

ÖRGÜTSEL VERİMLİLİK VE ÖRGÜTLERDE SOSYAL SORUMLULUK İLKESİ

Ahmet DİKEN*

ÖZET

Örgütler, bir yanda kıt kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanarak toplumun istediği mal ve hizmeti üretirken, diğer yandan süreklilik ve kâr amacını gerçekleştirmektedir. Örgütler bu iki nokta arasında optimal denge sağlamakla bir yandan toplumun güvenini kazanmakta, diğer yanda piyasada sürekliliğini sağlamak ve maksimum kar elde etme avantajını sağlayabilir. Çünkü, sosyal olguya eğilen örgütler, toplum tarafından artık alkışlanmakta, onların ürettiği mal ve hizmetlere daha çok alıcı bulunabilmekte, pazarlama imkanları artmaktadır.

Sosyal sorumluluk, işletmelerin faaliyette buldukları çevredeki toplumsal sorunları belirlemesi ve bu sorunların çözümü için gereken çalışmaları yapmasıdır. Doğal kaynakların düşüncesizce tüketilmesinin önlenmesi, hava, su ve toprak kirliliğinin azaltılması, geri dönüşümün sağlanması, atıkların kontrol edilebilmesi ve hatta çevresel korumanın maliyetlerinin belirli oranlarda tutulabilmesi başlı başına bir yönetsel enerji ve zaman içermektedir.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Sorumluluk, Sosyal Paydaş, Verimlilik

ABSTRACT

Organizations is on one side produce goods and services which is demanded by people by using scarce resources; on the other hand provide profit and try to be survival in the market. By providing optimal balance between these two points, organizations may be well known by people and make advantage of survival and profitability. Because, such firms are approval by people and so it will be easy to sell their products and services in the market.

Social responsibility is determined of social problems by firms in their environments and making necessary studies in order to solve these problems. Preventing from the thoughtless consumption of natural resources; reducing the pollution of air,water and soil; supplying the recycling; controlling the litters and also having a certain ratio of the cost of protection the environment are main managerial subjects that consume energy and time.

Keywords

Social Responsibility, Social Shareholders, Productivity

* Yrd. Doç.Dr. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

1.GİRİŞ

Ekonomi, "tabiatta bulunan sınırlı kaynaklarla, insanların sınırsız istek ve ihtiyaçlarının tatmin edilmesi" olarak tanımlanır. Sürekli artış gösteren dünya nüfusunun istek ve ihtiyaçları, sınırlı olan, herhangi bir artış göstermeyen kaynaklarla nasıl karşılanabilir? İnsanların mutlu bir şekilde yaşayabilmeleri, ekonomik ve sosyal yönden tatmin olabilmeleri ancak ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması ile sağlanabilir. Kıt olan kaynaklarla bunu gerçekleştirmek mümkün müdür?

Yukarıdaki sorulara olumlu cevap verebilmek, ancak kaynakların etkin kullanımı, yani verimlilik ile mümkündür. Örgütlerin verimli bir şekilde yönetilmesi mikro düzeyde olduğu kadar makro çerçevedeki faktörleri de dikkate alarak strateji geliştirilmesi gerekir. Diğer yandan gerek devletin gerekse toplumun tüm birey ve kurumlarının verimlilik kavramının yanında kuşanması gereken diğer bir ilke de "sosyal sorumluluk ilkesi" dir.

Bu makalede, dar sınırlar içerisinde örgütlerin kıt kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanmaları ve onları bu amaca yönelten sosyal sorumluluk kavramı ve ilişkisi üzerinde durulacaktır.

1. Örgütsel Verimlilik

1.1. Verimliliğin Tanımı

Genel olarak verimlilik, belirli bir üretim miktarı ile bu üretimi elde etmek için kullanılan faktörler arasındaki oran şeklinde tanımlanmaktadır(Şimşek,2004,165). Bundan dolayı verimlilik, çeşitli mal ve hizmetlerin üretimindeki kaynakların (emek, sermaye, arazi, malzeme, enerji, bilgi) etkin bir şekilde kullanımı olarak ifade edilir.

Örgütlerde yüksek verimlilik amaçlanır. Yüksek verimlilik, aynı miktar kaynakla daha çok üretmek, ya da aynı girdiyle daha çok çıktı elde etmektir. Bu ilişki aşağıdaki şekilde formüle edilir(Prokopenko,1992,3).

$$\text{Verimlilik} = \text{Çıktı} / \text{Girdi}$$

Burada verimlilik üretim ögesi birimine düşen çıktı (üretim sonucu) miktarını gösterir ve çıkan sonuç ne kadar büyük olursa verimlilik o kadar fazla olur.

