

“Kurumsal Sosyal Sorumluluk” Kavramına Sosyal Antropolojik Bir Yaklaşım

*A Social Anthropological Approach to the Concept of
“Corporate Social Responsibility”*

Urungu Akgül*

Özet

Bu çalışma, “kurumsal sosyal sorumluluk” kavramını, kavramın gelişimini, içeriğini ve sosyal antropoloji açısından ne ifade ettiğini kapsamaktadır. Özel ticari organizasyonların toplumla kurduğu ilişkiler ve bu ilişkilerin tarihsel süreç içinde nasıl şekillendiği incelenmiştir. “Kurumsal sosyal sorumluluk” kavramı kapsamında yapılması gereken uygulamalar ile sosyal antropoloji disiplini arasındaki ilişki açıklanmıştır. Sosyal antropoloji eğitiminin yeniden organizasyonun gerekliliği, hem disiplinin gelişimine ve sosyal antropologlar için iş olanaklarının artmasına hem de kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında sosyal antropolojinin rol alması gerekliliği vurgulanmıştır.

***Anahtar kelimeler:** Sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal sorumluluk, uygulamalı antropoloji, eylem antropolojisi*

* Arş. Gör Dr., Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Antropoloji Bölümü.

Abstract

This article outlines the concept of “corporate social responsibility”, the growth and content of the concept and the importance for social anthropology. The relations which were established by private commercial organizations with society and how the relations acquire a shape in historical period were examined. The relation between social anthropology discipline and the implementations, that needs to be conducted under the scope of “corporate social responsibility” concept. The necessity of reorganization of social anthropology education was emphasized in terms of both the growth of the discipline and increasing job opportunities and also the importance of the major role that the social anthropology will have.

Keywords: *Social responsibility, corporate social responsibility, applied anthropology, action anthropology*

Sosyal Sorumluluk

Sorumluluk sözcüğü, Türkçe Sözlüğe¹ göre, “kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi” anlamına gelmektedir. Bir üstlenme durumunun ortaya çıkması ise ancak bir hesap verme mekanizmasının varlığı ve işlerliği ile olanaklı hale gelebilir. Zira hesap verme zorunluluğunun olmadığı bir ortamda, sorumluluk kavramının var olması da bir anlam taşımayacaktır. Bu durumda, “Sorumluluk kavramını var kılan hesap verme mekanizmasını işler tutan güç nedir?” ve “Sorumluluk, bireysel olarak mı yoksa toplumsal olarak mı yapılan bir kavramsallaştırmadır?” sorularının yanıtlanması gerekmektedir.

Sorumluluk kavramını var kılan hesap verme mekanizmasını ayakta tutan, bireyin içinde yaşadığı toplumun kendisidir. Toplum bu hesap sorma

¹Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu / Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük, s: 1328, Milliyet Matbaası, İstanbul, 1992.

mekanizmasını, kendi sosyo-kültürel sisteminin -formel ve informel hukuk, aile, formel ve informel eğitim ve iletişim gibi- uygun elemanlarını kullanarak işletir. Bu durumda sorumluluğun toplumsal olarak talep edilen ancak bireysel olarak uygulanan dolayısıyla hem bireysel hem de toplumsal, iki yönlü bir kavramsallaştırma olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür. Uygulamada toplumun bireye üstünlüğü ilkesi yürürlüktedir. Çünkü içinde yaşanılan kültür, sorumluluğu kavramsallaştırırken uygulamada bireyden yükümlülüğü, toplumdan denetlemeyi talep eder.

Burada tanımlanan sorumluluk kavramsallaştırması, bireyin ve toplumun içinde yaşanan kültürün çizdiği çerçeve kapsamında, birbirleri ile yaptığı iki taraflı zımnî bir sözleşmeye karşılık gelir. Ancak bu sözleşme, herhangi bir uzlaşmazlık durumunda yalnızca bireyi yükümlü kıldığından, aynı zamanda sınırlı bir sorumluluk durumunu ifade eder. Sorumluluk kavramsallaştırması üzerinden birey ve toplum arasında böyle bir sözleşmeyi talep eden kültür, benzer bir biçimde toplumu oluşturan sınıflardan, katmanlardan, alt kültürlerden, gruplardan ve kuruluşlardan da toplumun geneline karşı yükümlülük-denetim ilişkisi üzerinden bir sözleşme talep eder. Toplumun kendine karşı sorumlu tuttuğu bu yapılar, politik partilerden devlet kurumlarına, değişik inanç gruplarından sermayedar ve iş gücünü oluşturan gruplara, sivil toplum kuruluşlarından özel şirketlere kadar çeşitlilik gösteren geniş bir yelpazeye yayılır. Toplumun hiçbir kesimi bu sözleşmeden bağışık değildir. Bu tür bir sözleşmede ortaya çıkabilecek bir uzlaşmazlık durumunu bireysel bir yükümlülükle açıklayabilmek de olanaklı değildir. Toplumun talep ettiği sorumluluk, kurumsal yapıların idari kadrolarından ya da kurumu mülkiyetinde bulunduranlardan değil, bizatihi kurumun kolektif kimliğinden beklenmektedir. Sorumluluğu üstlenmesi talep edilen bu kolektif yapı, tek tek kurumu oluşturan sahipler, yöneticiler,

beyaz ve mavi yakalı çalışanlardan ziyade, kurumun tüzel kişiliği ile ilgilidir. Kültürün talep ettiği, yükümlülüğün kolektif olarak üstlenilmesini gerektiren sorumluluk türü, sosyal sorumluluk olarak tanımlanabilir².

