KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK (KSS)

Atatürk Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

KURUMSAL İLETİŞİM YÖNETİMİ

Prof. Dr.
Mustafa AKDAĞ

ÜNİTE
10

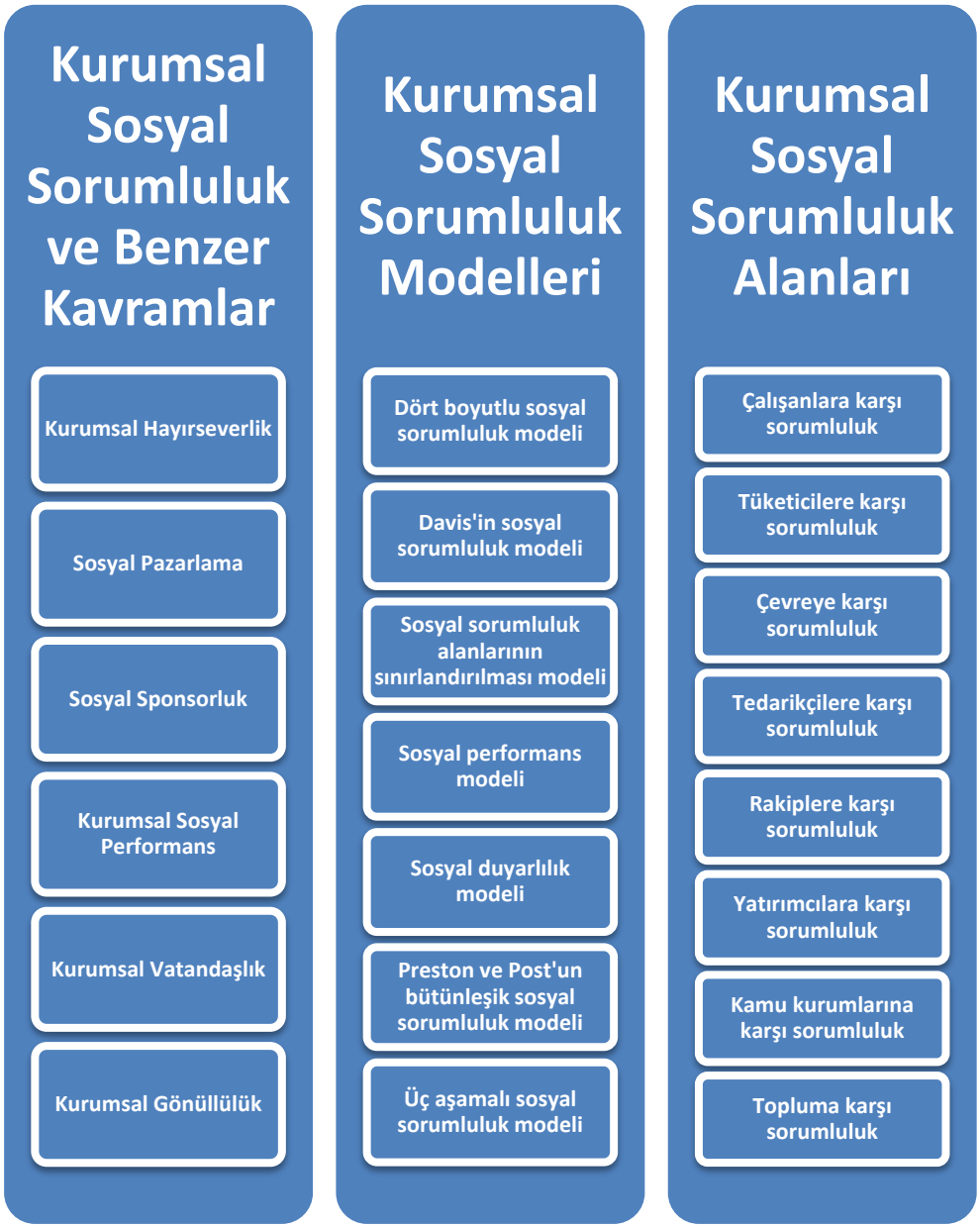
İÇİNDEKİLER

- KSS Kavramı
- KSSnin Önemi
- KSS Kavramını Ortaya Çıkaran Etmenler
- KSS ve Benzer Kavramlar
- KSS Modelleri
- KSS Alanları

HEDEFLER

- Bu üniteyi çalıştıktan sonra;
  - Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını tanıyabilecek ve önemini kavrayabilecek,
  - KSS kavramının ortaya çıkmasındaki unsurları anlayabilecek,
  - KSS ve benzer kavramların ayırımı yapabilecek,
  - KSS modelleri ve alanları hakkında detaylı bilgi sahibi olabileceksiniz.

© Bu ünitenin tüm yayın hakları Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi'ne aittir. Yazılı izin alınmadan ünitenin tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.


Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Benzer Kavramlar
Kurumsal Hayırseverlik
Sosyal Pazarlama
Sosyal Sponsorluk
Kurumsal Sosyal Performans
Kurumsal Vatandaşlık
Kurumsal Gönüllülük
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri
Dört boyutlu sosyal sorumluluk modeli
Davis'in sosyal sorumluluk modeli
Sosyal sorumluluk alanlarının sınırlandırılması modeli
Sosyal performans modeli
Sosyal duyarlılık modeli
Preston ve Post'un bütünleşik sosyal sorumluluk modeli
Üç aşamalı sosyal sorumluluk modeli
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları
Çalışanlara karşı sorumluluk
Tüketicilere karşı sorumluluk
Çevreye karşı sorumluluk
Tedarikçilere karşı sorumluluk
Rakiplere karşı sorumluluk
Yatırımcılara karşı sorumluluk
Kamu kurumlarına karşı sorumluluk
Topluma karşı sorumluluk

GİRİŞ

Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin örgüt ile birbirini tamamlayan bir niteliğe sahip olması gerekmektedir. Örgütlerin itibarı açısından örgütlerin faaliyet alanlarıyla sosyal sorumluluk alanlarının paralellik taşıması ayrıca önem taşımaktadır (Güllüpunar, 2012). Tabii ki bu sadece uygulama alanlarında sosyal sorumluluk çalışmaları yapılabilir şeklinde değerlendirilmemelidir. Toplumun yararına ortaya konulabilecek her türlü faaliyet, örgütün toplumla var olmasının doğal gereğidir. Toplumsal yaraların sarılmasında veya toplumsal fayda konusunda duyarlı olan bir örgüt elbette toplum nezdinde bir adım önde olacaktır. Bu da örgütün imaj ve itibarını olumlu etkileyecek ve örgüt adına yapılan çalışma ve faaliyetlerde de toplumun dikkate alınmasını da beraberinde getirecektir.

Bu doğrultuda örgütler, topluma karşı sorumlu olma, tüketiciye kaliteli ürün ve hizmet getirmenin yanı sıra hem örgüt içi hem örgüt dışı çevrelerin ihtiyaçlarının karşılama noktasında bir dizi kültürel, sanatsal, bilimsel ve eğitsel faaliyetler aracılığıyla topluma ve toplumsal bilince destek olmaktadır. Toplum sağlığına veya spora verilen ya da uğranılan felaketler veya afetler karşısında adeta yarışırcasına ortaya konulan destekler bu sorumluluk kapsamındadır (Çamdereli, 2005). Toplum, örgütlerin sosyal sorumluluk adına yapacakları her türlü çalışmayı takip etmekte ve örgütle ilgili hafızalarında yer edinen resmi hep öyle hatırlamaktadır. Toplum hafızası güçlüdür ve bunların hiçbiri unutulmamaktadır. Bu yüzden toplumla var olan örgütler, toplumda var olmaya devam etmek için toplumun hassas olduğu ve yararına olan konularda daha dikkatli ve özenle hareket etmek durumundadırlar.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Topluma fayda sağlayacak gönüllü ticari uygulamaların ve örgüt kaynaklarının desteğini meydana çıkarabilecek kurumsal faaliyet olan (Pira, 2005) kurumsal sosyal sorumluluk, bir başka deyişle, örgütlerin kendi menfaatlerinin yanı sıra bir bütün olarak toplumun huzurunun sağlanması ve artmasına ilişkin faaliyetlerin yerine getirilmesiyle ilişkili bir yükümlülüktür (Üzün, 2000).



1960'lı yıllar:
İşçi hakları,
asgari ücret,
çevreye duyarlı üretim,
tüketici hakları,
sigortalı çalışma.

