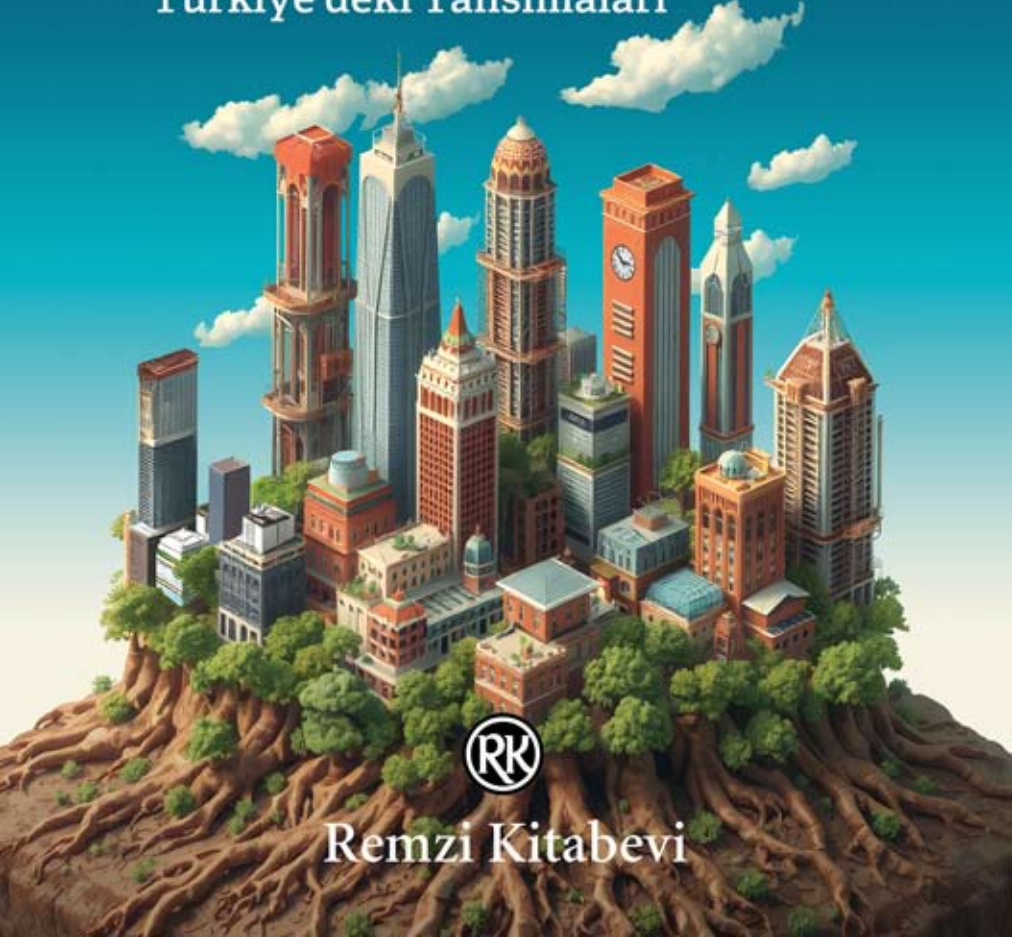


BERKAY ORHANER

KURUMSAL SORUMLULUK

Uygulamaları, Kùltürle Etkileşimi,
Tùrkiye'deki Yansımaları



Remzi Kitabevi

KURUMSAL
SORUMLULUK

BERKAY ORHANER Ankara Atatürk Lisesini bitirdi. Lisans (2008) ve yüksek lisans (2013) eğitimini Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyoloji Bölümünde, doktora eğitimini (2019) Hacettepe Üniversitesinde tamamladı. 2015 yılında Kopenhag Üniversitesi, 2023 yılında George Washington Üniversitesi İşletme Okulunda (GW School of Business) konuk araştırmacı olarak yer aldı.

Orhaner, iş yaşamında Birleşmiş Milletler Küresel İnkeler Sözleşmesi Ofisi (UN Global Compact), Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneđi, Yüksel Holding, TOBB Eğitim ve Teknoloji Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi ve Türk Eğitim Derneđinde çeşitli görevler üstlendi. Hâlen TED Üniversitesinde öğretim görevlisi.

