçekleştirilen bir uygulama olarak görmektedir. Kurumsal davranışların, toplumun değer yargıları ve beklentileriyle aynı düzeye çıkarılmasını ise sosyal sorumlulukların bir gereği olarak kabul etmektedir

- Sosyal yanıtlayıcılık; Burada işletme yönetimi, sosyal sorunları önceden görebilmek ve bu sorunlara karşı çözümleyici tedbirleri geliştirmek durumundadır. İşletmelerden istenen, toplumun ileride oluşturacağı beklentileri öngörmesi ve olası toplumsal sorunları engelleyici veya çözümleyici sosyal davranış biçimlerini tasarlaması beklenmektedir.

1.5.4. CARROLL'UN ÜÇ BOYUTLU SOSYAL SORUMLULUK MODELİ

Archie B. Carroll'un sosyal ihtiyaçların karşılanması adına belirlediği üç boyutlu sosyal sorumluluk modelinin varsayımları şunlardır:

- Sosyal sorumluluk için reaksiyon göstermek; Sosyal çevreden gelen taleplere karşı işletmeler, sorumlu bir davranış sergilerler. Mesela, sakatlara karşı sosyal duyarlılığın gelişmesiyle birlikte, sakatların çalışabilmesi için fabrika sisteminde değişiklikler yapılması bir sosyal sorumluluk hareketi olarak görülmektedir.⁵⁹

- Sosyal sorumluluk için savunmada kalmak; Bir sosyal sorunla karşılaşıldığında işletme olarak öncelikli olarak savunmada kalınmaktadır. Ancak sosyal sorumlulukların ger-

⁵⁹ Top - Öner, a.g.m., S.107

çekleştirilmesi konusunda, toplum tarafında uzlaşmaya zorlanmadan önce işletme yönetimi sosyal sorunla ilgilenmeye başlayabilmektedir.

- Sosyal sorumlulukları çözmek; Toplum tarafından bir tepki oluşmadan sosyal sorunların çözümleri konusunda şirket kendi tepkisini ortaya koymaktadır.

- Geleceğe yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri; İşletme, toplumsal sorunları çözebileceğine inandığı, daha önce tanımlanmamış ve belirlenmemiş sosyal meseleleri araştırarak, bu sorunların çözümleri konusunda sosyal sorumluluk projeleri üretmektedir.⁶⁰

1.6. MODERN ANLAYIŞIN SOSYAL SORUMLULUK SEVİYELERİ

Archie B. Carroll, *Business and Society: Ethics & Stakeholder Management*, adlı kitabında: “İşletmelerin sosyal sorumluluk gereği yapmak zorunda oldukları hizmetleri toplumun, devletin ve insanlığın lehine ise; bu durum, ahlaki bir davranışın sonucudur”⁶¹ şeklinde ifade ederek, işletmelerin sosyal sorumluluğunu dört grupta toplamıştır. Bu dört grup sırasıyla, ekonomik sorumluluk, hukuki sorumluluk, ahlaki sorumluluk ve filantropik (hayırsever) sorumluluktur. Bir şirket kanunlara uygun gösterdiği faaliyetlerle kar etmeli; bununla birlikte toplumun ahlaki değerlerini gözetlemeli ve toplumun iyiliğine olan gönüllü etkinliklerde bulunmalıdır.

1.6.1. EKONOMİK SORUMLULUK

İşletmelerin temel kuruluş amacı ekonomiktir. İşletmelerin öncelikli sorumluluğunun karlılık olduğu ilkesi üzerinde durur. Bütün işletmeler, hissedarlarının yatırımının karşılığında gelir üretmek amacıyla kurulur. Ürünlerin ve hizmetlerin üretiminde kullanılan kaynakların, sosyal sistem içinde nasıl bir dağılımı olduğu ile ilgilenir. Sosyal sorumluluk, işletmelerin finansal desteği ölçüsünde:

- Hissedar kazançlarının maksimizasyonunu sağlamalı,
- Mümkün olan en yüksek kazancı gerçekteştirme çabasında olunmalı,
- Rekabetçi pozisyon sürdürebilmeli,
- Verimli çalışma koşulları sürekli kılınmalı,

⁶⁰ Top - Öner, a.g.m., S.107

⁶¹ Top – Öner, a.g.m. , S.102

- Şirket imajını devam ettirebilmek için, kazançlarda süreklilik sağlamalıdır.⁶²

1.6.2. HUKUKİ SORUMLULUK

İşletmeler, tüzel kişilik olduklarından, buldukları ülkedeki bütün kanun ve düzenlemelere; eğer uluslararası bir faaliyette bulunuyorlarsa o ülkenin hukukuna uygun hareket etmekte mükelleftirler. Carroll, sosyal sorumlulukların yasal bileşenleri hakkındaki düşüncelerini aşağıdaki gibi ifade etmektedir.⁶³

- Devamlılık için yasal ve kanuni düzenlemelere uygun hareket edilmeli,
- Ulusal ve yerel kurumların hukuki düzenlemelerine uyulmalı,
- Çalışanlara yasalara uygun faaliyette bulunmaları konusunda özgüven verilmeli,
- Yasal yükümlülükler tanımlanmalı ve bu prensipler çalışanlara duyurulmalı,
- Üretilen mal ve hizmet için yasal garanti şartlarına güvence vermelidir.

1.6.3. ETİK SORUMLULUK

Ahlaki sorumluluk, toplumda benimsenmiş olmasına rağmen kanunlarda belirtilmemiş, yazılı olmayan kuralları ve toplumun değer yargılarını ihtiva eder. İşletmenin; faaliyet gösterdiği toplumda hukuki olarak mecbur olmadığı halde, ahlaki olarak kendisini uymak zorunda hissettiği alana Etik Sorumluluk denir.

Bu kapsamda Carroll'a göre işletmelerin sosyal sorumluluklara ilişkin ahlaki bileşenleri şu şekilde ifade edilmektedir:⁶⁴

- Toplumun belirlediği norm ve kurallara uyulmalı,
- Toplumun işletmelerden beklemiş olduğu saygıyı göstermeli,
- Ahlaki norm ve kurallardan fedakârlık edilmemeli,
- Ahlaki açıdan toplumun işletmeden beklentileri açık bir şekilde tanımlamalı,
- Çalışma hayatının ahlaki davranış kurallarının, yasal düzenlemelerin daha üstünde olduğu kabul edilmelidir.

⁶² Top – Öner, a.g.m. , S.102

⁶³ Carroll, A. B. , “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward”, Business Horizons, Vol. 34 Issue 4, pp. 39-49. Naklen: Top S.-Öner A. , ‘İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi’, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, S.103

⁶⁴ Carroll, a.g.m. ,S.39-49 naklen:Top S.-Öner A. ,a.g.m., s.103

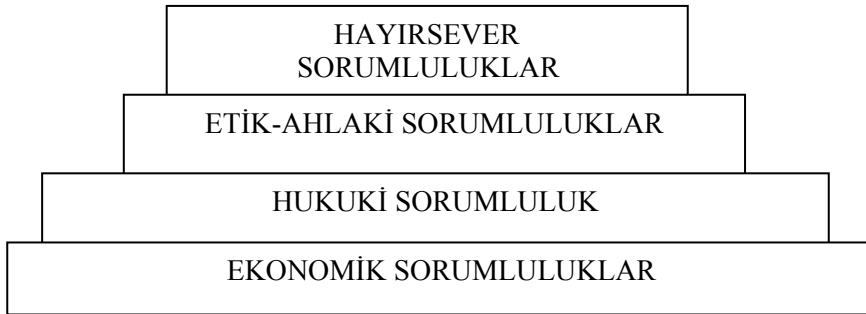
1.6.4. HAYIRSEVER SORUMLULUK

Sosyal Sorumluluğun Gönüllü (Yardımseverlik) boyutudur. Filantropik sorumluluk olarak da adlandırılır.

Toplum tarafından işletmeden temenni edilen ve işletmenin zorunlu olmadığı halde isteyerek yerine getirebileceği düşünülen sorumluluklar olarak ifade edilmektedir. Bu tür yardımlar, toplum içinde işletmeye olumlu bir imaj kazandırarak, uzun vadede kârlı çalışmasına ve yaşamını sürdürmesine de olanak sağlayacağı ifade edilen yardımlar olarak düşünülmektedir. Carroll'un ifade ettiği hayırsever yaklaşımın sosyal sorumluluk bileşenleri şu şekilde ifade edilmektedir:

- Toplumun işletmelerden hayırsever yardımlar konusunda beklenti içerisinde olduğu unutulmamalı,
- Talep edilen gönüllü yardımlar, işletmeler tarafından en iyi şekilde karşılanmalı,
- Yönetici ve çalışanlar ile birlikte toplumsal çevreye de yardım yapılmalı,
- Özel ve kamuya ait eğitim kurumlarına maddi olarak destek verilmeli,
- Gönüllü projelere, kendisine iyi bir imaj kazandıracığı için destek vermelidirler.⁶⁵

Filantropik sorumluluk, işletmenin sosyal sorumluluk piramidindeki en son basamağıdır. İlk üç sorumluluğunu yerine getirmesi halinde işletme toplumda iyi bir şirket algısı oluşturabilir. Bu algıyı yükseltmenin yolu, gönüllü etkinliklerden geçmektedir. Bu gönüllü faaliyetler eğitime, kültüre, spora verilen maddi destekler olabileceği gibi başka alanlarda da yapılabilir.



Şekil 4: İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları Piramidi

Kaynak: Ferrell O. C. ve John Friedrich (1994), “Business Ethics : Ethical Decision Making and Cases”, Boston : Houghton Mifflin Company, pp. 68. ‘den aktaran; Top S. Öner A. , “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, S.103

⁶⁵ Carroll, A. B. , “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward”, Business Horizons, Vol. 34 Issue 4, pp. 39-49’ den naklen; Top S.-Öner A. , “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, S.103

1.7. SOSYAL SORUMLULUK LEHİNDE VE ALEYHİNDE OLAN GÖRÜŞLER

1.7.1.SOSYAL SORUMLULUK LEHİNDE OLAN GÖRÜŞLER

İşletme toplumsal sorunların artması için bir kaynak olduğu gibi bu sorunların çözümünü gerçekleştirecek etkili bir kaynaklar topluluğudur. Bununla birlikte sosyal sorumluluğu yüklenmelidir. İşletmeler sahip oldukları kaynaklar ve üretim gücü bakımından, çevrenin dikkat ve tepkisini çeken ekonomik kuruluşlardır. Bunların sosyal sorumlulukların bilincinde olarak çevrelere ve sosyal sorunlara daha duyarlı olmaları, kendilerine düşen tedbir ve çabaları göstermeleri, onlara olan ve olabilecek tüm reaksiyonları azaltabilecek ya da önleyebilecektir. Böylece siyasi rejimler daha çok işletmeler ve iş hayatından yana politika izleyebilecektir. İşletmenin ekonomik sorumluluk ve görevleri sosyal sorumluluk ve görevlerinden ayrı düşünülemez. Bunlar aşağıdaki şekilde olduğu gibi iç içedir. Birlikte düzenlenmeli ve karşılıklı etkileşimi daima göz önünde bulundurulmalıdır.⁶⁶



Şekil 5: İşletmelerin Sorumluluklarının Örtüşmesi

Kaynak: Eren, E. ,Stratejik Yönetim, Anadolu Üniversitesi Yayınları, no: 1491, 3.Baskı, Eskişehir Ağustos 2006, S.49

Sosyal sorumluluğun lehine olan diğer görüşler de şunlardır: İşletmeler toplumun bir parçasıdır ve bu nedenle sosyal sorunları bilmemeleri söz konusu olamaz. İşletmelerin elinde teknik, parasal ve yönetsel kaynaklar vardır; bu nedenle zamanımızın karmaşık sosyal sorunlarının üstesinden gelebilirler ve gelmelidirler. Bununla birlikte İşletmeler sosyal

⁶⁶ Eren, E. ,Stratejik Yönetim, Anadolu Üniversitesi Yayınları, no: 1491, 3.Baskı, Eskişehir, Ağustos 2006, S.49

sorunları çözdüğü takdirde daha kararlı bir çevrenin ortaya çıkmasına neden olurlar. Bu çevrenin varlığı işletmelerin uzun vadeli çıkarları bakımından son derecede yararlıdır.

İşletmeler sosyal sorunlara karşı duyarlı iseler ve bunların çözülmesinde kendi istekleri ile gerekeni yapmıyorlarsa, muhtemel bir devlet müdahalesini de önleyebilirler. Zira sosyal sorunların üzerine işletmeler gitmez ise devletler gidecektir. Bu nedenle devlet tarafından, ekonomik hayata çok kapsamlı müdahaleler yapılabilecektir. Müdahaleler uzun dönemde işletmelerin çıkarlarını zedeler.⁶⁷

1.7.2. SOSYAL SORUMLULUĞUN ALEYHİNDE OLAN GÖRÜŞLER

İşletmeyi yönetenlerin tek ve en büyük sorumluluğu sahiplerini zengin etmek parasına para kazandırmaktır, sosyal faaliyetler ilgi alanına girmez düşüncesini savunan görüşe göre; sosyal konular, üzerinde durulacak konular değildir. İşletmeler sosyal faaliyetleri gerçekleştirmek için kurulan müesseseler değildir. Kurulması, örgütü ve çalışma sistemleri ekonomik olarak üretim yapma ve öncelikle verimliliği sağlamaktır. Sosyal kararlar vermek için sosyal yeteneğe sahip uzmanları yoktur. Eğer yöneticiler sosyal sorumluluğun gerekliliğini düşünüp bunu gerçekleştirmeye yönelecek olurlarsa, ekonomik nitelikteki birincil amaçlarını ihmal edebilir ve rekabet savaşında mağlup olabilirler. Sosyal sorumluluklar sadece işletmeleri değil tüm toplumu ilgilendirir. O halde bu sorunları işadamları ve yöneticilerin çözmesi zorunlu olamaz.⁶⁸ Bu sorunlar sosyal işlerle sorumlu devlet yöneticileri tarafından çözülmelidir.⁶⁹

1.8. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ ve DEZAVANTAJLARI

Sosyal sorumluluğun avantajlarını şöyle sıralayabiliriz:⁷⁰

-İyi bir sosyal çevre oluşturularak işletmenin kamuoyunca benimsenmesi sağlanabilir.

⁶⁷ Hatiboğlu, Z. , İşletmelerde Stratejik Yönetim, Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri, İstanbul, 1995, s.68

⁶⁸ Eren, E. ,Stratejik Yönetim, Anadolu Üniversitesi Yayınları, no: 1491, 3.Baskı, Eskişehir, Ağustos 2006, S.49

⁶⁹ Hatiboğlu, Z. , a. g. k. , S. 68

⁷⁰ Nalbant, Z.E., ‘‘İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı’’, Yönetim ve Ekonomi- Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Yıl:2005 Cilt:12 Say 1. Manisa, S.197

- Maliyet gibi görünen baz düzenlemeler kar olarak geri dönebilir.
 - Toplumsal sorunların tartışılıp çözümlenmesinde görev alarak toplumun önemli bir parçası haline gelinebilir.
 - Ekolojik yapıya duyarlı, çevre dostu işletmelere ulaşılır.
 - Yeni pazarlara girmede ve müşteri sadakati sağlamada önemli avantajlar elde edilir.
 - Çok yönlü nitelikli çalışanın kuruma cezbedilmesine ve kuruma olan bağlılığının artmasına neden olur.
 - Daha geniş finansman kaynaklarına ulaşılmasını sağlar.
 - Çalışanlar ve müşteriler, organizasyona daha fazla güven duymaya ve değer vermeye başlarlar. Çalışanların ve müşterilerin ait olma ve bağlılık duyguları gelişir. Bunun sonucunda çalışanların devir hızı düşer. Müşterilerin satın alma sıklığı artar. Satışların karşılıklı yükselir.
 - Çalışanlar arasındaki iletişim, güven, dayanışma ve takım ruhu güçlenir. Takım çalışmasının etkinliği, organizasyonel performansın ve genel motivasyonun yükselmesini sağlar.
 - Organizasyonun toplumla, yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkileri gelişir ve güçlenir.
 - Toplumsal sorumluluk projelerinde görev alan kurum çalışanları bilgi, beceri ve deneyimlerini geliştirirken kendilerine olan güvenleri daha yüksek, yaratıcı düşünebilen ve sorun çözme yetenekleri gelişmiş kişiler haline gelirler.
- Sosyal sorumluluğun başlıca dezavantajları şunlardır:
- Sosyal faaliyetlerin ürün maliyetlerine yansıtılmasıyla fiyatlar artar, bu da pazar kaybına neden olabilir.
 - Sosyal faaliyetler için yeni insan kaynağına ihtiyaç duyulabilir. İşletme sahip, ortak veya yöneticilerinin sosyal konulara fazla duyarlı davranmalar, örgütsel amaçlardan uzaklaşılmasına neden olabilir.
- Sonuç olarak avantajların dezavantajlara üstünlüğünü göz ardı etmemek gerektiğini söyleyebiliriz.⁷¹

⁷¹ Nalbant, a.g.m. , S.197

II. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Kurumsal Sosyal Sorumluluğu başlangıcı aslında ferdi sorumluluktur. “Ferdi sorumluluk” ile başlayan bu anlayış, işletme yöneticileri ve çalışanların vazife yaptıkları kurumun içinde ve dışında sosyal duyarlılık bilinciyle hareket etmesiyle devam eder. Bir sonraki aşama elbette ki “kurumsal sosyal sorumluluklar”dır. Günümüzde önemi daha da artmış olan, çocuk işçi çalıştırılmaması, işçi sağlığı ve iş güvenliği konusunda tutarlılık, vergilerin zamanında ödenmesi, kayıt dışı ekonomiden uzak durulması ve açık, şeffaf, hesap verilebilirlik ilkeleriyle yönetim gibi kurumsal yönetim ilkeleriyle yönetilen şirketler, içinde buldukları topluma karşı olan borcunu kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ödeyebilirler.

Bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluk konusunu araştıracağız.

2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

İşletmelerin sorumluluğu uzun yıllardır üzerinde durulan bir konudur. Özellikle sosyal sorumluluk kavramı 1950’lerden önce işletme sahiplerinin sorumluluğu olarak algılanmıştır. Ancak kurumsal bir sosyal sorumluluk anlayışı yaklaşık yarım asırdır ele alınmaktadır. Bunda işletmelerin kurumsal bir yapıya kavuşması, etki alanlarının giderek artması ve topluma karşı sorumluluklarının olduğunun kabul edilmesinin önemli bir payı vardır. İşletmenin topluma karşı sorumluluklarının olduğu anlayışı Bowen’a, kadar gitmektedir. Bowen, işletme yöneticilerinin toplumumuzun amaçları ve değerlerine uygun hareket etmesi ve bu değerlerle örtüşen politikalar yapması ve kararlar vermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmış ve ele alınmıştır.⁷²

⁷² Özalp, İ.-Tonus, H.Z.-Sarıkaya M., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/:8- Sayı/No:1 (2008),S.72-73

Friedman (1970), işletmelerin sosyal sorumluluğunun yasal sınırlar çerçevesinde ekonomik sorumluluklarını yerine getirmeleri olarak tanımlamakta ve hissedarların sermayelerini gereksiz şekilde kullanılmasının sorumsuzluk olduğunu ileri sürmektedir. Bunun aksine, McGuire, Davis, Stone, Carroll ve Frederick gibi yazarlar işletmelerin yalnızca ekonomik ve yasal yükümlülüklerinin olmadığını aynı zamanda topluma karşı bunların ötesinde sorumluluklarının olduğunu savunmaktadır. Özellikle Drucker, Porter ve Kramer gibi birçok yazar; pazar fırsatları, verimlilik, insan yeterliliği ve işletmelerin faaliyet gösterdikleri çevresinin kalitesi gibi rekabet ortamının gelişimi bakımından sosyal sorumluluk ve iş fırsatları arasında olumlu bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır.⁷³

Kurumsal sosyal sorumluluk dünyada ve Türkiye’de üzerinde özellikle son birkaç yıldır tartışmaların yapıldığı önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. KSS farklı çevreler tarafından değişik şekillerde tanımlanabilir. En genel olarak, şirketlerin, çeşitli operasyonlarının sosyal paydaşlarına karşı ne tür çevresel, ekonomik ve sosyal etkiler yarattığını ölçmeleri, yaratılan olumsuz etkileri azaltacak ve daha da önemlisi, toplumun ve şirketin aynı anda gelişmesine katkı sağlayabilecek işlemleri hayata geçirmeleri olarak tanımlanabilir.

KSS uluslararası şirketler tarafından gönüllülük esasında alınarak tanımlanırken özellikle sivil toplum örgütleri KSS’nin yasalarla tanımlanması konusunda çalışmalar yapmaktadır. Avrupa Birliği KSS’yi gönüllülük çerçevesinde tanımlasa da hem üye ülkelerin içsel hukukunda, hem de AB müktesebatında yer alan birçok yasal düzenleme KSS’nin temel nitelikleri ile uyum sağlamaktadır. AB Komisyonunda dört komisyon (işletmeler, çevre, istihdam ve sosyal politikalar, ticaret) KSS konusunda faaliyet göstermektedir.⁷⁴ AB Komisyonu temsilciliğinin Kurumsal Sosyal Sorumluluğa yönelik mesajı, sosyal sorumluluk boyutunun değerlendirilmesi açısından önemlidir. Avrupa Komisyonunun KSS üzerine sürekli bilinçlendirme kampanyası finanse etmektedir.⁷⁵ AB’nin yaşam ve çalışma kalitesini korumaya ve iyileştirmeye yönelik genel politikası uyarınca Avrupalı devlet ve hükümet başkanları, Mart 2000’de Lizbon’da, AB’yi daha dinamik ve rekabetçi bir ekonomi haline getirmeye yönelik on yıllık bir strateji belirlemişlerdir. Bu stratejinin makro planına göre

⁷³ Özalp, İ.-Tonus, H.Z.-Sarıkaya M., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/:8- Sayı/No:1 (2008),S.72-73

⁷⁴ Göcenoğlu, C- Girgin K.Z. ,’’Kurumsal Yönetişimin Türkiye’deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Olan Etkileri’’, 4. Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi-13-14 Mayıs 2005 Kurumsal Yönetim Bildiri Kitabı, TOBB ETÜ Yayınları, Ankara 2005, S.

⁷⁵ Ayrıntılı bilgi için: http://europa.eu/index_en.htm , <http://www.ueapme.com>

“güçlü bir ekonominin, istihdam yaratma hedefini, sürdürülebilir gelişme ve genel kabul görecekt sosyal ve çevresel politikalarla bir arada gerçekleştirmek durumunda olduğu”; mikro plana göre ise “şirket yapılarının bu stratejilere uyarlanması” gereği kabul edilmiştir. AB’nin, Avrupa’daki ticaret birlikleri, sendikalar, sivil toplum örgütleri ve KSS’yle ilgilenen diğer kesimlerle yürüttüğü görüşmeler Haziran 2004’te tamamlanmış olup, bu görüşmelerin resmi adı “KSS Konusunda Çok Paydaşlı Avrupa Forumu” olmuştur.

Sosyal sorumluluğun makro boyutunda, kamu kurum ve kuruluşlarına düşen çeşitli yükümlülükler vardır. Şirket yönetimlerinin sosyal sorumluluk boyutu ise daha çok mikro bazda değerlendirilebilir. Şirketler, KSS uygulamaları adına çeşitli faaliyetler yürütebilirler. Çevre, eğitim, iş ilişkileri, sponsorluklar, insan hakları, ürün kalitesi gibi pek çok alanda duyarlı davranarak kendi varlık ve karlılıklarına zarar vermeden topluma karşı sorumluluklarını yerine getirebilirler. Gelişmiş yapılarda yer alan birçok şirket, bu kapsamda yoğunlaşmıştır. Kimi şirketler “sağlık, çevre ve eğitim” konularında; kimileri ise sadece “çalışanların eğitime ve çalışma koşullarını iyileştirmeye yönelik duyarlılık faaliyetlerinde” bulunabilir. Ürettikleri ürün ya da hizmete özel sosyal sorumluluk atılımlarında bulunan şirketlerin yanı sıra, içinde faaliyet gösterdikleri yerel çevreye yönelik katkıları ile sosyal sorumluluklarını yerine getiren şirketlere de rastlanmaktadır.⁷⁶

Kurumsal sosyal sorumluluğun temel düşüncesi, işletmenin hissedarlara, çalışanlara, tedarikçilere ve müşterilere yönelik yasal sorumlulukların ötesinde sorumlu davranışlarda bulunmasının gerekliliğidir. İşletmeden yaptığı faaliyetlerin toplumla ve doğal çevreyle ilgili ekonomik olmayan sonuçları içinde tam olarak sorumlu davranması beklenmelidir. Ancak toplumların işletmelerden beklentileri farklılık göstermektedir. Bunda ekonomik ve toplumsal gelişmişlik düzeyinin de önemli bir etkisi vardır. Gelişmişlik düzeyine ve diğer faktörlere bağlı olarak paydaşların işletmeden beklentileri ve işletmelerin sorumlulukları da değişmektedir. Günümüzde işletmelerin paydaşlarını göz boyayan sorumluluk çalışmalarıyla tatmin etmesi mümkün olmamaktadır. Örneğin, öncelikli paydaş gruplarından biri olan müşteriler, ürün kalitesi, fiyatı, bulunurluğu ve hizmet hakkında daha da fazla bilgi sahibidirler ve is yaptıkları işletmeler konusunda daha seçici olmaktadır.⁷⁷ Avru-

⁷⁶ Çelik, A. , “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Ed: Coskun Can Aktan), İgiad Yayınları, İstanbul, 2007, S.80-81

⁷⁷ Özalp, İ.-Tonus, H.Z.-Sarıkaya M. , İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/:8- Sayı/No:1 (2008),S.74

pa'daki araştırmalar işletmelerin somut kanıtlarla desteklemedikleri çevresel ve toplumsal sorumluluk iddialarına halkın yüzde doksanının inanmadığını göstermektedir. Amerika'da yapılan bir başka araştırmada ise, tüketicilerin yüzde kırkıdan fazlasının, fiyat ve kalite birbirine yakın olduğu zaman, seçimlerini işletmeler için gerçekten önemli olan konulara göre yaptığını ortaya çıkarmaktadır. Kurumsal sosyal sorumlulukta işletmenin hem iç hem de dış paydaşlara karşı sorumluluğu çok önemlidir. Bir iç paydaş olan çalışanlar; personel seçimi, performans değerleme gibi süreçlerin objektif ölçütlere göre ve fırsat eşitliği sağlanması işletmeyi sosyal sorumluluk açısından değerlendireceklerdir.⁷⁸

Sosyal sorumluluk, şirketin sorunlarını çözmek ve sosyal, politik ve yasal çevreyle ilişkili fırsatları yakalamak için tasarlanan şirket stratejisinin ayrılmaz bir bileşenidir. Sosyal sorumluluğu yönetmek isteyen yöneticiler, örgüt içi ve dışı çevreyi bir bütün kabul ederek değerlerin uyumlaştırılmasına çalışmalıdırlar. Günümüzde şirketler ile toplumun değişik kesimleri arasında karşılıklı güvene dayalı ilişkiler geliştirilmesi zorunlu bir ihtiyaçtır. Günümüz iş dünyasında örgütsel başarıyı hedefleyen her şirket, Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusuna gereken duyarlılığı göstermek durumundadır. Ölçekleri ne olursa olsun ülkemiz şirketlerinin, sosyal sorumluluk konusuna profesyonel bir yönetim anlayışı ile yaklaşımlarında yarar vardır. Çağdaş gelişmelere açık bir sosyal sorumluluk yönetimi sergilenmekle, küreselleşme olgusuna daha kolay uyum sağlanabileceği gibi, bölgesel entegrasyonların izlenmesi de kolaylaşabilecektir.⁷⁹

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmenin içinde bulunduğu toplumdaki ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı beklentileri kapsamaktadır Diğer bir deyişle kurumsal sosyal sorumluluk; yasalara uygun hareket etmek dışında etik kurallar çerçevesinde çalışmalar yapmak, gönüllü sosyal kampanyalar düzenlemek gibi birçok çalışmayı içinde barındırmaktadır. Nitekim kurumsal sosyal sorumluluk sadece yasal ve ekonomik yükümlülüklerle uymayı değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel problemlerle ilgili proaktif ve gönüllü işletme çabalarını da içermektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumların daha iyi bir toplum ve daha temiz bir çevreyle bağıntılı olarak verdikleri gönüllülük kararları ile ilgili görüşler olarak tanımlanmaktadır. Kurumlar yeşil alanların çoğaltılmasından kız çocuklarının okula gönderilmesine kadar pek çok farklı alanda sosyal çalışmalar gerçekleştirebil-

⁷⁸Özalp, İ.-Tonus, H.Z.-Sarıkaya M. , İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/:8- Sayı/No:1 (2008),S.74

⁷⁹Çelik, A. , “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Ed: C.C. Aktan), İgiad Yayınları, İstanbul 2007, S.81-82

mektedir. Temelde kurum ve çevresi arasındaki ilişkiler hakkında bağlamsal bir kavram olan kurumsal sosyal sorumluluk misyon, vizyon ve değerler, örgüt iklimi, sosyal diyalog, insan hakları, toplum ilgisi, yerel ekonominin gelişmesi, çevre, pazar ilişkileri ve etiğini içermektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk konuları günümüzde işletme çalışmalarının tüm yönlerine entegre edilmektedir ve dünyanın her yanında giderek artan sayıda işletme vizyon, misyon ve değer açıklamalarında kurumsal sosyal sorumluluk sözlerini belirtmektedir. Böylece paydaşlarına toplum için çalışan bir kurum olduğunu iletmektedir. Misyon, vizyon ve değer açıklamalarında kurumsal sosyal sorumluluk anlayışlarına yer verilmesi, kurumların sosyal sorumluluğa verdikleri önemin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Ancak burada göz önünde bulundurulması gereken nokta, kurumların bu değerleri uygulamaya geçirebilmesidir. Kurum, sosyal sorumluluk çalışmalarını varlık nedenlerinden biri olarak açıklıyorsa; bunu tüm çalışmalarına yansıtmalıdır. Aksi halde kurumsal sosyal sorumluluk, göz önünde olma çabasından öteye gidemeyecektir ve paydaşların kuruma olan güvenleri sarsılacaktır. Örneğin, kurum iş güvenliği ve iş sağlığını temel değerlerinden biri olarak kabul ediyorsa bunu sağlayacak çalışmalar yapmalıdır.⁸⁰

Kurumsal sosyal sorumluluk bilinci işletmelere su fırsatları sağlamaktadır.⁸¹

- İşletmelerin marka değerleri ve piyasa değerlerini artırır.
- Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık potansiyeli artar.
- Yeni pazarlara girme ve müşteri bağlılığını sağlamada önemli avantajlar sağlar.
- Daha kaliteli mal ve hizmet sunulmasında etkin bir rol oynar.
- Risk yönetimi daha etkin hale gelir.
- Toplumun ve kural koyucuların işletmenin görüşlerine önem vermesini sağlar.