Verimlilikle ilgili çok sayıda tanım yapılmıştır. Çeşitli organizasyonlar tarafından yapılan tanımların bir kaç aşağıda verilmiştir (KÖROĞLU,1993::2)

OECD'ye göre Verimlilik; çıktının üretim öğelerinden birisine bölünmesidir. İLO'ya göre ürünlerin, onları oluşturan toprak, sermaye, emek ve girişimci gibi unsurlara oranı verimlilik olarak tanımlanır.

EPA(European Productivity Agency): (1)Verimlilik her bir üretim öğesinin etkili kullanım derecesidir. (2) Verimlilik her şeyden önce bir düşünce tarzıdır ve sürekli var olanı iyileştirmeye çalışır. (3) her şeyin bu günün dünden daha iyi olması esasına dayanan bir kavramdır. İnsanoğlunun ilerlemesi için somut bir çabadır.

Japonya'da verimliliği artırmak ve her kesime yaygınlaştırmak için Japon verimlilik merkezi (JPC) 1955 yılında özel, kâr amacı gütmeyen bir organizasyon olarak kuruldu. JPC'nin fahri başkanı Bay Goshi verimliliğin sadece bir input-output ilişkisi şeklinde tanımlanamayacağını ifade ederek, ona yeni bir boyut kazandırmıştır. Goshi verimliliği şöyle tanımlamaktadır (Özdamar,1988,117): "Verimlilik her "şeyden önce zihinsel bir tutumdur. Bu, ilerlemenin ve sürekli kalkınmanın mantalitesidir. Bugünden iyi, yarından daha az iyi yapabilmekten emin olmasıdır. Ne kadar iyi görünürse görünsün, gerçekten ne kadar iyi olursa olsun, bugünkü durumu daha da iyileştirmek arzusudur. Ekonomik ve sosyal hayatın değişen şartlara sürekli olarak uydurulmasıdır, yeni teknik ve yöntemlerin uygulanmasında gösterilen sürekli çabalar, insanoğlunun ilerlemesine olan inançtır."

Verimlilik aynı zamanda sonuçlarla, bu sonuçları elde etmek için harcanan zaman arasındaki ilişki olarak da tanımlanabilir. İstenen sonucu elde edebilmek için harcanan zaman azaldıkça, sistemin verimliliği artar. Özetle amaç, en kısa zamanda en az kaynak kullanımı ile istenen sonucu elde etmektir. Örgütü bu sonuca götüren çeşitli faktörler vardır.

2.2. Verimliliği Arttıran Faktörler

Verimlilik artışı sadece işleri daha iyi yapmak olmayıp, bunun yanında doğru işleri daha iyi yapmaktır. Üretim süreci karmaşık bir sistemdir. Verimlilik, ancak emek, sermaye ve örgütün sosyal çevresiyle ilişkileri dengelendiği ve bir bütünlük kazandığı zaman anlamlı olabilir. Verimlilik artışı, sosyo-üretim sisteminin temel faktörlerinin belirlenebilmesi ve yönetimin bunu başarılı bir şekilde örgütlemesi ile sağlanabilir. Öncelikle dengelemesi gereken bu faktörler, iş, kaynak ve çevre olarak ifade edilebilir. Ancak verimlilik artışını sağlayabilmek için her şeyden önce yöneticilerin denetleyebilecekleri faktörleri ayırt etmelerine yardımcı olacak bir sınıflandırma yapmak gerekmektedir.

Yukarıdaki anlayış çerçevesinde verimliliği arttıran faktörleri iki temel grup şeklinde ayırmak mümkündür (Prokopenko,1992,11).