Berkay Orhaner, hakkında birçok bilimsel makale yayınladığı kurumsal sorumluluk kavramı hakkında 2015 yılından bu yana dersler vermektedir. Yazarın *Rochester'daki Türkler* isimli kitabı 2017 yılında, *Soykırım Yıllarında Çocuklar ve Oyun* adlı çeviri kitabı 2014 yılında yayımlanmıştır.

BERKAY ORHANER

KURUMSAL
SORUMLULUK

Uygulamaları, Kültürle Etkileşimi,
Türkiye'deki Yansımaları



Remzi Kitabevi

KURUMSAL SORUMLULUK / Berkay Orhaner

© Remzi Kitabevi, 2025

Her hakkı saklıdır.

Bu yapıtın aynen ya da özet olarak
hiçbir bölümü, telif hakkı sahibinin
yazılı izni alınmadan kullanılamaz.

Yayına hazırlayan: Doğan Selçuk

Kapak tasarımı: Ömer Erduran

ISBN 978-975-14-2206-4

BİRİNCİ BASIM: Ocak 2025

Kitabın basımı 2000 adet olarak yapılmıştır.

Remzi Kitabevi A.Ş., Akmerkez E3-14, 34337 Etiler-İstanbul
Sertifika no: 10705

Tel (212) 282 2080 Faks (212) 282 2090

www.remzi.com.tr post@remzi.com.tr

Baskı ve cilt: Seçil Ofset, 100. Yıl Mah. Matbaacılar Sitesi

4. Cad. No: 77 Bağcılar-İstanbul

Sertifika no: 44903 / Tel (212) 629 0615

*“Dünya vatandaşları haset,
açgözlülük ve kinden uzaklaşacak
şekilde terbiye edilmelidir.”*

MUSTAFA KEMAL ATATÜRK,
1935

İçindekiler

Önsöz, 11

Giriş, 15

Kurumsal Sorumluluk Kavramının Kapsamı, 23

Sorumluluk kavramı	23
Sorumluluğu şirketler üzerinden anlamak	25
Kurumsal sorumluluğu tanımlamak	28
Gönüllülük esası	30
Paydaşların önemi	33
Sürdürülebilirlik ve kurumsal sorumluluk	35
Başında 'kurumsal' sözcüğü olan kavramlar: Sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, vatandaşlık, çevresel ve toplumsal yönetim	38
Kurumsal sorumluluk ve hayırseverlik	41
Kurumsal sorumluluğun amacı	44

Kurumsal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişimi, 49

Sanayi Devrimi ve 20. yüzyıl öncesi dönem	50
<i>Nüfus artışı, göç ve şehirleşme</i>	51
<i>Endüstri ilişkileri</i>	52
<i>Limited şirketin doğuşu</i>	56
<i>Hayırsever iş adamının doğuşu</i>	58
20. yüzyıl ve refah devletleri dönemi	60
<i>Sömürgecilik ve şirketler</i>	60
<i>Avrupa'nın 'güzel dönemi', Büyük Buhran ve Dünya Savaşları</i>	61
<i>Soğuk Savaş ve refah devleti</i>	64

Küreselleşme.....	68
<i>Küreselleşmenin etkileri</i>	68
<i>Küreselleşme hakkındaki genel görüşler</i>	74
<i>Küreselleşme ve kurumsal sorumluluk</i>	76
Kurumsal Sorumluluk Uygulamaları, 81	
Kurumsal sorumluluk uygulamalarının ana konuları	83
Kurumsal sorumluluk uygulamalarının çeşitliliği	86
Kurumsal sorumluluk raporları.....	86
<i>Sosyal ve etik raporlama fikri</i>	87
<i>Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi</i> <i>(UN Global Compact)</i>	89
<i>Küresel Raporlama Girişimi (GRI)</i>	92
<i>Diğer raporlama çerçeveleri</i>	95
<i>Bütünleşik raporlama</i>	98
Kurumsal sorumluluk politikasını belirlemek	100
Kurumsal sorumluluğu kim yönetir?	103
Kurumsal sorumluluğun stratejik değeri.....	106
Kurumsal sorumluluk iletişimi	108
<i>Kendini tanıma paradoksu</i>	109
<i>Yeşil yıkama ve göz boyama biçimleri</i>	111
<i>Ürün yerine sürecin sorumlu hâle getirilmesi</i>	113
Sürdürülebilirlik sertifikaları ve etik tüketim pazarı.....	114
Kurumsal sorumluluk ve yenilikçilik	116
<i>Piramidin tabanı (bottom of the pyramid)</i>	117
<i>Toplumsal girişimcilik (social entrepreneurship)</i>	118
<i>Katılımcı tüketim (collaborative consumption)</i>	118
<i>Kurumsal sorumluluk ve sorumlu yatırım</i>	119
Kurumsal sorumluluk uygulamalarının düzeyleri	121
Kurumsal Sorumluluk Kavramına Yönelik Kuramsal, 124	
Archie B. Carroll'un kurumsal sosyal sorumluluk modeli	128
Friedman'ın kurumsal sorumluluk eleştirisi	132
Paydaş kuramı	133
<i>Ayırma tezi</i>	135