Bir başka tanımda ise, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, kurumsal yönetim hususunda olduğu gibi gönüllülük temeline dayalı olarak, sosyal ve çevresel hassasiyetlerin ve örgüt faaliyetlerinin satın alma, üretim ve Ar-Ge vb. her süreçte dikkate alınması gereken, örgüt kârlılığına da desteği olan esas iş değeri ve stratejisi olarak ele alınmaktadır. Örgüt imajı, halkla ilişkiler, çevresel sorumluluk, davalar, hükümetle ilişkiler, çalışanların motivasyonu hususlarıyla gerçek anlamda kurumsal sosyal sorumluluk, bir örgütün ekonomik ve çevresel bir şekilde çalışırken paydaşlarının ilgi ve duyarlılıklarını da paylaşması konusundaki yükümlülükleridir (Aydede, 2007).

Kurumsal sosyal sorumluluk, *örgütün çevresindeki paydaşların tamamına karşı etik davranması ve sorumluluk hissetmesi, kararlarını bu bakış açısıyla alması ve uygulamaya geçirmesi* biçiminde tanımlanır (Aktan ve Börü, 2007).



1970'lı yıllar: Ortaklara bilgi sağlama, iş vermede adalet, kârı pay etme, reklamların etik olması, çevreyi koruma.

Kavramsal olarak kurumsal sosyal sorumluluk, ilk kez 1953 yılında *Social Responsibility of The Businessman* adlı kitapta *Howard Bowen* tarafından kullanılmıştır. Adı geçen eserde, *iş insanının sosyal sorumlulukları arasında halk için istenilebilir kararları almak, politikaları ve eylemleri izlemek* sayılmaktadır. Daha sonra gelişim sürecine bakıldığında (Aydede, 2007) *1964'te İnsan Hakları Sözleşmesi*, 1969'da *Ulusal Çevre Politikası Sözleşmesi* ve 1972'de *Tüketici Ürünleri Güvenilirlik Sözleşmesi* gibi kavramsal açıdan büyük gelişmelerin ortaya çıktığı görülmektedir. 1980'lere gelindiğinde kâr etmenin ve sosyal konularda duyarlı olmanın örgütler için çakışan hedefler olmadığını görerek iş dünyası, sosyal problemlere daha çok eğilmeye başlamıştır. 1990'da yapılan *bir araştırma, tüketicilerin yüzde 40'ının sosyal anlamda yükümlü davranmayan örgütleri cezalandırdıklarını ve yüzde 25'inin de sosyal sorumlu olduğunu düşündükleri örgütlerin ürünlerinden alarak onları ödüllendirdiklerini* ortaya koymaktadır. Son yıllarda hızla değişen toplum hayatında iş yaşamı, örgütleri her zamankinden daha fazla yükümlülüklerle karşı karşıya bırakmaktadır.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN ÖNEMİ

Örgütlerin temel görevi, kendi görevlerini şeffaf, hesap verilebilir, yasalara uygun bir biçimde yerine getirmek olduğu kadar içerisinde bulunulan toplumun ve global problemlerin çözümüne yardımcı olmaktır (Aydede, 2007). Keefe *saydamlık, bilgi, sürdürülebilirlik, küreselleşme* ve *kamu sektörünün başarısızlığı* olarak kurumsal sosyal sorumluluğun önem kazanmasına yönelik beş eğilime değinmektedir (akt. Aktan ve Börü, 2007):



1980'lı yıllar: Atıkları azaltma, geri dönüşüm, fakirlere maddi yardım, toplum sağlığına hizmet, daha iyi çalışma şartları.

Saydamlık: Örgütün giderek şeffaf hâle geldiği, bilginin ekonomik çalışmaları yönlendirdiği bir dönemdeyiz. Örgütlerin yaptıkları iyi veya kötü ne varsa artık gizlenememekte, yürütülen çalışmalar bilgi ve iletişim teknolojileri ile kitle iletişim araçları üzerinden bütün dünyada kısa zamanda duyulur, bilinir olmaktadır. Dolayısıyla, *ekonomik çalışmalarda sosyal sorumluluk hususunda duyarlılığı olmayan ve çalışmaları yüzünden paydaşlara oluşan dış maliyetleri yükleyen örgütlerin daha hassas olması* gerekmektedir.

Bilgi: Bilgiyi temel alan ekonomiye geçiş; tüketici olanların ve yatırım yapacakların, geçmişlerinde sahip olmadığından daha fazla bilgiye sahip olması ve bilgiyi oldukça etkin kullanıyor olmasını ifade eder. Tüketiciler tercih yapmak durumunda kalırlarsa bunu sadece fiyat politikaların dolayı yapmadıkları görülmektedir. Bu seçimde, fiyat politikasından başka örgütlerin çevredeki saygınlığı da önem kazanmaktadır. Benzer biçimde, yatırımcıların tercihleri de finansal kriterlere ve çevresel faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir.

Sürdürebilirlik: Endüstrinin gelişmesine bağlı olarak doğanın ve çevrenin kirlenmesinin artması ve ekonomik kaynakların sınırsız bir biçimde harcanması global soğuma ve ısınma gibi ciddi problemleri beraberinde getirmektedir.

Globalleşme: Global örgütler kurumsal sosyal sorumluluk standartları ve sürdürülebilirlik stratejilerini, dünyadaki faaliyetlerine katılmak ve bu stratejileri belirtmek ve rapor hazırlamak için harekete geçmektedir. Bu hareketler ise

medya, kamu kurumları, çalışanlar, çevreciler, insan hakları grupları, hükümet dışı kuruluşlar tarafından gitgide artan seviyede incelenmektedir.

Kamu Sektörünün Başarısızlığı: Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda yönetim anlayışı ve devlet gücünün getirdiği müdahaleler olumsuz neticeler, devlet adına başarısızlık diye adlandırılmaktadır. Bu anlamdaki devlet başarısızlığı gönüllü teşekküllerin daha fazla güven duyulmasına neden olmaktadır. Devletin toplumsal alanda başarılı olamaması neticesinde özel ve gönüllü teşekküllerin sosyal yükümlülük hususunda daha fazla görev edinmelerine sebep olmaktadır.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMINI ORTAYA ÇIKARAN ETKENLER



KSS kavramı etmenleri;
İktisadi
Toplumsal
Politik

Kurumsal sosyal sorumluluğun ortaya çıkmasında birçok etmenin etkisi bulunmaktadır. Kavramın ortaya çıkmasında etkili olan etmenler; iktisadi, toplumsal ve politik faktörler olarak ele alınmaktadır (Aktan ve Börü, 2007).

İktisadi Etkenler: 1900'lü yıllardan önce, büyük endüstri devriminde İngiltere'de doğan ve iktisadi sahada yer alan liberalizm, iktisadi anlamda; dış alım serbestliğini, gümrüklerin kalkmasını, serbest rekabeti savunmuş ve devletin ekonomiye karışmasına şiddetle karşı çıkmıştır. 1929'da ortaya çıkan ekonomik buhran birçok sosyal değişimin tetikleyicisi olduğu gibi iş hayatını ve iktisadi yaşamı da ciddi değişimlere yöneltmiştir. Örgüt faaliyetlerinde ve üretimde devletin rolü önem kazanmıştır. Bu değişimlerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramının doğuşunda önemli etkisi olduğu görülmektedir.



Örnek

- Joseph Rowntree; Fransız Devriminde çikolata fabrikasındaki fakir çalışanlara eğitim ve ev sağlayan biridir.

Toplumsal Etkenler: 1900'lü yıllar toplumsal hareketlerin yoğunlaştığı ve toplumların birbirlerini etkiledikleri yıllar olmuştur. Bu yıllarda, bireyler toplum içinde var olma mücadelesinde diğer bireylerle etkileşim içinde olmaya başlamış ve bu süreçte birbirlerinden etkilenmişlerdir. Dünya topluluklarıyla iletişim kurmaya kadar götüren bireyler, toplumların birbirlerinden etkilendiği ve iletişim kurulduğu yılların yer aldığı bu süreç, birbirleriyle organize hareket etme duygusunu beraberinde getirmiş ve birçok toplumda sendikal faaliyetler, çalışan hakları, daha iyi ücret ve daha iyi iş ve iş hayatındaki koşulların iyileştirilmesi gibi konularda birlikte hareket etme imkânına sebep olmuştur. Aynı zamanda bireyci ve faydacı bir anlayıştan vazgeçilip yerine sosyal ahlak anlayışının getirildiği bu yıllar toplumsal etkileşim ve farkındalığının arttığı yıllar olarak görülmektedir. *Küreselleşmenin neticesi olarak sınırların kalkması ve artık birçok örgütün kendi sınırların aşarak dünya genelinde yerel piyasalara yönlenmesi toplumların etkileşimi ve farkındalığını artıran sebeplerden görülmektedir.*

Toplumsal dönüşümlerin tamamı, örgütün toplumun çeşitli kesimlerinden birçoğu ile ilgili tavırlarını değiştirmesine ve toplumla daha iyi ilişkiler oluşturmasına ihtiyaç duymalarına sebep olmuştur. Bu dönüşüm ve değişimlerin sonucunda çok uluslu örgütlerin toplumdaki çeşitli taraflarla iyi ilişkiler kurmak ve bu tarafların gözünde meşru olma gayretleri artış göstermiştir.