Kurumsal sosyal sorumluluklarının bilincinde olan işletmeler, yeni pazarlara girme ve müşteri sadakati kazanma gibi önemli rekabet üstünlükleri elde etmektedir. Dünyada birçok fon ve kurumsal yatırımcılar, bir işletmeye yatırım yapmadan önce, o işletmenin kurumsal sosyal performansını değerlendirmeye başlamıştır. Bunun farkında olan işletmeler, kurumsal sosyal performanslarına önem vererek, geliştirmenin yollarını aramaktadır. İşletmeler paydaşlarına yönelik uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarıyla sağlam bir kurumsal itibar elde edebilmekte, faaliyet giderlerini azaltmakta, finansal per-

⁸⁰ Gümüş, M-Öksüz, B. , “İtibar Sürecinde Kilit Rol: Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi”, Journal of Yasar University, NO14 VOL4, Nisan 2009, s.2134-2135

http://joy.yasar.edu.tr/makale/no14_vol4/03-gumus_oksuz.pdf Erişim Tarihi:10.07.2009

⁸¹ Özalp-Tonus-Sarıkaya, a.g.m. , S.74

formanslarını geliştirmekte ve marka değerlerini yükseltebilmektedir. Araştırmacılar, kurumsal sosyal sorumluluk ve kârlılık arasındaki ilişkiyi 30 yılı aşkın bir süredir incelemektedir. Hala tanımlayıcı bir cevap olmamasına rağmen, en son araştırmalar iyi yönetilen ve güçlü paydaş ilişkilerine sahip işletmelerin, yalnızca kâr-zarar hesabına odaklanan işletmelerden daha iyi çalımsa eğiliminde olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda araştırmalar, hisse senedi piyasalarının her zaman sosyal sorumlu olan işletmeleri ödüllendirmezlerken, etik olarak yanlış yapmalarından dolayı suçlananları cezalandırırlar. Örneğin işletmenin çevreye verdiği zararların duyulmasından sonra işletmenin hisse senedi değeri önemli ölçüde düşebilir. İşletmelerin, paydaşların güvenini kazanması, uzun süre fiyatları aynı düzeyde tutmasına bağlıdır.⁸²

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ülke içi konularla ilgili olabileceği gibi, küresel kapsamdaki konularla da ilgili olabilir. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluğa karşı her toplumun göstereceği tutum da farklı olmaktadır. Bu yüzden çok uluslu araştırmalarla farklı toplumların kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına karşı gösterecekleri tutumunun ölçülmesi önemli sonuçlara ulaşmayı sağlayabilir. Literatürdeki araştırmaların büyük çoğunluğunun sadece ABD’de yapıldığı göz önüne alındığında uzmanların Fransa, Almanya, ABD, Avustralya, Bangladeş ile İspanya ve İngiltere’de gerçekleştirdiği araştırmalar, farklı toplumlarda kurumsal sosyal sorumluluğun farklı boyutlarına karşı farklı tutumlar gösterildiğini ortaya çıkarmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının hedef kitlesi çok kısıtlı olduğu için kime, nasıl ve ne zaman etki ettiği çok net belirlenemediğinden sosyal sorumluluk çalışmalarının etki alanının geniş ve çeşitlilik gösteren yapıda olmasının sebebi anlaşılmaktadır.⁸³ Bir kavram olarak KSS son yıllarda çok popüler olmuştur. İşletmeler küresel ölçekte ekonomik olarak son yıllarda zenginlik oluşturmayı başarmıştır. Ama dağıtım mekanizmaları, sosyal huzursuzluğu, eşitsizliği ve toplumsal provokasyonu, iş düşmanlığını göz ardı etmemesi gerekir. Hükümetlerin desteğiyle işletmeler KSS’yi bir araç olarak kullanarak sürdürülebilir, istikrarlı, sosyal, çevresel ve ekonomik İş hayatı için siyasi ortamın oluşmasını sağlayabilirler.⁸⁴ Yani KSS faaliyetleri aslında işletmelerin menfaatine olan uygulamalardır.

⁸² Özalp-Tonus-Sarıkaya, a.g.m. , S.74-75

⁸³Uslu, A- Gambarov, V- Başçı, A. ,’’Türkiye’de Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına ve Sosyal Açıdan Sorumlu Şirketlere Karşı Tutumu’’, ODTÜ Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, 3-6 Eylül 2008, s.2 www.mskongre.org/doc/ayparuslu.doc Erişim T. ; 24.07.2009

⁸⁴ Ararat ,M.- Göcenoğlu ,C.,’’Drivers for Sustainable Corporate Responsibility, Case of Turkey’’, November 2006, For MENA Development Forum, S.31

ABD'nin öncülüğünü yaptığı bir kavram olarak literatürümüze giren 'kurumsal sosyal sorumluluk' aslında bizim fitre, zekât gibi yardımlaşma kültürümüzün günün koşullarına uygun bir uzantısıdır.⁸⁵

2.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TARİHİ

Sosyal Sorumluluk kavramı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramıyla iç içe geçmiş bir mefhumdur. Kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal sorumluluğun yeni bir boyutu olarak uzak olmayan bir zamanda ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı sosyal sorumluluğun tarihi aynı zamanda kurumsal sosyal sorumluluğun da tarihidir diyebiliriz.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ilk kez 1953'te basılan Howard Bowen imzalı "Social Responsibility of the Businessman" adlı kitapta yer aldı. Bowen'e göre işadamlarının sosyal sorumlulukları bazı yükümlülüklerin toplamından oluşuyordu.⁸⁶ Fakat konuya ilk değinenin ünlü iktisatçı Adam Smith (1863) olduğunu söylenebilir. Smith, ünlü "görünmez eli" düşünerek firmaların topluma katkısı olan ürünler üretmesi gerektiğini belirtmiştir.⁸⁷ Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının gelişimine ise, 1999 yılında Archie Carroll tarafından işaret edildi. Carroll'a göre 1950'lerde konuyla ilgili resmi literatür geliştirilmeye başlandı. 1960 ve 1970'lerde kurumsal sosyal sorumluluk tanımı, genişlemeye ve hızla çoğalmaya başladı. Ampirik araştırmalar ve alternatif konular, örneğin kurumsal sosyal sorumluluk ve paydaş teorisi, 1980'lerde ortaya kondu. Bu konudaki araştırmaların artmasıyla birlikte, 1960'larda iş etiği üzerine çalışılmaya başlandı ve 1970'lerde çalışma alanı haline geldi.⁸⁸

1920'li yılların başları birçok yazar tarafından modern anlamda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının doğuşu olarak kabul edilmektedir. Bu tarihten öncesi ve bu tarihten sonrası ise konunun gelişimi açısından farklı anlamlar taşımaktadır. Konuyu sanayi devrimi öncesi ve sonrası olmak üzere kısaca ele almakta yarar vardır.⁸⁹

⁸⁵ Aydede, C, Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kapital/MediaCat Kitapları, İstanbul, 2007, s.12

⁸⁶ Aydede., a.g.k., S.24

⁸⁷ Uslu- Gambarov- Başçı, a.g.m. ,s.2

⁸⁸ Fisher, J. , "Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts", Journal of Business Ethics, 2004, S. 391-400'den naklen: Özarşlan, E, Sosyal Sorumluluk Projelerinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, 2006, S.35

⁸⁹ Aktan, C.C., Börü, D., "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düşüncesinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi" <http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsal-sosyal/ortaya-cikis.htm>

12. ve 18. yüzyıllar arasında kalan sanayi devrimi öncesinde işletmecilik faaliyetleri bilimsel esaslardan uzaktı. Dükkân ve ticarethanelerde n oluşan işletmeler siparişe göre üretim yapmaktaydı. Tüm ortaçağ boyunca ticari faaliyetlerde ve ekonomide dini inançlar önemli bir yer almış; yönetenlerin ve ticari faaliyetlerle uğraşanların sorumluluk anlayışları da yine vicdan, dini ilkeler ve normlar doğrultusunda şekillenmiştir.⁹⁰ Dünyada kurumların insanlardan ayrı bir birey olarak kabul edilmesi anlayışı ilk olarak 14. YY.' da ortaya çıkmıştır. Bu tarihten itibaren kurumlar, yöneticilerinden, çalışanlarından ve diğer insanlardan ayrı bir tüzel kişilik olarak kabul edilmişlerdir.⁹¹ Dolayısıyla bu dönemde kurumsal sosyal sorumluluk kavramından söz edilememektedir.

1500–1800 Yılları: 1500 ile 1800 yılları arasında “Bir ülkenin zenginliğinin sahip olduğu değerli madenlerle ölçülür” görüşünün hakim olduğu merkantalist dönemde fakirlerle yardım etmek, işsizlere iş bulmak devletin görevi ve sorumluluğu olarak tanımlanmıştır. Bu dönemde Doğu toplumu incelendiğinde, Batı toplumuna benzer şekilde burada da düşüncelerin dini inançların etkisiyle oluştuğunu görmek mümkündür. İslamiyet’in yardımlaşma, toplumsal dayanışma gibi birçok konuyu dini kaidelere bağlaması ve faizi yasaklayarak yardıma ihtiyacı olanlara zekat verilmesini emretmesi neticesinde sosyal sorumlulukların Batı’ya oranla Doğu’da önemli ölçüde ilerlediğini söylemek mümkündür

1765 Yılı: 1765 yılında James Watt’ın buharlı makineyi icat etmesi ile sanayi devrimi başlamıştır. Buharlı makine üretim yaşamına bir enerji kaynağı olarak girerek fabrika düzenine geçmeyi sağlamış ve modern anlamda işletmecilik ve yönetim uygulamalarının da temeli atılmıştır. Bu dönemde hâkim görüş kapitalizmdir. Bireyin kişisel çıkarları adına yapacağı faaliyetlerin sağlayacağı yararlar, toplumun yararını da maksimize edecektir görüşü kabul edilmektedir. Bu görüş, sanayileşme felsefesine uygun düşen bir görüş olup işletme sahipleri ve yöneticileri kişisel kazançlarını maksimize etmeye çalışmanın dışında bir sorumluluk almamışlardır⁹² Asırlardır boyunca ticari işletmelerden sadece sahiplerinin zenginliklerini çoğaltmaları beklenmiştir. 14. yüzyıldan çok yakın yıllara geldiğimizde

⁹⁰ Aktan, C.C., Börü, D.,a.g.m.,

<http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsal-sosyal/ortaya-cikis.htm>

⁹¹ Garriga, E.- Melé, D.. “Corporate social responsibility theories: Mapping the territory”, Journal of Business Ethics, Cilt. 53, 2004, S.63-64’den aktaran:Bay, E., İsteğe bağlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bileşeninin Türkiye Kapsamında İncelenmesi,(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul, 2006,s. 75

⁹² Aktan, C.C., Börü, D.,a.g.m.,

<http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsal-sosyal/ortaya-cikis.htm>

bile; “İş dünyasının işi, iş yapmaktır”⁹³ şeklinde özetleyen ve uzun yıllar boyunca geniş kitleler tarafından düşünceleri kabul gören. Friedman’ın sözlerini incelersek bu anlayışın sürdüğünü görebiliriz. Friedman, kuruluşların sadece hissedarlara karşı sorumlu olduğunu ve kanunların izin verdiği çerçevede hissedarlarının karlarını çoğaltmak için çalışmaları gerektiğini savunmuştur. Kuruluşların topluma yararlı işlerle uğraşması büyük bir kesim tarafından kabul görmezken, kuruluşların gelirlerinden yararlanan zengin hissedarların zenginliklerini bu gibi işlere harcamalarına bir engel koyulmamıştır. Hatta 1862 yılında Andrew Carnegie, zengin insanların ahlaki bir yükümlülük olarak kendilerinin ve ailelerinin ihtiyaçlarının fazlası olan servetlerini toplum menfaatleri için harcamaları gerektiğini savunmuştur. Bu durumdaki insanların fazla servetlerini harcayabilmeleri konusunda da yardımcı olarak 7 maddelik bir liste ortaya çıkarmıştır. Bu listeye göre zengin kişilerin, üniversiteler, kütüphaneler, hastaneler, parklar, konserler ve etkinlikler, havuzlar ve ibadet yerleri yaptırımları uygun olacaktır.⁹⁴

1929–1930 Yılları: 1900 yıllarında hızlı ve hareketli olan ekonomik dönem yerini 1929 yılında krize bırakmıştır. Kriz sonunda dev Amerikan şirketlerinin çöküşü geride işsiz kitleler bırakmış ve satın alma gücü düşmüştür. Bu dönemlerde işletmeler, faaliyetlerin sonucunda topluma olan etkilerinden dolayı kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla karşı karşıya kalmışlardır. 1930’lu yıllarda sanayileşmiş ülkelerde yaşanan kültürel ve sosyal değişimler neticesinde çalışanlar sendikal haklar edinmiş, daha iyi ücret, çalışma şartları ve sosyal haklar elde etmeye başlamışlardır. Anti-tröst yasalar, çalışanlara daha insani haklar tanınması kurumsal sosyal sorumluluk kavramını kanuni uygulamalarla işletmelere benimsetmeye neden olmuştur. İkinci dünya savaşıyla beraber işletmeler çalışanların önemini anlamaya ve onlara karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmeye başlamışlardır. İkinci dünya savaşının sonunda zor yaşam koşulları, sistem ve durumsallık yaklaşımları, işletmelerin sosyal konularla daha fazla ilgilenmesi gerekliliğini ortaya çıkartmıştır.⁹⁵

1960–1970 Yılları: 60’lı yıllarda ise kavramsal açıdan büyük gelişmeler yaşandığını görüyoruz. 1964’te “İnsan Hakları Sözleşmesi”, 1969’da “Ulusal Çevre politikası sözleşmesi” ve 1972’de “Tüketici Ürünleri Güvenilirlik Sözleşmesi” bu gelişmelerin en

⁹³ Garriga-Melé, a.g.m. ,S. 63-64’den aktaran: Bay, a.g.k. ,s.77

⁹⁴ Özkan, E. , “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firmaların Pazarlama Başarısındaki Yeri”, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2004, s.47

⁹⁵ Aktan, C.C., Börü, D., “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düşüncesinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi”
<http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsal-sosyal/ortaya-cikis.htm>
Erişim Tarihi: 15.08.2009

önemlileridir.⁹⁶ 1960'lı yıllarda çalışan hakları, asgari ücret, çevreye duyarlı üretim, tüketici hakları, sigortalı çalışma, ırk ayrımı, kadın hakları gibi birçok konu gündeme gelmiş; Sivil Toplum Kuruluşlarının toplumdaki önemi artmıştır. 1970 yıllarında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları şu şekillerde görülmektedir: Ortaklara bilgi sağlama, iş vermede adalet, kârı paylaşma, reklâmların ahlaki olması, çevreyi koruma ve faaliyetlerin topluma yapacağı etkileri düşünerek eyleme geçmedir.⁹⁷

1980 Yılları: İş dünyası sosyal sorunlara daha çok dahil olması gerektiğine inanmaya başladı.⁹⁸1980'li yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları; atıkları azaltma, geri dönüşüm, fakirlere maddi yardım, toplum sağlığına hizmet, daha iyi çalışma koşulları şeklindeki uygulamalardır.⁹⁹

1998 yılının Eylül ayında ise Hollanda'da sürdürülebilir gelişme için Dünya İş Konseyi üyeleri bir araya gelerek Kurumsal Sosyal Sorumluluk tanımı yapmışlardır. Bu tanıma göre Kurumsal Sosyal Sorumluluk, bir kurumun etik davranmaya gösterdiği sürekli bağlılık ve çalışanlarının ve ailelerinin yanı sıra toplumun tüm kesimlerinin yaşam kalitesini iyileştirecek şekilde ekonomik gelişmeye yaptığı süreklilik gösteren katkıdır.¹⁰⁰

Günümüzde işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda Sivil Toplum Kuruluşlarıyla birlikte çalışarak bir plan dâhilinde hareket etmekte ve stratejiler geliştirmektedirler¹⁰¹

2.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TÜRKİYE'DEKİ GELİŞİMİ

Türkiye'deki KSS uygulamalarının geçmişi Osmanlı İmparatorluğu'na uzanır. Osmanlı İmparatorluğu'nda vakf (şimdiki adıyla vakıf) kavramı eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik gibi kamu hizmetlerinin temel kurumsal mekanizmasını oluşturmaktaydı. Bugün Türkiye'deki pek çok aile holdingi bir vakfa sahiptir. Bu bağlamda, toplumun şirketlerden beklentisi de tarihsel vakıf felsefesi etrafında şekillenmekte ve sosyal sorumluluk, şirketle-

⁹⁶ Aydede, C, Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kapital/MediaCat Kitapları, İstanbul, 2007, S.24

⁹⁷ Aktan-Börü, <http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsal-sosyal/ortaya-cikis.htm>

⁹⁸ Aydede,, a.g.k. ,S.24

⁹⁹ Aktan-Börü, , <http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsal-sosyal/ortaya-cikis.htm>

¹⁰⁰ Zoroğlu, E. , Türk Otomotiv Sektöründe Sosyal Sorumluluk Uygulamaları, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2001), s. 8.

¹⁰¹ Aydın, B. , Küresel İlkeler sözleşmesine Katılan Türk Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Karşılaştırmalı Analizi'', ODTÜ Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, 3-6 Eylül 2008, www.mskongre.org/doc/belginaydintan.doc

rin bağışları ve hayırseverlik faaliyetleri ile eşdeğer algılanmaktadır. Yapılan bağışların miktarı ise genellikle gizli tutulduğundan etkilerin değerlendirilebilmesi tam anlamıyla mümkün olamamaktadır¹⁰²

Dünyadaki çoğu şirketin KSS'ye verdikleri önem ne yazık ki gönüllü bir şekilde gerçekleşmemiştir. Örneğin; Disney, Mattel, Nike gibi işletmelerin Asya'daki fabrikalarında işçileri kötü koşullarda çalıştırdıklarına ilişkin haberler yaygın bir tüketici boykotluya karşılaşmıştır. Dolayısıyla son yıllarda artık tek hedef üretim, satış ve kâr elde etmek değildir. İşin sosyal ve toplumsal tarafı da önemlidir. Türk şirketleri de bunun farkındadırlar. Ancak uzun yıllar KSS kavramı hayır işleriyle özdeş tutulmaktadır.¹⁰³ Koç'un Koç Vakfı, Sabancı'nın Vaksa'sı aracılığıyla yaptığı yardım ya da sosyal faaliyetler böyle büyük işadamlarının hayırsever olarak adlandırılmasına sebep olmuştur. KSS'un hayırseverliğin ötesinde tüm iş süreçlerine dahil edilmesi gerekliliği 2000'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Bu yıldan itibaren şirketler itibar elde etmek, tüketici ve yatırımcı tarafından tercih edilmek, sürdürülebilir büyüme yakalamak için sosyal sorumluluk çalışmalarına önem vermektedirler.¹⁰⁴

Türkiye'nin giderek artan sayıda uluslararası antlaşmalara, kampanya ve etkinliklerin parçası olması ülkenin KSS ve ilgili konulardaki bilinç düzeyini arttırmada önemli bir etken olmuştur. Bu olumlu gelişmeleri takiben sivil toplum, iş dünyası, devlet ve diğer sosyal paydaş gruplarını etkileyen başka bir olay gerçekleşmiştir. İlki İzmit'te gerçekleşen 1999 depremlerinde, 17,000 kişi hayatını kaybetmiştir. Hükümetin deprem sonrası müdahalelerde yetersiz kalması ve gerekli yardım hizmetlerini sağlamadaki başarısızlığı, hem bireysel hem de kurumsal gönüllü oluşumları harekete geçirmiştir. Depremin ardından pek çok STK ve gönüllü grup aktif rol oynamışlardır. Bu çalışmalar esnasında AKUT, bu sivil hareketin en göze çarpan taraflarından biri olmuştur. Öyle ki AKUT, Ordu'dan sonra ülkede en çok güvenilen kurum olarak anılmıştır. Bu sebeple, 1999 depreminin ülkede gönüllülük ve katılımcılık gibi değerlerin yaygınlaşması ve kalkınma için aktivizme olan ihtiyacı vurgulaması açısından çok önemli etkisi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

¹⁰² Göcenoğlu, C- Onan, I. , Türkiye'de Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, 2008,S.7

¹⁰³ Aydın, B. , Küresel İlkeler sözleşmesine Katılan Türk Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Karşılaştırmalı Analizi'', ODTÜ Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, 3-6 Eylül 2008, www.mskongre.org/doc/belginaydintan.doc

¹⁰⁴ Aydın, www.mskongre.org/doc/belginaydintan.doc

Türkiye’de hem uluslararası etkenler, hem de yaşanan ekonomik ve sosyal krizler iş dünyasının esas rolü oynadığı, sivil toplumun da denetleyip yararlandığı kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları hakkında tartışabilmek için gerekli ortamı yaratmışlardır ¹⁰⁵

Bu noktada Türkiye’de ilk defa “AccountAbility Rating (AR)” (Kurumsal Sorumluluk/Hesap verebilirlik) ile yeni bir dönem başlamıştır. Kurum ve kuruluşlar gelecekte de yaşamlarını sürdürebilmek için içinde buldukları toplumun yaşam kalitesini yükseltmek, topluma, çevreye ve çalışanlara karşı sorumluluklarını yerine getirmek zorundadır. “Sürdürülebilirlik” kavramının iş dünyası için öneminin anlaşılması, bu konuda uluslar arası standartlara olan ihtiyacı ortaya koydu. Uluslar arası bir düşünce kuruluşu olan “AccountAbility”, kurumsal sorumluluk/hesap verebilirlik için kullanılan ilk standart olan AA1000 Standartlarını geliştirdi. AR, kurumların sorumlu uygulama ve yaklaşımlarını yaptıkları işin her alanında hangi boyutta ve ne kadar dikkate aldıklarını ölçen bir araçtır. Bu değerlendirme sistemiyle amaçlanan, iş hayatının finansal olmayan alanlarının da şirket öncelikleri arasında yer almasını ve bu alanların ölçülebilir ve sürdürülebilir süreçler olarak iş süreçlerine dahil edilmesini sağlamaktır. Yöntem 2004 yılında uygulamaya başlanmıştır. Uygulamanın amacı, işletmelerin hesap verebilirliğini ve paydaşlarına karşı sorumluluğunu, bu konuda güçlü ve zayıf yanlarını anlayarak bunların her birinden dersler çıkararak kavramasına ve kendini bu doğrultuda geliştirmesine yardımcı olmaktır. “Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi” (Global Compact) ve “Küresel Raporlama İlkeleri”(Global Reporting Initiative), AR’in dayanak noktalarından birisidir ve bu çerçevede ortaya çıkmış ve gelişmiştir. AR, 2007 yılı itibariyle ilk defa Yunanistan ve Türkiye’yi içine alacak şekilde küresel sonuçlarını yayımlayarak kapsama alanını genişletmiştir. ¹⁰⁶

Görüldüğü gibi uluslararası etkenler, devletin imzaladığı, uygulamaya geçirdiği anlaşmalar, ülkenin kültürel altyapısı, yaşanan ekonomik ve sosyal krizler kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalar Türkiye’de KSS’nin gelişmesinde Büyük etkenlerdir. Bütün bunların yanı sıra KSS’nin gelişmesinde asıl mihenk noktası 1999 yılındaki depremde, devletin müdahalelerde yetersiz kalması ve gerekli yardım hizmetlerini sağlamadaki başarısızlı-

¹⁰⁵Göçenoğlu- Onan, a.g.m. , S.7

¹⁰⁶Aydıntan, B. , Küresel İlkeler sözleşmesine Katılan Türk Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Karşılaştırmalı Analizi”, ODTÜ Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, 3-6 Eylül 2008, www.mskongre.org/doc/belginaydintan.doc

ğıdır. Bu durum, hem bireysel hem de kurumsal gönüllü oluşumları harekete geçirmiş, KSS uygulamalarının katlanarak artmasına vesile olmuştur.

2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK TÜRKİYE ARAŞTIRMASI

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplumda nasıl makes bulduğuna dair araştırmalar Dünya genelinde birçok ülkede yıllardan beri yapılmakta. Günümüzde artık Türkiye’de de kurumsal sosyal sorumluluk alanında başarılı olan şirketleri gözler önüne sermeyi amaçlayan araştırmalar var. 2005 yılından itibaren Capital Dergisi tarafından yapılmaya başlanan “Türkiye’nin Sosyal Sorumluluk Liderleri” araştırması bu araştırmalardan en kapsamlı olanı.¹⁰⁷

Halk genelinde 16 ilden 1.303 kişinin iş dünyası genelinde 277 beyaz yakalı yöneticinin katılımıyla yapılan bu araştırma vesilesiyle paydaşları gözünde takdir toplayan ve KSS’ye duyarlı olan liderler, şirketleri ve projeleri ortaya konuluyor. Araştırmaya cevap verenlerin çoğu, KSS çalışmalarını iş dünyasının sorumluluğunda görüyor.

GFK Türkiye uzmanları ve Capital tarafından hazırlanan soruların sorulduğu ve KSS çalışmalarıyla ön planda olan şirketlerin seçildiği bu araştırmaya cevap veren halktan 1.303 kişinin % 65’i, KSS çalışmalarının iş dünyasının sorumlulukları arasında yer aldığını düşünüyor. Bu konuda iş dünyasının bir görevi olmadığını düşünenlerin oranı ise % 14.

GFK Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Fulya Durmuş’un Capital için yapılan bu araştırma hakkında ki aktardığı bilgiler hayli ilgi çekici. “Türkiye’nin Sosyal Sorumluluk Liderleri” araştırmasında, halkın kurumlardan yatırım yapmalarını beklediği en önemli alanlar arasında yine eğitim ve öğretim başta geliyor. Sağlık ve sağlık hizmetlerine katkı, çevre ve doğanın korunmasına destek, hayır işleri yapılması eğitimi takip eden konular arasında yer alıyor. Aynı zamanda şirketlerin aile içi şiddet ve kadın haklarıyla ilgili projelere katkı sağlamaları da bekleniyor. İş dünyası açısından bakıldığında da çözülmesi gereken öncelikli sorunun eğitim olduğu dile getiriliyor.

Halkın ve iş dünyasının kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki görüşleri özel sektörden beklentilerin hala çok yüksek olduğunu gösteriyor. Özel sektörü bu anlamda yeterli bulanların oranı halk arasında yüzde 23’ler civarında. İş dünyası açısından ise özel

¹⁰⁷Bayıksel, Ş.Ö. ,”Sorumluluk Yarışının Yeni Oyuncuları”, Capital Dergisi, 1 Mart 2009

sektörü kurumsal sosyal sorumluluk alanında yeterli bulmayanların oranı yüzde 59. Halk arasında sınırlı bir kesimin kurumların sosyal sorumluluk çalışmalarından haberdar olması ise dikkat çekici.¹⁰⁸

2009 SIRALAMASI		KATILIMCILARIN TERCİH ORANI (%)	2008 SIRALAMASI		KATILIMCILARIN TERCİH ORANI (%)
1	SABANCI HOLDİNG	50,1	1	SABANCI HOLDİNG	39
2	KOÇ HOLDİNG	45,9	2	KOÇ HOLDİNG	32
3	TURKCELL	21,3	3	TURKCELL	17
4	ÜLKER	19,7	4	ÜLKER	15
5	ARÇELİK	14,5	5	ARÇELİK	12
6	ECZACIBAŞI HOLDİNG	10,1	6	ECZACIBAŞI HOLDİNG	11
7	AKBANK	9,4	7	AKBANK	10
8	DOĞAN HOLDİNG	6,6	8	DOĞAN HOLDİNG	8
9	İŞ BANKASI	5,8	9	ZORLU HOLDİNG	6,4
10	EFES PİLSEN	5,3	10	AVEA	6
11	GRUNDİG (BEKO)	4,6	11	COCA-COLA	4,7
12	AVEA	4,5	12	VESTEL	4,5
13	ANADOLU HAYAT EMEKLİLİK	4,1	13	EFES PİLSEN	4,4
14	DOĞUŞ HOLDİNG	3,8	14	İŞ BANKASI	4,3
15	HÜRRİYET	3,5	15	ANADOLU HAYAT EMEKLİLİK	4,2
16	VESTEL	3,3	16	GRUNDİG (BEKO)	4,1
17	ZORLU HOLDİNG	3,2	17	MİLLİYET	3,7
18	GARANTİ BANKASI	3,1	18	AYGAZ	3,3
19	COCA-COLA	2,8	19	SANKO HOLDİNG	3
20	MİLLİYET	2,6	20	DANONE	2,8

Tablo1: Halkın Gözünde KSS’de Lider Olan Şirketler

Kaynak: Capital Dergisi, 1 Mart 2009

“Türkiye’nin Sosyal Sorumluluk Liderleri” araştırması sonucu; halk genelinde, geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da Sabancı Holding birinci seçilirken iş dünyası genelinde birinciliğe seçilenin ise Turkcell olduğu görülüyor. Sabancı Holding, halk tarafından çevre, eğitim, sağlık, sanat, hayır işleri, toplum gelişimine katkı ve toplumsal sorumluluk kriterlerinde de ilk sırada yer aldı.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Bayıksel , a.g.m.

¹⁰⁹ Bayıksel, a.g.m.

2009 SIRALAMASI		KATILIMCILARIN TERCİH ORANI (%)
1	TURKCELL	48
2	KOÇ HOLDİNG	34,3
3	SABANCI HOLDİNG	23,1
4	ECZACIBAŞI HOLDİNG	19,9
5	GARANTİ BANKASI	12,6
6	AKBANK	9
7	BORUSAN HOLDİNG	5,7
8	EFES PİLSEN	5,4
9	DOĞUŞ HOLDİNG	5,1
10	ÜLKER	3,6
11	MİLLİYET	3,2
12	TÜRK TELEKOM	3
13	OPET	2,8
14	İŞ BANKASI	2,5
15	ARÇELİK	1,8

Tablo 2: İş Dünyasının KSS’de Lider Seçtiği Şirketler

Kaynak: Capital Dergisi, 1 Mart 2009

Son 2 yıldır halk ve iş dünyası genelinde KSS çalışmaları en fazla beğenilen 2’nci şirket ise Koç Holding. Grup, doğa ve çevreye katkı sağlama, spor, sanat ve kültüre yatırım, eğitim öğretim, sağlık, tarihi koruma, gönüllü çalışmalar, toplumu geliştirmeye katkıda bulunma gibi kriterlerde beğeni toplamış durumda.

Beyaz eşya sektörünün lider kuruluşu Arçelik, halk gözünde geçen yıl olduğu gibi bu yıl da KSS çalışmalarında en fazla beğenilen 5’inci şirket oldu.

İş dünyası genelinde 4’üncü, halk genelinde sıralamada 6’ncı sırada yer alan Eczacıbaşı Holding ise KSS anlayışını kültür, sanat, eğitim, bilim ve spor alanlarında yaptığı projelerle çerçevlendirmiş durumda.¹¹⁰

¹¹⁰ Bayıksel, a.g.m.

	DOĞA VE ÇEVRE	SPOR	SANAT VE KÜLTÜR	EĞİTİM - ÖĞRETİM	SAĞLIK	GÖNÜLLÜ ÇALIŞMALAR
1	SABANCI HOLDİNG	TURKCELL	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG
2	KOÇ HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG
3	ARÇELİK	ÜLKER	TURKCELL	TURKCELL	ECZACIBAŞI	ÜLKER
4	AKBANK	KOÇ HOLDİNG	AKBANK	AKBANK	ÜLKER	TURKCELL
5	ÜLKER	EFES PİLSEN	ÜLKER	ÜLKER	ANADOLU HAYAT	ARÇELİK

	İŞ AHLAKI	İNSAN HAKLARI	TOPLUMA KATKI	TÜKETİCİ BİLİNÇLENDİRME	AİLE KURUMUNU KORUMA	TARİHİ KORUMA
1	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG
2	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG
3	ÜLKER	ÜLKER	ÜLKER	ÜLKER	ÜLKER	ÜLKER
4	TURKCELL	ARÇELİK	TURKCELL	TURKCELL	HÜRRİYET	TURKCELL
5	ARÇELİK	TURKCELL	ARÇELİK	İŞ BANKASI	TURKCELL	MİLLİYET

Tablo3: Halkın Gözünde Temel Sosyal Sorumluluk Kriterlerinde En Başarılı Şirketler

Kaynak: Capital Dergisi, 1 Mart 2009

Halk gözünde en başarılı KSS projeleri dalında ise Türk Telekom'un başlattığı "Eğitime Yüzde 100 Destek" adlı projesinin bu yıl 5'inci sıraya yerleşerek büyük beğeni topladığını ortaya koyuyor. 12 tane temel sosyal sorumluluk kriterlerinden 11 tanesinde Sabancı'nın birinci çıkması Sabancı Holding'in halkla çok iyi temas kurduğunun göstergesi.¹¹¹

2.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞU OLUŞTURAN DİNAMİKLER

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, daha çok çokuluslu şirketler tarafından uygulama alanı bulan ancak gittikçe birçok firmanın gündemine girmeye başlayan yeni bir "sosyal imaj" olarak da algılanabilir. Firmalara kredi veren finansal kuruluşların dahi son yıllarda "firma risk değerlendirme" kontrol listelerine sosyal ve çevre kriterlerini dahil ettikleri görülmektedir.

