



**SOSYAL SORUMLULUK ENDEKSİNİN ÇALIŞAN
BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Merve Bayraktar

Eskişehir 2024

**SOSYAL SORUMLULUK ENDEKSİNİN ÇALIŞAN
BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ**

Merve Bayraktar

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Yener ŞİŞMAN**

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Haziran 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Merve Bayraktar'ın “Sosyal sorumluluk endeksinin çalışan bağlılığı üzerine etkisi” başlıklı tezi, 25/07/2024 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek “Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği”nin ilgili maddeleri uyarınca, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

	<u>Unvanı-Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı)	: Prof. Dr.Yener Şişman	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Cansu Şengül	
Üye	: Doç. Dr. Bora Balun	

Prof. Dr. Saime ÖNCE
Enstitü Müdürü

ÖZET

SOSYAL SORUMLULUK ENDEKSİNİN ÇALIŞAN BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ

Merve BAYRAKTAR

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı
Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Haziran 2024

Danışman: Prof. Dr. Yener ŞİŞMAN

Günümüz toplumunda bireyler geçimlerini sağlamak için çalışmak zorundadır ve hayatlarının önemli bir kısmı çalışmaya adanmıştır. Dolayısıyla, çalışanların işyerinde geçirdikleri zamanın etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlamak şirketler için büyük önem taşımaktadır. Ancak işverenlerin verimlilik için çalışanlarına sadece iş teklif etmeleri yeterli olmaz. Çalışanlar ile kurum arasında bağ kuracak, çalışanların alternatif iş olanaklarını değerlendirmelerini engelleyecek ve kurumun devamlılığını sağlayacak uygulamaların da hayata geçirilmesi gerekir. Diğer yandan çalışanlar, toplumun refahını ve sağlığını ön planda tutan ve toplumsal meselelere karşı duyarlılık gösteren kuruluşları da tercih edebilmektedir. Bu tür kuruluşlar sosyal sorumluluk sahibi olarak kabul edilir ve toplumun refahının artırılmasına aktif olarak katılmaktadırlar. Çalışanlar, kurumun önemli bir paydaşı olarak, toplumun iyileştirilmesine sebep olan kurumlara değer vermektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, kurumda kalma kararında önemli bir faktör olan örgütsel bağlılığın oluşturulması ve sürdürülmesi için çok önemli bir unsur haline gelmiştir. Bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluğun çalışanların bağlılığı üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışanlar bağlılığını artırmak için kurumsal sosyal sorumluluk endeksi kriterleri arasında yer alan sendika ve toplu pazarlık hakkına saygı, zorunlu çalışmanın önlenmesi, çocuk işçi çalıştırmama, ayrımcılığın önlenmesi, güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları, adil ücret ödeme, yönetime katılma, eğitim ve gelişimin desteklenmesi, ifade özgürlüğü, iş-aile hayatı dengesinin sağlanması olgularının dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk Endeksi, Çalışan Bağlılığı.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL RESPONSIBILITY INDEX ON EMPLOYEE ENGAGEMENT

Merve BAYRAKTAR

Department of Labour Economics and Industrial Relations

Anadolu University, Institution of Graduate Schools

July-2024

Supervisor: Prof. Dr. Yener ŞİŞMAN

In today's society, individuals have to work to earn a living and a significant part of their lives is dedicated to work. Therefore, it is of great importance for companies to ensure that the time employees spend in the workplace is used effectively and efficiently. It is insufficient for employers to simply offer their employees jobs for productivity. It is necessary to implement practices that will establish a bond between employees and the organization, prevent them from considering alternative job opportunities and ensure the continuity of the organization. However, in addition to these, employees also prefer organizations that prioritize the welfare and health of the society and show sensitivity to social issues. Such organizations are considered socially responsible and actively participate in improving the welfare of society. As an important stakeholder of the organization, employees value organizations that contribute to the betterment of society. The concept of corporate social responsibility has become a very important element for the creation and maintenance of organizational commitment, which is an important factor in the decision to stay in the organization. This study concludes that corporate social responsibility has an impact on employee engagement. In order to increase employee engagement, corporate social responsibility index criteria; respect for the right to union and collective bargaining, prevention of forced labor, prevention of child labor, prevention of discrimination, safe and healthy working conditions, payment of fair wages, participation in management, support for training and development, freedom of expression, work-family life balance should be taken into consideration.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Index, Employee Engagement.

TEŞEKKÜR

Çalışmanın tüm aşamalarında görüşlerini paylaşan, ilgisini ve desteğini esirgemeyen hocam, Sayın Prof. Dr. Yener Şişman'a ye teşekkür ederim. Ayrıca değerli vakitlerini ayırıp jürime katıldıkları ve çalışmam için yapıcı eleştirilerde bulundukları için sayın Doç. Dr. Bora Balun ve Dr. Öğr. Üyesi Cansu Şengül hocalarıma teşekkür ederim.

Hayatımın her anında ve her mücadelede yanımda olan, beni destekleyen, tez çalışma sürecimde de beni yüreklendiren sevgili eşim Oğuzhan Bayraktar'a çok teşekkür ederim. Desteklerini her zaman hissettiğim çok sevgili aileme ayrıca teşekkürlerimi sunarım.



ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Merve BAYRAKTAR

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	2
ÖZET	3
ABSTRACT.....	4
TEŞEKKÜR.....	5
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	6
İÇİNDEKİLER.....	7
ŞEKİLLER DİZİNİ	11
TABLolar DİZİNİ	12
KISALTMALAR DİZİNİ	13
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
1. GENEL HATLARIYLA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK.....	3
1.1. Tanımlar ve Genel Çerçeve.....	3
1.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımı.....	3
1.1.2. Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma ile İlişkisi	5
1.1.3. Kurumsal Sürdürülebilirlik ile İlişkisi.....	6
1.1.4. Kurumsal Vatandaşlık ile İlişkisi	9
1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Önemi.....	12
1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Teorik Alt Yapısı.....	14
1.3.1. Hissedarlık Teorisi	15
1.3.2. Paydaş Teorisi	16
1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişimi	18
1.4.1. Sanayi Devrimi'nin Başlangıcı ile 1950 Arası Dönem	18
1.4.2. 1950 ve 1980'li Yıllar Arası Dönem.....	19
1.4.3. 1990 ve Sonrası Dönem.....	22
1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Kapsamı	24
1.5.1. Çalışanlar Açısından.....	25

1.5.2. Tüketiciler Açısından.....	26
1.5.3. Ortak ve Hissedarlar Açısından	27
1.5.4. Çevresel Değerler Açısından	27
1.5.5. Devlet (Kamu Kurumları) Açısından.....	29
1.5.6. Tedarikçi İşletmeler Açısından.....	29
1.5.7. Rakip İşletmeler Açısından	30
1.5.8. Toplum Açısından	30
1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Lehinde ve Aleyhinde Olan Görüşler	31
1.6.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Lehinde Olan Görüşler	32
1.6.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Aleyhinde Olan Görüşler.....	32
1.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları	33
1.7.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Çalışanlar İçin Faydaları	34
1.7.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Topluma Sağladığı Faydalar	34
1.7.3. KSS'nin Sivil Toplum Kuruluşlarına Sağladığı Faydalar	35
1.7.4. Kurumsal Sosyal Sorumlulukların İşletmelere Faydaları	36
1.8. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları	38
1.8.1. Klasik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	38
1.8.2. Modern Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı.....	39
1.9. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri.....	40
1.9.1. Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	40
1.9.2. Frederick'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	41
1.9.3. Wood'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli.....	43
1.9.4. Post, Frederick, Lawrence ve Weber'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	43
1.10. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Alanında Oluşturulan Başlıca Örgütler ve Girişimler.....	43
1.10.1. Uluslararası Girişimler.....	44
1.10.2. Sivil Örgütler Tarafından Gerçekleştirilen Girişimler	44
İKİNCİ BÖLÜM.....	45

2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN ÖLÇÜMÜ: SOSYAL

SORUMLULUK ENDEKSLERİ	45
2.1. Kurumsal Sosyal Performans.....	45
2.1.1. Kurumsal Tepkisellik	46
2.1.2. Kurumsal Sosyal Performans Modelleri	49
2.2. Sosyal Sorumluluğun Ölçümü Konusundaki Diğer Çalışmalar	49
2.2.1. İtibar Endeksleri	50
2.2.2. İçerik Analizi	51
2.2.3. Diğer Yöntemler	52
2.3. Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Endeksleri	54
2.3.1. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi	56
2.3.2. FTSE4Good Endeksi	56
2.3.3. Güney Afrika Sürdürülebilirlik Endeksi.....	57
2.3.4. Business in the Community Kurumsal Sorumluluk Endeksi (BitC CRI).....	57
2.3.5. Fortune İtibar Endeksi.....	58
2.3.6. KLD 400 Sosyal Endeks (KLD 400 Social Index).....	58
2.4. Türkiye’deki Endeks Çalışmaları.....	59
2.4.1. Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi	60
2.4.2. Kurumsal Yönetim Endeksi.....	61
2.4.3. Türkiye Kurumsal Sorumluluk Derneği – KSS Türkiye Endeksi	62
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	64
3. SOSYAL SORUMLULUK ENDEKSİNİN ÇALIŞAN BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ.....	64
3.1. Çalışanlara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ortaya Çıkış Nedenleri ve Gelişimi	66
3.2. Çalışanlar Bağlılığını Artırmak için Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Endeksi Kriterleri.....	67
3.2.1. Sendika ve Toplu Pazarlık Hakkına Saygı	68
3.2.2. Zorunlu Çalışmanın Önlenmesi.....	70
3.2.3. Çocuk İşçi Çalıştırmama	71
3.2.4. Ayrımcılığın Önlenmesi.....	73

3.2.5. Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları	74
3.2.6. Adil Ücret Ödeme	75
3.2.7. Yönetime Katılma	76
3.2.8. Eğitim ve Gelişimin Desteklenmesi	77
3.2.9. İfade Özgürlüğü	78
3.2.10. İş-Aile Hayatı Dengesinin Sağlanması	79
3.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğunun Çalışan Bağlılığına Etkisi Üzerine Araştırmalar	80
SONUÇ	82
KAYNAKÇA.....	88
İnternet Kaynakları.....	106

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Kurumsal Sürdürülebilirlik Boyutları.....	8
Şekil 1.2. KSS ve Sürdürülebilirlik İlişkisi.....	9
Şekil: 1.3 Paydaş Modeli	17
Şekil 1.4. İşletme İçi ve İşletme Dışı KSS Alanları.....	24
Şekil 1.5. Freidman'ın İşletme Sorumlulukları Kavramı	39
Şekil 1.6. Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	40
Şekil 1.7. Frederick'in KSS Modeli.....	42



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Leğinde ve Aleyhinde Görüşler.....34

Tablo 2.1. Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Tepkiselliğın Karşılaştırılması.....51



KISALTMALAR DİZİNİ

BitC	Business in the Community
BİST	Borsa İstanbul
BM	Birleşmiş Milletler
CED	Ekonomik Kalkınma Komitesi
CERES	Çevreye Duyarlı Ekonomiler Koalisyonu
DSKZ	Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
IOE	Uluslararası İşverenler Teşkilatı
ISO	Uluslararası Standardizasyon Örgütü
KLD	The Kinder, Lydenberg and Domini
KSP	Kurumsal sosyal performansı
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
STK	Sivil toplum kuruluşları
TİSK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
UNCED	Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı
XKURY	Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi

GİRİŞ

Küreselleşme ile birlikte işletmelerin farklı alanlara yayılması, toplumda maddi, manevi ve insani birçok sorunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu da sadece işletme sahipleri ve ortaklarına değil, tüm paydaş gruplarına karşı sorumluluklarının artmasını gerektirmektedir. Çağdaş kurumlarda, insan ihtiyaçlarını ön planda tutan bir yönetim yaklaşımı önemli ölçüde önem kazanmıştır. İnsan merkezli bu bakış açısı öncelikle sivil toplum kuruluşları tarafından savunulmuş ve işletmeler üzerindeki etkisi sosyal sorumluluk kavramını kurumsal bilinçte ön plana çıkarmıştır. İşletmeler, faaliyet gösterdikleri çevreye karşı belirli yasal yükümlülükleri yerine getirmenin yanı sıra, iş hedeflerini ve düzenlemelerini sosyal sorumluluklarına uygun olarak güncelleme ve revize etme ihtiyacının zorunlu olduğunun farkındadır. Sosyal sorumluluk anlayışıyla faaliyet gösteren işletmeler, çevre üzerindeki etkilerini göz ardı edenlere kıyasla daha uzun ömürlü ve başarılı olma potansiyeline sahiptir. İşletmeler ekonomik, yasal, etik ve sosyal sorumluluklarını faaliyetlerine uygun bir şekilde entegre ederek verimliliklerini ve sürdürülebilirliklerini artırmaktadırlar.

Şirketlerin başarısının değerlendirilmesi sadece ekonomik ölçütleri değil, aynı zamanda toplum üzerinde olumlu bir etki yaratma ve sosyal sorumluluk yükümlülüklerini yerine getirme derecelerini de kapsamaktadır. Kuruluşlar genellikle topluma karşı sosyal sorumluluklarını yasal bir zorunluluk olarak görür ve bunları iş faaliyetlerine entegre etmektedir. Rekabetçi kalabilmek ve pazar değişikliklerine uyum sağlayabilmek için kuruluşların yönetim uygulamalarını en son küresel yönetim yaklaşımına uygun olarak yeniden değerlendirmeleri gerekmektedir. Yöneticilerin topluma karşı sosyal sorumluluğu dikkate alan, geleceği algılama yeteneğine sahip ve yükümlülüklerinin sürdürülebilirliğini garanti altına alan bir bakış açısına sahip olmaları gerekmektedir.

Toplumun sürdürülebilir bir kuruluşa yönelik algısı, kuruluşun başarısında belirleyici bir faktör olabilmektedir. Bu durum özellikle kuruluşun piyasada halihazırda olumlu bir itibara sahip olması halinde geçerlidir. Tersine, bir kuruluş toplum tarafından kötü algılanıyorsa, yüksek kaliteli ürünler sunsa bile muhtemelen pazardaki varlığını sürdürmekte zorlanacaktır. Gönüllü katılımı sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmek, toplumda olumlu bir imaj oluşturmak için çok önemlidir. Ayrıca, çalışanların desteğini almak, kurumların fiziksel ve ekonomik altyapılarıyla birlikte toplumdaki güçlü

varlıklarını sürdürmeleri ve rekabet güçlerini artırmaları için hayati bir unsurdur. Çok sayıda örgütsel faktör, çalışanların örgüte karşı gösterdikleri bağlılık düzeyini etkilemektedir. Örgütün mevcut eylemleri, çalışanların örgüte yönelik tutum ve davranışları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir ve bunlar olumlu ya da olumsuz olabilmektedir. Bu tür girişimlerin kurum kültürünü şekillendirmede ve çalışan bağlılığını teşvik etmede çok önemli olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, bu araştırma sosyal sorumluluk endeksinin çalışan bağlılığı üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. GENEL HATLARIYLA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

1.1. Tanımlar ve Genel Çerçeve

Bu bölümde genel bir çerçevede kurumsal sosyal sorumluluk kavramı tanımlanacak ve konunun sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal vatandaşlık ile ilişkisi kurulmaya çalışılacaktır.

1.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımı

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun (KSS) tam tanımı konusunda uzmanlar arasında bir fikir birliği bulunmamaktadır. Bu kavramla ilgili tanımlar incelendiğinde, çok sayıda farklı ancak karşılaştırılabilir tanımlar bulunduğu görülür.

Kurumsal sosyal sorumluluk genel olarak bir işletmenin faaliyet gösterdiği toplumu iyileştirmek için kaynakları kullanmaya yönelik etik ve ahlaki odağı ile ilişkili olarak tanımlanmakta, işletmenin kendi hedeflerine ulaşırken aynı zamanda ahlaki değerlerin korunması ile sağlanmaktadır. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk, etik davranışa, ekonomik kalkınmaya ve toplum, çalışanlar ve aileleri için genel yaşam kalitesini artırmaya yönelik tutarlı bir bağlılık gerektirmektedir (Bayrak, 2001: 8).

Kuruluşların etik yönünü vurgulayan tanımlar üretme eğiliminde oldukları gözlemlenmiştir. Örneğin, Avrupa Komisyonu'nun “Kurumsal Sosyal Sorumluluk için bir Avrupa Çerçevesi Geliştirilme” başlıklı Yeşil Kitap'ında kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal ve çevresel konuların iş faaliyetlerine ve paydaşlarla etkileşimlere gönüllü olarak entegre edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Yeşil Kitap'a göre sosyal sorumluluk sahibi olmak, yasal yükümlülükleri yerine getirmenin yanı sıra insan sermayesi, çevre ve paydaş ilişkilerine daha fazla kaynak ayırmayı da içermektedir (European Commission, 2001: 81).

Uluslararası İşverenler Teşkilatı (IOE) kurumsal sosyal sorumluluğu, sosyal ve çevresel kaygıları iş faaliyetlerine ve paydaşlarla ilişkilere dahil eden gönüllü eylemler olarak tanımlamaktadır (Wilton, 2005: 23).

Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) kurumsal sosyal sorumluluğu, kuruluşların ekonomik, sosyal ve çevresel konuları bireylere ve topluma fayda sağlayacak

şekilde dikkate aldığı bir yaklaşım olarak tanımlamaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 13).

Amerika Birleşik Devletleri'nde kurumsal sosyal sorumluluk alanında kâr amacı gütmeyen en önemli dernek olarak kabul edilen Business for Social Responsibility tarafından yapılan tanım bakımından kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin faaliyet gösterdiği toplumun etik, yasal, ticari ve toplumsal taleplerine tutarlı bir şekilde uyması veya bunları aşması anlamına gelmektedir (Sarıkaya, 2009: 68).

KSS, bazıları sürdürülebilirlik açısından ele alınan çeşitli tanımlara sahiptir. KSS konusunda önde gelen isimlerden biri olan Avrupa Birliği Barolar ve Hukuk Dernekleri Konseyi Başkanı Roman Mullerat'a göre bu kavram, işletmelerin aktif katılım yoluyla paydaşların çıkarlarına saygı gösterme ve koruma yönündeki gönüllü eylemlerini ifade etmektedir. KSS, işletmelerin toplumsal yükümlülüklerini yerine getirmek için gönüllü bir taahhütte bulunmalarını ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek ve yaşam kalitelerini artırmak için çalışanları, aileleri ve yerel halkla iş birliği yapmalarını içermektedir (Mullerat, 2005: 3). Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi bakımından (1999) KSS, işletmelerin sürdürülebilir kalkınmaya verdikleri desteği ifade eder ve yasal yükümlülüklerinin ötesine geçen faaliyetleri kapsamaktadır (Ersöz, 2007: 22).

Çeşitli tanımlar, yasal gerekliliklerin ötesine geçen kurumsal sosyal sorumluluk kavramını vurgulamaktadır. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) bakımından KSS, işletmelerin yasal yükümlülüklerini aşan gönüllülük esasına dayalı yaptıkları faaliyetlerdir (Pirler, 2005: 13). İşletmelerin sosyal sorumluluğu, faaliyet gösterdikleri ortamlarda ortaya konan yasal yükümlülüklerin ötesinde, toplumun çeşitli beklentilerini karşılamayı da kapsamaktadır (Erdoğan, 2002: 6).

Kurumsal sosyal sorumluluğu bir işletmenin stratejisinin bir unsuru olarak gören tanımlar mevcuttur. KSS, ekonomik ve yasal koşulların iyileştirilmesi, etik iş uygulamalarına bağlılık ve hem iç hem de dış çevrenin ihtiyaçlarıyla uyumlu iş politikaları ve stratejilerinin izlenmesiyle ilgilidir (Çelik, 2007: 62). Çoğunlukla gönüllülük esasına dayanan bir yönetim yaklaşımı ve iş stratejisidir, ancak yasal sonuçları da bulunmaktadır. Kurumsal faaliyetlerin her aşamasında toplumsal hassasiyetlerin göz önünde bulundurulmasını gerektirir ve işletmenin itibarına ve karlılığına katkıda bulunmaktadır (Gürel Boran, 2011: 16).

Tanımlar genel olarak incelendiğinde bazı ortak kavramların öne çıktığı görülmektedir: (1) Kâr elde etmek işletmelerin tek sorumluluğu değildir, (2) İşletmeler toplumsal sorunlara yol açma potansiyeline sahiptir ve bu sorunların çözümünde rol almalıdır, (3) İşletmeler tüm paydaşlarına karşı hesap verme sorumluluğuna sahiptir, (4)

İşletmeler insani değerleri de ön planda tutmalıdır (Bayraktaroğlu vd., 2014: 102).

KSS, işletmelerin paydaşlarına ve topluma karşı yasal yükümlülüklerinin ötesinde üstlendikleri ve kârlılıklarına önemli ölçüde sebep olan gönüllü girişimler olarak tanımlanabilmektedir.

1.1.2. Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma ile İlişkisi

Sürdürülebilirlik kavramı Latince “sustinere” kelimesinden gelmektedir. Çeşitli kaynaklarda görüldüğü üzere, genellikle sürdürme, sağlama, destekleme, var olma, devam etme ve sürdürme gibi kavramları ifade etmek için kullanılmaktadır (Onion ve Charles, 1964). Cambridge Çevre Sözlüğü'ndeki tanıma göre sürdürülebilirlik, çevreye zarar vermeyen tekniklerin kullanılması, doğal kaynakların gelecekte de kullanılabilmesinin garanti altına alınması ve uzun vadede devamlılığın sağlanması için çevreye verilen zararın en aza indirilmesi anlamına gelmektedir. Türk Dil Kurumu “sürdürülebilirlik” terimi için henüz kapsamlı bir Türkçe kelime karşılığı oluşturamamıştır. Değişen koşullar sürdürülebilirliğin farklı boyutlarını gün ışığına çıkarırken, artık sadece çevresel sürdürülebilirlik değil, ekonomik sürdürülebilirlik ve sosyal sürdürülebilirlik kavramları da yaygınlaşmıştır. Gün geçtikçe kurumsal sürdürülebilirlik fikri, bir işletmenin rekabet gücünü belirleyen bir faktör olarak popülerlik kazanmaktadır.

Sürdürülebilirlik kavramı, gelecek nesiller için uygun bir ekolojik çerçevenin korunmasına ilişkin etik hususların dahil edilmesi amacına hizmet etmektedir. Daha detaylı incelendiğinde, kavramın bazı çelişkili ilkeleri ve toplumsal standartları kapsadığı görülebilmektedir. Sürdürülebilirlik evrensel bir ilke olarak kabul edilmekle birlikte, uygulanması yerel, sosyal, kültürel, politik ve ekolojik faktörlere uyarlanabilirlik gerektirmektedir. Sürdürülebilirliği küresel bir standart haline getirmek için çok sayıda uluslararası konferans düzenlenmiş, eylem planları geliştirilmiş ve raporlar üretilmiştir (Arcagök, 2021: 10).

“Sürdürülebilir kalkınma” kavramı 1970'lerden bu yana kullanılmaktadır ve ekonomi ile çevrenin dengelenmesi anlamına gelmektedir. Gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden bugünkü nesillerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde kalkınmak anlamına gelmektedir. Bu, herkesin çevrenin sınırları dahilinde sosyal ve ekonomik kalkınmaya adil bir şekilde katılabilmesini sağlamak için üretim ve tüketim kalıplarının değiştirilmesini içermektedir. Esasen, büyüme ancak

Çevreye zarar vermiyorsa sürdürülebilir olarak kabul edilmektedir (Acar, 2006: 224).

“İstikrarlı ve sürdürülebilir kalkınma” ilkesi 1980 yılında Birleşmiş Milletler formüle edilmiş Dünya Doğa Şartı'nda ekolojik ve ekonomik bir kavram olarak kabul edilmiştir. Daha sonra 1987 yılında yayınlanan ve gelecek nesillerin refahını korumak için daha olumlu önlemler almanın önemini vurgulayan “Ortak Geleceğimiz” raporunda detaylandırılmıştır. Bu kavram,  vrenin korunmasında ve ekonomik büyümenin hem mevcut hem de gelecek nesiller için faydalı olacak şekilde teşvik edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Keleş vd., 2009: 243).

Modern ekonomi literatüründe,  vresel kalitenin ve kaynakların verimli kullanımının önemini vurgulayan sürdürülebilir kalkınma kavramına büyük önem verilmektedir. Bu model, uzun vadeli bir büyüme yörüngesi ile karakterize edilmekte ve bu alanda önemli bir tartışma konusu olarak ortaya çıkmaktadır. 21'inci yüzyılın yeni paradigması, ekonomik kalkınmaya  vrenin korunmasının eşlik etmesi gerektiğini dikte etmektedir (Tozar, 2006: 44).

Sürdürülebilirlik, bir toplum, ekosistem veya diğer herhangi bir sürekli sistemin herhangi bir kesinti, bozulma,  r me, aşırı kullanım, tükenme veya temel kaynakların aşırı sömürülmesi olmaksızın sürekli olarak çalışma kapasitesini ifade etmektedir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı mevcut kaynakların korunmasıyla sınırlı kalmamalıdır. Kalkınmanın sürdürülebilir olmasını sağlamak için hem fiziksel hem de beşeri sermayeye yapılan yatırımlara doğal kaynakların kullanımıyla aynı  l de değer verilmesi gerekmektedir (Başol vd., 2007: 155).

1.1.3. Kurumsal Sürdürülebilirlik ile İlişkisi

Kurumlar bağlamında “sürdürülebilirlik” terimi, işletmelerin mevcut stratejilerini, politikalarını ve faaliyetlerini mevcut koşullara uygun olarak geliştirerek dinamik bir rekabet ortamında zaman içinde ayakta kalma kapasitesini ifade etmektedir (Besler, 2009: 6).

Borsa İstanbul'un resmi web sitesindeki tanıma göre, kurumsal sürdürülebilirlik, işletmelerde uzun vadeli değer yaratmak için, ekonomik,  vresel ve sosyal faktörlerin şirket faaliyetlerine ve karar alma mekanizmalarına dahil edilmesi, kurumsal yönetim ilkelerine uyulması ve bu konulardan doğabilecek risklerin yönetilmesidir (Borsa İstanbul, 2024).

Tarihsel gelişim sürecinde iki önemli faktör kurumsal sürdürülebilirlik kavramının

ortaya çıkmasını kolaylaştırmıştır. Bu faktörler “Üçlü Sorumluluk Yaklaşımı” ve “1987 Brundtland Raporu”dur.

1987’de Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun yayımladığı Brundtland Raporu, sürdürülebilir kalkınmanın önemini vurgulamaktadır. Bu rapor, gelecek nesiller için yaşanabilir bir doğal, fiziksel ve sosyal çevre sağlamak amacıyla rasyonel kaynak yönetiminin önemine dikkat çekmektedir. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma sağlanmak isteniyorsa ekonomik, sosyal ve çevresel politikalar birbirleriyle bağlantılı olarak uygulanmalıdır. Rapor, sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşmak için atılması gereken yedi eylem kategorisinin ana hatlarını çizmektedir. Bu kategoriler arasında ekonomik büyümenin teşvik edilmesi, büyümenin doğasının değiştirilmesi, temel ihtiyaçların karşılanması (istihdam, beslenme, su, sağlık hizmetleri ve enerji vb.), nüfusta dengenin korunması, kaynakların genişletilmesi ve şu anki kaynakların muhafazası, teknolojik imkanların uygun şekilde kullanılması, risklerin doğru şekilde yönetilmesi ve karar alma süreçlerinde çevresel ve ekonomik hedeflerin bütünleştirilmesi yer almaktadır. Daha büyük ölçekli hedeflere ulaşmak için bunları daha küçük ölçekte gerçekleştirmek gerekmektedir. Dolayısıyla, kurumsal sürdürülebilirlik hedeflerinin, toplumsal açıdan sürdürülebilir bir kalkınma seviyesine ulaşmak için karşılanması gerekmektedir. Sürdürülebilir kalkınma, kurumsal sürdürülebilirlik kavramını ve anlayışını ortaya çıkardığı için her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Özünde kurumsal sürdürülebilirlik, bir işletmenin uzun vadeli sürdürülebilirliğini garanti altına almayı amaçlayan yöntemleri ifade etmektedir (Besler, 2009: 3).

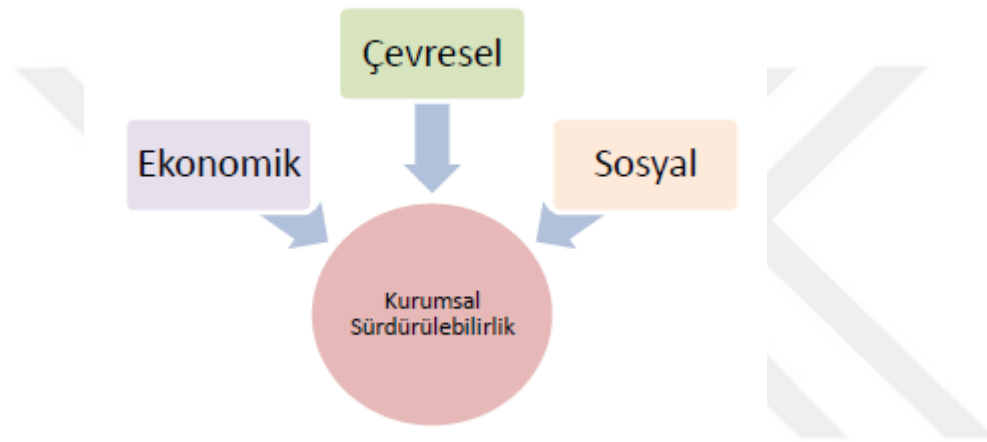
Kurumsal sürdürülebilirliğin ortaya çıkışına “üçlü sorumluluk” kavramı yardımcı olmuştur. Üç boyutlu raporlama fikri 1997 yılında John Elkington tarafından ortaya atılmıştır (Murat, 2009: 30).

Bazı kurumsal yönetim uzmanlarından farklı olarak John Elkington, kurumsal yönetim tanımının sosyal arayışları da içine alacak şekilde genişlediğini ileri sürmektedir. İş etiği, iklim değişikliği ve insan hakları gibi meselelerin modern çağda kurumsal yönetimin ayrılmaz bir parçası olduğunu ve bu nedenle sosyal girişimcilik, kurumsal sorumluluk ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin kurumsal yönetim anlayışımızla bağlantılı olarak giderek daha önemli hale geldiğini öne sürmektedir (Yamak, 2007: 66).

Elkington'un üçlü sorumluluk kavramı ekonomik, sosyal ve çevresel değerlerin yaratılması veya yok edilmesiyle ilgilidir. Kavram ekonomik refah, çevresel kalite ve sosyal adaletin önemini vurgulamaktadır. Sosyal sorumluluk kavramı bu çerçevede üç boyutta ele alınmaktadır. Üçlü sorumluluk kavramı, kârın başarının önemli bir ölçütü

olmaya devam ettiğini kabul ederken, çevre ve bu çevrede yaşayanlar üzerinde olumsuz etkileri olmaması gerektiğinin de altını çizmektedir (Elkington, 2006: 522).

Brundtland Raporu, sürdürülebilir kalkınma sağlayabilmek için ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflerin birlikte gerçekleştirilmesinin önemini vurgulamakta ve bu da “üçlü sorumluluk” kavramına yansımaktadır (Tokgöz ve Önce, 2009: 65). Brundtland Raporu'nda özetlenen makro hedefler, mikro düzeyde “üçlü sorumluluk” çerçevesi ile ele alınmaktadır. Brundtland Raporu'nun yanında Ekkigton'un “triple bottom line” yaklaşımında da vurgulanan sorumluluğun üç boyutunu kapsayan bu çerçeve, kurumsal sürdürülebilirlik kavramının temelini oluşturmaktadır (Elkington, 2006: 523).

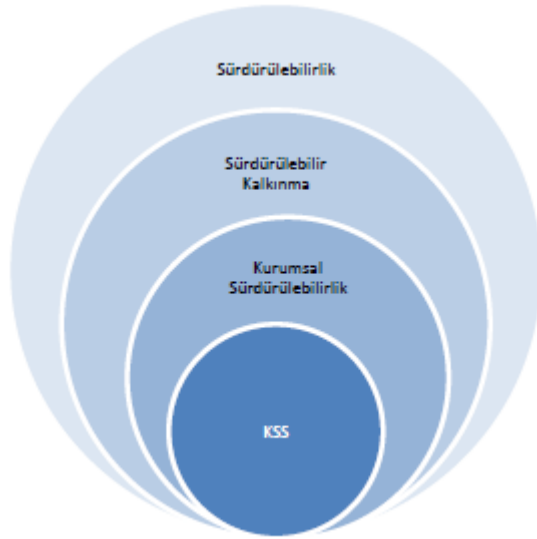


Şekil 1.1. Kurumsal Sürdürülebilirlik Boyutları

“Sürdürülebilirlik” ve KSS'nin birbiriyle örtüşen tanımları kafa karışıklığına neden olmuştur. Ancak, KSS'nin sürdürülebilirlik kavramından daha uzun bir süredir var olduğunu belirtmek önemlidir. KSS'nin anlaşılmasındaki sonraki gelişmeler sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasını kolaylaştırmıştır. Önceleri KSS, insan hakları gibi sosyal kaygıları kapsayan bir kavram olarak algılanırken, sürdürülebilirlik çevresel konulara ayrılmıştır. Sürdürülebilirliğin geleneksel yorumunun aksine, modern kurumsal sürdürülebilirlik sadece ekolojik kaygıları değil, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlardaki beklentileri ve yönetsel tehlikeleri de ele alarak kalıcı değer üreten bir yönetim stratejisi olarak hizmet etmektedir (Lo ve Sheu, 2007: 346). Bu bağlamda hem KSS'nin hem de kurumsal sürdürülebilirliğin, tüm paydaşları etkileyen sosyal ve çevresel kaygıları ele almak için işletmeler tarafından üstlenilen gönüllü girişimleri gerektirmesi dikkat çekicidir. Dolayısıyla, bu kavramlar birbirleriyle yakından bağlantılı görünmektedir. Bazı araştırma çalışmalarında kurumsal sürdürülebilirlik KSS'nin bir yönü olarak görülürken, diğerleri KSS'nin kurumsal sürdürülebilirliğin bir bileşeni olduğunu savunmaktadır (Özbay, 2013; Hawkins, 2006; Carroll, 1998). KSS, işletmelerin

tüm paydaşlarına karşı sorumlulukları olduğu önermesi üzerine kurulu bir yönetim stratejisi olarak kabul edilebilmektedir. Kurumsal sürdürülebilirliğe ulaşma hedefi oldukça önemsenmektedir. Wempe ve Kaptein (2002) çalışmalarında KSS ile kurumsal sürdürülebilirliğin aralarındaki farklılıkları karşılaştırılabilir ifadeler kullanarak ortaya koymuşlardır. Wempe ve Kaptein'in görüşlerine göre, kurumsal sürdürülebilirliğin sağlanması birincil hedeftir ve bu hedefe ulaşmanın yolu çevresel, sosyal ve ekonomik faktörler arasında bir denge sağlayan KSS uygulamasından geçmektedir (Özbay, 2013: 19).

Hawkins, işletmelerin öncelikle kurumsal anlamda sosyal sorumluluk faaliyetlerine öncelik verdiğini, sürdürülebilirliğin ise bunun daha ileri bir seviyesini temsil ettiğini ileri sürmektedir. Bu kavramlar birlikte değerlendirildiğinde, nihai amacın sürdürülebilirlik olduğu ve bunun da sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmayı gerektirdiği ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmak için kurumsal sürdürülebilirlik hedeflerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. KSS kavramı, bu hedeflere ulaşmanın yolu olarak görüldüğünden, nihai hedeflerin takibinde merkezi bir konuma sahiptir (Hawkins, 2006: 1) (Şekil 1.2).



