

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
YÜKSEK LİSANS MERKEZİ

Elyazması hukukunda

Benövşe Aslanova Babek qızının

**“AZERBAYCANDA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERDE
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK
ANLAYIŞI: SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ”**

Konusunda

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İhtisasın şifresi ve adı 060409_İşletme

İhtisaslaşma “ Biznesin Təşkili və İdarəedilməsi”

Tez Danışmanı:

Fariz Ahmedov Saleh oğlu

İktisat elmleri üzre felsefe doktoru,doç.

Yüksek Lisans Programının Rehberi:

Gabil Manafov Nadir oğlu

İktisat elmleri doktoru, prof.

Kafedra müdiri

Fariz Ahmedov Saleh oğlu

İktisat elmleri üzre felsefe doktoru,doç.

BAKİ - 2015

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKULTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ

AZERBAYCANDA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERDE
KURUMSAL SOSYAL SORUMLUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK
ANLAYIŞI: SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

YÜKSEK LİSANS BİTİRME TEZİ

Hazırlayan
Benövşe ASLANOVA

TEZ DANIŞMANI
Dr.Fariz AHMEDOV

BAKÜ-2015

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, günümüzde her geçen gün önem kazanan kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik konularının teorik altyapısını araştırmak ve güncel örneklerle toplum hayatına etkisini yansıtmaktır.

İşletmelerin esas amaçları, kar elde etmek, yaşamını uzun dönemde sürdürebilmek ve topluma hizmet etmektir. Günümüzde işletmenin kar elde edebilmesi ve yaşamını uzun süre sürdürebilmesi işletmenin sosyal sorumluluklarının yerine getirilmesinden geçmektedir. Yani bir nevi kar elde edebilmesi için toplumun isteklerine cevap vermeli ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmelidir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk uzun zamandır mevcut olan bir konu olsa da bir terim gibi çok yenidir. Daha önceleri sadece bir hayırseverlik olarak görülen bu konu toplumun değerlerinin değişmesiyle daha da önemli hale geldi.

Çalışmanın birinci bölümünde genel olarak sosyal sorumluluk hakkında bilgi verilmiş, sosyal sorumluluğun önemi belirtilmiş, sosyal sorumluluğun tarihi gelişim süreci incelenmiş, sosyal sorumluluk standartları, boyutları, stratejileri incelenmiştir. İkinci bölümde sosyal girişimciliğin hakkında bilgi verilmiş, girişimciliğin önemi ve faydaları, incelenmiş, ticari ve sosyal girişimcilik arasındaki farklar belirtilmiş, sosyal girişimcilik kuruluşları hakkında bilgi verilmiştir. Son bölümünde ise Azerbaycanda mevcut olan işletmelerde sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik araştırılmış, ve bu araştırmayı desteklemek için anket uygulaması yapılmış, anket sonuçları yorumlanarak Azerbaycanda mevcut olan işletmelerde sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik sorunları ortaya çıkarılmış ve bazı çözüm önerileri incelenmiştir.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
KISALTMALAR.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM SOSİAL SORUMLULUK

1.1. SOSYAL SORUMLULUĞUN TANIMI VE ÖNEMİ.....	4
1.2. SOSYAL SORUMLULUKLE İLGİLİ KAVRAMLAR.....	7
1.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞA TARİHSEL BAKIŞ.....	9
1.3.1 Sanayi devrimi öncesi dönem.....	9
1.3.2. Sanayi devrimi sonrası.....	11
1.3.3. İkinci Dünya Savaşı Sonrası Donem.....	12
1.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ TEMEL GÖRÜŞLER.....	13
1.4.1. Klassik görüş.....	13
1.4.2.Sosyo-ekonomik görüş.....	15
1.4.3. Modern Görüş.....	15
1.4.4. Yardımsever Görüş.....	17
1.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI	17
1.5.1.Çalışanlara karşı sosyal sorumluluklar.....	17
1.5.2.Hissedarlara karşı sosyal sorumluluklar.....	18
1.5.3. Müşterilere karşı sosyal sorumluluklar.....	18

1.5.4. Dogal Cevreye Karsı Sosyal Sorumluluklar.....	19
1.5.5. Topluma Karsı Sosyal Sorumluluklar.....	20
1.6. SOSYAL SORUMLULUKLA ALANINDA ULUSLARARASI STANDARTLAR.....	21
1.6.1. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi.....	21
1.6.2. Caux Prensipleri.....	24
1.6.3. Keidanren Sözleşmesi.....	25
1.6.4. SA 8000 Standartları.....	26
1.6.4.1. SA8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Ortaya Çıkış Nedenleri.....	27
1.7. SOSYAL SORUMLULUK BOYUTLARI.....	29
1.7.1.Ekonomik boyut.....	29
1.7.2. Hukuksal boyut.....	30
1.7.3.Etik sorumluluk.....	31
1.7.4. Gönüllü sorumluluk.....	32
1.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİLERİ.....	32
1.8.1.Engelleyici Strateji.....	33
1.8.2.Koruyucu Strateji.....	34
1.8.3.Uyumlastırıcı (Yardımsever) Strateji.....	34
1.8.4.Aktivist Strateji.....	34
1.9. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.....	35
1.9.1. Sosyal Sorumluluğun Avantajları.....	36
1.9.2.Sosyal Sorumluluğun Dezavantajları.....	36