Sorumluluk kavramsallaştırması ister bireysel ister çoğul biçimli olsun bir yönlendirme hatta zorlama durumuna gönderme yapar. Yönlendirme ve zorlamanın mekanizması ise sosyal kontroldür. Sosyal kontrol mekanizması bireyleri ve toplumun bütün kesimlerini kültürün normal kabul ettiği, var olan normlara ve değer yargılarına uymaya zorlar. Sosyo-kültürel sistemin elemanları, sosyal kontrol mekanizmasının inşa ve denetim araçları olarak kullanılır. Aile içinde informel eğitim, yaşanan kültürlenme süreci, okulda alınan formel eğitim ve sosyalizasyon süreci, sosyal kontrol mekanizmasının inşasını; formel ve informel hukukun yaptırımları ve toplumsal iletişim de mekanizmanın denetimini sağlar.

Nirun ve Öner (1992: 41) Sosyal kontrol mekanizmasını, “Sosyal grubun ve kurumun amacına ulaşması, bütünlüğün bozulmaması ve toplumun devamının sağlanması için, insanlar üzerinde etkili denetim görevi yapan mekanizmaya sosyal kontrol denir. Sosyal kontrolün amacı toplumun

² İşletme ve Halkla ilişkiler literatürü tarandığında, şimdiye değin yazılmış olan metinlerin genelinde ve konuyla ilgili uluslar arası raporlarda, “sosyal sorumluluk” kavramının bu tezin bir sonraki alt başlığını oluşturan “kurumsal sosyal sorumluluk” kavramıyla eş anlamlı olarak kullanıldığı gözlenir. Bu yaklaşım, söz konusu bilim dalları için yeterli açıklığı sağlasa dahi antropolojik açıdan ele alındığında eksik bir yaklaşımdır. Zira sosyal sorumluluk, içinde yaşanan kültür tarafından yalnızca ticari yapılanmalardan değil, yukarıda da açıklandığı gibi, toplumun kapsadığı kesimlerin tümünden beklenir. Doğal olarak ticari yapılanmalar ve toplumu oluşturan diğer kesimlerden beklenen sosyal sorumluluk düzeyleri ve içerikleri birbirinden farklı olacaktır. Bu nedenle bu çalışmada, ticari organizasyonlardan beklenen, içeriği ve düzeyi farklı “sosyal sorumluluk”, “kurumsal sosyal sorumluluk” kavramıyla karşılanmıştır. “Kurumsal sosyal sorumluluk” kavramı yerine “sosyal sorumluluk” kavramını kullanan yaklaşımlar için şu kaynaklara bakılabilir: Dennis, Neck ve Goldsby, 1998; Arslan, 2001; Kotler ve Lee, 2006; World Business Council for Sustainable Development (<http://www.wbcsd.org> 2009).

işlemesi ve varlığını devam ettirmesidir” biçiminde tanımlamıştır. Sosyal sorumluluk kavramsallaştırması da sosyal kontrol mekanizmasının işleyiş sürecinde gelişen bir olgu olarak karşımıza çıkar.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluğun özel bir biçimi olarak, toplum tarafından, yalnızca söz konusu toplumun egemen olduğu yaşam alanında faaliyet gösteren özel ve ticari organizasyonlardan beklenmektedir. Kamu kurumları Sosyal Sorumlulukla yükümlü iken Kurumsal Sosyal Sorumluluk yükümlülüğünden bağımsız kılınmışlardır. Zira devlet organizasyonunun, yasama organı vasıtasıyla sosyal yaşamla doğrudan ilintili olan düzenlemeleri yaparken, toplumsal vicdanı her an göz önünde tutarak, kamu kurumlarının topluma karşı olan Kurumsal Sosyal Sorumluluk ödevini zaten doğrudan yerine getirdiği kabul edilir. Kamu kurumlarının yürürlükteki yasaları aksaksız uygulamalarının üretim, dağıtım ve tüketim mekanizmalarını adil biçimde işleteceği, böylelikle de toplumun çıkarını başka bir müdahaleye gerek kalmaksızın koruyacağı varsayılır³.

Diğer yandan, ister ulusal ister çok uluslu yapılara sahip olsunlar, özel ticari kuruluşların da çeşitli kesimlere karşı üstlenmeleri gereken zorunluluklar vardır. Bu kuruluşlar öncelikli olarak ticari birer yapı olmaları nedeniyle, ortaklarına ve çalışanlarına karşı, kâr etmek ve sürekli gelişime yoluyla, günün değişen koşullarına uyum gösterip faaliyette kalarak,

³ Bir istisna olarak, yargı erkinin uygulayıcıları konumundaki mahkemeler, henüz hakkında yasama organı tarafından gerekli düzenlemelerin yapılmadığı konularda içtihat oluştururken, toplumsal vicdanı yaralamamak adına, doğal olarak içinde buldukları sosyo-kültürel sistemin haklılık ve haksızlık kavramsallaştırmalarına ilişkin normları göz önünde tutarlar. Ancak bu durum da Kurumsal Sosyal Sorumluluktan ziyade Sosyal Sorumluluk kapsamında değerlendirilebilir.