Bu bağlamda, firmalar açısından yükselen değer olan Kurumsal Sosyal Sorumluluk bir logo olmanın ötesinde içsel ve dışsal olmak üzere iki temel boyutun etkisiyle çalışmaktadır.

¹¹¹ Bayıksel, a.g.m.

Başka bir ifadeyle, Kurumsal Sosyal Sorumluluğu oluşturan içsel ve dışsal dinamikler vardır.¹¹²

2.5.1 İÇSEL DİNAMİKLER

İçsel dinamikler, Kurumsal Sosyal Sorumluluk kapsamında firma bazında KSS'ye anlam katacak sosyal ve çevresel süreçleri içermektedir. Bu bağlamda ele alınan konular arasında İnsan Kaynakları Yönetimi, işyerinde Sağlık ve Güvenlik, değişime adaptasyon ve Doğal Kaynakların ve çevrenindir.

2.5.1.1. İnsan Kaynakları Yönetimi: Globalizasyon trendinin firmalara kazandırdığı en önemli yaklaşımlardan birisi de "çalışanların yönetimi" kavramı olmuştur. Son yıllarda İnsan Kaynakları Yönetimi olarak etiketlenen firma içinde çalışma ilişkilerinin yönetimi, beraberinde birçok yeni sosyal mekanizmaların gündeme gelmesi ve firma içinde geliştirilen yeni yönetsel tekniklerin aynı zamanda çalışanlar ve firma açısından bilgi toplumu formatıyla artması sonucunu doğurmuştur. Daha insancıl yönetsel yaklaşımların uygulanma şansı bulması kalite, verimlilik ve müşteri konseptleri üzerine inşa edilen yeni "rekabet" kavramı, ekonomik performans ile sosyal ilerlemeyi birbirleriyle çatışan değil aksine birbirinin çözümcüsü olma noktasına getirmiştir. Bu itibarla, firmalar açısından yüksek yetenekli ya da çok yetenekli işgücünü bulma, elinde tutma ya da mevcutları eğitme önemli bir mücadele alanı olmuştur. Çalışanların enformasyonu, daha fazla yetki, sorumluluk ve inisiyatif ile donatılmaları, yaratıcılıkların ortaya çıkartacak yönetsel projelerin hayata geçirilmesi, fırsat eşitliği, yükselme olanaklarında adil yaklaşım, takdir mekanizmaları ve çalışan tatmini programları insan kaynakları yönetimine yeni bir "sosyal misyon" yüklemektedir.

2.5.1.2. İşyerinde Sağlık ve Güvenlik: İşyerinde sağlık ve güvenlik geleneksel olarak yasal düzenlemeler ile geliştirilen bir alan olarak gözlemlenmiştir. Ancak son yıllarda firmalar, hükümetler ve çeşitli işkollarını temsil eden işveren ve işçi organizasyonları, çalışan sağlığı ve işyeri güvenliğini işyerinde etkin kılacak daha farklı gönüllü yapılanmalara da destek verir hale gelmişlerdir.

¹¹² Büyüksulu, A.R. , ‘‘Avrupa Birliği Yeşil Dosyası: İşletme Sosyal Sorumluluğu (The Corporate Social Responsibility -CSR)’’Tisk İşveren Dergisi, sayı3, Aralık 2001

Ayrıca firmaların sağlık ve güvenlik performansı, ürünlerin kalitesi, satış sonrası servisler, tüketiciye yönelik ürüne ilişkin bilgilerin sağlıklı ve anlaşılır bir biçimde aktarılması, insanda, çalışma şartlarında ve ortamda, teknoloji ile kullanılan malzemede belirli teknik emniyetin sağlanması, sadece yasal bir zorunluluğun yerine getirilmesi değil, aynı zamanda firmanın güvenilirliğini ve kamuoyundaki imajını artırıcı yönde yarar sağlamaktadır.

2.5.1.3. Değişim İçin Adaptasyon: 1990-2000'li yıllar uluslararası düzeyde ciddi ekonomik krizlerin, durgunluğun ve finansal sorunların yaşandığı yıllar olarak göze çarpmaktadır. Şirketler de kendi bünyelerinde global sorunların sonuçlarından etkilenmiş ve birçoğu yeniden yapılanma yoluna gitmişlerdir. Üretim metotlarından üretim ilişkilerine kadar birçok alanda değişim kendini hissettirmiştir. Verimlilik ve kalitenin artırılması, maliyetlerin düşürülmesi ve pazarda var olma çabaları, kimi zaman şirket evliliklerine, birleşmelere veya satın almalara yol açmıştır. Baskıcı Pazar koşulları mevcut çalışan işgücü oranlarına da ciddi darbe vurmuş ve birçok şirket küçülürken personel sayılarında da indirim gitmişlerdir. Hal böyleyken, bu süreçte çoğu zaman çalışanların neler olup bittiği konusunda bilgilendirilmeleri ve firma içi iletişim ön plana çıkmıştır. Tüm bu gelişmeler de değişime adaptasyonu sağlayacak yönetsel yaklaşımları beraberinde getirmiştir.¹¹³

2.5.1.4. Çevrenin ve Doğal Kaynakların Yönetimi: Doğal kaynakların acımasızca tüketilmesinin önlenmesi, havanın, suyun ve toprak kirliliğinin azaltılması, geri dönüşümün sağlanması, atıkların kontrol edilebilmesi ve hatta çevresel korumanın maliyetlerinin belirli oranlarda tutulabilmesi başlı başına bir yönetsel enerji ve zamanı içermektedir. Yönetimin bu işlere özen göstermesi aynı zamanda çevre için yapılanların işletme içinde doğru işler olduğu yönetimde yaygınlaşması gereken bir yaklaşımdır. Son dönemlerde çevre için yapılan eylem programları çevre ve işletme için karşılıklı kazanç (win – win) programları olarak değerlendirilmektedir.

2.5.2. DIŞSAL DİNAMİKLER

2.5.2.1. Yerel Kamuoyu: Firmalar, üretim yaptıkları yerel bölgelerde yaşayan kitleler ile pozitif ilişkiler kurma ihtiyacı içindedirler. Çokuluslu şirketler açısından baktığı-

¹¹³ Büyüksu, a.g.m.,

mızda, dünya genelinde farklı bölgelerdeki yerel kimlikler ile farklı diyaloglar geliştirme ve uluslararası itibarlarını koruyacak ya da güçlendirecek ilişkiler içinde olmak zorundadırlar. Üretim yapılan yer çoğu zaman üretilen malın tüketildiği mekan olabildiği gibi aynı zamanda müşterileri, tedarikçiler ve her şeyden önemlisi çalışanlar yüksek oranda yerel bölgelerden tedarik edilmektedir. Bu nedenle, ev sahibi ülkenin veya bölgenin çevresine verilecek zarar, ürün güvenliği, ürünün dağıtımı ve kullanımı bölge insanının ilgi alanında olacaktır.

Firmaların yerel aktiviteleri yerel baskı grupları tarafından gözlemlenecek dolayısıyla firma da kendini gözetim altında hissedecektir. Sonuç olarak, KSS yaklaşımını benimseme, firma açısından yerel desteğin sağlanması ve global imajın tüm operasyon alanlarında korunması aslolanıdır.

2.5.2.2. İş Ortakları, Tedarikçileri ve Müşteriler: Sosyal sorumluluk konsepti, işletmelerin ortaklarının seçiminde, tedarikçiler ile olan ticari süreçte ve müşteri diyalogunda, çevre, kalite, sağlık ve teknik emniyet konularında bazı temel kriterlerin aranması sonucunu doğurmuştur. Bazı büyük firmalar ise, ilişkide oldukları tedarikçileri veya küçük ve orta boy üreticileri ile söz konusu konularla ilgili bilgi paylaşımı yapmıştır. Çoğu zaman "en iyi uygulamadan" diğerlerine aktarma misyonu yüklenmişlerdir.

2.5.3. ULUSLARARASI ÇALIŞMA NORMLARI

Çalışanların temel hak ve özgürlükleri konusunda çalışmalarda bulunan Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nun özellikle çokuluslu şirketler ve sosyal politikadaki prensiplerinin belirlendiği Üçlü Deklarasyonu ve Çokuluslu İşletmeler İçin OECD Rehberi "The ILO Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprises and Social Policy/OECD Guidelines for Multinational Enterprises" uluslararası temel referanslardır.¹¹⁴

Ayrıca; yolsuzluk, rüşvet konusunda AB Cotonou Sözleşmesi'nde (the Cotonou Agreement) yer alan yolsuzluğa karşı mücadele maddeleri baz alınmaktadır. İşletmede geliştirilmesi gereken davranış normları, KSS'yi etkileyen dışsal faktörler arasında önemli yer tutmaktadır. Bu normlar uluslararası ve ulusal sosyal koruyucu yasal düzenlemeleri

¹¹⁴ Büyüksu, a.g.m.,s.

destekler nitelikte gönüllü girişimlerdir. Temelinde ILO'nun insan hakları, çalışma hayatına ilişkin özgürlükleri ve işçi haklarını baz almakla birlikte içinde etnik standartları da kapsayacak nitelikte çok boyutlu "sürdürülebilir yaklaşım" temsil etmektedir. Yine çokuluslu şirketlerin, konunun yaygınlaşmasında lider görev üstlendiği gözlemlenmiştir.¹¹⁵

2.5.4. GLOBAL ÇEVRESEL FAKTÖRLER

İşletmelere çevreye, doğaya ve doğal kaynaklara karşı daha duyarlı olmaları yönünde gelen baskının çok yönlü olduğunu biliyoruz. Bu itibarla son yıllarda bölgesel veya global deklarasyonların "sürdürülebilir gelişme" yi sağlama yanında işletmelere yeni roller öngördüğüdür. Bunun en iyi örneğini Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği'nin yayınladığı "Global Sözleşme" girişiminde ve AB komisyonu tarafından 1993 yılında oluşturulan çevre ve sürdürülebilir gelişme için Avrupa Danışma Forumunun çalışmaları ve Entegre Ürün Politikaları belgesinde gözlemliyoruz.¹¹⁶

2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLE İLİŞKİLİ VE BENZER KAVRAMLAR

Günümüz işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluk kavramına geçmiş hiçbir dönemde olmadığı kadar büyük önem vermeye başlamışlardır. Bunda, günümüz işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk kavramı sayesinde kendileri için de ciddi kazanımlar elde edeceklerini görmüş olmalarının büyük etkisi mevcuttur. Örneğin, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri aracılığıyla elde edilen kurum imajının ya da kurumsal itibarın işletme için günümüzde hayati öneme sahip olduğu bilinmektedir. Yaşanan değişimler ışığında günümüz işletmelerinin geçmişe oranla kurumsal sosyal sorumluluk anlayışlarını değiştirdiklerini ve bu değişim sonucunda ortaya bir takım yeni kavram ve uygulamaların çıktığını görmekteyiz.¹¹⁷ Bu anlamda; paydaş teorisi, iş ahlakı, sosyal denetim, etik denetim, sosyal raporlama, kurumsal vatandaşlık, kurumsal sosyal cevap verme gibi kavramlar günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla birlikte anılan başlıca gelişmeleri oluşturmaktadırlar. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını daha iyi anlayabilmek açısından bu mefhum-

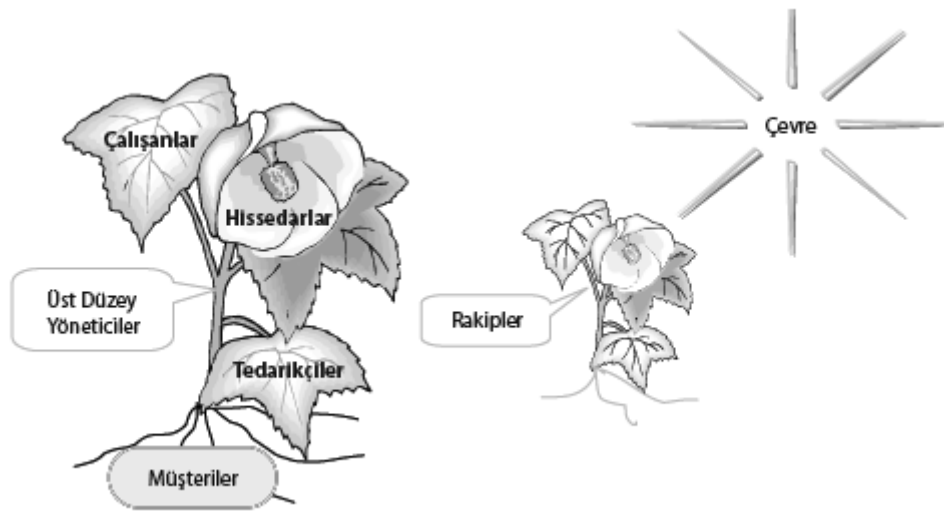
¹¹⁵ Büyükuşlu, a.g.m.,s.

¹¹⁶ Büyükuşlu, a.g.m.,s.

¹¹⁷ Özalp, İ.-Tonus, H.Z.-Sarıkaya M. , İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/:8- Sayı/No:1 (2008),S.74

lardan “paydaş teorisi”ni kapsamlı şekilde inceledikten sonra diğer bazı kavramları da kısaca açıklamaya çalışacağız.¹¹⁸

2.6.1. Paydaş Teorisi: Paydaş ve paydaş yönetimi kavramı, Edward Freeman’ın *Strategic Management: A Stakeholder Approach* adlı kitabında ortaya atılmış ve Freeman’ın yaptığı paydaş tanımlaması büyük kabul görmüştür. Freeman paydaşı; “Organizasyonun başarısından etkilenen ve veya başarısını etkileyen bir grup veya kişi”¹¹⁹ olarak tanımlamaktadır. İşletme ve toplumun tamamının birbiri içine girmiş bir sistem olduğu fikrine dayanan Paydaş teorisi (Stakeholder Theory) olarak bilinen bu teoriyi, “Stratejik yönetim ve paydaş yaklaşımı” adlı kitabında anlatan Freeman her işletmenin bir paydaş grubu olduğunu savunmuştur.¹²⁰ Paydaş teorisine göre, işletmeler “paydaş” adı verilen bireyler ve gruplar arasında karşılıklı ilişkilerin merkezinde yer almaktadır. Freeman’a göre paydaş, işletmelerin faaliyetlerini dolaylı veya dolaysız şekilde etkileyen ve bu faaliyetlerden etkilenen birey ve grupları ifade etmektedir. Paydaşların işletmelerin faaliyetlerinde bir takım çıkarları bulunmaktadır. Paydaşların ne türden hakları olduğunu belirlemek zordur, ancak paydaşların haklarını talep etmeleri, hissedarların haklarını talep etmelerinden farklıdır.¹²¹



Şekil 6: Organizasyonun Paydaşları

Kaynak: Pigé, B., “Stakeholder Theory and Corporate Governance: The Nature of the Board Information“ *Journal of Contemporary Management Issues*,71,2002, S.7

¹¹⁸ Aktan-Börü, a.g.k. ,S.13

¹¹⁹ Özalp.-Tonus-Sarıkaya, a.g.m. , S.70

¹²⁰ Özalp, İ.-Tonus, Z.,” Paydaş Teorisi (Stakeholder Theory) ve Freeman, Donaldson- Preston, Mitchell-Angle-Wood ve Carroll’un Paydaş Teorisine Yaklaşımlarının İncelenmesi”, 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri Kitabı, Afyon, 2003,S. 163

¹²¹ Ay, Ü. , İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk, Adana, Nobel Yayınları, 2003, S.25-26

Paydaşları bir çiçeğe benzetebiliriz. İlk sırada diğer paydaşları koordine eden üst düzey yönetici vardır. Bu çiçeği oluşturan bölümler ayrı ayrı incelendiğinde, müşteriler çiçeğin köklerine benzetilebilir. Kökleri olmayan bitkinin uzun süre yaşamayacağı gibi müşterisi olmayan firmada ayakta kalmaz. Firma çalışanları çiçeğin yaprağı gibidir ve firmanın büyümesine yardım etmek için gereklidirler. Çalışanlar bir firmanın ana kaynaklarıdır ve firmanın gelişmesinde önemli bir role sahiptir. Tedarikçiler de firmanın ilerlemesinde mühim yer kaplarlar. Tedarikçiler de çalışanlar gibi bir çiçeğin yaprağı gibi düşünülebilir. Tedarikçiler, sadece işletmeye mal veya hizmet sağlayan işletmelerle sınırlı değildir. Paydaşlar, aynen bir çiçek gibidir. Bir çiçek, bitkinin diğer tüm parçalarının sonucu olarak ortaya çıkar. Eğer bitkinin bir bölümü zarar görürse, çiçek çok güzel olmayacak, hatta kimi durumlarda hiç olmayacaktır. Bir şirket de hissedarların çıkarları doğrultusunda yönetilsin ya da yönetilmesin ortaya çıkacak sonuçlardan etkilenecek, sorumlu olacaktır.¹²²

Paydaşlar işletmenin ortaklarıdır ve işletme yönetimi ortakların çıkarlarını korumak durumundadır. Özellikle büyük işletmeler için paydaş kavramı, kapsadığı kişi ve grupların önem derecesine göre birincil ve ikincil paydaşlar olmak üzere ikiye ayrılabilir.¹²³ Birincil paydaşlar, işletme hayatı için olmazsa olmaz şartlardan birini teşkil etmektedir.¹²⁴ Freeman'a göre, bu gruba hissedarlar ve yatırımcılar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler ve işletmenin faaliyet gösterdiği yerdeki halk ve kamu personeli dahil edilebilir. İkincil paydaşlar işletmenin devamı için yaşamsal önem arz etmeyen ama faaliyetlerinden dolayı şekilde etkilenen birey ve grupları içermektedir.¹²⁵ Bu sınıfa genellikle dahil edilen kamusal olmayan örgütler, ticaret birimleri ve çevre aktivistleri, medya, eleştirmenler, rakipler, hatta bazı teorisyenler gelecek nesiller ile, atmosfer, okyanuslar, kara ve bütün canlıları da ilave etmişlerdir. Bazen ikincil grupların baskısı birinci grupta yer alan paydaşların baskısından bile daha fazla olabilir. Örneğin, medyanın bir işletme hakkında olumsuz haberlerinin işletmeye olan zararı, mutsuz müşterilerin zararından daha fazladır.¹²⁶ Medya, işletme-

¹²² Pigé, B., Pigé, B., "Stakeholder Theory and Corporate Governance: The Nature of the Board Information" "Journal of Contemporary Management Issues, 7 1, 2002, S.4, <http://www.efst.hr/management/vol7no1.html>

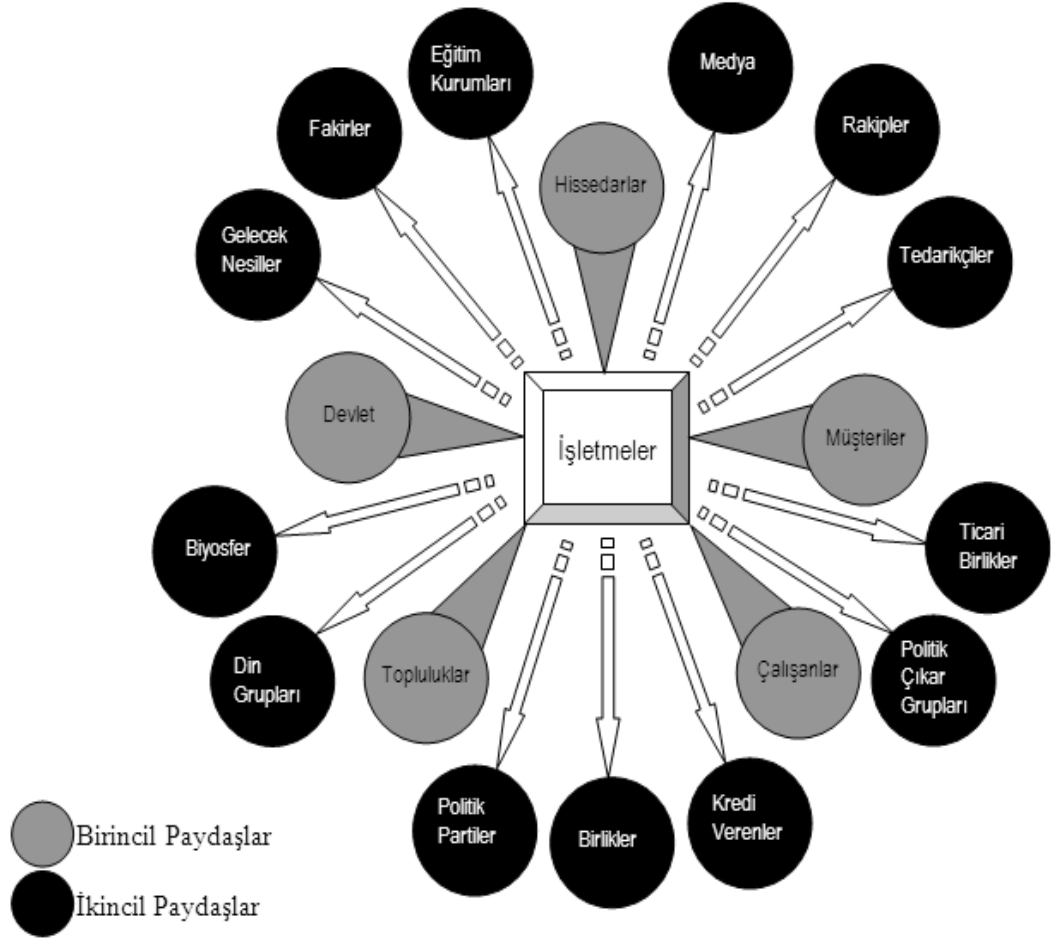
¹²³ Arslan, M. , İş ve Meslek Ahlakı, Ankara, Nobel Yayınları, 2001, S. 184

¹²⁴ Özalp-Tonus, a.g.m.,S.164

¹²⁵ Maignan, I. – Ferrell, O.C.-Ferrell, L, A Stakeholder Model For Implementing Social Responsibility in Marketing, European Journal of Management, 39 (9/10), S. 955-967'den naklen: Mustafayeva, L.,Sosyal Sorumluluk İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Kütahya, 2007)S.5

¹²⁶ Özalp-Tonus, a.g.m.,s164

nin ününü etkileyebilir veya işletme faaliyetlerine destek ya da karşı çıkarak kamuoyunu harekete geçirebilir. Dolayısıyla her bir paydaş işletme açısından önemlidir ve işletmenin amaçlarına ulaşma derecesi bu paydaşlarının memnuniyet oranına bağlıdır.



Şekil 7: Paydaş Modeli

Kaynak: Steiner, G.-Steiner, J. , Business, Government and Society: A Managerial Perspective, McGraw-Hill Irwin, New York, 2006, p.17

Yukarıda da gördüğümüz gibi işletmeler, hem birincil paydaşlar, hem de ikincil paydaşlarla etkileşim halindedir. Paydaş teorisinde amaç sadece işletmenin hissedarlarını ve yatırımcılara daha fazla para kazandırmak değil hiçbir paydaşı atlamadan hepsinin çıkarları doğrultusunda faaliyet göstermek olmalıdır. Eğer denge bozulursa işletmelerin yaşamları riske girebilir.¹²⁷

¹²⁷ Maignan – Ferrell-Ferrell'den naklen: Mustafayeva, a.g.k., s.6

2.6.2.Şirket sosyal sorumluluğu. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilişkin olarak yapılan tanımlamalarda genellikle ticari işletmeler (şirketler) esas alınmaktadır. Diğer tip organizasyonlar (kar amacı gütmeyen organizasyonlar gibi) bu tanımlamada yer almamaktadır. Nitekim literatürde ağırlıklı olarak “corporate social responsibility” kavramı kullanılmaktadır.

2.6.3. İş Ahlakı: İş etiği kavramı, özel teşebbüslerin mal ve hizmet üretiminde ve satışında ahlaki davranmalarının önemi üzerinde durmaktadır Kurumsal sosyal sorumluluk ise, şirketlerin paydaşlarına karşı sorumlu olması gerektiğine dairdir. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk konusu, işletmelerin paydaşları nasıl tanımladığı ve faaliyetlerinin paydaşlar üzerindeki etkisinin belirlenmesi, ölçülmesi ve raporlanması gerektiği üzerinde odaklanır. İşletmeler iş ahlakı kapsamında iç ve dış çevrelerine karşı ödev ve sorumluluklarını yerine getirmekle yükümlüdürler. Sosyal sorumluluk, esasen iş ahlakının gereğidir. Bir başka ifadeyle, iş ahlakı, sosyal sorumluluğu da içeren bir anlam taşır. Bir işletme sahibinin doğru ve dürüst olması, sözünde durması, üretimde ve satış aşamalarında hileli yollara başvurmaması olması gereken ahlaki davranışlardır. Ancak işletmenin üretim yaparken gerek iç, gerekse dış çevreye karşı ödev ve sorumluluklarının da bilincinde olması gerekir. Bu da sosyal sorumluluğunun göstergesidir. İş ahlakı ile özellikle dış çevreye karşı sosyal sorumluluk kavramı bazen çatışır ve birbirleri ile uyuşmayabilir. İşletmelerin iç çevreye karşı sosyal sorumluluklarıyla, karlılık ve verimlilikleri arasında iki yönlü ve pozitif bir ilişki mevcuttur. Ancak, işletmelerin dış çevreye (topluma, devlete ve doğaya) karşı sosyal sorumlulukları, organizasyon amaçlarıyla daha fazla çatışır. Başka bir ifadeyle, doğaya ve çevreye verilen zararların tazmin edilmesi, toplumda gelir düzeyi düşük olan kesimlere sosyal yardımlarda bulunulması vs. uygulamalar işletmelerin maliyetlerini artırır ya da net karının azalmasına neden olur. Ancak önemle belirtilmelidir ki, organizasyonun asıl amacıyla çatışsa da, sosyal sorumluluk iş ahlakının bir önemli ve ayrılmaz parçasıdır.¹²⁸

2.6.4. Kurumsal Vatandaşlık: Kurumsal vatandaşlık(vatandaş kuruluş), yönetim literatüründe işletmelerin sosyal sorumluluk rolü üzerinde odaklanan bir terim ortaya çıkmıştır. Kurumsal vatandaşlık işletmelerin ticari faaliyetleri esnasında tüm yasal, etik

¹²⁸ Aktan,C.C.-Börü, D. , ‘‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk’’,Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, (Editör:Aktan,C.C) İgiad Yayınları, İstanbul, 2007,s.19

ve sosyal kurallara uyması ve toplumla arasındaki kontratın gereği olarak kendisinden beklenenleri yerine getirmesini ifade etmektedir. Nasıl bir bireyin toplum içinde “vatandaşlık” ödevleri var ise işletmelerin de (geniş anlamda tüm organizasyonların) paydaşlara karşı ödev ve sorumlulukları bulunmaktadır Organizasyon ile paydaşları arasında etkin bir vizyon ve misyon paylaşımı, kurumsal vatandaşlığını gelişmesini sağlar.¹²⁹ Kurumsal sosyal sorumluluk ve vatandaş kuruluş bu kadar birbirlerine yakın kavramlar olduklarına göre neden yeni bir terime ihtiyaç duyulmuştur? Bunu Carroll’a göre kurumların iyi kurumsal vatandaş olmaları için bireysel vatandaşların da olduğu gibi dört ayrı özelliği gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bunlar, “kar etmek”, “yasalara uymak”, “ahlaki değerleri önemsemek” ve “hayırseverlik ile geri vermek”. Görüldüğü gibi, KSS’nin dört bileşeni ile aynı olduğu söylenebilir. Bu yüzden farklı araştırmacılar aynı kavramı farklı isimlerle adlandırmaktadır.¹³⁰

2.6.5. Kurumsal sosyal duyarlılık: Kurumsal sosyal duyarlılık, bir şirketin kar amacı doğrultusunda sürdürdüğü faaliyetleri esnasında alacağı kararlar ve yapacağı uygulamalarda, bu karar ve uygulamalardan etkilenebilecek olan (dışsal maliyet yüklenebilecek) kesimlerin durumların göz önüne alınması anlamına gelmektedir. Kurumsal sosyal duyarlılık, herhangi bir dış yaptırım olmaksızın şirketin kendiliğinden inisiyatif göstererek dışsal maliyetleri azaltıcı önlemler almasını ve paydaşları koruyucu te birleri yürürlüğe koymasını ifade etmektedir.

2.6.6. Kurumsal hesap verme sorumluluğu: Kurumsal hesap verme sorumluluğu kurumsal sosyal sorumluluktan farklıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk bir kimsenin belli bir şekilde hareket etmesi görevine işaret ederken, kurumsal hesap verme sorumluluğu bir kimsenin açıklama, ispatlama, veya hareketlerini raporlama görevine işaret eder.

2.6.7. Sosyal açıklama (social disclosure) ve sosyal denetim (social auditing) kavramları, kurumsal hesap verme yükümlülüğü/ sorumluluğu kavramları ile kimi zaman eş anlamlı kullanılmaktadır.

¹²⁹ Aktan-Börü, a.g.k. , s.21-22

¹³⁰ Carroll, A.B., 1998. “The four faces of corporate citizenship”, Business and Society Review, Cilt. 100/101, S. 1 – 7den naklen: Aktan-Börü, a.g.k. , s.22

2.6.8. Sosyal denetim (social auditing). Sosyal denetim, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki uygulamalarının, sosyal raporlarda yer alabilecek ölçülebilir niceliksel değerlere dönüştürülmesi sürecinde harcanan tüm çabaları kapsayan bir anlam taşımaktadır. Bazen bu kavram yerine “etik denetim” ve “etik muhasebe” kavramları da kullanılmaktadır. Etik denetim, şirketin iş ahlakı ve sosyal sorumluluk konularında paydaşlara düzenli ve ölçülebilir bilgi sunması anlamına gelmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kapsamında faaliyet gösteren işletmelerin, hem sorumluluklarını yerine getirdiğini ispatlamak hem de bu yolla kurumsal sosyal sorumluluk kavramından umduğu faydaları elde etmek için ihtiyaç duyduğu ölçülebilir verilere ulaşmasında sosyal denetim veya etik denetim kavramı büyük önem taşımaktadır.