Kurumsal sorumluluk raporlarına yönelik kuramsal yaklaşımlar.....	136
<i>Meşruiyet kuramı (legitimacy theory)</i>	137
<i>Paydaş kuramı (stakeholder theory)</i>	138
<i>İşaret verme kuramı (signalling theory)</i>	138
<i>Kurumsallaşma kuramı (institutionalization theory)</i>	139
Kurumsal sorumluluk kuramlarının sınıflandırılması.....	140
<i>İşlevsel kuramlar</i>	141
<i>Siyasi kuramlar</i>	141
<i>Bütüncül kuramlar</i>	142
<i>Etik kuramlar</i>	142

Kurumsal Sorumluluk Kavramının Kültürle Etkileşimi, 143

Kültürel boyutlar kuramı ve kurumsal sorumluluk.....	144
<i>Güç aralığı</i>	146
<i>Bireycilik – Toplulukçuluk</i>	147
<i>Belirsizlikten kaçınma</i>	147
<i>Kültürel boyutların olumlu ve olumsuz sonuçları</i>	148
<i>Kurumsal sorumluluk anlatısının kültürel değerleri</i>	148
Kültür odaklı kurumsal sorumluluk yorumları.....	149
<i>Kültürel yorumların ortak noktaları</i>	152
<i>Kültürel yorumların olası faydaları ve zararları</i>	153
Kurumsal sorumluluk yönetiminin	
küreselliği ve kültürel zorlukları.....	156
<i>Etik ilkeler belgeleri</i>	158

Türkiye’de Kurumsal Sorumluluk, 160

Kurumsal sorumluluk uygulamalarına yönelik düzenlemeler.....	160
<i>Kurumsal yönetim ilkeleri</i>	161
BİST Sürdürülebilirlik Endeksi ve diğer sürdürülebilirlik temalı endeksler.....	163
<i>Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (TSRS)</i>	164
Sivil toplum kuruluşlarının ve uluslararası kurumların girişimleri.....	165
Türkiye’de kültürel değerler ve kurumsal sorumluluk.....	167
<i>Güç aralığı</i>	167
<i>Bireycilik-toplulukçuluk</i>	168
<i>Belirsizlikten kaçınma</i>	170

Vakıf kültürü ve kurumsal sorumluluk.....	173
Ahilik ve kurumsal sorumluluk	174
<i>Ahilik nedir?</i>	175
<i>Ahiliğin işlevleri</i>	176
<i>Ahiliğin kültürel mirası</i>	179
<i>Ahilik ve kurumsal sorumluluk</i>	180
İslami değerler ve kurumsal sorumluluk.....	181
<i>Sadaka ve zekât</i>	182
<i>Maslahat ve kurumsal sorumluluk</i>	183
Türkiye’de kurumsal sorumluluk kavramına yönelik genel değerlendirmeler	184
<i>Farklı şirket tiplerine göre</i> <i>kurumsal sorumluluğun gelişimi</i>	184
<i>Çevresel sorumlulukların topluma yönelik katkıların</i> <i>gerisinde kalması</i>	186
<i>Basının kurumsal sorumluluk okuryazarlığı</i>	187
<i>Akademi ve kurumsal sorumluluk</i>	188
<i>İthal kurumsal sorumluluk gündemleri</i>	188

Son Söz, 190

Kaynaklar, 193

Önsöz

“KSS (kurumsal sosyal sorumluluk) projelerimiz kapsamında sivil toplum kuruluşlarına destek olmak en önemli önceliklerimiz arasındadır. Kurumsal olarak yaptığımız bağışlarımızı elimizden geldiğince her yıl artıracacağız.”

“Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketimizin kurumsal kodlarında var olan bir anlayıştır. Her yıl şirketimizin çalışanları bir günlerini çevredeki yardım kurumlarında gönüllü olarak geçirirler. Ayrıca Doğu’daki okullarla iletişim hâlindeyiz. Sıklıkla kitap ve diğer yardım malzemeleri toplayıp gönderiyoruz.”

“Bu enflasyon ortamında bazen kendimiz yemiyoruz ama iş yerindeki on yedi kişinin maaşını günü gününe yatırıyoruz. Sayemizde on yedi ailenin evine ekmek girmeye devam ediyor, bundan âlâ kurumsal sorumluluk mu olur?”

“Sürdürülebilirlik danışmanlığı konusunda fark yaratan çalışmalarımız var. KSS projelerimizin sosyal medya görünürlüğü konusunda iddialıyız. Ayrıca rapor yazma konusunda da yardımcı oluyoruz. İçeriği oluşturuyor, tasarımını hallediyor, anahtar teslim hizmet sunuyoruz.”

Günümüz iş dünyasının yöneticilerinden sıklıkla işitilebilecek veya yazılı kaynaklarından okunabilecek bu cümleler, kurumsal (sosyal) sorumluluk kavramına ilişkin pek çok hatalı ve eksik yaklaşımı örnekler. Pek çok şirket, kurumsal sorumluluk çalışmalarını belirli bir başlangıç ve bitiş tarihi içeren ‘projeler’ olarak algılamaktadır. Bu projeler genelde şirketlerin olağan çalışmalarının ‘dışında’ yapılması gereken ve ‘ayrı’ bir bütçe kullanımı gerektiren işlerdir. Bu çalışmalar sıklıkla sosyal sorumluluk projeleri düzenlemek, yardım veya toplumsal bilinci artırmaya yönelik kam-

panyalar içerisinde yer almak şeklinde gerçekleştirilir. Bazı durumlarda bir sivil toplum kuruluşuna bağış yapılması kurumsal sorumluluğun ölçüsü gibi gösterilir. Sonuç olarak tüm bu etkinlikler sonunda bir kurumsal iletişim içeriği oluşturmak hedeflenir. Reklamlar, sosyal medya içerikleri, genel müdürün söylemleri ve kurumsal raporlar bu içerikler sayesinde zenginleştirilir.

Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde ise kurumsal sorumluluk 'fazladan' ve 'imkân varsa', isteğe bağlı 'yapılan' bir etkinlik olarak görülür. Kurumsal sorumluluk yine çoğunlukla 'dışarıya yönelik' bir kavram olarak algılanır. Pek çok işletme, üretim süreçlerinde dikkat ettikleri etik önceliklerin, çevreye yönelik hassasiyetlerinin, çalışanlarına sağladıkları yardımların kurumsal sorumluluk ile ilgili olabileceğini tahmin etmez. Düzenli şekilde kâr etmeyi yeterince garanti altına alamamış işletmeler ise kurumsal sorumluluk kavramına yabancılıkla yaklaşır. Maaşları ve vergileri eksiksiz ödeyebilmenin zaten üstlenilebilecek en kapsamlı sorumluluk olduğu düşünülür.

Kurumsal sorumluluğun bir de danışmanlık boyutu vardır. Pek çok danışmanlık şirketi, kurumsal sorumluluk sayesinde itibarlarını kuvvetlendirmek veya kurumsal sorumluluk ile ilgili işlerin 'yükünü' hafifletmek isteyen diğer şirketlere hizmetlerini önermektedir. Böylece kurumsal sorumluluk çalışmalarından elde edilmek istenen beklentiler, şirketin insan kaynaklarını meşgul etmeden, 'dışarıdan' karşılanabilir.

Yukarıda örneklerini vermeye çalıştığımız güncel algıların ötesinde kurumsal sorumluluk, toplumun iş dünyasına yönelik beklentilerini ifade eden oldukça geniş kapsamlı bir kavramdır. Bir şirketin üstlenmesi gereken ekonomik, toplumsal ve çevresel sorumlulukların neler olduğunu tartışır. Dolayısıyla kurumsal sorumluluk ve iş etiği birbiriyle oldukça ilişkili iki kavramdır. Özel sektörün üstlenmesi gereken sorumluluklar, farklı kültürlerde, farklı zamanlarda, sosyo-politik gündemle ilişkili olarak yeniden yorumlanır. Bu nedenle kurumsal sorumluluk, her şeyden önce iş dünyası-toplum etkileşimini inceleyen akademik bir alandır.