1. Dış (denetlenemeyen) Faktörler,
2. İç (denetlenebilen) Faktörler.

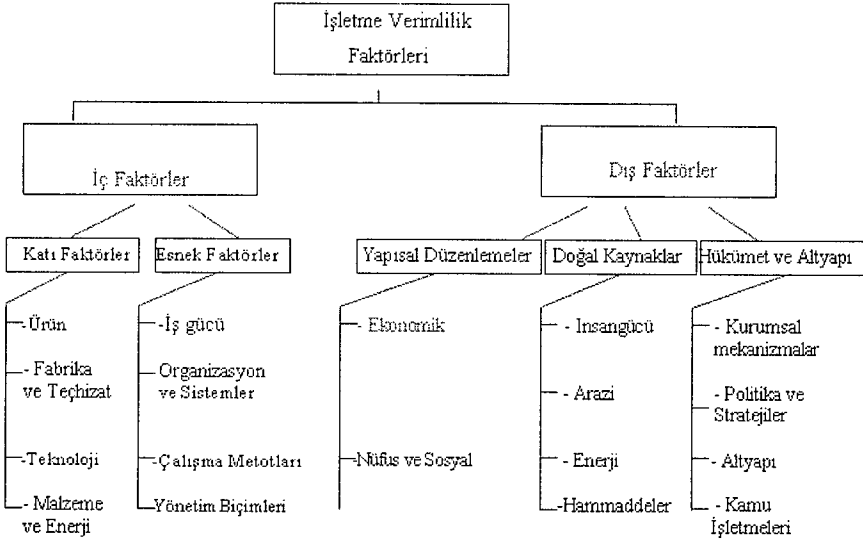
Dış faktörler, bir işletmenin denetimi dışında, iç faktörler ise işletmenin denetiminde olan faktörlerdir. Verimlilik artışına yol açan iç ve dış faktörlerin bütünleşmiş modeli şekil l'de şematize edilmiştir(Prokopenko,1992,12).

İç faktörlerden katı faktörler kolay değiştirilemeyen, esnek faktörler ise kolay değiştirilebilen faktörlerdir. Şekilde:1' de görüldüğü gibi, katı faktörler ürünleri, teknolojiyi, teçhizatı ve hammaddeleri kapsar. Esnek faktörler ise, iş gücü, örgütsel sistemler ve prosedürler, yönetim biçimleri ve iş metotlarından ibarettir.

Kontrol edilemeyen faktörler olarak da ifade edilebilen dış faktörler, hükümet politikalarını ve kurumsal mekanizmaları; siyasi, ekonomik ve sosyal koşulları; iş ortamı, finansman, enerji, su, taşıma, iletişim ve hammadde sağlama imkanlarını kapsar. Bu şartları, işletme kontrol edemediği halde, örgütün verimliliğini etkilemektedirler.

Yönetim, verimlilik programlarının planlanması ve uygulanması sırasında bu faktörleri dikkate almalıdır. Kısa dönemde bir işletmenin kontrol edemediği bu faktörler, toplum yapısının üst kademeleri ve kurumlar tarafından denetim altına alınabilir. Bu aşamada yapılan planların esnek oluşuna dikkat edilmelidir.

Verimliliğe duyulan ihtiyaç veya istek zaman içinde çeşitli biçimlerde karşımıza çıkar. Makro düzeyde verimlilik çalışmaları, enflasyonla mücadelede ya da ücret politikalarının belirlenmesinde kanun koyuculara iyi bir yol gösterirken, işletme düzeyinde, performansı değerlendirmeye yardımcı olmuştur. Ancak "sınırlı kaynaklarla sınırsız istek ve ihtiyaçların tatmin edilmesi" için etkin ve verimli bir yönetim anlayışının sergilenmesine olan ihtiyaç da inkar edilemez. Son derece önemli olan bu yönetim anlayışı, sadece makro ve mikro dengeler için değil; aynı zamanda içinde yaşadığımız toplum ve çevre yönüyle de önemlidir.Kaynakların gittikçe tükenmeye yüz tuttuğu günümüzde verimlilik, artık her ülkenin milli politikası olmaya başlamıştır.

Şekil: 1. Örgüt Verimlilik Faktörlerinin Bütünleşmiş Modeli

Kaynak: Joseph PROKOPENKO (Çev. Olcay BAYKAL ve Diğ.), Verimlilik Yönetimi Uygulamaları El Kitabı, MPM Yay. Ankara-1992,s.12

Görülüyor ki verimlilik toplumun bütün fertlerini yakından ilgilendiren bir kavramdır. Bugün Dünyamız teknik açıdan hangi düzeye gelmiş olursa olsun, yakın gelecekte, planlanan ve belki toplumu çok daha ileriye götürme imkânına sahip olan her şeyin temeli insan ve insan ilişkileridir. Bu ilişkiler sağlıklı olmadığı müddetçe sonuç almak mümkün olmaz. Hatta bir ülkedeki kaynakların etkin ve verimli kullanılması politikası, en az o ülkenin para politikası kadar önemli olarak görülmelidir. Japonların endüstriyel başarısının itici gücü olarak bilinen Toplam Kalite Yönetim sisteminin temelinde de bu anlayış yatmaktadır. Bu anlayışı gerçekleştirmek, kısa vadede çeşitli araçlarla mümkün görülebilir. Ancak uzun vadede kaynakların etkin ve verimli kullanılması, insanlara sosyal sorumluluk bilinci aşılardan gerçekleştirilmek mümkün görülmemektedir.

3. Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Örgütlerde Sosyal Sorumluluk

3.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı

Sorumluluk yükümlülüğü ifade eder. Örgütün en başta devlete ve topluma karşı yükümlülüğü vardır (Cemalcılar ve diğerleri,1985:27).

Sosyal sorumluluk ise, iş adamlarının çevresel faktörlere ve toplumun değer yargılarına göre hareket ederek işletmelerini yönetmesi şeklinde tanımlanabilir.

Bir kısım yazarlar, toplumun çıkarına olan hemen her faaliyeti sosyal sorumluluk kavramı içine sokmaya çalışmaktadırlar. Onlara göre verimli ve etkin bir şekilde mal ve hizmet üreten her işletme, sosyal sorumluluğu yerine getiriyor demektir. Bu görüş klasik yaklaşıma aittir. Ancak günümüz modern işletmelerinden bundan fazlası beklenmektedir (Şahin,1984:58).

Sorumluluk, topluma karşı yüklenen ve gerektiğinde hesap verme duygusu olarak değerlendirilebilir. İşletmelerin ilişki de buldukları birçok sosyal sorumluluk alanları bulunmaktadır. Bu alanlar sosyal sorumluluğun sınırlarını çizmekte ve aynı zamanda kapsamını oluşturmaktadır. Genel olarak işletmelerin sahip ve ortakların çıkarlarının korunması, çalışanlara nitelikli iş ortamlarının sağlanması, çevreye iş imkanlarının sağlanması, tüketicilerin korunması, çevre kirliliğinin önlenmesi ve yaşanabilir çevrenin oluşturulmasına katkıda bulunmakta ve toplumsal sorunların çözümünde yardımcı olmak şeklinde sayılabilecek bazı sorumluluk alanları vardır.

Sosyal sorumluluğun çeşitli tanımları olmakla beraber, bu tanımların çoğunda ortak olan dört unsurdan söz etmek mümkündür(Sönmez ve Bircan,2003:6).

- İşletmelerin kâr elde etmek için mal ve hizmet üretmelerinin ötesinde sorumlulukları,
- Bu sorumlulukların içinde, işletmelerin ortaya çıkmasına katkıda buldukları sosyal problemlerin çözümüne katkıda bulunmak,
- İşletmeler sadece hissedarlara karşı değil, sosyal paydaşlar olan çevreye karşı da sorumludurlar.
- İşletmeler sadece ekonomik değerlere odaklanmakla kalmayıp, daha geniş anlamda insani değerlere hizmet etmektedirler

Sosyal sorumluluk, 1980'li yılların başlarında "İşletmelerin ekonomik faaliyetlerinin onunla ilgili tarafların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve tüm toplumun) hiçbirinin menfaatlerine zarar verilmeden yönetilmesi" olarak tanımlanırken,; günümüzde ise, işletmenin ekolojik çev-

reyle ilgili sorumluluğu da çevre bilincinin artmasıyla birlikte sosyal sorumluluk kavramının bir parçası haline gelmiştir.

İşletmeler, artan biçimde "sosyal oyuncular" olarak kendi rollerinin farkına varmakta ve çevreyle ilgili konuları bir maliyet unsuru olarak algılamak yerine, günlük faaliyetlerinin bir parçası olarak görmektedirler. İşletme yöneticilerinin sosyal sorumluluğun kapsamını daha iyi anlamasına ve bu doğrultuda hareket etmesine, toplumda çevre bilincinin artmasıyla birlikte, tüketicilerden, çalışanlardan, rakiplerden ve hükümetten gelen baskılar da rol oynamaktadır

Şirketlerin Sosyal Sorumluluğu bir kavram olarak ortaya atılmadan önce ilk kez 2000 yılı Temmuz ayında kavramın uluslar arası düzeyde kurumsallaşması için gerekli altyapı kurulmaya başlanmış, ulus ötesi şirketlerin, Birleşmiş Milletler nezdinde **Küresel İlkeler Sözleşmesi** adlı (**Global Compact Initiative**) bir sözleşmeye angaje olmaları ve böylece, gönüllülük temelinde sosyal sorumluluk üstleneceklerini tüm dünyaya deklare etmeleri sağlanmıştır. Çok geçmeden pek çok ülkede sermaye örgütlerinin sponsorluğunda propaganda amaçlı tanıtım toplantıları düzenlenmeye başlanmıştır.