2.6.9. Sosyal raporlama: Sosyal denetim ve etik denetim gibi kavramlarla eşanlı kullanılan bir başka kavram da “sosyal raporlama”dır. Sosyal raporlama, işletmenin sosyal konulardaki uygulamalarını toplumla paylaşması sürecidir. Sosyal raporlama özünde sosyal denetim, etik denetim gibi kavramlardan farklı değildir. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önemine değinirken vurgulanması gereken önemli bir noktada, birçok çokuluslu işletmenin yıllık faaliyet raporlarına ek olarak sosyal raporlar yayınlaması şeklinde açıklanabilir. Sosyal raporlama kavramı henüz çok yeni bir kavram olması nedeniyle; işletmenin hangi sosyal sorumluluk uygulamalarının ölçüldüğü, verilerin nasıl toplanıp değerlendirildiği, sonuçların nasıl veya hangi ölçükle ölçüldüğü ve sonuçların kim tarafından değerlendirildiği noktalarından sorgulanmaktadır. Ayrıca raporlama ile ilgili geçerliliği tüm çevreler tarafından kabul gören standartlar da henüz oluşum aşamasındadır.¹³¹

2.6.10. Davranış kodları: Davranış kodlarını, işletmelerin faaliyetleri esnasında toplumdaki taraflara karşı izlemeyi taahhüt ettiği davranış kuralları olarak tanımlamak mümkündür. Bu kodlar gönüllülük ilkesi doğrultusunda kamuoyuna bilgi vermek için oluşturulur ve yayınlanır. Yayınlanmaları durumunda işletmeler açısından kanuni açıdan bağlayıcı olabilirler. Davranış kodlarının pratikteki uygulamaları genelde çalışma koşullarına ilişkin olmakta ve özellikle de günümüzde çocuk işçi çalıştırma konusunda önemli rol oynamaktadır. İşletmelerin davranış kodları, paydaşlarla olan ilişkileri düzenlemede yazılı bir rehber görevi görür. Davranış kodları işletmelerin kendileri tarafından hazırlanabileceği

¹³¹ Aktan.-Börü, a.g.k., s.21

gibi, sivil toplum örgütleri, bir iş kolunun geneli hakkında söz sahibi olan örgütler tarafından da düzenlenebilir ve ilgili iş kolundaki işletmelerden bu kodlara uymalarını talep edebilir.¹³²

2.7. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN İŞLETME AÇISINDAN TAŞIDIĞI AVANTAJLAR VE RİSKLER

Global düzeyde işveren camiasının gündemine hızlı bir biçimde gelen ve genel kamuoyunda geniş itibar gören KSS, artık günlük yönetim çalışmalarının bir parçası haline gelmektedir. Bu çerçevede, gönüllülük esasına dayandırmak suretiyle birçok firma konuyla ilgili kendi firma prensiplerini, davranış normlarını ve rehber olacak dokümantasyonlarını oluşturmaya başlamışlardır. Burada konunun pazar oryantasyonlu olması, gönüllü ve yönetimin inisiyatifinde gelişmesi firmalar açısından konuya yaklaşımı teşvik edecek ve kolayca benimsenmesini ve yaygınlaşmasını sağlayacak en önemli unsurdur. Aksi takdirde, konunun zaman içinde standartlaştırılması ve daha sonra yasal bir zemine oturtulması olası düşüncesi, KSS felsefesine zarar vererek, işveren camiası tarafından benimsenmesi ve uygulanması yönündeki gayretleri baltalayacaktır. Diğer taraftan, pratikte KSS için standart tek bir ölçü yoktur. Uygulandığı firmanın kültürü, firmanın uluslararası kimliği ve operasyonda bulunduğu ülkenin yasaları, kültürü, gelenekleri, örf ve adetleri KSS 'nin daha esnek bir yapılanma ve uygulanma kabiliyetinin oluşması yönünde geliştirilmesi gerektiği gerçeğini yansıtmaktadır.¹³³

Ayrıca bazı firmalar işletme sosyal sorumluluğu kapsamında yaptıkları faaliyetlerin inceleyip doğruluğunu saptama ve sertifikalanması sürecini üçüncü şahıslar veya kurumlar yaptırmayı tercih ederken, firmaların birçoğunun denetim prosedürlerini ev içi denetim yöntemiyle kendilerinin yaptığını gözlemliyoruz. Her iki yöntemin de doğruluğu ve kredibilitesi tartışılmamalıdır. İçsel denetim mekanizmaları da en az üçüncü göz ya da dış denetimler kadar makbul ya da yasaldir. İçsel denetimin dışsal denetime göre finansal ve idari sorumluluklar açısından avantajları söz konusudur. Bu nedenle de, Avrupa Sanayi ve İşveren Konfederasyonu Birliği (UNICE)'nin konuya yaklaşımı; KSS sisteminin uygulanmasındaki kapsam, derinlik ve açılımları konusunda

¹³² ¹³² Aktan.-Börü, a.g.k., s.20-22

¹³³ Büyüksulu, A.R. , ‘‘Avrupa Birliği Yeşil Dosyası: İşletme Sosyal Sorumluluğu (The Corporate Social Responsibility -CSR)’’Tisk İşveren Dergisi, sayı3, Aralık 2001 s.9

uygulayıcı firmanın esnek bırakılması, bu konuda uluslar arası düzeyde bir benzeşmeye gidilmemesi ve uygulamanın kredibilitesi ve şeffaflığı konusunda yapılacak denetimlerde gönüllülük faktörünün baz alınarak konuya uluslararası standartlaşma boyutu veya yasallaştırma yönünden bakılmaması gerektiği yönünde eleştiriler getirmektedir. Böylece, UNICE'nin çekincesinin uluslararası düzeyde rehberlik yapacak bir sosyal raporlama ve sosyal denetim sürecinin firmalar açısından KSS'nin cazibesini ve yaratıcılığını kaybetme riskini doğuracağı yönünde olduğunu ifade etmeliyiz. . Yine burada altı çizilmesi gereken önemli bir husus da; KSS'nin, hükümetlerin sorumluluklarını firmaların üstüne yıkacak bir mekanizma olarak algılanmaması gerektiğidir. Sosyal politikalarda ve çevre sorunlarında hükümetler, üzerlerine düşen asgari yasal ve denetimsel görevlerini yerine getireceklerdir. KSS ise tüm bu alt yapının üzerine gelişme sağlama yöneltir bir sosyal ve çevreci performansı sağlama mekanizması olacaktır. Bu nedenle firmaların rekabet gücü ve sosyal açılımlarını dengeleyecek bir strateji olarak da kabul edilmesi gereken KSS, hükümetlerin konuyla ilgili çalışmalarına katkı sağlayacak pozitif bir yaklaşım olarak da görülmelidir. Diğer taraftan OECD, ILO ve UN'nin gayretleri bu paralelde ele alınmalıdır.¹³⁴

2.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN KAPSAMI

Sosyal sorumluluk sahibi bir kurum, topluma faydası olacak bir faaliyet için karının bir kısmından vazgeçebilir veya kaynaklarını topluma fayda sağlayacak faaliyetlere ayırabilir. Zira kurumsal sosyal sorumluluk gereği işletme içinde bulunduğu toplumu, işgörenlerini ve çevreyi etkileyecek her türlü faaliyetten sorumludur

KSS, günümüz iş dünyasında üç temel alanda daha çok karşımıza çıkar. Bunlar eşit fırsat hakları, ekoloji ve tüketicilik kavramlarıdır.¹³⁵

2.8.1. EŞİT FIRSAT HAKLARI

Eşit fırsat hakları konusunun kapsadığı alanlar, azınlıkların ve fiziksel ve zihinsel engellilerin işe alınması, azınlıkların sermayesi, kadınlara karşı ayrımcılık, cinsel taciz, maaş eşitsizlikleri ve yönetici terfileridir. Tüm bu alanlarda, bir işletmenin çalışanlarına

¹³⁴ Büyükuslu, a.g.m. , s.9

¹³⁵ Hodgetts, R.M. , Yönetim Teori, Süreç ve Uygulama, 2. Bası, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1999, s. 668

eşit haklar tanınması, o işletmenin kurumsal sosyal sorumluluğu olmalıdır. Son yıllarda bu konuda hem yasa hem de halkla ilişkiler platformlarında önemli gelişmeler kaydedilmektedir. Kalite standartlarını belirleyen Uluslararası Standartlar Organizasyonu (ISO), SA 8000 numaralı sosyal sorumluluk (social accountability) standardını yayınlamıştır. Bu standart tüm personel uygulamalarının Uluslararası İşçi Organizasyonu (ILO) ilkelerine uygun olmasını belgelemektedir.¹³⁶

2.8.2. EKOLOJİ

Ekoloji (çevre) konusu, çevreyi korumak adına şirketlerin karşı karşıya kaldığı yasal uygulamalar ve sosyal sorumlulukları içerir. Bu konuların bazıları otomobiller, sanayi bacaları ve sigara dumanından oluşan hava kirliliği, su kirliliği, ses kirliliğidir.

2.8.3. TÜKETİCİLİK

Tüketici, Philip Kotler, tarafından “vatandaşları ilgilendiren sosyal hareketler ve devletin satıcılara karşı müşterilerin gücünü ve haklarını koruyan sosyal bir boyut” olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde müşteriler aldıkları ürün veya hizmetler hakkında daha fazla bilgi talep etmekte, ürün veya hizmeti kullanırken daha fazla servis istemekte ve ürün veya hizmetlerin güvenli olması yönünde ısrar etmektedirler. Bu konunun kapsadığı alanlar arasında tüketici yasaları ve ürün emniyeti bulunmaktadır.¹³⁷

¹³⁶ Koçel, T. , İşletme Yöneticiliği Yönetim ve Organizasyon Organizasyonlarda Davranış Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar, Genişletilmiş 9. Bası, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul , 2003, S. 386.

¹³⁷ Hodgetts, a.g. k. , S. 681.

III. BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUKTA STANDART VE SA 8000

Dünya'daki 10'dan fazla bilinen çeşitli ülkelerce yayınlanmış Sosyal Sorumluluk Standartları mevcuttur. Ayrıca etik iş yaşamı davranışı konusunda şimdiye kadar birçok mevzuat oluşturulmuştur Bunlar aşağıdaki sıralanmıştır:¹³⁸

- SA 8000 –SAI, 1997,
- Corporate Social Responsibility - Human Resources, Donations and Sponsorship - Certification Protocol, 2000,
- SD 21000 - Sustainable development, 2003,
- Corporate governance, 2003,
- Corporate Social Responsibility - Procedure instruction for the implementation of social responsibility in companies (CSR Guide), 2004,
- Corporate Social Responsibility - Guidance for the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR-Guidelines), 2004,
- Business Improvement Series Corporate social responsibility in everyday business,2005,
- Implementing Effective Corporate Social Responsibility and Corporate Governance - A Framework, 2005,
- Implementing Effective Corporate Social Responsibility and Corporate Governance - A Guide, 2005,
- Etik iş yaşamı mevzuatından bazıları;¹³⁹
- Etik Ticaret Girişimi (Ethical Trading Initiative, (ETI), (UK);

¹³⁸ Usta, R.-Çalış, M., SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ve Qfd Bildirisi, 2.Ulusal Kalite Göçerimi Sempozyumu-19.03.2000 ,S. 2 - <http://www.qfdturkiye.org/bildiriler.asp> (Erişim tarihi:23.08.2009)

¹³⁹ Usta-Çalış, a.g.m. , S.2

- Kumaş Endüstrisi Ortaklığı Yürütme Kodu (USA);
- Global Sorumluluk Birliği için ilkeler (UK, Kanada);
- Kanada iş dünyası için uluslararası Etik Kodları;
- Milletler üstü Firmalar için Sorumluluk Kodları İşbirliği (Yeni Zellanda);
- Çok Uluslu Girişimciler için OECD Kılavuzu

Bu çalışmada bu standartlardan sadece SA 8000 standartını inceleyeceğiz.

3.1. SA 8000 STANDARDI

Kuruluşların tabii çevreye, doğaya karşı olan sorumluluklarını düzenleyen ISO 14000 ile müşterilerine “daha kaliteli ve güvenilir ürünler sunma” sorumluluğunu vurgulayan ISO 9000 Standartlarının varlığı uzun süredir bilinmektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki kötü çalışma koşullarının artık göz ardı edilemeyecek bir boyuta ulaşmış olması, sivil toplum örgütlerinin çalışma koşullarını iyileştirme yönündeki çabaları ve tasarruf sahiplerinin yatırım kararı verirken kâr kadar, aday işletmelerin sosyal sorumluluklarına uygun faaliyet gösterip göstermediklerini de dikkate almaya başlamaları SA 8000 Standardı’na ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur.¹⁴⁰ Bu niyetle ortaya çıkan ve “işgörenlere” karşı olan sosyal sorumluluklarını yerine getirmelerinde işletmeye rehberlik edecek “Sosyal Sorumluluk SA8000 Standardı” kuruluşlarda makes bulmuştur. SA 8000 belgesinin çok yakın bir gelecekte, milletlerarası piyasalarda çalışabilmek için işletmelerden istenecek olan bir pasaport hükmünde olması beklenmektedir.¹⁴¹

Bu bölümde SA 8000 standardı incelenecektir.

3.2 TANIMI

Çocuk işgören çalıştırılmasının önüne geçilmesinde, sendikal hakların iyileştirilmesinde ve sendikalılaşma oranının yükseltilmesinde, çalışma saatlerinin iyileştirilmesinde, düşük ücretlerin insan onuruna yakışır bir seviyeye çıkarılmasında, sağlık ve güvenlik konularında olumlu gelişmelerin sağlanabilmesinde, ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkeler için önemli işlevler görecektir önemli bir standart¹⁴² olan SA 8000, eski adı (CEPAA; “The

¹⁴⁰ Usta-Çalış, a.g.m. , S.2

¹⁴¹ Tarantino, Dominic A., “Principled Business Leadership”, Vital Speeches of the Day, Vol. 64, Issue 18, 01 July 1998’den aktaran: Usta.-Çalış, a.g.m.,s.3

¹⁴² Usta, R.-Çalış, M., SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ve Qfd Bildirisi, 2.Ulusal Kalite Göçerimi Sempozyumu-19.03.2000 ,S.8, <http://www.qfdturkiye.org/bildiriler.asp> (Erişim tarihi:23.08.2009)

Council on Economic Priorities Accreditation Agency) Ekonomik Öncelikler Konseyi Akreditasyon Bölümü olan ve 1997 yılında kurulan SAI (Social Accountability International- Sosyal Sorumluluk Uluslararası) adlı gönüllülük esasına bağlı ve denetlenebilir bir organizasyon tarafından geliştirilmiş sosyal sorumluluk standardıdır.

Bu standart ILO sözleşmeleri, BM İnsan hakları evrensel beyannamesi ve BM çocuk hakları sözleşmesi temel alınarak oluşturulmuştur.¹⁴³

SA 8000, ISO 9001 ve ISO 14001'i örnek alan, performans koşulları kadar prosedür ve sistem koşullarını da önemseyen, yönetim sistemi ile davranış kodunun bileşimi bir standarttır. Amacı, işletmelerde çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve belirlenen asgari standartlara uygunluğunun akredite edilmesidir. SAI, 1997 yılında yayınladığı Sosyal Sorumluluk 8000 (SA8000) Standardını 2001 yılında revize etmiş ve yeniden yayınlamıştır.¹⁴⁴ 1997'de "Amnesty International" ve "The National Child Labor Committee" gibi sivil toplum örgütlerince desteklenen standart, Avon Cosmetics, Toys 'R' Us (ABD), Sainsbury (İngiltere) ve Otto Versand (Almanya) gibi işletmelerin yanı sıra, çeşitli insan hakları grupları, işgören sendikaları ve KPMG-Peat Marwich ve SGS-ICS gibi muhasebe şirketlerinin de desteğine sahip bulunmaktadır. Tedarikçi seçiminde dünyadaki ilk evrensel ahlak standardı olma özelliğine sahip olan SA 8000'in, küresel işletmelerin tedarikçilerinden, ISO belgelerinin yanı sıra isteyeceği önemli bir standart olacağına inanılmaktadır.¹⁴⁵

SA 8000, dört bölümden oluşmaktadır. Bunlar aynı zamanda SA 8000'in temel standartlarıdır. İlk bölüm standardın "amaç ve kapsamı"nı tanımlamakta, ikinci bölümde, bir işletmenin belge almaya hak kazanabilmesi için standarda ek olarak uymak zorunda olduğu yerel yasaları, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün temel düzenlemelerini ve Birleşmiş Milletler Anayasasını belirtmekte; üçüncü bölüm, standartla ilgili "işletme", "tedarikçi", "çocuk işgören" ve "zorla çalıştırılan işgören" gibi kavramları tanımlamakta, son bölüm ise, işletmenin yönetim sistemini uygularken ve belge alırken uymak zorunda olduğu genel koşulları açıklamaktadır.

¹⁴³ <http://www.turkcebilgi.net/cesitli/proje-yonetimi/sosyal-sorumluluk-yonetim-sistemi-socialaccountability-8000--8054.html>

¹⁴⁴ Aktan, C. C.-Vural, İ. Y. , "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ,Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler", Ç. İşveren Dergisi, Mayıs 2007 Sayı 3 Cilt 21, S.

¹⁴⁵ Tarantino, Dominic A., "Principled Business Leadership", Vital Speeches of the Day, 64 18, 1998 naklen: Aydemir, M. , "İşletmelerin İşgörelere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı", Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007, s100

İşletmelerin uymak zorunda oldukları bu koşullar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Çocuk işgören. 15 yaşın altında çocuk işgören çalıştırılmaz. Bu yaşın üzerindeki çocuk işgören eğer okula da devam ediyorsa, iş için harcayacağı toplam zaman, günde (iş, okul ve ulaşım dâhil) 10 saati geçemez.

Zorla çalıştırılan işgören. İşletme zorla işgören çalıştıramaz veya işgörenlerin, kimliklerini ya da belli bir “depozit”i işletmeye bırakmalarını isteyemez.

Sendika kurma ve toplu pazarlık hakkı. İşgörenler sendika kurma, sendikaya katılma ve toplu pazarlık hakkına sahiptirler. Bu hak engellenemez.

Çalışma saatleri. İşgörenler haftalık 48 saatten fazla çalıştırılmaz ve (kısa dönemli olağan üstü iş koşulları hariç) fazla mesailer, haftalık 12 saati geçemez.

Maaş ve ücretler. Ücretler en azından ülkenin “asgari ücret” seviyesinde ve personelin temel ihtiyaçlarını karşılamaya yetecek kadar olmak zorundadır.

Sağlık ve güvenlik İşletme, sağlıklı bir çalışma ortamı sunmak, kaza ve yaralanmaları önleyici tedbirleri almak, sağlık ve güvenlik eğitimi vermek, temiz sağlık tesisleri ve içilebilir su sağlamak zorundadır.

Ayrımcılık ve disiplin uygulamaları. İşgörenler cinsiyet, etnik köken vb. nedenlerden dolayı farklı muameleye tabi tutulamaz ve işgörelere dayak, küfür vb. fiziksel ve psikolojik baskı uygulanamaz.¹⁴⁶

Yönetmenliğini Edward Zwick’in yaptığı 2006 yılı yapımı Kanlı Elmas (Blood Diamond) adlı film Afrika’da yerel halk tarafından zorlu şartlarda ve silah gölgesinde çıkarılan bir elmasın gelişmiş ülkelerde bir bayanın parmağındaki elmas oluncaya kadar geçirdiği süreci bir film olarak beyaz perdeye aktarmaktadır. Sosyal sorumluluk bilincinin filmere konu olmaya başladığı bu dönemde üreticiler de halkta uyanan bu talebe karşılık şirketlerinin etik, insani kurallarla iş gördüğünün kanıtı olarak SA 8000 standardına uyum sağlayacak şekilde üretime başladılar. Ucuz ve kalitelinin talep gördüğü piyasalarda, etik

¹⁴⁶ Aydemir, M. “İşletmelerin İşgörelere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007,s100-101

kuralların da sorgulanmaya başlaması kimileri için ek üretim maliyetleri ve bir yük olarak algılanırken kimileri de bunu bir fırsat olarak değerlendirdiler.¹⁴⁷

3.3. SA 8000'İN TARİHÇESİ

3.3.1. DÜNYA ÖLÇEĞİNDE TARİHİ GELİŞİMİ

İlk çalışmalar, 19. yüzyılın başlarında Avrupa'da kömür madenciliğinin gelişmesi ve sanayide kömürün kullanımı ile başlayan sanayi hamlesi ile aynı zamanlara rastlar. İlk kanuni düzenleme 1801 yılında İngiltere'de "çocuk işçilerin günde 12 saatten fazla çalışmayacağını" belirten kanun maddesidir.

1919'da tüm dünyada çalışma ve yaşam koşullarının iyileştirilmesine, sosyal adaletin geliştirilmesine ve bu yoldan evrensel barışın gerçekleştirilmesine katkıda bulunmak üzere ILO kurulmuştur.

ILO tarafından bugüne kadar yapılan konferanslarla birçok sözleşme yapılmış ve birçok tavsiye kararı kabul edilmiştir. 1944; yılında ILO Konferansı'nın onayladığı Philadelphia Bildirisinde;

- Emeğin ticari bir meta olmadığı,
- Düşünce ve dernek kurma özgürlüğünün, kalıcı bir ilerlemeyi gerçekleştirmenin temel ögesi olduğu,
- Yoksulluk, görüldüğü her yerde, refaha yönelik bir tehlike olduğu,
- Bütün insanlar, ırk, inanç ve cinsiyetleri ne olursa olsun, kendi maddi durumlarını ve manevi gelişmelerini özgürlük, vakar, ekonomik güvence ve fırsat eşitliği koşulları altında geliştirmek hakkına sahip olduğu belirtilmiştir.

1994 yılından itibaren ve özellikle 1995'te Kopenhag'da yapılan "Dünya Sosyal Gelişme Zirvesi"nde ve 1996; Singapur Dünya Ticaret Örgütü Bakanlar Konferansı'nda ILO'ya atfedilen özel roller, çalışanların temel haklarının korunması ve standart tesisi işlevi ve ilgili denetim mekanizmasının güçlendirilmesi üzerinde yoğunlaşmaya başlamıştır.

¹⁴⁷ Usta, R.-Çalış, M., SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ve Qfd Bildirisi, 2.Ulusal Kalite Göçerimi Sempozyumu-19.03.2000 -,S.8, <http://www.qfdturkiye.org/bildiriler.asp> (Erişim tarihi:23.08.2009)

1997; SAI tarafından SA 8000 Standardı ve takip eden yıllarda da diğer standartlar yayınlanmıştır.¹⁴⁸

3.3.2. TÜRKİYE ÖLÇEĞİNDE TARİHİ GELİŞİMİ

3.3.2.1. CUMHURİYETE KADAR OLAN DÖNEM

Tanzimat Fermanı Öncesi dönemde ilk çalışmaların Loncalar tarafından yapıldığı görülmektedir. Selçuklular ile başlayan, Osmanlı döneminde de devam eden lonca sistemi, hem tüketici hakları yönünden esnafı denetleyen, hem de işyerlerinde çıraklık, kalfalık ustalık esasları ile çalışanların haklarının korunması kurallarını oluşturan bir sistemdi. Tanzimat ve Meşrutiyet Döneminde ise aşağıdaki gelişmeler olmuştur.

- 1865; Dilaver Paşa Nizamnamesi (çalışma süreleri ile ücretler konusunda bazı kuralları içermektedir)
- 1869; Maadin Nizamnamesi, (kömür madenciliği ile ilgili olup tedbirler ve tazminatlar konusunda hükümler ihtiva etmektedir)
- 1871; Ameleperver Cemiyeti, (bugünkü sendikaların bir çeşit başlangıcı sayılabilir), gibi mevzuatların çıkarılması bu konudaki çalışmaların bir göstergesi olduğunu gösteriyor.

3.3.2.2 CUMHURİYET DEVRİ

Cumhuriyetin kurulması bile beklenilmeden yapılmaya başlanan yasal düzenlemeler bu konudaki boşluğu büyük ölçüde doldurmuştur. Aşağıda bu dönemde yayınlanmış ve Sosyal Sorumluluk ve iş sağlığı güvenliğini öne çıkartan bazı mevzuatlar verilmektedir;¹⁴⁹

- 1921 tarihli Ereğli Havza-i fahmiyesi Maden Amelesinin Hukukuna Dair Kanun,
- 1924 tarih ve 394 sayılı Hafta Tatili Kanunu,
- 1926 tarih ve 818 sayılı Borçlar Kanunu,
- 1930 tarih ve 1580 sayılı Belediyeler Kanunu,
- 1983 tarih ve 2822 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Kanunu(Değ.1986),

¹⁴⁸ Usta-Çalış, agm.,S. 3

¹⁴⁹ Usta-Çalış, agm., S. 4

- 1983 tarih ve 2821 sayılı Sendikalar Kanunu (değ.1983),
- 1986 tarih ve 3308 sayılı Çıraklık ve Mesleki Eğitim Kanunu¹⁵⁰

3.4. SA 8000 STANDARDI KAPSAMINDA TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT DURUM

SA 8000 kapsamına giren konular açısından Türkiye'nin durumunun pek de parlak olduğu söylenemez. Özellikle, çocuk işgören çalıştırma konusunda ülkemizin notu çok düşüktür. Ekonomik hayatta çocuk emeğinin kullanımının yaygınlığı, toplumların gelişmişlik düzeyini ortaya koyan önemli bir sosyo-ekonomik gösterge olarak değerlendirilebilir. Bu açıdan bakıldığında, çocuk işgücü kullanımını doğuran en önemli nedenin yoksulluk olduğu anlaşılmaktadır. Ülkemizde çocuklar, ucuz işgücü olarak görülmekte ve bu nedenle de, özellikle kırsal bölgelerde, yaygın olarak çalıştırılmaktadırlar. Diğer önemli bir sorunun da, kayıt dışı istihdam olduğu görülmektedir. Son yıllarda artan yasa dışı göçlerde, bu eğilimi kamçulamaktadır. Bununla birlikte, gerek yasal düzenlemelerdeki gelişmeler, gerekse SA 8000 vb. standartlara artan ilgi, Türkiye'de ümit verici bazı gelişmelerin de yaşandığını göstermektedir. Kuruluşundan bu yana, Çin, Vietnam, Avrupa ve Merkezi Amerika gibi ülkelerde işbirliğine dayalı programlar geliştiren SAI, Türkiye'de de benzer çalışmalara imza atmaya başlamış bulunmaktadır. Örneğin, aralarında Temiz Giyecek Kampanyası (Clean Clothes Campaign-CCC), Etik Ticaret Girişimi (Ethical Trading Initiative-ETI), Adil İşgücü Derneği, Adil Giyim Derneği (FairWear Foundation- FWF), Sosyal Sorumluluk Uluslararası (SAI) ve İşgören Hakları Konsorsiyumu (Worker Rights Consortium-WRC) gibi, sivil kuruluşların da yer aldığı bir çalışma grubu, çeşitli standartların uygulanma stratejilerini test etmek amacıyla Türkiye'de ortak proje başlatmışlardır. Proje, Avrupalı ve Amerikalı işletmeler ile bunların Türkiye'deki giyim/tekstil üreticisi tedarikçilerini, sendikaları, sivil toplum örgütlerini, sektör kuruluşlarını, işveren örgütlerini ve ilgili diğer kesimleri kapsamaktadır. Proje ile çalışma koşullarını iyileştirmek, Türkiye'deki fabrikaların uluslar arası standartlara uygunluğunu görmek, söz konusu standartlar konusunda ortak anlayışlar geliştirmek ve projeye katılan örgütler arasında devamlı bir işbirliği modelini oluşturmak hedeflenmektedir. Türkiye'deki çalışma koşullarının iyileştirilmesine katkılar yapabilecek bu tür girişimlerin artması, sevindirici bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

¹⁵⁰ Usta, R.-Çalış, M., SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ve Qfd Bildirisi, 2.Ulusal Kalite Göçerimi Sempozyumu-19.03.2000 -,S.3-4, <http://www.qfdturkiye.org/bildiriler.asp> (Erişim tarihi:23.08.2009)

31 Aralık 2005 tarihi itibariyle, Türkiye’den 9 işletmenin SA 8000 Standardına sahip olması da diğer sevindirici bir gelişme olarak vurgulanmaya değerdir. Bu işletmeler, Dimon Türk Tütün A.Ş., Socotab Yaprak Tütün A.Ş., Spierer Tütün İhracat A.Ş., Yeşim Tekstil A.Ş., Marshall Boya ve Vernik A.Ş., Beko Elektronik A.Ş., Alarko Carrier A.Ş., Pharmavision A.Ş. ve Topkapı İplik A.Ş.’dir (SAI, 2006d).¹⁵¹

3.5. SA 8000’İN ORTAYA ÇIKMA SEBEPLERİ

SA 8000 Standardı’nın ortaya çıkmasının birçok sebebi vardır. Bu sebepleri; gelişmekte olan ülkelerdeki kötü çalışma şartlarının artık göz ardı edilemeyecek kadar büyük bir boyuta ulaşmış olması, tasarruf sahiplerinin yatırım kararı verirken kar kadar, ilgili işletmelerin sosyal sorumluluklarına uygun faaliyet gösterip göstermediklerini dikkate almaya başlamaları ve sivil toplum kuruluşlarının çalışma şartlarını iyileştirme yönündeki çabaları olarak üç ana başlık altında inceleyebiliriz.

3.5.1. GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDEKİ KÖTÜ ÇALIŞMA ŞARTLARI

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki çalışma koşullarının kötülüğü, insan hakları konusunda duyarlı gelişmiş ülkelerin bazı adımlar atmasını zorunlu hale getirmiş ve SA 8000, bu zorunluluğun sonucunda ortaya çıkmıştır. Uluslararası işletmelerin bu ülkelerdeki faaliyetlerini incelemek standarda duyulan ihtiyacın daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Dünya oyuncak üretiminin %80’i ucuz işgücü nedeniyle üçüncü dünya ülkelerinde, özellikle de Asya’da, sağlıksız çalışma koşullarında yapılmaktadır. Economist Dergisinin 1999’da yaptığı araştırmaya göre dünyanın en önemli sorunu olan köle ve çocuk işgören çalıştırmanın yerini, bugün, uzun çalışma saatleri ve (3 dolar ile 30 cent arasında değişen) batı standartlarının çok altındaki işçilik ücretleri almış bulunmaktadır. Çoğu kırsal kesimden gelen ve kalifiye olmayan bu insanlar uluslararası işletmeler için “her koşulda çalışmaya hazır” potansiyel işgücü konumundadırlar. Bu durum, küresel ekonominin, uluslararası işletmelerin gelişmiş ülkelerdeki çalışma standartlarından kaçmalarına izin vererek, dünyadaki çalışma standartlarını olumsuz etkileyeceğini, dolayısıyla da işgörenlerin bu şartlar

¹⁵¹ Aydemir, M. “İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007,s114-116

altında çalışmaktan başka alternatiflerinin kalmayacağını öngören ekonomistleri haklı çıkarmaktadır. Çoğunda gerçek anlamda demokrasinin olmadığı bu ülkeler, sağlıklı ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimlerini tamamlayamadıkları sürece, “çifte standart”lı uluslararası işletmelerin “modern sömürgeleri” olmaya devam edeceklerdir. Gelişmekte olan ülkelerde işgören maliyetleri düşük ve yasal sistemler batıdakinden daha gevşek olduğundan bazı şirketler bu olumsuz durumu bir fırsat olarak değerlendirmektedirler. Örneğin, bazı İngiliz işletmeleri maliyetlerini aşağıya çekmek için üretim merkezlerini, istihdam standartları konusunda daha rahat hareket edebilecekleri ülkelere kaydırmaktadırlar.¹⁵² İstatistikler, suiistimalin korkunç yüzünü çok açık bir şekilde ortaya koymaktadır: UÇÖ’ne göre dünyada 5-14 yaş grubunda 250 milyon çalışan çocuk bulunmakta ve 12-17 yaş grubunda yer alan 283 milyon çocuk çalıştığı için okula devam edememektedir.¹⁵³

Son yıllarda, Avrupalı dev giyecek işletmelerinin Doğu Avrupa ve Asya’daki üretim tesislerindeki kötü çalışma koşulları tartışılmaya başlanmıştır. Bu tesislerde, haftada 70 saat kötü koşullar altında çalışmaya zorlanan 14 yaşlarındaki kız çocuklarına günde sadece iki kez tuvalete gitme izni verilmekte, tuvalette kalma süresi üç dakikayı aştığında ise, bir günlük ücretleri kesilerek cezalandırılmaktadırlar. Sendikalı çalışmaya karşı olan bu işyerlerinde, düzenli aralıklarla hamilelik testi uygulanmakta ve hamile olduğu anlaşılanlar işten uzaklaştırmaktadır. Uzmanlar, dünya giyecek üretiminin %40’ını tüketen ABD ve Avrupa’nın, SA 8000 gibi standartlara destek vermesinin dünyadaki çalışma koşullarını iyileştireceğini tahmin etmektedirler.¹⁵⁴ Bu yönde önemli bir adım, Amerikan pazarının beşte birine sahip olan Toys ‘R’ Us tarafından atılmıştır. Toys ‘R’ Us, 5000 kadar tedarikçisinden SA 8000 Standardı’nı almalarını istemiştir.