Politik Etkenler: İkinci Dünya Savaşı'nın iki kutuplu hâle getirdiği dünyada demokratikleşme eğilimleri giderek artış göstermeye devam etmiştir. Yine bu yıllar çalışma hayatında bireylere değer verilen yıllar olmuştur. Çalışanın sadece çalışan olarak görülmediği, toplumda birey olarak kabul edildiği bu yıllarda, örgütler bireyleri ve sosyal dokuyu daha önemser hâle gelmiştir. *Bireylere bakış değişmiş, çalışan olmalarından öte tüketim yapan ve yatırım yapan* olarak önemleri ortaya çıkmıştır.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE BENZER KAVRAMLAR



KSS ve benzer kavramlar; kurumsal hayırseverlik, sosyal pazarlama, sosyal sponsorluk, sosyal performans, kurumsal vatandaşlık, kurumsal gönüllülük

Sosyal sorumlu bir örgütten bahsedebilmek için ahlaki ve etik değerler temelinde çevreye doğaya ve çalışanlarına ilişkin görevlerinin yerine getiren bir yapıyı ele almak gerekir. Bu bağlamda, kurumsal sosyal sorumluluk ve benzer kavramlar ilişkisine bakıldığında; kurumsal hayırseverlik, sosyal pazarlama, sosyal sponsorluk, sosyal performans, kurumsal vatandaşlık, kurumsal gönüllülük kavramları öne çıkmaktadır (Özgen, 2017).

Kurumsal Hayırseverlik: Günlük ticari işlerde dikkate değer bir yere sahip olan *kurumsal hayırseverlikte; gönüllü girişimciler, kamu hizmetleri, eğitsel ve kültürel projeler benzeri farklı hayırseverlik çalışmalarıyla* ilgilenmektedir. Stratejiyle ilişkilli olan kurumsal hayırseverliğin etkinliği oldukça çeşitlilik göstermektedir. Örgütlerin çok azı kurumsal hayırseverlikte, önemli ve sürekli sosyal etkiler ve ekonomik kazanç elde etmektedir.

Sosyal Pazarlama: Pazarlamanın yöntemleri kullanılarak, sosyal yarar elde etmek maksadıyla toplumsal davranış değişikliği oluşturma veya toplumsal yarar merkezli bir düşünce konusunda toplumu ikna çabası olan sosyal pazarlama, bir örgütün tüketicinin isteklerini ortaya koyarak bu isteklere uygun olarak ürünleri rakiplerinden daha önce piyasaya sunarken, kişilerin ve toplumun menfaatlerini de dikkate almasıdır. *Sosyal pazarlama, tüketicilerin tatmin edilmesi, toplumun refahının sağlanması ve örgütün kâr etmesi* olarak örgütün, üç amaç arasında denge kurmasını sağlamaktadır.

Sosyal Sponsorluk: Günümüzde, örgütler bazı ticari yarar elde etmek maksadıyla veya farklı sebeplerle sponsorluk etkinlikleri organize etmektedir. Ancak *sosyal sponsorluk etkinliklerinin organize edilmesinde amaçlanan yalnızca ticari bir fayda elde etmek değil topluma katkı sunmanın yanı sıra örgütün bilinirliğini yükseltme, olumlu imaj, farkındalık oluşturma ve marka saadeti* vb. avantajlar elde etmektir.

Kurumsal Sosyal Performans: Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını performans açısından ölçmeye ve modellemeye, örgütün finansal performansı ve sosyal performansı arasında bir bağ kurmaya gayret eder. *Kurumsal sosyal performans, sosyal sorumluluk bileşenleri, sosyal cevap verme felsefesi ve değerlendirilen sosyal olaylar* olarak üç kapsamdan meydana gelmektedir.

Kurumsal Vatandaşlık: Örgütler, ürün ve hizmet ürettikleri çevrede bulunan toplumu daha dikkate almak durumundadırlar. Carrol'a göre kurumların örgütlerin iyi *kurumsal vatandaş olabilmeleri için bireysel vatandaşlar gibi; kâr etmek, yasalara uymak, ahlaki değerleri dikkate almak ve hayırseverlikle geri vermek* şeklinde dört ayrı hususiyeti yerine getirmesi gerekmektedir.

Kurumsal Gönüllülük: Çalışanların mesai saatleri içinde ya da dışında zaman ayırarak ortaya koydukları toplum yararına sosyal sorumluluk programlarını içine alan kurumsal gönüllülük, farklı sahalarda ve şekillerde uygulanmaktadır. Yoğun bir tempoda yürüyen günümüz iş hayatında, *emek ve zaman bağışı* maddi destek kadar önem kazanmaktadır. Nakdi ve ayni desteklerden farklı olarak insan faktörü işin içine dâhil olduğundan sürecin dikkatle yönetilmesi ve koordine edilmesi gerekmektedir.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

Örgütlerin sosyal sorumlulukları ile ilişkili çok sayıda model yer almaktadır. Bu modellerinden bazıları tarihsel bağlamda değerlendirirken kimileri sosyal sorumluluk öğelerinden, kimileri de sosyal sorumlu oldukları sahalardan yola çıkarak sosyal sorumluluğu açıklamaktadır. Bunlar Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk modeli, Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli, Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli, Sosyal Performans Modeli, Preston ve Post'un Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli, Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli olarak açıklanacaktır (akt. Özüpek, 2013).



KSS modelleri;
Dört Boyutlu SS,
Davis'in SS,
SS Alanlarının
Sınırlandırılması,
Sosyal Performans,
Preston ve Post'un
Bütünleşik SS,
Üç Aşamalı SS.

Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli

Dört boyutta ele alınan sosyal sorumluluk modelinde yer alan dört boyut birbirinden bağımsız ve ayrı değerlendirilmemelidir. Örgütler her şeyden önce kâr elde etmek amacı taşır. Bunu yapmak için ise kanunlara uygun davranmak durumundadırlar. Sosyal sorumluluğa yönelebilmek bu iki temel sorumluluğu sağlamak gerekmektedir. Etik sorumlulukları yerine getirebilmek için örgüt, toplum tarafından kabul gören değerlere uygun şekilde davranmak durumundadır. Sonucunda toplum önemli olduğunu düşündüğü ama daha etik değerler arasına dâhil olmayan tamamen gönüllüğe dayanan sosyal faaliyetlere yönelir. Carroll ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumlulukları dört boyutta incelemektedir:

Tablo 1.1 Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Ekonomik Sorumluluklar: Örgütlerin öncelikli sorumluluğu, kârlılığı sağlamaktır. Ekonomik açıdan sosyal sorumluluk, üretim için kaynakların sistemde nasıl bir şekilde dağıtıldığıyla ilgilidir. *Ekonomik sorumluluklar, örgütlerin ilk düzey sorumluluğu olarak toplum tarafından ihtiyaç duyulan ve beklenilen üretimi yapmak ve tedarik sağlamak için kaynakların verimli ve uzun süreli kullanılması ve ürettiklerinin kâr getiren bir şekilde piyasaya sunulmasıdır*.



Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk modeli boyutlar; ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluktur.

Yasal Sorumluluklar: Örgütün ikinci seviyedeki sorumluluğu olan yasal sorumluluk, bütün kanun ve düzenleme kapsamında örgütün çalışmalarını yerine getirmesidir. Toplum, örgütün bulunduğu ülkenin kanunlarına göre çalışmalarını yapmasını beklemekte ve taraf olarak örgütün, toplum ile arasındaki sosyal sözleşmeye uymasını ve ona göre hareket etmesini istemektedir. Örgütlerin sosyal sorumluluk anlayışı kanunlara elverişli olmak durumundadır. Kamusal yönetim örgütlerin yasal sorumluluklarını yapmaları için kanuni düzenlemeler yaparak kontrolü sağlamış olur. *Rekabet ile ilgili kanunlar, tüketiciyi koruyan kanunlar, çalışanların eşitlik ve güvenliğini sağlamaya yönelik kanunlar* tamamen bu amaçla ortaya çıkmaktadır.