Özellikle küreselleşme sürecinin hız kazanmasıyla şirketler, toplumsal değişimin belirgin özneleri hâline gelmiştir. Etki alan-

ları ülke sınırlarını çoktan aşan şirketlerin sorumsuz davranışları, doğal kaynakların tükenmesi, bireysel ve toplumsal sağlığın bozulması, fırsat eşitsizliği ve kültürel yozlaşma gibi birçok olumsuz etkiye neden olabilir. Dünya, her an oluşabilecek yeni bir kurumsal skandalın toplum, çevre ve ekonomi üzerinde olası yıkıcı etkilerinin tehdidi altındadır. Bu nedenle toplum, hükümetler ve uluslararası kuruluşlar, artan bir oranla şirketlerin sorumluluklarının bilincinde olmalarını talep etmektedir. Bu kaygıları gidermek üzere tutarlı, sürdürülebilir ve hesap verebilir uygulamalar geliştirmek şirket yöneticilerinin görevidir. Dolayısıyla kurumsal sorumluluk, aynı zamanda stratejik önemi gittikçe artan bir yöneticilik uygulama alanıdır.

Bu kitap, kurumsal sorumluluk kavramı hakkındaki mevcut Türkçe içeriklerin yetersiz olması eksikliğini gidermek amacıyla hazırlanmış alçak gönüllü bir çabadır. Kitabın öncelikli amacı, kurumsal sorumluluk terimini kapsamlı bir kavram olarak ele almaktır. Dolayısıyla kitapta kurumsal sorumluluk yalnızca bir uygulama alanı olarak değil, farklı kurumsal (teorik) yaklaşımlarla ve tarihsel dönemler üzerinden değerlendirilebilen bir kavram olarak incelenmektedir. Ayrıca iş dünyası kaçınılmaz olarak kültürel yapıyla etkileşim içerisinde. İş dünyası ve toplum kümelerinin tam ortasında kurumsal sorumluluk kavramının, kültürel özelliklerle ilişkisi ayrıca değerlendirilmesi gereken bir alandır ve kitapta kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

Kurumsal sorumluluk kavramı yaygınlaştığı her ülkede, uluslararası etkileşimlerin ötesinde yerel kültürle, piyasa koşullarıyla ve siyasi yönetimle ilişkili olarak özgün bir bağlam oluşturur. Literatürde kurumsal sorumluluk konusunu Türkiye özelinde kapsamlı bir şekilde değerlendiren kaynaklar da maalesef yetersizdir. Bu boşluğu doldurmak amacıyla kitabın önemli bir bölümü kurumsal sorumluluğun Türkiye'deki durumuna ayrılmıştır. Ayrıca kitap içerisindeki tartışmalar ve örnekler genellikle Türkiye'yi merkeze alan bir yaklaşımla sunulmuştur.

Bu kitabın en büyük ülküsü ilgililere, yöneticilere, politika geliştiricilere, iş dünyası liderlerine ve en önemlisi öğrencilere ilham vermektir. Dolayısıyla kitabın –Türkiye’de oldukça geciktiğimiz–

kurumsal sorumluluk ile ilgili tartişmalara, değerlendirmelere ve yeni fikirlere zemin hazırlamasını amaçlıyorum. Ayrıca her ne kadar bir ders kitabı olma iddiası taşıyor olsa da kitabın, lisans ve yüksek lisans düzeylerindeki derslerde yapılacak tartişmalara çerçeve sunabileceğini umut ediyorum.

Kurumsal sorumluluk kavramıyla tanışmamı ve profesyonel dünyada bu kavramın nasıl ele alındığını anlamamı Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneęi, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ve Yüksel Holdingdeki profesyonel deneyimlere borçluyum. Ayrıca Hacettepe niversitesi ve TED niversitesinde yıllardır anlatmakta olduğum kurumsal sorumluluk derslerine katılan öğrencilerim, kurumsal sorumluluk konusunu daha kapsamlı ve derinlikli bir yaklaşımla ele alabilmemi sağladılar. George Washington Üniversitesi Gelman Kütüphanesi istediğim her kaynağa erişebilmemi mümkün kıldı. Kitabın tamamlanabilmesi ancak sevgili eşim Hilal'in yardımlarıyla mümkün oldu. Hepsine çok teşekkür ederim.