SA 8000, insan kaynaklarına yapılan ve bir süre sonra yüksek verimlilik ve moral olarak işletmeye geri dönecek olan bir “yatırım” olarak değerlendirilebilir. Bu yatırımın; mevcut durumu incelemek, politika ve prosedürler geliştirmek, kayıtları tutmak ve kontrol etmek için yönetimin harcayacağı zaman; iyileştirici eylemler için katlanılacak harcamalar ve belgelendirme denetimi ve sürekli kontroller için denetim şirketlerine yapılacak ödemelerden oluşan bazı maliyetleri söz konusudur Anılan maliyetlerine karşılık SA

¹⁵² Anstead, M. , “A Standard Check-Up”, *Director*, 52 10, 1999,s.30-32 naklen: Aydemir, M. , “İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007,s100

¹⁵³ Aslantepe,G. , “Kesimlerin Aktif ve İstekli Katılımları, ILO-IPEC Programı’nın Türkiye’deki Başarısına Önemli Katkıda Bulunmuştur”, İşveren, TİSK, 37 ,1999.S.7 naklen: Aydemir, a.g.k. ,S. 103

¹⁵⁴ Echikson, W. , “It’s Europe’s Turn to Sweat About Sweatshops”, *Business Week*, 3638, 1999. S. 96-97 Naklen: Aydemir, a.g.k. ,S. 103

8000, iyileşen çalışma koşullarıyla birlikte işgören verimliliğini, ürün ve hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini ve işletmenin toplumdaki saygınlığını arttıracak önemli bir rekabet üstünlüğü ve insan haklarına daha saygılı bir iş dünyasının oluşturulmasına yapılacak anlamlı bir katkı olarak değerlendirilmelidir.¹⁵⁵

3.5.2. SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN ÇABALARI

Son yıllarda sivil toplum örgütleri dünya genelinde insan haklarına aykırı uygulamaların dile getirilmesinde ve önleyici girişimlerin başlatılmasında aktif bir rol oynamışlardır. Economist'in haberine göre artık Amerika'da satılan bir çok ürünün üzerinde, örneğin, "Bu top için ne çocuk, ne de köle işgören çalıştırılmıştır" şeklinde ifadeler görülmektedir. Bu, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere dünya genelinde kötü çalışma koşullarına karşı bilinçli bir tepkinin başladığını göstermektedir.

Her ne kadar bazı hükümetler SA 8000 gibi standartları yeni bir ticaret engeli olarak değerlendiriyor ve gerekli adımları atmaktan kaçınıyorlarsa da, sivil toplum örgütlerinin çabaları gelişmekte olan ülkelerdeki kötü çalışma koşullarının dünyaya duyurulmasına ve düzeltici adımların atılmasına yardımcı olmaya devam etmektedir. Örneğin, Economist Dergisinin yazdığına göre bu örgütlerin ağır eleştiri ve baskılarına maruz kalan Disney, Nike ve Mattel gibi işletmeler Asya'daki fabrikalarında çalışma koşullarını iyileştirme yoluna gitmişlerdir. Mattel, bu olumlu çabaları sonucunda Çin'de SA 8000 Standardı'nı alan ilk işletme olmuş ve bütün fabrikalarını bağımsız denetçilere açmıştır. Nike, hem kendisi hem de tedarikçi işletmeleri için ayrıntılı davranış kuralları geliştirerek ciddi bir denetim gerçekleştirmeye başlamıştır.¹⁵⁶

Sivil toplum örgütlerinin bu çabaları sonucunda, özel kesim de çalışma koşullarının iyileştirilmesine önemli katkılarda bulunmaya başlamıştır. Örneğin, 1997 yılında Dünya Spor Ürünleri Endüstrileri Federasyonu ve ABD Spor Ürünleri Üreticileri Derneği'nin, Pakistan futbol topu endüstrisinde çocuk işgören çalıştırmayı engelleme yönünde aldıkları kararı, (daha önce 12 yaşındaki çocuklara futbol topu üretmekle suçlanan) Reebok da desteklemekte ve futbol topu üretiminde çocuk işgören çalıştırılıp çalıştırılmadığını denet-

¹⁵⁵ Aydemir, a.g.k., S.102-105

¹⁵⁶ Economist, "Sweatshop Wars", 350 8108, 1999.s. 62-64 dan naklen Aydemir, M. "İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı", aktaran: Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007,s.106

lemek amacıyla bağımsız bir denetim sistemi kurulması ve eski çocuk işgörenler için okul vb. sosyal programlar hazırlanması çabalarına katılmaktadır.

Sivil toplum örgütlerinin yanı sıra son yıllarda tüketicilerin de bu konudaki duyarlılığı artmaya başlamıştır. Örneğin, ABD’de 1995’te yapılan bir kamuoyu araştırmasında deneklerin %78’inin, işgörenlerini kötü koşullarda çalıştıran işletmeler yerine, (örneğin, 20 dolarlık bir giyecek için birkaç dolar daha fazla ödeyerek) insancıl koşullarda çalıştıran işletmelerden alış-veriş yapmayı tercih ettikleri görülmüştür¹⁵⁷ İnsan haklarının ve demokratikleşmenin öne çıktığı günümüzde, yasaların ve cezai yaptırımların gerçekleştiremediğini, sivil inisiyatiflerin ve özellikle de bilinçli tüketici hareketlerinin gerçekleştireceğini söylemek bir kehanet sayılmamalıdır.¹⁵⁸

3.5.3. SOSYAL SORUMLULUK YATIRIM FONLARI

SA 8000 Standardı’nın doğuşuna neden olan bir diğer gelişme de, milyarca dolarlık portföyleriyle hızla büyümekte olan “Sosyal Sorumluluk Yatırım Fonları”dır. ABD’de, 7 trilyonluk yatırımın 700 milyar doları bu fonlara akmaktadır. Bu durum artık, işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirip getirmediğinin denetlenmesini de zorunlu kılmaktadır. Son zamanlarda bazı gruplar finansal performansın yanı sıra, işletmelerin sosyal ve ekolojik çevreye karşı olan etkilerinin ve bu yöndeki performanslarının da denetlenmesi gerektiğini savunmaktadırlar. İşletmelerin üretimlerini ve diğer faaliyetlerini uygun çalışma koşullarında sürdürmelerini garanti etmeyi amaçlayan SA 8000 bu açıdan önemli bir ihtiyacı giderecektir. SA 8000’in oluşumunda toplam kalite yönetimi çalışmalarının da önemli bir katkısı olmuştur. ISO 9000 Endüstriyel Kalite Yönetimi, ISO 14000 Çevre Sistemleri Yönetimi standartlarını harekete geçirmiş ve son olarak da SA 8000 Standardı gündeme gelmiştir.¹⁵⁹

3.6. SA 8000 BELGELENDİRME SÜRECİ

Bir işletmenin SA 8000 Standardı’na uygun faaliyet gösterip göstermediği, (SGS-International Certification Services) Uluslararası Belgelendirme Hizmetleri gibi kar amaç-

¹⁵⁷ Economist, “The Power of Publicity”, 349 8097, Human-Rights Law Survey, 1998.s. 13-16). naklen, Aydemir, a.g.k. ,s.106

¹⁵⁸ Aydemir, a.g.k. , S.105-106

¹⁵⁹ Aydemir, a.g.k. , ,s.106-107

sız, bağımsız denetim şirketlerince kontrol edilmekte ve gerekli koşulları sağladığına karar verilen işletmelere belge verilmektedir. SAI tarafından sosyal-denetim mesleğinin yeterliklerine sahip kuruluşlar arasından seçilen denetçi kuruluşlar, belge almak isteyen işletmeleri ziyaret ederek standardın içeriğiyle ilgili konulardaki uygulamalarını değerlendirmektedirler. Denetçi kuruluşların değerlendirmeleri ayrıca SAI tarafından düzenli aralıklarla kontrol edilerek, standardın güvenilirliği sağlanmaya çalışılmaktadır. Denetçiler, gerektiğinde denetimin ve belgelendirmenin etkinliğini arttırabilmek amacıyla bölgesel insan hakları gruplarıyla bilgi alışverişinde bulunabilmektedirler.

SGS-ICS belgelendirme sürecini şu şekilde özetlemektedir:

1) Planlama Aşaması: Yönetim sistemleri denetimi konusunda bilgili, deneyimli ve üst yönetimin desteğine sahip bir yönetici, belgelendirilme süreci için görevlendirilmelidir. Bu konuda danışman şirketlerden de yararlanılabilir.

2) Uygulama Aşaması: Bu aşamada tutulacak kayıtlar SA 8000'e uyulduğunu kanıtlamak bakımından önemlidir.

3) Kontrol Aşaması: Kesin başvuru öncesi bir ön-denetim yararlı olabilir. Ön denetimin belgelendirme açısından olumsuz bir etkisi yoktur. Koşulların yerine getirildiğine inanılıyorsa, doğrudan gerçek denetim için de başvurulabilir. Denetimler sonucunda bir eksiklik görülüşse, düzeltme istenecektir.

4) Periyodik Kontrol Aşaması: Belgeler 3 yıl için geçerli olup, standarda uyulup uyulmadığı belli aralıklarla kontrol edilmektedir. Bu tür kontrollerle, sistemin sürekli geliştirilmesi ve işletmelerin standarda uyma konusunda mükemmelleşmeleri hedeflenmektedir.

Alınması için yasal bir zorunluluğun bulunmadığı SA 8000, denetimler sonucunda gerekli koşulları sağladığını ispatlayan her türlü işletmeye verilebilmektedir. Belgelendirme, bir işletmenin ürünlerinin (tedarikçi ve müteahhitlerden aldıkları parçalar dahil) SA 8000 standardına uygun koşullarda üretildiğini kanıtladığından alış-verişlerinde bu işletmeleri tercih eden müşteriler, insan haklarına yaptıkları bu anlamlı katkıdan dolayı, gönül rahatlığı ve huzur duyacaklardır.¹⁶⁰ SA 8000 belgesini almaya hak kazanan dünyadaki tüm şirketlerin listesi internette yayınlanmaktadır.¹⁶¹ Yeryüzündeki bütün SA8000 belgesi veren firmalar SAI'nin resmi internet sitesinden¹⁶² alınarak aşağıdaki tabloya aktarılmıştır. Bu belgeyi veren ülkeler arasında Türkiye'den hiçbir firmanın olmaması dikkat çekicidir.

¹⁶⁰ Aydemir, a.g.k. ,S.107-108

¹⁶¹ www.saasaccreditation.org/certifacilitieslist.htm

¹⁶² <http://www.sa-intl.org> (Erişim:13.07.2009)

BELGELENDİRME FİRMASI	ÜLKE
ABS Quality	ABD
ALGI	ABD
APCER	PORTEKİZ
BSI	ABD
Bureau Veritas	İNGİLTERE
CISE	İTALYA
DNV	HİNDİSTAN
HKQAA	HONG KONG
Intertek	ABD
IQNet Ltd	İSVİÇRE
LATU Sistemas	URUGUAY
LRQA (Lloyd's Register)	İNGİLTERE
RINA SPA	İTALYA
SGS-SSC	İTALYA
STR	ABD
TÜV NORD	HONG KONG
TÜV Rheinland	HONG KONG
TÜV SÜD	HİNDİSTAN

Tablo 4: Dünyada SA8000 Belgesi Veren Firmalar

Kaynak: Social Accountabilit International (Erişim:13.07.2009

<http://www.saasaccreditation.org/accredcertbodies.htm>

3.7. İŞLETMELERE GETİRDİĞİ KAZANÇLAR

SA 8000'le, çalışma şartlarındaki iyileştirmeler sayesinde işgörene yapılan yatırım bir süre sonra yüksek verimlilik ve moral-motivasyon olarak işletmeye geri dönecek ve bu yatırımın şirketlere, işgörenlere, tedarikçilere ve diğer ilgili taraflara bir çok yararı olduğu görülecektir. Bununla beraber SA 8000 standardının uygulanması yatırımcıların, tüketicilerin ve işgörenin şirkete olan güvenlerinin çoğalmasını, bu sayede de toplumsal itibarın artmasını sağlar. Tedarikçilerin çok sıkı denetlenmesi ile üretim kontrolünde, ürün kalitesinde ve yönetimin performansında artmalar gözlenir. SA International'e göre SA 8000 şirket değerlerini ve marka itibarını arttırdığı gibi işçinin üretkenliğine de olumlu etki yapar. Ayrıca daha iyi bir tedarik zinciri yönetimini ve performansı da destekler.¹⁶³

Özet olarak söyleyecek olursak: bu standardı uygulayan firma her daim kazançlı durumdadır.

¹⁶³ <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=747> (Erişim:13.07.2009)

IV. BÖLÜM

TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ

Kurumsal sosyal sorumluluk programı, bir şirket ile tanımlanmış bir alanda faaliyet gösteren bir dernek veya gönüllü kuruluş arasında stratejik işbirliği yoluyla uygulanabileceği gibi doğrudan amacın kendine de ulaşılabilir. Sosyal sorumluluk kampanyası ayrıca, şirketin çalışanlar, tedarikçiler ve hükümet kuruluşları gibi bir dizi önemli paydaşıyla değerli ilişkiler geliştirmesini sağlayabilir.¹⁶⁴

Böyle maddi sebeplerin yanı sıra topluma olan borcunu ödemek adına günümüzde işletmeler KSS uygulamaları çerçevesinde işletme bünyesinde, çoğu zaman firmanın maddi desteği ile ve çalışanların gönüllü katılımıyla Toplum Gönüllüleri birimini kurarak faaliyette bulunmaktadır.

Bu bölümde ağırlıklı olarak gönüllü kavramını inceledikten sonra ferdi ve kurumsal gönüllülük açıklanmaya çalışılacak ve toplum gönüllülerinin bireye ve işletmeye olan faydaları ayrıntılı incelenmeye çalışılacaktır. Ayrıca Toplum gönüllüleri organizasyonu nasıl olmalıdır? Sorusuna cevap olması bakımından Türkiye’de faaliyet gösteren ve TGF’de başarılı uygulamalar yapmış olan bir işletmenin teşkilat yapısı kısaca incelenmeye çalışılacaktır.

4.1. GÖNÜLLÜLÜK KAVRAMI

Gönüllü olma durumu¹⁶⁵ anlamına gelen gönüllülük, bir bireyin maddi karşılık beklemeden ya da başka bir çıkar beklentisi içinde olmadan, ailesi ya da yakın çevresi dışındaki bireylerin yaşam kalitesini artırmak ya da genel olarak toplumun yararına olduğu düşünülen bir hedefe ulaşmak için, yalnızca içinden gelerek ve doğru olduğuna inanarak, bir toplumsal girişime ya da bir sivil toplum kuruluşu bünyesindeki etkinliklere destek olması

¹⁶⁴ Pringle H. , Thompson M. , Marka Ruhu-Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Marka Yaratmak, Çev: Zeynep Yelce, Canan Feyyat, Scala Yayıncılık, 1. baskı, Ocak 2000, S. 4

¹⁶⁵ www.tdk.org.tr

biçiminde tanımlanabilir. Gönüllüler; bilgi, deneyim, enerji, hoşgörü, paylaşımcılık, iyi beşerî ilişkiler, profesyonel yaklaşım, sorumluluk üstlenme gibi niteliklere sahip olabileceği gibi, bu nitelikleri taşımadığı halde toplum için bir şey yapmak isteyen bireyler de olabilir. Bir gönüllünün taşıması gereken ilk ve vazgeçilmez nitelik samimi olarak “gönüllü” olmasıdır.¹⁶⁶

Gönüllülük: Bireylerin çıkar gözetmeksizin bilgi, zaman, beceri, deneyim ve kaynaklarını kendi özgür iradeleriyle bir amaç doğrultusunda sürekli olarak kullanmalarıdır¹⁶⁷ şeklinde de tanımlanabilir.

Gönüllülükle ilgili diğer tanımları da şu şekilde sıralayabiliriz.¹⁶⁸

Gönüllülük toplumsal bütünlüğün ve refahın sağlanmasında bireylerin ve kurumların gerek tüketici-üretici, gerekse vatandaşlar olarak çevreye, içinde yaşadıkları topluma ve parçası oldukları çağdaş dünyaya karşı duyarlı olmalarıdır.

Gönüllülük artı değer yaratan değişimler için birey, kurum ve toplumun sorumluluk almasıdır.

Gönüllülük bireyin ve/veya kurumun sosyal, ekonomik ve çevre sorunlarına çare üretme çabasıdır.

Gönüllülük vatandaşların toplumsal hayır programlarında aktif rol oynamasıdır.

Gönüllülük özel sektörün insan kaynağı ve toplumla olan sosyal ilişkisidir.

Tanımlarda gönüllülük kavramı ile ilgili öne çıkan özellikler arasında bireyin sorunlu alanlarda çalışma konusunda aktif olması, bunun bir görevden ziyade bir seçim hatta bir yaşam biçimi olduğu, çözüm üretmenin önem kazandığı bulunmaktadır. Bu açıdan gönüllülük kavramının kamu kurumları ve özel sektör firmaları tarafından etkin kullanılmasının en önemli nedeni kurum için çözüm önerileri üreten istekli, motivasyonu yüksek çalışanların işletmeye kazandırılabilmesidir. Özellikle kurum içi iletişimi başarı ile gerçekleştirmede çalışanları gönüllü olarak sürdürülebilir gelişimi hedefleyen çalışmalar içine çekebilmek son yıllarda karşılaşılan yeni ve yaratıcı bir halkla ilişkiler faaliyet olarak kabul edilebilmektedir.¹⁶⁹

¹⁶⁶Güder, N.- ÖSGD,STK'lar İçin Gönüllülük Ve Gönüllü Yönetimi Rehberi, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, Ankara, 2006, S.6

¹⁶⁷http://www.tog.org.tr/abs/templates/bos_sayfa.asp?articleid=150&zoneid=60

¹⁶⁸<http://www.art4development.net/gonulluluk.html>

¹⁶⁹Karpat Aktuğlu, I. , Temiztürk, B. , ‘‘Bir Halkla İlişkiler Faaliyeti Olarak Kurum İçi Gönüllü Çalışma Grupları ve Bu Grupların Örgütsel İletişim Sürecinde Kullandığı İletişim Yöntem ve Araçlarının Analizi’’,

STK'lar için gönüllüğü incelediğimizde ise; STK'larla gönüllülüğün grift bir yapıda olduğunu görürüz. Gönüllülük STK'larla iç içe geçmiş, onları temsil eden hatta STK'nın bizzat kendisi ya da insan kaynağını karşılayan bir mefhumdur. Gerek fertler, gerekse kurumlar STK'larda gönüllü kapsamında yer alabilmektedir.

Gerek çalıştığı işletmede gerekse üye olduğu STK'da Toplum gönüllüğü faaliyetlerine katılan bireyler kurumun her türlü talebini yanıtlamayı taahhüt etmiş olan ücretsiz işgücü olarak algılanmamalıdır. Güdülecek böyle bir yaklaşım, gönüllünün kendisini mekanik bir araç gibi görmesine ve bir süre sonra toplumsal çalışmalardan uzaklaşmasına yol açabilir.

Öte yandan, gönüllü birey de, gönüllü çalışmayı plansız programsız, sorumluluk üstlenmeden, istendiği zaman vazgeçilecek bir lütuf olarak görmemelidir. Gönüllü her görevi üstlenmek zorunda değildir, ancak bu, üstlendiği görevleri yerine getirmeme veya eksik yapma hakkı vermez. Gönüllü profesyonel çalışan olmamakla birlikte, üstlendiği görev ne kadar basit olursa olsun onu 'profesyonelce' yerine getirmelidir. Gönüllülük amatörlük değildir.¹⁷⁰

4.2. GÖNÜLLÜLÜĞÜN KURUMSALLAŞMASI

Gönüllülüğün kurumsallaştırılması ve yaygın hale getirilmesi, Pierre Ceresole ve Hubert Parris adlı iki pasifistin harekete geçmesiyle olmuştur., 1920 yılında, Fransa'da Verdun yakınlarındaki 1. Dünya Savaşı sırasında zarar gören Esue köyünü yenilemek için ilk uluslararası gönüllülük faaliyetini düzenlediler. Ana amaçları köyün yeniden yapılandırılması ve barışa katkıda bulunmaktı. Gönüllü faaliyetlerin yaygınlaştırılmasına ve yapılandırılmasına ciddi katkılarda bulunmuş olan Pierre Ceresole, savaşta düşman olan iki taraf arasında barışı kurmak ve gelecekteki çatışmaları önlemek için yararlı ve anlamlı olabileceğini düşünmüştü.

Bu şekilde, halen sürmekte olan üç gönüllü organizasyonu kuruldu: Uluslararası Sivil Hizmet, Barış için Gençlik Hareketi ve Uluslararası Uzlaşma Birliği 20. yüzyılın ilk

2.Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu Bildiriler, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kocaeli,27-28 Nisan 2006, s.199

¹⁷⁰ Güder, N.- ÖSGD, STK'lar İçin Gönüllülük Ve Gönüllü Yönetimi Rehberi, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, Ankara, 2006, S.5

yarısında gönüllülüğün kurumsallaşmasındaki en büyük faktör, barışla ilişkili çalışmalarıdır. 1945'ten önce İsviçre, Liechtenstein, İngiltere, İsveç, İspanya, Norveç, Hollanda ve İtalya'da uluslararası gönüllü kampları organize edildi. 1945'ten, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gönüllülük programlarının çoğu, savaşta zarar görmüş bölgelerin yeniden yapılandırılması ve yenilenmesi üzerine kurulmuştur. İlerleyen yıllarda gönüllülere hastaneler, yaşlılar için bakımevleri ve kimsesiz çocuk yurtları gibi sosyal hizmet alanlarında ihtiyaç duyulmaya başlandı. Kişisel seçimle ilişkili ve şiddet içermeyen gönüllülük, zorunlu askerlik hizmetine alternatif olarak ortaya çıktı.

UNESCO, 1948 sonrasında gönüllülerle faaliyet gösteren tüm STK'lara şemsiye bir kurum olacak olan Uluslararası Gönüllülük Hizmeti Koordinasyon Komitesi'ni (CCIVS) kurdu. CCIVS, gönüllü organizasyonların kurulmasında, deneyim aktarımında ve gönüllülerin daha iyi standartlara sahip olmasında kritik bir rol üstlendi. Özellikle 2. Dünya Savaşı sonrası zorunlu askerlik hizmeti yerine kamu kurumlarında gönüllülük yapmayı tercih edenler giderek çoğaldı; bu durum da, kamu kurumlarının yükselen bir oranda gönüllü hizmetini içinde barındırmasını beraberinde getirdi. Gönüllü hizmeti, ücretli hizmet yerine ikame etme çalışmaları, kamu kurumlarını gönüllülüğe bağımlı hale getiren bir sürece dönüştü. Örnek olarak, M. Thatcher dönemi İngiltere'sinde sosyal bakımın, sosyal devlet yerine gönüllü organizasyonlar tarafından yapılması verilebilir.

Batı Avrupa ülkelerinde zorunlu askerlik hizmeti kaldırıldıktan sonra, devlet tarafından önemi fazlasıyla fark edilmiş olan gönüllülük özel programları ya da projeleri hayata geçirilmek için maddi olarak desteklendi. Özellikle iş gücü açısından değerlendirildiğinde gönüllülüğün devlete maddi katkısı tartışılmaz bir hal aldı.¹⁷¹

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, 1985 yılında, gönüllü çalışmaları ve faydalarını dünya çapında duyurmak ve gönüllü programlara katılımı artırmak amacıyla "5 Aralık" tarihini, her yıl Dünya Gönüllüler Günü olarak kutlanmasına karar verdi. 1985 yılından bu yana Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 123 ülkede Dünya Gönüllüler Günü düzenli olarak kutlanıyor.¹⁷² Gönüllülüğün kutlanmasının teşvik edilmesi, bir yandan gönüllülerin yaptığı faaliyetlerin yerel/bölgesel olmadığını, dünyada benzer faaliyetleri yapan pek çok

¹⁷¹ Yurttagüler L.- Akyüz A. , Gönüllülerle İşbirliği, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 151,1. Baskı, İstanbul, Kasım 2006, s.28

¹⁷² "Gençlik, Gönüllülük ve Sosyal Sermaye Araştırması", TEGV Eğitim Gönüllüleri Dergisi, Mart 2009, S.13

insan olduğunun altını çizmek, bir yandan da özel bir gün ilan ederek gönüllüğün kutlamaya değer ve yaygınlaştırılması gereken bir faaliyet olduğuna ilişkin düşünce bu Dünya Gönüllüler Gününün ilan edilmesine sebep olmuştur.¹⁷³ 1990 yılında Avrupa Konseyi ve Avrupa Komisyonu gönüllüler için hazırlanacak programlar ve gönüllülerin mobilitelerini sağlayacak organizasyonlar üzerinde çalışmaya başladı. 1996'da, 18-25 yaş arası gençlerin, uzun dönemli gönüllülüğü, kendi ülkelerinden farklı bir ülkede yaşayabilmelerini sağlamak üzere Avrupa Gönüllülük Hizmeti (EVS, European Voluntary Service) kuruldu. Avrupa Konseyi, 2000 yılında ise "Genç insanlar için Uluslararası Uzun Dönemli Gönüllülük Servisi"ni (Convention of the Promotion of a Transnational Long-term Voluntary Service for Young People) uygulamaya koydu.¹⁷⁴

2001 yılı Birleşmiş Milletler tarafından "Uluslararası Gönüllüler Yılı" ilan edilmiştir.¹⁷⁵

4.3. GÖNÜLLÜLÜK VE TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ FAALİYETLERİNİN TÜRKİYE GELİŞİMİ

Türkiye'de İşletmelerin KSS çerçevesinde yaptığı Toplum gönüllüğü faaliyetlerinin gelişmesinde en önemli dönüm noktası; 1999 yılındaki depremde, devletin ve resmi yardım kuruluşlarının müdahalelerde yetersiz kalması ve gerekli yardım hizmetlerini sağlamadaki başarısızlığıdır. 1999 depremi evvelinde işletmeler topluma yönelik kurumsal destek projelerinde genellikle bağış, sponsorluk, hayr gibi yıllardan beri dünyada uygulanan yöntemleri tercih ederken depremden sonra yeni bir yöntemle tanışmış ve bu yöntemi sahiplenerek uygulamaya başlamıştır. Daha öncesinde Uluslararası etkenler, devletin imzaladığı, uygulamaya geçirdiği anlaşmalar, ülkenin kültürel altyapısı, yaşanan ekonomik ve sosyal krizlerin yanında 1999 depreminde karşılaşılan olumsuz durum, hem bireysel hem de kurumsal gönüllü oluşumları harekete geçirmiş, Türkiye'de TGF'nin katlanarak artmasına vesile olmuştur. TGF algısının değişmesinde tüm bunların beraberinde ülkenin önde gelen şirketlerinin ve uluslararası kuruluşların katkısı da yadsınamaz ölçüdedir.

Bu kadar büyük artışlara rağmen Türk şirketleri için, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yaptığı toplum gönüllüğü faaliyetleri hala emekleme aşamasındadır. Yine de

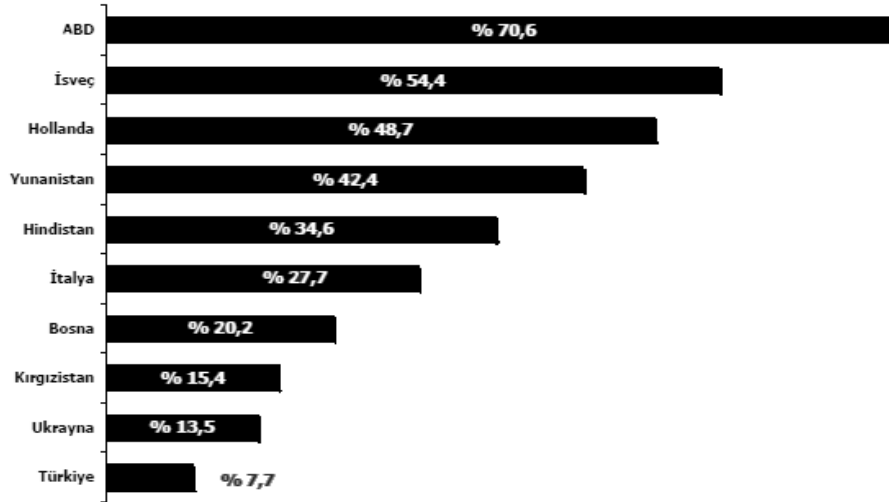
¹⁷³ Yurttagüler-Akyüz , a.g.k.,S.57

¹⁷⁴ Yurttagüler.-Akyüz, a.g.k. S.28

¹⁷⁵ Yurttagüler -Akyüz, a.g.k.,S.57

günümüzde yaptığı projelerle takdir toplayan, TGF bütçesini kriz döneminde bile kısımayaarak örnek olmayı başaran şirketler var. Gerçekten de son 1 yılda yaşanan şirket iflasları ve başarısızlıkların ödüllendirilmesi tartışmaları, bu çalışmalara gözlerin bir kez daha çevrilmesine neden oldu. Sorumlu, itibarını koruyan şirketlerin krizden yara almadan çıkacağını düşünen uzman sayısı son dönemde oldukça arttı. Türkiye’de de krizin etkilerine ve maliyet kısma baskılarına rağmen KSS çerçevesinde çalışanların katılımıyla toplum gönüllüğü faaliyetleri çalışmalarını sürdürmeyi başaran şirketler var. Bu şirketler, hem halk gözünde hem de iş dünyası gözünde beğeni toplamayı da başarmış durumdadır.¹⁷⁶ Türkiye’de şirketler gerek kendi içerisinde kurdukları ve çalışanların aktif rol oynadığı TGF birimleriyle olsun gerekse TOG, TEGV gibi STK’larla ya da kurdukları vakıflarla şirketler, Türkiye’de Gönüllülük kavramının kabulünü belirli bir yere getirmiştir.

Lakin 2008 Kasım ayında yapılan ve tüm Türkiye’de kentsel bölgelerinde yaşayan 18-35 yaş arası 748 genç ile yürütülen araştırmanın sonuçları TGF ve gönüllülük konusunda daha çok yol almamız gerektiğini ve ülkemizin bu konularda ne kadar geride kaldığını göstermektedir.¹⁷⁷



Tablo5: Dünya’da Gönüllü Faaliyetlere Katılanların Oranı- Kentsel 18-35 yaş üstü

Kaynak:www.tegv.org.tr

Gönüllü faaliyetler toplumun var olan eşitsizliklerinin giderilmesinde önemli rol oynuyor ve gönüllü faaliyetlere katılımın bireyin kişisel gelişimi üzerindeki etkisi de çok

¹⁷⁶ Bayıksel , Ş.Ö. , ‘‘Sorumluluk Yarışının Yeni Oyuncuları’’ ,Capital Dergisi, 1 Mart2009 ,

¹⁷⁷TEGV ‘‘Türkiye’de Gençlik, Gönüllülük ve Sosyal Sermaye Araştırması’’

http://www.tegv.org/cme/articlefiles/196-TEGV_Gonulluluk_Arastirmasi_Sunumu.pdf (Erişim Tarihi:23.08.2009)

sayıda araştırmayla kanıtlanmış durumdayken böyle bir tabloyla karşılaşmak şaşırtıcı olmuştur.

Araştırma Türk gençlerinin gönüllülük faaliyetlerine bu kadar düşük oranda katılmalarının önde gelen sebeplerinin maddi imkan ve zaman yokluğu olduğunu ortaya çıkarmakta. Öte yandan araştırma sonuçlarına göre gönüllülük faaliyetlerinde bulunan gençlerin büyük çoğunluğu bu faaliyetlere haftada 4 saatten daha az vakit ayırıyorlar. Yine araştırma sonuçları gençlerin sadece yüzde 7'sinin herhangi bir kuruma bağış yaptığını; gönüllülük faaliyetinde bulunan gençlerde bile bu oranın yüzde 30'un üzerine geçmediğini gösteriyor. Gençleri gönüllü çalışmalara teşvik etmek açısından yerel yönetimlere, okul idarelerine ve medya'ya büyük rol düştüğü açıkça görülüyor.