Etik Sorumluluklar: Yasal sorumluluktan sonra sosyal hayatı düzenleyen diğer bir sorumluluk gelenek, örf, adet ve etik değerler gibi yazılmayan kurallardır. Örgütler de bulunulan toplumun bu anlamdaki değerlerine uygun davranmak durumundadır. *Etik kurallar kişisel olmayıp topluma mal olmuş değerlerdir.* Neyin doğru neyin yanlış olduğunun saptanması ve bu doğrultuda faaliyete geçilmesi, etik sorumluluğuna riayet edilmesi açısından önem taşır. Bu kapsam, sosyal normlara saygı duymak ve örgütün amaçlarına ulaşmak amacıyla bile olması normları kötü anlamda kullanmasına izin vermemek, sosyal beklentilere uygun bir biçimde çalışmalar yapmak, çalışanlarının etik davranışını cömert bir şekilde ödüllendirerek iyi bir çalışan duygusu aşılamak ve örgütün ele aldığı etik davranışın, kanunun ve düzenlemelerin üstünde olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Alışverişlerde birbirini aldatmamak, verilen söze ve yapılan anlaşmalara sadık kalmak, toplumun zayıf zamanlarında ya da arz yetersizliği durumlarında fırsat kollamamak, mal ve hizmetleriyle ilgili yalan söylememek, sattığı malın niteliklerinden bir şeyler saklamamak, malı ve hizmetin kötü yönü varsa bunu müşteriden saklamamak etik sorumluluk açısından önem taşımaktadır.

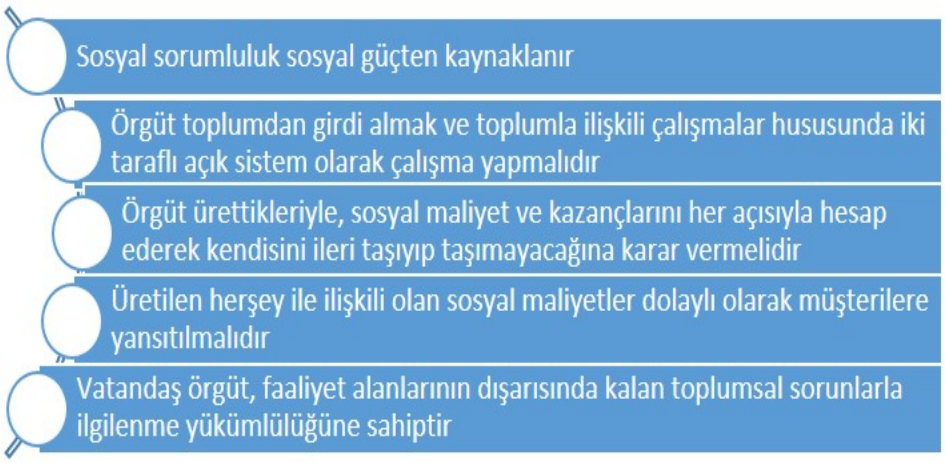
Gönüllü Sorumluluklar: Bu sorumluluk tamamen gönüllülük esasına dayalı sorumluluklardan oluşturmaktadır. Bu sorumluluklar ne yasal ne de etik sorumluluk anlamında örgütün beklentisidir. Örgütün topluma sağladığı doğrudan ve dolaylı katkıları içermektedir. *İyi bir vatandaş olarak örgütlerin toplumun huzurunu artırmak ve yaşam kalitesini yükseltmeyle ilgili toplumsal beklentilerine cevap verebilmeyi kapsamaktadır*. Örgütlerin faaliyette bulundukları topluma yararlı olma beklentisini de içermektedir.

Bu sorumluluklar *örgütün seçimine ve isteğine bağlı olarak tamamen kanuni ve etik sorumluklardan farklı olarak ele alınan, emredilmeyen veya zorlanılmayan sorumluluklardır.* Toplum tarafından net bir şekilde istenilmeyen ve tamamen isteğe bağlı olarak gerçekleşen bu sorumluluklar yapılmadığı takdirde toplum örgütleri etik dışı diye adlandıramaz. *Sanat ve eğitim anlamında yapılan parasal destekler, huzurevinde yaşayanlara ilişkin toplumsal faaliyetlerin yapılması, sığınma evleri benzeri sosyal faaliyetler* bu kapsamdadır.

Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli

Davis tarafından ortaya konulan bu model, örgütün yanında toplumun huzurunu düşünen ve tedavi sürecini takip eden ve örgütlerin nasıl ve niçin tedbir düşündüklerini ve niçin sorumluluk sahibi olduğunu tarif eden beş varsayımdan meydana gelir. Bunlar:

Tablo 10.2 Davis'in Sosyal Sorumluluk Varsayımları



Sosyal sorumluluk, sosyal güçten kaynaklanır: Bu varsayım, örgütün azınlıkların istihdam edilmesi ve çevresel kirlilik benzeri önemli problemler üzerinde yeterli derecede bir güç ve etki sahibi olduğunu varsayar.

Örgüt, toplumdan girdi almak ve toplumla ilişkili çalışmalar hususunda iki taraflı açık sistem olarak çalışma yapmalıdır: Buna göre, örgüt sosyal refahının devam ettirilmesi ve rehabilite edilmesi için yapılması gereken hususlara yönelik toplumu temsil edenleri dikkate almalıdır. Aynı biçimde toplum, sosyal sorumluluklarını yapmaya çalışırken, örgütün yaptıklarına ilişkin örgüt için hazırlanan raporu dinlemeye istekli olmalıdır.

Örgüt, ürettikleriyle, sosyal maliyet ve kazançlarını her açısıyla hesap ederek kendisini ileri taşıyıp taşımayacağına karar vermelidir: Bu varsayım, teknik açıdan uygun olup olmadığı ve ekonomik bakımdan kârlı olup olmadığı hususlarında örgütün karar vermesini etkileyen tek etmen olmamakla birlikte, örgüt bu amaçlarını yerine getirmeden önce tüm çalışmalarının sosyal sonuçlarını kısa ve uzun vadede göz önünde bulundurmalıdır.

Üretilen her şey ile ilişkili olan sosyal maliyetler dolaylı olarak müşterilere yansıtılmalıdır: Bu varsayım, örgütün toplumsal açıdan faydalı kabul edilen ve ekonomik açıdan yük getiren çalışmaları tamamen desteklemesinin beklenmemesi gerektiği belirtir. Örgüt içinde sosyal açıdan tercih edilen faaliyetlerin devam ettirilmesinin maliyeti, toplumsal açıdan kabul gören çalışmalarla bağlantılı olan ürün ve hizmetlerin maliyeti müşterilere yansıtılmalıdır.

Vatandaş örgüt, faaliyet alanlarının dışarısında kalan toplumsal sorunlarla ilgilenme yükümlülüğüne sahiptir: Bu varsayım, toplumsal sorunları çözüme kavuşturmak için örgütün doğrudan ilgisi olmayan sorunlara yönelik uzmanları bünyesinde barındırması ve bu uzmanlar vasıtasıyla sorunun çözümünde topluma katkı sunması gerektiğini savunur.

Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli

Hay, Gray ve Gates tarafından oluşturulan modelde üç esas unsur mevcuttur: Birincisi, örgütün iç çevre, sosyal çevre ve ara çevre ile olan ilişkilerinde meydana gelen toplumsal sorunların bilincinde olmalarıdır. İkinci öge, örgütün toplumdaki bu sorunların çözümünden, örgüt yönetiminin sorumlu olduğunun farkında olmalarıdır. Üçüncü öge ise, örgüt yönetiminin farklı alanlarda karşı karşıya kaldığı bu sorunların çözülmesinde mevcut tüm kaynakları kullanma konusunda istekli ve kararlı olmasıdır.

İç çevre, örgütü meydana getiren çalışanlar ve ihtiyaç duyulan ekipmanlar dâhil olmak üzere tüm unsurların birbirleriyle uyumlu bir şekilde hareket etmeleri düzenli bir yapıyı meydana getirir. Birbirlerini anlayan, destek olan ve ilişkilerini bu bağlamda geliştiren örgüt iç çevresi bir bütün olarak hareket edebilir.



Sosyal performans modeli; toplumsal açıdan hassas olan örgütlerin sosyal performansı önemseyeceği vurgusunu yapmaktadır.

Sosyal çevreyle ise, örgütün toplumsal çevresini bilmesi, bu çevrede oluşan değişim ve gelişmeleri takip etmesi ve bunlara yönelik tahminde bulunması dış çevreyi etkileyen etmenlere ilişkin düzenleme yapılması belirtilmektedir.