Ankara, 2024

Giriş

Anadolu'da Sanayi Devrimi öncesinde bir kasaba hayal edelim. Büyük olasılıkla nüfusun çoğunluğu ailece çalışıyor. Dolayısıyla aynı işte çalışanlar, 'iş arkadaşı' olmanın ötesinde aile veya akrabalık bağı ile birbirlerine bağlılar. Herkes birbirinin ne iş yaptığını biliyor. Yapılan iş, işi yapan kişinin kişiliğinden ayrı tutulamayacağı için üretimde ve ticaretle ahlaklı olmak en önemli önceliklerden birisi olarak kabul görüyor. Yıkıcı bir rekabet içerisinde olmaktan ziyade toplum huzurunu korumak kabul görüyor.

Pek çok aile tarımla uğraşiyor. Bu aileler muhtemelen hem kendi ihtiyaçları için hem fazlasını pazarda satmak üzere ürün yetiştiriyor. Tarım faaliyetinden ortaya çıkan biyolojik atıklar büyük oranda yeniden kullanılıyor. Örneğin ekinlerden arta kalanlar, varsa kendi hayvanlarına, yoksa bir başka kişinin hayvanına besin oluyor, geri dönüşüyor.

Geri dönüşüm veya yeniden kullanım, tarımla uğraşanlarla sınırlı kalmıyor. Marangozlar artan tahta parçalarını fırıncıya veriyor, eskiyen madeni eşya demircide eritilip yeniden kullanılıyor, pek çok araç gereç ortak kullanılıyor. Yılda bir kere kullanmak için herkes aynı eşyayı ayrı ayrı satın almıyor.

Kasabanın merkezinde zanaatla uğraşanların dükkânları var. Bu dükkânlar hem üretim hem satış işinde kullanılıyor. Dükkân sahipleri varsa kendi çocuklarıyla çalışıyorlar, yoksa yanlarında çırak yetiştiriyorlar. Usta, kalfa ve çırak hep beraber bir 'aile gibi' çalışıyorlar. Dükkân hem ekmek paralarını veren hem de meslek öğreten bir merkez işlevi görüyor. Dükkân sahipleri komşuluğa çok önem veriyorlar. 'Ayıp olur' yaftasından büyük bir suçtan kaçınılır gibi korkuluyor. Herkes 'kendi kapısının önünü süpürü-

yor', ihtiyacın ötesinde çok fazla çalışmanın 'açgözlülük' olacağı düşünülüyor.

Aradan birkaç yüzyıl geçmiş olsun, aynı kasabayı yeniden düşünelim.

Kasabanın nüfusu büyük olasılıkla onlarca kat arttı; belki de burası küçük bir şehir hâline geldi. Kasabayı çevreleyen köylerde yaşayanlar, hastane, okul gibi hizmetlerden daha fazla faydalanmak, ücretli işlerde çalışmak veya köyde yaptıkları işin ekonomik değerini kaybetmesi gibi nedenlerle göç ettiler.

Şehirde hâlâ tarımla uğraşanlar var. Tarımda artık aile emeğinden daha çok ücretli işçilerin emeği kullanılıyor. Zaten tarım makineleri sayesinde her geçen gün tarım işçisine duyulan ihtiyaç azalıyor.

Demirci, marangoz, derici, örmeci, çömlekçi gibizanaatkârların sayısı büyük bir hızla azalıyor, pek çok zanaat kolu ise tarihe karışıyor. Dükkân sahipleri hâlâ var ama kendi ürettikleri ürünleri değil, hazır aldıkları ürünleri satıyorlar. Küçük dükkânların sayısında da azalma var. Çünkü hem büyük mağaza zincirleri ülkenin her yerine yayılıyor hem de internet üzerinden yapılan ticaret aynı malın dükkânlardan daha ucuza satılmasını sağlıyor.