Şekil 1.2. KSS ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

1.1.4. Kurumsal Vatandaşlık ile İlişkisi

KSS tanımı, küreselleşmenin de etkisiyle önemli değişim ve gelişimler geçirmiştir. Bu bağlamda, 1990'lardan bu yana yoğun tartışmalara sebep olan kavramların bir tanesi

de “kurumsal vatandaşlık”tır. Bowen “İşadamlarının Sosyal Sorumluluğu” kitabında işadamlarının sorumlulukları sıralanırken kurumsal vatandaşlığa da atıfta bulunulurken, Carroll (1998) bu kavramın 1996 yılında ABD Başkanı Clinton ve iş dünyası liderlerinin katıldığı bir konferansta gerçekleşen sosyal performans tartışmalarıyla eş zamanlı olarak ortaya çıktığını belirtmektedir.

Kuruluşların faaliyet gösterdikleri toplumlarla olumlu ilişkiler kurmaları ve bu ilişkileri sürdürmeleri için sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri şarttır. Bunu yaparak bu toplumlarla uzun vadeli ve sağlıklı ilişkiler kurabilmektedirler. Toplumsal sorumluluklarını göz ardı eden ve eylemlerini etik ve sosyal değerlerle uyumlu hale getiremeyen kuruluşlar uzun vadede varlıklarını sürdüremezler (Barutçugil, 2004: 220). Kuruluşların uzun vadede varlıklarını sürdürebilmeleri için olumlu bir kurumsal imaja sahip olmaları şarttır. Kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerini üstlenmek hem kurumsal imaj hem de itibar üzerinde yapıcı bir etki yaratabilir ve böylece bu tür projelere destek vermeleri için onları motive edebilmektedir.

Avrupa Komisyonu'nun Yeşil Kitabı (Avrupa Komisyonu, 2001), kurumsal sosyal sorumluluğu, işletmelerin daha iyi bir topluma ve daha temiz bir çevreye gönüllü katkısı olarak tanımlamaktadır (Bayraktaroğlu vd., 2014: 99). Sosyal sorumluluk projeleri her ne kadar gönüllü bir kurumsal vatandaşlık davranışı olarak görülse de, artan rekabet ve gelişen teknoloji nedeniyle tüm paydaşların temel beklentisi haline gelmiştir. Kamuoyunun ve medyanın kurumların faaliyetlerini kolaylıkla izleyebilmesiyle birlikte bu tür projeler gönüllü olmaktan çıkmış, diğer boyutlarda olduğu gibi neredeyse zorunlu hale gelmiştir. Bu açıdan, kurumsal sosyal sorumluluğun temel amaçlarını ve içeriğini şu şekilde özetlemek mümkündür:

1) İşletmeler sadece kâr sağlamak amacıyla mal ve hizmet üretmenin ötesine geçen yükümlülüklerle sahiptir.

2) İşletmelerin kendilerinin sebep olduğu toplumsal sorunların çözülebilmesine katkıda bulunması gerekmektedir.

3) İşletmelerin yalnızca hissedarlara değil, tüm paydaşlar nezdinde sorumlulukları bulunmaktadır (Bayraktaroğlu vd., 2014: 100).

Kurumsal sosyal sorumluluğun önemi, ister isteğe bağlı ister zorunlu kabul edilsin, kurumsal vatandaşlığın temel bir bileşenini oluşturması bakımından görülebilmektedir. Mecazi bir bakış açısıyla kurumsal vatandaşlık, işletmelerin ekonomik, yasal, etik ve toplumsal görevlerini tanımlar ve sosyal sorumlulukla ilgili girişimleri ve ilişkili teşebbüsleri kapsamaktadır. Kurumsal stratejinin içsel bir yönü, her modern kuruluş

tarafından benimsenmesi gereken daimi bir iş ideolojisidir (Tunçel, 2011: 84).

B. Carroll, araştırmasında sosyal sorumluluğu üç kategoride sınıflandırmıştır. Bu kategoriler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır: (Çelik, 2004: 3).

Sosyal sorumluluk, kuruluşların uymakla yükümlü olduğu yasal gereklilikleri ifade etmektedir. Bunun bir örneği, 2003 tarihli 4857 sayılı İş Kanunu'nda yer alan ve kadın çalışanların doğumdan önce ve sonra sekizer hafta olmak üzere toplam on altı haftalık süre için işe alınmamasını öngören hükümdür.

Toplumsal tepki ister gönüllü ister gönülsüz olarak yapılsın, toplumun taleplerinin kuruluşlar tarafından karşılanması eylemini ifade etmektedir.

Sosyal Coşku, kuruluşlar tarafından sosyal sorumluluk kapsamına giren eylemlerin kasıtlı olarak yürütülmesini ifade etmektedir. Eğitim kurumları inşa etmek, bilgisayar sistemlerine katkıda bulunmak ve kız çocuklarının eğitimi kolaylaştırmayı amaçlayan girişimleri desteklemek gibi çabalar buna dahildir.

İşletmeler sosyal sorumluluk faaliyetlerinden sorumludur. Bunlar arasında proaktif olarak düzeltici önlemler almak, ortak sorunları ele almak için etkilenen bileşenlerle iş birliği yapmak, sektör çapında standartlar ve iç düzenlemeler oluşturmak, hataları açıkça kabul etmek, ilgili sosyal programları başlatmak, çevresel çözümlere katkıda bulunmak, değişen sosyal çevrelere uyum sağlamak, kurumsal yönetim kuralları geliştirmek ve uygulamak ve sosyal sorunlar için kamu desteği sağlamak yer almaktadır (Solmaz, 2008: 160-161).

Kurumsal vatandaşlık kavramı, KSS kavramına benzer şekilde, çeşitli şekillerde anlaşılmıştır. Bir tanıma göre, işletmelerin faaliyetlerini yürütürken sorumlu bir vatandaş gibi tüm toplumun refahı ve çıkarları doğrultusunda hareket etmesi anlamına gelmektedir. Carroll'ın (1991) KSS piramidi üzerine yaptığı araştırmaya göre, sorumluluğun en üst seviyesi hayırseverliktir ve iyi bir kurumsal vatandaş olmayı içermektedir. Carroll daha sonra bu tanımları genişletmiş ve KSS için oluşturduğu dört boyutlu çerçeveyi kurumsal vatandaşlık kavramına uygulamıştır.

Kurumsal vatandaşlık ve KSS arasındaki ayrım, verilen tanım temelinde belirsizdir. Bununla birlikte, Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu (2001) önemli ifadeler sunmaktadır:

Yıllar içinde küresel ekonomi birbirine daha bağlı hale gelmiş, siyasi yapılar önemli dönüşümler geçirmiş ve teknolojik gelişmeler milyonlarca bireye yaşam kalitelerini artırmaları için sayısız fırsat sunmuştur. Yeni anlaşmazlıkların ortaya çıkması, çevre şartlarının bozulması ve fırsat eşitsizliği, ayrıca birçok kişinin hala zor şartlar altında,

güvenliksiz ve geleceği belirsiz yaşaması, genel olarak huzursuzluğa yol açmaktadır. Eylül 11'den sonra meydana gelen olaylar, küresel kimlik ve uluslar ile vatandaşları arasındaki dayanışma duygusu üzerinde zararlı bir etki yaratmıştır. Tüm ülkelerden liderlerin, büyük sektörlerin ve sosyal kuruluşların insani kalkınmayı ilerletmek ve küreselleşmenin avantajlarının adil bir şekilde dağıtılmasını teşvik etmek için iş birliği yapmaları gerekmektedir (Andrew ve Matten, 2004: 64).

Metaforik bir bakış açısıyla kurumsal vatandaşlık kavramı, kuruluşların sahip olduğu çeşitli ekonomik, yasal, ahlaki ve sosyal sorumlulukları ifade etmektedir. Bu, her işletmenin politikasının temel bir yönü ve sürekli bir iş felsefesi olması gereken sosyal sorumluluk ve diğer ilgili faaliyetlerle ilgili girişimleri içermektedir (Tunçel, 2011: 84). Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal vatandaşlık ilişkisi görülebilmektedir. Bir kuruluşun sosyal ve çevresel yükümlülüklerine uymasıyla ilgili olan kurumsal sosyal sorumluluk benimsenmeden kurumsal vatandaşlık tam olarak benimsenemez. Kurumsal vatandaşlığın her bir boyutu büyük önem taşımaktadır ve eşit derecede dikkate alınmalıdır. Toplumsal ve çevresel sorunlara karşı duyarlılık gösteren ve ilgili projeleri üstlenen kuruluşlar toplum tarafından büyük saygı ve itibar görmektedir. Bu da kendilerini rakiplerinden ayırmalarını sağlamaktadır.

1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Önemi

Bir işletmenin refahı yalnızca kâr elde etmesine değil, aynı zamanda bu kârı topluma yaymasına da bağlıdır. İşletmelerin, içinde faaliyet gösterdikleri sistemin ayrılmaz bir parçası olduğu düşünüldüğünde, varlıklarını sürdürebilmeleri, bu sistemdeki değişikliklere uyum sağlama becerilerine bağlıdır (European Commission, 2002: 6).

Tüketicilerin giderek bilinçlenmeleriyle işletmelerin rakiplerinden farklılaşması için sadece finansal başarı yeterli olmamaktadır. Bu nedenle uyguladıkları sürdürülebilirlik stratejileri büyük önem taşıyor. Kurumsal sürdürülebilirlik çerçevesine uygun olarak, bir kuruluşun genel performansı yalnızca finansal sonuçlarına değil, aynı zamanda kapsamlı sosyal ve çevresel performansına da bağlıdır. İşletmelerin eylemlerinin bireyler ve bir bütün olarak toplum üzerinde doğrudan etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle, yöneticilerin ticari faaliyetlerine dahil olan tüm paydaşlarla ilişkilerinde etik davranmaları büyük önem taşımaktadır. Bu, işletmenin uzun ömürlülüğü, genişlemesi ve kârlılığı için gerekmektedir (Alfermann, 2011: 22).

Toplumun işletmelere yönelik beklentileri üç ana alana odaklanmaktadır: çevreye zarar vermekten kaçınmak, üretim zinciri boyunca sorumlu tedarikçilerle iş birliği

yapmak ve çalışanlara adil davranmaktır. İş dünyasında, işletmelerin içinde bulundukları toplumun sosyal, ekonomik ve çevresel ihtiyaçlarının farkında olmaları ve bunlara katkıda bulunmaları büyük önem taşımaktadır. Bunu yaparak işletmeler paydaşlarının saygısını kazanabilir, olumlu bir etki yaratabilir ve tercih edilen bir seçenek haline gelebilmektedir (Tözge, 2005: 18).

Dünyayı daha yaşanabilir bir yer haline getirmek amacıyla işletmelerin insan haklarına, sosyal haklara ve çevreye karşı duyarlılığını ve saygısını teşvik eden ve onaylayan bazı ideolojik ve özgeci yaklaşımlar olsa da sosyal sorumluluğun arkasındaki temel itici güç ticari çıkarlardır. Sosyal sorumluluğu ihmal eden veya buna meydan okuyan kuruluşlar ciddi sonuçlar ve yükümlülüklerle karşılaşmakta ve pazar kayıplarına uğrayabilir. “İşgücüne ve çevresine gereken özeni göstermeyen kuruluşlar, çeşitli şekillerde toplumsal cezalandırmaya maruz kalmaktadır. İşgücünün haklarını ihlal eden ve tüketicilerini hiçe sayan bir işletme, kalifiye personel eksikliği yaşayacak ve piyasaya sunduğu mal ve hizmetlerle ilgili olarak tüketici boykotlarıyla karşı karşıya kalabilecektir” (Emhan, 2007: 250).

Tüketicilerin satın alma alışkanlıkları değişim geçirmektedir. 1960'larda hâkim olan kitlesel tüketim eğilimi, 1970'lerin sonlarında oluşturulan kalite standartlarını karşılayan ürünlerin tercih edilmesine yol açmıştır. 1980'lerde çevresel açıdan sürdürülebilir ürünlere yönelik eğilim artmış, 1990'larda ise tüketiciler sosyal sorumluluk sahibi üreticilere öncelik vermeye başlamıştır. Aslında, ülkemizdeki tüketicilerin %82 gibi şaşırtıcı bir oranı, benzer fiyat ve kalitede iki ürün sunulduğunda, fiyatının bir kısmını sosyal bir amaca sebep olan ürünleri tercih ettiğini ifade etmiştir (Silsüpür ve Tarhan, 2021: 601).

Rekabetin yoğunlaşmasıyla birlikte kurumsal itibar kavramı önem kazanmaktadır. “Kurumsal itibar, bir kuruluşun bireyler tarafından yönetsel zekâsı, taktikleri, finansal durumu, sosyal ve toplumsal yükümlülükleri, uzun vadeli yatırımlarının değeri, rekabetteki etik standartları, ilerleme derecesi, işgücünün kalibresi ve kalifiye personel çekme becerisi açısından algılanma biçimini ifade eder”. Araştırmalar, itibardaki %60'lık bir artışın piyasa değerinde %7'lik bir artışa yol açtığını göstermiştir. İtibarın gerçek değerini tespit etmek zor olsa da, olumlu bir itibarın bir işletmeye faaliyet gösterdiği önemli pazarlara erişim sağladığı yaygın olarak kabul edilmektedir. Kurumlar kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle sadece somut çıktılar elde etmekle kalmaz, aynı zamanda bu tür faaliyetlerle hedef kitleler arasında marka bilinirliğini artırır, tüketicilerde markaya yönelik olumlu duygular ve algılar uyandırır ve tüketiciler ile marka arasındaki

ilişkiyi pekiştirmektedir (Silsüpür ve Tarhan, 2021: 600).

Çalışan morali veya toplum itibarı gibi maddi olmayan varlıkları geliştiren kuruluşlar, somut ticari faydalar sağlamaya, işletme değerini ve tüketici sadakatini artırmaya, çalışanları işe alma ve elde tutma konusunda başarıya ulaşmaya ve yolsuzluk skandalları ve çevre kazaları gibi halkla ilişkiler felaketlerinden uzak durmaya daha meyillidir (Corkin, 2008: 42).

Bu nedenle işletmeler, ürün etiketlerinde “bu ürün çocuk işçiliği kullanılarak üretilmiştir”, “bu ürün çocuk veya köle işçiliği kullanılmadan üretilmiştir” gibi ifadelerle yer vermektedir (Ersöz, 2007: 13).

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulayan işletmeler, gelişmiş finansal performans, azaltılmış maliyetler, gelişmiş marka imajı ve itibarı, artan tüketici sadakati, yüksek verimlilik ve kalite ve kalifiye işgücünü çekme ve elde tutma becerisi dahil olmak üzere çok sayıda avantajdan yararlanır. Ersöz (2009) araştırmasına göre, çalışanların KSS kavramını, kurumun kendilerinin refahı ve esenliği ile ilgilendiğinin bir göstergesi olarak yorumladıkları tespit edilmiştir (Ersöz, 2009: 142).

Weber, kurumsal sosyal sorumluluğun avantajlarını beş ana kategoride sınıflandırmıştır. Bunlar; işletme imajı ve itibarı üzerindeki olumlu etki, çalışan motivasyonu üzerindeki olumlu etki, maliyet sınırlama etkisi, artan pazar payı ve satışlar üzerindeki etki ve risk yönetimi üzerindeki etkidir (Weber, 2008: 249).

1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Teorik Alt Yapısı

KSS girişimleri, bir işletmenin ya gelirlerini artırarak ya da maliyetlerini azaltarak sürdürülebilirliğine katkıda bulunmalı ve böylece kârlılığını desteklemelidir. Bununla birlikte, KSS faaliyetlerinin bu arzu edilen sonuca hangi yollarla ulaşabileceği genellikle belirsizdir. Çok sayıda çalışma, KSS faaliyetlerinin işletme kârlılığını artırmadaki potansiyel başarısına ilişkin teorik bir çerçeve sunmakta başarısız olmuştur. KSS faaliyetlerinin işletme kârlılığını artırabileceği düşüncesi başlangıçta teorik bir perspektiften reddedilmiştir. Paydaş perspektifi, bu eleştirilerin etkili bir şekilde ele alınmasında önemli bir rol oynamıştır (Barnett, 2007: 798).

Literatür incelendiğinde, paydaşların görüşü, KSS girişimlerinin işletmeler için paydaş desteğini artırdığını ve böylece hissedarlara fayda sağladığını öne sürmektedir. İşletmeler KSS faaliyetlerinde bulunarak genellikle itibarlarını artırır ve iyi niyeti teşvik etmektedirler. Bir işletmenin itibarının artırılması, finansal sermayeyi çekmede, mevcut ve potansiyel çalışanların ilgisini çekmede ve tüketici sadakatini teşvik etmede daha fazla

başarı sağlayabilmektedir. Buna ek olarak, iyileştirilmiş bir itibar, işletmeye duyulan güveni olumlu yönde etkileyerek kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinde bulunan kuruluşlarla stratejik ortaklıklar için caziptir (Arouri, Gomes ve Pukthuanthong, 2019: 187, 188).

1.3.1. Hissedarlık Teorisi

KSS uygulamalarının başlıca karşıtı ve Hissedarlık Teorisi perspektifinin savunucusu Milton Friedman'dır (Mele, 2008: 56). Friedman'a göre işletmeler sorumluluk üstlenmekten acizdir ve bunu ancak bireyler yapabilmektedir. Türkel'e (2013) göre, kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinin sosyalizmle ilişkili olduğuna ve potansiyel olarak bir işletmeye zarar verebileceğine inanmaktadır. Bu nedenle, işletmelerin bu tür faaliyetlere katılmasına karşıdır.

Hissedarlık Teorisi, İşletmeler yalnızca yasal olarak öngörülen veya hissedar değerinin maksimize edilmesine sebep olan sosyal faaliyetlerde bulunabilmektedirler. Bu ilkenin kökleri, hissedar faydasının maksimizasyonuna öncelik veren neo-klasik ekonomi teorisine dayanmaktadır (Cin, 2018: 181). Hissedarlık Teorisi genellikle Vekalet Teorisi ile birlikte tartışılmaktadır. Bu teori, sahiplerin bir işletmenin birincil paydaşları olduğunu, yöneticilerin ise aracı olarak hizmet verdiğini öne sürmektedir. Bu bağlamda, işletmenin değerini artırmak yöneticilerin sorumluluğundadır. Teori, ekonomik sistemin bir bütün olarak, hissedar değerini artırmaya çalışan işletmeler tarafından üretilen artı değer yoluyla değer ürettiğini öne sürmektedir (Mele, 2008: 57, 58). Bu bakış açısı, Adam Smith'in herkesin kendi ekonomik çıkarlarını maksimize etmeye çalıştığını savunan “görünmez el” doktrinine dayanmaktadır. Buna göre, kişiler kâr elde etmek için çabalarken, piyasa mekanizmasının görünmeyen eli tarafından toplumun çıkarlarına hizmet edecek şekilde yönlendirilirler. Özünde, kârı optimizeye yönelmesi, kaynakların etkin kullanımını garanti altına alacak ve bu da toplumsal beklentilerin karşılanmasını kolaylaştıracaktır (Özbay, 2013: 27).

Hissedarlık Teorisinde işletmeler kendi iç hedeflerine yönelik sosyal sorumlulukları vardır ve bu sorumluluklarını ancak hissedarlarına kâr sağlayarak yerine getirebilmektedir. Bunu yaparak ekonomiye de katkıda bulunmaktadır. İşletmelerin kurulmasındaki birincil amaç kar elde etmektir. İşletmeler kâr elde ettikçe yeni yatırımlar yapabilir ve yeni istihdam olanakları yaratabilmektedirler. Bu nedenle, işletmeler topluma fayda sağlamayı amaçlayan sosyal hedefler peşinde koşmaktan kaçınmalıdır. Şirket

hissedarları arzu ederlerse, çevre sorunlarını ele almak, eğitim girişimlerini desteklemek, sağlıkla ilgili programlara öncülük etmek ve toplumun genel refahını artıran projeler üstlenmek gibi toplumun iyileştirilmesini teşvik eden faaliyetlerde bulunabilmektedirler. Bir işletmenin birincil sorumluluğu, kârını maksimize ederek kaynakların verimli kullanımını artırmaktır. Friedman'ın (1962, 1970) görüşlerine göre, işletmelerin sermayelerini daha karlı yatırımlar için kullanmak yerine sosyal sorumluluk girişimlerine yönlendirmeleri, kaynakların etkin kullanılmamasına yol açarak maliyetlerin artması ve piyasa yapısının bozulması olabilir. Bu durum hem işletmeleri hem de tüketicileri olumsuz etkileyecek ve nihayetinde tüm ekonomiye zarar verecektir. Friedman'ın bakış açısına göre, işletmelerin sosyal sorumluluğu, sosyal kaynakları yetkin bir şekilde kullanmalarıyla bağlantılıdır. Sosyal kaynakların etkin kullanımını ölçmek için kullanılan kıstas ise bu işletmelerin elde ettiği maksimum kârlılıktır (Özbay, 2013: 27, 28).

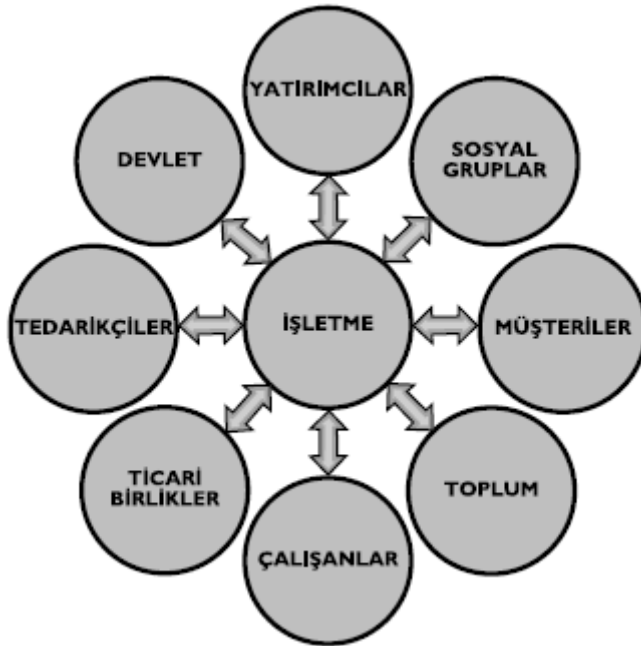
1.3.2. Paydaş Teorisi

Kuruluşların stratejik yönetimi alanında, hedeflere ulaşılması veya daha doğrusu kuruluşun refahı üzerinde etkisi olan ve aynı zamanda kuruluşun eylemlerinin sonuçlarına tabi olan bireyler ve kolektifler bulunmaktadır. Kuruluşların başarısı, paydaşlarla etkili iletişim kurma becerileriyle yakından bağlantılıdır. Paydaşlarla iletişimin etkinliği ne kadar büyükse, kuruluşun başarısına katkı da o kadar büyük olmaktadır. Bu katkıyı sağlamak için ortak hedefler belirlemek önemlidir. Stratejik yönetimin bir parçası olarak kuruluşlar paydaşlarını belirlemelidir. Sözlük tanımına göre paydaşlar, hissedarlar veya bir ortaklıkta veya mülkte payı olan bireylerdir (TDK, 2024). İngilizce'de “shareholder” veya “stakeholder” terimleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Paydaş kavramı kurumsal sosyal sorumluluk alanlarında yaygın olarak tercih edilmektedir.

Paydaş ilişkilerinin yönetimi, paydaş teorisinin ilkeleri tarafından yönlendirilmektedirler. Freeman'ın 1984 tarihli Stratejik Yönetim adlı yayınına göre: A Stakeholder Approach adlı yayınına göre, paydaş teorisi “bir kuruluşun hedeflerine ulaşma çabaları üzerinde etkisi olan veya bunlardan etkilenen herhangi bir grup veya birey” ile ilgilidir. Kuruluşlarda paydaş yönetiminin, yönetim kurulu veya atanmış yönetici gibi kuruluşun yönetiminden sorumlu kişiler tarafından üstlenilmesi gerektiğine inanılmaktadır. Freeman 2004 yılında paydaşların daha kesin bir tanımını yapmış ve paydaşların “kuruluşun hayatta kalması ve refahı için gerekli olan gruplar” olduğunu belirtmiştir.

Freeman'ın paydaş teorisine göre paydaşlar, bir kuruluşun değer verdiği ve taleplerini beklediği grupları ifade etmektedir. Paydaş ilişkilerinin yönetimi, bir kuruluşun iş faaliyetleri ve etkinlikleri aracılığıyla etkilediği ve görüş ve isteklerinden etkilendiği gruplarla etkileşimi içermektedir. Paydaşların yönetimine iki eğilim üzerinden yaklaşılmaktadır. İlk eğilim, paydaşları kurumsal hedeflere ulaşmak için bir araç olarak algılamakta ve onların katılımını kurum için faydalı olarak görmektedir. İkinci eğilim ise paydaşları kurum için temel bir konu olarak görmekte ve önemlerini temel bir ilke olarak kabul etmektedir (Tak, 2009: 53). Dış paydaşların bileşimi kuruluşa bağlı olarak değişmektedir. Paydaş teorisi, bir kuruluşun kendisiyle meşru bir ilişkisi olan tüm birey ve gruplara fayda sağlamasının beklendiğini ortaya koymaktadır.

Paydaş teorisi, kuruluşların yalnızca ekonomik kazanç ve kendi çıkarlarına odaklanmamaları gerektiğini, aynı zamanda eylemlerinden etkilenen bireylerin ve grupların çıkarlarını da göz önünde bulundurmaları gerektiğini öne sürmektedir. Freeman'ın paydaş yaklaşımına göre, bir kuruluşun başarısı, tüketicileri, çalışanları, tedarikçileri, komşuları, finansörleri ve diğer kilit grupları içeren paydaşlarıyla olan ilişkilerini yönetme becerisine göre belirlenmektedir. Bu yaklaşım, ekonomik ölçütlerin başarıyı ölçmek için tek başına yetersiz olduğunu vurgulamaktadır (Freeman ve Philips, 2002).



Şekil: 1.3: Paydaş Modeli (Donaldson ve Preston, 1995: 68)

Paydaş yönetimi bağlamında, kuruluşların tüm paydaşlara eşit dürüstlük ve adaletle davranması gerekmektedir. Paydaşlara güvence sağlamak ve örgütsel faaliyetlerin

meşruiyetini tesis etmek yöneticilerin görevidir. Kuruluşların varlıklarını sürdürebilmeleri için, paydaşların kuruluşun girişimlerini onaylamaları ve yaptırım uygulamaları çok önemlidir. Paydaşların onayı hem kuruluşun stratejik duruşuna hem de kuruluşun pazardaki stratejik konumuna bağlıdır. İşletmeler paydaşlarına karşı aktif ya da pasif bir yaklaşım benimseme seçeneğine sahiptir. Aktif bir tutum sergileyenler paydaşlarla ilişkileri geliştirmeyi amaçlarken, pasif bir tutum sergileyenler paydaşlarla ilişkileri geliştirmeye öncelik vermezler. Paydaşlara karşı pasif bir tutum benimsenmesi, sosyal performansın ve sosyal açıklamanın eksik kalmasına neden olmaktadır. Paydaşların beklenti ve taleplerini karşılamak için paydaş yönetimine dayalı bir kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı gerekmektedir.

1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişimi

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının ve kavramlarının kökenleri antik çağlara kadar uzanmaktadır. Sümer Tabletleri, tüccarların sorumluluklarına dair kanıtlar sunmaktadır. Bu tabletler, dinlenme haklarının garanti altına alınması da dahil olmak üzere, işverenlerin çalışanlarına karşı yükümlülüklerinin ana hatlarını çizmektedir. Örneğin tabletler, işçilerin sözleşmelerinde belirtildiği üzere ayda üç gün dinlenme izni hakkına sahip olduklarını belirtmektedir (Yamak, 2007: 10). MÖ 1800'lere dayanan Hammurabi Kanunları, ticaretle uğraşanların görevlerini ana hatlarıyla belirtmektedir. Ayrıca, M.Ö. 44 yılında Cicero etik olmayan ticari uygulamalar konusunu ele alırken, ortaçağ kilisesi tefecilik ve ücretli işçiliğin ahlakına ilişkin bildiriler yayınlamıştır (Pegg, 2003: 6-7).

1.4.1. Sanayi Devrimi'nin Başlangıcı ile 1950 Arası Dönem

Sosyal sorumluluk kavramı sanayi devrimi sırasında önem kazanmıştır. 19. yüzyılın sonlarında, işletmelerin toplum ve işgücü üzerindeki olumsuz etkileri önemli bir endişe kaynağı haline gelmiş ve bunların ele alınması için çaba gösterilmiştir. 1929'daki ekonomik buhran, işletmelerin sadece kâr elde etmeye odaklanmak yerine çalışanlarına, topluma ve devlete karşı sosyal sorumluluklarının farkına varmaları gerektiğini daha da vurgulamıştır (Çimen, 2007: 17-18).

1900'lerin başında sosyal sorumluluk hareketi, özellikle işletme yöneticileri arasında rüşvet ve yolsuzluk gibi etik sorunların kınanması bağlamında popülerlik

kazanmıştır. İşletmelerin sosyal işlevlerine yapılan vurgu, sanayileşmenin ve buna bağlı dönüşümlerin etkisiyle önemli ölçüde artmıştır (Öcal, 2007: 7). Büyük işletmelerin yükselişi, toplumsal dinamiklerde önemli dönüşümleri beraberinde getirmiştir (Yamak, 2007: 17-18). Bu dönemde, laissez-faire felsefesinin yayılmasıyla birlikte işletmeler tekelleşmeye yönelmiş ve rekabeti kısıtlamıştır. Eleştirilere yanıt olarak, anti-tröst mevzuatı, bankacılık düzenlemeleri ve tüketiciyi koruma yasalarının uygulanması yoluyla işletmelerin etkisinin azaltılması için çaba gösterilmiştir (Dalyan ve Gökbel, 2005: 35).

Hay ve Gray, 1920'lerden önce verimlilik, kârlılık ve hissedar çıkarları gibi kaygıların ön planda tutulduğunu, ürün kalitesi, sosyal değerler ve çalışma koşulları gibi konuların ise görmezden gelindiğini belirtmektedir. Kâr maksimizasyonu yaklaşımı, yöneticinin görevinin yalnızca mal sahiplerine karşı olduğu inancı üzerine kuruludur (Yamak, 2007: 19).

Büyük işletmelerin belirli bölgelerde kurulması, artan çevre kirliliği, çocukların çalıştırılması, iş güvenliği nedeniyle olumsuz toplumsal tepkilere yol açmıştır (Coşkun, 2010: 45). Bu hususlar, Peter Drucker'ın 1942 tarihli "Endüstriyel İnsanın Geleceği" adlı kitabında işaret ettiği gibi, işletmelerin hem ekonomik hem de sosyal boyutları olduğunu ileri süren işletmelerin sosyal boyutunu vurgulamaktadır (Palazzi ve Starcher, 2006: 5).

1.4.2. 1950 ve 1980'li Yıllar Arası Dönem

İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde, Amerika Birleşik Devletleri'nde kurumlara duyulan güvende bir artış yaşanmıştır. Bowen, 1953 yılında yayınladığı "İş adamlarının Sosyal Sorumlulukları" adlı kitabında, iş adamlarının sosyal sorumluluklarının ana hatlarını çizmiş ve bu yükümlülükler arasında kamu yararına politikalar yürütmek ve kararlar almak da yer almıştır. Ayrıca iş adamlarının toplumsal değerler ve hedeflerle uyumlu faaliyetlere katılmaları gerektiğini savunmuştur (Aydede, 2007: 23).

1960'larda işletmeler, çalışanlarını olumsuz çalışma koşullarına maruz bırakmak, tüketicilere zarar verebilecek hatalı ürünler üretmek ve çevreye zarar vermek gibi etik dışı uygulamalarda bulunmaya başlamıştır (Yamak, 2007: 35). Bu durum, işletmelerin etik sorumlulukları hakkında tartışmalara yol açmıştır. Kitle iletişim araçları, işletmelerin sosyal sorumlulukları konusunda kamu bilincinin artmasında önemli bir rol oynamıştır. Söz konusu taleplere yanıt olarak, çok sayıda işletme faaliyetlerinin sosyal ve çevresel sonuçlarına ilişkin daha kapsamlı raporlar hazırlanmıştır (Chen ve Bouvain, 2009: 299).

Bu dönemde işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk, yasalarda öngörülen düzenlemelere bağlı kalmak olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda, işletmeler tarafından kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanması yasal zorunluluklar nedeniyle başlatılmıştır (Aktan ve Börü, 2007: 22).

1960'lı yıllarda baskı gruplarının faaliyetleri sosyal sorumluluk kavramını geliştirmeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak, 1970'lerde tüketicileri korumak (Tüketici Ürün Güvenliği Komisyonu), iş güvenliği ve sağlığını sağlamak (İş Güvenliği ve Sağlığı İdaresi), eşit istihdam fırsatlarını teşvik etmek (Eşit İstihdam Fırsatı Komisyonu) ve çevreyi korumak (Çevre Koruma Ajansı) için çeşitli komisyonlar kurulmuştur (Yamak, 2007: 41). Sözleşmeler de bu çabaların bir sonucu olarak yürürlüğe girmiştir. Bu dönemde paydaşlara ve kâra daha fazla vurgu yapılmaya başlanmıştır. Sosyal sorumluluk, endüstrinin çevreye verdiği zarar, cinsiyet eşitsizliği, ırk ayrımcılığı ve çocuk işçiliği gibi çeşitli sosyal konuları ele almaya başlamıştır (Öcal, 2007: 7).

1970'lerden bu yana, çok uluslu işletmelerin çoğalması, üretimin ve sermaye hareketliliğinin ulus ötesi niteliği, işletmelerin sosyal kaygılara duyarlılığını azaltmış ve tek taraflı politikaların benimsenmesine neden olmuştur. 1973 yılında Keith Davis, sosyal açıdan sorumlu bir şekilde hareket etmeyen işletmelerin eninde sonunda zarara uğrayacağını öne süren “sorumluluğun demir yasası”nı ortaya atmıştır (Bolcan, 2021: 13). Çok sayıda ülkedeki işletmeler klasik endüstri ilişkileri ortaklarını ihmal etmiş, görevlerinden vazgeçmiş ve deregülasyona gitmiştir. Modern yaklaşım hem yerel hem de uluslararası düzeyde düzenlemelerin azaltılmasının yanı sıra ekonomik faaliyetlere sınırlı hükümet müdahalesi ve esnek işgücü piyasası düzenlemelerinin yaygınlaştırılmasını gerektirmektedir (Akgeyik, 2009: 38).

Devletin ekonomiye katılımının azalması ve özel sektörün hem yerel hem de küresel piyasalarda etkinliğinin artması, işçi ve çevre haklarının korunmasına yönelik çabaları engellemiştir. Devletin küreselleşme karşısında yetersiz kalması ve birçok ülkede sorumluluklarından geri çekilmesi, kurumsal sosyal sorumluluğun ortaya çıkmasında rol oynamıştır (Kağnıcıoğlu, 2007: 95).

Çeşitli gelişmelerin ortaya çıkmasıyla birlikte, işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri yönündeki küresel beklentilerde bir artış olmuştur. Sonuç olarak, çeşitli gruplar bu işletmelere karşı olumsuz tepki göstermeye başlamıştır. Kamuoyunda artan hassasiyetin bir sonucu olarak, işletmeler pazar payları ve itibarları konusunda endişe duymaya başlamıştır. Davranış kurallarını uygulamaya ve bunları kamuoyuna iletmeye başlamışlardır (Bolcan, 2021: 14).

Bu gelişmelerin bir sonucu olarak, başlangıçta ulusal düzeyde geliştirilen yasal standartlar küresel düzeyde uygulanmaya başlanmıştır. Ekonomik Kalkınma Komitesi (CED) 1971 yılında üç eşmerkezli halka modeli üzerine kurulu bir kurumsal sosyal sorumluluk stratejisi benimsemiştir. Verilen bilgilere göre, en içteki çember ürün geliştirme, istihdam yaratma ve büyümeyi teşvik etme gibi temel ekonomik işlevleri yerine getirme sorumluluğunu taşımaktadır. Orta çember, çevrenin korunması ve sağlıklı bir işçi-işveren ilişkisinin sürdürülmesi de dahil olmak üzere toplumsal beklentilerin karşılanmasından sorumludur. En dıştaki çember ise sosyal çevreyi iyileştirmekle görevlidir (Carroll, 2008: 91).