2008 sonbaharında yapılan bir kamuoyu araştırmasına göre gençler arasında yüksek anomi duygusuna sahip olanların oranının yüzde 40'a yaklaştığı görülüyor. Araştırmamız, gönüllü faaliyetlerde bulunmanın anomi duygusunu azalttığı konusunda bir kanıt sunuyor. Gönüllülük faaliyetinin aynı zamanda, bireylerin tanımadıkları kimselere de güvenebilme-leri anlamına gelen “genelleştirilmiş güven” ve empati duygusuna da olumlu bir katkısı olduğu görülüyor.

Gençlerin gönüllü faaliyetlere katılması onu kendisinden daha memnun, etrafına ve geleceğine karşı daha güvenli ve dünyaya karşı daha hoşgörülü kılarken; daha iyi bir topluma ulaşmaya yönelik büyük bir adım daha atılmış oluyor.¹⁷⁸

Bu araştırma Gönüllülük ve Toplum gönüllülüğü bilincinin oturması için gönüllülerin daha çok çalışması gerektiğini ortaya çıkarmıştır. Ülkemizde birçok konuda toplumsal gereksinimlerin karşılanmasında gönüllülüğün önemi, şirketler tarafından her geçen gün daha çok anlaşılmaktadır. İş dışında ortak bir amaca yönelik gönüllü çalışmalar, çalışanlar arasında ekip ruhunu geliştirirken şirketlere bağlılığı da arttırmaktadır. Bunun farkında olan şirketlerin ve çalışanlarının topluma katkıda bulunabilmesi için şirket ve sivil toplum kuruluşları arasında köprü görevi görmesi için toplum ve özel sektör arasında dinamik bir ilişki yaratmak, özel sektörde çalışanlar arasında gönüllülüğün yayılmasına önderlik etmek, toplumsal ihtiyaçların saptanmasında ve çözümünde sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yap-

¹⁷⁸ “Gençlik, Gönüllülük ve Sosyal Sermaye Araştırması”, TEGV Eğitim Gönüllüleri Dergisi, Mart 2009,s.13

mak için Özel Sektör Gönüllüleri Derneği¹⁷⁹ gibi oluşumlarda bir araya gelmekte ve Toplum Gönüllülüğü adına faaliyetlerde bulunmaktadır.

4.4. GÖNÜLLÜ OLMAYA SEBEP OLAN FAKTÖRLER

Fertler de kuruluşlar da gönüllülük kapsamında faaliyette bulunabilirler. Bu gönüllü faaliyetleri kurum içinde, tek başına ya da STK'larla birlikte yapabilirler. Bu faaliyetlerde bulunmalarının birçok sebebi vardır. Bu bölümde bireyleri ve kurumları gönüllü faaliyetlerde bulunmaya iten sebepler iki ana başlık altında incelenmiştir.

4.4.1. FERDİ GÖNÜLLÜLÜK

Kişilerin gönüllü olmasının sebeplerini; bireysel, sosyo-kültürel, yasal ve siyasal, ekonomik ve diğer faktörler olarak beş maddede sıralayabiliriz.¹⁸⁰

4.4.1.1. Bireysel Faktörler: Gönüllü olarak yapılan etkinlikler, sonunda bir kazanç beklentisi güdülmese de, bireylere çeşitli nitelikler kazandırabilir. Bu kazançlar, bir anlamda, bireyleri gönüllü olarak çalışmaya sevk eden nedenlerle örtüşmektedir:

- Haz ve manevî zenginleşme: Gönüllü çalışan birey, karşılık beklemeden topluma yarar sağlamanın hazzını yaşar, yaşam deneyimini geliştirir

-Özgüven gelişimi: birey gönüllü çalışmalarıyla birlikte kendine olan güveni de geliştirmektedir.

-Ekip çalışması becerilerinde artış

-Toplumsal konum: Toplum yararına gönüllü çalışan bireylerin toplum içindeki saygınlığı artabilir ve toplum tarafından takdir edilebilir.¹⁸¹

Tüm bunlarla birlikte tek başına kalmaktan sıkılmak, aidiyet duygusu, yardımseverlik, can sıkıntısından kurtulma düşüncesi, örnek insan olma isteği, lider olma isteği, yetki alma isteği, kendini aşma isteği, emekli olma, ticaretini geliştirme, kahvehane gibi yerlerden hoşlanmama gibi sebeplerde sayılabilir.¹⁸²

4.4.1.2. Sosyo-kültürel Faktörler:

¹⁷⁹ <http://www.osgd.org/>

¹⁸⁰ Yaman, Y. "Gönüllülük Psikolojisi ve Gönüllü Yönetimi", Sivil Toplum Kuruluşları İçin Yönetim Rehberi, Kaknüs Yayınları, İstanbul, 2005, S.44

¹⁸¹Güder, N.- ÖSGD, STK'lar İçin Gönüllülük Ve Gönüllü Yönetimi Rehberi, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, Ankara, 2006, S.4-5

¹⁸² Yaman, a.g.k. ,S.44

-Toplumsal konum: Toplum yararına gönüllü çalışan bireylerin toplum içindeki saygınlığı artabilir ve toplum tarafından takdir edilebilir

-Yeni bir çevre ve arkadaşlıklar: Çevresi geniş olsun olmasın, bir birey, gönüllü çalışmalar sayesinde çevresini genişletebilir ve yeni arkadaşlıklar kurabilir.¹⁸³ TGF toplumun çeşitli seviyelerindeki (siyasetçi, uzman, bilim insanı, yerel yönetici gibi) insanlarla tanışma ve iletişime geçebilmesine vesile olur, popüler olmak duygusunu besler. Ayrıca yemek, toplantı, gezi gibi faaliyetleri sevmek, evlenecek eş arama, yakın ve uzak çevre baskısı, daha iyi bir toplum oluşturma bilinci, hemşehrileri ile bir araya gelme, kültürel değerleri paylaşma, sanatsal değerleri paylaşma (müzik, resim gibi), entelektüel seviyesini geliştirmek, hünelerini paylaşma isteği, boş vakitlerini iyi değerlendirme de katılım sebepleri arasındadır.

4.4.1.3. Ekonomik Faktörler: Parasını iyi amaçlarla kullanmak, profesyonel olarak çalışmak, ortak çalışma alanı (kooperatif gibi) geliştirebilme, ulusal ve uluslararası çeşitli fon kaynaklarından finansman sağlamak gibi.

4.4.1.4. Yasal ve Siyasal Faktörler: Kanuni olarak belirli bir STK'ya (meslek odaları gibi) bağlı olma, bir STK oluşumu (dernek-kooperatif gibi) içinde faaliyet gösterebilme, siyaset bağlamında oy potansiyelini artırma ve yandaş çekme, açık olarak ifade edilemeyen (etnik köken, cemaat gibi) bazı nitelikleri dolaylı yoldan ifade etme eğilimi, baskı grubu oluşturmak gibi.

4.4.1.5. Diğer Faktörler: Mirasını hayır işlerinde kullanacak STK'lara bırakmak, hayır işleri yapıyor gözükerek imajını iyileştirmeye çalışmak, öldükten sonra unutulmaması, aileden gelen etkenler, inanca bağlı sebepler, moda bir trend olduğu için, gönüllülüğün değerini anlama, basında haber olarak yer alma isteği gibi.

4.4.2. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında kurumsal gönüllülük vesilesiyle, özel sektörün münferit aktivitelerde bulunduğu gibi STK'larla da ortak girişimlerde bulunmaktadır. Özel işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında, toplum gönüllülüğü faaliyetlerinde, insan kaynağı, teçhizat, finansman, mekan, araç gibi bir çok imkanı STK'lara sağlaması ve karşılık beklememesi büyük bir kazançtır.¹⁸⁴

¹⁸³ Güder-ÖSGD,a.g.k. , s.4-5

¹⁸⁴ Yaman,a.g.k. , s.44

Bu çerçevede kuruluşları gönüllü olmaya iten sebepleri; bireysel, kurumsal ve diğer sebepler olarak üç başlık altında toplayabiliriz.¹⁸⁵

4.4.2.1. Bireysel Faktörler: Kişilerin katıldığı toplum gönüllüğü faaliyetlerinin sonucundan bekledikleridir.

4.4.2.2. Kurumsal Faktörler: Toplumda iyi şirket imajı yaratma, topluma katkıda bulunma, demokrasinin gelişimine katkıda bulunma, paydaş etkileşimine önem verme, parayı hayır işlerinde harcama, sosyal sorumluluk bilincinde olma, medyadan çekinme satış hacmini artırma, piyasada rakiplere karşı rekabet avantajı sağlama, vergi muafiyeti, finansman transferi

4.4.2.3. Diğer Faktörler: Hayır kurumları kurma ve geliştirme, kuruluşlara ait STK'ları ortak bir çatı altında toplama, AB'ye uyum sürecinde etkili olma, Global kurallara uymak gibi.

4.5. TOPLUM GÖNÜLLÜLÜĞÜ FAALİYETLERİNİN KAZANDIRDIKLARI

Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yapılan toplum gönüllüğü faaliyetlerinin hem bireye hem de kuruma ciddi manada faydası vardır.

4.5.1. BİREYE OLAN FAYDALARI

İster okul çağında ister iş hayatında bireyin liderlik, özgüven, ve sosyal özelliklerinin gelişmesine yardımcı olur. Bireye yeni beceriler kazandırır; yaratıcılığını destekler.

Bireylerin, özel sektörün, ve sivil toplum kurumlarının sürdürdükleri gönüllü çalışmalar sayesinde toplum içi genel gelişim/kalkınma gözlenir ve bu da uzun vadede tüm toplum için olumlu fark yaratır¹⁸⁶

4.5.2. KURUMA OLAN FAYDALARI

KSS çerçevesinde düzenlenen Toplum gönüllüğü faaliyetleri, kurum açısından değerlendirildiği zaman çalışanlarının performanslarını yükseltmede ve kurumsal uygulamalarda söz sahibi olmalarında motive edici bir faktör olarak kabul edilebilmektedir. Toplum gönüllüğü faaliyetlerine katılan personel, pek çok alanda hizmet sunarken farklı bö-

¹⁸⁵ Kotler, P.-Nancy, N. , Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kapital/MediaCat Kitapları, Çev: Sibel Kaçamak, İstanbul, 2006, S. 51-54

¹⁸⁶ <http://www.art4development.net/gonulluluk.html>

lümledeki çalışanları bir araya getirerek her birinin deneyimlerinden yararlanma olanağı sunmakta ve çalışan dev bir gönüllü ordusu kazanılmaktadır.¹⁸⁷

Kurumun toplum içi imajına olumlu etkisi olur; kuruma olan bağlılık, saygı ve güven artar; bu da uzun vadede kurumun insan kaynağı değerini artırır, kuruma maddi kazanç sağlar.

Kurum çalışanlarına kariyerlerine değer katacak tecrübeler kazandırır¹⁸⁸

Gönüllü gruplar aynı zamanda üst yönetim ve astları arasında çift yönlü iletişimi mümkün kılan bir örgütsel iletişim yöntemidir. Bilgi paylaşımı ve ihtiyaç duyulan alanlara ilişkin çözüm önerilerinin üretimi bu gruplar içerisinde etkin olarak yönetilebilmekte ve gerçekleştirilebilmektedir. Çift yönlü bilgi paylaşımı, kararların mümkün olan en alt kademelerde, işin nasıl yapılması gerektiğini en iyi bilen çalışanlar tarafından alınmasını kolaylaştırarak, karar alımını ve iş performansını iyileştirebilir.¹⁸⁹

4.6. BİR TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ ORGANİZASYONU ÖRNEĞİ

Şirketler KSS çerçevesinde düzenlemiş oldukları Toplum Gönüllüğü Faaliyetlerini belirli bir örgütlenme çerçevesinde yapmaktadırlar. Bu örgütlenmenin daha iyi anlaşılması için ve örnek olması açısından bu kısımda, günümüz şirketleri arasında TGF'yi en iyi uygulayan ve tabana yayan şirketlerden biri olan Bilim İlaç'ın Toplum Gönüllüleri teşkilatlanmasını inceleyeceğiz.¹⁹⁰

4.6.1. BİLİM İLAÇ TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ

Kurumsal Sosyal Sorumluluk projelerini öğrenci bursları, Okul, Hastane ve STK'lara destek ve sponsorluklar şeklinde yerine getiren Bilim ilaç, 1998 yılından itibaren

¹⁸⁷ Karpat Aktuğlu, Temiztürk, agm., s199

¹⁸⁸ <http://www.art4development.net/gonulluluk.html>

¹⁸⁹ Grunig, J., E., (Ed.), Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Çev.: Elif Özsayar, Rota Yay, İstanbul, 2005, S.257, Aktaran: Karpat Aktuğlu-Temiztürk, ‘‘Bir Halkla İlişkiler Faaliyeti Olarak Kurum İçi Gönüllü Çalışma Grupları ve Bu Grupların Örgütsel İletişim Sürecinde Kullandığı İletişim Yöntem ve Araçlarının Analizi’’, 2.Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu Bildiriler, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fak.,27-28 Nisan 2006,s.200

¹⁹⁰ <http://bilepprd.bilfar.net.tr/irj/portal> (Çevrimiçi) Erişim Tarihi: 24.08.2009

uygulamakta olduğu EFQM İş Mükemmelliği Modeli kapsamında bu destek ve sponsorlukları daha sistematik gerçekleştirmek ve etkin projeler yapmak amacıyla 2004 yılında yeniden çalışmalara başladı. İnsan Kaynakları önderliğinde başlatılan bu çalışmalar çalışanların çeşitli ortamlarda sosyal sorumluluk projelerine katılabilmek noktasında isteklilik göstermeleri ve çalışan profili olarak sosyal sorumluluk açasından yüksek bilinç ve bilgi seviyesinde olmaları münasebetiyle hızlandırılmış ve Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri adıyla sistematik bir yapı oluşturulmuştur.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) anlayışını kurum kültürünün bir parçası haline getirmek amacıyla 2004 yılında sosyal sorumluluğu “Kurumsal Değerlerimiz” e taşıyan Bilim İlaç 2005 yılında Türkiye ve dünyadaki uygulamaları inceleyerek kendi sistemini oluşturdu. ‘‘Ateşin Düştüğü Yerden Öyküler’’, ‘‘Magnum Sergisi’’, ‘‘Akdenizin Sesleri’’ gibi Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri faaliyetleri de firmanın Sosyal Sorumluluk Projeleri arasındadır.

Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri (BTG) 2005 yılında, "Çözümün bir parçası olmak için..." bireysel yetkinliklerini, entelektüel sermayesini, zamanını, emeğini ve tecrübesini, ihtiyacı olan kişilerle paylaşan gönüllü çalışanlarının oluşturduğu bir platformdur. 2008 yılında, 20 ekip’te bulunan 315 aktif üyesi ile 11 ilde faaliyet göstermekteyken bu rakam 2009 yılında artmış ve BTG; 11 ilde 462 aktif üyeyle, Türkiye’nin her iline ulaşabilecek toplam 32 ekip ile faaliyet göstermeye başlamıştır.¹⁹¹ Her yıl BTG “Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri Misyonu” doğrultusunda sponsorluğunu Bilim İlaç’ın üstlendiği projeler hazırlamakta ve ekip liderlerinden oluşan üst kurulda kabul edilen projeleri aileler ve paydaşların da gönüllü desteğini alarak hayata geçirmektedir. Bu uygulamalar mesai saatleri içinde planlama yapabilme, maddi katkı ve lojistik destek imkânıyla üst yönetimin de desteğini almaktadırlar. Genel Müdür ve İnsan Kaynakları Direktörü’de Bilim İlaç’ı temsil eden gönüllüler arasındadır. 32 Ekip Liderinden oluşan üst kurul her yıl düzenli toplanarak “Gönüllülük İlkeleri” doğrultusunda projeleri planlar, uygular, gözden geçirir ve iyileştirmeleri yapar. Projeler şirket içi tüm iletişim kanalları kullanılarak ve özel faaliyet filmleri ile çalışanlarla, paydaşlarla ve ailelerle paylaşılmaktadır. Organizasyon yapısı ve tüm süreçleri tanımlanmış olan Gönüllüler, üst kurulda belirledikleri kapsam ve proje planları dâhilinde çalışır ve her yıl performans göstergelerini Genel Müdürün bilgilendirme toplantısı vasıtasıyla tüm çalışanlar ile paylaşırlar. Bugüne kadar 30 projede, 650 gönüllü (aileler

¹⁹¹ ‘‘Gönüllü Yönetim Modeli Yenilendi’’,Bilim Ailem Dergisi, Haziran 2009,Sayı 06, S.12

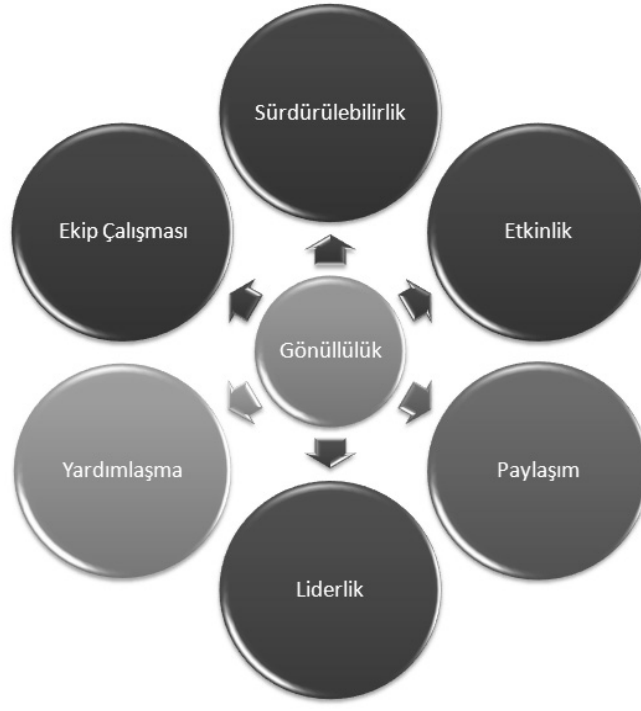
ve paydaşlar hariç) 4.500 çocuğa ulaşarak, toplamda 2.774 saat aktif olarak gönüllü çalışma yapmışlardır.¹⁹²

4.6.2. BTG' NİN MİSYON VE HEDEFLERİ

Çalışanlarının, aileleri ve paydaşlarının toplumsal sorumluluk anlayışı ve gönüllülük yaklaşımıyla; bilgi, zaman, beceri, deneyim ve kaynaklarını bir STK amacı doğrultusunda kullanabilmeleri için Bilim İlaç desteği ile gerekli platformu yaratmak ve çözümün bir parçası olmayı misyon olarak seçen BTG tamamen gönüllülük esasına göre çalışan bir grup. Proje belirleme aşamasında gönüllüler istedikleri projeleri gerçekleştirebilmeleri noktasında serbest bırakılıyor. Bu serbestlik ortamında, gönüllüler yine kendileri tarafından belirlenmiş iki kurala dikkat etmelerini gerekiyor. Birincisi projelerin Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri ilkelerine ve belirlenen kapsama aykırı olmaması, ikincisi ortak gerçekleştirilecek projelere tüm ekiplerin destek vermesidir. Her yıl üst kurul toplantılarında ilgili yılda belirlenecek projelerin kapsamlarını tanımlar ve (doğal afet durumlarında münferit yapılacak yardımlar dışında) ortak projeler ilkeler ve kapsam temel alarak belirlemeye özen gösterilir. Örneğin 2006 ve 2007 yılında “Eğitim alanında, ilköğretim çocuklarına yönelik çalışmak” şeklinde belirlenen proje kapsamında, ekipler ilköğretim sınıflarına yönelik çalışırken, ortak proje olarak kırtasiye kampanyasını organize edildi. Bu kapsamda 2008 yılında “Eğitim alanında, İlköğretim çocuklarının ve paydaşlarımızın çevre bilincinin artırılması” olarak değiştirildi. Yine aynı yıl alınan kararlar arasında, özellikle rehabilitasyon merkezi, çocuk esirgeme yurtları ve engelli öğrencilerin eğitim aldığı okullara öncelik verilmesi yer almakta. Gönüllüler olarak projeler; belirlerken, planlarken ve uygularken öncelikle ilkelere uygunlukları değerlendirilir. Aşağıda Bilim Toplum gönüllülerinin ilkelerinin açıklımları verilmektedir.¹⁹³

¹⁹² <http://bilepprd.bilfar.net.tr/irj/portal> (Çevrimiçi) Erişim Tarihi: 24.08.2009

¹⁹³ <http://bilepprd.bilfar.net.tr/irj/portal> (Çevrimiçi) Erişim Tarihi: 24.08.2009



Şekil 8: Bilim Toplum Gönüllülerinin İlkeleri

Kaynak: <http://bileprd.bilfar.net.tr/irj/portal>

Gönüllülük: Gönüllüler veya paydaşlar tarafından önerilen projelerde öncelikle misyonun temelini oluşturan gönüllülük ilkesine uyumu aranır. Çalışanlar hiçbir karşılık beklemeden bilgi, zaman, beceri ve deneyimlerini bir sivil toplum kuruluşu amacı doğrultusunda, aileler dışındaki bireylerin yararı için kullanabilecek projeler gönüllülük ilkesine uygun projelerdir. Bir proje gönüllülük ilkesini içermiyor ve gönüllüleri aktif bir şekilde proje içinde yer almasını sağlamıyorsa kabul edilmez.

Ekip Çalışması: Bir proje gönüllülük ilkesini karşılıyorsa, ikinci olarak ekip çalışmasına uygun olup olmadığına bakılır. Bir projenin Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri Projesi olabilmesi ve platform içinde hayata geçirilebilmesi için tüm ekibin katılımı gereklidir. Tek bir gönüllü tarafından planlanan veya uygulanan bir proje platformda “ekip çalışması” ilkesini karşılamayacağından kabul edilmez.

Liderlik: Gönüllülüğü şirket içinde ve dışında tanıtmak ve gönüllü çalışmalarını işgörenlere ve paydaşlara örnek olması, yaygınlaştırılması liderlik ilkesinin gereklerindedir. Projelerin içinde ekibin yönetim ve koordinasyonu, amaca ulaşabilmek ve etki oluşturmak açısından önemlidir. Öncelikle gönüllüler kendi kendinin lideri olmalı ve aldığı her görevi sorumluluk bilinci ile yönetmesi gerekir. İkinci olarak ekipte genel olarak hedefe

odaklanmasını, ilkelere bağı kalınmasını becerebilecek olan firmayı en uygun şekilde temsil edebilecek Ekip Lideri gönüllüler içinden seçilir. Paydaşlar faaliyetlere katılabilmekle birlikte şirketin temsil edilmesi söz konusu olduğundan ekip liderliği yapamazlar. Projelerin sonunda kullanılan performans ve kaynak ile ilgili ayrıntılı rapor verilmesi, hesap verebilirlik ve şeffaflık açısından tüm harcamaların belgelenmesi, yaratılan değerın tüm paydaşlar ile görsel olarak paylaşılması liderlik ilkesinin gerekliliklerinden ve liderimizin görevlerindedir.

Sürdürülebilirlik: İlk olarak proje ekonomik, sosyal ve çevre açısından doğrudan veya dolaylı olarak topluma zararlı bir unsur içeremez. Örneğin yaptırılan projelerde aşırı gürültü yaparak çevreyi rahatsız etmek veya bir uygulamada kullandığımız malzeme artıklarını bırakarak kirlilik yaratmak gibi davranışlar bu ilkelere aykırıdır. İkinci olarak etkisi geliştirilebilecek ve belirli aralıklarla tekrar edilebilecek özellikte projeler olması; her tekrarda etkisinin sürdürülebilmesi ve artırılabilmesi önemlidir. Üçüncü olarak kaynakların doğru ve tasarruflu kullanılması ve gelecek nesillerin emanetlerinin korunması yönünde şirket içinde bilgilendirmeler yapılması bu ilkelerin gerekliliklerindedir.¹⁹⁴

Etkinlik: Projelerde başarılı olmayı ve sonuç odaklı hareket ederek katılımcılara ayrılan tüm kaynakları maksimum verimle kullanmayı, etkin sonuçları hedefler, projelerde değer ve fark oluşturmayı amaçlar. En değerli kaynaklar olan zaman, bilgi, beceri ve tecrübe doğru alanda kullanmak en önemli sorumluluktur. Projeler planlarken, uygularken ve sonuçlarını paylaşırken bu sorumlulukla hareket edilir. Bu sorumluluk kapsamında her faaliyet, yardımlar bizzat gönüllüler tarafından ihtiyacı olan kişilere götürülmeli, üçüncü araçlar kullanılmamalıdır.

Planlama: Her proje uygulamadan önce tüm aşamalarını, gönüllü, lojistik ve bütçe ihtiyaçlarını planlar, uygulama sırasında bu planlara göre hareket edilir. Proje planı “Proje Önerisi” olarak hazırlar, olabilecek tüm riskleri hesaplar ve itibarı olumsuz etkileyecek tek bir algı veya davranış ihtimalinde projeyi iptal edilir. Projeler uygularken hafta içi mesai saatleri içinden 2 saat kullanabilecek şekilde planlama yapılır. Bu iki saati ayda 1 kez, 1 tam gün olarak kullanma imkanı bulunmakla birlikte, gönüllü yılda en fazla iki projede yer alabilir. Gönüllü aynı anda hafta içi izin kullanmayı gerektiren birden fazla projede yer

¹⁹⁴ <http://bilepprd.bilfar.net.tr/iri/portal> (Çevrimiçi) Erişim Tarihi: 24.08.2009

alamaz. Asıl olan çalışana verilen çok değerli zamanı doğru planlamak ve işleri aksatmadan gönüllülük yapmaktır.

Yardımlaşma: Her proje hem gönüllülerin, hem de paydaşların tecrübelerini ve uzmanlıklarını birbirleri ile paylaştıkları bir paylaşım ve yardımlaşma ortamıdır. Proje konusuna ve kapsamına göre planlama aşamasında hangi eğitim alanlarının olduğunu tespit eder ve eğitim/bilgilendirme toplantıları ile gönüllüler sosyal sorumluluklarını gerçekleştirirken yetkinliklerini ve entelektüel seviyelerini artırmalarını da hedeflenmektedir. Ayrıca yine paylaşım ilkeleri kapsamında gerçekleştirilen her faaliyet, görsel olarak destek veren tüm paydaşlar ile paylaşılır. BTG projeleri birlikte belirler, planlar ve uygular. Ekip içindeki her gönüllü diğer arkadaşlarının desteğine ve işbirliğine ihtiyacı vardır. Önemli olan projenin hedefine ulaşması için hep birlikte hareket edebilmektir. Gönüllülüğün ortaya çıkışında yardıma ihtiyacı olan tanımadığı insanların sorunlarına çözüm bulabilmek isteği yatmaktadır.

4.6.1.2. BİLİM İLAÇ TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ YÖNETİM ŞEKLİ

Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri, 32 ekip liderinin bir araya gelerek oluşturduğu Üst Kurulda alınan kararlar ile yönetilmektedir. Üst kurulun çalışma şekli ve yapısını projelerden ve STK'lardan öğrenilen bilgi ve tecrübeye göre her yıl gerçekleştirilen olağan üst kurul toplantısında güncellenmektedir. Kurulun en önemli görevi uygulanacak projelerin kapsamını belirlemek ve ilkelere uygunluklarını denetlemektir. Üst Kurulda belirlenen projeler, şirketin iç ve dış iletişim planlarının gözden geçirildiği ve başkanlığını Genel Müdürün yaptığı İletişim Üst Kurulunda tanıtılır ve faaliyet habercisi ile tüm şirkete duyurulur. Üst kurula firmayı temsilen Genel Müdür, İnsan Kaynakları Direktörü ve Kurumsal İletişim Yöneticisi katılarak görüş bildirmektedirler. Üst kurula BTG Lideri başkanlık etmektedir.

BTG Lideri aşağıdaki nitelik ve yetkinlikleri taşıyan ekip liderleri arasından seçilerek belirlenmektedir.

- Sosyal sorumluluk alanında bilgi ve tecrübe seviyesi açısından bu konuda eğitim verebilecek düzeyde,

- Projelerin uygunluğunu, kapsamını ve içeriğini Bilim İlaç yaklaşımları açısından değerlendirebilecek bilgi ve beceriye sahip,

- Bilim İlaç'ta en az 3 yıl tecrübeli,
- Yönetimsel yetkinlikleri gelişmiş ve gönüllü yönetimi konusunda en az 3 proje yönetmiş,
- İletişim ve temsil yeteneği güçlü,
- Topluluk önünde konuşma ve etkileme yetkinliklerine sahip,
- Tercihen İnsan Kaynaklarında ve merkez lokasyonda görev yapan.

Bu özellikleri taşıyan ekip lideri üst kurul tarafından seçilerek Bilim İlaç Üst Yönetimine sunulur, onayın ardından şirket içinde duyurulur. Gönüllüler içinde sadece Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri Lideri olarak belirlediğimiz çalışanlar performans hedeflerine "Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri Liderliği" ni ekler ve 8. Bölümde verilen performans göstergeleri ile İnsan Kaynakları hedefleri dahilinde performansı yönetimce takip edilir.

Üst Kurul Çalışma Şekli:

- Üst kurula BTG Ekip Liderleri doğal üyedir.
- BTG Lideri üst kurula yılda en az bir gün süresince toplar.
- Toplantı için ayrılan sürenin yarım gününde gönüllü eğitimi verilir.Ekip liderleri Gönüllülük ve gönüllü yönetimi eğitimlerini almadan proje yönetmez ve aldıkları eğitimleri kendi ekiplerine aktarmakla sorumludur.

-Üst kurul toplantısına ilgili yıl çalışılma kararı alınan STK'lar ve danışman olarak ÖSGD (Özel Sektör Gönüllüleri Derneği) davet edilir.

-Her üst kurul toplantısı sonunda Proje talepleri misyon ve ilkelere uygunluk açısından incelenir ve kabul edilen projelerin uygulama risk ve ayrıntıları tartışılır.

- Performans göstergeleri takip edilerek değerlendirilir.
- Genel bütçe durumu, kaynaklar ve talepler değerlendirilir.
- Gerekli üst düzey desteğin sağlanması için Genel Müdür ve İnsan Kaynakları Direktörüne

-Toplantı raporu gönderilir ve iletişim üst kurulunda projeler İtibar Elçilerine tanıtılır.

Organizasyon yapısı, gönüllülerin lokasyona göre dağılımları, fonksiyonları ve çalışma şekline göre belirlenmektedir.. Türkiye'nin her noktasına ulaşabilecek (32 ekiple 462 kişilik toplum gönüllülerin organizasyon yapısı aşağıdadır.



Şekil 9: Bilim Toplum Gönüllüleri Organizasyon Şeması

Kaynak: <http://bilepprd.bilfar.net.tr/irj/portal> Erişim Tarihi:23.08.2009

V. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇERÇEVESİNDE TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ FAALİYETLERİNDE YER ALAN KATILIMCILARIN BEKLENTİ VE ALGILARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

20. Asrın başlarında, Amerika Birleşik Devletleri'nde, başını büyük şirketlerde çalışanların ve müşterilerin çektiği önemli bir topluluk tarafından, bu şirketlerin kendilerine önem vermediklerini ve sadece paydaşlarının menfaatini korudukları şeklinde eleştirilmeye başlamasıyla ekonomistler artık işletmelerin toplum değerleriyle örtüşen politikalar izlemeleri gerektiğini ifade etmeye başladılar. O tarihten itibaren bu güne gelişmiş ülkelerdeki şirketlerin yıllık programlarında KSS projeleri önemli bir yer tutmaya başlamıştır.