Şirketlerin yerine getirmesi gereken dört temel **sorumluluk** (1) **Ekonomik** - verimli ve karlı olmak, (2) **Hukuki** - kanunlara uymak, (3) **Etik** – kanunların ötesinde toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranmak, ve (4) **Sosyal** - toplumsal sorunların çözümü için gönüllü katkıda bulunmak olarak tanımlanır. Son yıllarda tartışılan **Kurumsal sosyal sorumluluk**, doğrudan bu sorumlulukların son ikisini, ancak dolaylı olarak hepsini içerir(Argüden,2002:9). Çünkü, toplumun beklentilerine uyumlu olan, onun sorunlarına ilgi gösteren kurumların toplumda yarattığı mutluluk, onların daha mutlu çalışanlara, daha mutlu müşterilere ve dolayısıyla daha mutlu hissedarlara sahip olmaları sonucunu doğurur. Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunmasıdır. Son dönemlerde ciddi şirketler, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili olarak gerçekleştirdiklerini yaygın olarak kamuoyu ile paylaşmayı bir politika haline getiriyorlar. Global Fortune 250 listesine giren ve 19 değişik ülkede yerleşik şirketlerin neredeyse yarısı (%45) 2002 yılında insan hakları, çevre ve paydaş ilişkilerinde gerçekleştirdikleri sonuçları, finansal sonuçları yayınladıkları yıllık raporlarıyla birlikte yayınlamaya başladılar(Argüden,2002:9). Üstelik, bunların yaklaşık 1/3'ü bu raporlarda yer alan bilgileri bağımsız kuruluşlara denetlettirmektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına önem veren şirketler üç ana tema üzerinde taahhütte bulunuyor-

lar(Argüden,2002:9): (1) Her şeyden önce şirketlerin ticari faaliyetlerini yürütürken kanuna, ahlak standartlarına, insan haklarına tam anlamıyla uyumlu davranmaları ve faaliyetlerinin dünyanın her yerinde çevreye verebileceği zararı en aza indirmek durumunda olduklarını kabul etmeleri ve buna uygun davranmaları. (2) şirket faaliyetlerinin sadece şirketin içini değil, aynı zamanda piyasayı, tedarik piyasalarını, içinde yaşanılan yöreyi, sivil toplum örgütlerini ve kamu sektörünü de etkilediğinin ve tüm bu paydaşlar ile işbirliği içinde çalışma gereğinin bilincinde olmaları. (3) Bu sorumluluğun en başta şirket Yönetim Kurulları, Yönetim Kurulu Başkanları ve Genel Müdürlerinin olduğunun kabul edilmesi. Bu kavrama önem veren kuruluşlar, yönetimini de aynı ciddiyetle yürütmek durumundalar. Dolayısıyla şirketler bu konudaki faaliyetlerini de Toplam Kalite Yönetimi felsefesinin iyi yönetim ilkeleri olarak ortaya koyduğu ilkelerle uyumlu bir şekilde sürdürmek durumundadırlar.

Son yıllarda sosyal sorumluluk kavramıyla ilgili teorik çalışmalarda önemli bir artış gözlenmektedir. Bu alanda, işletme ve toplum ilişkisini daha iyi kavrayabilmek için gerekli deskriptif çerçeveyi geliştirmeye çalışan belli başlı üç yaklaşım ortaya çıkmıştır. Sosyal paydaşlar teorisi, normatif teori ve sosyal kontrat teorisi olarak sıralanabilen bu teorilerden hiç birisi ekolojik çevreyi açık biçimde ele alamamaktadır. Yalnızca sosyal paydaşlar teorisinde ekolojik çevreyi de ele alan bazı çalışmalar mevcuttur(Sönmez ve Bircan,2003:4).