Bu dönemde ortaya çıkan bir diğer yaklaşım ise Yaşam Kalitesi Yönetimi yaklaşımıdır. Bu yaklaşım hem kurumun hem de toplumun çıkarlarının gözetilmesini savunmaktadır. Aynı zamanda çevreyi koruma ve sanatsal ve kültürel faaliyetlere destek sağlama yükümlülüğünü de vurgulamaktadır (Öztürk, v.d., 2013: 8).

Sosyal sorumluluk, çok uluslu işletmelerin ahlak dışı uygulamalarından kaynaklanan çok sayıda olumsuz sonucun ele alınmasında zorunlu hale gelmiştir. Bu uygulamalar arasında, başta Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) sözleşmeleri olmak üzere uluslararası düzenlemelerin göz ardı edilmesi ve işyerinde çalışan haklarının ihlal edilmesi yer almaktadır (Öcal, 2007: 15).

Küreselleşme, çalışma koşullarının kötüleşmesi ve liberal ideallerin altını oyan daha fazla devlet müdahalesi de dahil olmak üzere dünya çapında çok sayıda olumsuz sonucu beraberinde getirmiştir. Bu faktörler, işletmelerin sosyal açıdan sorumlu davranışlara yönelmesini önemli ölçüde etkilemiştir. Ayrıca, tüketiciler sosyal meseleler konusunda giderek daha bilinçli ve duyarlı hale gelmekte ve satın alma davranışları yoluyla işletmeleri teşvik etme veya cezalandırma kabiliyetine sahip olmaktadır (Ersöz, 2009: 131).

Küreselleşme sadece işletmeler için yeni fırsatlar yaratmakla kalmamış, aynı zamanda örgütsel karmaşıklıkta da bir artışa neden olmuştur. Ticari faaliyetlerin yurt dışına yayılması, özellikle gelişmekte olan ülkelerde yeni küresel sorumluluklar doğurmuştur. Tüketiciler ve STK'lar mal ve hizmetlerin hangi koşullar altında üretildiği konusunda daha fazla şeffaflık talep ettikçe, sosyal ve çevresel açıdan sorumlu işletmeler ödüllendirilmektedir. Ayrıca, son derece rekabetçi iş ortamında, imaj ve itibar değerlendirmeleri giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Finansal paydaşlar, iç başarı ve risk faktörlerini belirlemek ve kamuoyuna yanıt vermek için geleneksel raporlamadan daha fazlasını talep etmektedir. Bilgi ve inovasyon rekabet için daha önemli hale geldikçe,

işletmelerin yüksek vasıflı ve uzman personeli ellerinde tutmaları muhtemeldir. KSS, küreselleşmenin tetiklediği dönüşümlere bir tepki olarak işletmeler tarafından benimsenmiştir (European Commission, 2002: 6).

Yukarıda bahsedilen bilgiler ışığında, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkışı ekonomik, siyasi ve sosyal olmak üzere üç faktöre ayrılabilir. Ekonomik faktör, o dönemde yaygın olan ekonomiye yönelik laissez-faire yaklaşımına ve ardından 1929 Ekonomik Krizi sonrasında artan devlet müdahalesine bağlanabilir. Toplumu etkileyen siyasi faktörler arasında bireylerin artan etkisi ve işçiler, tüketiciler ve yatırımcılar gibi çeşitli rollerde bireylerin artan önemi yer almaktadır. Ayrıca sosyal faktörler, küreselleşe hareketlerinin bir sonucu olarak çok uluslu işletmelerin etkin rolü nedeniyle toplumlar arasında artan etkileşimden etkilenmektedir.

Teknoloji ve rekabetin büyük bir hızla ilerlemesiyle tüketiciler, işletmelerin sundukları ürün ve hizmetlerin kalitesinin yanı sıra insan hakları, çevrenin korunması, yasalara uygunluk ve yaşam standardının iyileştirilmesi gibi konularla da giderek daha fazla ilgilenmektedir. Mevcut söylem, bir işletmenin sosyal sorumluluk sergileyip sergilememesi gerektiği sorusundan ziyade ne ölçüde ve ne şekilde sosyal sorumluluk sergilemesi gerektiği etrafında dönmektedir (Alfermann, 2011: 22).

1.4.3. 1990 ve Sonrası Dönem

1990'larda, sürdürülebilirliği teşvik etmeyi amaçlayan KSS girişimlerinde bir artış olmuştur. Bu girişimlerden biri, kurumsal yönetim, sosyal konular ve doğal çevre ile ilgili kurumsal faaliyetleri geliştirmeye odaklanan Çevreye Duyarlı Ekonomiler Koalisyonu (CERES) idi (Yamak, 2007: 63). Bir diğer kayda değer girişim ise 1997 yılında CERES'in bir parçası olarak kurulan Küresel Raporlama Girişimi (GRI) olmuştur. Küresel Raporlama Girişimi (GRI) sürdürülebilirlik raporlama ilkelerini ortaya koyarak işletmeleri bunlara uymaya çağırmakta ve sosyal raporlamanın belirli standartlara uygun olmasını garanti altına almaya çalışmaktadır (GRI, 2024).

1990'larda önemli bir ilerleme Birleşmiş Milletler bünyesinde gerçekleşmiştir. 1992 UNCED sırasında Rio Deklarasyonu, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının oluşturulmasında diğer kurum, kuruluş ve hükümetlerin katılımına duyulan temel ihtiyacı vurgulamıştır (Sarıkaya ve Kara, 2007: 224).

Bu dönemde ortaya çıkan önemli bir girişim CSR-Europe'tur. Kâr amacı gütmeyen

bir kuruluş olan CSR-Europe, işletmelere KSS'yi benimsemeleri ve faaliyetlerine entegre etmeleri konusunda yardımcı olmak amacıyla 1995 yılında kurulmuştur. Kuruluş, hedefinin bir parçası olarak, işletmelerin KSS uygulamalarını benimsemek için atabilecekleri adımları özetleyen “İşletmeler için Avrupa Yol Haritası “nı yayınlamıştır (Yamak, 2007: 113).

1990'ların literatürü incelendiğinde, paydaş yaklaşımına adanmış çok sayıda yayın olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu dönemde kurumsal sosyal sorumluluk performansına odaklanan araştırmalarda da gözle görülür bir artış olmuştur (Yamak, 2007: 70).

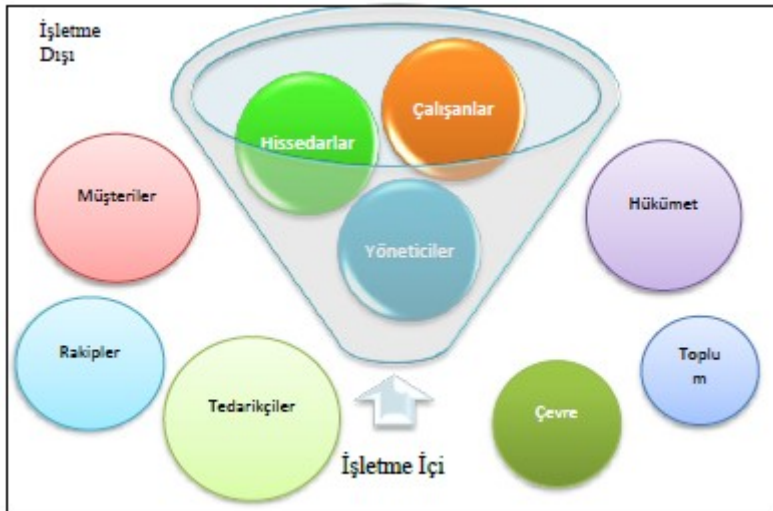
İşletmelerdeki skandal çoğalması, büyük işletmelerin artan hakimiyeti ve küreselleşmenin etkileri ile birleştiğinde, kurumsal sosyal sorumluluğun popüleritesinin artmasına önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. İşletmeler daha fazla güce sahip olmaya devam ettikçe, yükümlülük ve hesap verebilirlik alanlarını belirlemek giderek daha kritik hale gelmiştir. 2000'li yıllarda işletmelerin sosyal sorumluluklarına ilişkin girişim ve düzenlemelerde artış gözlenmiştir (UN Global Compact, 2024). 2000 yılının Temmuz ayında yayınlanan Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi bu girişimlerin en önemlileri arasında yer almaktadır. Birleşmiş Milletler, küreselleşmenin yarattığı zorlukları ele almayı ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmeyi amaçlayan 10 ilkeden oluşan Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni oluşturmuştur. Ayrıca Birleşmiş Milletler “İşletmeler için Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Normları” girişimini başlatmıştır. 2003'te yürürlüğe giren söz konusu standartlar, çok uluslu işletmelerin ve diğer ticari kuruluşların insan haklarına ilişkin yükümlülüklerini tanımlamaya çalışmaktadır (Yamak, 2007: 141). Ayrıca, 2001 yılında kurulan ve Avrupa Birliği bünyesinde faaliyet gösteren Avrupa Toplulukları Komisyonu-Yeşil Kitap da önemli bir girişimdir. Yeşil Kitap'ın amacı, küresel düzeyde sosyal sorumluluk için kapsamlı bir çerçeve oluşturmaktır. Bu dönemde büyük önem taşıyan düzenlemeler arasında OECD Çokuluslu İşletmeler Rehberi (2000) ve ILO İlkeleri yer almaktadır (Bolcan, 2021: 48).

Bu dönemde KSS ile ilgili literatür incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamının genişlediği ve küresel değişimlerden etkilenerek yeni kavramların kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında bir araç olarak KSS uygulamalarının önemi vurgulanmaktadır. 2002 yılındaki Johannesburg DSKZ'de kararlar verilmiştir. Bu kararlardan biri hükümetlerin sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin sorumluluklarıyla ilgiliyken, ikincisi işletmelerin ve tüm paydaşların ortak sorumluluğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, paydaş yaklaşımı ve bir işletmenin sosyal ve finansal performansı arasındaki korelasyona ilişkin araştırmalar 2000'li yıllar boyunca

önemli bir etkiye sahip olmaya devam etmiştir (Yamak, 2007: 90).

1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Kapsamı

Ekonomi uzmanları, sosyal sorunları çözmeyi amaçlayan KSS girişimlerinin ekonomik sistemin çökmesine yol açacağını savunmuştur. Sonuç olarak, bu tür faaliyetleri eleştirmişlerdir. Bu eleştirilerin temelinde, sosyal sorunların ele alınmasına katılmanın bir işletmenin rekabet gücünü olumsuz etkileyeceği düşüncesi yatmaktadır. Oysa araştırmalar kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinin işletmelere avantaj sağladığını ve sosyal ve ekonomik performans ilişkisi vardır (Aktan ve Börü, 2007: 17). KSS uygulamalarının işletmelerde potansiyel karlılığının yanı sıra bu tür sosyal uygulamalar için yapılan harcamaların bir işletmenin karlılığı üzerinde olumsuz etkileri olup olmayacağına ilişkin başka sorular da gündeme gelmiştir. Çeşitli çalışmalar ve bulgularına göre, kurumsal sosyal sorumluluk çabaları ile karlılık arasındaki ilişkinin karmaşık olduğu ve kolaylıkla kanıtlanamayacağı sonucuna varılabilmektedir (Dalyan, 2007: 37). Bu paydaşlar, belirtildiği gibi, iç ve dış paydaşlar olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. İç paydaşlar arasında işletme sahipleri, hissedarlar, yöneticiler ve çalışanlar yer alırken, dış paydaşlar toplum, devlet, tüketiciler, tedarikçiler, rakipler ve diğerlerinden oluşmaktadır.



Şekil 1.4. İşletme İçi ve İşletme Dışı KSS Alanları (Aktan, 1999)

İşletmelerin paydaşlarına karşı sorumlulukları; çalışanlar, tüketiciler açısından, ortak ve hissedarlar, çevresel değerler, devlet (kamu kurumları), tedarikçi işletmeler, rakip işletmeler, toplum açısından açıklanabilir (Alakavuklar vd., 2009: 107).

1.5.1. Çalışanlar Açısından

Çalışanlar, tüketicilerin deneyimlerini doğrudan etkilemede çok önemli bir rol oynamaktadır (Su ve Swanson, 2019: 438). Çalışanlara yönelik uygulamalar, adil ücretlendirme sağlanması, sosyal yardımlara erişimin kolaylaştırılması ve iş memnuniyetinin artırılması gibi çeşitli önlemleri kapsamaktadır (Bauman ve Skitka, 2012: 73). Koçoğlu (2016) araştırması, çeşitli sektörlerde yüksek ücretli çalışanların sayısındaki azalmayı vurgulamaktadır. İşsizlik oranlarındaki artış, azalan ücretlere razı olan bireylerin sayısının artmasına neden olmuştur. Bu durum istihdam istikrarının azalmasına yol açmış ve çalışanları sömürüye daha açık hale getirmiştir (Punter ve Gangneux, 1998: 169). Bunun yanında, işletmeler çalışanlarının psikolojik memnuniyetini sağlamakla yükümlüdür. Çok sayıda klasik motivasyon teorisi ve insan gelişimi teorisi, bireylerin yaşamları boyunca maddi konfor ve sosyal takdirden daha fazlasını elde etmeyi arzuladıklarını göstermektedir. İş, bireyin psikolojik ihtiyaçlarını tamamen karşılayamasa da çalışanların bir ücretle telafi edildiğini unutmamak önemlidir. Ayrıca, işin doğası, çalışan için daha fazla önem arz edecek şekilde geliştirilebilmektedir. Bir çalışan için işin önemi, sağladığı kişisel faydalardan daha fazlasını kapsamaktadır. Aynı zamanda başkalarının hayatları üzerinde olumlu bir etki yaratmayı da içermektedir. Bireyler topluma faydalı olduğunu, sosyal refahı artırdığını veya toplumun işleyişi için hayati önem taşıdığını düşündükleri bir işle meşgul olduklarında, işlerinden bir amaç ve önem duygusu elde edebilmektedirler. Bunun nedeni, geniş anlamda başkalarına yardım etmenin, bireylerin temel ilkelerine uygun olarak yaşamalarını kolaylaştırmayı gerektirmesidir. Bununla birlikte, tüm mesleklerin doğası gereği bu açıdan önem taşımamaktadır. Sağlık çalışanları, polis ve jandarma gibi güvenlik güçleri ve itfaiyeciler, faydalanıcılarına yakın oldukları ve sundukları yardım hayati ve kalıcı olduğu için yaptıkları işi önemli olarak algılamakta zorlanmayabilmektedirler. Öte yandan, bir imalat işletmesinde çalışanlar için işlerinin önemini ve değerini kavramak zor olabilmektedir (Bauman ve Skitka, 2012: 73).

Kuruluşlar, güvenlik ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlayarak çalışanlarına karşı sorumluluklarını yerine getirmekle yükümlüdür. Maslow'un (1954) ihtiyaçlar hiyerarşisine göre, güvenlik ihtiyacı temel ihtiyaçlardan biridir ve bu ihtiyaç giderilmeden bir sonraki seviyeye doğru ilerleme sağlanamaz. Olumlu çalışan ilişkilerini teşvik eden kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri, mevcut ve potansiyel çalışanların emniyet ve

güvenlik endişelerini gidermek için en uygun olanıdır. Resmi politikaların ve iş girişimlerinin dahil edilmesi, bir işletmenin işgücüne olan kararlı bağlılığını etkili bir şekilde sergileyebilmektedirler. Bu eylemler aynı zamanda işletmenin genel etik standartları ve adil kararları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilirken, işletmeye duyulan güven düzeyini de etkileyebilmektedir (Bauman ve Skitka, 2012: 74).

Araştırmalara göre, çalışanların KSS uygulamalarına ilişkin algıları, davranış ve tutumları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle, KSS'ye ilişkin olumlu algıların çalışanlar arasında çalışan bağlılığı, örgütsel adalet, örgütsel kimlik, iş tatmini ve motivasyon düzeylerini artırdığı tespit edilmiştir. John ve ark.'na (2019: 6) göre, KSS'nin performans geliştirme, girişimcilik, yenilikçilik ve elde tutma gibi çeşitli davranışsal sonuçlar üstünde etkilidir (John vd., 2019: 6).

1.5.2. Tüketiciler Açısından

İşletmeler, tüketicileri avantaj sağlamak için bir aracı olarak hizmet edebileceğinin farkındadır. Bu nedenle, işletmelerin tüketiciler üzerinde etki yaratması zorunludur ve bu da çok önemli bir stratejik hedef haline gelmektedir. Bu amaçla, pazarlamacılar kurumsal reklamcılık, hayırseverlik ve sponsorluk gibi faaliyetler yoluyla olumlu bir kurumsal imaj geliştirmeye yönelik önemli finansal kaynaklar tahsis etmektedir (Brown ve Dacin, 1997: 68). Tüketiciler, işletme imajı ve işletme itibarını oluşturan işletmelere ilişkin bilgi yapılarına sahiptir. Araştırmalar KSS bilgisinin bir işletmenin “değer sistemi”ne ilişkin tüketici algısını şekillendirmede daha da etkili olduğunu göstermektedir (Sen ve Bhattacharya, 2001: 228).

İşletmelerin tüketicilere yönelik KSS uygulamaları incelendiğinde, belirli uygulamaların takip edilmesi gerektiği görülmektedir. Bunlar arasında tüketicilere ürünler, fiyatlar, güvenlik ve garanti koşulları hakkında doğru bilgi verilmesi yer almaktadır. Ayrıca, sunulan ürün ve hizmetlerin tüketicilerin beklentilerini karşıladığından emin olunması ve üretimden tüketime kadar tüm süreç boyunca onlara zarar verebilecek uygulamaların önlenmesi için gerekli tedbirlerin alınması büyük önem taşıyor. Tüketicilere doğru iletişim ve seçme özgürlüğü sağlanmalı, satış süreci tamamlandıktan sonra da destek sürdürülmelidir (Koçoğlu, 2016: 24). Ayrıca işletmeler, tüketicilerinin doğal kaynakların sürdürülebilirliğine ilişkin endişelerini her zaman göz önünde bulundurmalıdır. Çevreye zarar vermeyen çevre dostu ürünler arayan tüketicilerin isteklerini kabul etmek gerekmektedir (Chen, Tang ve Cia, 2019: 5). Yusof vd.'nin (2015:

110) de belirttiği gibi, kendilerini tüketici merkezli işletmeler olarak tanımlayan işletmelerin amaçları, tüketicilerinin ihtiyaçlarını karşılamayı içermektedir.

1.5.3. Ortak ve Hissedarlar Açısından

İşletmelerin hissedarlarına ve yatırımcılarına karşı öncelikli sorumluluklarından biri kâr elde etmek ve kuruluşun uzun ömürlü olmasını sağlamaktır. Bunun yanı sıra, hissedarların ve yatırımcıların yüksek kaliteli mal ve hizmet üretimi, işletme yönetiminin belirlenmesine katılabilme, işletme faaliyetleri hakkında görüş bildirme hakkı, haklarını istedikleri zaman devredebilme, işletmenin genişlemesi, istihdam istikrarının korunması, yeni iş fırsatlarının araştırılması beklenmektedir. Ayrıca, kurumsal faaliyetlere ilişkin güncellemelerin sürekli olarak sağlanması, finansal ve finansal olmayan bilgilerin açıklanmasında şeffaflık sergilenmesi gerekmektedir (Arslan, 2008: 61).

Bilgi güvenilirliğinin sağlanması, işletmenin bilgi oluşturma sırasında düzenli ve doğru kayıtlar tutmasını gerektirmektedir. Bunun ihmal edilmesi, hissedarlara sağlanan bilgilerin kalitesi ve bütünlüğü üzerinde olumsuz etkilere yol açacaktır. Ayrıca pay sahipleri, kâr ve zarara ilişkin finansal performans, yıllık gelir ve giderler, bilanço hesapları ve kâr dağıtımının ne şekilde yapılacağı gibi konularda bilgi alma hakkına sahiptir. Bilgi aktarımı sırasında hissedarın şüphe duymasına neden olabilecek bir durumun ortaya çıkması halinde, hissedarın konuyla ilgili kapsamlı bilgi edinme hakkı saklıdır. Kesin ve tutarlı kayıt tutulması, kâr ve zararların doğru hesaplanması (yani yeni fon sağlamak için şişirilmiş kârlar ve açıkları gizlemek için düşük zararlar sunmaktan kaçınılması) ve hissedarlara ticari faaliyetler, yatırımlar ve ileriye dönük stratejiler hakkında eksik, yanlış veya yanıltıcı bilgi vermekten kaçınılması gerekmektedir. İlgili taraflara kesin, kapsamlı ve anlaşılır finansal verilerin sağlanması son derece önemlidir. Hissedarlar ve yatırımcılar hem etik hem de yasal iş standartları uyarınca, işletmenin faaliyetleri ve karlılığı hakkında bilgi alma hakkına sahiptir. Bu sayede hissedarlara yatırımlarını değerlendirme şansı tanınmaktadır. Buna karşılık, ticari faaliyetlerini dürüstlikle açıklayan ve şeffaflığı ön planda tutmaktadır (Aydilek, 2018: 21).

1.5.4. Çevresel Değerler Açısından

Modern iş uygulamalarında KSS, çevre yönetimine önemli ölçüde odaklanmayı da kapsar hale gelmiştir. Sanayileşmenin artmasıyla birlikte atık yönetimi kritik bir mesele olarak ortaya çıkmış ve bir zamanlar atıkların maliyetsiz bir şekilde bertaraf edildiği bir

depo olarak görülen çevre, artık yüksek yaşam standartlarının sağlanmasında hayati bir mesele haline gelmiştir. Bu nedenle, çevrenin korunmasına yönelik girişimler giderek daha önemli ve anlamlı hale gelmiştir. Çevreye yönelik artan endişeler ışığında, işletmelerin çevreye zarar vermeyecek ve ideal olarak çevreye olumlu katkıda bulunacak şekilde faaliyet göstermeleri beklenmektedir. Çevreye karşı sorumlu davranış sergilemek, tüketicilerin hangi işletmeleri destekleyeceklerine karar verme sürecinde önemli bir faktördür (Becan, 2011: 20).

Küresel ekonomide, çevresel sorumlulukları yönetmek iş faaliyetlerinin çok önemli bir yönü haline gelmiştir ve iş liderleri bunu tamamen benimsemiştir (Khojastehpour ve Shams, 2019). Çok sayıda işletme, faaliyetlerini çevreyi destekleyecek şekilde değiştirmekte doğayı kullanmaktadır. Bu nedenle, birçok işletme ekolojik kaygıları ele alır ve sosyal hesap verebilirlik sergilemektedir. İşletmeler, yalnızca hükümetlerin getirdiği yasal yükümlülöklere uymak için değil, aynı zamanda tüketici memnuniyetini ve sadakatini artırmak için de çevre koruma uygulamalarını stratejilerine dahil etmektedir. Bu yaklaşım, Yuen vd. (2018: 399) ile Yusof vd. (2015: 110-112) tarafından yapılan ve bu tür uygulamaların tüketici memnuniyeti ve sadakati üzerindeki olumlu etkisini vurgulayan çalışmalarla desteklenmektedir. İşletmeler, çevreye duyarlı uygulamaları benimseyerek itibarlarını artırabilir ve sosyal sorumluluğa olan bağlılıklarını gösterebilmektedirler. Bu durum, iş başarısının temel itici güçleri olan tüketici sadakati ve memnuniyetinin artmasına yol açabilmektedir. Bu nedenle, işletmelerin çevre koruma uygulamalarını stratejilerine dahil etmeleri gerekmektedir. KSS girişimlerinin bir parçası olarak işletmeler, tüketiciler için geri dönüşüm tesisleri kurarak, yeniden kullanılabilir alışveriş çantalarının kullanımını teşvik ederek, çevre dostu malzemeler üreterek, faaliyetlerinde kâğıt israfını en aza indirerek ve yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanarak çevrenin korunmasını kolaylaştırmaktadır. Ürün farklılaştırması yoluyla kendilerini diğerlerinden ayırarak avantaj elde edebilmektedirler (Yusof vd., 2015: 110-112). Modern işletmeler, kirliliğin, emisyonların ve atıkların azaltılmasının yanı sıra kaynakların yetkin bir şekilde kullanılmasının önemini kabul etmektedir. Ek çevre yasaları ve düzenlemelerine duyulan ihtiyacın altını çizmeleri de beklenmedik bir durum değildir (Khojastehpour ve Shams, 2019).

Gelecekte iş faaliyetlerinin ekosistemler veya doğal dünya ile sınırlı ve bunlara bağımlı olacağına inanılmaktadır. Bu da gelecek yıllarda işletmelerin stratejik hedeflerine ulaşmak ve rekabet üstünlüğünü korumak için doğal kaynak temelli bir yaklaşımla sürdürülebilir ekonomik faaliyeti mümkün kılan yetenekler geliştirmeye odaklanmaları

gerekeceği anlamına gelmektedir (Hart, 1995: 991). Genel olarak, işletmelerin çevreye zarar vermeyecek şekilde faaliyet göstermeleri bir sosyal sorumluluk olarak kabul edilmektedir. Bu sorumluluk, üretim süreçlerinde çevreye zarar verilmemesi için gerekli önlemlerin alınmasını, toksik madde kullanımından kaçınılmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanılmasını ve doğal kaynakların korunmasını içermektedir (Becan, 2011: 20; Hart, 1995: 994).

1.5.5. Devlet (Kamu Kurumları) Açısından

Kuruluşlar belirli bir yasal çerçeve içinde faaliyet gösterir ve devlet bu çerçevenin birincil uygulayıcısıdır ve sonuçları dayatma konusunda en büyük güce sahiptir. Devlet, yaptığı düzenlemelerle işletmelerin faaliyetleri üzerinde etkisi olan paydaştır. Bu bağlamda devlet, iş faaliyetlerini etkilemekte ve sosyal düzeni korumak için belirli iş faaliyetlerinden de etkilenmektedir (Cin, 2018: 202). İşletmeler, iş yaptıkları ülke tarafından belirlenen yasal düzenlemelere uymakla yükümlüdür. Ancak, bazı ülkelerin yasalarında belirli muafiyetler olabilmektedir. Ayrıca, gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelerin aksine daha yumuşak düzenlemelere sahip olabilmektedir. İşletmelerin, faaliyet gösterdikleri ülkelerin ekonomisini veya toplumunu olumsuz etkileyebilecek faaliyetlerde bulunmaktan kaçınmaları gerekmektedir. Buna, yasal boşluklardan faydalanmak veya yasal esneklikleri yalnızca kendi çıkarları için kullanmak da dâhildir (Aydilek, 2018: 24).

İşletmelerin faaliyetleri sırasında öncelikli yükümlülüğü yasalara uymaktır. Ayrıca, doğru gelir beyanında bulunmaları ve bu beyanlara uygun olarak vergilerin zamanında ödenmesini sağlamaları gerekmektedir. Ayrıca, işletmelerin faaliyet gösterdikleri ülke sakinleri için istihdam olanakları yaratmak, toplumun gelişimini artıracak yatırımlar gerçekleştirmek, çevreye zarar veren faaliyetlerden kaçınmak ve toplumdaki aldıklarını topluma geri verme ilkesi doğrultusunda hükümetin izlediği ekonomik, siyasi ve sosyal hedefleri desteklemek gibi sosyal sorumlulukları bulunmaktadır. Bu ilkeler, KSS faaliyetlerinin sosyal temellerini oluşturmaktadır (Aydilek, 2018: 24).

1.5.6. Tedarikçi İşletmeler Açısından

Mevcut ekonomik ortamda, işletmeler kâr sağlarken aynı zamanda sürdürülebilirlik süreçlerini de yöneterek ekonomik ve çevresel performansları arasında bir denge kurmaları büyük önem taşımaktadır. İşletmeler, faaliyetlerini yürütürken kurumsal sosyal

sorumluluk uygulamalarına dahil olmaları için rakiplerinden, yerel topluluklardan ve düzenleyici kurumlardan gelen önemli baskılarla karşı karşıya kalmaktadır. KSS girişimleri, bir işletmenin itibarının yanı sıra genel başarısı veya başarısızlığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir. İş ortamında başarılı olabilmek için işletmeler, üretim faktörleri tedarikçileriyle sürdürülebilir ve karşılıklı fayda sağlayan ilişkiler kurmalı, böylece kârlılık ve iş sürekliliği sağlamalıdır. Geleceği düşünen kuruluşlar, uzun vadeli sürdürülebilirliği sağlamak için bu alanda yenilikler yapmalıdır. Tüm tedarikçiler ve işletme arasındaki iş birliğine dayalı ortaklıklar, en iyi uygulamaların paylaşılmasını kolaylaştırmaktadır (Yazan, 2015: 19).

İşletmelerin tedarikçilerine karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmesi, tedarikçileri herhangi bir belirsizlik veya değişiklik hakkında önceden bilgilendirmek, ürünler için adil fiyatlar belirlemek, tedarikçilerin rakipleri arasında haksız rekabeti önlemek, tedarikçiler arasında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını teşvik etmek, sosyal açıdan sorumlu tedarikçileri desteklemek ve faaliyetlerini desteklemek için tedarikçilere finansal yardım sağlamak yer almaktadır (Koçoğlu, 2016: 27; Yazan, 2015: 19).

1.5.7. Rakip İşletmeler Açısından

Şiddetli rekabetin olduğu sektörlerde, büyük ve zorlu işletmelerin baskın varlığı nedeniyle küçük işletmelerin yaşayabilirliğinin risk altında olduğu iddia edilebilmektedir. Bu işletmeler, rakiplerinin faaliyetlerini ortadan kaldırarak tüm pazarı ele geçirmeyi hedeflemektedir. Ayrıca hem küçük işletmelere hem de birincil rakiplerine karşı aşağılayıcı yorumlar yapmak, gizli verileri hukuka aykırı bir şekilde elde etmek ve yudurma bilgileri yaymak gibi etik ve ahlaki olmayan uygulamalara katıldıkları durumlar da olmuştur (Ozan, 2018: 14). Bu bağlamda, rakiplere olumsuz söylemlerden kaçınmak, tekeli faaliyetlerden uzaklaşmak, tekelleşme eğilimi gösteren işletmelere karşı uygun önlemleri almak ve her türlü haksız rekabetten kaçınmak gibi uygulamaların işletmelerin rakiplerine karşı sosyal sorumluluklarından bazıları olduğu söylenebilmektedir (Becan, 2011:20).

1.5.8. Toplum Açısından

Bir KSS girişiminin birincil ve göze çarpan özelliği, toplumsal refahı artırmaya yaptığı vurgudur. İşletme sahiplerinin zenginliğini artırmaya öncelik veren diğer

kurumsal yatırımların aksine, KSS faaliyetleri en azından normatif bir bakış açısıyla toplumsal refahı artırmaya yönelik çabalara öncelik vermektedir. İşletme araştırmalarının amacı, KSS girişimleri ile kârlılık arasında bir ilişki kurmaktır. Bununla birlikte, KSS faaliyetlerinden elde edilen her türlü finansal fayda, sosyal refahın teşvik edilmesi şeklindeki birincil hedefe göre tesadüfidir (Barnett, 2007: 799).

KSS girişimleri toplumsal normlarla uyumlu olmalı ve toplumun değer ve inançlarını desteklemelidir. Bu çabaların sadece reklam amacıyla veya yasal zorunlulukların bir sonucu olarak değil, işletmenin resmi politikalarına dahil edilmesi gerekmektedir. Toplumun yaşam standardını yükseltmek için üstlenilen KSS girişimleri sürdürülebilir olması gerekmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini yürütürken kullandıkları kaynaklar için topluma sürdürülebilir bir şekilde karşılık vermeleri büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, bireylerin toplumsal varoluşa yardımcı olacak, onu geliştirecek ve sosyal-kültürel-sportif etkinliklere değer katacak faaliyetlere katılmaları bir zorunluluktur (Kaynar, 2011: 46).

Topluma karşı kurumsal sosyal sorumluluk açısından, ekonomik zorluklarla karşılaşanlara eğitim yardımı sunmak, toplum için faydalı faaliyetlerde bulunan kar amacı gütmeyen kuruluşlara destek sağlamak örnek olarak sayılabilmektedir (Kaynar, 2011: 46).

1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Lehinde ve Aleyhinde Olan Görüşler

Tablo 1.1, başlangıcından bu yana KSS savunucuları ve eleştirmenleri tarafından ortaya konan çeşitli bakış açılarının bir özetini sunmaktadır. Konuyla ilgili temel görüşleri kapsamaktadır.

Tablo 1.1. KSS Lehinde ve Aleyhinde Görüşler (Kaşlı, 2011: 36)

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Lehinde Görüşler	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Aleyhinde Görüşler
• Kurumsal gücü sorumluluk ile dengeler • Hükümet kaynaklı düzenlemeleri azaltır • Uzun vadeli kârlılığı destekler • Paydaşların değişken taleplerine cevap verir • İş kaynaklı sosyal problemleri düzeltir veya oluşmasını engeller	• Ekonomik verimliliği ve kârı düşürür • Rakipler arasında eşit olmayan maliyet yükü oluşur • Gizli maliyetlerin paydaşlara yansımaya neden olur • Gerekli sosyal yeti hususunda eksiklikler yaşanabilir • Sorumluluğu kişiler yerine işletme üzerine verir

KSS uygulamalarının artması ve yaygın olarak benimsenmesi nedeniyle, bu konunun aleyhinde ve lehinde olan argümanlar daha derin ve kapsamlı hale gelmiştir.

1.6.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Lehinde Olan Görüşler

İşletmelerin sosyal sorumluluklarını savunan bakış açıları kısaca şöyle sıralanabilmektedir (Doğan, 2007: 38):

- Modern işletmelerin büyümesi, çok sayıda sosyal sorunun ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle, iş dünyası bu endişeleri ele almalı ve bunlar için sorumluluk üstlenmelidir.
- İşletmeler toplumsal ihtiyaçları karşılayan kuruluşlar olduğundan ve toplumsal beklentiler sürekli değişime tabi olduğundan, işletmelerin hayatta kalmalarını sağlamak için bu değişen beklentilerin farkında olmalarına öncelik vermeleri gerekmektedir.
- İşletmelerin faaliyet gösterdiği çevrenin yaşam kalitesini artırmak, toplumla olumlu ilişkiler kurmak için çok önemlidir.
- İmaj kavramına sosyal sorumluluk bilinciyle yaklaşıldığı takdirde, işletmelerin kamuoyu nezdindeki itibarını artırmak mümkündür.
- İşletmelerin sosyal konulara ilişkin sorumlu davranışları, aşırı hükümet müdahaleleri ve düzenlemelerine karşı önleyici bir tedbir olarak hizmet edebilmektedir.
- İşletmelerin, halkın toplumsal ve kültürel adetlerindeki değişikliklere uyum sağlaması zorunlu ve gerevidir.

1.6.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Aleyhinde Olan Görüşler

İş dünyasında sorumluluk kavramına karşı çıkan görüşler kısaca şu şekilde sıralanabilmektedir (Doğan, 2007: 40):

- İşletmelerin kaynaklarını mantıklı bir şekilde ve yalnızca ekonomik çabaları için kullanmaları gerekmektedir. Bu kapsamın dışındaki her türlü kullanım maliyetlerin artmasına neden olmaktadır.

- Adam Smith tarafından savunulan ve daha sonra Milton Friedman'ın daha geniş olarak açıkladığı kârın maksimizasyonu yaklaşımına göre, bir işletme verimliliği artırarak ve giderleri azaltarak kârını optimize ettiğinde görevini yerine getirmiş olmaktadır. Piyasaları yöneten görünmez el ilkesi, uzun vadede önemli karlar elde ediyor olsalar bile işletmeleri maliyetleri ve fiyatları düşürmeye yönlendirmektedir. Sonuç olarak, işletmelerin diğer kuruluşların eylemlerinden ziyade kendi eylemlerine odaklanmaları sosyal sorumluluk bakımından daha anlamlı olmaktadır.
- İşletmelerin sosyal ve etik kaygıları ele alması mali açıdan mümkün değildir.
- İşletmelerin paydaşları için kâr elde etmeye öncelik vermeleri ve sosyal meselelerle ilgilenmekten kaçınmaları tavsiye edilmektedir.
- Sosyal taleplerin çoğunun ekonomik gerekçeden yoksun olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu tür taleplerle ilgili maliyetleri işletmeler yerine toplumun üstlenmesi tavsiye edilmektedir. Özüde toplum, sosyal sorumluluk girişimlerini finanse etme sorumluluğunu üstlenmelidir.
- İşletmelere, üzerinde doğrudan kontrol sahibi olmadıkları konularda sorumluluk yüklemek uygun bir strateji değildir. Bu nedenle, uygun bir yasal çerçeve oluşturulana kadar işletmelerin sosyal girişimlerde bulunmaktan kaçınmaları tavsiye edilmektedir.
- İşletmeler sosyal konulara öncelik verdiklerinde, dikkatlerini üretkenliği artırma ve kar elde etme temel hedeflerinden saptırırlar. Sonuç olarak, toplum ekonomik ve sosyal bakımdan geride kalmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk karşılığı, öncelikle kâr maksimizasyonunu diğer faktörlere göre ön planda tutan taraflardan kaynaklanmaktadır.