çalışanlarına gelir sağlamaktan sorumludurlar. İkinci olarak, üzerinde faaliyet gösterdikleri coğrafyada egemen olan devlet organizasyonuna vergi ödemek ve bu otoritenin koyduğu kurallarla -yani hukukla- iş görmek yükümlülüğü altındadırlar. Hiç bir özel ticari kuruluş yükümlülüklerden bağımsız olarak tamamen ve yalnızca kâr amacı güderek faaliyette bulunamaz.

Özel ticari organizasyonların kendi coğrafyalarında ya da kültür aşırı coğrafyalarda faaliyette bulunmaları ancak yukarıda açıklanan söz konusu yükümlülükleri yerine getirmeleriyle olanaklı hale gelebilir. Bu durum tarihsel süreçte devlet organizasyonunun işlerlik kazandığı günden beri değişmeden devam eden bir kuraldır ve o an, o coğrafyada egemen olan otoritenin koyduğu hukuk kuralları çerçevesinde düzenlenir. Bu hukuk kuralları, faaliyet gösterilen coğrafyada egemen olan otoritenin yürürlükte tuttuğu, kimi zaman kendi vatandaşlarına ve ulusal ticari organizasyonlarına ayrıcalık tanıyan ya da yabancılar için farklılıklar hatta yasaklar içeren yerel kanunlardan -ki uygulanmamaları durumunda özel ya da tüzel kişiliklerin edimleri karşısında ortaya çıkacak olan yaptırımları da içerir-, bazı ülkelerin vatandaşlarına ya da kurumlarına uluslar arası antlaşmalarla tanınan geçici ya da sürekli imtiyazlara kadar pek çok farklı alandaki düzenlemeyi içerir⁴.

Ancak, özel ticari organizasyonların içinde çalıştıkları yasal çerçeve, yalnızca sorumlu oldukları otorite ile ilişkilerini düzenlemek açısından

⁴ Türkiye'nin ekonomi politikasını köklü biçimde değişikliğe uğratan ve 24 Ocak Kararları olarak adlandırılan uygulamadan önce devlet tarafından sürdürülen, ulusal üretimi korumaya yönelik, bazı ithal mallar için yüksek gümrük vergisi politikaları otoritenin yerel kanunlarla kendi vatandaşlarına tanıdığı ayrıcalıklar için; Osmanlı İmparatorluğu döneminde uygulanan ve sonrasında büyük tartışma ve sıkıntılara sebep olan kapitülasyonlar ise uluslar arası antlaşmalarla yabancılara sağlanan imtiyazlar için iyi birer örnek teşkil edebilir. BTC projesi için de Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti uluslar arası bir antlaşma çerçevesinde katılımcı şirketler için bir takım vergi muafiyetleri getirerek ayrıcalık tanımıştır.

işlevseldir. Sorumlu olunan otoritenin dışında bir de içinde faaliyet sürdürülen bir sosyo-kültürel yapı, yani o coğrafyanın insanların oluşturduğu toplum ile olan ilişkilerin düzenlenmesi gerekmektedir. Üstelik özel ticari organizasyonların topluma sunabildikleri ekonomik fayda, devlet otoritesinin sunabildiklerine gittikçe yaklaştığı ve hatta onu geçtiği için, toplum üzerindeki etkileri de gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum, özel ticari yapıların toplumla olan ilişkilerini yeniden düzenleme ve uygulamalarını kurumsallaştırma gereksinimini de eş zamanlı olarak artırmaktadır. Zadek, özel ticari organizasyonların toplumla olan ilişkilerinin geçmişten günümüze giderek neden daha fazla önem kazandığını şu biçimde açıklamıştır:

Günümüzdeki 100 en büyük “ekonomi”nin 51’ini işletmeler teşkil etmektedir. En büyük 200 işletmenin satışları dünyadaki toplam ekonomik faaliyetlerin bir çeyreğine eşdeğerdir. General Motors’un yıllık satışları Danimarka’nın milli gelirine, Sears Roebuck’un yıllık kazancı ise 100 milyon Bangladeşlinin yıllık gelirlerine eşittir (Zadek, 2001: 5).