Sosyal paydaşın en uygun ve yaygın tanımı, "İşletmenin kararları, amaçları, faaliyetleri, uygulamaları ve politikalarını etkileyebilen ve bunlardan etkilenecek olan birey ve gruplar" şeklinde olmaktadır. Belli başlı sosyal paydaşlar, tüketiciler, tedarikçiler, hükümet, rakipler, çalışanlar, hisse sahipleri ve en genel anlamıyla toplum olarak gösterilebilir. Sosyal paydaşların yönetimi, karar almada bu tür grupların çıkarlarını göz önünde bulundurmaya gerektirmektedir. Böylece bütün grupların belli bir dereceye kadar memnun edilmesi veya en azından belirli bir problemle ilgili en önemli paydaşların tatmin edilmesi amaçlanmaktadır. Son yıllarda ekolojik çevrenin de zaman zaman bitkiler, hayvanlar ve genel anlamda doğa biçiminde sosyal paydaşlar arasında dikkate alındığı görülmektedir.

Amerikalı yazar Hopfenbeck, işletmeler için çevreyle ilgili sosyal sorumluluğun göstergesi olabilecek bazı kriterlerden bahsetmektedir(Sönmez ve Bircan,2003:5).

- İşletmenin sosyal sorumluluk çerçevesinde çevre ile ilgili sorumluluklarının farkına varması,

- Doğal kaynakların "sorumlu" biçimde kullanılması,
- Çevre dostu ürünler ve üretim süreçleri arayışı içinde olma,
- Toplumda çevre yararına çalışan çeşitli gruplarla bilgi alış ve verişinde bulunma ve iş birliği yapma.,
- Ekonomik, sosyal ve ekolojik amaçlara eşit derecede önem verme.

İşletmeler için çevrenin sosyal ve stratejik önemi gittikçe artmaktadır. Örnek olarak hükümetler, bankalar, sigorta şirketleri, ISO 14000 serisi çevre standartlarını, örgütün çevre konusundaki sorumluluğunu ifade etmenin bir aracı olarak gördükleri için bu standartlara artan oranda ilgi göstermektedirler.

Bu sorumlulukların bir kısmı, kamu çıkarını korumak için, hükümetlerin zorlamaları ile gerçekleşirken; bir kısmı, hatta çoğunlukla bu zorlamaların ötesinde işletmelerin gönüllü olarak sorumluluk işine koyduklarını görmekteyiz. Bu tür işletmeler kamuoyunun sosyal baskısının gücünü iyi bir şekilde görmüşlerdir. İşletmenin saygınlığının artması, satışlar için iyi bir ortamın oluşturulması, çalışanlarla olan ilişkilerin düzelmesi, işletmeyi başarıya götürecek faktörlerin takip edilmesi ve müşteri istek ve ihtiyaçlarına göre bir politikanın geliştirilmesi işletmenin amaçları arasında olmalıdır (Aytek,1986,4).

3.2. Örgütlerde Sosyal Sorumluluk

Bir örgütün sosyal sorumluluğu çok değişik açılardan ele alınabilir. İşletme sahipleri, işçiler ve yöneticiler açısından işletmenin sorumluluğu nedir? İşletme için önemli olan karı maksimize etmek midir, topluma hizmet etmek mi veya her iki durum da geçerli midir?

Önceleri, örgütlerde sadece kar elde etmek, sermaye yığmak düşüncesi ağır basarken, bugün artık sosyal sorumluluk en az ekonomik hedefler kadar önemlidir. Özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra işletmeler bu konuya daha fazla eğildiler ve değer verdiler.

İşletmeler varlıklarını sürdürürebilmek için kâr etmek zorundalar. Ancak kâr etmekle birlikte işletme iç ve dış çevresine karşı olan sorumluluğu da toplumun bir üyesi olarak dikkate almalıdır.

Bir yazarıma(Aktan,1999:21) göre iş ahlakı kavramı ile sosyal sorumluluk kavramı arasında yakın ilişki bulunmaktadır.Tüm birey ve kurumların içinde yaşadığı çevreye karşı ödev ve sorumlulukları vardır.Bir işletmenin çalışanlarına, ortaklarına olduğu kadar devlete, doğaya ve topluma karşı sorumlulukları bulunmaktadır.İş ahlakı ile çevreye(özellikle

dış çevreye) karşı sorumluluk kavramı bazen çatışır. Bir özel işletmenin asıl amacı kar sağlamaktır. Bu durum işletme için rasyonel bir tercihtir. Ancak, işletmenin iç ve dış çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirmesi uzun vadede örgütün karını maksimize eden bir sonuç olarak karşımıza çıkar. Yani rasyonel bir tercih olarak kabul edilebilir.