1.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları

Sosyal sorumluluk kampanyalarının avantajları iki grupta toplanabilmektedir. Bunlar topluma yönelik avantajlar ve kuruma yönelik avantajlardır. Buna ek olarak, sosyal sorumluluk kampanyalarının kuruma sağladığı faydalar da kendi içinde iki alt kategoriye ayrılabilir. Bunlar da kurumun kendisine ve çalışanlarına sağladığı avantajlardır. Buna karşılık, sosyal sorumluluklar topluma, özellikle de eksik olduğu düşünülen alanlara katkıda bulunmayı gerektirmektedir. Topluma sağlanan avantajlar eğitim, sağlık hizmetleri

ve çevresel sürdürülebilirlik gibi unsurları kapsayabilmektedir. Ayrıca, sosyal sorumluluk kampanyalarının bir parçası olarak tüketicinin korunması ve sivil toplum kuruluşlarının desteklenmesine kadar uzanabilmektedir.

1.7.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Çalışanlar İçin Faydaları

Sosyal sorumlulukla ilgili ilk konu, işletmenin ve yöneticilerinin hissedarlara veya sermaye sahiplerine karşı görevleridir. İşletmenin sermayesi en çok önemli olan kaynağıdır. Sermayelerini yatıran hissedarlar, yatırımlarından belirli bir getiri elde etmeyi bekleyeceklerdir (Eren, 1990: 114).

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluklarının bir parçası olarak işyerlerini geliştirdikleri, çalışanlarının daha iyi koşullarda istihdam edilmesine öncelik verdikleri ve güvenliklerini garanti altına alacak önlemler aldıkları görülmektedir. Bu tür stratejilerin uygulanması, personelin görevlerini yerine getirme dürtüsünü ve dolayısıyla üretkenliklerini artırabilmektedir. Çalışanlara sosyal yapıları göz önünde bulundurularak muamele edildiğinde, iş sürecine proaktif olarak katılmaları daha olasıdır (Banerjee, 2007: 41).

Sosyal sorumluluk sahibi işletmeler, çalışanları ve ortaklarıyla güçlü ilişkiler kurmaya odaklanmış durumdadır. Bunu başarmak için de bu hedefi önceleyen iş politikaları ve stratejileri geliştirmişlerdir. Modern iş dünyasında, çalışanlarla olumlu ilişkiler kurmak, işletmelerin personelinin işletmenin ayrılmaz bir üyesi olarak algıladığı ve onları iş döngüsüne dahil etmek için yenilikçi stratejiler geliştirdiği çok yönlü bir yaklaşıma dönüşmüştür. Çalışanların tam katılımı, mevcut işletmelerin refahı için gerekli bir uygulama olarak kabul edilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluklar, iş ortakları ve çalışanlar üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Bu tür sorumlulukların benimsenmesi, hem kısa vadede prestijin artırılması yoluyla hem de bu tür sorumluluklar işletmenin gücünü pekiştiren önemli getiriler sağladığından uzun vadede işletme için ikili bir faydaya sahiptir. Yukarıda bahsedilen durum, işletmenin ortakları ve personeli üzerinde etkilere sahiptir (Zutshi ve Sohal, 2004: 372).

1.7.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Topluma Sağladığı Faydalar

İşletmeler tarafından üstlenilen KSS girişimleri, içinde bulundukları toplum için önemli faydalar sağlamaktadır. Bu faydalar, çevresel iyileştirmeler, sağlıklı yaşam

alanlarının geliştirilmesi ve toplumun eğitim ve sağlık ihtiyaçlarının karşılanması gibi çok çeşitli alanları kapsamaktadır. Sosyal sorumluluk kampanyalarının öncelikli hedeflerinden biri, yerel halka iş fırsatları yaratmaktır.

Sosyal sorumluluğun kapsamına giren ikinci husus, yakın çevreye sunulan iş olanaklarının kolaylaştırılmasıdır. Bu bağlamda, işletmenin topluma istihdam olanakları sunarak işsizlik sorununun çözümüne katkıda bulunduğu kabul edilmektedir. Teknolojik gelişmelerin yansımaları nedeniyle çok sayıda kişi işsiz kalmaktadır. Sosyal sorumluluk kampanyaları, önemli ölçüde insan katılımı içeren girişimlerdir. Bu kampanyalar çok sayıda bireyin katılımını sağlayarak atıl işgücü için istihdam fırsatları yaratmakta ve sonuç olarak işsizliği azaltmaktadır. Ayrıca, işletmeler yerel çevreleriyle olumlu ilişkiler geliştirme fırsatına sahiptir (Eren, 1990: 114).

Sosyal sorumluluk kapsamındaki önemli olan üçüncü husus ise tüketicinin korunmasıdır. Geniş bir inceleme alanını kapsayan bu konudaki en önemli endişe ürün güvenliğidir. Ürün güvenliği, ürünün tüketiciye sunulmasını, tüketiciye ürün hakkında bilgi verilmesini, ürünlerin yapımında kullanılan hammaddeleri, herhangi bir tehlike arz edip etmediklerini, nasıl kullanılacaklarını belirten broşürlerin, kullanım kılavuzlarının ve etiketlerin oluşturulmasını ve bunların ürüne veya ambalaja eklenmesini gerektirmektedir (Eren, 1990: 115).

Çevre kirliliğinin önlenmesi ve yaşanabilir bir yaşam alanı sağlamak için çevrenin korunması da kurumsal sosyal sorumluluğun topluma sağladığı avantajların başında gelmektedir. İnsanlığa karşı bu gönüllü sorumluluklar, toplumun çeşitli kesimlerinin geniş katılımını içeren kampanyalarla teşvik edilebilmektedir. Dolayısıyla, işletmelerin sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği yaparak bu konulardaki sosyal sorumluluklarını üstlenmeleri bir zorunluluktur.

1.7.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Sivil Toplum Kuruluşlarına Sağladığı Faydalar

SS kampanyalarından bazıları, işletmeler halkın önemli bir bölümünü girişimlerine dahil ettiklerinde daha etkili olabilmektedir. Çevreyle ilgili kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları bu tür kampanyalara örnektir. Çevreye duyarlı sivil toplum örgütleriyle iş birliği yapmak bu girişimlerin başarıya ulaşma olasılığını artırabilmektedir. Örneğin, çevreyi ilgilendiren bir kurumsal sosyal sorumluluk kampanyasının başlatılması planlanıyorsa,

Greenpeace Örgütü'nden destek alınması girişimin etkinliğini artırabilmektedir. Bu aynı zamanda sivil toplum gruplarının ilerlemesine de yardımcı olmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının üye sayılarını artıracak, etkinliklerini ve kendi toplumları üzerindeki olumlu etkilerini güçlendirecektir.

Sivil toplum kuruluşları (STK) politikalar ve işletmeler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Marrewijk, 2003: 96). Kamu ve özel kuruluşlar arasında kurulacak bir ortaklığın çevreyi yeniden canlandırabileceğine inanan STK'lar, faaliyetlerinde kurumsal itibarı bir araç olarak sıklıkla kullanmaktadır. Bunun da etkisiyle işletmeler çevreye daha duyarlı bir yaklaşım benimsemeye zorlanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk bilincine sahip işletmelerin sivil toplum kuruluşları ile iş birliği yapması daha muhtemeldir.

1.7.4. Kurumsal Sosyal Sorumlulukların İşletmelere Faydaları

Gün geçtikçe kurumsal sosyal sorumluluk işletmeler için vazgeçilmez bir bileşen haline gelmiştir. Küreselleşmenin yaygınlaşması, bilgi çağının etkisi ve sosyal bilince sahip tüketicilerin yükselişi bu olguya sebep olan başlıca faktörler olarak tanımlanabilmektedir. Dahası, bu gerekçelere işletmelerin sürekliliklerinin yegane faktörünü oluşturan topluma karşı bağlılıklarını ve yardımseverliklerini gösterme niyetlerini de dahil etmek mümkündür. Tüm bu faktörler nedeniyle, kurumsal sosyal sorumluluk her sektörün vazgeçilmez ve giderek daha önem arz eden bir unsur haline gelmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarından bahsederken, bunun yalnızca işletmelerin uyması gereken bir gereklilik olduğuna dair yaygın bir yanlış kanı bulunmaktadır. Ancak gerçekte bu uygulamalar işletmelerin topluma ve çevreye karşı yükümlülüklerini yerine getirmenin yanı sıra işletmelerin kendilerine de avantajlar sağlamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları esasen karşılıklı fayda ile tanımlanmaktadır.

İşletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine katılmanın faydaları şu şekilde sıralanabilmektedir (Özgüç, 2005: 13);

- KSS uygulamalarının, çalışanların kendi işletmelerine olan bağlılıklarını artırdığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, çalışanlar işlerine daha fazla önem verme eğilimi göstermekte, bu da motivasyonun yükselmesine, verimliliğin artmasını sağlamaktadır.

ABD'deki bir araştırmaya göre, çalışanların %84'ünün işletme imajını büyük önem taşıdığına inandığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışma, KSS girişimlerinin çalışan bağlılığında etkisini göstermiştir.

- Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları yürüten işletmeler, yürütmeyenlere kıyasla çalışanlar için daha caziptir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları işletmelerin itibarını artırmakta ve saygın bir itibara sahip bir işletmede çalışmanın çalışanların mesleki konumunu yükselttiğine inanılmaktadır.

- Kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanmasının, işletmelerin riske maruz kalma ihtimalini azalttığı keşfedilmiştir.

- ABD'de gerçekleştirilen araştırmaya göre, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını benimseyen işletmeler, benimsemeyenlere kıyasla tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Araştırma, Amerikan vatandaşlarının %80'inin kurumsal vatandaşlık uygulamaları yürüten işletmelere daha fazla güven duyduğunu ortaya koymuştur.

- Bir işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile finansal performansı arasında genellikle pozitif bir korelasyon gözlenmektedir. Oekom Research tarafından 2004 yılında yapılan bir çalışmada, 602 işletmeyi analiz edilmiştir. Sonuçlar, en yüksek kurumsal sosyal sorumluluk sıralamasına sahip 186 işletmenin Ocak 2000 ile Ekim 2003 arasında geri kalan 416 işletmeye kıyasla %23,4 daha üstün bir finansal performans sergilediğini göstermiştir.

- Maliyet azaltımında öncelikli odak noktası, işletmelerin sosyal sorumluluk projeleri tasarruflarıdır. Bu tasarruflar, atıkların azaltılması, enerji ve hammadde tüketiminin azaltılması ve kaynak kullanım verimliliğinin artırılması ile sağlanabilmektedir (Aydemir, 2012: 43).

- Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları yürüten işletmeler, sosyal konulara duyarlı yatırımcıları cezbetme potansiyeline sahiptir ve bu da hisse fiyatlarının yükselmesine ve borçlanırken ödenen kredi faiz oranlarının düşmesini sağlamaktadır (Yılmaz, 2009: 33).

- Kurumsal itibar, işletmelerin geçmişteki eylemlerinin ve gelecekteki beklentilerinin bir yansımasıdır ve işletmenin genel çekiciliğiyle ilgilidir. Kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinin işletmelerin politikalarına dahil edilmesi, zaman içinde işletme için olumlu bir

itibar yaratabilmektedir. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk politikalarını benimsemeleri, pazar paylarında artış sağlamaktadır. Bu durum, kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinin bir sonucu olarak pazarda yaratılan olumlu imajın sonucudur (Aydemir, 2012: 44).

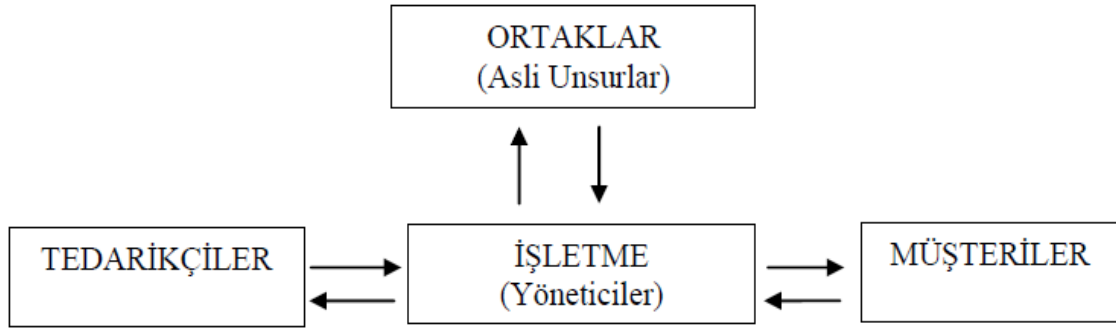
KSS uygulamaları, işletmeler ve toplum için karşılıklı fayda sağladığından giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu uygulamalar, özellikle işletmelerin uzun ömürlülüğü açısından vazgeçilmez bir bileşen haline gelmiştir. İşletmeler, topluma karşı yükümlülüklerini yerine getirmenin bir aracı olarak ve aynı zamanda topluma sunulan avantajlardan yararlanarak fayda elde etmek için KSS uygulamalarını benimsemelidir.

1.8. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

İş dünyasında ve toplumda farklı bakış açılarına sahip olan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, literatüre girişiyle birlikte çeşitli değerlendirmeleri de beraberinde getirmiştir. Bu değerlendirmeler, kurumsal sosyal sorumluluğun iş dünyası veya toplum açısından incelenmesine ışık tutmakta ve bu konuya ilişkin içgörüler sunmaktadır. Bu perspektifler genel olarak iki kategoride sınıflandırılmaktadır. Bunlar klasik ve modern yaklaşımlardır.

1.8.1. Klasik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Klasik KSS yaklaşımı, Milton Friedman'ın Adam Smith'in karlılığın ve piyasa değerinin maksimize edilmesinin yeni yatırımların ve istihdam olanaklarının yaratılmasıyla sonuçlanacağı ve bunun da toplumun iyileşmesine ve ilerlemesine yol açacağı fikri üzerine inşa ettiği teorisine dayanmaktadır. Friedman'ın bakış açısına göre, bir işletmenin birincil amacı kâr ve piyasa değerini maksimize etmektir. Bir işletme yöneticisinin sosyal sorumluluğu, çalışanlar veya çevreden ziyade hissedarların çıkarları doğrultusunda hareket etmektir (Alparslan, 2012: 16).



Şekil 1.5. Freidman'ın İşletme Sorumlulukları Kavramı (Alparslan, 2012: 17).

Klasik bakış açısı sosyal sorumluluğa karşıdır ve paydaşlara karşı sorumluluğu yalnızca sınırlı bir anlamda kabul etmektedir. Sosyal sorumluluğa ilişkin klasik duruş, kârların dağıtılmaması gerektiğini, bunun yerine işletmenin sürekli büyümesini kolaylaştırmak için iç finansman için kullanılması gerektiğini savunmaktadır. Yeni yatırımların yapılmasıyla yeni istihdam olanakları yaratılacak ve halkın genel ekonomik refahını artıracak yeni ürünler üretilcektir. Bakırtaş'ın (2005) görüşüne göre, sosyal sorumluluk işletmenin karını düşürebileceği, işletme maliyetlerinin artabileceği gibi sonuçlara neden olabilmektedir.

Netice olarak klasik bakış, işletmelerin birincil yükümlülüğünün kârlarını maksimize etmek olduğunu ve refahı artıracak tek aracın bu olduğunu savunmaktadır. Bunun yanında her türlü sosyal sorumluluk girişimini ek bir masraf ve karlılığı azaltan bir faktör olarak görmektedir.

1.8.2. Modern Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Modern bakış açısından sık sık “Sosyo-Ekonomik Yaklaşım” olarak söz edilmektedir. Bu bakış açısı, işletme yönetimi görevini, kar sağlamanın yanı sıra toplum refahının korunması ve geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. İşletmeler, rekabetin yoğun olduğu bir piyasada kâr elde etmek ve mallarının ömrünü uzatmak için tüketici haklarını ihmal etmiş ve “amaç aracı haklı çıkarır” düşüncesi altında çevreye zarar vermiştir. Bu bakış açısına göre, işletmelerin sadece kâra odaklanması, değişken faktörler nedeniyle müşterilerin, çalışanların ve paydaşların isteklerini karşılayamaz hale gelmiştir (Akhüseyinoğlu, 2010: 13). Modern bir bakış açısıyla sosyal sorumluluğa yaklaşan bireyler, kurumlara örgütsel amaçlarının ötesinde çeşitli sosyal hedefler dayatmaya çalışmaktadır. Bu bakış açılarına göre, bir kurumun zararlı kirleticilerini attığı gölü temizlemesi, eğitimsiz personelinin beceri setlerini

geliştirmesi ve mali koşullarını iyileştirmesi gibi önlemler alması beklenmektedir. Çevre kirliliği, enerji ve hammadde kıtlığı, ticari tekeller ve siyasi huzursuzluk gibi toplumsal sorunlar, işletmelerin toplumun iyiliğini teşvik eden çabalara aktif olarak katılması ve desteklemesi gerektiği yaklaşımının yaygın olarak benimsenmesine sebep olmuştur (Bakırtaş, 2005: 34). Sonuç olarak, işletmelerin toplumun genel refahını artıracak faaliyetlere katılması ve bu faaliyetleri desteklemesi beklenmektedir.

1.9. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Daha önce özetlenen sosyal sorumluluk yaklaşımları, kurumsal sosyal sorumluluğun anlaşılmasına katkı sağlamış ve bu da çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk modellerinin geliştirilmesiyle sonuçlanmıştır. İşletmelerin sosyal sorumluluk yönlerini ele almak için çok sayıda model geliştirilmiştir. Bu bölümde, literatürde sıkça atıfta bulunulan bazı sosyal sorumluluk modelleri açıklanmaktadır.

1.9.1. Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

Carroll'a göre işletmeler ahlaki olarak topluma, devlete ve insanlığa fayda sağlayan hizmetleri sosyal sorumluluğa uygun olarak yerine getirmekle yükümlüdür. Carroll, dört grupta toplamaktadır (Gemici, 2010: 40). Bunlar ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllü gruplardır. şekil 1.5'de Sosyal Sorumluluk Piramidi aşağıdadır (Öztürk, 2013: 19):



şekil 1.6. Sosyal Sorumluluk Piramidi (Torlak, 2013: 34).

Birincisi ekonomik sorumluluklar: Kuruluşların en önemli sorumluluğu karlılığı

sağlamak ve temel faaliyetlerinin ekonomik etkilerini göz önünde bulundurmaktır.

İkinci husus ise yasal yükümlülüklerle ilgilidir. Kuruluşlar bir yandan ekonomik hedeflerine ulaşmaya çalışırken bir yandan da sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmeli ve yasalar çerçevesinde faaliyet göstererek tüm yasal gerekliliklere uymalıdır.

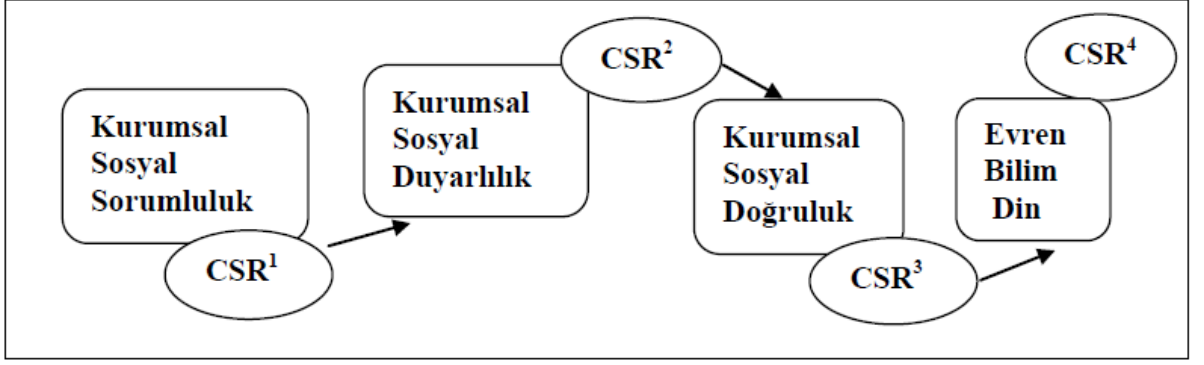
Üçüncü husus ise etik yükümlülüklerle ilgilidir. Şirketler, yasal ve mali görevlerini yerine getirmenin yanı sıra, etik ilkeler açısından da topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmelidir.

Dördüncü husus gönüllü sorumluluklarla ilgilidir. Kuruluş topluma faydalı olan ve toplumun refahına sebep olan faaliyetlerde bulunmalıdır. Bu faaliyetler gönüllülük esasına dayalı olarak üstlenilebilir.

İşletmeler finansal olarak iyi durumda olduklarından ve insanların tüketim ihtiyaçlarını karşıladıklarından emin olmak zorundadır. Bunu yaparken yasalara da uymaları gerekmektedir. İşletmeler, toplumda uygun davranışları belirleyen ahlaki kodları takip etme konusunda etik bir yükümlülüğe sahiptir. Ayrıca, gönüllülük esasına dayanan hayırseverlik sorumlulukları da isteğe bağlı olarak bulunmaktadır (Öztürk, 2013: 34).

1.9.2. Frederick'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

1970'lerde Frederick, kurumsal sosyal sorumluluk söz konusu olduğunda odak noktasının performanstan motivasyona kaymasını savunarak kurumsal sosyal tepkisellik kavramını ortaya atmıştır. Frederick'e göre sosyal sorumluluk, iş dünyası liderlerinin halkın beklentilerini karşılayıp karşılamadıklarının denetlenmesini ifade etmekteydi. Frederick, üretim araçlarının kullanımının ve dağıtımının genel sosyo-ekonomik refahı artırmaya yönelik olması gerektiğine dikkat çekmiştir. 1990'ların sonuna doğru sosyal sorumluluk modelini geliştirmiş ve nihayetinde alternatif bir model önermiştir. Frederick, sırasıyla KSS1 (Corporate Social Responsibility) ve KSS2 (Corporate Social Responsiveness) olarak adlandırdığı kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal tepkisellik kavramları için farklı tanımlar sunmuştur. Frederick, 1980'lerde kurumsal sosyal doğruluk (KSS3) kavramını ortaya atmıştır. Sonrasında odağını geleneksel işletme kavramından uzaklaştırarak evren (cosmos), bilim (science) ve din (relegion) ilkelerini içeren KSS4'e kaydırmıştır (Yamak, 2007: 47).



Şekil 1.7. Frederick'in KSS Modeli (Öztürk, 2013: 20).

KSS1 kavramı, işletmelerin toplumu geliştirmek için çaba göstermesi gerektiği felsefesi üzerine kurulmuştur ve bu da uygulama açısından zorluklar ortaya çıkarmaktadır. İşletmeler sosyal sorumluluklarını yerine getirmek için, salt ekonomik kaygıların ötesine geçerek, faaliyetlerinden etkilenen bireylerin gereksinimlerini ve tercihlerini dikkate almalıdır.

1970'lerin ortalarında, sosyal sorumluluk anlayışı toplum ve işletmeler arasındaki ilişkinin ötesine geçerek, işletmelerin sosyal çevrelerindeki aktif belirleyici işlevine yönelmiştir. KSS2, işletmenin toplumla ilişkisi bağlamında sosyal baskılara verilen yönetsel tepkiyi ifade etmektedir. İşletmenin toplumsal kaygıları ele alma kapasitesinde içine almaktadır.

KSS3, 1980'lerde formüle edilen yaklaşım, iş etiğinin kurumsal kararlarla uyumlu hale getirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Ekonomik çıkarların ötesine geçmenin gerekliliğini savunmaktadır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı, faaliyetlerin yürütülmesinde ve politikaların oluşturulmasında ahlaki bütünlüğün korunmasına dayanmaktadır.

KSS4 olarak adlandırılan son yaklaşım, kurum merkezli bir bakış açısını benimsemek yerine, sosyal sorumluluk kavramını kozmosun veya çevrenin, bilimsel araştırmanın ve dini inançların incelenmesi yoluyla ele almaktadır. KSS4 ilkesi, bir varlığın evren içindeki uygun konumunu belirlemek için bilimsel metodolojilerin kullanılması gerektiği fikrine dayanmaktadır (Öztürk, 2013: 20).

1.9.3. Wood'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

Wood, modelinde sonuç veya performans kavramlarının geliştirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Wood'un sosyal performans modelinin gelişimine katkısı Carroll, Wartick ve Cochran tarafından oluşturulan modellere dayanmaktadır. Bu modele göre, işletmeler dış çevreleriyle etkileşim halindeyken sosyal performansın üç bileşenini yerine getirmektedirler. Wood, işletmelerin sosyal performansının değerlendirilmesinin ilkeleri, süreçleri ve sonuçları kapsamı gerektiğini öne sürmektedir (Tak, 2009: 139).

1.9.4. Post, Frederick, Lawrence ve Weber'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

İşletmelerin 20. yüzyıldaki sosyal sorumluluk kavramlarının oluşumu, topluma artan katılımlarından etkilenmiştir. Post ve ark.'na (1996) göre bu durum iki ilkenin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Yardımseverlik ilkesi, bireylerin ve kuruluşların ihtiyaç sahiplerine yardım sağlamakla yükümlü olduğunu belirtmektedir. Uzun yıllara dayanan bireysel bir gelenek olan ihtiyaç sahiplerine yardım etme uygulaması, 1920'lerden bu yana kuruluşlar tarafından benimsenmiştir ve özellikle ABD gibi gelişmiş ülkelerde yaygın olarak uygulanmaya devam etmektedir (Post ve ark., 1996: 41). Vekillik ilkesi, işletme yöneticilerinin kuruluş içindeki tüm paydaş gruplarının vekili veya temsilcisi olarak hareket etmesini zorunlu kılmaktadır. Bu ilke uyarınca, girişimciler veya yöneticiler karar alma sürecinde çalışanlar, tedarikçiler ve tüketiciler de dahil olmak üzere tüm paydaşların haklarını dikkate almalıdır (Post ve ark., 1996: 42).

1.10. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanında Oluşturulan Başlıca Örgütler ve Girişimler

Küreselleşmenin yükselişi, ulusal sınırların ötesine geçen işletmelerin sayısında bir artışa neden olmuştur. Çok uluslu işletmelerin sayısındaki bu artış, faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel ve sosyal konuların da incelenmesine sebep olmuştur.

Hükümetlerin çok uluslu işletmelerden kaynaklanan sorunları ele almaktaki yetersizliği, çözüm bulmak amacıyla ortaya çıkan alternatif kuruluşlara neden olmuştur. Bu kuruluşlar, devletin sosyal sorumluluğun tek hakemi olmadığının farkına varmış ve bunun sonucunda küresel ölçekte düzenlemeler geliştiren ve uygulayan hükümet ve hükümet dışı kuruluşlar ortaya çıkmıştır. Bu kuruluşların temel amacı, işletmelerin hem yerel hem de küresel toplumlara ve çevreye karşı yükümlülüklerinin belirlenmesi,

belirlenen standartlara karşı sorumlu tutulması ve yaptırım olarak cezaların artırılmasıdır (Yamak, 2007: 16).

Bu bölüm, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğunu yönetmek üzere kurulmuş olan bazı küresel girişimleri ve sivil toplumları içermektedir.

1.10.1. Uluslararası Girişimler

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), OECD, BM ve AB, kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde küresel iş faaliyetlerini kolaylaştırmaya çalışan ve bu konuda ilkeler oluşturan kuruluşların başında gelmektedir.

1.10.2. Sivil Örgütler Tarafından Gerçekleştirilen Girişimler

Sivil toplum örgütleri, uluslararası kuruluşların belirlediği sosyal sorumluluk ilkelerine ek olarak kendi kabul edilen ilkeleri hayata geçirmektedirler. Sivil toplum örgütleri tarafından gerçekleştirilen bazı önemli girişimler bulunmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN ÖLÇÜMÜ: SOSYAL SORUMLULUK ENDEKSLERİ

2.1.Kurumsal Sosyal Performans

Carroll'a (2000) göre, kurumsal sosyal performansı (KSP) bir işletmenin sosyal performansının kapsamlı bir değerlendirmesi olarak görmek ve çevresel kaygılar, azınlık ilişkileri, kurumsal hayırseverlik ve ürün güvenliği gibi paydaşlar ve sosyal konularla ilgili performansından soyutlamamak gerekmektedir. Carroll'a göre, bir işletmenin sosyal performansını sağlayabilmesi için çalışanlar, tüketiciler, hissedarlar, toplum ve (eğer toplumun bir parçası olarak kabul edilmiyorsa) çevreyi içeren en az 4-5 ana paydaş grubuna sahip olması gerekmektedir (Carroll, 2000: 467). Carroll, tek veya birkaç paydaşa ya da konuya odaklanan ve bunu KSP olarak etiketleyen miyopik bir yaklaşımın hatalı olduğunu iddia etmektedir. KSP modelinin ekonomik, yasal, ahlaki ve isteğe bağlı (hayırseverlik) performansları içerdiğini ileri sürmektedir. KSP olarak nitelendirilebilmesi için araştırmacının kapsamlı ve sağlam ölçütler benimsemesi gerekmektedir (Carroll, 1979: 498). Carroll, araştırmacılar ve akademisyenler için KSS performansının değerlendirilmesine yönelik tekniklerin ve ölçütlerin belirgin bir şekilde ortaya konmasının zorunlu olduğunu ileri sürmektedir. Waddock ve Graves (1997) sosyal performansın değerlendirilmesindeki karmaşıklığın altını çizmiş ve tek bir yöntemle dayanmak yerine çeşitli araştırma yöntemlerini, itibar endekslerini, analitik belgeleri içeren bir yaklaşımı önermiştir.

Wood (1991), kurumsal yapılar ve biçimler yerine sonuçlara odaklanan bir performans tanımı ortaya koymuşlardır. KSP ölçümüne göre, sosyal sorumluluğun çeşitli faktörlere duyarlılığı, organizasyonun özelliklerinden bağımsızlık, sonuç ölçümlerine dayanma ve paydaşların değerlerini yansıtma kriterleri göz önünde bulundurulmalıdır. Sosyal performansın bireysel yapılarını yansıtan KSP boyutları seçilerek ilk iki gereklilik yerine getirilebilmektedir. Bir sonuç ölçütünün varlığı, değerlendirme söz konusu olduğunda bileşik ve sistematik ölçümün ilerlemesi için gerekmektedir (Ruf ve ark., 1998: 122).

Wood (1991) tarafından yapılan önceki girişimlere rağmen, KSP tanımının büyük ölçüde yetersiz kaldığını ileri sürmüştür. Wood, önceki kavramsal ve ampirik çabaları gözden geçirdikten sonra, revize edilmiş bir KSP tanımı önermiştir. Bu revize tanım, KSP'nin

kurumun sosyal sorumluluk ilkelerini, sosyal tepkisellik sürecini, politikalarını, programlarını ve işletmenin sosyal ilişkileriyle ilgili gözlemlenebilir sonuçlarını kapsadığını belirtmektedir (Davenport, 2000: 211). Wood, kurumsal sosyal sorumluluk ile kurumsal sosyal tepkiselliği birleştirerek KSP modelini yeniden tasarlamış ve kavramın orijinal manasına geri dönmüştür (Davenport, 2000: 211).

Tüm sosyal performans modelleri Sethi'nin (1975) sosyal davranış modelinden türetilmiştir. Bu modelin temel önermesi “kurumsal tepkisellik” kavramıdır. Bu bölümde, öncelikli olarak kurumsal tepkisellik kavramı ve ardından kurumsal sosyal performans modelleri açıklanacaktır.

2.1.1. Kurumsal Tepkisellik

Bu kavram öncelikle William Frederick'e atfedilmektedir. William C. Frederick “kurumsal tepkisellik” kavramına özel bir önem vermiş ve farklı yıllarda (1978, 1986, 1994, 1998) yayınladığı çalışmalarında KSS'yi çeşitli şekillerde (KSS1, KSS2, KSS3 ve KSS4) analiz etmiştir. Frederick 1994 tarihli makalesinde KSS1 ve KSS2 için tanımlar sunmaktadır. KSS1, 1970'lerden önce tanımlandığı şekliyle geleneksel kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla ilgilidir. KSS2 ise 1970'lerden sonra ortaya çıkan kurumsal sosyal tepkisellik kavramına atıfta bulunmaktadır (Frederick, 1998: 154). Frederick, kurumsal sosyal tepkiselliğin işletmelerin sosyal baskılara tepki verme yeteneği olduğunu ileri sürmektedir (Frederick, 1998: 154). KSS, felsefi bileşenler içeren belirsiz bir kavramdır ve işletmelerin topluma karşı sorumluluğunu gerektirmektedir. 1970'lerin başından bu yana, felsefi yaklaşımın uygulanması giderek zorlaşmış ve kurumsal duyarlılık (KSS2) yaklaşımına doğru bir kaymaya sebep olmuştur. Frederick'e göre, yönetimin sosyal talepleri veya ihtiyaçları karşılama becerisi hayati önem taşımaktadır. Bundan böyle, kurumsal duyarlılığın yönü yönetimin dikkate alınmasını gerektirmektedir. Yönetimsel bir yaklaşım olarak kurumsal duyarlılık, işletmeler ve toplum arasındaki ilişkinin yönetimini ifade etmektedir (Frederick, 1998: 155). Bu nedenle, KSS1 felsefi bir kavram olarak kabul edilmekte ve toplumsal büyümeye ticari katkı olarak değerlendirilmektedir. KSS2, yönetim kararlarından etkilenen bir işletmenin toplumla olan ilişkisinin yönetimiyle ilgilidir. İşletme yönetiminden etkilenmeyen KSS1'in aksine, KSS2 bu tür kararlar doğrultusunda ortaya çıkan bir kavramdır. Kurumsal sosyal sorumluluğun felsefi alandan yönetimsel alana taşınması, işletmelere toplumsal sorunlara çözüm önerme şansı verdiği için avantajlı görülmektedir.

(Frederick, 1998: 155).

Sethi, sosyal tepkisellik fikrinin işletmelerin sosyal baskılara nasıl tepki verdiğiyle ilgili olmadığını açıklamaktadır. Bunun yerine, işletmelerin sürekli gelişen bir sosyal sistemde oynaması gereken sürekli rolü tanımlamak için kullanılmaktadır (Sethi, 1975: 62).

Carroll (1979), Frederick'in KSS2'nin KSS1'in yerini aldığı yönündeki argümanından farklı bir görüşe sahiptir. Carroll, sosyal sorumluluk ve sosyal tepkiselliğin, bir işletmenin sosyal performansının önemli bir yönünü oluşturan birbiriyle ilişkili kavramlar olduğunu ileri sürmektedir. Carroll, sosyal tepkiselliğin, tepkisizlikten (yani eylemsizlikten) etkili duyarlılığa (yani önemli eylemlerde bulunmaya) kadar uzanan bir süreklilik olduğunu ileri sürmektedir.

Bazı yazarlar kurumsal sosyal tepkiselliği kurumsal sosyal sorumluluğun bir ikamesi olarak görürken, Carroll tarafından sosyal tepkisellik “sosyal sorumlulukların harekete geçirilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Carroll, 1979: 502).