Devlet otoriteleri hem diğer devletlerle, hem ulusal ve uluslar arası kurumlarla, hem de bireylerle - dolayısıyla toplumla - olan ilişkilerini düzenlerken, kendilerini de bağlayan bir hukuksal çerçeveye dayanmaktadırlar. Ancak özel ticari organizasyonların toplumsal ilişkilerini düzenlemeye yönelik standart bir hukuksal çerçeve oluşturmaları, hem yasama erkini kullanma yetkesinin devlet otoritesinde olması, hem de her organizasyonun kendi farklı bakış açısı, algılayışı, amacı, kurum kültürü, öncelikleri v.s. olması nedeniyle olanaksızdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı tam da hukuksal bir çerçeveye oturtulamayan bu ilişkilerin düzenlenmesi sürecinde başvurulan bir mekanizma olarak ortaya çıkar. Zira kavram, söz konusu kurumun kendi iç

bünyesine yönelik olarak değil tamamen dışarıya dönük olarak geliştirilen bir olgudur. Kurumun hissedar, yönetici ve çalışanlarını doğrudan ilgilendirmediği gibi, bu gruba birincil düzeyden bir katkısı da yoktur. Katkı, çıkarlarını gözeterek, zarar vermeyecek önlemleri alarak ya da en azından oluşacak zararı önceden belirleyip önlem alarak, kurum dışı bireyler ve grupların faydasına olacak biçimde tasarlanmıştır. Dinçer (1998: 155) bu durumu “Sosyal sorumluluk kavramı, dış çevreye yönelik olup örgütün kararlarında diğer kişi, grup, örgüt ve tüm toplumun göz önünde bulundurulması ile ilgilidir” düşüncesi ile dile getirmiştir.

Toplumdaki bu genel algılama, kurumsal sosyal sorumluluğun özel ticari organizasyonlar için neden gerekli ve göz ardı edilemez olduğuna dair bir sorgulamayı da beraberinde getirir. Toplumun yerine getirilmesini talep ettiği kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının en önemli nedeni, yukarıda işleyişinden söz edilen ve toplumla özel ticari organizasyonlar arasında zımnen yapıldığı gösterilen anlaşmaların içeriğinin değişmiş olmasıdır. Önceleri yalnızca birer kâr mekanizması olarak görülen ticari organizasyonlar, artık toplum tarafından, üzerinde faaliyet gösterdikleri coğrafyalara ve içinde var oldukları topluma karşı sorumlulukları olan yapılar olarak algılanmaktadırlar. Dennis vd. bu durumu şöyle açıklamaktadırlar:

İşletmelerin toplum üzerinde etkileri arttıkça, toplumsal beklentiler de değişmektedir. Nitekim Ekonomik Gelişme Konseyi'nin 1971'deki beyanatına göre, işletmelerle toplum arasındaki “anlaşma” şartları değiştiği için, artık işletmelerin daha geniş sosyal sorumluluklar üstlenmeleri ve yaşam kalitesinin artırılmasında katkıda bulunmaları beklenmektedir (Dennis ve diğerleri, 1998: 649-653).

Gerekliliği doğuran ikinci bir faktör ise toplumda itibar kazanma isteğidir. Kurumsal sosyal sorumluluğun gereğini yerine getiren özel ticari organizasyonların, toplumda takdir görme düzeyleri diğerlerine oranlarına artmaktadır. Knox ve Maklan bu takdir görme durumunu řu biçimde özetler:

Kurumsal sosyal sorumluluk davranışının işletmelerin itibarını artırdığı, marka değerlerini yükselttiği, yatırımcılara yönelik cazibeyi ortaya çıkardığı, müşteri memnuniyetini çoğalttığı ve çalışanların motivasyonunu artırdığını ifade eden araştırmalar bulunmaktadır (Knox ve Maklan, 2004: 508-516).

Toplumda kazanılan itibarla birlikte, toplum tarafından kabullenilme ve destek görme faktörleri de öne çıkar. İtibarı yüksek bir organizasyonun içinde bulunduğu coğrafya ve yapı içinde kabullenilmesi ve kârlılığını doğrudan etkileyecek olan ticari faaliyetlerini gerçekleştirirken de toplumun desteğini alması diğer yapılara göre çok daha kolay olacaktır. Özel ticari organizasyonların toplum tarafından kabullenilmesini, Ölçer şöyle açıklar:

Bugün toplum, giderek artan bir oranda işletmelerin sosyal sorumluluk üstlenmeleri konusunda baskı yapmaya başlamış, sosyal sorumluluğa önem veren işletmeleri kucaklarken; topluma hizmet amacı gözetilmeksizin, sadece kar amacına yönelen firmaların başarı şansını azaltmıştır. Artık yöneticiler, erk ve yetkilerini kullanırken toplumsal eğilimlerden büyük ölçüde etkilenerek kararlarını insani, sosyal, politik, yasal ve ahlaki boyutlarını düşünmeden alamaz hale gelmiş, işletmelere bir takım olanaklar sağlayan ve bir takım kısıtlamaları da beraberinde getiren çevresel faktörleri de dikkate almak zorunda bırakmıştır. Bu nedenle, yaşamak ve varlık sürdürmek isteyen işletmelerin, toplumun istek ve ihtiyaçlarına duyarlı

olması, çevreyi koruması ve ahlaki davranabilmesi vazgeçilmez bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır (Ölçer, 2001: 22-23).