Ara çevre ise, örgüt ve sendikal ilişkiler, etnik ve dini gruplarla ilişkiler, benzer gruptaki bağımsız örgütlerle ilişkiler içinde olduğu çevredir.

Dolayısıyla bu yaklaşım, *örgütün üç çevreyle karşılıklı etkileşimi neticesinde değişen koşullar ve etkilerine ilişkin toplumsal yükümlülüklerinin olduğunun bilincinde olması ve bu yükümlülükleri gönüllü olarak yapmanın örgütün var oluş amacına uygun hizmet edeceğini* belirtmektedir.

Sosyal Performans Modeli

Sosyal performans kavramı, toplumun farklılaşan ihtiyaçlarının çözümlenilerek toplumsal isteklerine cevap ortaya koyabilmek için sistematik bir

yaklaşım ve toplumsal sorunlara makul çözümler getirmeyi açıklamaktadır. Bu model toplumsal açıdan hassas olan örgütlerin sosyal performansı önemseyeceği vurgusunu yapmaktadır. Model, sosyal sorumluluğu; *hedef, uygulama ve strateji* olmak üzere üç evrede ele almaktadır.

Hedef: Örgütlerin sosyal sorumluluğu toplumun örgütlerden olan beklentisinin tamamıdır. Modelin birinci evresinde kabul görmüş ekonomik, etik ve yasal özellikli hedeflere, örgütlerin kendilerini yorumlama şekli de eklenmektedir. Yorumlamayı kabul edenler bakımından ekonominin git gide sosyal hâle geldiğini, iş dünyasının yükümlülüklerinin fazlalaştığını, örgütlerin kendi menfaatlerinin yanı sıra toplum huzurunu sağlama ve gelişim sağlamada önemli bir sorumluluk olduğunu ve iş insanının kendi rolü olduğunu da kavraması açısından önemli bulmaktadırlar.

Uygulama: Modelin ikinci evresi, sosyal sorumluluğun uygulama alanlarının ortaya çıkarılmasıyla ilişkilidir. Örgütlerde sosyal sorumluluk, ekonomik kazançların verimli kullanılmasından iş ahlakına, ücretlerin belirlenmesinden kaliteli üretimden çocuklara yönelik kreşler oluşturmaya ve devletin belirlediği vergilere kadar geniş bir kapsam içermektedir. Örgütler sosyal sorumlulukla ilişkili sahaları ortaya koyarken, esas hususun kendi içinde bulundukları konumlarını muhafaza etme ve devam ettirmeye ilişkin stratejileri iyi hatırlamak zorundadırlar.

Strateji: Modelin üçüncü evresinde, örgütlerin sosyal sorumluluk stratejilerini belirlemesi önemlidir. Örgütler bu strateji vasıtasıyla, yeni davranışlarının ortaya çıkarılmasını, yeni yaklaşımların, politikaların ve iş programlarının dizayn edilmesini sağlarlar. Aynı zamanda örgütler sosyal sorumluluk alanından strateji ortaya koyarken, karşılaşılan problemlerin analizinde nasıl bir davranış şeklini kabul ettiklerini de meydana çıkarmış olmaktadır.

Sosyal Duyarlılık Modeli

Bu model, örgütlerin sosyal çevreye karşı geliştirdiği tepkilerin analiz edilmesine yönelik geliştirilmiştir. Bu modele göre *yüklenilen sorumluluk, faaliyetin yapılması aşamasında kabul edilen yükümlülüktür*. Ackerman ve Bouner tarafından ortaya konulan sosyal duyarlılık modeli, örgütün sosyal iç hassasiyetini ifade eden *politika, öğrenme ve örgütsel sorumluluk evresi* şeklinde ele alınmaktadır.

Politika Evresi: Bu evrede örgütün üst düzey yöneticileri mevcut soruna vakıf olur. Fakat hiçbir kimse bu evrede örgütten sorunla ilgilenilmesini beklememektedir. *Örgüt bakımından değerli olan faaliyette olduğu ve gereksinimlerini karşıladığı çevreyi gözetme ihtiyacını kabul etmesidir*. Bu sebeple bu evreye *bilinçlilik evresi* adı da verilmektedir. Menfaat gruplarının baskısı olsun veya olmasın yönetim kademesi, mevcut olan problemler ve toplumsal eğilimlere ilişkin bir cevabın olduğunu anlamaktadır.

Öğrenme Evresi: Bu evrede, örgüt üst düzey yöneticilerinin toplumsal sorunlarla uğraşması, onları analiz etmesi ve çözümlerini tavsiye etmesi için uzmanlardan ya da danışmanlardan hizmet alınmaya çalışıldığı görülmektedir.

Bağlantı kurma evresi olarak da adlandırılan bu evrede teknik destek alınarak toplumsal sorunun çözümünün ne olduğunu ve yeni politikayı nasıl ortaya çıkaracağını öğrenmesi gereklidir. *Bu evrede iki taraflı bir öğrenmenin birincisi uzmanlığa dayalı ikincisi ise yönetici kademesindeki öğrenmedir*.

Örgütsel Yükümlülük Evresi: Bu evre, yönetimin toplumsal sorunların çözülmesi için girişime başladığı süreçtir. *Eylem evresi* adıyla da anılan bu evrede, toplumsal açıdan hassas yönetim bakış açısının bir aşama olduğuna ve bunun zaman olarak uzun bir dönemi kapsayacağına değinilmektedir. Toplumsal sorunların bir yönetimsel sorun olarak görüldüğü ve sosyal hassasiyette güzel sonuç alınması için toplumsal politikaların kurumsal hâle getirildiği ihtiyacı açık bir şekilde görülmekte ve bu ele alış biçimi, örgütün her düzeyinde işin doğal bir parçası olarak benimsenmektedir.

Preston ve Post'un Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli

Preston ve Post, *bu modelde örgüt ve toplumun birincil ve ikincil ilişkiler şeklinde birbirini etkilediğini varsaymaktadır*. Birincil ilişkiler örgüt ile müşteriler, çalışanlar, hissedarlar ve kredi kuruluşları benzeri pazar eğilimli olanlar arasındaki karşılıklı ilişkilerdir. İkincil ilişkiler, sosyal sorunlara neden olduğunda örgüt ile yasa ve etik benzeri toplumun pazar eğilimli olmayanlar arasındaki karşılıklı ilişkilerdir. Preston ve Post'a göre hükümet ve kamuoyu, hem pazar hem de pazarla ilgili olmayan ilişkilerin sınırını belirlemektedir. Yöneticiler sosyal bir sorunla karşı karşıya kaldıklarında ne yapacaklarını hesap ederken sadece kendi düşüncelerini dikkate almamaktadır. Bununla beraber yöneticiler, her üç evrede de yasaları, yetkili kuruluşları, hukuki kararları ve kamuoyunu birlikte değerlendirmek zorundadırlar. Dolayısıyla bu model sosyal duyarlılık modelinin bir devamı niteliğindedir.

Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli

Sosyal sorumlulukları tarihsel gelişim aşamalarında değerlendirerek açıklayan bu modele göre, gelişim açısından *sosyal sorumluluk, kâr maksimizasyonu dönemi, vekâlet yaklaşımı ve yaşam kalitesi yaklaşımı* olarak üç evreden geçmektedir.

Kâr maksimizasyonu dönemi: 19. yy sonları ve 20. yy başlarında örgütün kanunlar çerçevesinde tek amacının kâr maksimizasyonu olduğu dönemde faaliyette olan örgütler, toplumun maddi huzuruna katkı sağlarken, iş şartlarında işçi sömürüsünü görmezden gelmiş, doğal kaynaklar maliyetsiz varsayılarak hava, su, toprağın sorumsuz bir şekilde kullanılması kirliliğe sebep olmuştur. *Bu dönemde, örgütlerin kârın artırımını tek amaç olarak görmeleri toplumu sömürmelerine sebep olmuştur. Toplumun sosyal gereksinimlere ihtiyaç duyabileceği göz ardı edilmiştir.* Ekonomik olarak edindikleri gücün yanı sıra siyasette de güç kazanmışlar bu da sahip oldukları gücün etkisini artırmıştır. Bu bağlamda etik olmayan davranışlar üzerinde muazzam bir güce ulaşmayla gelen tekelleşme, güçlerini daha da artırmıştır. Bu model toplumun kendi gereksinimlerini pazar vasıtasıyla açıkladığını, örgütlerin ise kaynaklarını en etkili

bir biçimde değerlendirerek bu gereksinmeleri karşılaması gerektiğini savunmaktadır.