Strand (1983) sosyal sorumluluklar ve sosyal tepkisellik kavramlarını örgüt ve çevre karşılıklı etkileşim çerçevesinde değerlendirmektedir. Strand, kavramın birbirine bağımlı olan entegre bir sosyal faaliyetler sistemi oluşturduğunu ileri sürmektedir. Sosyal sorumluluklar toplum tarafından belirlenmiş olsa da, kuruluşlar değişen toplumsal beklentilere yanıt olarak sosyal sorumluluklarındaki değişiklikleri belirlemeli ve ana hatlarıyla ortaya koymalıdır. Ayrıca, bu tür değişen beklentileri etkili bir şekilde ele almak için bir strateji geliştirilmelidir. Bu bağlamda, Carroll ile aynı inancı paylaştığı ve bunların birbirlerini karşılıklı olarak güçlendirdiğini belirttiği görülmektedir (Yamak, 2007: 58).

Carroll'un (1979) sosyal sorumluluk ile sosyal tepkisellik arasındaki ilişkiyi vurgularken, Strand (1983) sosyal tepkisellik ile sosyal politikalar arasındaki ilişkiyi vurgulamaktadır. Wartick ve Cohran (1985), her iki perspektifin de güçlü bir temele sahip olmasına rağmen, sosyal sorumluluk ve sosyal tepkisellik kavramları arasında belirgin bir ayrım yapamadıklarını iddia etmektedir. İki kavram arasındaki farkları özetleyen tablo, Tablo 2.1'de sunulmuştur.

Tablo 2.1. Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Tepkiselliğin Karşılaştırılması (Yamak, 2007: 61)

	Sosyal Sorumluluk	Sosyal Tepkisellik
Temel düşünce	Etik	Pragmatik
Analiz birimi	Toplum	Şirket
Odak noktası	Sonuçlar	Araçlar
Amaç	Dışarıyı izlemek	İçeriye yansıtmak
Vurgu	Yükümlülükler	Yanıtlar
Şirketin rolü	Ahlaki vekil	Mal ve hizmet üreticisi
Karar kapsamı	Uzun vade	Orta ve kısa vade

KSS etik ilkeler üzerine kuruluyken, sosyal tepkiselliğin daha pragmatik olduğu görülmektedir. KSS daha geniş bir toplumsal bağlamla ilgiliyken, sosyal tepkisellik özellikle ticari faaliyetlerle ilgili daha dar bir kavramdır. Odaklanma açısından, sosyal tepkisellik sosyal sorumluluğun sonucuna ulaşmanın bir yolu olarak kabul edilmektedir. Buna karşılık, görevleri vurgulayan sosyal sorumluluk, işletmenin etik bir bekçi olarak işlev görmesini talep eden uzun vadeli bir kavramdır. Kurumsal tepkisellik kavramı, sosyal kaygıların ele alınmasını gerektirmekte ve orta ila uzun vadeli bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Wartick ve Cochran, 1985: 766).

Wartick ve Cochran tarafından, sosyal sorumluluk bir sonuç, sosyal tepkisellik ise bu sonuca ulaşmanın araçlarından biridir. Bu sonucun ancak uzun vadede elde edilebileceğini savunmaktadırlar. Bu argüman Epstein'in (1987: 104) örneği ile desteklenmektedir. Epstein'a göre, sosyal sorumluluk ve sosyal tepkisellik arasındaki fark, sırasıyla nihai sonuçlara ve süreçlere odaklanmalarında yatmaktadır. Bu farkı bir örnekle açıklamıştır. Son derece güvenli ürünlerin üretilmesini sağlamak, çok çeşitli ürünler üreten bir işletmenin kurumsal sosyal sorumluluğudur. Buna ek olarak, işletme her türlü güvenlik endişesine karşı duyarlıdır ve güvenli olmayan ürünleri derhal piyasadan kaldırmaktadır. Bu işletmenin sosyal açıdan sorumlu mu yoksa sosyal açıdan duyarlı mı olarak sınıflandırılabilceği sorusunun iki olası yanıtı bulunmaktadır. Olumsuz yanıt, sosyal açıdan sorumlu olarak değerlendirilemeyeceği, olumlu yanıt ise sosyal açıdan duyarlı olduğudur. Epstein, bu işletmenin sosyal açıdan tepkisel olduğunu, ancak gerçekten sosyal açıdan sorumlu sayılabilmesi için uzun bir süre boyunca "sosyal sorumluluğun demir yasaları"na uyması gerektiğini savunmaktadır (Wartick ve Cochran, 1985: 763).

Wood (1991) kurumsal sosyal tepkisellik konusunda Wartick ve Cochran (1985) ve Carroll (1979) ile benzer bir bakış açısını paylaşmaktadır (Crane ve Matten, 2004: 64). Wood

kurumsal tepkiselliği bir süreç olarak görmekte ve sosyal tepkiselliğin sosyal sorumluluğun yerine geçemeyeceğini ileri sürmektedir. Bir işletmenin sosyal baskılara duyarlı olabileceği, ancak bu durumun etik dışı veya sorumsuzca davranmasını engellemeyeceğini iddia etmektedir (Wood, 1991: 391).

2.1.2. Kurumsal Sosyal Performans Modelleri

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı ve sosyal sorumluluğu da içeren ölçümü, sosyal performansın ölçümü için çeşitli modellerin geliştirilmesine sebep olmuştur. Bu fikir, sosyal performans modellerinin ortaya çıkmasına daha fazla sebep olan sosyal tepkisellik kavramını doğurmuştur. Aşağıda kurumsal sosyal performansın llmesine yönelik modellerden bazıları yer almaktadır:

1. Sethi'nin Sosyal Davranış Modeli
2. Carroll'un Sosyal Performans Modeli
3. Wartick ve Cochran'ın Sosyal Performans Modeli
4. Wood'un Sosyal Performans Modeli
5. Swanson'un Sosyal Performans Modelidir.

2.2. Sosyal Sorumluluğun lm Konusundaki Diğer alışmalar

Abbott ve Monsen tarafından 1979'da yapılan bir çalışmada sosyal sorumluluk faaliyetlerini ölçmedeki zorluklara dikkat çekilmiştir. Çalışma, bu zorlukları ele almak için bir ölçüm modeli sunmuştur (Abbott ve Monsen, 1979: 502). Elde ettikleri bulgulara göre, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ölçülmesinde iki önemli engel bulunmaktadır. İlk zorluk, sosyal sorumluluk kuramları ve kurallarına göre ölçebilecek kesin bir tanımın olmamasıdır. İşletmelerin yaşı, büyüklüğü ve itibarı gibi çeşitli faktörler, kullanılan araştırma metodolojisi üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir. Ayrıca, işletmeler zaman zaman bölünme veya diğer faktörlerin bir sonucu olarak isimlerini değiştirebilmektedirler. Bu da kuruluşun algısını değiştirebilmektedir (Abbott ve Monsen, 1979: 502). Sosyal performansı ölçmek için iki ana yaklaşım vardır. İtibar endeksi ve içerik analizidir.

2.2.1. İtibar Endeksleri

CEP (Council of Economic Priorities) ilk itibar endeksidir. Tek boyutlu bir endeks kullanarak işletmelerin kirlilik performansını ölçmektedir. Bu endeks Folger ve Nutt (1975) ve Bragdon ve Marlin (1972) tarafından 24 işletmenin kirlilik kontrol performansını değerlendirmek için kullanılmıştır. Tek göstergelerin temel kısıtı çoklu boyutlardan yoksun olmalarıdır (Isabelle ve Ferrell, 2000: 285). Çoklu gösterge analizleri bu sorunu çözüyor gibi görünse de, genellikle tek bir ülke için geliştirilmiş olmaları küresel uygulanabilirliklerini engellemektedir. Ancak, çeşitli göstergelerin kullanılmasının sosyal faaliyetlerin kesin olarak ölçülmesini garanti etmemektedir. Bu bağlamda, uygun kriterlerin seçimi doğruluğun sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Türker, 2009: 414).

Milton Moskowitz 1972 yılında ikinci itibar endeksini oluşturmuş ve 1975'te revize etmiştir. Moskowitz (1972), bir işletmenin sosyal performansının hisse senedi getirilerini etkileyip etkilemediğini incelemiştir (Moskowitz, 1972: 73). Moskowitz'e göre bu sorunun cevabı olumludur. Ancak çalışma bu iddiayı destekleyecek ciddi ampirik kanıtlardan yoksundur. Öncelikle, çalışmanın örneklem büyüklüğü sadece 14 işletmeyi kapsamaktadır ve bu işletmeleri seçmek için kullanılan kriterler açıkça belirtilmemiştir (Aupperle, 1985: 447). Ancak endeks, işletmeleri yalnızca 6 aylık kısa bir zaman dilimindeki hisse senedi getirilerine göre değerlendirdiği ve bu getirilerle ilişkili risk düzeyini dikkate almayı ihmal ettiği için eleştiri almıştır (Alexander, 1978: 479). Moskowitz'in analizinde endeksin 1972 versiyonu kullanılırken, Sturdivant ve Ginter (1977) işletmelerin sosyal ve finansal performanslarını karşılaştırmak için 1975 versiyonunu kullanmıştır (Sturdivant ve Ginter, 1977: 32).

Yaygın olarak kullanılan alternatif bir endeks Moskowitz'e dayanmaktadır ve işletme öğrencilerinin işletmeleri sosyal performans açısından nasıl değerlendirdiklerini açıklığa kavuşturmak amacıyla National Association of Concerned Business Students (1972) tarafından oluşturulmuştur. Toplumsal Duyarlılık Endeksi birçok Fortune 500 işletmenin yanı sıra araştırmacılar tarafından da kullanılmıştır (Stanley, 1975: 19). "The National Association of Concerned Business Students" ve "Business and Society Review" tarafından yürütülen anketler, işletmeleri sosyal tepkiselliklerine göre değerlendirmiştir. Bu yaklaşımın etkinliği, örneklem seçiminde kullanılan metodolojiye ve araştırmaya açık olan değerlendiricilerin uzmanlığına bağlıdır. Bunun nedeni, sosyal tepkiselliğin net bir operasyonel tanımının olmaması ve farklı bireylerin değerlendirmelerinin doğrudan karşılaştırılabilir olmayabilmesidir (Ruf ve ark., 1998: 121).

Fortune İtibar Endeksi en yaygın kullanılan itibar endeklerinin başında gelmektedir. KSP'nin ölçülmesine ilişkin bir çalışmada Fortune dergisi tarafından uygulanan yaygın bir anket kullanılmaktadır. Fortune anketleri daha yüksek hassasiyet, daha büyük örneklem büyüklükleri ve ankete katılanların anket yapılan sektöre aşina olması ile tanımlanmaktadır. Fortune dergisi tarafından verilen derecelendirmelere rağmen, bunların geçerliliği konusunda hala endişeler bulunmaktadır. Fombrun ve Shanley (1990) bu yapıyı araştırmak amacıyla Fortune derecelendirmesinin bir faktör analizini gerçekleştirmiştir. Bulgularına göre, tek bir faktör varyansın %84'ünü açıklamakta, bu da derecelendirmenin tek bir boyut tarafından domine edildiğini göstermektedir. Öte yandan, sosyal boyutlar ile boyutların diğer değerlendirmeleri arasında daha zayıf korelasyonlar gözlemlenmiştir. Bu durum, Fortune derecelendirmelerinin bir işletmenin sosyal hesap verebilirliğinden ziyade finansal taahhütlerini yerine getirme kabiliyeti olarak görüldüğünü vurgulamaktadır. Ruf ve ark. (1998) KSS ölçümünde çeşitli sınırlamalar tespit etmiş ve dikkate alınması gereken faktörleri dört başlık altında sıralamıştır. KSS'nin ölçülmesi için dikkatli bir değerlendirme yapılması gereken faktörler; kurumsal performansın her bir boyutunun ele alınması ve son olarak da göreceli önem ve performansın sentezinin yapılmasıdır (Ruf ve ark., 1998: 124)

Cravens ve ark. (2003), maddi olmayan varlıkların ölçümüne ilişkin sorunları tespit etmek ve yeni bir ölçüm modeli geliştirmek amacıyla itibar endeksleri üzerine bir çalışma yürütmüştür (Cravens, 2003: 204). Her bir kritere ağırlık faktörleri atamakta ve bunları toplayarak bir puan oluşturmaktadır. İtibar oluşturmak için en önemli unsurlar; üretilen ürünlerin kalitesi, çalışanların nitelikleri, dış ilişkiler, değişime uyum sağlama, kurumsal kültürdür. Bu endeksler analiz edilerek bir itibar endeksi oluşturulabilmektedir.

2.2.2. İçerik Analizi

Sosyal performansın değerlendiren diğer yöntem “içerik analizi” tekniğidir. Bu yöntem işletmelerin KSS raporlarının, özellikle de yıllık raporlarının analiz edilmesini içermektedir. İçerik analizinin işletmeleri değerlendirmenin nispeten objektif bir yolu olduğu düşünülmektedir çünkü sosyal nitelikler seçildikten sonra derecelendirme süreci standart hale gelmektedir (Cochran ve Wood, 1984: 45). Yöntemin nesnelliği, seçim için belirli kriterlere dayanmasından kaynaklanırken, mekanik yapısı çok sayıda işletmenin ölçümünü kolaylaştırmaktadır. Ancak yöntemin bazı sınırlamaları da bulunmaktadır. Bunlar arasında en önemlisi, işletmelerin açıklamaları ile faaliyet farkıdır. Bresford'un yanı sıra başka

araştırmacılar da bu yaklaşımı kullanmıştır. Bu tekniğin, işletmelerin sosyal sorumluluğa yönelik çabalarını ölçmek için de yeni yaklaşımlar sunma potansiyeline sahip olduğuna inanılmaktadır (Abbott ve Monsen, 1979: 503).

Abbott ve Monsen'e (1979) göre, sosyal sorumluluk faaliyetlerini ölçerken, tek tek parçalardan genel resme doğru hareket etmek gerekmektedir. Bu nedenle, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kategorilere ayrılması, 0 ile 1 arasında değişen kodlar verilmesi ve her bir kategorinin değerlerinin toplanarak toplam bir değer elde edilmesi önerilmektedir. Bu yaklaşımın sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kapsamını ölçmede daha anlamlı ve etkili olduğu düşünülmektedir. Sınıflandırma farklı kategorilerden oluşmaktadır. Bu kategoriler de kendi içlerinde alt kategorilere ayrılmaktadır (Abbott ve Monsen, 1979: 505).

Ruf ve ark. (1998) içerik analizi yönteminin işletmelerin sosyal faaliyetlerini belirlemek için objektif bir yaklaşım olarak kabul edildiğini ileri sürmektedir. Bunun başlıca nedeni, yöntemin standartlaştırılmış derecelendirme sistemlerinin kullanılmasını ve sosyal dayanakların seçilmesini içermesidir (Ruf ve ark., 1998: 121). Bununla birlikte, işletmelerin büyük çoğunluğu kurumsal faaliyetlerini sosyal raporlarında doğru bir şekilde yansıtmamaktadır. İlgili bilgileri potansiyel okuyuculardan gizleyen işletmeler, daha olumlu bir imaj sunmayı amaçlamaktadır. İşletmelerin çevresel eylemlerine ilişkin yayınladıkları raporların güvenilirliği üzerine yapılan araştırmalar, somut performanslar ile bu raporların maddelerinin önemli ölçüde örtüşmediğini ampirik olarak kanıtlamıştır (Ingram ve Katherine, 1980: 615).

Daha önce Sturdivant ve Ginter (1977) tarafından kullanılan ve 1975 yılında Moskowitz tarafından geliştirilen endeksi kullanmışlardır. Ancak örneklem yetersizliğinden kaynaklanan sorunları gidermek için her işletmeyi Standard & Poor's'un dört basamaklı sektör kodlarıyla karşılaştırmıştır (Cochran ve Wood, 1984: 48).

2.2.3. Diğer Yöntemler

Çok boyutlu kurumsal sorumluluk kavramı ilk olarak Aupperle ve ark. (1985) tarafından ortaya atılmıştır. İşletmelerin sosyal performanslarını değerlendirmek amacıyla CEO'lara anket uygulamak için zorunlu seçim metodolojisi kullanmışlardır. Anket, Carroll'ın (1979) dört boyutlu sosyal sorumluluk göstergeleri ile uyumlu 20 soru setinden oluşmaktadır. Her bir set, sosyal sorumluluğun belirli bir yönünü ele alan 10 puandan oluşmaktadır. Carroll'ın

göstergelerinden yararlanılarak oluşturulan ölçüm ölçeği, bir bireyin hesap verebilirliğini değerlendirmede başarılı bulunmuştur. Ancak ölçeğin bir kurumun sorumluluğunu değerlendirmede yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Ölçekte zorlamalı bir seçim yapısı uygulanmıştır ancak ölçeğin zorunlu seçim düzenlemesi modelin önemli bir kısıtıdır.

Quazi ve O'Brien (2000) daha önceki araştırmalara atıfta bulunarak alternatif bir ölçek ortaya koymuştur. Çalışma iki temel boyuta dayanmaktadır. Bunlar kurumsal sorumluluğun kapsamı ve kapsayıcılığıdır (Türker, 2009: 415).

Türker (2009), önceki araştırmaların kısıtlarını aşacak yeni bir ölçek formüle etmeye çalışmıştır. Bu ölçeğin amacı, ilgili literatürden elde edilen 42 kavramı kullanarak işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performansını ölçmektir. Araştırmada veriler kurumlardan elektronik posta yoluyla toplanmış ve daha sonra sayfa 358'de detaylandırıldığı üzere faktör analizine tabi tutulmuştur.

Ruf ve ark. (1998) göre, KSP ölçümü, yönetim biliminde yaygın olarak karşılaşılan çok kriterli karar verme problemlerine benzer bir zorluk arz etmektedir (Ruf ve ark., 1998: 123). Yönetim bilimi literatüründe, çok boyutlu bir vektörün tek boyutlu bir vektöre dönüştürülmesi araştırılması gereken bir konudur. KSP değerlendirilmesi, sosyal performansın boyutlarını oluşturan çeşitli kriterlere dayalı olarak çeşitli işletmelerin değerlendirilmesi olarak kabul edilmektedir. İkili karşılaştırmalar yoluyla görüş bildirme amacına ulaşmak için önerilen iki yöntem bulunmaktadır. Bunlar Fayda Teorisi ve Analitik Hiyerarşi Süreci'dir (AHP). AHP, baskınlık birimleri ile ifade edilen temel bir göreceli büyüklük ölçeği sağlayan bir ölçüm teorisidir. Bu teori, ikili karşılaştırmalar yoluyla görüşlerin daha resmi ve yapılandırılmış bir şekilde ifade edilmesi için bir yöntem sunmayı amaçlamaktadır. AHP, alternatifleri birden fazla boyutta değerlendirmek ve karşılaştırmak için hiyerarşik bir çerçeve kullanan metodolojik bir yaklaşımdır. AHP, üç temel aşamayı kapsayan çok kriterli bir tekniktir. Bu teknik üç büyük aşama içermektedir ve bunlar analiz, karşılaştırmalı görüş ve sentezdir (Ruf ve ark., 1998: 125). Carroll'ın (1979) çerçevesindeki yasal, ahlaki ve amaçsal boyutlarla kesişmektedir. Bununla birlikte, bazı bakış açıları bu değerlendirme kriterlerinin bir işletmenin veya ülkenin KSS düzeyini ölçmede yetersiz olduğunu savunmaktadır (Isabelle ve Ferrell, 2000: 285).

Yukarıda bahsedilen metodolojilerin her birinin kendine has avantajları ve sınırlamaları bulunmaktadır. KSP itibar endeksleri aracılığıyla değerlendirme yaklaşımı, farklı işletmelerin en önemli tutumsal tepkilerini bir araya getirmenin yanı sıra, bir değerlendirici

her bir işletmeye aynı kriter setini uyguladığında iç tutarlılığı garanti etme avantajını sunmaktadır. Popülerliğine rağmen, bu yaklaşımın en önemli dezavantajı subjektif doğasıdır (Karake, 1998: 209). Bununla birlikte, kapsamlı ve kullanıcı dostu özellikleri nedeniyle bu yöntem olumlu bir alternatif olarak kabul edilmektedir. Fortune İtibar Endeksi sosyal performansı değerlendirmeye yönelik değil, daha çok yöneticileri değerlendirmeye yöneliktir (Waddock ve Graves, 1997: 304). Bununla birlikte, diğer ölçüm yöntemleriyle yakından bağlantılı olduğu için yine de iyi bir araçtır. İçerik analizi, başta faaliyet raporları olmak üzere çeşitli kurumsal yayınlarda KSS girişimlerinin kapsamını değerlendirmek için kullanılmaktadır. Analiz edilen konu, hem niceliksel hem de niteliksel olarak kapsamlı bir şekilde incelenebileceğinden spesifik olmayabilmektedir. Alternatif olarak, birden fazla konuyu da kapsayabilmektedir (Karake, 1998: 209). İçerik analizleri, kaynakların mevcudiyetine bağlı olduğundan ve geniş bir içerik yelpazesini kapsadığından, raporlamadaki hatalar nedeniyle yanlışlıklara maruz kalabilmektedir (Waddock ve Graves, 1997: 305).

2.3. Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Endeksleri

Sürdürülebilirlik endeksleri, işletmeleri kurumsal sürdürülebilirlik performanslarına göre değerlendiren borsa endeksleridir. Bu endeksler, işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel yükümlülüklerini yerine getirme derecelerini ölçmektedir. Faaliyetlerinde yalnızca kâra odaklanmak yerine çevresel etki, iklim değişikliği, insan hakları, sürdürülebilir tedarik zincirleri, sağlık ve güvenlik, etik ilkeler gibi değişkenleri dikkate alan işletmeler endeksin kapsamına girebilmektedir. Sürdürülebilirlik endeksleri bir işletmenin müşterileri, çalışanları, yatırımcıları, hissedarları, tedarikçileri, sivil toplum kuruluşları, meslek örgütleri gibi tüm paydaşları için büyük önem taşımaktadır. İş dünyasında bir işletmenin marka değeri ve kurumsal itibarı sadece finansal parametrelerle değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik kriterleriyle de belirlenmektedir. Bu nedenle sürdürülebilirlik endeksleri son derece işlevsel bir araç olarak karşımıza çıkıyor.

İlk kez 1987 yılında Brundtland Raporu'nda tanımlanmasından bu yana, “sürdürülebilir kalkınma” konusunda küresel çapta çok sayıda araştırma yapılmıştır. Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere birçok ülke, bağımsız olarak ya da Birleşmiş Milletler'in (BM) direktifleri doğrultusunda kendileri için yeni hedefler belirlemiştir. Uluslararası standartlar, sözleşmeler ve yerel yasalar, ulusların sürdürülebilirlik çabalarında önemli rehberlik kaynakları olarak ortaya çıkmıştır. Hükümetler sera gazı emisyonlarının azaltılması, iklim değişikliğiyle

mücadele, çölleşmenin önlenmesi gibi konularda çeşitli taahhütlerde bulunmuşlardır. Bu durumun 1990'ların sonunda küresel bir yarışa dönüştüğü söylenebilmektedir.

Ülkeleri sıralamak için sürdürülebilirlik kriterleri kullanıldıkça, bu rekabetin kurumsal sürdürülebilirliğin giderek daha önemli hale geldiği kurumsal düzeye de yayıldığını gözlemleyebiliriz. İşletmeler şu anda kurumsal sosyal sorumluluk hedeflerine ulaşmak için sürdürülebilirliği tüm faaliyetlerine dahil etmektedir. Bu durum, mükemmel kurumsal sürdürülebilirlik performansı sergileyen işletmelerin bir araya gelmesine sebep olmuştur. Sürdürülebilirlik endeksleri, sürdürülebilirliğin ekonomik boyutunun bir bileşeni olarak formüle edilmiş ve bu konuda olumlu etki gösteren kurumlar ortaya çıkmaya başlamıştır.

Dünya çapında çok sayıda sürdürülebilirlik endeksi bulunmakta ve birçok ülke bu endeksleri kendi ulusal borsalarında listelemektedir. İşletmelerin bu endekslere dahil edilmesi ve değerleri, yatırımcıların sayısını ve bileşimini etkileyebilmektedir. Endeks genişledikçe ve daha fazla popülerlik kazandıkça, denizaşırı yatırımcıların miktarı da artmaktadır.

Türkiye'deki başlıca sürdürülebilirlik endeksi, Borsa İstanbul tarafından 2014 yılında oluşturulan BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'dir. Bu endeks yıllık bazda faaliyet göstermekte ve başlangıçta BIST 30'da yer alan işletmeleri analiz ettikten sonra BIST 100'e doğru genişlemektedir. Daha sonra endeks, değerlendirmeye girmek istediğini belirten işletmeleri de kapsamına almıştır. Borsa İstanbul, endeks kapsamında incelenen işletmeleri her yıl açıklamaktadır. Halihazırda, farklı sektörlerde faaliyet gösteren 60'ın üzerinde büyük holding endekste yer almaktadır.

Küresel manzaraya bakıldığında, ABD'deki MSCI KLD 400 Sosyal Endeksi'nin yanı sıra Avrupa'daki Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksleri ve FTSE4Good Endeksi'nin dikkat çekici olduğu görülmektedir. Ayrıca, çok sayıda Türk çok uluslu işletmeyi de bu endekslerde yer almaktadır. İşletmelerin bu endekslerde yer alması, kurumsal sosyal sorumluluk performanslarının yanı sıra kurumsal itibarlarının ve marka değerlerinin artmasına da önemli katkılar sağlamaktadır. Türk işletmelerinin bu endekslerde yer almak için proaktif önlemler alma eğiliminin giderek arttığı gözlemlenmektedir.

Bu bölüm, önde gelen endekslerden bazılarını ve veri tabanlarını ele almaktadır. Sonraki bölümde ise Türkiye'de yürütülen endeks çalışmaları incelenmektedir.

2.3.1. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi

Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi (DJSI) 1999 yılında Dow Jones tarafından kurulmuştur. Amacı, dünya genelindeki işletmelerin sürdürülebilirlik performansını değerlendirmektir (DJSI, 2010).

DJSI, işletmeleri puanlamak için kendi sektörlerine, alt sektörlerine göre kriterler kullanmaktadır. İşletmelerin değerlendirilmesinde insan gibi çeşitli genel kriterler esas alınmaktadır. Bu kriterler %40 ile %50 arasında değişen farklı ağırlıklar taşımaktadır. Bu genel kriterlerin dışında işletmeler, sektörel koşullarına ve faaliyet alanlarına bağlı olarak ortaya çıkan olumlu ve olumsuz yönlerine göre de değerlendirilmektedir.

DJSI Dünya Endeksi, DJSI Küresel Toplam Hisse Senedi Endeksinde listelenen 2.500 işletmenin en yüksek sıralamaya sahip %10'undan oluşmaktadır. DJSI Dünya Endeksi'nin yanı sıra başka DJSI endeksleri de bulunmaktadır.

DJSI'nin bilgi kaynakları arasında web siteleri ve medya/paydaş raporları yer almaktadır. Ayrıca, işletme personelleriyle görüşmeler de yapılır ve işletmeler sektörlerine özel kriterlere göre derecelendirilirler (DJSI, 2012: 10).

Her bir sorunun kümülatif puanı genel endeks puanını oluşturmaktadır. DJSI Dünya endeksi halka açık piyasa değeri oranından etkilenir, yani bileşenlerin ağırlığı serbestçe alınıp satılan hisselerin yüzdesine göre belirlenmektedir. DJSI Dünya endeksindeki herhangi bir bileşenin maksimum ağırlığı, toplam piyasa değerinin %10'u ile sınırlandırılmıştır (DJSI, 2012: 18).

2.3.2. FTSE4Good Endeksi

FTSE4Good Endeksi, işletmeleri çevresel sürdürülebilirlik, insan hakları, tedarik zinciri ve çalışma standartları, yolsuzlukla mücadele ve iklim değişikliği olmak üzere beş temel parametreye göre değerlendirmektedir. Tekellere, nükleer silahlara, silahlı sistemlere, nükleer güce, uranyum madenciliğine veya bunlarla ilgili diğer faaliyetlere sahip olan işletmeler endekse dahil edilmemektedir. Endeks, sektörlerine göre ayrılmış ve sektörlerinin çevresel etkisine göre sınıflandırılmış işletmelerden oluşmaktadır. Her işletmeye, sektörünün çevresel etkisine göre yüksek, orta veya düşük etki puanları verilmektedir (FTSE, 2012: 1).

2.3.3. Güney Afrika Sürdürülebilirlik Endeksi

2004 yılında JSE SRI oluşturulmuştur. Endekse dahil olan işletmelerin üçlü sorumluluk ilkesini uygulamış olmaları ve sağlam kurumsal yönetim uygulamalarına sahip olmaları gerekmektedir. Bu, sürdürülebilirliğe ulaşma hedefi ile uyumludur. Endeksin standartları ekonomik, çevresel ve sosyal sorumluluğun yanı sıra kurumsal yönetim kriterlerini de dikkate alan üçlü sorumluluk yaklaşımı temel alınarak geliştirilmiştir. Kriterler çevre, toplum ve yönetim başlıkları altında yapılandırılmıştır (JSE, 2012: 2).

Dünya çapında bir endeks oluşturulmaya çalışılırken, dikkate alınan faktörler Güney Afrika'daki özel koşullara göre de uyarlanmıştır. Bazı standartlar çok uluslu işletmeler için geçerli olmayıp, bunun yerine yerel işletmelerle ilgili olarak kalmıştır. Endeks, işletmeleri çevresel etkilerine göre kategorize etmektedir. Bu sınıflandırma, çevresel zarar ile sektörlerin ekonomik faydaları arasındaki korelasyonu ortaya çıkarmak için sektör bazlı sınıflandırma ile birleştirilmiştir. İşletmelerin ait oldukları çevresel etki kategorisine göre değişen standartları karşılamaları gerekmektedir. 2010 yılından itibaren iklim değişikliği ayrı bir kategori olarak dahil edilmiştir (JSE, 2012: 4).

2.3.4. Business in the Community Kurumsal Sorumluluk Endeksi (BitC CRI)

Business in the Community (BitC), işletmelere kurumsal değer yaratma ve sorumlu yönetim uygulamaları konusunda rehberlik sağlayan, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Tavsiyeleri temel yönetim uygulamalarına dayanmaktadır. BitC, bazıları FTSE 100 listesinde yer alan 750'den fazla kurumsal kuruluşun oluşan bir üyeliğe sahiptir ve 90'dan fazla ortakla oluşan bir ağ aracılığıyla dünya çapında 2000'den fazla müşteriye hizmet sunmaktadır. Ayrıca, BitC hizmetlerine 200'den fazla ülkede yaklaşık 15 milyon çalışan internet üzerinden erişmektedir (BitC, 2011).

BitC-CRI, Avustralya'da BitC tarafından geliştirilen ve işletmelerin sosyal sorumluluk bilincini artırmaya ve bu bilinci kurumsal yapılarına entegre etmeye odaklanan bir endekstir. Öncelikli hedefi, işletmelerin sosyal sorumluluk bilincini geliştirmektir. Yatırım endeksleri olarak hizmet verirken, BitC-CRI yönetim konularına odaklanmaktadır. BitC-CRI, müşteriler için emeklilik fonlarına yatırım yapan yatırım tabanlı endekslerden farklıdır. Bunun yerine, sosyal sorumluluk yoluyla kurumsal büyümeyi teşvik etmeye odaklanmaktadır. Temel amacı, işletmelerin nasıl sorumlu bir şekilde yönetilebileceğini değerlendirmektir. Endekse dahil edilecek işletmeler seçilirken, sektör veya iş teması gibi

faktörlere bakılmaksızın tüm sektörler yer verildiği görülmektedir (BitC, 2011).

2.3.5. Fortune İtibar Endeksi

Fortune dergisi tarafından yıllık bazda ABD’deki en cazip işletmelerin belirlenmesi için bir karşılaştırma çalışması yürütülmektedir. Bu çalışmada 8000 yöneticinin ve finansal analistin görüşleri alınmaktadır. Bu değerlendirmede yaklaşık olarak 300 işletme ve 32 sektör dikkate alınmaktadır. Anket katılımcılarından, karşılaştırılabilir sektörlerdeki her bir kuruluşu 8 spesifik özelliğe dayalı olarak 0 (zayıf) ile 10 (mükemmel) arasında değişen bir derecelendirme sistemi kullanarak değerlendirmeleri istenmektedir. Fortune, işletmelerin sıralamalarını, ankette belirlenen kriterlere göre yayımlamaktadır. Bu kriterler arasında insan kaynağı yönetimi, toplumsal ve çevresel sorumluluk, işletme kaynaklarının doğru kullanımı yer almaktadır.

Fortune İtibar Endeksi, KSS’yi yönetsel açıdan değerlendirmek için yapılandırılmış araçlar sunmakta ve yeni ölçüm tekniklerini de içerebilmektedir (Ruf ve ark., 1998: 121).

Ruf ve ark. 1998 yılında Fortune İtibar Endeksi’ni bazı açılardan eleştirmişlerdir. Bu gerekçeler şunlardır (Ruf ve ark., 1998: 122):

- Fortune KSP 500, çeşitli işletmelerin değerlendirilmesiyle oluşturulmuştur. Sosyal performansın belirli yönlerine ilişkin sonuçlar ortalama olarak hesaplanmaktadır. Ancak, performans ve algıyı birbirinden ayırmak için herhangi bir girişimde bulunulmamıştır.
- Fortune 500 değerlendirmesi, belirli bir grubu sınırlı sayıda işletmeyi değerlendirmek üzere seçmektedir. Bu nedenle, bir sektördeki bir işletmenin değerlendirilmesi, değerlendirici farklılıkları sebebiyle karşılaştırılmamalıdır.
- Kullanılan metodoloji, KSP’nin kapsamlı bir göstergesi olarak farklı boyutların ortalama derecelendirmesini kullanmayı içermektedir. Bu yaklaşım, tüm boyutların eşit ağırlığa sahip olduğunu varsaydığı için uygun olmayabilmektedir.

2.3.6. KLD 400 Sosyal Endeks (KLD 400 Social Index)

KLD, 1990 yılında “KLD 400 Sosyal Endeksi”ni oluşturmuştur. 2009 yılında endeksin

adını FTSE KLD 400 Sosyal Endeksi olarak değiştirmişlerdir. KLD 400 Sosyal Endeksi, halka açıklık oranına göre ayarlanmış bir piyasa değeri endeksidir.

KLD, süzgeç olarak bilinen sekiz ana kriterden oluşan bir ölçüm sistemi kullanmaktadır. Bu süzgeçlerden yedisi işletmenin mevcut itibarına dayalı bir sıralama yapılmasına olanak tanırken, sekizinci süzgeç işletmenin itibarı ile ilgisi olmayan, daha ziyade özel planlamasına ilişkin durumlarla ilgilidir. Değerlendirme aracı, ilk yedi başlığın her biri altında iki set olmak üzere on dört gösterge setinden oluşmaktadır (Türker, 2009: 414). İlk gösterge seti ilgi alanları (areas of concern) olarak kategorize edilmekte ve negatif bir değeri atanmaktadır. Her süzgeçin tamamlanmasının ardından hem ilgi duyulan alanlar hem de güç alanları değerlendirilmekte ve tüm kategorilere eşit ağırlık verilerek 1 (iyi) veya 0 (kötü) puan verilmektedir (Griffin ve Mahon, 1997: 15).

KLD 400 Sosyal Endeksi, birincil kriterlerin yanı sıra, işletmelerin dahil olmak için karşılaması gereken bazı eleme kriterlerine de sahiptir. Bu kriterlerin karşılanmaması işletmelerin değerlendirmeye alınmaması anlamına gelmektedir.

Fortune ve KLD veritabanları arasındaki temel fark, ilkinin belirli sektörlere odaklanan iç uzmanlar tarafından geliştirilmiş olması, ikincisinin ise sosyal yatırımlarla ilgilenen dış uzmanlar tarafından formüle edilmiş olmasıdır. Ayrıca, KLD işletmeleri değerlendirmek için daha kesin ölçütler kullanmaktadır. Fortune dergisi ekonomik verilere daha fazla önem verirken, KLD ekonomik olmayan verileri öncelikli olarak değerlendirmekte ve ilgisiz bilgileri değerlendirmeye almamaktadır.