Özel ticari organizasyonların toplumdan destek alma durumu için ise Lantos şöyle bir açıklama getirir:

Örneğin, Ben & Jerry's Homemade Inc kurucularından biri olan Cohen, işletmelerinin toplumu destekledikleri sürece toplumdan da destek gördüklerini fark etmiş ve bunu "başkalarına yardım ederken kendimize yardım etmiş oluruz" sözleri ile misyonlarına yansıtmıştır (Lantos, 2002: 223).

Son olarak, özel ticari organizasyonların kendi iç ve dış dinamikleri arasında uyum sağlama faktörünün etkisi gözlenir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının, içte hissedarlara kârlı bir yatırım olanağı yaratarak ve iş görenlere fiziksel ve finansal güvenliği olan bir çalışma ortamı sunarak ortaya çıkardığı olumlu sosyal ve çevresel süreçlerin, üzerinde ticari faaliyet gösterilen coğrafyanın insanlarından alınan destek, ticari ilişki kurulan kişi ve kurumların güveni ile tamamlanmasını kolaylaştırıcı bir etki yaratır. Büyüksulu'nun kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının iç ve dış dinamiklerin uyumu üzerindeki etkisine ilişkin görüşü şöyledir:

İşletmeler açısından yükselen bir değer olan kurumsal sosyal sorumluluk bir logo olmanın ötesinde içsel ve dışsal bir takım dinamikleri bünyesinde barındırmaktadır. İçsel dinamikler, sosyal ve çevresel süreçleri içererek, bu bağlamda insan Kaynakları Yönetimini, iş yerinde sağlık ve güvenlik düzenlemelerini, değişim için adaptasyonu, doğal kaynakların ve çevrenin yönetimini içermektedir. Dışsal dinamikler ise,

yerel kamuoyunun desteğini, iş ortakları, tedarikçiler ve müşterileri, uluslar arası çalışma normlarını ve global çevresel faktörleri kapsamaktadır (Büyüksu, 2005: 3-4).

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına ilişkin olarak yapılması gereken ikinci sorgulama, özel ticari organizasyonların bu uygulamaları yapmayı neden gönüllü olarak kabul ettikleri ve karşılığında ne gibi bir çıkar sağladıklarıdır.

Toplum tarafından talep edilen kurumsal sosyal sorumluluğun, özel ticari organizasyonlarca, herhangi bir hukuki zorunluluk olmamasına rağmen kabullenilmesinin birincil nedeni, içinde ticari faaliyet gösterilen toplumdan tamamen ayrıksı bir biçimde ve yalnızca bir kâr mekanizması olarak örgütlenmenin negatif tepki yarattığının anlaşılmasıdır. Negatif tepki yalnızca elde edilen artı değeri paylaşmamanın bir sonucu olarak ortaya çıkmaz. Toplum gösterilen ticari faaliyetin çevre üzerinde baskı yaratmamasını ve sosyal gelişimi kısıtlamamasını, bunlar kaçınılmaz sonuçlar olarak ortaya çıkacaksa da en azından bir biçimde telafi edilmelerini talep eder. Bu taleplerin yerine getirilmeye çalışılması ve bir sistematik geliştirmek için süreç içinde sürekli artan bir biçimde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yatırım yapılmış, finans ve iş gücü aktarılmıştır. Çünkü özel ticari organizasyonlar çıkarlarının yalnızca tek yönlü ve finansal boyutlu olmadığını fark etmişlerdir. Çıkarların çok yönlü olması durumunu Solomon ve Flores şu şekilde ifade ederler:

Şirketlerin çoğu kendilerini sadece dar bir kâr-zarar hesabının içine hapsetmezler; hepsi de (şu ya da bu oranda) -sadece bir kısmı, doğrudan finansal olan- çok sayıda çıkara sahiptir; sayısı epey çok olan yaradaşlarının ihtiyaçlarını da dikkate alırlar; müşterilerinin ve iş görenlerinin olduğu gibi,

çevrelerindeki toplulukların ve bu toplulukları da içeren toplumun ihtiyaçlarını da hesaba katarlar. Bir şirketi belirleyen şey kâr oranları değil, sahip olduğu taahhüt ve sorumluluk duygusudur (Solomon ve Flores, 2001: 95).

Özel bir ticari organizasyon, çıkarlarının yalnızca finansal konularla sınırlı olmayıp, çevresel ve sosyal faktörleri de kapsadığını bir kez kavrayıp kabul ettikten sonra, bu alanlara yalnızca iş gücü ve finans aktararak başarılı olunamayacağını da algılar. Önemli olan, uygulamaları içselleştirebilmek ve toplumun kurumsal olarak sergilenen sağduyunun samimiyeti konusunda herhangi bir kuşkuya düşmemesini sağlamaktır. Samimiyeti sağlayabilmenin tek yolu da finans odaklı olmayan çıkarların net biçimde tanımlanıp, toplumsal faydaları olabildiğince artırılarak ticari organizasyonun finans odaklı bütün süreçleriyle bütünleştirilmesidir. Özel ticari organizasyonlar için finans odaklı ve finans odaklı olmayan çıkarların bütünleştirilmesi konusunda Bibb vd. aşağıdaki görüşü ileri sürer:

KSS, yaratılan çevresel ve sosyal değeri maksimize etmeyi hedefleyen stratejileri asıl işleri, operasyonları ve tedarik zincirleriyle, bilinçli olarak bütünleştiren şirketleri ve yöneticileri/liderleri tanımlamaktadır. KSS firmanın yatırımlarını ve hayırseverliğini nasıl yönettiğini de açıklar (Bibb ve diğerleri, 2004: 13-14).