Vekâlet yaklaşımı: 1920-1930'lu yıllarda ekonomik ve sosyal alanlarda meydana gelen yapısal değişiklikler neticesinde ortaya çıkan bu yaklaşıma göre, örgüt yöneticinin tek görevi kârı en üst seviyeye yükseltmek değil, ayrıca hedef kitlelerin birbiriyle çatışan ihtiyaçlarının arasında denge kurmak yoluyla örgütün uzun dönemdeki mevcudiyetini desteklemektir.

Yaşam kalitesi yaklaşımı: 1950'li yılları takip eden yıllarda, ekonomik problemler geniş anlamda çözüme kavuşunca, toplumsal sorunlar daha görünür olmuştur. Toplumda sosyal dengelerin bozulduğu, kötüleşen fiziki ve sosyal çevre içerisinde ekonomik refahın anlamını yitirdiği düşüncesi, sosyal bilincin artmasıyla yaşam ve çevre kalitesini önceleyen yeni toplumsal öncelikler oluşturma düşüncesi geniş yer bulmaya başlamıştır. Bu evre, birinci ve ikinci evrede, ortaya konulan örgüt sorumluluklarının tamamlayıcı pozisyonundadır.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI

Örgütler çevresini, işgörenlerini, tüketicilerini, yatırımcılarını ve rakiplerini etkileyebilmekte ve onlardan da sürekli etkilenebilmektedir. Örgütlerin mevcudiyetine bütün paydaşların bir şekilde katkısının olması, örgütlerin paydaşlara olan sorumluluklarını da arttırmıştır. Günümüzde, örgütlerin başarıya erişebilmeleri için paydaşların beklentilerini göz önünde tutmaları gerekmektedir. *Örgütlerin sosyal sorumluluk alanları; çalışanlara, tüketicilere, çevreye, tedarikçilere, rakiplere, yatırımcılara, kamu kurumlarına ve topluma karşı sorumluluk* olarak ele alınmaktadır (akt. Aydınalp, 2013):

Çalışanlara Karşı Sorumluluk



Örgütlerin yapması gereken, çalışanlarını mutlu ederek onların daha randımanlı ve etkili çalışmalarını sağlamaktır.

Örgütler, en temel paydaşı olarak çalışanlar aracılığıyla amaçlarına ulaşırlar. Örgütlerin temel kaynaklarından biri olan çalışan birey, çalıştığı yeri sevmez, benimsemez ve kabullenemez ise yaptığı iş dolayısıyla verimli olamaz. Örgüte katkı sunamaz. Örgütlerin yapması gereken ise, çalışanlarını mutlu ederek onların daha randımanlı ve etkili çalışmalarını sağlamaktır. *Çalışanlar, günlerini geçirdikleri iş yeri ortamında huzurlu olmak isterler.* Örgütlerin çalışanlar için yapmaları gereken sorumluluklar şöyle sıralanabilir;

- Personel tercihinde eşit davranmak,
- İş güvenliğini sağlamak,
- Çalışma şartlarını iyileştirmek,
- Çalışanlara eğitim ve kariyer imkânları sağlamak,
- Çalışanların gelişimine yardımcı olmak,
- Ücretlendirme ve terfi sisteminde adil olmak,
- Çalışanları örgüt faaliyetleri ve diğer çalışanlarla ilgili bilgilendirmek,

- Çalışanlara yetki ve sorumluluk vermek,
- Çalışanların düşüncelerini serbest bir şekilde ifade etmelerine fırsat vermek,
- Sendikal faaliyete izin vermek ve grev yapma hakkı tanımak.

Örnek

•Örgütler, çalışanlarını önemsemek durumundadır. Ekonomik ve sosyal açıdan desteklenmesi çalışanların, örgüte sahip çıkmasını ve aidiyet duygusunun ortaya çıkmasını sağlar.

Tüketicilere Karşı Sorumluluk

Örgütün sürekliliği için değer taşımakta olan tüketicilere karşı sorumluluklarını yerine getirebilmesi önem taşımaktadır. Örgütler mal ve hizmet üretmenin yanı sıra tüketicilerin farklı istek ve beklentilerini anlamalı ve karşılamalıdır. Örgütlerin tüketicilere ilişkin temel sorumlulukları arasında *ürün ve hizmetin kaliteli olması, satış sonrası hizmetlerin sunulması, fiyatların piyasa şartlarına göre hazırlanması, bozuk ve defolu ürünlerin hiçbir gerekçeye gerek kalmadan geri alınması, paketlemede ve reklamlarda aldatıcı bilgi verilmemesi, raf ömrü ve son kullanım tarihinin gerçekçi olarak yazılması, hijyen koşullarına uygun üretim sunulması, kimyasal katkıların standartlara uygun eklenilmesi, perakendeciler için dağıtımın zamanında planlanması, rakiplere yönelik zor durumlarında fiyat artışına gidilmemesi* sıralanabilir.

Örgütler, ürettikleri ürün veya hizmetlerin tüketiciye zararı olmasın diye gayret göstermelidir.

Günümüzde, ekonomik çalışmaların merkezinde tüketicilerin tercihleri ve ihtiyaçları bulunmaktadır. Örgütler, bu tercihlere uymakla hem üst düzey kâr elde edecek hem de toplumun kaynaklarını yeterince kullanacaktır. Örgütler, ürettikleri ürün veya hizmetlerin tüketiciye zararı olmasın diye gayret göstermelidir. Bu tür ürün ve hizmette tehlikeli bir durum ortaya çıkma ihtimali varsa bu konuyla ilgili tüketiciyi uyarmak durumundalar.

Örnek

•Örgütler, ürettikleri kimyasal içerikli ürünlerin nasıl ve ne şekilde kullanılacağını yine ürünün üzerinde bulunan kullanma talimatında tüketiciye sorumlulukları gereğince belirtmek zorundadırlar.

Çevreye Karşı Sorumluluk

Çevreye karşı sorumluluk açısından örgütler, toplumun geneline ait etkin yararlanma yanı sıra her türlü çevre faktörünü olumsuz etkileyebilecek uygulamalardan sakınmak durumundadırlar.

İnsanların ve diğer canlıların beraber yaşadıkları ortam olan çevrenin sağlıklı olması gerekmektedir. Çevreye karşı sorumluluk açısından örgütler, toplumun geneline ait etkin yararlanma yanı sıra her türlü çevre faktörünü olumsuz etkileyebilecek uygulamalardan sakınmak durumundadırlar. *Burada önemli olan gelecek nesillere yıpranmamış ve yaşanabilir bir çevre bırakmak sorumluluğunun*

bir bilinç olarak örgütlerde yer etmesidir. Çevresel sorumluluk duygusuna sahip örgütler, çevre hususunda duyarlılıklarını da topluma yarar sağlamak amacıyla artırmalıdırlar. Sürdürülebilir kalkınmanın temel prensibi ile çevre hususunda yapılan her türlü duyarlı davranış, devamlılık göstermelidir. Örgütlerin çevreye karşı olan sorumlulukları şöyle sıralanabilir:

- Doğal kaynakları sorumlu ve etkili bir biçimde değerlendirmek
- Yenilenemez kaynakları korumaya çalışmak
- Üretim aşamasında mümkün olduğunca temiz enerji kaynaklarını kullanmak
- Enerji tasarrufu yapmak
- Çevre dostu üretim aşamalarıyla ürünler hazırlamak
- Ürünleri ve üretim aşamalarını iyileştirmek
- Üretimde fire miktarını azaltmak
- Geri dönüşüme uygun malzeme tercih etmek
- Çevre dostu teknolojilerden yararlanmak
- Kazalara her zaman hazır olmak ve zarara uğramış çevreyi tamir etmek
- Tedarikçilere bilgi vermek ve ihtiyaç duyulan tedbirleri almaya yardımcı olmak
- Kamuyu örgütün sebep olduğu sağlık, güvenlik ya da çevre sorunu ile ilgili haberdar etmek
- Çevreci denetleme tekniklerinin (ISO 14001 vb.) geliştirilmesini destelemek ve ihtiyaç duyulan raporları hazırlamak
- Çevreci gruplar ile iş birliği yapmak
- Sivil toplum kuruluşlarıyla projeler hazırlamak
- Faaliyetler neticesindeki atıkları ve atıkların vereceği zararı azaltıcı tedbirler almak veya arıtma tesisi kurmak

Örnek

- Çevre, ortak yaşam alanıdır. Kirletilmesine göz yumulamaz. Su, hava, toprağın kirletilmemesi için örgütlerin atık istasyonlarından yararlanması çevreye verilen önemi göstermesi adına önemlidir.