Çok sayıda işçi çalıştıran birkaç fabrika var. Burada çalışanlar herhangi bir ustalık öğrenmek durumunda değiller. Herhangi birisi kolaylıkla işe girebiliyor veya işten ayrılabilir. Artık aynı iş yerinde çalışanlar arasında 'aile gibi' olma duygusu pek hissedilmiyor. Patron bir yandan fazla mesai ücretlerinde kesinti yapmanın derdinde ama kendi bindiği arabanın yeni modelini almaktan geri kalmıyor. İşçilerin çalışma yaşantılarında karşılaştıkları pek çok sorun var. Bu dertleri ne kendi başlarına dile getirebiliyorlar ne de parti siyasetine bulaşmış sendikaya güvenebiliyorlar.

Biraz parası olan ve ticaretle uğraşan kişiler kendilerini 'iş adamı' diye tanıtıyorlar. Bu iş adamlarının tam olarak ne iş yaptıkları belli değil. Yaptıkları işleri doğru düzgün yapıp yapmadıkları da bilinmiyor. Para kazanmış olmak veya kazanmış gibi yapabilmek, başarılı olmanın göstergesi gibi kabul görüyor. Herkes ucuz malı doğru zamanlamayla pahalıya satabilmenin yollarını arıyor. Yaptığı işten memnun olan, kendi mesleğini ilerletmek

isteyenlerin sayısı oldukça az. Pek çok kişi 'kâr getirisi' fazla bir başka fırsat bulduğunda işini hemen değiştirmeye çoktan razı.

Eskiden hiçbir şey ziyan edilmezken şimdi her yerde çöp yığınları var. Zincir marketlerin önündeki çöp varilleri her akşam dolup taşıyor. Şehrin dışındaki boş arazilerde plastik yığınları var. Belediye arada bir bakanlığın baskısıyla veya bir Avrupa Birliği projesinin teşvikiyle birkaç sokağa çöp ayrıştırma kovaları koyuyor ama bunlar pek de işe yaramıyor. Ayrıştırılmış atık kovalarına rastgele çöpler atılıyor, geri dönüşüm konusu şehirde göçmen atık toplayıcıları varsa kısmen sağlanabiliyor.

Şehirdeki yeşil alanlar azalıyor, su ve hava kirleniyor. Eskiden piknik yapılan yerlerde yapılaşmalar var. Civardaki göllerde yüzmek tehlikeli. Kültürel yaşantı sanki ilerleyeceğine geriye gitmiş. Şehirdeki gençlerin hayallerinde daha büyük şehirlere, hatta mümkünse farklı ülkelere göçmek var.

Bu küçük hikâyede sözü edilen sorunlar dünyanın pek çok ülkesine genellenebilir. Hatta bu sorunların neden olduğu etkileri dünya ölçeğinde düşündüğümüzde önemli küresel sorunların nedenleri daha iyi anlaşılabilir.

Dünya nüfusu 1928'de 2 milyar kişiydi. Bir asır sonra ise bu sayının 8 milyar kişiye ulaşacağı hesaplanıyor. Yani 100 yıl içerisinde dünya dört kat kalabalıklaşıyor. Bu süre içerisinde küresel ticaret, ülkelerin sınırlarını ve coğrafyaları aşarak daha da gelişiyor. Tüm dünyaya egemen olan piyasa ekonomisinin çıkarları tüm siyasi güç odaklarından daha kudretli hâle geliyor.

Dünya, artan teknolojiye, maddi refah artışına ve uluslararası kuruluşların barış ve kalkınma odaklı çalışmalarına rağmen kronikleşen sorunlarını çözemiyor. Eşitsizlik, fakirlik, doğal kaynakların azalması, su ve gıda kıtlığı gibi küresel sorunlar artmaya devam ediyor. Bu sorunlardan etkilenen toplulukların talepleri daha fazla şiddetin ortaya çıkmasına, teröre ve zorunlu göç hareketlerine neden oluyor.

Tüm bu küresel sorunlar ve hayali Anadolu kasabası üzerinden saptadığımız iş ahlakı, sürdürülebilir tarım ve üretim, mesleki eğitim, geri dönüşüm, atık yönetimi, paydaş ilişkileri, iyi yöne-

tişim, toplumsal sürdürülebilirlik ve hesap verebilirlik gibi konulara ilişkin çözümlere ihtiyacımız olduğu konusunda hemfikiriz. Fakat bu çözümleri kimin sağlaması gerektiği konusunda ciddi fikir ayrılıklarımız var.