Günümüz toplumunun işletmeden beklediği sadece istihdam değil; bununla birlikte çevre kirliliği konusunda duyarlı olması, tüketicici istek ve ihtiyaçlarına göre üretim yapmaları, ürün güvenliği ve kalite... gibi konular da artık bu beklentiler arasında yer almaktadır.

Sosyal birer varlık olarak örgütlerin üstlenmesi gereken sosyal sorumlulukları özetle şu şekilde sıralanabilir (Keskin, 1985:30):

- Tüketiciciye hizmet etmek ve korumak.
- Doğal kaynakların rasyonel kullanımı ve korunmasını sağlamak,
- İşsizlik, sefalet, hastalık gibi sorunlara karşı kendini görevli sayarak çözüm için gerekeni yapmak,
- Servet ve gelir dağılımında toplumsal eşitliği gerçekleştirmede üzerine düşeni yapmak,
- Bireylerin refah ve mutluluğu için gayret sarfetmek,
- Çalışanlara karşı her türlü maddi manevi tatmini sağlayarak onları motive etmek,
- Normal piyasa koşullarının sağlanması için çalışmak,
- Çevre kirliliğine yol açmamak veya gerekli önlemi almak,
- Çevredeki sanatsal ve kültürel varlıkları ve faaliyetleri korumak ve desteklemek,
- Sadece ulusal sınırlar içinde sorumlu olmadığını, global çapta sorumlu olduğunu bilmek ve gerekeni yapmak.

4. Örgütsel Verimlilik ve Sosyal Sorumluluk İlişkisi

Sürekli değişen bir dünyada örgütlerin sosyal sorumluluklarının sınırlarını belirlemek oldukça zordur. Etkili bir değerlendirme için her şeyden önce sonuçların ölçülmesine imkan veren kriterlerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Örgütlerin bir kısmı, sosyal sorumluluklarını değerlendirmek için kapalı devre değerlendirme sistemini geliştirirken; diğer bir kısmı da açık

değerleme sistemini benimserler. Bu kriterlerin bazen nesnel bazen de öznel olduğu bilinmektedir.

Örgütler, genel olarak kârlılık, pazar durumu, verimlilik, personel gelişimi, işçi tutumları, kamu sorumluluğu, kısa ve uzun dönem hedeflerinin bütünleştirilmesi gibi Önemli alanlarda değerlendirmeye gitmektedirler. Bu konularla ilgili değişik değerlendirme standartları oluşturulabilir.

Örgüt, üretim için mutlaka bazı kaynaklara gerek duyacaktır. Tabiiatta kıt olarak bulunan bu kaynakları acaba örgütler verimli ve etkin bir şekilde kullanabiliyorlar mı? Bu konuda örgütlerin toplumu hatta gelecek nesli düşünmesi gerekmektedir. Eğer örgüt, kaynakları kullanırken, tabiiatı tahrip edencesine bir pozisyon içerisine girerse, o zaman sorumsuzca davranmış olur.

Örgütlerin sorumsuzca hareket etmesi sonucunda dünyamız, gelecekte yaşanılmaz hale gelebilir. Örgütlerin ve tüm kurumların başta hava, su, toprak ve bitki kirliliği olmak üzere her konuda kirliliğe meydan vermeyecek veya en azından meydana gelen kirliliği ortadan kaldırmak için çare aramaları gerekmektedir. Bu konuda toplumsal bazda koordine çalışmalarına girişilmelidir.

Sosyal sorumluluk bilincine sahip her örgüt, yaptığı faaliyetlerin toplum tarafından konulan standartlara uygun olup olmadığına bakmalı ve bu konuda kendi konumunu belirlemelidir. Ayrıca örgütlerin neden oldukları sosyal tahribatı onarmaları ve toplumun istediği mal ve hizmet üretmeleri de yine sosyal dengeyi sağlayıcı önemli faktörler arasındadır. Örgütlerin bu konuda da duyarlı olmaları ve toplumun değer yargılarıyla barışık olmalarına özen göstermeleri gerekmektedir.

5. Sonuç

Hangi toplumda ve hangi ekonomik düzende olursa olsun örgütlerin topluma karşı mutlaka bir takım sorumlulukları vardır.