Geçmişten bugüne sosyal ve çevresel sorunların hızla arttığı ve kurum imajının işletmelerin bu sorunların çözümüne yaptıkları katkı düzeyine bağlı olduğu günümüz dünyasında kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, işletmeleri en çok düşündüren kavramlardan biridir. İşletmeler hem kurum imajına katkı sağlaması açısından hem de topluma olan borçlarını ödemek için KSS çerçevesinde çalışanların da katıldığı Toplum Gönüllüleri faaliyetleri düzenlemektedirler. Bu faaliyetler işletme imajının oluşmasında oldukça etkili olup önemli sonuçlara yol açmaktadır.

Sosyal ve çevresel kaygıların globalleşmesiyle, KSS çalışmaları Türkiye'de de önem kazanmaya başlamıştır. İşletmeler gerek kendi başlarına gerek STK'larla ortak olarak bu yönde çeşitli projeler hayata geçirmenin yollarını aramaktadırlar. Bu arada KSS çerçevesinde şirket çalışanlarını da yapılan bu işin içine çekmeye çalışmışlar, kurmuş ol-

dukları Toplum Gönüllüleri birimiyle KSS uygulamalarını çalışanlarını da alarak, tabana yayılmasını sağlamışlardır.

İşletmelerdeki rekabetin beraberinde getirdiği baskı ve yoğun tempo altında çalışmaktan bunalan bazı işgörenler, “gönüllü” olmayı seçmektedirler. Genellikle öğle yemeği aralarında, akşam mesai çıkışlarında veya hafta sonları kısıtlı bir vakit diliminde yapılan toplum gönüllülüğü çalışmaları, çoğunlukla işyerinin ya da evlerinin yakınındaki bölgede bulunan yetiştirme yurtlarında çocuklara kitap okumak veya derslerine yardımcı olmak, huzurevlerini ziyaret ederek yaşlılarla sohbet etmek, afet bölgelerine yardım götürmek gibi insani hizmetlerden oluşmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde değişik şirketlerde organize edilen toplum gönüllüleri projelerinde yer alan katılımcılarla yapılan ön görüşmelerde niçin toplum gönüllüleri faaliyetlerine katıldıklarına sorulmuş, alınan cevaplar bu teze konu teşkil etmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı cevap olarak kariyer beklentisi içinde üst yönetimle daha sık görüşmek ve kendi lansmanlarını yapmak için uygun ortamı sağladığından dolayı toplum gönüllüsü olduklarını belirtmişlerdir.

Bu kadar çok sayıda kariyer, terfi beklentisi ve üst yönetime kendi reklamını yapmak cevabı TGF’ye katılanların algı ve beklentilerine yönelik bir araştırma yapmanın gerekliliğini ortaya koymuştur.

İşletmelerin KSS ve Toplum Gönüllüleri faaliyetlerinden beklenti ve algılarıyla alakalı çok sayıda araştırma varken, Toplum gönüllüleri faaliyetlerine katılanların amaçlarıyla alakalı araştırmalar Türkiye’de henüz yeterli seviyede değildir. Bu araştırma Kurumsal Sosyal Sorumluluk çerçevesinde Toplum Gönüllüleri Faaliyetlerinde yer alan katılımcıların beklenti ve algılarına ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

5.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Araştırmada veri toplama amacı olarak anket uygulanmasından faydalanılmıştır. Kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde anketin amacı belirtildikten sonra Toplum Gönüllüleri Faaliyetlerinde yer alan katılımcıların beklenti ve algılarını ortaya çıkarmaya yönelik sorular sorulmuştur. Anketteki ölçeklerin oluşturulması için geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Bu doğrultuda yeni anket ölçekleri oluşturulmuştur. Ölçekte yer alan ifadelerin ölçülmesi için beşli Likert tekniği kullanılmıştır.

Buna göre;

1 = Kesinlikle Katılmıyorum;

2 = Katılmıyorum;

3 = Fikrim Yok;

4 = Katılıyorum;

5 = Kesinlikle Katılıyorum;

şeklinde derecelendirilmiştir. Anketin ikinci bölümünde cevaplayanların aşağıdaki demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır:

- Yaş
- Cinsiyet
- Firma türü
- Eğitim
- Pozisyon

Bu özellikleri toplamak amacıyla çoktan seçmeli (cinsiyet, tahsil durumu) ve boşluk doldurmalı sorular eklenmiştir. Tüm sorular kapalı uçludur.

Araştırma yapılabilmesi için internet üzerinden ve medyadan inceleme yapılmış ve bu çalışmada uygulama alanı olarak kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde Toplum Gönüllüleri faaliyetleri yapılan; ağırlıklı ilaç sanayi, banka ve diğer (teknoloji, danışmanlık, sağlık) işletmelerden olmak üzere kurumsallaşmış yapıdaki 17 şirket seçilmiştir. Bu şirketlerde tam zamanlı olarak farklı divizyonlarda çalışan 195 kişiye anket dağıtılmış olup bu anketlerden 102 tanesi cevaplanmıştır.

5.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Bu araştırmanın varsayımları şunlardır:

- Araştırmanın teorik kısmında araştırma için yeterli kaynağa ulaşıldığı kabul edilmiştir.
- Anket sorularını herkesin aynı şekilde algıladığı ve cevapladığı varsayılmıştır
- Çalışanlar anketteki soruları doğru ve içtenlikle cevapladığı varsayılmıştır.

5.4. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak eposta, yüz yüze görüşme ve anketörler kullanılmıştır. Toplanan veriler, elektronik ortama aktarılmış ve SPSS v11.5 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir.

5.5. ANAKÜTLE VE ÖRNEKLEM

Türkiye’de Toplum Gönüllüleri faaliyetleri düzenleyen firmalardan 52 tanesi, Özel Sektör Gönüllüleri Derneğine, 4 tanesi de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneğine üyedir. Araştırma; büyük oranda bu derneklere üye firmalar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Buna ilave olarak anketler, Toplum gönüllüleri faaliyetleri yürüten Türkiye’nin önde gelen banka, teknoloji, sağlık, ilaç, otomotiv ve danışmanlık firmalarına da gönderilmiştir Böylece araştırmada 17 firmadan,195 kişiden ulaşılmıştır. Anketlerin 102 tanesi geri dönmüştür. Geri dönüş oranı %52’dir.

İlaç sektöründe merkez kadroda çalışmasına rağmen anketi cevaplama oranı çok az olmuştur. Anket uygulanan tarih aralığının özel sektör için yıllık izin dönemine denk gelmesi, vakit darlığı, insanların izne çıkmış/çıkacak olması katılım azlığının en büyük sebebi olarak görülebilir. Merkez kadronun aşırı iş yoğunluğu ve saha teşkilatıyla organik bağının az olması bu tabloya etki eden bir diğer etken olabilir. Başka bir kısıt, farklı sektörlerde çalışan gönüllülerin büyük bir kısmının iş yoğunluğundan dolayı e-postalara cevap vermemesidir. Bir diğer kısıtta bazı çalışanların anketi şirketle aramı bozar düşüncesiyle cevaplamak istememesidir.

5.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE ANALİZLER

Elde edilen veriler dört bölüm halinde sunulmuştur. Birinci bölümde araştırmanın hipotezlerine; ikinci bölümde güvenilirlik analizine; üçüncü bölümde araştırmaya katılan-

lara ait demografik bilgilere; dördüncü bölümde ise araştırmada kullanılan değişkenlerin ortalamalarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

5.6.1. HİPOTEZLER

Araştırmada test edilmek üzere geliştirilen hipotezler şunlardır:

H₁₁: Kariyer(terfi-yükselme) beklentileri açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₂: Boş vakitlerini değerlendirme açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₃: Sosyal çevre-network oluşturma açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₄: Kişisel gelişime açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₅: Etik kaygı- hayırseverlik düşünceleri açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₆: Firma tanıtımına katkı açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₇: Aidiyet düşüncesi açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₈: Örgütsel bağlılığı artırması açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₉: Sosyal baskı açısından TGF'ye katılanlar arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₁: Kariyer(terfi-yükselme) beklentileri açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₂: Boş vakitlerini değerlendirme açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₃: Sosyal çevre-network oluşturma açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₄: Kişisel gelişime açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₅: Etik kaygı- hayırseverlik düşünceleri açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₆: Firma tanıtımına katkı açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₇: Aidiyet düşüncesi açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₈: Örgütsel bağlılığı attırması açısından TGF'ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₉: Sosyal baskı açısından TGF' ye katılanlar arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

5.6.2. ANKETE KATILANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde anketi cevaplayanların Yaş, Cinsiyet, Firma türü, Eğitim, Pozisyon, gibi demografik özellikleri frekans analizine tabi tutulmuş, böylece deneklerin nitelikleri ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçları aşağıda tablolar ile gösterilmiştir.

Cinsiyet		Frekans	%	Geçerli %	Birikimli %
Geçerli	Erkek	65	17,9	63,7	63,7
	Bayan	37	10,2	36,3	100
	Toplam	102	28	100	

Tablo 6: Deneklerin Cinsiyetine Göre Dağılımı

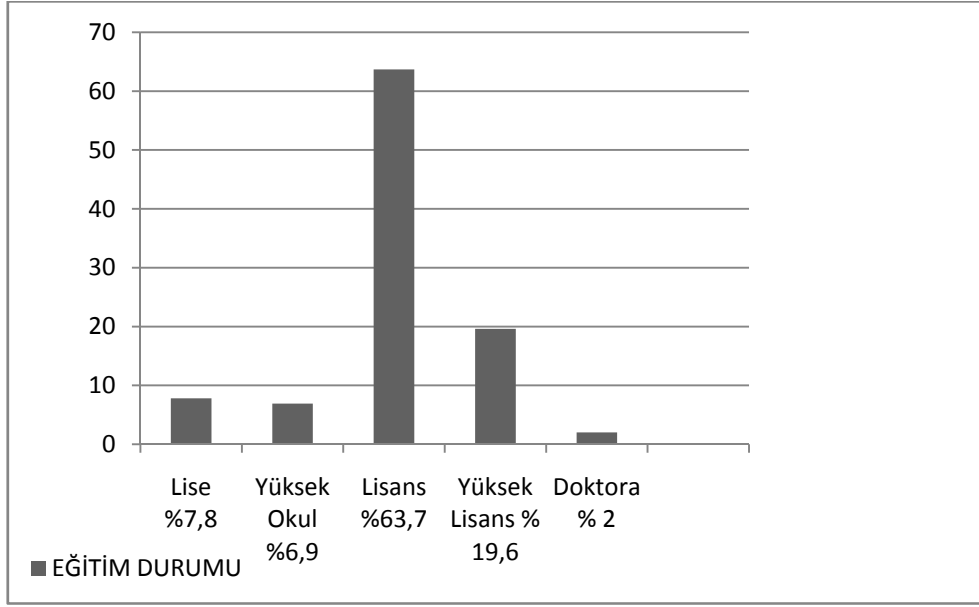
Katılımcıların yaş bakımından ortalaması 31,22 standart sapması ise 4.56'dır. Tablo 6'da da görüldüğü gibi, araştırmaya katılan çalışanların cinsiyet bakımından sınıflandırıldığında, dikkat çeken noktalardan biri erkeklerin ağırlıklı (% 63,7) temsil edilmesidir. Ankete katılan bayan oranı ise % 36,3'te kalmıştır. Bu tablonun sebepleri arasında firmaların merkez kadrosunda çalışan bayan sayısının fazla olmasına rağmen ankete cevap verenlerin bayanlar arasında daha az olmasıdır.

		Frekans	%	Geçerli %	Birikimli %
Geçerli	İlaç	76	20,9	75,2	75,2
	Banka	7	1,9	6,9	82,2
	Diğer	18	4,9	17,8	100
	Toplam	101	27,7	100	

Tablo 7: Anket Katılımcılarının Çalıştıkları Firmaların Türü

Tablo 7'de de görüleceği üzere ankete cevap verenlerin oranı ilaç sektöründe bir hayli yüksektir. (% 75,2). Banka ve diğer (teknoloji, sağlık, otomotiv) şirketlerde anketi cevaplama oranı çok daha düşüktür.

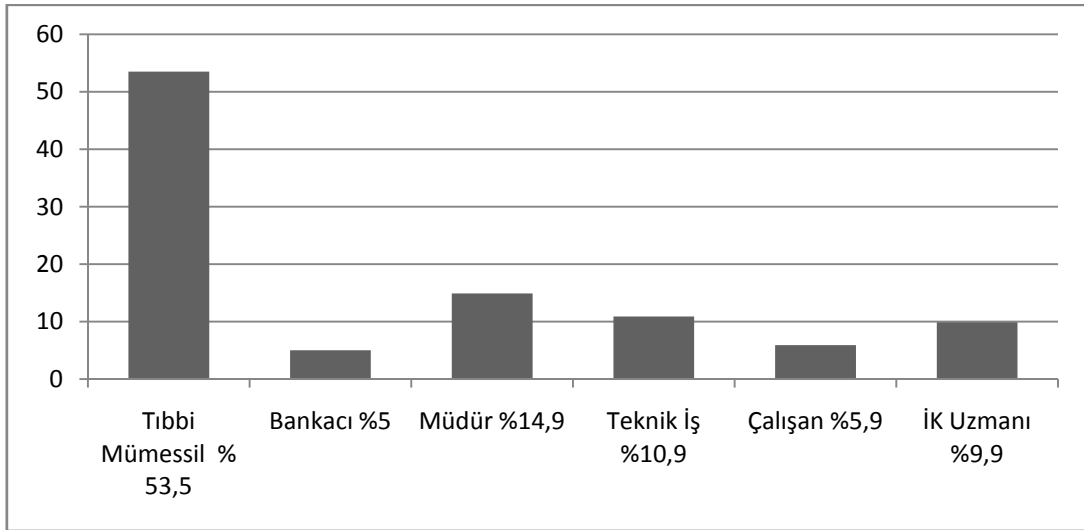
Tablo 7 incelendiğinde görülecektir ki; ankete katılanların % 63,7'si lisans mezunudur. Yüksek lisans ve doktora derecesine sahip olanlarda hesaplanınca katılımcıların eğitim seviyelerinin (eğitimi lisans ve üstü olan katılımcı oranı % 85,3) Türkiye ortalamasının çok üstünde olduğu görülmektedir.



Şekil 10: Anket Katılımcılarının Eğitim Durumu

Anket yapılan sektörler göz önünde bulundurulduğunda bu tablo normal gözükmele beraber Yüksek lisans mezunlarının % 19,6 seviyesinde olması dikkat çekici olmuştur.

Bu eğitim düzeyinin Türkiye ortalamasının üstünde olduğu bu tablo anketin sağlıklı bir sonuç vermesi noktasında varsayımlarımızın doğru olacağı kanaatini pekiştirmektedir.



Şekil 11: Çalışanların Firmadaki Pozisyonları

Şekil 11 ifade edilen çalışanların bulunduğu firmadaki pozisyonları incelendiğinde yarısından fazlasının ilaç sektöründen Tıbbi mümessil olduğu görülmektedir. Aktif ve dışı dönük bir tanıtım, pazarlama, satış mesleği olan Tıbbi Tanıtım sorumlularının bu araştırma da anketlere bu kadar yüksek oranda cevap vermesi şaşırtıcı olmamıştır.

Sorulara cevap verenler arasında yönetici oranı da %14,9'dur. Bu rakamın daha da yüksek olmasının önündeki en büyük engel müdürlerin çoğunlukla seyahat halinde ve aşırı yoğun oluşları olmuştur.

Merkez kadro olarak nitelenen İnsan kaynakları uzmanları, bankacı, teknik iş personeli ve çalışanlar ise diğerlerine göre daha az katılım sergilemişlerdir. Nedeni araştırıldığında aşırı yoğun olmaları sebep olarak gösterilmiştir.

5.6.3. FAKTÖR ANALİZİ

Yapılan faktör analizinde açıklanan Toplam Varyans: % 69,818, Faktör yükleri 0,5'in üzerinde gerçekleşmiştir. Ankette yer alan ifadeler 8 faktöre ayrılmıştır. Bu faktörlerin güvenilirlik analizini yaptığımızda elde edilen alpha değerleri 0,60'in üzerinde gerçekleşmiştir. Buna göre ankette kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlandığı söylenebilir.

Açıklanan Toplam Varyans: %69,818	Boş vakit	Kariyer	Aldiyet	Örgsli bglık	Scevre netwrk	Kİşsl Gelişm	Etik kaygı	Firma tanı-tımı	SBask
Alfa Değerleri(Alfa Güvenlik Katsayısı)	0,779	0,883	0,864	0,946	0,81	0,892	0,89	0,83	0,686
s1.TGF'ni (Toplum gönüllüleri faaliyetlerini) eğlenceli buluyorum	0,541								
s4.TGF'ne katılımı bilgi kazanma ve kendini gelişme süreci olarak görüyorum.	0,525								
s5.TGF'nin iş harici konularda farklı beceriler kazandırdığını düşünüyorum.	0,662								
s6.TGF'ne katılanlar üst yöneticiler tarafından daha çabuk fark edilmektedirler		0,705							
s 7.TGF'ne katılan çalışanlar daha kısa sürede terfi almaktadırlar		0,803							
s8.TGF'ne katılanlar firmada iyi pozisyonlarda görev almaktadırlar		0,781							
s9.Bir üst göreve atama yapılacaksa,öncelikle TGF içinde yer almış kişiler değerlendirilmektedir		0,826							
s10.TGF'ne katılan çalışanlarda kariyer düşüncesinin baskın olduğunu gözlenmektedir		0,609							
s11.TGF'ne katılım hedeflenen pozisyonun bir gereği olarak görülmektedir		0,642							
s12.TGF ile firma içerisinde önemli bağlantılar edinilmektedir					0,66				
s13.TGF'ne katılanlar firma içerisinde kendilerine sosyal çevre oluşturmaktadırlar					0,83				
s14.TGF'ne katılan çalışanlar kendilerine yeni bir çevre edinmektedirler					0,77				
s16.TGF'ne katılım çalışanların iletişim becerisini artırıyor						0,43			
s17.TGF'ne katılım insanların etkileme ve ikna yeteneğini artırıyor						0,456			
s19.TGF'ne katılım özgüveni artırıyor						0,629			
s20.TGF'ne katılım kişisel gelişime katkı sağlıyor						0,665			
s21.TGF'ne katılım insanlara huzur veriyor							0,79		
s22.TGF'ne katılım stresten uzaklaştırıyor							0,742		
s23.TGF'ne katılım sevap kazandırıyor							0,718		
s24TGF'ne katılım topluma olan borcumuzu ödememizi sağlıyor							0,787		
s25.TGF'ne katılım hayırseverlik ve yardımlaşma duygusunu canlı tutmayı sağlıyor							0,846		
s26.TGF'ne katılım topluma örnek bireyler olmamızı sağlıyor							0,862		
s27.TGF'ne firmanın marka imajını güçlendirmek için katılmaktadır								0,715	
s28.TGF'ne firmayı tanıtmak için katılmaktadır								0,812	
s29.TGF'ne katılım kurumumuzda bir kültür olarak yerleşmiştir									0,519
s31.Firmalar TGF'ne katılımı mecbur tutmaktadır									0,555
s32.Çalışanlar TGF'ne katılım için kendilerini mecbur hissetmektedir									0,627
s34.TGF yürütülen bir işletmede çalışıyor olma düşüncesi beni mutlu ediyor			0,538						
s35.TGF'nde yer almayan bir grubun üyesi olmak istemem			0,768						
s36TGF'ne katılmayan arkadaşlarla aynı yerde çalışmak istemem			0,639						
s37.İmkân olması halinde TGF'nin daha yoğun yürütüldüğü bir başka işletmede çalışmak isterim			0,694						
s38.TGF işe bağlılığı artırıyor				0,789					
s39.TGF işyerine bağlılığı artırıyor				0,781					

Tablo 8: Değişkenlerin Faktör Analizi

Açılım Yöntemi: Temel bileşenler analizi. Rotasyon Yöntemi: Varimax ile Kaiser Normalizasyonu. Rotasyon 9 iterasyonda tamamlanmıştır.

5.6.4. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda 39 ifadeden oluşan ankette ölçeklerin cronbach alpha katsayısı en düşük 0,6856 olarak bulunmuştur. Bu değerler literatürle uyumlu sonuçlar içermektedir.¹⁹⁵ İlgili değerler Tablo 9’da verilmiştir.

5.6.5. KORELÂSYON ANALİZİ, ORTALAMA VE STANDART SAPMA DEĞERLERİ

Değişkenler arasındaki ilişkileri görmek için yapılan korelasyon analizi yapılmış ve bu analizden Tablo 15’te belirtilen sonuçlar elde edilmiştir.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.BOŞ VAKİT	1								
2.KARIYER	,465(**)	1							
3.SOSYAL ÇEV-RE-NETWORK	,505(**)	,508(**)	1						
4.KİŞİSEL GELİŞİM	,589(**)	,403(**)	,525(**)	1					
5.HAYİRSEVERLİK	,624(**)	,303(**)	,277(**)	,674(**)	1				
6.FİRMA TANITIMI	,202(*)	,398(**)	,272(**)	,378(**)	,432(**)	1			
7.SOSYAL BASKI	,263(**)	,456(**)	,281(**)	0,131	,289(**)	,375(**)	1		
8.AIDIYET DUY-GUSU	,430(**)	,442(**)	,334(**)	,444(**)	,507(**)	,368(**)	,465(**)	1	
9.BAĞLILIK	,422(**)	,377(**)	,320(**)	,530(**)	,551(**)	,388(**)	,348(**)	,880(**)	1

Tablo 9: Değişkenlerin Korelasyon Analizi Sonuçları

¹⁹⁵ Nunnally, J.C., Psychometric Theory, 2nd Edition, McGraw-Hill, 1978, S. 245

** 0.01 Seviyesinde Anlamlı Korelasyon (Çift Yönlü)

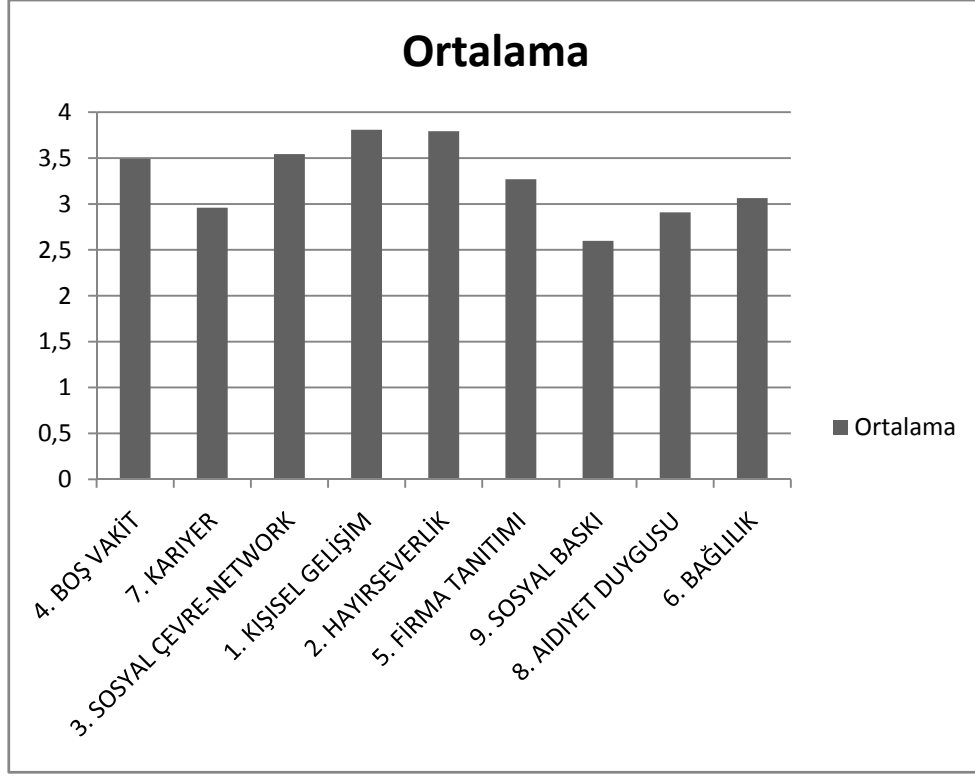
* 0.05 Seviyesinde Anlamlı Korelasyon (Çift Yönlü)

Korelasyon analizi sonucunda ele alınan değişkenlerin birbiriyle büyük oranda ilişkili çıkmış olduğu görülmüştür. Değişkenlerin standart sapmasının 1'in üzerinde olması durumu istenilen bir sonuç değildir. Yani standart sapmanın yüksek olması istenilmez. Bu anketteki değişkenlerin standart sapmasının 0,94049'un altında olması iyi bir sonuç olarak gözükmektedir. Ortalamalar Tablo.10'de verilmiştir.

	Denek Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
BOŞ VAKİT	102	3,4902	0,81069
KARIYER	102	2,9592	0,77766
SOSYAL ÇEVRE-NETWORK	102	3,5425	0,77064
KİŞİSEL GELİŞİM	102	3,8088	0,80082
HAYIRSEVERLİK	102	3,7922	0,80243
FİRMA TANITIMI	102	3,2696	0,94049
SOSYAL BASKI	102	2,598	0,81964
AIDIYET DUYGUSU	102	2,9085	0,77489
BAĞLILIK	102	3,0637	0,9299

Tablo 10: Değişkenlerin Ortalaması ve Standart Sapması

Değişkenlerin ortalamasına baktığımız zaman ortalaması en yüksek olanın 3,8088 ortalamayla kişisel gelişim olduğu görülmektedir. Bu da göstermektedir ki Toplum gönüllüleri faaliyetlerine katılanların çoğunluğu kişisel gelişime katkı sağlayacağı düşüncesiyle bu yapılanmada yer almaktadırlar.



Şekil 12: Değişkenlerin Ortalaması

Bir diğer sonuç da şudur ki TGF’ de yer alan katılımcıların büyük bir kısmı etik endişelerle hareket etmekte, 3,7922 ortalamaıyla hayırseverlik düşüncesiyle Toplum gönüllüsü olmaktadır. Sosyal çevre -network oluşturma gayesiyle katılanların oranı 3,5425’dir. Boş vakit değerlendirmek gayesiyle katılanlar ise 3,4902 ortalamaıyla, sosyal çevre-network oluşturma için katılanları takip etmektedir. Sırasıyla bunları; 3,2696 ortalamaıyla firma tanıtımına katkı, 3,0637 ortalamaıyla örgütsel bağlılık, 2,9592 ortalamaıyla kariyer terfi-yükselme, 2,9085 ortalamaıyla bir gruba aidiyet duygusu, 2,598 ortalamaıyla sosyal baskı takip etmektedir.

5.6.6 ANOVA ANALİZİ

	CİNSİYET	N	ORTALAMA	Std.Sap.
BOSVAKT	Erkek	65	3,4410	,89967
	Bayan	37	3,5766	,62681
KARIYER	Erkek	65	3,0077	,80764
	Bayan	37	2,8739	,72479
SOSCEV	Erkek	65	3,4923	,86624
	Bayan	37	3,6306	,56538
KISISEL	Erkek	65	3,7538	,88332
	Bayan	37	3,9054	,63012
HAYIRSV	Erkek	65	3,8277	,87026
	Bayan	37	3,7297	,67366
FTANITIM	Erkek	65	3,3923	,93747
	Bayan	37	3,0541	,91881
SOSBASKI	Erkek	65	2,7538	,76212
	Bayan	37	2,3243	,85522
AIDIYET	Erkek	65	3,0462	,79468
	Bayan	37	2,6667	,68381
BAGLILIK	Erkek	65	3,2154	,95185
	Bayan	37	2,7973	,83715

Tablo 11: Cinsiyete Göre Gruplar Arası Ortalamalar

	F	ANLAMLIILIK(Sig)	<i>t</i>	ANLAMLIILIK(Sig.2-yönlü)
BOSVAKT	1,862	,176	-,811	,420
KARIYER	,468	,495	,834	,406
SOSCEV	8,040	,006	-,871	,386
KISISEL	5,307	,023	-,918	,361
HAYIRSV	1,048	,308	,591	,556
FTANITIM	,348	,557	1,765	,081
SOSBASKI	1,311	,255	2,617	,010**
AIDIYET	,762	,385	2,435	,017*
BAGLILIK	,533	,467	2,225	,028*

Tablo 12: Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

H1 hipotezine göre cinsiyete göre farklılık olan değişkenlerden sosyal baskı, bir gruba aidiyet ve firmaya bağlılık arasında anlamlı farklılıklar olduğu diğer kriterler açısından ise anlamlı farklılıklar olmadığı tespit edilmiştir

	YAŞ	N	ORTALAMA	Std. Sapma
BOSVAKT	≥ 31	36	3,5926	,79327
	< 31	65	3,4359	,82690
KARIYER	≥ 31	36	3,0139	,77600
	< 31	65	2,9462	,77678
SOSCEV	≥ 31	36	3,5278	,75330
	< 31	65	3,5487	,79151
KISISEL	≥ 31	36	4,0347	,70749
	< 31	65	3,6846	,83301
HAYIRSV	≥ 31	36	3,9389	,78532
	< 31	65	3,7200	,80994
FTANITIM	≥ 31	36	3,5278	,85310
	< 31	65	3,1154	,96327
SOSBASKI	≥ 31	36	2,6204	,67684
	< 31	65	2,6103	,87712
AIDIYET	≥ 31	36	3,1111	,62361
	< 31	65	2,7923	,83491
BAGLILIK	≥ 31	36	3,2361	,79719
	< 31	65	2,9615	,99337

Tablo 13: Yaş'a Göre Gruplar Arası Ortalamalar

	F	ANLAMLILIK(Sig)	<i>t</i>	ANLAMLILIK(Sig.2-yönlü)
BOSVAKT	,000	,983	,925	,357
KARIYER	,017	,897	,420	,675
SOSCEV	,071	,791	-,130	,897
KISISEL	1,628	,205	2,131	,036*
HAYIRSV	,077	,783	1,315	,192
FTANITIM	,591	,444	2,144	,034*
SOSBASKI	1,911	,170	,060	,952
AIDIYET	2,094	,151	2,001	,048*
BAGLILIK	,399	,529	1,423	,158

Tablo 14: Yaşa Göre Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

H2 hipotezine göre yaşa göre farklılık olan değişkenlerden kişisel gelişim, firma tanıtımı ve bir gruba aidiyet düşüncesi arasında anlamlı farklılıklar olduğu, diğer kriterler açısından ise anlamlı farklılıklar olmadığı tespit edilmiştir

Hipotezlere ilişkin özet bilgiler aşağıda Tablo 15’de gösterilmiştir.

	HİPOTEZLER	KRİTER	KABUL / RED
CİNSİYET	H11	BOSVAKT	RED
	H12	KARIYER	RED
	H13	SOSCEV	RED
	H14	KISISSEL	RED
	H15	HAYIRSV	RED
	H16	FTANITIM	RED
	H17	SOSBASKI	KABUL ($p<0,01$)
	H18	AIDIYET	KABUL ($p<0,05$)
	H19	BAGLILIK	KABUL ($p<0,05$)
YAŞ	H21	BOSVAKT	RED
	H22	KARIYER	RED
	H23	SOSCEV	RED
	H24	KISISSEL	KABUL ($p<0,05$)
	H25	HAYIRSV	RED
	H26	FTANITIM	KABUL ($p<0,05$)
	H27	SOSBASKI	RED
	H28	AIDIYET	KABUL ($p<0,05$)
	H29	BAGLILIK	RED

Tablo 15: Hipotez Kabul / Red Tablosu

5.7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Bu araştırmada anketi cevaplayanlar toplum gönüllülerine katılmalarına sebep olarak; kariyer (terfi-yükselme), boş vakitlerini değerlendirme-hobi, sosyal çevre-network oluşturma, kişisel gelişim, etik kaygı- hayırseverlik, firma tanıtımına katkı-sosyal baskı, bir gruba aidiyet düşüncesi ve örgütsel bağıllık gibi kriterler baz alınarak iki temel hipotez test edilmiştir. Cinsiyete göre yapılan değerlendirmelerde anlamlı çıkanlar sosyal baskı aidiyet, bağıllık değişkenleridir. Yaşa göre yapılan değerlendirmelerde anlamlı çıkanlar kişisel gelişim, firma tanıtım ve aidiyet duygusudur.