Refah devleti anlayışının egemen olduğu dönemin etkisinde kalan 'devletçi' okurlar, bu konuların faturasını devlete kesmeye meyilli olacaktırlar. Onlara göre devlet, bu sorunlara çare üretmek için vergi toplar, gerekli girişimleri kamu kuruluşları vasıtasıyla gerçekleştirir. Oysa devletler, küreselleşme karşısında güçlerini sürekli kaybetmektedir. 2018 yılında yapılan bir çalışma dünyanın en büyük 100 ekonomik öznesinin 71'inin devlet bütçesi değil, şirketler olduğunu göstermektedir (Babic ve diğerleri, 2017). Kamunun üstlendiği geleneksel işlevlerin pek çoğu büyük bir hızla özel sektöre, uluslararası kuruluşlara veya sivil topluma geçmektedir.

'Solcu' okurlar ise hedef tahtasına kapitalizmi oturtmaya meyilli olacaktırlar. Onlara göre sözünü ettiğimiz küresel sorunlara bulunacak çözümler kaçınılmaz olarak geçicidir. Gerçek çözüm, sistemin kendisini, kapitalizmi değiştirmek olmalıdır. Oysa yakın tarihte sosyalizmle yönetilen ülkelerin şimdi serbest piyasa ekonomisinde yaşayan vatandaşları, eski günlere dönmek konusunda hiç de istekli görünmüyorlar. Dahası dünyanın farklı ülkelerindeki 'sol' partiler, köklü sistem değişiklikleri yapmak amacıyla devrim çağrısı yapmaya niyetli değiller, devrim için çağrı yapanlara yanıt verenlerin sayısı ise son süper kahraman filmi oyuncusunun sosyal medya takipçilerinin sayısından az.

'Liberal' okurlar da bu konuların muhatabının devlet olduğunu düşünürler ancak onlar 'devletçilerin' aksine çözümü kamu kurumlarının varlığında değil yokluğunda ararlar. Liberallere göre serbest pazar, gerçekten serbest olduğunda, yani piyasaya müdahale edilmediğinde ve adil rekabet koşulları oluştuğunda pazardaki oyuncular halkın isteklerine yanıt veren ürün ve hizmetleri doğru fiyat politikasıyla geliştirebilirler. Böylece serbest pazar, 'görünmez elinin' yardımıyla küresel sorunların çözümünü kendi doğal dinamikleriyle sağlar. Oysa kendi hâline bırakılan piyasaların toplumsal fayda yerine daha çok sömürüye neden oldu-

Şirketlerin tek sorumlulukları kâr etmek midir? Açgözlülük ve aşırı rekabetçilik gibi davranışları bireysel yaşantımızda ayıplarken nasıl oluyor da kurumsal yaşantımızda benimsiyoruz? İş dünyası sürdürülebilir kalkınma için bir sorun kaynağı mı yoksa çözüm ortağı mıdır?

Kurumsal (sosyal) sorumluluk, toplumun iş dünyasına yönelik beklentilerini ifade eden oldukça geniş kapsamlı bir kavramdır. Bir şirketin üstlenmesi gereken ekonomik, toplumsal ve çevresel sorumlulukları ele alır.

Bu kitapta, kurumsal sorumluluk kavramı tarihsel, akademik ve uygulamaya dönük tüm boyutlarıyla yer almaktadır. Yalnızca kurumsal sorumluluk uygulamaları değil, aynı zamanda iş dünyası ve toplum ilişkisi tarihsel ve kuramsal (teorik) bir yaklaşımla değerlendirilmektedir.

İş dünyası ve toplum arasındaki etkileşim kaçınılmaz olarak kültürel değerlerle de ilişkili olduğu için kültürel farklılıkların kurumsal sorumluluk üzerindeki etkisi önemlidir. Bu nedenle kitap, kurumsal sorumluluk konusunda Türkiye’de kaydedilen yapısal gelişmeleri de incelemekte ve Türkiye’nin kurumsal sorumlulukla ilgili tarihsel-kültürel özelliklerini ele almaktadır. Böylece kurumsal sorumluluk kavramı hakkında yapılan yayınlar arasında Türkiye pratiğine odaklı olmasıyla da öne çıkmaktadır.

www.remzi.com.tr

ISBN 978-975-14-2206-4



9 789751 422064

KDV’den muaftr