Örgüt, bir yanda kıt kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanarak toplumun istediği mal ve hizmeti üretirken, diğer yandan süreklilik ve kâr amacını gerçekleştirmektedir. Örgütler bu iki nokta arasında optimal denge sağlamakla bir yandan toplumun güvenini kazanmakta, diğer yanda piyasada sürekliliğini sağlamak ve maksimum kar elde etme avantajını sağlayabilir. Çünkü, sosyal olguya eğilen örgütler, toplum tarafından artık alkışlanmakta, onların ürettiği mal ve hizmetlere daha çok alıcı bulunabilmekte, pazarlama imkanları artmaktadır.

Son yıllarda dünyadaki hızlı gelişmelerle birlikte ülkemizde de çevre kirliliği konusunun medyada önemli ölçüde tartışıldığını ve önlem almak için bir dizi çalışmaların başlatıldığını hepimiz bilmekteyiz, ancak bu çalışmalarda salt sonuçlar üzerinde durulduğu ve esas üzerine eğinilmesi gereken "insan eğitimi" konusu üzerinde fazla durulmadığı bilinen bir gerçektir. İnsanların eğitimiyle birlikte kit kaynakların etkin ve verimli kullanımlarının yanında ekolojik dengenin sağlanması da mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Şerif ŞİMŞEK; İşletme Bilimlerine Giriş, Merhaba Ofset, Konya-2004.
- Joseph PROKOPENKO (Çev, Olcay Baykal ve diğerleri), Verimlilik Yönetimi Uygulamaları El Kitabı, MPM yay., Ankara- 1992.
- Serpil ÖZDAMAR; Endüstriyel İlişkiler Sisteminde Verimliliğin Yeri ve Önemi "Japon Modeli", Türkiye'de Endüstriyel İlişkiler ve Verimlilik Semineri, MPM Yay. No:376, Ankara: 1988.
- İlhan CEMALCILAR ve diğerleri; İşletmecilik Bilgisi, İşitme Özürlü Çocukları Eğitim ve Araştırma Vakfı Yay. No: 3, Eskişehir:1985.
- Mehmet ŞAHİN; İşletme Yönetimi ve Sosyal Sorumluluk Kavramı, A.Ü. İkt. ve İdr. Bil. Fak. Dergisi, Cilt: II, Sayı: I, Eskişehir-1984.
- Bintuğ AYTEK; İşletme Yönetimi, Ankara- 1986.
- Gülümser KESKİN; İşletmenin Sosyal Sorumlulukları Kuram ve Bazı İş Örgütlerinde Bir Uygulama (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Univ., Erzurum: 1985.
- Melih BAŞ ve Ayhan ARTAR, İşletmelerde verimlilik denetimi: Ölçme ve Değerlendirme Modelleri, MPM Yay.:435, Ankara- 1990

Kazım KÖROĞLU, Verimlilik Yönetimine Japon Yaklaşımı ve Kazukiyo Kurosawa Modeli, MPM Merkezi Yay. No:507, Ankara- 1993

Can Paker : "TİSK-BM Küresel İlkeler Sözleşmesi Tanıtım Toplantısı İşveren Dergisi TİSK, Ekim 2002"

Refik Baydur : "TİSK-BM Küresel İlkeler Sözleşmesi Tanıtım Toplantısı İşveren Dergisi TİSK, Ekim 2002"

İKV, <http://ikv.org.tr/pdfs>

CSR- <http://www.csrnetwork.com/>

ICFTU, Kongre Kararları, Ağustos, 2004 <http://sendika.org/yazi>.

C.c. AKTAN, Meslek Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk, Arı Düşünce ve Toplumsal Düşünce Derneği Yay. İstanbul-1999.

F. SÖNMEZ ve K. BİRCAN, "Aydın İlindeki Firmaların Neden Olduğu Çevre Kirliliği ve Bu Kirliliğin Sosyal Sorumluluk Anlayışı İçerisinde Çözülmesi ve Bir Model Önerisi", ADÜ-Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın-2003.

Yılmaz ARGÜDEN, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, ARGE Danışmanlık Yay. No:3, İstanbul-2002.

İMF Metal, Ocak,2003. <http://www.İmfmetal.org/main/index.cfm>.

J.A. McNeely, Biodiversity in Arid Regions: Value and Perceptions, Journal of Arid Environments, 2003.