Bu durum, özel ticari organizasyonlarla toplum arasında birbirini destekler nitelikte bir bağımlılık örüntüsünü gerektir. OECD'ye göre:

Kurumsal Sorumluluk, iş dünyası ile operasyonlarını yaptıkları toplum arasında etkin bir vasatın bulunmasına yönelik çabadır. Vasat terimi iş dünyası ve toplum arasındaki karşılıklı bağımlılığa karşılık gelmektedir – iş sektörü, operasyonlarını

gerçekleştirdiği toplum başarısız olduğunda gelişemez ve başarısız bir iş sektörü sonuçta genel refah seviyesini azaltır... Hem iş dünyasının hem de toplumun aktiviteleri başarılı olursa, ikili arasındaki “uyum” karşılıklı güven ve tahmin edebilirlik ortamını güçlendirerek iş yapmayı kolaylaştırarak ekonomik, sosyal ve çevresel refahı artırır...

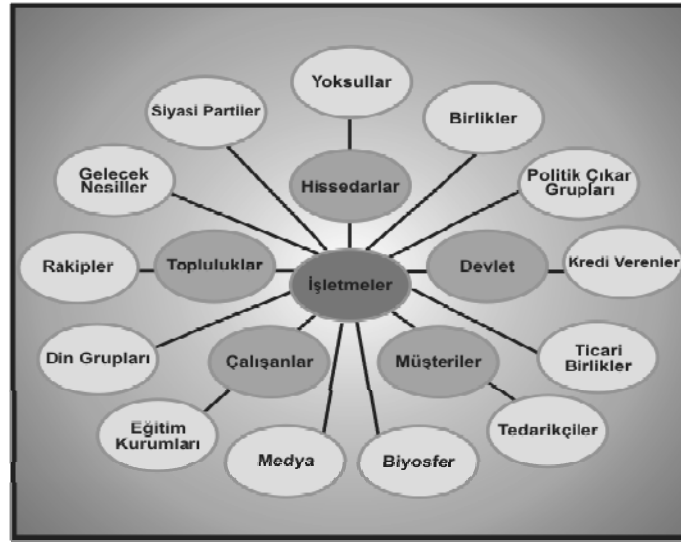
Özel ticari organizasyonlar ve toplumun karşılıklı bağımlılık ve fayda temelinde karmaşık bir örüntü biçiminde örgütlendiği yapıların belirleyici özelliği, toplumun bütün kesimlerinin hak sahibi olarak sistemin içinde yer almasıdır. Bu anlayış ifadesini, ilk taraftarlarından biri olan Freeman’ın paydaş kuramında bulmuştur. Özalp ve Tonus’un (2003: 161-177) Freeman’dan aktardığına göre, “her işletmenin bir paydaş grubu vardır”. Paydaş kuramına göre, ticari organizasyonun merkezde yer aldığı bu grup, paydaşların birbirine karşılıklı ilişkilerle bağlanmasıyla ortaya çıkar. Paydaşlar, ticari organizasyonun edimlerinden doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenen, aynı zamanda bu edimleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen birey ve kurumların bütününden oluşur⁵. “Paydaşların işletmelerin faaliyetlerinde bir takım çıkarları bulunmaktadır” (Steiner, 1997: 14). Steiner (1997: 13), karşılıklı çıkarların nasıl bir örüntü oluşturduğunu iki aşamalı bir tablo ile göstermiştir (bkz: şekil 1). Buna göre, Özel ticari organizasyon şemanın odak noktasını oluştururken paydaşlar da ilişkinin niteliği ve düzeyine göre, birincil ve ikincil halkalarda yerlerini almışlardır. Certo (1997: 59) ise, ticari organizasyonların paydaşlara karşı sorumluluklarını oluşturduğu bir tabloyla belirtmiştir (Tablo 1).

Kurumsal sosyal sorumluluğun, özel ticari organizasyonlar için neden gerekli olduğu ve uygulanmasının ne gibi çıkarlar sağladığına dair yapılan

⁵ Konu hakkında ayrıntılı bilgi için: Freeman, 1984.

açıklamaların ışığında cevaplanması gereken bir soru daha kalıyor: Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının uluslar arası ortak bir tanımı ya da açıklaması var mıdır?