2.4. Türkiye’deki Endeks Çalışmaları

Yatırımcıların, çalışanların da aralarında bulunduğu çeşitli gruplar tarafından uygulanan baskıların, işletmeleri sorumlu iş uygulamalarına yönlendirmede önemli bir rol oynadığı görülmektedir (http-6, 2010). Ancak bu baskı gruplarının Türkiye’deki etkinliği sınırlıdır. KSS fikri topluma öncelikle büyük işletmelerin övgüye değeri çalışmaları ve girişimleriyle tanıtılmıştır ve sosyal sorumluluk genellikle sosyal sorumluluk programları şemsiyesi altında değerlendirilmektedir. KSS Derneği’nin girişimleri, KSS’nin tanınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yetkili kaynaklara dayanarak, kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik ilk adımı Borsa İstanbul 2010 yılında Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi projesini başlatmıştır. Bu girişim, yatırımcıların sosyal sorumluluk sahibi işletmelere yatırım yapmasına olanak tanımakta ve sosyal sorumluluk bilincinin işletme ve ülke bazında yaygınlaşmasına yardımcı

olmaktadır.

Türkiye’deki endekslere yönelik girişimlere yer vermektedir.

2.4.1. Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi

Türkiye’de özellikle Borsa İstanbul’da işlem gören işletmeler arasında sürdürülebilirlik anlayışını, farkındalığını ve uygulamalarını artırmak amacıyla BIST Sürdürülebilirlik ve BIST Sürdürülebilirlik 25 endeksleri oluşturulmuştur. Bu endeksler, Borsa İstanbul’da işlem gören ve kurumsal sürdürülebilirlik alanında üstün performans gösteren işletmelerin hisse senetlerini kapsamaktadır.

Kurumsal Sürdürülebilirlik, ekonomik, çevresel ve sosyal hususların kurumsal faaliyetlere ve karar alma prosedürlerine dahil edilmesinin yanı sıra kurumsal yönetim ilkelerinin entegrasyonunu ve ilgili risklerin yönetimini ifade etmektedir. Bu yaklaşımın genel amacı, işletmeler için uzun vadeli değer yaratmaktır.

BIST Sürdürülebilirlik Endeksi, borsaların çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim risklerine ilişkin politika geliştirmelerinde işletmelere yardımcı olacak bir platform oluşturmak amacıyla 4 Kasım 2014 tarihinden bu yana hesaplanmaktadır. Aynı zamanda sorumlu yatırımcılara işletmelerin sürdürülebilirlik politikaları hakkında bilgi sağlamaktadır. Borsa İstanbul ile Refinitiv Enformasyon Limited Şirketi arasında yapılan anlaşma kapsamında, 2021 yılı değerlendirmelerinden itibaren BIST Sürdürülebilirlik Endeksi’ne dahil edilecek işletmelerin belirlenmesinde Refinitiv’in sürdürülebilirlik değerlendirme sonuçları kullanılmaktadır. Değerlemeler yalnızca kamuya açık bilgileri dikkate almakta ve Endeks için Refinitiv verilerinin maliyeti Borsa İstanbul tarafından karşılanmaktadır. Yıldız Pazar, Ana Pazar ve Alt Pazar’da işlem gören işletmeler gönüllülük esasına göre Sürdürülebilirlik Değerlemesine dahil edilmektedir.

İşletmelerin BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer almak için bazı kriterleri karşılaması gerekmektedir. Bunlar arasında Genel Sürdürülebilirlik Notu 50 veya üzerinde olmak, her bir ana başlık notunun 40 veya üzerinde olması ve en az 8 kategori notunun 26 veya üzerinde olması yer almaktadır.

21 Kasım 2022 yılından itibaren yayınlanmaya başlayan BIST Sürdürülebilirlik 25 Endeksi ise sürdürülebilirlik performansı yüksek, büyük ve likit işletmelerden oluşan bir

endeks oluşturmaya hedeflemektedir. Endekste yer alacak paylar ise Genel Sürdürülebilirlik Notu 70 veya üzerinde, her bir ana başlık notunun 60 veya üzerinde ve en az 8 kategori notunun 50 veya üzerinde olan işletmelerin payları arasından İşlem Hacmi ve Piyasa Değeri en yüksek 25 pay seçilerek belirlenmektedir.

Endeksin hayata geçirilmesi, kurumsal risklerini ve fırsatlarını iyi yönetebilen işletmelere rekabet avantajı sağlayacaktır. Ayrıca, sermaye piyasamıza, uygun koşullarda taze sermaye ve finansman teminini kolaylaştıran yeni yatırım ürünlerinin geliştirilmesine temel teşkil edebilecek bir endeks kazandıracaktır. Değerlendirme, kuruluşların faaliyetlerinin ve kararlarının tarafsız bir şekilde değerlendirilmesini ve bu doğrultuda tescil edilmesini amaçlamaktadır.

Sürdürülebilirlik Endeksi, kurumsal sürdürülebilirlik performansının yerel ve küresel düzeyde karşılaştırılmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca işletmelere performanslarını artırmaları için araç sunmaktadır. Sürdürülebilirlik konularında risk yönetimi yeteneklerinin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu durumun işletmeler için rekabet avantajı yaratacağı ve endekste yer alan işletmelerin kamuoyunda tanınırlığını ve itibarını artıracacağı varsayılmaktadır.

BIST Sürdürülebilirlik 25 Endeksi çeşitli finansal araçlar oluşturmaları için alternatif bir ölçüt olarak hizmet vermektedir. Sorumlu yatırımların çoğunluğunu kurumsal yatırımcılar oluşturmaktadır. Sürdürülebilirlik endekslerinin uygulanması, bu sektöre yatırım yapan fonların oluşturulmasını teşvik edecek ve bu endekslerde yer alan işletmelere hisse tahsisini kolaylaştıracaktır (Borsa İstanbul, 2023).

2.4.2. Kurumsal Yönetim Endeksi

4 Temmuz 2003 tarihinde SPK tarafından onaylanan “Kurumsal Yönetim İlkeleri” 12 Temmuz 2007 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. Bunu takiben Borsa İstanbul bünyesinde Kurumsal Yönetim Endeksi 31 Ağustos 2007 tarihi itibarıyla hesaplanmaya başlanmıştır.

Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi (XKURY), Kurumsal Yönetim İlkeleri’ne uyum sağlayan işletmelerden oluşan bir borsa endeksidir. XKURY’nin temel amacı, payları Gözaltı Pazarı ve C Listesi hariç Borsa İstanbul pazarlarında işlem gören ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum notu 10 üzerinden en az 7 olan işletmelerin fiyat ve getiri

performansını değerlendirmektir (http-7, 2011).

XKURY, kurumsal yönetim ilkelerine uygun hareket eden işletmelerden oluşmaktadır.

BIST Kurumsal Yönetim Endeksi'nin amacı, payları BIST pazarlarında (Gözetli Pazarı ve C Listesi hariç) işlem gören ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum notu 10 üzerinden en az 8 ve her bir ana kategori için en az 7 olan işletmelerin fiyat ve getiri performansını ölçmektir. SPK'nın derecelendirme kuruluşları listesinde yer alan derecelendirme kuruluşları, işletmelere tüm kurumsal yönetim ilkelerine uyumlarına göre uyum notu vermekle yükümlüdür. Bu not, işletmenin bu ilkelere uyumunun kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi sonucunda belirlenmektedir.

Kurumsal Yönetim Endeksi'nin hesaplanmasına 31 Ağustos 2007 tarihinde 48.082,17 başlangıç endeks değeri ile başlanmıştır.

İşletmeler Kurumsal Yönetim Endeksi'nde yer almak istiyorlarsa, SPK tarafından lisanslandırılmış derecelendirme kuruluşlarından "Kurumsal Yönetim Derecelendirme" belgesi alıp BİST'e bildirmelidirler. Bu derecelendirme dört ana başlık altında yapılmaktadır. Her başlık farklı bir ağırlık ile değerlendirilmektedir.

2.4.3. Türkiye Kurumsal Sorumluluk Derneği – KSS Türkiye Endeksi

Türkiye'de, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği tarafından, ülkenin ekonomik, sosyal ve çevresel durumu göz önünde bulundurularak, KSS Türkiye Endeksi oluşturulmuştur. Bu endeks, Türkiye'deki şirketlerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini değerlendirmek ve ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. KSS Türkiye Endeksi, BitC ile iş birliği içinde her ölçekten ve sektörden işletmeye hitap edecek şekilde geliştirilmiştir.

KSS Türkiye Endeksi için veri toplamak amacıyla beş temel kriter belirlemiştir. Bu kriterler, kuruluşların sosyal, ekonomik ve çevresel performanslarını değerlendirmek üzere oluşturulmuştur. Anket sorularını oluştururken, uluslararası standartlar ve Türkiye'nin kendine has yerel özellikleri dikkate alınmıştır. KSS Türkiye Endeksi için veriler, üç farklı yöntemle toplanabilmektedir (http-9, 2010). Bunlar;

- 1) KSS Türkiye Endeksi'ne çevrimiçi olarak erişilebilmekte ve KSS Türkiye'ye bilgi sağlayan işletmelerin yardımıyla derlenmektedir.
- 2) Türkiye Kurumsal Sorumluluk Derneği uzmanları çeşitli işletmelere ziyaretler

gerçekleştirmektedir. Bu ziyaretler sırasında, endeks bilgilerini hazırlamak için iş dünyası temsilcileriyle iş birliği yapmaktadırlar. Bu endeks bilgileri daha sonra iletilmektedir.

- 3) Türkiye KS Derneği uzmanları online araştırma yaparak elde ettikleri verileri KSS Türkiye'ye sunmaktadır.

KSS Türkiye Endeksi, tüm katılımcı işletmelerin değerlendirme dönemi boyunca toplanan gerçek performans verilerine dayanan bir sıralama prensibini takip eden bir puan sistemi kullanmaktadır. Değerlendirme sürecinde diğer sorulara verilen olumlu yanıtlara 1 puan verilmektedir. İsteğe bağlı alanlar, toplam endeks katılımcıları hariç olmak üzere, aynı sektörde ve aynı koşullar altında faaliyet gösteren işletmeler sıralanırken dikkate alınmaktadır (http-9, 2010).

Türkiye'de henüz yerleşik bir sosyal sorumluluk endeksi bulunmamakla birlikte, bu endeksin oluşturulmasına yönelik çeşitli girişimler sosyal sorumluluğun daha iyi anlaşılmasına ve takdir edilmesine yardımcı olmaktadır. Bu da daha fazla sosyal sorumluluk sahibi işletmeyi teşvik edecek, işletmelere yapılan yatırımları artıracak ve nihayetinde sosyal refah ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin ilerlemesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK ENDEKSİNİN ÇALIŞAN BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ

Çalışanların bir işletmenin üretim sürecindeki birincil faktörlerden biri olduğu düşünüldüğünde, işletmenin gelişimindeki rolleri çok önemlidir. Çalışma ortamı ve koşullarının çalışanların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenmesi ve iyileştirilmesi, adil bir ücret sisteminin uygulanması ve aynı zamanda sosyal haklara bağlı kalınması gerekmektedir (Doğan, 2007: 18). Bir işletmenin başarısı büyük ölçüde çalışanlarına bağlıdır ve onlar sayesinde işletme hedeflerine ulaşabilmektedir. Çalışanlar, işletme faaliyetlerinden doğrudan etkilenen en önemli kesimlerden birini oluşturmaktadır. Şirketin ana kaynaklarından biri olan insan, sosyal sorumluluk uygulamalarında göz önünde bulundurulması gereken birincil unsurdur. Değerlerde ve taleplerde kademeli bir değişim yaşanmakta, çalışanlar artık yalnızca ekonomik faydalarla yetinmemektedir. Profesyonel yaşamlarına ilişkin değerlendirmeleri artık manevi tatmin, kişisel gelişim ve kendilerine ve sevdiklerine ayırabilecekleri zamanı da içermektedir. Çalışanların verimli bir şekilde çalışabilmesi için motivasyonlarının göz önünde bulundurulması giderek daha fazla önemli hale gelmektedir. İşletmeler tarafından çalışanlara yeterli ücret, iş güvencesi ve sosyal hakların sağlanması gereklidir. Çalışanları motive etmek için işletmeler, onların temel fizyolojik ihtiyaçlarının yanı sıra güvenlik, sosyal bağlantılar, tanınma ve kişisel gelişim ihtiyaçlarını da karşılamaya çalışmalıdır (Akyar, 2008: 27).

İşletmeler çalışanlara yönelik görevler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Bakırtaş, 2005: 45):

- İşletmelerin çalışanları için adil bir ücretlendirme politikası uygulaması gerekmektedir. Ücretlendirme işin niteliği, karmaşıklığı ve süresi ile orantılı olması gerekmektedir. Kurum içinde nitelik ve zorluk açısından aynı tür iş için sadece aynı ücretin ödenmesi, ücretlerde adaletin sağlanması için yetersizdir. İşletmeler çalışanlarının adil ücret almalarını sağlamalıdır. Bu ödemeler en azından işletme ile aynı sektörde ve coğrafi bölgede yer alan diğer işletmelerin ödediği ücretlere eşit olması gerekmektedir. Şirketin çalışanlarına adil bir ücret ödemesi gerekmektedir.

Çalışanları geçim sıkıntısı çekerken onların büyük kârlar elde etmesi doğru değildir.

- İşletmeler, çalışanlarına sağlıklı, güvenli ve iyi bir çalışma ortamı sunmalıdır. İşletmeler, işyerindeki çevresel faktörlerin çalışanların fiziksel ve ruhsal iyilik halini olumsuz etkilememesini sağlamakla yükümlüdür. İşyerinde çalışanların güvenliğini sağlamak ve sağlığını korumak, kazaları ve yaralanmaları önlemek için önlemler almak ve sağlık ile güvenlik eğitimleri vermek, bu kurumsal sosyal sorumluluk kavramının bir bileşenidir.
- Kadınların işletmeler tarafından ayrımcılığa maruz bırakıldığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle işletmeler, işe alım kararlarını yalnızca fiziksel görünüm veya güzellik kriterlerine göre vermekten kaçınmalı, aynı eğitim ve mesleki niteliklere sahip kadın çalışanlara benzer koşullarda çalışmalarına rağmen düşük ücret teklif etmemelidir.
- Çalışanların öneri sunmalarına, kararları etkileyebilecek önemli bilgileri paylaşmalarına ve gerektiğinde şikayetlerini dile getirmelerine izin verilmesi, işletmenin işgücüne borçlu olduğu bir başka sosyal sorumluluktur. İşletmenin yükümlülüğü sadece çalışanlara prosedüre katılma fırsatı vermek olarak algılanmamalı, daha ziyade çalışanlara çalışma koşullarının belirlenmesinde söz sahibi olma yetkisi verilmesini de kapsamalıdır.
- İşletmeler, çalışanlarını adil bir şekilde terfi ettirmek, terfi sürecindeki başarılarını değerlendirmek ve terfi için eşit fırsatlar sağlamak konusunda sosyal sorumluluğa sahiptir. Kıdem, işyerinde terfilerin belirlenmesinde kuşkusuz önemli bir faktör olmakla birlikte, tek kriter olmamalıdır. Kuruluş, çalışanların görevlerindeki ve ilerlemelerindeki yeteneklerini ve verimliliklerini göz önünde bulundurarak, personelinin başarılarını kabul eder ve terfilerde adil uygulamaları sürdürür.

İşletmelerin çalışanlarına karşı sosyal sorumluluklarından biri de sendikal haklar ve bu hakları tanıma imkânlarını engellememektir.

Ayrıca işletmeler, eğitim için gerekli koşulları sağlayarak çalışanlarının gelişimine katkıda bulunmalıdır.

İşletmelerin sorumlulukları arasında, çalışanlarının eğitim ihtiyaçlarını belirlemek, uygun öğrenme koşulları sağlamak, doğru eğitim kurumlarını ve kişileri tespit etmek ve gereken eğitim koşullarını sağlamak yer almaktadır. Bunun yanı sıra, işletmeler

alışanlarının uyumunu sağlamak, çalışma ortamını iyileştirmek (ışık, sıcaklık, nem, hava kalitesi, gürültü, vb.), servis araçları sağlamak, iş kazalarını ve meslek hastalıklarını önlemek, ocuk işçiliğini engellemek ve çalışanların mobbinge maruz kalmasını önlemek gibi sorumluluklar da bulunmaktadır (Yılmaz, 2010: 109). Bu bölümde, sosyal sorumluluk endeksinin çalışan bağlılığı üzerindeki etkisi incelenmektedir.

3.1.Çalışanlara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ortaya ıkış Nedenleri ve Gelişimi

Sanayi Devrimi'ni takip eden yıllarda işçilerin olumsuz şartlar altında çalışmaya zorlandığı, bunun sonucunda pek çok ölümün yaşandığı hem yetişkinlerin hem de çocukların yetersiz bir ücret karşılığında geç saatlere kadar çalıştırıldığı bilinmektedir. Günümüzdeki alışma koşulları Sanayi Devrimi'ndeki koşullarla kıyaslanamayacak olsa da tüm sektörlerin ve ülkelerin aynı ilerlemeyi kaydetmediği görülmektedir. Özellikle çok uluslu işletmelerin faaliyet gösterdiği üçüncü dünya ülkelerinde yasal düzenlemelerin yetersizliği, toplum ve sivil toplum örgütlerinin baskısının olmaması nedeniyle işçi sağlığı ve güvenliği önlemleri alınmamaktadır. Ancak küresel rekabette başarılı olmak için çabalayan işletmeler, sosyal sorumluluklarının kapsamını geliştirmekte ve insan kaynakları yönetimi politikalarına yatırımlarını artırmaktadır (Korkmaz, 2009: 23).

İmalat sanayinde artan istihdam nedeniyle güçlü sendikalaşmaya dayalı endüstriyel ilişkilerin zirveye ulaştığı 1960'lı ve 1970'li yıllar başta olmak üzere 20. yüzyılın ortalarında işyerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. 1970'lerden bu yana dünya bir küreselleşme dalgasıyla karşı karşıya kalmıştır. Küreselleşmenin en önemli sonuçlarından biri üretim küreselleşmesi olmuştur. Üretim küreselleşmesi, imalat sektöründe başlamış, ticari işletmelerle devam etmiş ve son olarak hizmet sektörü de bu sürece katılmıştır. Ayrıca 1970'li yıllarda yaşanan ekonomik kriz nedeniyle ekonomik durgunluk ve işsizlik ortaya çıkmış, mevcut katı yasal düzenlemeler sorunların üzümünde yetersiz kalmıştır (Aykaç ve ark., 2009: 59).

Küreselleşmenin iş dünyası üzerinde önemli bir etkisi olmuş, işverenler ve sendikalar arasındaki güç dengesinin değişmesine neden olmuştur. Odak noktası işyerine doğru kaymış, daha az düzenleme ve standardizasyon istihdam koşulları üzerinde aşağı yönlü baskıya neden olmuştur. Üretim dünya çapında yayılması ve uluslararası işletmelerin yetersiz kontrolü ve düşük standartları, temel çalışma standartlarının dünya genelinde uygulanmasını

zorlaştırmaktadır. Bu durum, çocuk işçiliği, sağlıksız çalışma koşulları ve uzun çalışma saatleri gibi çeşitli çalışan sömürsü biçimlerinin artmasına sebep olmuştur (Dereli, 1997: 2).

Sivil toplum örgütlerinin bu uygulamalara karşı seslerini yükseltmesi, dünya genelinde kötü çalışma koşullarına karşı farkındalığın ve tepkinin artmasına sebep olmuştur. Çalışma koşullarını iyileştirmeyi amaçlayan aktivistler, büyük perakendecilerin ve markaların imajını “sweatshop” (kötü işyeri) etiketiyle maskeleyerek kötü çalışma koşullarına dikkat çekmiştir.

Birçok çok uluslu işletme, gelişmekte olan ülkelerdeki fabrikalarındaki çalışma koşullarına ilişkin protestolara maruz kalmıştır. 1990’ların ortalarından bu yana, özellikle ayakkabı ve giyim sektörlerindeki çok uluslu işletmeler, üretim yerlerindeki çalışma koşulları ve çalışan haklarına ilişkin davranış kurallarını benimsemiştir (Dereli, 1997: 2).

3.2. Çalışanlar Bağlılığını Artırmak için Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Endeksi Kriterleri

İnsan kaynağı, bir işletmenin temel kaynağı ve sosyal sorumluluk uygulamalarında dikkate alınması gereken bir paydaştır. Bireylerin fiziksel ve ruhsal refahı toplumun sağlığını oluşturmaktadır. Buna paralel olarak, çalışanların işyerindeki memnuniyeti ve huzuru, fiziksel ve ruhsal refahlarını garanti altına alarak işletmenin başarısına katkıda bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, iş ortamları ve iş dışındaki sosyal ve ailevi yaşamları üzerinde de etkisi bulunmaktadır (Kavi, 2011: 68).

Çalışanların değerleri ve beklentileri zaman içerisinde dönüşüm geçirmiştir. Çalışanlar artık kariyer beklentilerini değerlendirirken ekonomik kaygıların yanı sıra manevi tatmin, kişisel gelişim, kendilerine ve ailelerine ayırabilecekleri zaman gibi faktörleri de göz önünde bulundurmaktadır (Alabulut, 1996: 49). Gün geçtikçe, çalışanların boş zamanları, iş tatmini, kişisel gelişim fırsatları, bireysel yeteneklerini sergileme becerisi ve karar alma süreçlerine katılım gibi faktörler işyerinde giderek daha önemli hale gelmektedir. İşletmeler, iş güvenliğini garanti altına almak, insani çalışma koşullarını sürdürmek, sendikalaşma hakkını korumak, ücretleri belirlerken yaşam standartlarını göz önünde bulundurmak ve etkili iletişimi kolaylaştırmak gibi sosyal sorumluluklar taşımaktadır. Ayrıca işletmeler, çalışanlarına sektördeki kıyaslamalardan daha yüksek maaşlar vermek, becerilerini geliştirmelerine ve uzun vadeli mesleki gelişimlerine yardımcı olmak, ayrımcılığı önlemeye yönelik tedbirler uygulamak, önemli konularda düzenli olarak görüşlerini almak, sağlık ve

güvenliklerine öncelik vermek ve iş ve özel yaşamları arasında sağlıklı bir denge sağlamak gibi kurumsal sosyal sorumluluk kapsamına giren eylemler gerçekleştirebilmektedirler (Yalman, t.y.: 3688).

Sürdürülebilirliği sağlamak için, çalışanların sağlık ve refahının geliştirilmesine öncelik vermek gerekmektedir, çünkü bu onların performansını artıracak ve nihayetinde kuruluşun uzun vadede hayatta kalmasına ve büyümesine katkıda bulunacaktır (Baptiste, 2008: 168).

Çalışanlara yönelik kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamı konusunda zaman içinde genişleyen çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Başlangıçta çalışanlara yönelik KSS, sendika ve toplu sözleşme haklarının desteklenmesi, zorla çalıştırma ve çocuk işçiliğinin yasaklanması ve ayrımcılık yapılmamasının sağlanması gibi konularla sınırlıydı. Yukarıda belirtilen maddeler, çalışanlara yönelik kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamını sınırlandırıyor gibi görünmektedir. Zira kurumsal sosyal sorumluluğun tanımı, yasal yükümlülüklerin ötesine geçen gönüllü girişimleri kapsadığını göstermektedir. Çalışanlara yönelik kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamı oldukça geniştir ve iş hayatı ile özel hayat arasındaki dengenin korunması ve bireyin mahremiyetine saygı gösterme yükümlülüğünün yerine getirilmesi gibi çok çeşitli konuları kapsamaktadır.

İşletmelerin çalışanlara karşı temel sorumlulukları farklı şekillerde sıralanabilmektedir. Bunlar arasında sendika ve toplu pazarlık haklarına saygı göstermek, zorunlu çalışmayı önlemek, çocuk işçi çalıştırmamak, ayrımcılık yapmamak, güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları sağlamak, adil ücret ödemek, çalışanların yönetime katılmasını sağlamak, eğitim olanakları sunmak ve çalışanların gelişimini desteklemek, ifade özgürlüğüne saygı göstermek ve aile-iş hayatı dengesini korumak bulunmaktadır.

Bu başlıkta çalışanlar bağlılığını artırmak için artırmak için kurumsal sosyal sorumluluğu endeksi kriterleri detaylı şekilde ele alınmaktadır. Çalışanlarının bağlılıkları artırmak için KSS endeksinde yer alması gereken kriterler verilmektedir.

3.2.1. Sendika ve Toplu Pazarlık Hakkına Saygı

Sendikalar, yaşam ve çalışma koşullarını iyileştirmek amacıyla işçi sınıfının ekonomik ve sosyal hak ve çıkarlarını savunan meslek örgütleridir. Sendika ve toplu pazarlık hakkı, demokrasinin ve sivil özgürlüğün temel bir bileşeni olarak kabul edilmektedir ve ampirik çalışmalar, demokrasi ile sendika ve toplu pazarlık hakkına riayet edilmesi arasında güçlü

bir ilişki olduğunu göstermektedir (ILO, 2008: 19).

Sosyal sorumluluk sahibi olmak için insan kaynakları uygulamaları, çalışanlarla sağlıklı iletişim kurulmasını, çalışan haklarının korunmasını, çalışanların kendilerini temsil etme ve toplu pazarlık yapma konusunda güçlendirilmesini, çalışan temsilcilerine ve sendika üyelerine karşı ayrımcılık yapılmamasını içermektedir.

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), çeşitli sözleşmeler aracılığıyla çalışanların temel sosyal hak ve özgürlüklerine ilişkin standartları belirlemiştir. 1948 yılında, işçilerin ve işverenlerin sendika kurma hakkını güvence altına almak için Sendika Özgürlüğü ve Sendika Hakkının Korunması olarak bilinen 87 sayılı sözleşme hayata geçirilmiştir. Bu sözleşmeye uygun olarak, çalışanlar ve işverenler, önyargı ve önkoşullardan bağımsız olarak kendi tercih ettikleri örgütleri kurma ve bunlara üye olma, tüzük ve yönetmeliklerini oluşturma, delegelerini serbestçe atama ve faaliyetlerini denetleme ayrıcalığına ve özgürlüğüne sahiptir. Ayrıca sözleşme, federasyon ve konfederasyon gibi üst kuruluşlar oluşturma ve küresel birliklere üye olma hakkını kabul etmektedir (Korkmaz, 2009: 24).

Sendikal haklar ile ilgili sözleşme, bireylerin örgütlenme özgürlüklerini kısıtlayabilecek her türlü işveren eylemine karşı korunması amacıyla 1949 yılında kabul edilmiştir. Buna ek olarak, istihdamın işçinin sendikadan çekilmesi koşuluna bağlanması yasaklanmıştır ve bir işçinin sendika üyeliği nedeniyle işten çıkarılması da sözleşmenin ihlali olarak kabul edilmektedir.

31 Ocak 1999'da Dünya Ekonomik Forumu sırasında, Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact), işçilerle ilgili dört temel ilkesinden biri olan, işçilerin özgürce örgütlenme ve toplu pazarlık yapma haklarının kabul edilmesini sağlamıştır. Yukarıda belirtilenler, çalışanların sendika kurma ve sendikalara üye olma ve sorunlarını savunma hakkını içermektedir.

Düzeltilmeler olmasına rağmen, sendikal hak ihlalleri dünya çapında devam etmektedir. Ayakkabı üreticileri Nike International ve Reebok International'ın Çin ve Güneydoğu Asya'daki üretim tesislerinde 1990'ların başlarına kadar uzanan işçi hakları ihlallerine ilişkin çok sayıda rapor yayınlaması bunun bir örneğidir. Bu tür olaylar olumsuz bir örnek teşkil etmektedir. Haziran 2004'te, Levis fabrikasında çalışan toplam 254 kişi sendikaya üye oldukları gerekçesiyle işten çıkarılmıştır. Bu eylem, örgütlenme hakkını hiçe sayan ve kayıt dışı işçi çalıştıran işletmelerin sosyal sorumluluk anlayışının eksikliğini açıkça ortaya

koymaktadır (Kangal, 2009).

3.2.2. Zorunlu Çalışmanın Önlenmesi

İşletmelerin, çalışanlarının zorunlu çalıştırılması durumunu ortadan kaldırmaları da sorumluluklarından bir tanesidir.

Uluslararası Çalışma Örgütü zorla çalıştırmayı, bir kişinin ceza tehdidi altında ve tam rızası olmaksızın yapmaya zorlandığı her türlü iş veya hizmet olarak tanımlamıştır. İşçiye sadece ücret ödenmesi ya da ücretin yanında başka faydalar da sağlanması, yapılan işin zorla çalıştırma olarak kabul edilmesine engel değildir. Bireylerin kendi borçlarını veya aile üyelerinin borçlarını kapatmak için çalıştırılmaları, reşit olmayanların seçim yapma yetisinden yoksun oldukları bir çalışma ortamında istihdam edilmeleri, hapsedilmiş bireylerin rızaları olmaksızın özel kuruluşlar veya işletmeler tarafından iş veya hizmetlerde çalıştırılmaları ve bu tür uygulamaların hükümet yetkilileri tarafından izlenmesi zorla çalıştırmanın başlıca örneklerinden bazılarını oluşturmaktadır (Işığışık, 2005: 41).

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 1930 tarihli 29 No'lu zorunlu çalıştırmaya ilişkin sözleşmesi her türlü zorunlu çalışmayı yasaklamıştır. Herkesin kendi özgür iradesiyle bir işte çalışma hakkına sahip olmasını sağlayan bu sözleşmenin uygulanması, temel ekonomik ve sosyal hakların güvence altına alınmasına yönelik çok önemli bir adımdır.

Uluslararası Çalışma Örgütü verilerine göre, dünya genelinde en az 12,3 milyon kişi zorunlu çalışmadan mağdurdur. Bunların 9,8 milyonu özel işletmeler tarafından istihdam edilirken, 2,4 milyondan fazlası insan ticareti ile bağlantılı olarak zorunlu olarak çalıştırılmaktadır. Zorla çalıştırma, borç esareti, hapisane işçiliği, insan ticareti sömürüsü, tehditle zorlama ve sömürücü iş sözleşmeleri en yaygın olanları olmak üzere birçok şekilde gerçekleşmektedir (ILO, 2008: 15).

Çok sayıda ülkede, farklı biçimlerde zorla çalıştırma örnekleri görülebilmektedir (Çakır, 2006: 35). Örneğin, Tayvan'daki bir üretim tesisi Filipinler'den işçi temin etmek üzere bir istihdam bürosuyla sözleşme imzalamıştır. Üretim tesisi, bu hizmet için ajansa belirli bir miktar para ödemiştir. Ancak, ajansa havale edilen para, Tayvan'a varan ve çalışmaya başlayan işçilere borç olarak verilmiştir. Bu işçilerin borçlarını ödeyene kadar işyerinden ayrılmaları engellenmiştir. Ayrıca, az gelişmiş ülkelere göçmen işçi istihdam eden işletmeler, işçilerin pasaport, kimlik vb. belgelerine el koymaktadır. Sonuç olarak, işçiler

gönülsüz olarak zorunlu çalışmak durumunda kalmaktadır (Saç, 2009: 42).

3.2.3. Çocuk İşçi Çalıştırmama

Çocuk işçiliği, Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından çocukların zihinsel, fiziksel, sosyal ve ahlaki refahına tehdit oluşturan her türlü çalışması olarak tanımlanmaktadır (ILO, 2008: 7). Bu tür işler çocukların okula devam etmelerini engellemekte ve çeşitli açılardan büyüme ve gelişmelerini sekteye uğratmaktadır (Bakırcı, 2004: 43).

Çocuk işçiliği çocukların fiziksel, zihinsel ve entelektüel sağlıklarının yanı sıra kişisel, sosyal ve ahlaki gelişimleri üzerinde de zararlı etkileri olan ciddi bir sorundur. Çocukların, özellikle de zorlu koşullarda uzun süre çalıştırılmaları, ruhsal ve fiziksel sağlıkları üzerinde zararlı bir etkiye sahiptir. Temel ve mesleki eğitim alamayan çocuk işçiler, zaman içinde iş piyasasındaki eğitimsiz işçi oranını yükseltmektedir. Ayrıca, çocuk işçiler kötü muamele ve farklı istismar biçimlerine maruz kalabilmektedir (Başesgioğlu, 2005: 32).

Milletler Cemiyeti 1924 yılında, dünyadaki her çocuğa asgari bir bakım standardıyla davranılması gerektiğini belirten Çocuk Hakları Bildirgesi'ni kabul etmiştir. Birleşmiş Milletler de bu bildirgeyi benimsemiş ve buna dayanarak on ilke geliştirmiştir. Dokuzuncu ilke çocukların çalıştırılmasıyla ilgilidir ve çocukların her türlü istismar, ihmal ve sömürden korunması gerektiğini belirtmektedir (Sayita, 2004: 58). Çocuklar hiçbir şekilde ticari faaliyete maruz bırakılmamalıdır. Çocukların uygun asgari yaşa ulaşmadan önce çalıştırılmaları yasaktır. Çocuklar, sağlıklarını veya eğitimlerini tehlikeye atacak veya fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini engelleyecek işlerde çalışmaya zorlanmamalı ve bu işlerde çalışmalarına izin verilmemelidir.

Çocuk istihdamına ilişkin bir başka tartışma da kabul edilebilir ve kabul edilemez çocuk işçiliği meselesi etrafında dönmektedir. Sağlık ve gelişimlerine zarar vermeyen ve okula devam etmelerini engellemeyen 13 yaşından büyük çocuklar tarafından yapılan işler genel olarak kabul edilebilir olarak değerlendirilmektedir. Buna karşılık, istismar edici, sömürücü veya tehlikeli olan her türlü işçilik kabul edilemez olarak değerlendirilmektedir. Kabul edilemez olarak nitelendirilen çocuk işçiliği örnekleri arasında çok küçük yaşta çalıştırılma, uzun süreler boyunca çalıştırılma, düşük ve yetersiz ücret alma, sokaklarda elverişsiz koşullarda çalıştırılma ve bilgi ve beceri edinmeyi engelleyen işlerde çalıştırılma yer almaktadır (http-10, 2009).

Başta ILO olmak üzere çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından çocukların istihdam koşullarını düzenlemek ve onları iş gücünden uzaklaştırmak amacıyla çok sayıda uluslararası sözleşme onaylanmıştır. Birleşmiş Milletler'in 2015 yılında belirlediği 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, 2025 yılına kadar çocuk işçiliğinin her türünün tamamen ortadan kaldırılmasını içermektedir. Bu durum, çocuk işçiliğinin ortadan kaldırılması için hükümetler, işverenler gibi tüm paydaşların iş birliğinin yanı sıra ekonomik ve sosyal reformların önemine dikkat çekmektedir. Günümüzde, çocuk işçiliği neredeyse tüm ülkelerde yasaklanmıştır. Ancak temel sorun bu yasaların uygulanması sürecinde yaşanmaktadır. Dünya genelinde yaklaşık 250 milyon çocuk, başta kayıt dışı sektörlerde olmak üzere işgücüne katılmaktadır (Brown ve ark., 2003: 241).

Çocuk işçiliğinin durdurulmasına yönelik çabalar, sıklıkla yasanın korumayı amaçladığı işçilerin muhalefetiyle karşılaşmaktadır. Bunun nedeni, gelişmekte olan pek çok ülkede çocukların, ailelerinin fiziksel ve ruhsal sağlığını korumak için, özellikle de ebeveynlerin gelirlerinin yiyecek, giyecek ve barınma gibi temel yaşam gereksinimlerini karşılamak için yetersiz olduğu durumlarda çalışmak zorunda kalmalarıdır (Runnels ve ark., 2012: 514).

1980'lerde Avrupa televizyon kanalları, Hindistan ve Pakistan'da çocukların halı endüstrisinde köle olarak çalıştırıldığına dair görüntüler yayınlamıştır. Bu haberler, Hindistan'ın dünyanın en büyük antika halı pazarındaki, özellikle de Almanya'daki satışlarını önemli ölçüde etkilemiş ve büyük gelir kaybına sebep olmuştur. Sivil toplum kuruluşlarının etkisiyle çalışma koşullarının iyileştirildiği bir başka örnek de Pakistan'da futbol topu üretiminde 12 yaşındaki çocukların çalışması ile ilgilidir. 1997 yılında Dünya Spor Ürünleri Federasyonu ve ABD Spor Ürünleri Üreticileri Derneği ortak bir karar alarak Pakistan'da futbol topu üretiminde çocuk işçi çalıştırılmasını yasaklamıştır. Reebok, bu kararı desteklemek amacıyla futbol topu üretiminin izlenmesi için özerk bir denetim sistemi kurmuştur. Ayrıca, eski çalışan çocuk işçiler için okullar da dahil olmak üzere sosyal programlar geliştirmiştir. Çocuk işçiliğine yönelik küresel ilgi nedeniyle, gelişmekte olan ülkelerden mal ihraç eden bazı işletmeler artık tedarikçilerinden çocuk işçiliğine izin vermemelerini talep etmektedir. Ayrıca, bazı işletmeler ürünlerinin çocuklar tarafından üretilmediğini garanti altına almak için etiketleme uygulamaları başlatmıştır (Bakırcı, 2004: 56).