Örgütlerin sıfır hatalı ve tam zamanlı üretim yapabilmesi bakımından tedarikçilerin önemi büyüktür.

Tedarikçilere Karşı Sorumluluk

Örgütler, faaliyetlerini tek başına devam ettiremezler. Faaliyetlerini gerçekleştirmek için maddi girdilerin yanında çalışan, hizmet ve finansı da içine alan aşamayı yönlendirenler tedarikçilerdir. Örgütler, üretim öncesinde birtakım ürün ve hizmetleri satın alacakları tedarikçilere her daim gereksinim duyarlar. Mal

üretmek ve piyasaya sunmak için üretim faktörlerinin tedariki gerekmektedir. Ham madde, malzeme, makine, teçhizat alımları ve benzeri alımları tedarikçilerden sağlayarak üretim yapmaktadırlar. Bu sebeple örgütlerin sıfır hatalı ve tam zamanlı üretim yapabilmesi bakımından tedarikçilerin önemi büyüktür.

Örgütlerin mal ve hizmet üretiminde girdi sağladıkları tedarikçilere karşı sorumlulukları arasında *haksız rekabetten sakınmak, onlar üzerinde haksız rekabet dolayısıyla rakiplerin baskı kurmasına sebep olabilecek güç ve baskı kullanmamak, kalite artışı açısından gereken destekleri sağlamak* sayılabilir.

Rakiplere Karşı Sorumluluk



Sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden örgütler, rakiplerine yönelik kanun ve etik dışı hareket içinde olamazlar.

Bir örgüt ile aynı ürünü üreten ve aynı pazara sunan örgütler rakip olarak ele alınır. Sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden örgütler, rakiplerine yönelik kanun ve etik dışı hareket içinde olamazlar. Örgütler rakipleri ile iyi geçinmek zorundadırlar. Rakiplere yönelik yapılan rahatsız edici hamleler toplum tarafından da itici karşılanabilir.

Örgütlerin rakipleriyle olan ilişkilerinde pazar şartlarının etkisi oldukça fazladır. *Haksız rekabet, rakiplerin karalanması ve iftira atılması, rakiplerle ilgili gizli bilgilerin kabul edilemez araçlarla sızdırılmaya çalışılması, rakiplerin çevre ve insan sağlığına zararı olan ürünleri görmezden gelinmesi, fiyat anlaşmaları vb. rekabeti önleyici hususlar* da rakiplerle ilişkili sosyal sorumluluklar arasında yer bulmaktadır.

Yatırımcılara Karşı Sorumluluk



Yatırımcılara güven sağlamak, onların haklarını korumak ve sermayelerini çekmemeleri için gerekeni yapmak örgütün varlığını devam ettirmesi için zorunludur.

Sosyal sorumluluk içinde önemli hususlardan bir tanesi, örgütün yatırımcılarına karşı olan sorumluluğudur. Bir örgütün mevcudiyetini koruyabilmesi için en önemli kaynak, sermayedir. Bundan dolayı, sermaye sağlayan yatırımcılara sorumlu bir şekilde davranmak gerekmektedir. Sermaye sahipleri, dönem sonlarında, örgüt faaliyetlerinden kâr elde etmeyi beklemektedirler. Bundan dolayı yatırımcılara güven sağlamak, onların haklarını korumak ve sermayelerini çekmemeleri için gerekeni yapmak örgütün varlığını devam ettirmesi için zorunludur. Öyleki kısa ve uzun vadede olsun, örgüt yatırımcılarına tatmin edici bir gelir veremezse yatırımcılar sermayelerini geri çektiklerinde örgüt sermayesiz kalarak asıl varlık amacı olan pazardaki varlığını sürdürmekten yoksun kalabilir.

Yatırımcılara karşı sorumluluklar, *hesapların doğru ve gerçekçi tutulması, kâr ve zararın düzgün olarak hesap edilmesi, yeni sermaye kazanmak uğruna kârın bulunduğundan fazla gösterilmemesi ve verilen açıkları kapatmak için daha düşük gösterilmesi, yatırımlar, çalışmalar ve geleceğe yönelik planlar açısından yanıltıcı, eksik ve gerçek dışı bilgiler verilmemesi ve benzeri konular* yer almaktadır.

Kamu Kurumlarına Karşı Sorumluluk



Toplumların her türlü huzurunu sağlamak amacıyla kamu kurumları bir araya gelmektedir.

Bireyler gibi örgütler de toplumun önemli bir unsurudur. Toplumların her türlü huzurunu sağlamak amacıyla kamu kurumları bir araya gelmektedir. Örgütler

için yaptırım aracı olan kamu kurumları toplum için aldıkları her karar dolayısıyla örgütlerin mevcudiyetini etkilemektedir.

Bulunduğu ülkenin siyasi sorunlarına çözüm sunmak, çözüm için farklı çalışmalar yapmak siyasal sorumluluk kapsamında ele alınabilir. Devleti temsil eden kamu kurumlarına yönelik örgütlerin önde gelen sorumlulukları; *gelirlerini dürüst bir şekilde bildirmek, tahakkuk eden vergilerin zamanında ve eksiksiz olarak verilmesi, devletin kanunlarla ortaya koyduğu çalışma sahalarında mal ve hizmet elde etmek, toplum menfaatlerini koruyan tedbirlerin olduğu kanunlara uymaktır*. Kamu kurumlarına karşı sorumluluklarını yerine getiren örgütler, hukuki anlamda herhangi bir sorunla karşılaşmazlar.

Topluma Karşı Sorumluluk

Toplumun birer parçası örgütler, içinde bulundukları topluma karşı sorumludurlar. Örgütler, toplumsal normlara, değerlere ve inançlara saygı duymak zorundadırlar. Ayrıca, toplumun tüm bireylerine iyi şartlar sağlayacak faaliyetlere destek vermek örgütlerin sorumluluğundadır.

Sosyal sorumluluğun toplumsal kapsamı, *toplum tarafından kabullenilen veya reddedilen davranış ve çalışmalara bağlı kalmak, toplumun doğru olduğunu kabul ettiklerini uygulamak, zararlı olduğunu varsaydığı şeylerden uzak durmak, ayrıca beklentilere cevap olacak biçimde katkı ve katılımları genişletmektir*. Her örgüt gücü nispetince toplumun sosyal sorunlarına karşı hassas olmalı ve yardım elini uzatmalıdır.



Toplumun tüm bireylerine iyi şartlar sağlayacak faaliyetlere destek vermek örgütlerin sorumluluğundadır.

Örgütler, faaliyette oldukları çevrede bulunan toplumun eğitim, çevre, sağlık, spor ve kültürel değerlerinin himaye edilmesi amacıyla ortaya konan çalışmalara destek olmalı, gelişim aşamalarına yardım etmeli, öğrencilere burs vermelidir. Ayrıca öğrencilerin staj yapmaları için ortam sağlanmalı, çıraklık ve meslek edinme kursları açılmasına ön ayak olarak istihdam etme hususunda katkı sunulmalıdır. Toplumda meydana gelen açlık, kıtlık, fakirlik, hastalık, sakatlık, işsizlik, eğitimsizlik, nüfus artışı, şiddet, terör, uyuşturucu, yaşlı bakımı ve benzeri sahalara yatırımlar düşünülmesi, bu yaraların kapatılması amacıyla ortaya çıkmış sivil toplum kuruluşlarına devamlı destek verilmesi ya da bu anlamdaki kampanyalara destek olunması örgütlerin toplumsal sosyal sorumluluklarındandır.



Örnek

- Örgütler için önemli olmayan ama toplum için değerli konular vardır. Bu konularda topluma örgütlerin destek olması örgütün toplumda kabul görmesine sağlaylacaktır. Bu nedenle toplumun ihtiyaç duyduğu hususlarda destek olan örgütler kazançlı çıkacaktır.



Bireysel Etkinlik

- Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ortaya çıkaran etmenler nelerdir? Yazınız.
- Kurumsal sosyal sorumluluk alanlarını sıralayarak bir alan hakkında kapsamlı bilgi veriniz.
- Kurumsal sosyal sorumluluk modelleri hakkında bilgi veriniz.