Şekil 1: Paydaşların ortak çıkarları



Tablo 1: Paydaşlar ve sorumlulukları

PAYDAŞLAR	SORUMLULUKLAR
İşletme sahipleri	İşletmenin değerini artırmak
Malzeme temin edenler	Dürüst alış veriş
Banka ve borç veren diğer kurumlar	Borçları ödemek
Devlet kurumları	Yasalara uymak
Çalışanlar ve sendikalar	Güvenli iş ortamı ve sendikal haklar
Tüketiciler	Ürün güvenilirliği
Rakipler	Dürüst rekabet
Yerel toplumlar ve genel anlamda toplum	Çevreye verilen zararlar

Aslında bu konuda ortak bir tanımdan ziyade, üzerinde neredeyse tam olarak uzlaşmaya varılmış ilkelerden bir ya da daha fazlasını içeren, ancak birbirini dışlamayan fazla sayıda tanımdan söz etmek mümkündür. Öne çıkan ilkeler ve bu ilkelere ilişkin tanımlar şöyle sıralanabilir:

Özel ticari organizasyonların kendi ekonomik çıkarlarını sınırların ötesinde davranma durumu.

Literatürde sosyal sorumluluk, farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu kavramı ilk gündeme getirenlerden olan Davis’e (1960) göre, sosyal sorumluluk, işletmelerin ekonomik ve teknik çıkarlarının en az kısmen ötesinde kararlar vermeleri ve bir takım faaliyetlerde bulunmalarıdır (Dennis ve diğerleri, 1998: 649-653).

Şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkesinden hareketle özel ticari organizasyonların hangisi sürdürülebilir gelişmeyi ne kadar destekliyor ortaya koymak.”

İngiliz Endüstri Konfederasyonu, Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramını şu şekilde tanımlamaktadır “Kurumsal sosyal sorumluluk, kuruluşların sadece finansal performanslarını değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel hareketlerini, kayıtlarını da halka sunma zorunluluğu sağlar. Daha açık bir şekilde, KSS hangi kuruluşun ne kadar insan haklarını, demokrasiyi, halkın gelişmesini ve sürdürülebilir gelişmeyi desteklediğini ortaya çıkarır (Hemingway ve MacLagan, 2004: 33).

Hukuk kuralları ile bağlı olmaksızın toplum yararına yükümlülük üstlenmek ya da Sınırlayıcı olarak hukukun dışında toplumun değerler ve amaçlarını da gözetererek hareket etmek. Bu ilkeye ilişkin üç tanımdan ilki, Avrupa komisyonuna aittir (Luetkenhorst, 2004: 158): “KSS, kuruluşların paydaşları ile birlikte gönüllü olarak kararlaştırdığı ve sadece var olan kurallara uymak değil onun da ötesine giderek faaliyetlerine sosyal çevresel durumları da katmasıdır.” Bir başka tanıma göre sosyal sorumluluk;

“işadamlarının, toplumun değer ve amaçları açısından arzu edilen yolları takip ederek, bu yönde kararlar vermesi ve işletmenin yönetilmesi konusunda bağlı olduğu mecburiyetler” şeklinde ifade edilmektedir (Bayrak, 2001: 83). Son olarak kâr amacı gütmeyen bir örgüt olarak Business for Social Responsibility’nin tanımı ise “toplumun etik değerlerine, insanlara, topluluklara ve çevreye saygı göstererek finansal başarı elde etme” olarak tanımlamıştır⁶.

Üzerinde düşünce birliğine varılan son ilke ise toplumun bir paydaş olarak kabul edilip çıkara ortak edilmesidir. Buna göre kurumsal sosyal sorumluluk kavramı şu şekilde tanımlanabilir: “İşletmenin ekonomik faaliyetlerinin, onunla ilgili tarafların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve nihayet tüm toplum) hiçbirinin çıkarlarına zarar verilmeden yönetilmesidir” (Dinçer, 1998: 5).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının üzerine oturduğu bu ilke ve tanımların tümü, Carroll’un (1979: 499) “Bir kurumun sosyal sorumluluğu, belirli bir zamanda toplumun kurumlardan ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı beklentilerini kapsamaktadır”, biçiminde önerdiği kavramsallaştırmayı daha sonra 1991’de yine kendisinin geliştirmesiyle genel geçer kabul görececek son halini almıştır. Carroll konuyu, geliştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk piramidiyle açıklamaya çalışmıştır (Schwartz ve Carroll, 2003: 504).

Yukarıda sözü edilen, toplumun aralarındaki zımnî anlaşmaya dayanarak özel ticari organizasyonlardan talep ettiği ve Carroll’un kurumsal sosyal sorumluluk piramidiyle sistematikleştirdiği (bkz: Şekil 2) yükümlülükler şu biçimde özetlenebilir:

⁶ Ayrıntılı bilgi için bakınız (www.bsr.org, 2007).

Bireyler gibi bireylerin inşa ettiği şirketlerin de yerine getirmesi gereken dört temel sorumluluk alanı vardır. (1)“Ekonomik sorumluluk: verimli ve karlı olmak; (2) Hukuki sorumluluk: kanunlara uymak; (3)- Etik sorumluluk: kanunların ötesinde toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranmak, vicdanlı olmak; (4) Sosyal sorumluluk: toplumsal sorunların çözümü için gönüllü katkıda bulunmak. Kurumsal sosyal sorumluluk, doğrudan bu sorumlulukların son ikisini,

Şekil 2: Sosyal sorumluluk piramidi



ancak dolaylı olarak hepsini içeriyor 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 getiriyor. Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunmasıdır (Argüden, 2002: 9).