3.2.4. Ayrımcılığın Önlenmesi

Ayrımcılık, bir kişinin kişisel özellikleri nedeniyle işyerinde veya işe alım sürecinde haksız veya farklı muamele görmesi durumunda ortaya çıkmaktadır.

ILO ayrımcılığın en kapsamlı tanımını yapmıştır. Bu tanıma göre ayrımcılık, işe alma veya istihdam sürecinde bireylerin ırk, cinsiyet, din, siyasi görüş, ulusal köken veya sosyal konumlarına dayalı olarak tercih edilmesi, farklı muamele görmesi veya dışlanması yoluyla eşit fırsatların azaltılması veya tamamen ortadan kaldırılması anlamına gelmektedir (ILO, 2010).

Ayrımcılık doğrudan ya da dolaylı olarak çeşitli şekillerde görülebilmektedir. Doğrudan ayrımcılık, bir bireyin iş bulma olanaklarını kısıtlayan yasa veya yönetmeliklerle örneklendirilebilmektedir. Bununla birlikte, ayrımcılık vakalarının çoğu dolaylıdır ve davranış ve tutum kalıpları ile tanımlanmaktadır (ILO, 2008).

İşyerinde ayrımcılık, eşit fırsatlardan mahrum bırakma veya kısıtlama ile karakterize edilmekte ve çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bu, işe alım, terfi, ücretlendirme, eğitim ve işyerindeki tutum ve davranışlarda ayrımcılığı kapsamaktadır. Gazetelerde yayınlanan işe alım ilanlarında üniversite, cinsiyet ve hatta yaşa dayalı ayrımcılık örneklerine sıklıkla rastlanmaktadır. En yaygın ayrımcılık biçimleri arasında, cinsiyete dayalı iş ayrımı ve sübjektif yargılara göre terfi verilmesi yer almaktadır (Gómez-Lugo, 2005: 29).

Toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri dünya genelinde devam etmekte ve kadınların ekonomik bir kaynak ve varlık olarak görülmemesine yol açmaktadır. Kadınların işgücüne katılım oranları artarken, erkeklerin hane geçimini sağlaması gerektiği düşüncesi yaygınlığını korumaktadır. Nüfusunun %50'si yetkilendirilmemiş ve dışlanmış hiçbir ülke veya kurum sürdürülebilir kalkınmayı başaramaz. Kadınlara yönelik ayrımcılık, her ölçek ve türdeki işyerinde yaygın bir sorundur ve kadınların işgücüne katılımını ve motivasyonunu önemli ölçüde engellemektedir. Cinsiyete dayalı ayrımcılığın niteliği ve kapsamı değişiklik gösterebilse de kadınlar üzerindeki zararlı etkileri göz ardı edilememektedir (Bolcan, 2006: 41).

Dünya nüfusunun yaşının giderek artmasına rağmen, “yaşlı” olarak kategorize edilen bireylerin başta işe alım olmak üzere insan kaynakları yönetimi süreçlerinde ayrımcılığa maruz kaldığı gözlemlenmektedir. Yaş ayrımcılığı işe alımda ve işten çıkarma

durumunda görülebilmektedir. Kamuda ve özel sektörde işe alımlarda yaş sınırlaması bulunmaktadır. Belirli bir yaşı'n üzerindeki bireylerin başvuru yapmasına izin verilmeyebilmekte veya başvuru yapsalar bile işe alım sürecinde geri plana atılabilmektedir. Yaşlı işgücü genellikle işten çıkarma kararlarıyla ilk karşılaşanlardır. Kelly Services tarafından 28 ülkede 70.000 kişiyle yapılan İşe Başvurularda Ayrımcılık Global İşgücü İndeksi 2007 araştırmasına göre Türkiye'de katılımcıların %19'u iş başvurularında yaş ayrımcılığına maruz kaldıklarını belirtmiştir. Ayrıca, 45 yaş ve üzeri çalışanların %32'si yaşları nedeniyle iş fırsatlarının geri çevrildiğini belirtmiştir (Çayır, 2012: 9).

Birleşmiş Milletler Sakat Hakları Bildirgesi'ne göre engelli kişi, fiziksel veya sonradan meydana gelen bir engel nedeniyle kişisel veya sosyal yaşamında bağımsız olarak yerine getirmesi gereken görevleri yerine getiremeyen birey olarak tanımlanmaktadır. Yasa gereği engelli çalışanların işe alınması zorunludur. Bazı çalışma ortamlarında, engelli bireylere herhangi bir tazminat ödenmeksizin, yalnızca yasal gereklilikleri karşılamak üzere işe alınmalarına yönelik bir uygulama olduğu görülmektedir. Ayrıca, işletmenin fiziksel altyapısı ve operasyonel prosedürleri de engelli personele ayrımcı muamele yapılmasına sebep olabilmektedir (Crane ve Matten, 2010: 296). Merdivenler fiziksel engelli bir çalışanın iş performansını engelleyebilmekte ve okunması zor belge ve işaretler görme engelli çalışanlar üzerinde olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Bununla birlikte, sorumlu bir işveren olmak sadece engelli çalışanları işe almayı değil, aynı zamanda işyerinde çalışırken rahat etmelerini sağlamayı da gerektirmektedir.

3.2.5. Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre, iş sağlığının amacı, çalışma koşullarından kaynaklanan sağlık sorunlarını önleyerek ve işle ilgili sağlık tehlikelerinden koruyarak, mesleklerine bakılmaksızın çalışan haklarını korumaktır. Buradaki temel amaç, işi insana, insanı da işe uygun hale getirmektir (Şerifoğlu ve Sungur, 2007: 2).

Her çalışanın güvenli ve sağlıklı bir ortamda çalışmak temel hakkıdır ve bu ortamı sağlamak da işletmelerin görevidir. İşletmelerin iş verimliliğini artırmak ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmek için çalışanlarına uygun bir fiziksel çalışma ortamı

yaratmaları gerekmektedir. İş güvenliğinin sağlanması işletmelerin önemli bir sorumluluğudur. Bu, güvenli bir çalışma ortamı sağlamayı ve çalışanları kişisel koruyucu ekipmanlarla donatmayı içermektedir. Ayrıca, işyeri kazalarının nedenlerinin ve bunlara sebep olan koşulların kapsamlı bir şekilde incelenmesini gerektirmektedir. Olayların kaydedilmesi de iş güvenliğinin sürdürülmesi ve iyileştirilmesinde işletmelerin temel bir görevidir. Ayrıca, çalışma mevzuatı, yapılan görevlerin niteliğine göre değişen aralıklarla rutin sağlık kontrollerini içermektedir (Kornfeldová ve Myšková, 2012: 94).

Mevcut bağlamda, daha önce de söz ettiğimiz “sweatshop” (kötü işyeri) kavramı ortaya çıkmıştır. Çok uluslu işletmelerin sahip olduğu veya tedarik zincirlerinde yer alan bu fabrikalar, işçileri yetersiz ücretlerle sağlıksız koşullarda çalıştırmaktadır. Bu tür sweatshoplar çok sayıda araştırmaya konu olmuştur (Yamak, 2007: 66).

Çok sayıda işçi, güvenliklerini tehlikeye atan tehlikeli çalışma koşullarından kaynaklanan ölümcül kazalara yenik düşmektedir. Örneğin, Çin’deki bir Chicco fabrikası 1993 yılında feci bir yangın yaşamış ve binayı tahliye edemeyen 87 işçi hayatını kaybederken 47 işçi de ağır yaralanmıştır. Bu olay, fabrikada ürün hırsızlığını caydırmayı amaçlayan bir iç güvenlik sisteminin uygulanması nedeniyle meydana gelmiştir.

3.2.6. Adil Ücret Ödeme

Çalışanlar için her dönemde en önemli husus ücretleri olmuştur. Çalışanlarına adil ve yeterli bir ücret sunmak ve maaşlarını belirlerken eşitlik ilkesine bağlı kalmak işletmenin birincil yükümlülüğüdür.

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Bildirgesi Madde 23 (3) uyarınca, her birey tatmin edici bir ücret alma hakkına sahiptir. Buna ek olarak sosyal koruma önlemleri de sağlanmalıdır (Birleşmiş Milletler, 2015).

Çalışanlarına değer veren bir işletmede, ücretleri belirlerken göz önünde bulundurulması gereken hususlar; yapılan işleri ve bunları üstlenen çalışanın niteliklerini değerlendirerek eşit işe eşit ücret sağlamak; çalışanın yiyecek, giyecek, barınma ve sağlık hizmetleri gibi temel ihtiyaçlarını karşılamaya yetecek bir ücret sağlamak; işletme maliyetlerini aşırı derecede artırmayacak dengeli ücretler belirlemek; terfilerle birlikte ücretleri de artırmak; kayırmacılık ve ayrımcılıktan kaçınan objektif bir ücretlendirme yaklaşımı ile hareket etmek ve yeni çalışanlara ücretler hakkında açık bir şekilde bilgi

vermektir.

Çok uluslu işletmelerin üçüncü dünya ülkelerindeki çalışma koşulları konusu, küreselleşme nedeniyle bir tartışma konusu haline gelmiştir. Halihazırda çok sayıda işletme benzer suçlamalarla karşı karşıyadır. Endonezya’da günlük sadece 2 Euro ücret alan Adidas ve Nike işçilerinin durumuyla ilgili olarak Mart 2003’te yapılan açıklama buna bir örnektir (Kangal, 2019).

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Normları, işçiler ve aileleri için saygın bir yaşam standardını garanti eden ücret verilmesi ilkesini içermektedir. Ayrıca SA8000, Küresel Sullivan İlkeleri, Temiz Giysiler Kampanyası gibi çok paydaşlı davranış kuralları da bu konuya ilişkin maddeler içermektedir.

3.2.7. Yönetime Katılma

Personelin işletmeyi ve işlerini etkileyen konuları ele almak için öneriler sunması, yönetime katılma olarak adlandırılmaktadır.

Kendilerini çalışma ortamının üretken ve değerli bir üyesi olarak algılayan ve aynı zamanda desteklendiğini ve önemsendiğini hissedenden bir çalışanın, örgütsel hedeflere ulaşmak için gönüllü olarak ek çaba gösterme olasılığı daha yüksektir. Ayrıca, bu çalışanın kuruma güçlü bir bağlılık göstermesi muhtemeldir. Bu nedenle yönetime katılma, çalışan sadakatinin artırılmasında çok önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Çimen, 2007: 18).

Yönetime katılma, yetkilendirme, bilgilendirme, danışma ve ortak yönetim gibi çeşitli biçimler alabilmektedir (Crane ve Matten, 2010: 311). Yetkilendirme, çalışanlara işleriyle ilgili çeşitli konularda görüşlerini ifade etme fırsatı verilmesini gerektirmektedir. Bu tür uygulamaların özellikle otomotiv sektöründe son derece etkili olduğu kanıtlanmıştır. Volvo ve Porsche de dahil olmak üzere birçok işletme, çalışanlarına önemli düzeyde karar alma yetkisi vermektedir. Çalışanların bilgilendirilmesi uygulaması, işletme performansı, iş güvenliği ve emeklilik hakları gibi işlerini doğrudan etkileyen kararlar hakkında güncel bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır. Danışma, çalışanlara işveren tarafından alınan kararlarla ilgili görüşlerini bildirme fırsatının sağlanmasıyla ilgilidir. Ortak yönetim ise çalışanların kurumun önemli kararlarında aktif rol alma ayrıcalığını içermektedir. Çalışan katılımı, katılımın en güçlü ve etkili biçimidir. Çalışanları, işletmenin geleceği, işletme

birleşmeleri ve pazar genişlemesi gibi önemli stratejik kararlara ilişkin karar alma sürecine doğrudan dahil etmektedir.

“Avrupa Birliği Kurumsal Sosyal Sorumluluk İçin Bir Avrupa Çerçevesi” başlıklı Yeşil Kitabı, çalışanların güçlendirilmesinin ve kurum içinde bilgi yayılımının artırılmasının önemini altını çizmektedir. Ayrıca, çalışanların öneri, görüş, talep ve şikayetlerinin dikkate alınması ve gerektiğinde uygulanması gerektiğinin de altını çizmektedir.

İkinci Dünya Savaşı’nın ardından Almanya’da çalışanların yönetime katılmasına izin veren bir yasa çıkarılmıştır. Almanya, diğer birkaç Avrupa ülkesiyle birlikte, üst yönetim pozisyonlarında çalışan temsiline yer vermektedir. Dolayısıyla, çalışanların sadece kendi haklarını ilgilendiren konularda değil, aynı zamanda işletme tarafından alınan tüm kararlar hakkında da görüş bildirme hakkına sahip oldukları sonucuna varılabilmektedir. Buna karşılık, işçi konseylerinin birçok Avrupa ülkesinde uzun süredir var olan bir uygulama olduğunu belirtmek gerekmektedir (Campbell, 2007: 961).

Lincoln Electric, işçilerin yönetime katılma konusunda örnek bir modeldir. Şirket, işçiler tarafından demokratik olarak seçilen bir danışma kurulu istihdam etmektedir. Kurul, önemli konuları görüşmek üzere her iki haftada bir üst yönetimle bir araya gelmektedir. Bu uygulamanın işbirlikçi ve üretken bir çalışma ortamını teşvik etmede son derece etkili olduğu kanıtlanmıştır (Korkmaz, 2009: 95).

3.2.8. Eğitim ve Gelişimin Desteklenmesi

Çalışan eğitimi, çalışanların bilgi, beceri ve davranışlarında kalıcı ve sürekli değişiklikleri kolaylaştırmaya yönelik faaliyetleri ifade etmektedir. Herhangi bir ayırım yapılmaksızın bütün çalışanların eğitimden eşit şekilde yararlanmasını sağlamak işletmenin sorumluluğundadır. Bu nedenle işletme, çalışanlarının eğitime özen göstermek zorundadır.

İşletmelerin çalışanlarına karşı yükümlülüklerinden biri de kişisel potansiyellerini fark etmelerine ve geliştirmelerine yardımcı olmaktır. Kariyer yönetimi, çalışanların ilgi alanları değerleri, güçlü ve zayıf yönlerini tanımlamalarını, kurum içinde mevcut iş fırsatları hakkında bilgi edinmelerini, kariyer hedefleri belirlemelerini ve bu hedeflere ulaşmak için eylem planları oluşturmalarını içeren sistematik bir yaklaşımdır (Noe, 2009:

397).

Eğitim ve sürekli öğrenme için çaba gösteren bireylerin teşvik edilmesi ve desteklenmesi, aynı zamanda yaşam boyu öğrenme için eşit fırsatların garanti altına alınması, Avrupa Birliği Yeşil Kitabı gibi dünya çapında çeşitli standartlarda ana hatlarıyla belirtilen temel bir ilkedir.

Çok sayıda işletme, personeli elde tutmanın öneminin farkındadır ve bu nedenle çalışanları için eğitim oturumları düzenlemektedir. Ayrıca, kariyer planlamasında çalışanlarla iş birliği yaparak kariyer gelişimi için fırsatlar sunmaktadırlar.

3.2.9. İfade Özgürlüğü

Çalışanlarının fikirlerini özgürce ifade edebilmeleri için elverişli bir ortam oluşturmak yöneticilerin etik sorumluluğudur (Çalışkan, 2010: 45).

İşyerinde ifade özgürlüğü kavramı, işyerindeki ahlaka aykırı davranışları kurum içindeki veya dışındaki ilgili kişilere ifşa etme kapasitesiyle ilgilidir. Bilgi uçurma olarak adlandırılan bu davranış, iş ortamında meydana gelen ve kamu ya da müşteriler açısından olumsuz sonuçlar doğurabilecek bir olayın açığa çıkarılması amacına hizmet etmektedir. Whistleblowing (fısıldama), kaynağına bağlı olarak içsel ve dışsal olarak kategorize edilmektedir. Dışsal fısıldama, kurum içindeki bir yanlışlığın kurum dışından birine anlatılmasını içermektedir (Nayir ve Herzig, 2012: 199). İçsel fısıldama ise, bir yanlışlığın kurum içindeki birine anlatılmasını ifade etmektedir. Bir araştırmaya göre, en sık rapor edilen sorunlar arasında tüketicilere hatalı ürün satışı, işletme fonlarının yöneticiler tarafından kişisel kazanç için kötüye kullanılması, zehirli atıkların neden olduğu çevresel zarar, işletme tarafından yasadışı faaliyetlerin desteklenmesi, çalışanların emeklilik fonlarının kötü yönetimi, yaş, cinsiyet ve etnik köken gibi faktörlere dayalı olarak çalışanlara karşı ayrımcılık yapılması, zararlı ürünlerin tanıtımı, bozuk gıda satışı, yasaların ihlali, yöneticilere rüşvet verilmesi ve iş güvenliği ile ilgili bilgilerin açıklanmaması yer almaktadır (Şimşek, 1999: 72).

Fısıldama çalışanlar için önemli bir risk oluşturmaktadır. Fısıldama eylemi, saygıyı hak eden övgüye değer bir iş olmasına rağmen, genellikle casusluk, köstebeklik ve ispiyonculuk gibi olumsuz çağrışımlarla ilişkilendirilmektedir (Özkul, 2011: 117). Bu durumda sadece kendi kurumlarındaki gizlilik ilkesini ihlal etmekle kalmamakta, aynı

zamanda istihdamları ve ekonomik istikrarları için de risk oluşturmaktadırlar. Ayrıca, bu kişiler iddiaları kanıtlanana kadar yüksek düzeyde stres yaşayabilmektedirler.

Yapılan bir araştırma, çalışanların neredeyse %44'ünün karşılaştıkları bireysel ve kurumsal hataları raporlamaktan kaçındığını ortaya koymuştur. Bunun nedenleri arasında, herhangi bir düzenleyici işlem yapılmayacağına dair inançları olduğu görülmektedir (Verschoor, 2005: 18).

Fısıldama, işlerin hassasiyetle yürütülmesinde ve öz disiplinin korunmasında önemli bir faktör olmakla birlikte, fısıldayanları potansiyel tehlikelerden korumak bu sürecin kilit noktasıdır. Bu nedenle, işletmelerin çalışanların şikayetlerini uygun kanallar aracılığıyla dile getirmeleri için elverişli bir ortam yaratmaları ve gizli konuşmayı tercih edenleri korumaları gerekmektedir. Bu hususa dikkat etmek adına “Etik Hattı” veya “Şikayet Hattı” olarak bilinen uygulamaları uygulayan kuruluşlar giderek artmaktadır.

3.2.10. İş-Aile Hayatı Dengesinin Sağlanması

İş-aile dengesi kavramı, bireyin ailevi ve mesleki yükümlülükleri arasındaki senkronizasyonla ilgilidir. Bir işletmenin sürekli istihdam sağlama niyetinde olması durumunda, yalnızca yeterlilik ve beceriyi değil, aynı zamanda çalışanın aile ve iş yaşamı arasındaki dengeyi de teşvik etmesi gerekmektedir. Araştırmalar, bir yandan iş verimliliği sağlarken bir yandan da aile hayatına yeterli zaman ayırmanın çalışanlar için zorlu bir görev olabileceğini göstermektedir (Efeoğlu, 2006: 1).

Çok sayıda birey, çalışma programları nedeniyle sınırlı sosyal yaşamları konusunda memnuniyetsizliklerini dile getirmektedir. Bilgi teknolojilerinin artan kullanımı, çalışma saatleri ile çalışma saatleri dışındaki diğer saatler ve bireysel alan ile mesleki alan arasındaki yerleşik sınırları belirsizleştirmekte ya da birleştirmektedir (Koçak, 2011: 61). Çalışma saatlerinin süresi arttıkça ve daha uyarlanabilir hale geldikçe, bireyin sosyal yaşamı üzerindeki baskı da artmaktadır. İnsanlar, hem profesyonel hem de ailevi alanlardaki sorumluluklarını yerine getirmek için sahip oldukları kısıtlı zamanı optimize etmeye çalışmaktadır.

İş dünyasında son dönemde yaşanan demografik, yapısal ve teknolojik değişimler, iş ve aile yaşamı arasında bir denge sağlanması konusunu gündeme getirmiştir. Kadınların iş hayatına katılımının artması, her iki eşin de geçimini sağlayıp kariyer

yapmasının olağan hale gelmesi, çekirdek ve tek ebeveynli ailelerin yaygınlaşması, bilgiye dayalı işlere geçiş, günün her saati hizmet verme beklentisi, internet ve mobil teknoloji kullanımının yaygınlaşması, işle ilgili konuların kişisel ve aile hayatına sızmasına sebep olabilmektedir. Buna ek olarak, küresel rekabet esneklik ve uyumluluk talep etmekte, bu da uzun çalışma saatlerinin kurum kültüründe yerleşik hale gelmesine yol açabilmektedir (Vatansever, 2010: 202).

Bu gelişmelerin ortaya çıkması, geleneksel çalışma saatleri kavramında bir değişime neden olmaktadır. İletişim platformlarının artan yaygınlığı, bir zamanlar profesyonel ve özel hayatı birbirinden ayıran çizgileri silmektedir. Çalışanlar, mesai saatleri dışında işle ilgili telefon görüşmeleri yapmak, e-postaları kontrol etmek ve eve iş getirmek gibi davranışlar sergilemektedir. Çalışanların üretkenliği üzerinde doğrudan etkisi olabilecek, çalışanların boş zaman yaratamamasına ilişkin şikayetlerde artış olmuştur. Buna karşılık olarak, işletmeler bu sorunu ele almak için önlemler uygulamaktadır. Volkswagen, çalışanların mesai saatleri dışında akıllı telefonlarına işle ilgili mesajlar gönderen Blackberry sunucusunu sonlandırma kararı almıştır. Şirket, bu sunucunun bir çalışanın vardiyasının başlamasından 30 dakika önce etkinleştirileceğini ve vardiyalarının bitiminden 30 dakika sonra devre dışı bırakılacağını belirtmiştir. Bu karar, çalışanların iş ve boş zamanlarını birbirinden ayırmalarına yardımcı olmak amacıyla alınmıştır (Milliyet Gazetesi, 2011: 6).

3.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğunun Çalışan Bağlılığına Etkisi Üzerine Araştırmalar

Çalışan bağlılığı üzerine yapılan çalışmaların çoğu, çalışanların işlerine hangi yollarla daha etkin bir şekilde bağlanabileceklerini ve örgüte olan bağlılıklarının nasıl artırılabilirliğini tespit etmeyi amaçlamaktadır.

Çalışanların çalışan bağlılıklarının önemli bir belirleyicisinin, kurumlarının KSS'ye ilişkin algıları olduğu ileri sürülebilir. Ayrıca, bir kuruluşun değerleri çalışanlarını önemli ölçüde etkileyebilir ve kuruluşun KSS girişimleri ve çabalarına ilişkin olumlu bir algı potansiyel olarak örgütsel bağlılıkta bir artışa yol açabilmektedir. Adalet ve dürüstlük gibi değerlere öncelik verdiği düşünülen kuruluşlar, bireysel değer sistemlerinden bağımsız olarak, kendi kuruluşlarına yoğun duygusal bağlar besleyen personele sahip olabilir.

Çeşitli sektörlerden farklı katılımcılarla yapılan çok sayıda çalışma, çalışanların

kurumlarının KSS'ye veya KSS'nin belirli boyutlarına ilişkin algıları ile kuruma olan bağılılıkları arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. KSS'nin belirli boyutlarının çalışan bağılılığı üzerinde etkisi bulunmaktadır (Hofman ve Newman, 2014: 631; You ve ark., 2013: 66; Erkman, 2012: 267; Moon ve ark., 2014: 49; Huang ve ark., 2012: 514; Brammer ve ark., 2007: 1714-1715; Özdemir, 2007: 80; Gilder ve ark., 2005: 145; Koh ve Boo, 2004: 677; Herndon ve ark., 2001: 82; Valentine ve ark., 2002: 349; Peterson, 2004: 296).

Literatür taramasının sonuçları, çalışanların şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine karşı kuruma bağılılık düzeylerine etki ettiği görüşmüştür (Çekmecelioğlu ve Dinçel, 2014; Erden, 2014; Erkman ve Şahinoğlu, 2012; Saç, 2009; Türker, 2009; Çakır, 2006).

SONUÇ

Sosyal sorumluluk, çalışanların topluma hizmet sunarken davranışlarını etkileyen bir olgudur. Sosyal sorumluluk bilinciyle faaliyet gösteren çalışanlar, eylemlerinin hizmet verdikleri toplum ve çevre üzerindeki etkisini göz önünde bulundururlar. Çalışanlarına sosyal sorumluluk görevi vermekle sorumlu olan kuruluşlarda sosyal sorumluluk bilincinin teşvik edilmesiyle, hizmet sunan çalışanlar arasında sosyal sorumluluk bilgi ve farkındalık düzeyi artırılabilir. Sosyal sorumlulukları yerine getirirken, sosyal sorumluluğu güçlü bir şekilde kavramış bireylere sahip olmak önemlidir. Sosyal sorumluluk bilinci ve anlayışından yoksun kişilerin kurumlarda çalışması ve hizmet sunması zor olabilmektedir. Aynı zamanda, işletmeler sosyal sorumluluk girişimlerinde bulunurken, politikalarını da gelişen ve ilerleyen dünyaya uygun hale getirmelidirler. Sosyal sorumluluk çabalarını bu değişim ve ilerlemelerle uyumlu hale getiren işletmeler, getirmeyenlere kıyasla daha uzun ömürlü olmaktadır (Kotler ve Lee, 2006: 28-29).

Günümüzde, büyük şirketlerin refahı sadece finansal standartlara göre değil, aynı zamanda sosyal sorumluluk girişimleri aracılığıyla topluma olan bağlılıklarına göre de değerlendirilmektedir (Aydede, 2007: 11). Sosyal sorumluluk girişimleri, işletmelerin hayırseverlik faaliyetlerinin ötesine geçerek politikalarının ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Güçlü bir itibar ve rekabet avantajı elde etmek için işletmeler, modası geçmiş yönetim uygulamalarına bağlı kalmak yerine sosyal sorumluluğa öncelik veren ve sürdürülebilirliğini sağlayan ileri görüşlü bir yaklaşım benimsemelidir.

Günümüzde tüketiciler daha fazla farkındalık ve ayırt edicilik sergilemektedir. Bu durum büyük ölçüde, toplumun çeşitli kurumsal faaliyetler hakkındaki bilgilere kolayca erişmesine olanak tanıyan kitle iletişim araçlarının ve bilgisayar teknolojisinin yaygınlaşmasından kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak, şirketler daha fazla incelemeye tabi tutulmakta ve önemli bir sosyal baskı ile karşı karşıya kalabilmektedir. Günümüz toplumu, işletmelerden sadece mal ve hizmet üretmeleri açısından değil, aynı zamanda sosyal meseleleri ele almaları ve toplumun iyileştirilmesine katkıda bulunmaları açısından da yüksek beklentilere sahiptir. Tüketiciler artık kalite ve güvenilirliğe öncelik veren, üretim süreçlerinde çevreyi korumaya öncelik veren, kârın ötesinde olumlu bir etki yaratmayı amaçlayan ve etik bir şekilde iş yapan şirketlerin ürünlerini aramaktadır. Sonuç olarak, şirketler tarafından kurumsal sosyal sorumluluğa verilen önem artmaktadır.

KSS son yirmi yıldır küresel çapta yaygın olarak tartışılan bir konu olmuştur ve birçok ülke son yıllarda bu konuya daha fazla önem vermektedir. Özellikle KSS, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ve Dünya Bankası gibi önde gelen uluslararası kuruluşların dikkatini çekmiştir. Dünya genelinde çok sayıda fon, herhangi bir yatırımdan önce bir şirketin sosyal sorumluluk performansına bakmaktadır. İngiltere’de KSS Bakanlığı bulunur. Londra, sosyal bilince sahip şirketlerle ilgilenen yatırımcılara yardımcı olmak için FT4GOOD adında özel bir endeks oluşturmuştur (Özgen, 2006: 27). Kurumsal sosyal sorumluluk fikrine önem veren kuruluşlar, Argüden’e (2007: 38-39) göre üç temel alanda taahhütte bulunurlar:

- 1) Öncelikle, şirketlerin tüm ticari faaliyetlerinde yasal düzenlemelere uyması, etik standartları gözetmesi ve insan haklarına saygı göstermesi gerekmektedir. Ayrıca, faaliyetlerinin küresel çevre üzerinde yaratabileceği olumsuz etkileri kabul etmeli ve bunları azaltmak için önlemler almalıdırlar.
- 2) Bir şirketin eylemlerinin yalnızca şirketin kendisi üzerinde değil, aynı zamanda daha geniş bir pazar, tedarik zincirleri, yerel topluluklar, sivil toplum kuruluşları ve kamu sektörü üzerinde de etkisi olduğunu kabul etmek önemlidir. Bu nedenle, ilgili tüm taraflar için olumlu sonuçlar elde etmek amacıyla ilgili tüm sosyal paydaşlarla iş birliği yapmak gerekmektedir.
- 3) Söz konusu görevin öncelikle şirketlerin Yönetim Kurullarına, Başkanlarına ve Genel Müdürlerine ait olduğu kabul edilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun şirketler için olumlu sonuçlar doğurduğu ve bu sonuçların şirketin pazar yapısını, çalışan bağlılığını ve finansal durumunu etkilediği görülmüştür. Bu etkiler ise;

- Şirketlerin marka değerlerinin ve dolayısıyla piyasa değerlerinin artmasını,
- Çalışanların örgüte olan bağlılıklarının artmasını,
- Nitelikli işgücünün şirkete çekilmesini,
- Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık potansiyelinin artmasını,
- Yatırımcılar ve finansal analistler gözünde şirketin daha çekici hale gelmesini,

- Müşteri memnuniyeti ve bağlılığı ile pazarda rekabet gücünün artmasını,
- İş gören verimliliğini ve kalitede yükselme olmasını,
- Kamuoyunun ve kural koyucuların şirketin görüşlerine önem vermesini sağlar.

Başarılı işletmeler sadece ürün ve hizmetlerini sunmada değil, aynı zamanda toplum üzerindeki olumlu etkilerinde de mükemmeldir. Bunun nedeni, toplumsal saygınlık kazanmanın şirketin değerini artırdığını anlamalarıdır. Bu tür çabalarda en ufak bir samimiyet eksikliğinin ve toplumsal katkıları kişisel kazanç için kullanma eğiliminin bile zararlı etkileri olabileceğini akılda tutmak önemlidir. Toplumsal refaha sebep olan özgün çabalara girişmek bir şirketin imajını yükseltmekle kalmaz, aynı zamanda marka değerini de artırmaktadır (Argüden, 2007: 43). Bir kuruluş topluma fayda sağlayan faaliyetler üstlendiğinde, müşterileri arasında sadakat duygusunu teşvik etmektedir. Toplumun iyileştirilmesine aktif olarak sebep olan şirketlerde çalışanlar genellikle işlerinde gurur ve tatmin duygusu hissetmektedirler. Bu tür kuruluşlar, istihdam fırsatları arayan nitelikli bireyler için oldukça cazip hale gelmektedir. Bu senaryo ayrıca kalifiye personel ile kuruluşun verimliliğini ve karlılığını da artırmaktadır.

1930’lardan 1960’lara uzanan dönemde, kuruluşların daha fazla sosyal sorumluluk faaliyetinde bulunmaya başladığı ve işyerinde çalışanların haklarına daha fazla öncelik verildiği gözle görülür bir eğilim ortaya çıkmıştır. 1960’tan sonra, çevre koruma ve kadın hakları gibi sosyal amaçları desteklemeye adanmış çeşitli kuruluşların yükselişiyle karakterize edilen bir dönem ortaya çıkmıştır. 1990 sonrası dönemde, sosyal sorumluluk girişimleri giderek artan bir şekilde iş faaliyetlerinin isteğe bağlı olmaktan ziyade zorunlu bir yönü haline gelmiştir. Günümüzde, kâr amacı gütsün ya da gütmesin, pek çok kuruluşun sosyal sorumluluk kavramını benimsediği ve itibarlarını artırmaya, kurumsal imaj oluşturmaya ve toplumda güven yaratmaya yönelik çeşitli faaliyetlerde bulunduğu görülmektedir (Saran ve ark., 2011: 3735).

2000’li yıllarda kuruluşların sosyal sorumluluk faaliyetlerinde anlamlı bir artış olmuştur. Bu durum kısmen Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, 2003 tarihli İnsan Hakları Normları İlkesi, Avrupa Birliği Toplulukları Komisyonu’nun Yeşil Kitap’ı ve 2004 yılında OECD tarafından oluşturulan Kurumsal Yönetim İlkeleri gibi çeşitli girişimlerin uygulanmasından kaynaklanmıştır. Bu gelişmeler özellikle sosyal sorumluluk girişimlerinin kuruluşlar için önemini vurgulamıştır (Yozgat ve Deniz, 2008:

143).

Ahilik, zanaatkârlığın geliştirilmesi yoluyla Türk toplumunun mesleki, sanatsal ve etik açıdan ilerlemesini teşvik etmeyi amaçlayan bir kuruluştur. Türkiye'deki sosyal sorumluluk girişimlerinin ilk örneklerinden biri olarak kabul edilebilmektedir. Ahiliğin, Türk toplumunda ahlak ve dayanışmayı teşvik etmenin yanı sıra tarım ve imalat sektörlerinde büyümeyi teşvik etmede önemlidir (Özevren, 1997: 7).

Türkiye'de 2000'li yıllardan bu yana kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem verilmiştir. Türk kuruluşları arasında hayırseverlik faaliyetlerinin gecikmeli olarak başlamasının başlıca nedeni, ülkede yaşanan ekonomik krizlere bağlanabilir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği'nin kurulmasının ardından Türkiye'deki kuruluşların sosyal sorumluluk çalışmalarında gözle görülür bir artış olmuştur (Güleryüz, 2019: 17).

Çalışan bağlılığı kavramı ile ilgili 1970'lerden bu yana hem yerli hem de yabancı literatürde çok sayıda çalışma yapılmıştır. Aradan geçen kırk yıla rağmen araştırmacıların konuya olan ilgisi artarak devam etmiştir. Araştırmalar, bağlılık gösteren çalışanların bir kurumun etkinliğine getirebileceği avantajlara işaret etmektedir. Bu bulgulara göre, kurumlarına bağlılık gösteren çalışanlar, kurumun daha iyiye gitmesi için ek çaba gösterme, yüksek düzeyde performans sergileme ve kurumla ilişkili kalmaya istekli olma eğilimindedir. Dolayısıyla, bağlılık gösteren çalışanların bir kurumun başarısına önemli ölçüde katkıda bulunabileceği düşüncesi ampirik kanıtlarla desteklenmektedir. Yabancı literatüre kıyasla, Türkiye'de çalışan bağlılığı üzerine yapılan araştırmalar nispeten yenidir. Bununla birlikte, örgütlerine sadık çalışanların değerinin anlaşılması, bu çalışmaların artarak devam edeceğine işaret etmektedir. Bu çalışma, çalışanların sergiledikleri çalışan bağlılığı düzeyleri ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Çalışma, bu konudaki mevcut literatüre anlamlı bir katkı sağlamaktadır.