Özet

- Örgütler, topluma karşı sorumlu olma, tüketiciye kaliteli ürün ve hizmet getirmenin yanı sıra hem örgüt içi hem örgüt dışı çevrelerin ihtiyaçlarını karşılama noktasında bir dizi kültürel, sanatsal, bilimsel ve eğitsel faaliyetler aracılığıyla topluma ve toplumsal bilince destek olmaktadır. Toplum sağlığına veya spora verilen ya da uğranılan felaketler veya afetler karşısında adeta yarışırcasına ortaya konulan destekler bu sorumluluk kapsamındadır. Toplum hafızası güçlüdür ve bunların hiçbiri unutulmamaktadır. Bu yüzden toplumla var olan örgütler, toplumda var olmaya devam etmek için toplumun hassas olduğu ve yararına olan konularda daha dikkatli ve özenle hareket etmek durumundadırlar.
- Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ilk kez 1953 yılında Social Responsibility of The Businessman adlı kitapta Howard Bowen tarafından kullanılmıştır. Adı geçen eserde, iş insanının sosyal sorumlulukları arasında halk için istenilebilir kararları almak, politikaları ve eylemleri izlemek sayılmaktadır. Daha sonra gelişim sürecine bakıldığında 1964'te İnsan Hakları Sözleşmesi, 1969'da Ulusal Çevre Politikası Sözleşmesi ve 1972'de Tüketici Ürünleri Güvenilirlik Sözleşmesi gibi kavramsal açıdan büyük gelişmelerin ortaya çıktığı görülmektedir. 1980'lere gelindiğinde kar etmenin ve sosyal konularda duyarlı olmanın örgütler için çakışan hedefler olmadığını görerek iş dünyası, sosyal problemlere daha çok eğilmeye başladı. 1990'da yapılan bir araştırma, tüketicilerin yüzde 40'ının sosyal anlamda yükümlü davranmayan örgütleri cezalandırdıklarını ve yüzde 25'inin de sosyal sorumlu olduğunu düşündükleri örgütlerin ürünlerinden alarak onları ödüllendirdiklerini ortaya koymaktadır. Son yıllarda hızla değişen toplum hayatında iş yaşamı, örgütleri her zamankinden daha fazla yükümlülüklerle karşı karşıya bırakmaktadır.
- Topluma fayda sağlayacak kurumsal faaliyet olan kurumsal sosyal sorumluluk, örgütlerin kendi menfaatlerinin yanı sıra, bir bütün olarak toplumun refahının sağlanması ve yükseltilmesine ilişkin faaliyetlerin yerine getirilmesiyle ilişkili bir yükümlülüktür. Örgütün hem iç hem de dış çevresindeki tüm paydaşlara karşı etik ve sorumlu olması, bu yönde kararlar alması ve uygulaması biçiminde tanımlanan kurumsal sosyal sorumluluk denildiğinde bir örgütün çevreye ve topluma yönelik sorumlulukları yanında ilişki içerisinde olduğu ve örgüt kararlarından ve faaliyetlerinden ciddi olarak etkilenebilecek bütün paydaşlara karşı sorumluluk anlaşılmalıdır.
- Örgütlerin temel görevi, kendi görevlerini şeffaf, hesap verilebilir, yasalara uygun bir biçimde yerine getirmek olduğu kadar içerisinde bulunulan toplumun ve global problemlerin çözümüne yardımcı olmak da önem taşımaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun önem kazanmasına yönelik saydamlık, bilgi, sürdürülebilirlik, küreselleşme ve kamu sektörünün başarısızlığı olarak beş eğilim sıralamaktadır.
- Örgütlerin sosyal sorumlulukları ile ilişkili çok sayıda model ele alınmaktadır. Bu modellerden kimi sosyal sorumlulukları tarihsel süreç bağlamında değerlendirirken kimileri sosyal sorumluluğun ögelerinden, kimileri de sosyal sorumluluk alanlarından yola çıkarak sosyal sorumluluğu açıklamaktadır. Bunlar dört boyutlu sosyal sorumluluk modeli, Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli, Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli, Sosyal Performans Modeli, Perston ve Post'un Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli, Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli olarak sıralanacaktır.
- Örgütler çevresini, işgörenlerini, tüketicilerini, yatırımcılarını ve rakiplerini etkileyebilmekte ve onlardan da sürekli etkilenebilmektedir. Örgütlerin mevcudiyetine bütün paydaşların bir şekilde katkısının olması, örgütlerin paydaşlara olan sorumluluklarını da artırmıştır. Günümüzde örgütlerin başarıya erişebilmeleri için paydaşların beklentilerini göz önünde tutmaları gerekmektedir. Örgütlerin sosyal sorumluluk alanları; çalışanlara, tüketicilere, çevreye, tedarikçilere, rakiplere, yatırımcılara, kamu kurumlarına, topluma karşı sorumluluk olarak ele alınmaktadır.

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Aşağıdakilerden hangisi Keefe'in kurumsal sosyal sorumluluğunun önem kazanmasına yönelik beş eğiliminden biri değildir?
   a) Saydamlık
   b) Bilgi
   c) Sürdürülebilirlik
   d) Pazar payı
   e) Küreselleşme

2. Aşağıdakilerden hangisi kurumsal sosyal sorumlulukla benzer kavramlardan biri değildir?
   a) Sosyal Pazarlama
   b) Kurumsal Gönüllülük
   c) Sponsorluk
   d) Kurumsal Hayırseverlik
   e) Kurumsal Vatandaşlık

3. Dört boyutlu sosyal sorumluluk modelinde aşağıdakilerden hangisi yer almaz?
   a) Ekonomik
   b) Etik
   c) Gönüllülük
   d) Yasal
   e) Güç

4. Hay, Gray ve Gates tarafından oluşturulan model aşağıdakilerden hangisidir?
   a) Sosyal Performans Modeli
   b) Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli
   c) Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli
   d) Sosyal Duyarlılık Modeli
   e) Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli

5. Sosyal sorumluluğu hedef, uygulama ve strateji olmak üzere üç evrede ele alan model aşağıdakilerden hangisidir?
   a) Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli
   b) Sosyal Duyarlılık Modeli
   c) Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli
   d) Sosyal Performans Modeli
   e) Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli

6. Politika, öğrenme ve örgütsel yükümlülük evresi unsurları aşağıdaki modellerin hangisinde geçmektedir?
   a) Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli
   b) Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli
   c) Sosyal Duyarlılık Modeli
   d) Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli
   e) Sosyal Performans Modeli

7. Örgütlerin sorumlu olduğu sosyal sorumluluk alanlarından biri aşağıdakilerden hangisidir?
   a) Yaşam kalitesi
   b) Politika aşaması
   c) Vekâlet yaklaşımı
   d) İç evre
   e) Çalışanlara karşı

8. Aşağıdakilerden hangisi kurumun tüketicilere karşı sosyal sorumluluklarından biri değildir?
   a) Haksız rekabetten sakınmak
   b) Hizmetin kaliteli olması
   c) Satış sonrası hizmetlerin sunulması
   d) Hijyen koşullarına uygun üretim sunulması
   e) Kimyasal katkıların standartlara uygun eklenilmesi

9. Kurumun topluma karşı sosyal sorumluluklarından biri aşağıdakilerden hangisidir?
   a) Eğitim, çevre, sağlık vb. değerlerin korunması için destek vermek
   b) Gelirlerini dürüst bir şekilde bildirmek
   c) Kâr ve zararları düzgün olarak hesap etmek
   d) Kalite artışı açısından gereken destekleri sağlamak
   e) Üretimde fire miktarını azaltmak

10. Kâr maksimizasyonu hangi sosyal sorumluluk modelinin evrelerindendir?
   a) Sosyal Performans
   b) Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk
   c) Sosyal Duyarlılık
   d) Bütünleşik Sosyal Sorumluluk
   e) Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk

Cevap Anahtarı
1.d, 2.c, 3.e, 4.b, 5.d, 6.c, 7.e, 8.a, 9.a, 10.b

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Aktan, C.C.& Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. C.C. Aktan (Ed.), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk. (s. 11-36). İstanbul: İGİAD Yayınları.

Aydede, C. (2007). Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk. İstanbul: Kapital Medya

Aydınalp, G.I. (2013). Halkla İlişkiler Ekseninde Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Çamdereli, M. (2005). Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler. İstanbul: Salyangoz Yayınları.

Güllüpunar, H. (2012). Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk. M.Işık (Ed.), Halkla İlişkilere Giriş (s. 118-141). Konya: Eğitim Yayınevi.

Özgen, E. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri. İstanbul: Profil Kitap.

Özüpek, N. (2013). Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk. Konya: Eğitim Yayınları.

Pira, A. (2005). Halkla İlişkiler İçin Okumalar. İstanbul: Dönence Basım ve Yayın.

Üzün, C. (2000). Stratejik Yönetim ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Dokuz Eylül Yayınları.