Anket sonuçları göstermektedir ki toplum gönüllüleri faaliyetlerine katılanların çoğunluğu kişisel gelişime katkı sağlayacağı düşüncesiyle bu yapılanmada yer almaktadır. Bir diğeri sonuçta şudur ki TGF' de yer alan katılımcıların büyük bir kısmı ahlaki kaygılarla hareket etmekte, hayırseverlik düşüncesiyle Toplum gönüllüsü olmaktadır. Burada ahlaki düşüncenin; hayırseverlik düşüncesinin olması anket öncesi görüşülen kişilerin kariyer beklentisi yüzünden toplum gönüllüleri faaliyetlerine katılıyorum şeklindeki ifadeleriyle tezat oluşturmaktadır. Çünkü katılımcıların TGF' de yer alma sebeplerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu araştırmada, uygulanan 9 değişkenli ankette, kariyer beklentisini 7. sırada seçmiş olmaları bu tezadın en büyük kaynağıdır. Yapılan bu araştırma göstermiştir ki katılımcılar kariyer beklentisi ile değil daha çok kendini geliştirme, hayırseverlik, sosyal çevre oluşturma ve benzeri maksatlarla bu faaliyetlere katılmaktadırlar. Cinsiyete göre yapılan *t* testi analizlerinde de kariyer beklentisi yönünden erkek ve bayanlar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı gibi, yaş bakımından yapılan *t* testi analizinde de anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Cinsiyete göre yapılan *t* testi analizlerinde sosyal baskı, aidiyet, bağıllık değişkenlerinde erkeklerle kadınlar arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Erkekler sosyal baskıyı kadınlara göre daha fazla hissetmektedirler. Bunun sebeplerinden bir tanesi erkek çalışanların aile geçindirme düşüncesinden kaynaklanabilir. Ayrıca anketi cevaplayan kadın sayısının erkeklere oranla az olması da bu sonuçta etken olabilir. Aidiyet düşüncesi olarak erkek çalışanlar kadınlara oranla daha fazla bir gruba ait olma fikrini taşımaktadırlar. Toplum gönüllüleri faaliyetlerinde takım çalışması gerektiğinden sonucun böyle çıkması ma-

nidardır. İŖe ve iŖyerine bağlılık yani örgütsel bağlılık açısından erkeklerin ortalaması kadınlardan daha yüksektir.

YaŖa göre yapılan *t* testi analizlerinde kiŖisel geliŖim, firma tanıtım ve aidiyet duygusu arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. YaŖ ortalaması 31'in üzerinde olan katılımcılar kiŖisel geliŖime, yaŖ ortalaması 31 'in altında olanlara oranla daha fazla önem vermektedir. Yine tablo incelendiğinde görülecektir ki firma tanıtımına katkı, 31 yaŖın üzerindekielerde 31 yaŖ altındakilere göre daha çok mühimdir.31 yaŖ üzeri alıŖanlarda firmaya aidiyet duygusu, 31 yaŖın altındaki alıŖanlara oranla daha yüksektir. YaŖa göre yapılan *t* testi analizlerinde anlamlı farklılıklar bulunanlara bakıldığında 31 yaŖ üzerindekielerle 31 yaŖ altındakilerin verdikleri cevaplarda deėiŖikler olduğu görülmüŖtür.

AraŖtırma sonucunda ortaya çıkan en anlamlı sonuç Toplum Gönüllüleri gibi gerçekten "gönüllü" yapılması gereken bir faaliyette yer alanların kiŖisel geliŖimlerinin yanında hayırsever düşüncelerinin devam ediyor olması ve ahlaki endiŖelerle insanların bu organizasyonlarda yer almalarıdır.

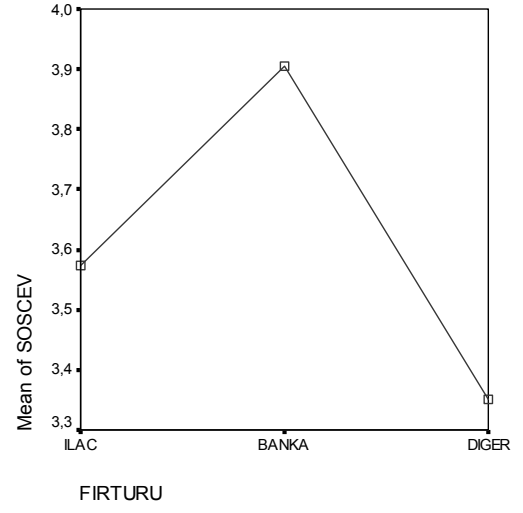
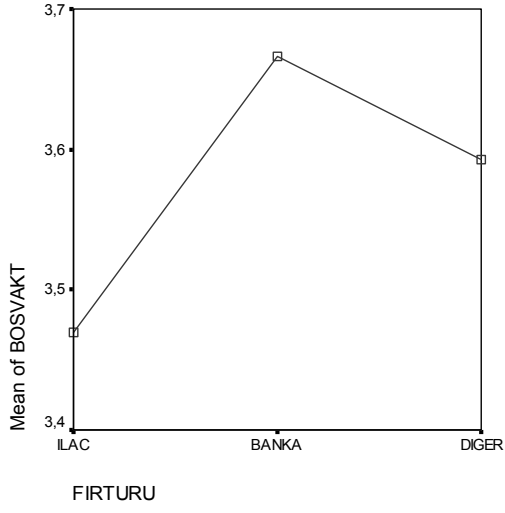
Bundan sonra bu Ŗekilde anket düzenleyecek olanlara yapılabilecek tavsiye anket dönemini iyi ayarlamaları olacaktır. Anket için ayrılan süreyi en az 2 aya çıkarmaları katılımcı sayısını ciddi manada arttıracaktır. Sürenin sınırlı olması deneklerin geri dönüşümünü azaltmaktadır.

5.8. HİPOTEZLENDİRİLMEMİŞ SONUÇLAR

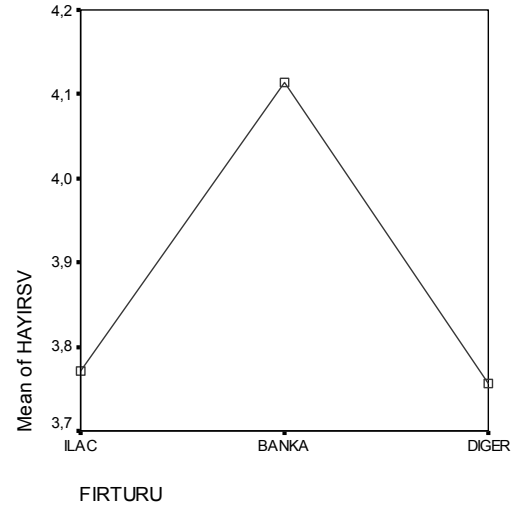
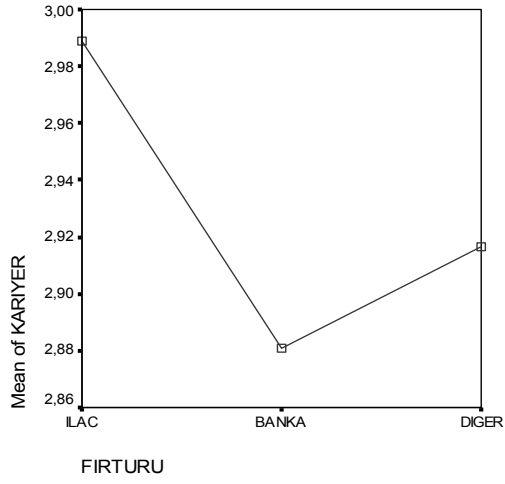
Sektörlere göre yapılan analizde grafiksel bazda şu sonuçlar elde edilmiştir:

Şekil 13: Hipotezlendirilmemiş Sonuçlar

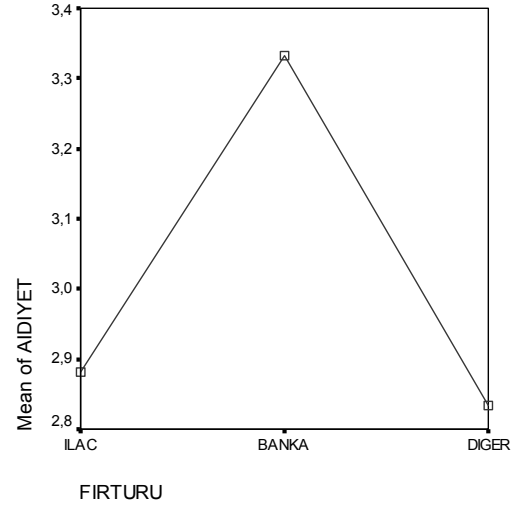
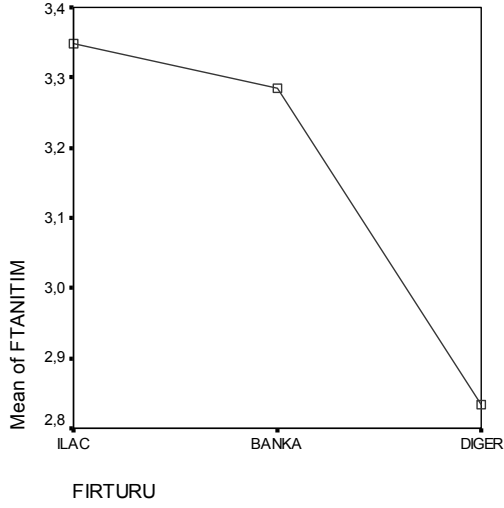
a



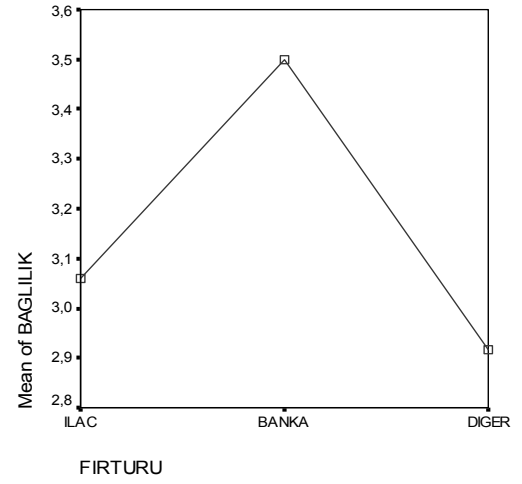
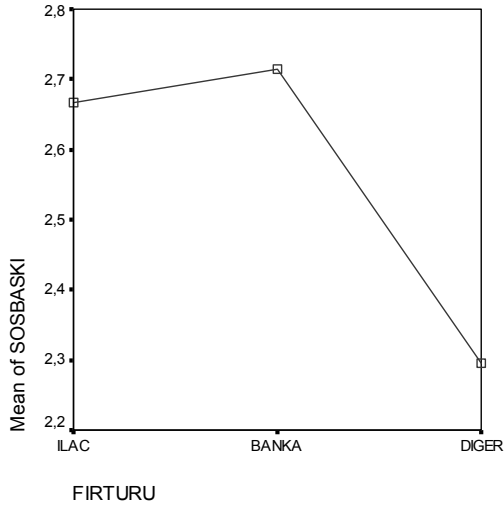
b



c



d



Hipotezlenilmemiş sonuçlar firma türüne göre incelendiğinde görülecektir ki ilaç sektörü çalışanlarının anket sonuçları banka ve anket cevaplayan diğer sektör çalışanlarının anket sonuçlarına göre farklılıklar göstermektedir.

Banka sektörü çalışanları; boş vakit değerlendirme, sosyal çevre network oluşturma, firmaya bağlılık, hayırseverlik bir gruba aidiyet gibi düşüncelerle TGF'nde yer alırken İlaç sektörü çalışanlarının TGF'ye katılımlarının daha çok kariyer beklentisiyle olduğu görülmektedir. Ayrıca firma tanıtımı gayesiyle TGF'de yer aldığını ifade edenlerin ilaç

sektöründe, banka ve diğer sektörler göre fazla olması da anlamlıdır. Bir gruba aidiyet duygusuyla TGF'ye katılanlar tüm sektörler içinde en fazla banka çalışanlarında görülmektedir. TGF' ye boş vakit değerlendirme gayesiyle katılanlar ağırlıklı olarak banka sektöründen çıkmış, bunu diğerleri ve ilaç sektörü takip etmekteyken kariyer beklentisiyle TGF' ye katılanların oranı en az banka çalışanlarında görülmektedir.

KAYNAKÇA

Aktan, C.C.-Börü, D. , ‘‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk’’,Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, (Editör: Aktan,C.C), İgiad Yayınları, İstanbul, 2007

Aktan, C. C.-Vural, İ.Y. , ‘‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler’’,Ç. İşveren Dergisi, Mayıs 2007 Sayı 3, Cilt 21

Aktan, C.C., Börü, D., ‘‘ Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düşüncesinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi’’

<http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsal-sosyal/ortaya-cikis.htm>

Aktan, C.C. ,İş Ahlakı Ve Sosyal Sorumluluk Kavramı,

http://www.canaktan.org/canaktan_personal/canaktan-arastirmalari/toplam-ahlak/aktan-is-ahlaki.pdf Erişim Tarihi: 20.07.2009

Anstead, M. , ‘‘A Standard Check-Up’’, *Director*, 52 10, 1999 naklen: Aydemir, M., ‘‘İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı’’, Aktan, C.C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007

Ararat, M.- Göcenoğlu ,C.,‘‘Drivers for Sustainable Corporate Responsibility, Case of Turkey’’, November 2006, For MENA Development Forum

Arslan, M. , İş ve Meslek Ahlakı, Ankara, Nobel Yayınları, 2001

Aslantepe, G. , ‘‘Kesimlerin Aktif ve İstekli Katılımları, ILO-IPEC Programı’nın Türkiye’deki Başarısına Önemli Katkıda Bulunmuştur’’, İşveren, TİSK, 37, 1999. Aydemir, M. ‘‘İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı’’, Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007

Ay, Ü. , İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk, Adana, Nobel Yayınları, 2003

Aydede, C. , Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kapital/Mediacat Kitapları, İstanbul,2007

Aydemir, M. “İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007

Aydıntan,B. , Küresel İlkeler sözleşmesine Katılan Türk Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Karşılaştırmalı Analizi”, ODTÜ Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, 3-6 Eylül 2008, www.mskongre.org/doc/belginaydintan.doc

Bayrak, S. , İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk,1. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2001

Bayıksel , Ş.Ö. , “Sorumluluk Yarışının Yeni Oyuncuları” ,Capital Dergisi, 1 Mart2009

Bilim Ailem Dergisi, “Gönüllü Yönetim Modeli Yenilendi, ”Haziran 2009,Sayı 06

Büyüksulu, A.R. , “Avrupa Birliği Yeşil Dosyası: İşletme Sosyal Sorumluluğu (The Corporate Social Responsibility -CSR)”Tisk İşveren Dergisi, Sayı 3, Aralık 2001

Carroll, A. B. , “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward”, Business Horizons, Vol. 34 Issue 4, Naklen: Top S.-Öner A. , “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008

Çelik, A. , “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Ed: Aktan, C.C.), İgiad Yayınları, İstanbul, 2007

Çerik, Ş. , Özarslan, E. , “Çalışanların Sosyal Sorumluluk Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir uygulama”. Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 8, SAYI 2, Temmuz-2008

Dalyan, F.-Gökbel, S. A. , ‘‘İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: İMKB’de İşlem Gören Bankaların Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ve Karlılıkları Arasındaki İlişki’’, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1627, Eskişehir, 2005

Demir, H.-Songür N. ,’’Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı’’, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 2, Sayı:3, Yıl 1999

Dinçer, Ö. , Stratejik yönetim ve işletme politikası, 5. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1998

Dinçer Ö.- Fidan Y. , İşletme Yönetimine Giriş, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2003

Echikson, W. , ‘‘It’s Europe’s Turn to Sweat About Sweatshops’’, *Business Week*, 3638, 1999 Naklen: Aydemir, M. ‘‘İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı’’, Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007

Economist, ‘‘Sweatshop Wars’’, 350 8108, 1999’den naklen: Aydemir, M. ‘‘İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı’’,: Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007

Economist, ‘‘The Power of Publicity’’, 349 8097, Human-Rights Law Survey, 1998 naklen Aydemir, M. ‘‘İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı’’,: Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007

Ekonomiçeskaya Gazeta, ‘‘Sotsialnaya Otvetstvennost Biznesa’’24.05.2005

http://www.neg.by/publication/2005_05_24_5691.html Erişim Tarihi:10.07.2009

Eren, E. , Yönetim ve Organizasyon, 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1996

Eren, E. , İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim, Küre ajans, İstanbul, 1990

Erol E. , Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2002

Eren, E. ,Stratejik Yönetim, Anadolu Üniversitesi Yayınları, no: 1491, 3.Baskı, Eskişehir, Ağustos 2006

Fisher, J. ,“Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts”, Journal of Business Ethics, 2004’den naklen: Özarslan, E., Sosyal Sorumluluk Projelerinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, 2006

Garriga, E.- Melé, D.. “Corporate social responsibility theories: Mapping the territory”, Journal of Business Ethics, Cilt. 53, 2004 aktaran:Bay, E., İsteğe bağlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bileşeninin Türkiye Kapsamında İncelenmesi,(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul, 2006

Göztaş, A.- Baytekin, E. P. , “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Çocukların Bilinçlendirilmesi ve Eğitimi-Türkiye’den Bir Uygulama Örneği: Aygaz ‘Dikkatli Çocuk’ Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası”, Journal of Yasar University, NO13, VOL 4, Ocak 2009 http://joy.yasar.edu.tr/makale/no13_vol4/06_goztas_baytekin.pdf, Erişim Tarihi: 01.07.2009

Güder, N.- ÖSGD, STK’lar İçin Gönüllülük Ve Gönüllü Yönetimi Rehberi, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, Ankara, 2006

Gümüş, M-Öksüz, B. , “İtibar Sürecinde Kilit Rol: Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi”, Journal of Yasar University, NO14_VOL4, Nisan 2009, http://joy.yasar.edu.tr/makale/no14_vol4/03-gumus_oksuz.pdf Erişim Tarihi:10.07.2009

Grunig, J., E., (Ed.), Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Çev.: Elif Özsayar, Rota Yay, İstanbul, 2005 Aktaran: Karpat Aktuğlu, Temiztürk, “Bir Halkla İlişkiler Faaliyeti Olarak Kurum İçi Gönüllü Çalışma Grupları ve Bu Grupların Örgütsel İletişim Sürecinde Kullandığı İletişim Yöntem ve Araçlarının Analizi”, 2.Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu Bildiriler, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fak.,27-28 Nisan 2006

Gültekin, N. , ‘‘İşletmenin Sosyal Başarisında Sosyal Sorumluluğun Rolü ve Gap Bölgesi Yöneticilerinin Sosyal Sorumluluk Anlayışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma’’, (Yayınlanmamış Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003)

Göcenoglu, C- Girgin K.Z. , ‘‘Kurumsal Yönetişimin Türkiye’deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Olan Etkileri’’, 4. Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi-13-14 Mayıs 2005 Kurumsal Yönetim Bildiri Kitabı, TOBB ETÜ Yayınları, Ankara, 2005

Göcenoglu, C- Onan, I. , Türkiye’de Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, 2008

Hatiboğlu, Z. , İşletmelerde Stratejik Yönetim, Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri, İstanbul, 1995

Hodgetts, R. M. , Yönetim Teori, Süreç ve Uygulama, 2. Bası, Beta Basım Yayım Dağıtım A.ř., İstanbul, 1999

http://europa.eu/index_en.htm

<http://www.ueapme.com>

Bilim İlaç Portal, <http://bilepprd.bilfar.net.tr/irj/portal> (Çevrimiçi) Erişim Tarihi: 24.08.2009

Karpat Aktuğlu, I. , Temiztürk, B. , ‘‘Bir Halkla İlişkiler Faaliyeti Olarak Kurum İçi Gönüllü Çalışma Grupları ve Bu Grupların Örgütsel İletişim Sürecinde Kullandığı İletişim Yöntem ve Araçlarının Analizi’’, 2.Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu Bildiriler, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kocaeli,27-28 Nisan 2006

Koçel, T. , İşletme Yöneticiliği, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1998

Koçel, T. , İşletme Yöneticiliği Yönetim ve Organizasyon Organizasyonlarda Davranış Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar, Genişletilmiş 9. Bası, Beta Basım Yayım Dağıtım A.ř., İstanbul, 2003

Kotler, P.-Nancy, N. , Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kapital/MediaCat Kitapları, Çev: Sibel Kaçamak, İstanbul, 2006

Maignan, I. – Ferrell, O.C.-Ferrell, L, A Stakeholder Model For Implementing Social Responsibility in Marketing, European Journal of Management, 39 (9/10) naklen: Mustafayeva, L., Sosyal Sorumluluk İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi), Kütahya, 2007

Mutlu, E.C. , Uluslararası İşletmecilik, 1. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 1999

Nalbant, Z.E., ‘‘İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı’’, Yönetim ve Ekonomi- Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Yıl:2005 Cilt:12 Say 1. Manisa

Özalp, İ.-Tonus, Z.,’’ Paydaş Teorisi (Stakeholder Theory) ve Freeman, Donaldson- Preston, Mitchell- Angle-Wood ve Carroll’un Paydaş Teorisine Yaklaşımlarının İncelenmesi’’, 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri Kitabı, Afyon, 2003

Özalp, İ.-Tonus, H.Z.-Sarıkaya M., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/:8- Sayı/No:1, 2008

Özdönmez, M- Akesen, A- Ekizoğlu, A. , Yönetim Ve Organizasyon, İstanbul Üniversitesi Basımevi, İstanbul 1998

Özdem , Ş.- Yaman, R.F.,’’Afyon’daki Yerel ve Ulusal Perakendecilerde Çalışan Satış Elemanlarının İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Açısından Karşılaştırılması’’, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İ.B. Fakültesi Dergisi, Y.2008, C.13

Özkan, E. , ‘‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firmaların Pazarlama Başarısındaki Yeri’’, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2004

Pigé, B., Pigé, B., “Stakeholder Theory and Corporate Governance: The Nature of the Board Information “ Journal of Contemporary Management Issues, 71, 2002, <http://www.efst.hr/management/vol7no1.html>

Pringle H. , Thompson M. , Marka Ruhu-Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Marka Yaratmak,Çev:Zeynep Yelce,Canan Feyyat, Scala Yayıncılık,1.baskı, Ocak 2000

Steiner, G. A.- Steiner, J. F. , Business, Government and Society: A Managerial Perspective, McGraw-Hill Irwin, New York, 2006

Şen, A.-Kaleli, N. , “Bilgi Toplumu İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk”
http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=428

T.C. Anayasası

Tarantino, D. A., “Principled Business Leadership”, Vital Speeches of the Day, 64 18, 1998 naklen: Aydemir, M. , “İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, Aktan, C. C. (Editör), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İgiad Yayını. 2007

Tatari, B. , Kurumların Toplumla İlişkisinde Yükselen Değer: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İzmir Ticaret Odası Yayını, Aralık 2003

TEGV Eğitim Gönüllüleri Dergisi, “Gençlik, Gönüllülük ve Sosyal Sermaye Araştırması”, Mart 2009

TEGV “Türkiye’de Gençlik, Gönüllülük ve Sosyal Sermaye Araştırması”
http://www.tegv.org/cme/articlefiles/196-TEGV_Gonulluluk_Arastirmasi_Sunumu.pdf
(Erişim Tarihi:23.08.2009)

Top S.-Öner A. , “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008

Torlak, Ö. , Pazarlama Ahlakı-Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi, Beta Yayınevi, İstanbul, 2003

Uslu, A- Gambarov, V- Başçı, A. ,’’Türkiye’de Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına ve Sosyal Açıdan Sorumlu Şirketlere Karşı Tutumu’’, ODTÜ Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, 3-6 Eylül 2008, www.mskongre.org/doc/ayparuslu.doc Erişim T. ; 24.07.2009

Usta, R.-Çalış, M., SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ve Qfd Bildirisi, 2.Ulusal Kalite Göçerimi Sempozyumu-19.03.2000- <http://www.qfdturkiye.org/bildiriler.asp> (Erişim T: 23.08.2009

www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=428 Erişim: (27.08.2009)

Türk Dil Kurumu Sözlüğü, www.tdk.gov.tr (Erişim tarihi:14.07.2009)

www.sa-intl.org (Erişim:13.07.2009)

www.saasaccreditation.org/accredcertbodies.htm

www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=747 (Erişim:13.07.2009)

www.saasaccreditation.org/certifacilitieslist.htm

Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı, www.tegv.org.tr

www.turkcebilgi.net/cesitli/proje-yonetimi/sosyal-sorumluluk-yonetim-sistemi-socialaccountability-8000--8054.html

Toplum Gönüllüleri Vakfı,

www.tog.org.tr/abs/templates/bos_sayfa.asp?articleid=150&zoneid=60

www.art4development.net/gonulluluk.html

Özel Sektör Gönüllüleri Derneği, www.osgd.org

Yaman, Y. “Gönüllülük Psikolojisi ve Gönüllü Yönetimi”, Sivil Toplum Kuruluşları İçin Yönetim Rehberi, Kaknüs Yayınları, İstanbul, 2005

Yozgat, O. , İşletme Yönetimi, Met-Er Matbaası, 5. Baskı, İstanbul, 1983

Yurttagüler L.- Akyüz A. , Gönüllülerle İşbirliği, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 151, 1.Baskı, İstanbul, Kasım 2006

Zoroğlu, E. , Türk Otomotiv Sektöründe Sosyal Sorumluluk Uygulamaları, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2001)



T.C. BEYKENT ÜNİVERSİTESİ

Bu araştırma, çalışanların Toplum Gönüllüleri Faaliyetlerine Katılımına ilişkin olarak yüksek lisans tezi kapsamında yapılmaktadır. Elde edilen veriler tamamen akademik amaçlı kullanılacak olup, göstereceğiniz hassasiyet çalışmamızın tamamlanması, geçerliliği ve güvenilirliği için büyük önem taşımaktadır. Yaklaşık 10 dakikanızı ayırarak vereceğiniz içten cevaplara ve yakın ilginize şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dilerim.

Doç.Dr. Ramazan KAYNAK

Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü İşletme Fakültesi
Çayırova Kampusu No.101 (PK.141) 41400 Gebze- Kocaeli-Türkiye
Faks:0(262) 654 32 24, Tel: 0(262) 605 14 27, GSM: 0533 665 55 15,
E-posta: kaynak@gyte.edu.tr

Murat VEYİSOĞLU

Yüksek Lisans Öğrencisi
muratv@gmail.com
0533 5243624

AŞAĞIDAKİ SORULAR **TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ FAALİYETLERİ** İLE İLGİLİDİR.

Sizce insanların Toplum gönüllüleri faaliyetleri (TGF) katılımında aşağıdaki etkenler ne kadar rol oynuyor?

1=Kesinlikle KATIL-MI-YORUM; 2= KATIL-MI-YORUM; 3=Fikrim Yok; 4= KATILYORUM; 5= Kesinlikle KATILYORUM

İşaretleme örneği 1 2 3 4 5

	1	2	3	4	5
TGF'ni (Toplum gönüllüleri faaliyetlerini) eğlenceli buluyorum	1	2	3	4	5
TGF'ni bir hobi olarak görüyorum	1	2	3	4	5
Boş vaktimi TGF ile dolduruyorum	1	2	3	4	5
TGF'ne katılımı bilgi kazanma ve kendini gelişme süreci olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
TGF'nin iş harici konularda farklı beceriler kazandırdığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
TGF'ne katılanlar üst yöneticiler tarafından daha çabuk fark edilmektedirler	1	2	3	4	5
TGF'ne katılan çalışanlar daha kısa sürede terfi almaktadırlar	1	2	3	4	5
TGF'ne katılanlar firmada iyi pozisyonlarda görev almaktadırlar	1	2	3	4	5
Bir üst göreve atama yapılacaksa, öncelikle TGF içinde yer almış kişiler değerlendirilmektedir	1	2	3	4	5
TGF'ne katılan çalışanlarda kariyer düşüncesinin baskın olduğunu gözlenmektedir	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım hedeflenen pozisyonun bir gereği olarak görülmektedir	1	2	3	4	5
TGF ile firma içerisinde önemli bağlantılar edinilmektedir	1	2	3	4	5

TGF'ne katılanlar firma içerisinde kendilerine sosyal çevre oluşturmaktadırlar	1	2	3	4	5
TGF'ne katılan çalışanlar kendilerine yeni bir çevre edinmektedirler	1	2	3	4	5
TGF'ne katılımı temel amaç firmanın üst kademe yöneticileriyle bağlantı kurmaktır	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım çalışanların iletişim becerisini artırıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım insanların etkileme ve ikna yeteneğini artırıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım farklı alanlardan eğitim almaya olanak sağlıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım özgüveni artırıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım kişisel gelişime katkı sağlıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım insanlara huzur veriyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım stresten uzaklaştırıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım sevap kazandırıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım topluma olan borcumuzu ödememizi sağlıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım hayırseverlik ve yardımlaşma duygusunu canlı tutmayı sağlıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım topluma örnek bireyler olmamızı sağlıyor	1	2	3	4	5
TGF'ne firmanın marka imajını güçlendirmek için katılmaktadır	1	2	3	4	5
TGF'ne firmayı tanıtmak için katılmaktadır	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım kurumumuzda bir kültür olarak yerleşmiştir	1	2	3	4	5
TGF'ne katılım sosyal sorumluluk çerçevesinde desteklenmektedir	1	2	3	4	5
Firmalar TGF'ne katılımı mecbur tutmaktadır	1	2	3	4	5
Çalışanlar TGF'ne katılım için kendilerini mecbur hissetmektedir	1	2	3	4	5
TGF yürüten bir grup içinde yer alma düşüncesi beni mutlu ediyor	1	2	3	4	5
TGF yürütülen bir işletmede çalışıyor olma düşüncesi beni mutlu ediyor	1	2	3	4	5
TGF'nde yer almayan bir grubun üyesi olmak istemem	1	2	3	4	5
TGF'ne katılmayan arkadaşlarla aynı yerde çalışmak istemem	1	2	3	4	5
İmkân olması halinde TGF'nin daha yoğun yürütüldüğü bir başka işletmede çalışmak isterim	1	2	3	4	5
TGF işe bağlılığı artırıyor	1	2	3	4	5
TGF işyerine bağlılığı artırıyor	1	2	3	4	5

Yaşınız:

Cinsiyetiniz: a) Erkek b) Kadın

Çalıştığınız firmanın adı:.....

Eğitim durumunuz: a) İlköğretim b) Lise c) Yüksekokul (2yıl) d) Lisans (4yıllık) e) Yüksek lisans d) Doktora

Mesleğiniz:.....

Firmadaki pozisyonunuz:.....

Kaç yıldır Bu firmada çalışıyorsunuz:

GÖSTERDİĞİNİZ YAKIN İLGİYE TEŞEKKÜRLERİMİZİ SUNARIZ.

ÖZGEÇMİŞ

Aslen Giresun / Alucra'lı olup 1975 yılında İstanbul'da doğdum. Beyoğlu Ticaret Lisesini bitirdikten sonra kaydolduğum Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümünden 1997 yılında mezun oldum. Bir buçuk yıl Tarih-Sosyal Bilgiler Öğretmenliği yaptıktan sonra, askerliğimi kısa dönem olarak İzmir'de tamamladım. 1999 yılından beri özel şirkette çalışmaktayım. 2007 yılında Beykent Üniversitesi İşletme Yönetimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans eğitimine başladım

Özel ilgi alanlarım tarih, popüler tarih, popüler kültür ve satış pazarlama ile yönetim süreçleri ve kişilik analizidir.

Yabancı dilim İngilizce olup evli ve 2 çocuk babasıyım.

Murat VEYİSOĞLU