İnsan kaynakları, geliştirilmesi en pahalı ve zaman alan örgütsel kaynaklardır. Çalışanların yetişmesi, örgüt kültürüne uyum sağlaması, işini öğrenmesi ve en üst düzeyde verimli çalışması önemli bir zaman almaktadır. Bu nedenle, belirli bir olgunluk seviyesine ulaşmış çalışanları kaybetmek işverenler için önemli bir kayıp olabilmektedir. Bu durum hemen her meslek için geçerlidir. Bu bağlamda, yetenekli çalışanların kurum bünyesinde tutulması büyük önem taşımaktadır. Bu bilinç ışığında, kuruluşlar çeşitli önlemleri hayata geçirmelidir. Kurumun faaliyetlerinden doğrudan veya dolaylı olarak

etkilenen tüm paydaşların çıkarlarını, kendi çıkarlarının ötesinde düşünmek ve korumak amacıyla yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri de bu açıdan değerli bir uygulama olarak kabul edilmektedir.

Günümüz toplumunda bireyler geçimlerini sağlamak için çalışmak zorundadır ve hayatlarının önemli bir kısmı çalışmaya adanmıştır. Dolayısıyla, çalışanların işyerinde geçirdikleri zamanın etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlamak şirketler için büyük önem taşımaktadır. İşverenlerin verimlilik için çalışanlarına sadece iş teklif etmeleri yetersizdir. Çalışanlar ile kurum arasında bağ kuracak, alternatif iş olanaklarını değerlendirmelerini engelleyecek ve kurumun devamlılığını sağlayacak uygulamaların hayata geçirilmesi gerekmektedir. Çalışanların sadakatini kazanmak ve sürdürmek için ücret, ikramiye, sosyal imkanlar ve kariyerde ilerleme gibi faktörleri göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Ancak bunların yanı sıra çalışanlar, toplumun refahını ve sağlığını ön planda tutan ve toplumsal meselelere karşı duyarlılık gösteren kuruluşları da tercih etmektedir. Bu tür kuruluşlar sosyal sorumluluk sahibi olarak kabul edilir ve toplumun refahının artırılmasına aktif olarak katılmaktadırlar. Çalışanlar, kurumun önemli bir paydaşı olarak, toplumun iyileştirilmesine sebep olan kurumlara değer vermektedir. Günümüzde hem tüketiciler hem de üretici konumundaki çalışanlar sosyal sorumluluk bilincine sahip hale gelmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, kuruma kalma kararında önemli bir faktör olan örgütsel bağlılığın oluşturulması ve sürdürülmesi için çok önemli bir unsur haline gelmiştir. Bu bağlamda, kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının işgücünün adanmışlığını artırmada önemli bir rol oynayacağını varsaymak mantıklı olmaktadır.

Çalışanlar bağlılığını artırmak için kurumsal sosyal sorumluluğu endeksi kriterleri; sendika ve toplu pazarlık hakkına saygı, zorunlu çalışmanın önlenmesi, çocuk işçi çalıştırmama, ayrımcılığın önlenmesi, güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları, adil ücret ödeme, yönetime katılma, eğitim ve gelişimin desteklenmesi, ifade özgürlüğü, iş-aile hayatı dengesinin sağlanması kriterleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Kurumlar sosyal sorumluluk faaliyetlerini kendi çabalarıyla ya da sivil toplum kuruluşları, dernekler, vakıflar gibi gönüllü kuruluşlarla iş birliği içinde gerçekleştirebilirler. Kurumların herhangi bir sosyal amaca katkıda bulunması, kuruma güven duyulmasına yardımcı olur ve hem tüketicilerin hem de çalışanların algısı üzerinde olumlu bir etki yaratabilmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmak aynı

zamanda kurumun çalışanları, paydaşları ve devlet kurumları ile olumlu ilişkiler geliştirmesine de yardımcı olmaktadır. Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin dahil edilmesi, olumlu bir kurumsal imaj oluşturmada, ürünleri farklılaştırmada ve müşteri sadakatini artırmada değerli bir araç olabilir.



KAYNAKÇA

- Abbott, Walter F, R.Joseph Monsen, “ On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as A Method of Measuring Corporate Social Involvement”, Academy of Management Journal,22(3),1979, s.502
- Acar, A. (2006), “Vergilendirmede Tahsis İlkesinin Çevre Vergileri Açısından Değerlendirilmesi”, S.D.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt 11, Sayı 1: s. 224.
- Aile Eğitim Programı. Ankara. ISBN: 978-605-202-407-2.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2022). *Engelli ve yaşlı istatistik bülteni*. Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2023). *Engelli ve yaşlı istatistik bülteni*. Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (tarihsiz a). *Değerlerin edinilmesinde ailenin rolü*.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (tarihsiz b). *Tek ebeveynli aileler*. Aile Eğitim Programı. Ankara. ISBN: 978-605-68705-7-6.
- Akar, S. (2014). Türkiye’de daha iyi yaşam endeksi: OECD ülkeleri ile karşılaştırma.
- Akbarova, L. (2019). *İş-yaşam dengesi ve iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi ve bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akhüseyinoğlu, A. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yürütülmesinde Kurumsal İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010
- Aktan, C. C. (1999). Meslek Ahlakının Temelleri ve Boyutları, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5 (2): 157.
- Aktan, C.C., Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, ed. Coşkun Can Aktan, İstanbul, İGİAD Yayınları No:4, 13.
- Aktuna, A. ve Atagün, N. (2021). *İş yaşam dengesi Türkiye, Norveç ve seçili AB ülke örnekleri araştırma raporu*. Ankara: T.C. Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı.
- Aktuna, A., Atagün, N., Gencal, B., Kızıldaş Cilveş, M., Özsunar Azman, F. (2022). *Analık ve ebeveyn yardımları Türkiye ve seçili AB ülke örnekleri araştırma raporu*. Ankara: T.C. Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı.

- Akyar, Halil. İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Alan Çalışması. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008
- Alexander, Gordon .J., Rogene A Buchholz, “Corporate Social Responsibility and Stock Market Performance”, The Academy of Management Journal, 21(3),1978, s. 479
- Alfermann, A.L. (2011). The Effects of Corporate Social Responsibility on Employee Engagement In A Global Setting, (yayınlanmamış doktora tezi), Benedictine University, USA, 22.
- Alparslan, Ajar. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012
- Altıok Gürel, P. (2018). İş-yaşam dengesini sağlayan faktörlerin kadın akademisyenler için belirlenmesi: lojistik regresyon analizi. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 1, 31-44.
- Apaydın, Ç. (2011). *Öğretim üyelerinin işe bağlılık düzeyi ile iş-yaşam dengesi ve iş-aile yaşam dengesi arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Arcagök, U. (2021). Sürdürülebilirlik Analizi İle Kurumların Sürdürülebilirliğinin Modellenmesi Ve Yeni Bir Sürdürülebilirlik İndeksinin Geliştirilmesi, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Argüden, Y. (2002). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Arge Danışmanlık, 1.Basım.
- Argüden, Y. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. (Ed.: C. C. Aktan), Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İGİAD Yayınları.
- Arouri, M., Gomes, M. and Pukthuanthong, K. (2019). Corporate Social Responsibility and M&A Uncertainty, *Journal of Corporate Finance*, (56): 176-198.
- Arslan, A. (2018). Türkiye’de Dezavantajlı ve Risk Altındaki Çocuklara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Bir Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi İncelemesi, T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

- Aşkın Ceran, M., Kurt Sezer, H. ve Türk Dündükçü, F. (2021). Engelli çocuğa sahip babaların duygu durumları ve ilişkili faktörler. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9 (3), 1131-1139.
- Aupperle, K. E., Archie B. Carroll, John D. Hatfield, “An Empirical Examination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility And Profitability”, *Academy of Management Journal*, 28(2), 1985, s.447
- Aydemir, E. (2012). Hastanelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması: Bir Vak'a Çalışması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydilek, B. (2018). Türkiye'nin İlk 200 İmalat Firmasının Periyodik Olarak Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Manisa.
- Aydede, C. (2007). Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, Mediacat Kitapları, 23.
- Aygüler, E. ve Ayalp, M.Ç. (2018). Türkiye’deki evde bakım aylığı düzenlemesine eleştirel bir yaklaşım. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (3), 1-22.
- Bakırtaş, H. (2005). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: Konaklama Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005
- Barnett, M.L. (2007). Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility, *Academy of Management Review*, 32 (3): 794–816.
- Barutçugil, İ. (2004). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Kariyer Yay. İletişim, Eğitim Hizm. Ltd. Şti, Birinci Baskı, İstanbul.
- Bauman, C.W. and Skitka, L.J. (2012). Corporate Social Responsibility as a Source of Employee Satisfaction, *Research in Organizational Behavior*, (32): 63-86.
- Bayraktaroğlu, S., Ersoy Yılmaz, S., Can M. (2014). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 2/3, 99-122.

- Becan, C. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı açısından Değerlendirilmesi: bankaların basın Bültenlerine Yönelik Bir İçerik Analizi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 7 (1): 16-35.
- Besler, S. (2009). Kurumsal Sürdürülebilirlik, Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik, Ed., Senem Besler, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Birleşmiş Milletler, “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi,” (Çevrimiçi) <http://www.unicankara.org.tr>, 19.02.2024
- BitC http://www.bitc.org.uk/about_bitc/index.html, 19 Mart 2011
- Bragdon, J. H., Marilin, J.A. (1972). Is Pollution Profitable? Risk Management, 19, 9-18.
- Brammer, S., Millington, A. ve Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. International Journal of Human Resource Management, 18(10), 1701–1719.
- Branco, M. C. and Rodrigues, L. L. (2007). Issues in Corporate Social and Environmental Reporting Research: An Overview, Issues in Social and Environmental Accounting, 1 (1): 72-90.
- Bolcan, A.E. (2006). Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Çalışma Hayatında Kadının Yeri ve Kadın İşsizliği, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Bolcan, A.E. (2021). Çalışanlara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bıst100 Şirketleri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Borsa İstanbul (2023). <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/165/bist-surdurulebilirlik-endeksleri>
- BORSA İSTANBUL, (2024), <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/58/borsa-istanbulda-surdurulebilirlik>, 15 Mart 2024.
- Brown, T. J. and Dacin, P. A. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses, Journal of Marketing, (61): 68-84.

- Çakır, B. (2006). SA8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Çalışan bağlılığı ve İş Doyumuna Olan Etkileri, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı.
- Carroll, A. B. (1998). The Four Faces of Corporate Citizenship, *Business and Society Review*, 100/101, 1.
- Carroll, A.B. (2008). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, *The Corporate Social Responsibility Reader*, ed. Jon Burchell, London, Routledge, 92-93.
- Carroll, A.B., (2000). A Commentary and an Overview of Key Questions on Corporate Social Performance Measurement, *Business & Society* 39(4), s.466-478.
- Carroll, A.B. (1979). A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *Academy of Management Review*, 4(4), pp. 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 42.
- Çekmecelioğlu, G., Hülya ve Güler Dinçel (2014), “Çalışanların Kurumsal İtibara İlişkin Algıları ve Bu Algıların Örgütsel Kıvanç, Çalışan bağlılığı ve İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Doğu Marmara Bölgesi Plastik Ambalaj Sanayi Üzerinde Bir Araştırma”, *Business and Economics Research Journal*, Vol: 5, No: 2, ss. 79-94.
- Çelik, U. (2004). Sosyal Sorumluluk Kavramının Uluslararası Çalışma Örgütü ve AB Normlar Açısından İncelenmesi ve Türkiye için Bir Değerlendirme, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, A. “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları”, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*, Ed. Coşkun Can Aktan, İstanbul, İGİAD Yayınları No:4, 2007: 62. Chen, L., Tang, O. and Jia, F. (2019). The Moderating Role of Supplier Involvement in Achieving Sustainability, *Journal of Cleaner Production*, (09 June 2019), pp:1-34.
- Cin, H. (2018). Lüks Markaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarına Yönelik Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi,

İstanbul.

Cochran P.L., and Wood, R.A. (1984). Corporate Social Responsibility and Financial Performance, *Academy of Management Journal*, 27 (1), 1984, pp. 42-56

Crane, A., Matten, D. (2004). *Business Ethics*, Oxford University Press.

Crane, A. ve Matten, D. (2010). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*, 3.B., New York, Oxford University Press, s. 296

Cravens K., Goat, E. Sridhar Ramamoorti, O. (2003). The Reputation Index: Measuring and Managing Corporate Reputation, *European Management Journal*, 21(2), s.201-212.

Davenport, K. (2000). Corporate Citizenship: A Stakeholder Approach for Defining Corporate Social Performance and Identifying Measures for Assessing It, *Business & Society*, 39(2), 211.

DJSI, (Çecrimiçi) <http://www.sustainability-indexes.com/about-us/dow-jones-sustainability-indexes.jsp>, 17.04.2024

DJSI, (Çevrimiçi) http://www.sustainability-index.com/images/djsi-world-guidebook_tcm1071-337244.pdf s.10, 17.04.2024

Doğan, N. (2007). İş Etiğinin Kurumsal Sosyal Sorumlulukteki Rolü ve Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Donaldson, T. & Preston, L.E. (1995). “The Stakeholder Theory of The Corporation, Concepts, Evidence, and Implications”, *Academy of Management Review*, Cilt 20, No. 1: 65–91.

Drusilla K. Brown, Alan V. Deardorff and Robert M. Stern, (2003). *Child Labor: Theory, Evidence, and Policy*, *International Labor Standarts: History, Theory, and Policy Options*, ed. Kaushik Basu, et.al., USA, Blackwell Publishing, s. 241

Elkington, J. (2006). Governance for Sustainability, *Corporate Governance*, 14 (6), s. 522.

Emhan, A. “Başarılı İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Kavramına Bakış Açısı,” *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C: 6 (2), 2007.s. 250.

- Epstein, Edwin M., (1987). The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility and Corporate Social Responsiveness, California Management Review, 29(3), s. 104
- Eren, E. (1990). İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim, 3.Baskı, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları, Fatih Matbaası, İstanbul.
- Erden, P. (2011), Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erkman, T. ve Şahinoğlu, F. (2012), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine İlişkin Çalışan Algıları İle Örgütsel Bağlılığın Hizmet Sektöründe İncelenmesi”, Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı: 33, Cilt: 2, ss. 267-294.
- European Commission, A Business Contribution to Sustainable Development, Brussels, Communication From the Commission Concerning Corporate Social Responsibility, 2002: 6.
- European Commission, Promoting A European Framework For Corporate Social Responsibility Green Paper, Belgium, 2001: 8.
- Fatma Ulucan Özkul, Zehra Özdemir, İşletmelerde Hile Riski Yönetimi: Yöneticiler İçin Temel Uygulama Adımları, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2011, s. 117
- Figen Dalyan, Serpil A. Gökbel, İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: BORSA İSTANBUL’de İşlem Gören Bankaların Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Karlılıkları Arasındaki İlişki, Eskişehir, T.C.Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1627, 2005: 35.
- Fogler R., Nutt F., “A Note on Social Responsibility and Stock Valuation”, Academy of Management Journal, 18(1), 1975., s. 155-60
- Frederick, W.C. (1998) “Moving to CSR4: What to pack for the trip” Business and Society. 37. 1: 40-59.
- Freeman, R.E.; R.A. Phillips, Stakeholder Theory: A Libertarian Defence, Business Ethics Quarterly, 12: 3, 331-349, (2002).
- FTSE, (Çevrimiçi)
http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/Downloads/F4G_Criteri

a.pdf sf. 1., 10 Eylül 2012

Gemici, Banu Çiçek. Kurumsal İmaj ve İtibar Yönetiminde Güncel Bir İletişim Stratejisi Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010

Gilder, D., Schuyt, T. ve Breedjik, M. (2005). Effects of an employee volunteering program on the work force: the ABNAMRO case. Journal of Business Ethics, 61(2), 143-152.

Gómez-Lugo, F. (2005). The Protection of Fundamental Rights at Work: A Study of Venezuela and the Andean Community, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), McGill University Faculty of Law, Montreal.

GRI (2024), <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>, 15 Mart 2024.

Griffin Jennifer J., John F. Mahon , “The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty-Five Years of Incomparable Research”, Business & Society, 36(1), 1997, s.15

Güleryüz, İ. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Kurumsal İtibar Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Gül Bayraktaroğlu, Burcu İlter, Mustafa Tanyeri, Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Yeni Bir Paradigmaya Doğru, İstanbul, Literatür Yayıncılık, 2009: 7.

Gül Coşkun, Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2010: 45.

Halis Yunus Ersöz, Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2007-36, 2007: 22.

Halis Yunus Ersöz, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, İşletmelerde İş Etiği, ed. Sabri Orman, Zeki Parlak, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2009-23, 2009: 131-132.

- Hart, S. L. (1995). A Natural-Resource-Based View of The Firm, *Academy of Management Review*, 20 (4): 984-1014.
- Hawkins, David E. *Corporate Social Responsibility: Balancing Tomorrow's Sustainability and Today's Profitability*, Palgrave MacMillan, 2006: 3.
- Herndon, N., Fraedrich, J. P. ve Yeh, Q. (2001). An investigation of moral values and the ethical content of the corporate culture: Taiwanese versus U.S. sales people. *Journal of Business Ethics*, 30(1), 73–85.
- Hofman, P. ve Newman, A. (2014). The impact of perceived corporate social responsibility on organizational commitment and the moderating role of collectivism and masculinity: Evidence from China. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(5), 631-652.
- Huang, C., You, C. ve Tsai, M. (2012). A multidimensional analysis of ethical climate, job satisfaction, organizational commitment and organizational citizenship behaviors. *Nursing Ethics*, 19(4), 513-529.
- ILO, “Workplace Discrimination,” (Çevrimiçi) <http://www.ilo.org>, 25.10.2010
- ILO, *Freedom of Association In Practice: Lessons Learned: Global Report Under The Follow-up To The ILO Declaration On Fundamental Principles and Rights At Work*, Geneva, Report of The Director-General Report I (B), 2008, s. 19
- Ingram, Robert W., Katherine B. Frazier, “Environmental Performance and Corporate Disclosure”, *Journal of Accounting Research* 18(2), 1980, s.614–622
- İbrahim Efe Efeoglu, “İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi, İş Doyumu ve Çalışan bağlılığı Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma”, (yayınlanmamış doktora tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Adana, 2006, s. 1
- İsmail Alabulut, “İşverenlerin Çalışanlara Karşı Sosyal Sorumlulukları”, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Erzurum, 1996, s. 49
- John L. Campbell, “Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility,” *Academy of*

John, A., Qadeer, F., Shahzadi, G. and Jia, F. (2019). Getting Paid to be Good: How and When Employees Respond to Corporate Social Responsibility?, *Journal of Cleaner Production*, (215): 784-795.

Joseph Corkin, "Misappropriating Citizenship: The Limits Of Corporate Social Responsibility", *Perspectives On Corporate Social Responsibility: Corporations, Globalisation and The Law*, ed. Nina Boeger, Rachel Murray, Charlotte Villiers, UK, Edward Elgar Publishing Limited, 2008: 42.

Journal of Life Economics, 1, 1-12.

JSE, (Çevrimiçi)
http://www.jse.co.za/Libraries/SRI_Criteria_Documents/01_Background_and_Criteria_2011.sflb.ashx, s.2., 10 Eylül 2012

Kaan Kangal, "Dünya Tekellerinin Kara Listesi," (Çevrimiçi) www.sendika63.org, 15.03.2019.

Kadriye Bakırcı, Çocuk ve Genç İşçilerin Haklarının Korunması: Uluslararası, Bölgesel ve Türk Hukuku Açısından, İstanbul, Beta Basım A.Ş., 2004, s. 41-57

Kağnıcıoğlu, D. (2007).Endüstri İlişkileri Boyutuyla Sosyal Sorumluluk, Eskişehir, T.C.Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1722, 95.

Karake, Zeina A. "An Examination of the Impact of Organizational Downsizing and Discrimination Activities on Corporate Social Responsibility as Measured by A Company's Reputation Index", *Management Decision*, 36(3), 1998, s.209.

Kaşlı, Tahir Emre. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka İmajı ve Marka Farkındalığına Etkileri: İşletme Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011

Kavi, E., Koçak, O. (2011). Çalışma Yaşamında Etik, Bursa, Ekin Yayınevi, s. 68

Kavut, Fil. (2010)"Kurumsal Yönetim, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çevresel Raporlama: IMKB100 Şirketin Çevresel Açıklamalarının İncelenmesi" İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi Sayı: 66

Kaynar, B. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışına Dayalı Sosyal Raporlamanın

İşletme Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye Uygulaması, T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Afyonkarahisar.

Kenan Çayır, “Yaşçılık/ Yaşa Dayalı Ayrımcılık,” Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2012, s. 9

Khojastehpour, M. and Shams, S. M. R. (2019). Addressing the Complexity of Stakeholder Management in International Ecological Setting: A CSR Approach, Journal of Business Research, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.012>

Koçoğlu, C. M. ve Saraç, Ö. (2016). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı Düzeyleri: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği, ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies), No: 1.

Koh, H. C. ve Boo, E. (2004). Organizational ethics and employee satisfaction and commitment. Management Decision, 42(5), 677-693.

Kotler P. ve Lee, N. Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, MediaCat, 2006.

Koray Başol, Mustafa Durman ve Hüseyin Önder, (2007), Doğal Kaynakların ve Çevrenin Ekonomik Analizi, Bursa: Alfa Aktüel Yayınları: s.155

Lo, Shih-Fang, Her-Jiun Sheu, “Is Corporate Sustainability a Value-Increasing Strategy for Business?”, Corporate Governance, 15 (2), March 2007,s.346.

Maignan Isabelle. and Ferrell O. , “Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France”, Journal of Business Ethics, 23(3), 2000, 283-297

Manuela Weber, “The Business Case For Corporate Social Responsibility: A Company-Level Measurement Approach For CSR,” European Management Journal, V: 26 (4), 2008: 249.

Marcel Van Marrewijk, “Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion”, Journal of Business Ethics 44: 95-105, Kluwer Academic Publishers, 2003

Marcello Palazzi ve George Starcher, Corporate Social Responsibility and Business

- Success, Paris, European Bahá'í Business Forum, 2006: 5.
- Martı Çimen, İşletmelerin Çalışanlara Karşı Sosyal Sorumluluklarının Örgütsel Güvene Etkisi, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kütahya, 2007, s. 17-18.
- Martina Kornfeldová ve Renáta Myšková, “Health and Safety at Work – Part of Corporate Social Responsibility,” Scientific Papers of the University of Pardubice: Series D, Faculty of Economics & Administration, V: 18 (25), 2012, s. 94
- Mele, D. (2008). Corporate Social Responsibility Theories, The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility, pp:47-82.
- Micheal B. Runnels, v.d., “Corporate Social Responsibility and The New Governance: In Search Of Epstein’s Good Company In The Employment Context,” Akron Law Review, V:43 (2), 2012, s. 513-515
- Milliyet Gazetesi, “İşten Çıkışta Akıllı Telefon Aptallaşacak” 25 Aralık 2011, s. 6
- Moskowitz Milton, “Choosing Socially Responsible Stocks”, Business & Society, 1(1), 1972, 71- 75
- Moon, T., Hur, W., Ko, S., Kim, J. ve Yoon, S. (2014). Bridging corporate social responsibility and compassion at work relations to organizational justice and affective organizational commitment. Career Development International, 19(1), 49-72.
- Muammer Sarıkaya, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik, ed. Senem Besler, İstanbul, Beta Yayınları, 2009: 68.
- Murat Başesgioğlu, “Çalışan Çocuklar Her Türlü Suiistimal ve İstismara Açıktır,” Tes-İş Dergisi, Haziran 2005, s. 32
- Murat, E. (2009). Değer Tabanlı Yönetim ve Kurumsal Sürdürülebilirlik, Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik, Ed. Senem Besler, Beta Yayıncılık, İstanbul, 30.
- Mustafa Aykaç, Zeki Parlak, Süleyman Özdemir, Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Arttırılması ve Türkiye’de KOBİ’ler, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No:2008-24, 2009, s. 59-60

Nayir, D.Z., Herzig, C. (2012). Value Orientations As Determinants of Preference For External and Anonymous Whistleblowing, *Journal of Business Ethics*, V:107 (2), s. 199

Neslihan Tözge, “Koç Topluluğu’nun Toplumun Gelişimi İçin Yürüttüğü Faaliyetlerin Çatısını Vakıfları Oluşturuyor,” *TİSK İşveren Dergisi*, Temmuz 2005: 18.

Nicole Renée Baptiste, “The Symbiotic Relationship Between HRM Practises and Employee Well- Being: A Corporate Social Responsibility Perspective”, *The Ashgate Research Companion To Corporate Social Responsibility*, ed. David Crowther, Nicholas Capaldi, England, Ashgate Publishing, 2008, s. 169

Nilüfer Yörük Karakılıç, “Kurumsal İtibarın Tüketici Tercihleri Üzerine Etkileri: Afyon’da Perakende Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma,” *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C: VII (2), 2005: 182.

Onions, C.T.(Ed) (1964). “The Shorter Oxford English Dictionary”, Oxford:Clarendon press

Orhan Koçak, *Bilgi Toplumu Sürecinde Çalışma Yaşamı: Dijital Teknolojiler Boyutuyla*, Bursa, Ekin Yayınevi, 2011, s. 61

Osman Çalışkan, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma”, (yayınlanmamış doktora tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Konya, 2010, s. 45.

Ozan, M. S. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Örneğinde Türkiye-AB Karşılaştırması, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yönetim Bilimleri Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Sivas.

Öcal, A.T. (2007). *İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu: Ahlaki Bir Değerlendirme*, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Özbay, D. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Endeksi: Bir Model Önerisi, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Bilim Dalı

Doktora Tezi, İstanbul.

Özdemir, H. Ö. (2007), Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarının örgütsel özdeşleşme, çalışan bağlılığı ve iş tatminine etkisi: OPET çalışanlarına yönelik uygulama (Basılmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.

Özer Silsüpür ve Ahmet Tarhan, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Marka İmajı Üzerindeki Rolüne Dair Bir Araştırma,” Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, C:1(2), 2021: 600.

Özevren, M. (1997). Toplam Kalite Yönetimi Temel Kavramlar. İstanbul: Alfa.

Özgüç, Erkan. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Kapsamında İMKB-30 Endeksi Şirketleri. Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu, 2009

Özgür Saç, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi Üzerine Bandırma Yerelinde Bir Araştırma”, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2009, s. 42

Özlem Işığışık, XXI. Yüzyılda İstihdam ve İnsana Yakışır İş, Bursa, Ezgi Kitabevi, 2005, s. 41

Özgen, E. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri. İstanbul, Mavi Ağaç Kültür Sanat Yayıncılık, 2006.

Öztürk, M. C. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Gelişimi. Kurumsal Sosyal Sorumluluk içinde, yazar Mesude Canan Öztürk, Torlak Ömer, Mine Ayman, Nuray Tokgöz ve Ebru Özgen, 2-20. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. Business and Society, 43(3), 296-319.

Pirler, B. (2005). “İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu,” TİSK İşveren Dergisi, 13.

Post, J. E. & W. Frederick & A. T. Lawrence & J. Weber, Business and Society, 8. ed. McGraw- Hill Inc., 1996

- Punter, L. and Gangneux, D. (1998). Social Accountability: The Most Recent Element to Ensure Total Quality Management, *Total Quality Management*, 9 (4-5): 196-198.
- Quazi, A. M., and D. O'Brien: "An Empirical Test of a Cross-National Model of Corporate Social Responsibility", *Journal of Business Ethics*, 25, 2000, pp. 33-52
- Ramon Mullerat, "The Global Responsibility of Business", *Corporate Social Responsibility: The Corporate Governance of the 21st Century*, ed. Ramon Mullerat, Netherlands, Kluwer Law International, 2005: 3.
- Raymond A. Noe, İnsan Kaynaklarının Eğitimi & Geliştirilmesi, çev. Canan Çetin, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2009, s. 397.
- Ruf, Bernadette M., Krishnamurty Muralidhar, KarenPaul: The Development of a Systematic, Aggregate Measure of Corporate Social Performance, *Journal of Management*, 24(1), 1998, s.122
- Ruşen Keleş, Can Hamamcı ve Aykut Çoban, (2009), Çevre Politikası, 6. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi: s.
- Sabahat Bayrak, İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2001: 84.
- Saç, Ö. (2009), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi Üzerine Bandırma Yerelinde Bir Araştırma, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saran, M., Coşkun, G., İnal Zorel, F., ve Aksoy, Z. (2011). Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk Bilincinin Geliştirilmesi: Ege Üniversitesi Topluma Hizmet Uygulamaları Dersi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 22 (6),
- Sarıkaya, Muammer, F. Zişan Kara, "Sürdürülebilir Kalkınmada işletmenin Rolü: Kurumsal Vatandaşlık", *Yönetim ve Ekonomi*, 14/2, 2007: 224.
- Scott Pegg, "An Emerging Market For The New Millennium: Transnational Corporations and Human Rights", *Transnational Corporations and Human Rights*, ed. Jędrzej George Frynas and Scott Pegg, New York, Palgrave Macmillan, 2003: 6-7.
- Sen, S. and Bhattacharya, C. B. (2001). Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility, *Journal of Marketing Research*, 38 (2): 225-243.

- Sethi, Prakash S: Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework, California Management Review, 17/3, 1975, s. 58-64
- Sevgi Usta Sayita, “İnsan Haklarında En Acil Durum Çocuk Hakları,” Görüş, Mart 2004, s. 58
- Sevinç Korkmaz, İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları, Kocaeli, Umuttepe Yayınları, 2009, s. 23
- Seyhan Erdoğan, “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları,” Çalışma Ortamı Dergisi, Sayı: 62, Mayıs-Haziran 2002: 6.
- Sibel Yamak, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi, İstanbul, Beta Yayınları, 2007: 10.
- Stephen Chen, Petra Bouvain, “Is Corporate Responsibility Converging? A Comparison of Corporate Responsibility Reporting in the USA, UK, Australia, and Germany,” Journal of Business Ethics, V: 87 (1), 2009: 299.
- Sturdivant, Frederick. D., James L. Ginter, “Corporate Social Responsiveness”, California Management Review, 19 (3), 1977, s. 30-39
- Su, L. and Swanson, S. R. (2019). Perceived Corporate Social Responsibility's Impact on the Well-Being and supportive Green Behaviors of Hotel Employees: The Mediating Role of the Employee- Corporate Relationship, Tourism Management, (72): 437-445.
- Subhabrata Bobby Banerjee, Corporate Social Responsibility - The Good, the Bad and the Ugly, Edward Elgar Publishing, Inc., Cheltenham, UK • Northampton, MA, ABD, 2007
- Şimşek, B. (1999). Yöneticilerin Çalışanlara Karşı Etik Sorumlulukları, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(3), 72.
- Tak, Bilgin. İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerin Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınevi, 2009
- Türker, D., (2009) “How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment”, Journal of Business Ethics, Vol: 89, No: 2, ss. 189-204.

3732-3747.

Toker Dereli, Bilgi Çağında Endüstri İlişkileri, İstanbul, Değişim Yayınevi, 1997, s. 2

Tokgöz, Nuray, Saime Önce, “Şirket Sürdürülebilirliği: Geleneksel Yönetim Anlayışına Alternatif”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 2009: 265.

Torlak, Ömer. «Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları.» Kurumsal Sosyal Sorumluluk içinde, yazar Mesude Canan Öztürk, Ömer Torlak, Mine Ayman, Nuray Tokgöz ve Ebru Özgen, 32-45. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2013

Tozar, T., (2006), Doğal Kaynakların Sürdürülebilirliği İçin Geliştirilen Ekolojik Planlama Yöntemleri, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, , İstanbul.

Tuğçe Gürel Boran, Türkiye’den Uygulama Örnekleriyle Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2011: 16.

Tunçel, Hakan (2011) “Halkla İlişkiler Perspektifinden Kurumsal Vatandaşlık Anlayışına Bir Bakış”, Kadir Has Üniversitesi. Erişim Tarihi (08.04.2013).

Türkel, S. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişiminde Kullanılan Mecraların Tüketici Tutumuna Etkisi: Perakendecilik Sektöründe Bir Araştırma, T.C. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir.

Türker, Duygu, “Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study”, Journal of Business Ethics, 85, 2009, s.414-415

Ulus Kürşat Şerifoğlu, Elif Sungur, “İşletmelerde Sağlık ve Güvenlik Kültürünün Oluşturulması; Tepe Yönetimin Rolü ve Kurum İçi İletişim Olanaklarının Kullanımı,” İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, C:58, 2007, s. 2

UN Global Compact, (2024)
http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/GC_brochure_FINAL.pdf, 15 Mart 2024.

Vance Stanley, “Are Socially Responsible Corporations Good Investment Risks?” , Management Review, 64(8), 1975, s. 18-24

- Vatansever, Ç. (2010). İş ve İş Dışı Yaşam Dengesi, Kurumlarda İyilik de Var, Ed. Güler İslamoğlu, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Valentine, S., Godkin, L. ve Lucero, M. (2002). Ethical context, organizational commitment and person-organization fit. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 349-360.
- Verschoor, C.C. (2005). Is This the Age of Whistleblowers?, *Strategic Finance*, No: 86 (7), s. 18.
- Waddock, Sandra A, B. Samuel Graves, “ The Corporate Social Performance- Financial Performance Link”, *Strategic Management Journal*, 1997,18(4), s.303-319
- Wartick, S. L. & Cochran, P. L. (1985) ”The Evolution of the Corporate Social Performance Model”. *Academy of Management Review*. Vol. 10 Issue 4, p758-769
- Wilton, B. (2005). İşletmelerden Devletin Fonksiyonlarını Üstlenmesi Beklenmemeli, *TİSK İşveren Dergisi*, 23.
- Wood, Donna J. : “Social Issues in Management Theory and Research in Corporate Social Performance”, *Journal of Management*, 17(2), 1991
- Yalman, Y. (2021). Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi: Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* , 10 (4), s.3688
- Yamak, Sibel. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi. İstanbul: Beta Yayınları, 2007
- Yazan, Ö. (2015). Muhasebe Bilgi Kalitesi Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kazanç Yönetimi ve Finansal Performans İlişkisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Programı, Doktora Tezi, Trabzon.
- Yılmaz, Atilla. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yatırım Fonları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye' de Büyüme Potansiyeli. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.
- Yılmaz, Harun. Havaalanı Sisteminde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı ve

Raporlaması: TAV Havalimanları Holding A.Ş. Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010

Yozgat, U., ve Deniz, R. B. (2008). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Faaliyetleri Amaç - Algı Farklılıkları Analizi. 13.Ulusal Pazarlama Kongresi "Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar" içinde (ss. 142-150). Nevşehir, Nevşehir Üniversitesi.

You, C. S., Huang, C. C., Wang, H. B., Liu, K. N., Lin, C. H. ve Tseng, J. (2013). The relationship between corporate social responsibility, job satisfaction and organizational commitment. International Journal of Organizational Innovation, 5(4), 65-77.

Yuen, K. F., Thai, V. V., Wong, Y. D. and Wang, X. (2018). Interaction Impacts of Corporate Social Responsibility and Service Quality on Shipping Firms' Performance, Transportation Research Part A, (113): 397-409.

Yusof, J. M., Manan, H. A., Karim, N. A. and Kassim, N. A. M. (2015). Customer's Loyalty Effects of CSR Initiatives, Procedia - Social and Behavioral Sciences, (170): 109-119.

Zutshi, A. ve Sohal, A. (2004). "A study of the environmental management system (EMS) adoption process within Australasian organisations–2. Role of stakeholders", Technovation 24: 371-386, 2004

İnternet Kaynakları

http-1: [https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/turkish-turkce-\(Erişim tarihi: 02.02.2023\)](https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/turkish-turkce-(Erişim tarihi: 02.02.2023))

http-2: <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 03.02.2023)

http-3: https://inhak.adalet.gov.tr/Resimler/Dokuman/2312020100834bm_48.pdf(Erişim tarihi: 07.02.2023)

http-4:https://www.ilo.org/ankara/conventions-ratified-by-turkey/WCMS_377302/lang--tr/index.htm (Erişim tarihi: 07.02.2023)

http-6, Boston College, <http://www.bccccc.net/pdf/KSSIRReport2010.pdf>, 10 Aralık 2010

http-7, İMKB, (Çevrimiçi)
<http://www.imkb.gov.tr/Indexes/StockIndexesHome/CorporateGovernanceIndex.aspx>, 8 Eylül 2011.

http-9, Türkiye KSD (2023). <https://www.turkiyeksd.org/>

http-10, “Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Bildirisi,” (Çevrimiçi)
<http://www.cocukhaklari.gov.tr>, 13.04.2009.