Sonuç

Açıklanmaya çalışıldığı üzere, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, hem bütün dünyadaki özel ticari organizasyonlar açısından vazgeçilmezliği nedeniyle evrensel olmasından, hem de özel ticari organizasyonların dünyadaki farklı kültür yapıları içinde var olabilme çabaları nedeniyle yerele özgü bir yaklaşım geliştirme zorunlulukları nedeniyle, sosyal antropologlar açısından yeni ve gelişmekte olan bir faaliyet alanı yaratmaktadır. Üstelik bu faaliyet alanı, akademik anlamdaki kuramsal çalışmalara açık olduğu kadar sosyal antropolojinin uygulama alanına ilişkin pratik çabalar için de oldukça iyi bir zemin yaratmaktadır. Buna karşın kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları tasarımı ve uygulanmaları bakımından, ülkemizde henüz sosyal antropolojinin ve sosyal antropologların faaliyet gösterdiği bir alan olarak ortaya çıkmış değildir. Bu duruma, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının ülkemize yalnızca özel ticari organizasyonlar için yarattığı fayda göz önünde tutularak batıdan aktarılmasının yol açtığı öne sürülebilir. Bu yaklaşım doğru olmakla birlikte eksiktir. Ülkemizde sosyal antropoloji eğitiminin, özelde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını genelde ise uygulamalı antropoloji alanını kapsayacak biçimde yeniden düzenlenmesinin henüz gerçekleşmemiş olması sorunun ikinci ve çözüm bekleyen yönünü oluşturmaktadır.

Kaynakça

- Argüden, Yılmaz (2002) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul: ARGE Danışmanlık A.Ş.
- Arslan, Mahmut (2001) *İş ve Meslek Ahlakı*, Ankara: Nobel.

- Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu (1992) *Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük*, Milliyet Matbaası, İstanbul.
- Bayrak, Sabahat (2001) *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Bibb, Elizabeth., Fishberg, Michelle., Harold, Jacob, Layburn, Erin, *The Blended Value Glossary*,
(<http://www.blendedvalue.org/media/pdf-blendedvalue-glossary.pdf> July 2004).
- Büyüksulu, Ali Rıza., *Avrupa Birliği Yesil Dosyası: İşletme Sosyal Sorumluluğu*,
(http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=425&id=25 Haziran 2005).
- Carroll, Archie B. (1979) “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”, *Academy of Management Review*, Vol.4, No.4, 497–505.
- Certo, Samuel C. (1997) *Modern Management: Diversity, Quality, Ethics and The Global Environment*, Prentice Hall
- Dennis, Bryan; Neck, Christopher P.; Goldsby, Michael (1998) “Body Shop International: an explanation of corporate social responsibility”, *Management Decision*, Vol. 36, No.10, 649-653.
- Diñer, Ömer (1998) *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Freeman, Edward, R (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman.
- Hemingway, Christine A.; MacLagan, Patrick W. (2004) “Managers’ personal values as drivers of corporate social responsibility”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 50, No. 1, 33.
- Knox, Simon; Maklan, Stan “Corporate social responsibility : moving beyond investment towards measuring outcomes”, *European Management Journal*, Vol. 22, No. 5, 508-516.

- Kotler, Philip; Lee, Nancy; (2006) *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company And Your Cause*, Çev: Sibel Kaçamak, İstanbul: Kapital Medya.
- Lantos, Geoffrey P. (2002) "The ethicality of altruistic corporate social responsibility", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19, No. 3, 205-230.
- Luetkenhorst, Wilfried (2004) "Corporate social responsibility and development agenda: the case for actively involving small and medium enterprises", *Intereconomics*, Vol. 39, No. 3, 157.
- Nirun, Nihat; Öner, Alev (1992) *Sosyoloji III*, M.E.B., İstanbul.
- Ölçer, Ferit (2001) "Günümüzde sosyal sorumluluğun değişen boyutları ve işletmeler üzerine etkileri", *Standard Dergisi* Sayı 40, 473.
- Özalp, İnan; Tonus, Zümrüt (2003) "Paydaş teorisi (stakeholder theory) ve Freeman, Donaldson- Preston, Mitchell- Angle-Wood ve Carroll'un paydaş teorisine yaklaşımlarının incelenmesi", *11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri Kitabı*.
- Schwartz, Mark S; Carroll Archie B. (2003) "Corporate social responsibility: a three domain approach", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 13, No. 4, 503.
- Solomon, Robert C; Flores, Fernando; (2001) "İş Dünyasında, Politikada, İlişkilerde ve Yaşamda Güven Yaratmak", Çev: Ahmet Kardam, MESS.
- Steiner, George A; Steiner, John F. (1997) *Business, Government and Society: A Managerial Perspective*, New York: McGraw-Hill.
- World Business Council for Sustainable Development (<http://www.wbcsd.org> 2009).
- Zadek, Simon (2001) *The Civil Corporation: The New Economy of Corporate Citizenship*, Londra: Earthscan Publications.