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

2.1. GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI .	38
2.2. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.....	42
2.2.1. Girişimciliğin Avantajları.....	43
2.2.2. Girişimciliğin Dezavantajları.....	43
2.3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI.....	43
2.4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	46
2.5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ.....	48
2.6. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ VE FAYDALARI.....	51
2.7. TİCARİ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİ BİR- BİRİNDEN AYIRAN FAKTÖRLER.....	53
2.8. DÜNYADA FAALİYET GÖSTEREN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KURULUŞLARI.....	58
2.8.1. Amerikada Faaliyet Gösteren Sosyal Girişimcilik Kuruluşları.....	58
2.8.2. Avrupada Faaliyet Gösteren Sosyal Girişimcilik Kuruluşları.....	62
2.8.3. Asyada Faaliyet Gösteren Sosyal Girişimcilik Kuruluşları.....	63

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCANDA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ANLAYIŞI: SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

3.1.Araştırmanın Amacı	65
------------------------------	----

3.2. Araştırmanın Yöntemi.....	65
3.3. AZERBAJCANDA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ANLAYIŞI.....	66
3.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ SORUNLAR VE ANALİZLERİ.....	71
3.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ ÇÖZÜM ÖNERLERİ.....	75
SONUÇ.....	82
KAYNAKLAR	84
EKLER.....	92

KISALTMALAR

SS: Sosyal Sorumluluk

SG: Sosyal Girişimcilik

KSS: Kurumsal Sosyal Sorumluluk

KSG: Kurumsal Sosyal Girişimcilik

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: DÜNYADAKİ SA 8000 BELGELENDİRME ŞİRKETLERİ.....	28
Tablo 2: GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ SEÇİLEN TANIMLAR.....	41
Tablo 3: SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE TİCARİ GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ FARK.....	56
Tablo 4: ANKET TABLOSU.....	72
Tablo 5: KSS İLGİLİ SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ.....	79

GİRİŞ

Sosyal girişimler; sosyal amaçları desteklemek ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülüklerini tamamlamak için bir kurum tarafından üstlenilmiş büyük çaplı faaliyetlerdir (Kotler, 2006).

Günümüzde şirketler ürünleri ve hizmetleri ile birlikte kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle de kendilerinden söz ettirmektedirler. Bunun en önemli nedenlerinden biri sosyal sorumluluğun her geçen gün öneminin artması ve tüketicilerin sosyal sorumluluğa verdiği değerin çoğalmasındır. Artık işletmeler yalnızca kar elde etmekle ayakta kalamayacaklarının farkındadırlar.

İşletmeler varlıklarını sürdürebilmek, markalarını tanıtmak, yeni pazarlara açılabilme, çalışanların ve müşterilerin güvenini kazanabilmek için sosyal sorumluluğun en iyi yol olduğunun farkındalar. Tabii ki kurumsal sosyal sorumluluğun bazı maliyetleri de vardır. Bu sebeple firmalar istekli olmasalar bile işletmenin geleceği açısından bu maliyetlere katlanmaktadırlar. Ancak duyarlı ve geleceği göre bilen şirketler açısından bu maliyetler geleceğe yönelik bir yatırımdır.

İnsanlar günümüzde artık yalnızca ürünü ya da hizmeti değil ürünün ve hizmetin yarattığı değerleri satın almaktadır. İşletmeler ise daim satın alınan değer olmak için sosyal sorumluluk projelerine yönelmektedirler. İşletmelerin uzun vadeli , planlı sosyal sorumluluk projeleri, toplumsal gelişime hitap eden kuvvetli bir marka imajı oluşturur.

Bu çalışmanın amacı işletmelerde KSS ve KSG anlayışının mevcutluğunu araştırmak, bu konuyla ilgili hangi sorunların mevcut olduğunu ortaya çıkartmak ve bu sorunların nasıl ortadan kaldırılacağını belirlemektir. Çalışmamızda işletmelerde sosyal sorumlulukla ilgili bölmelerin var olup olmadığı , işçilerin sosyal sorumluluk projelerinde

gönüllü katılıp katılmadığı , işletmelerde sosyal sorumluluk projelerinin yapılması, işletmelerde sosyal sorumluluk standartlarının kullanılması, işletmelerde sosyal sorumlulukla ilgili hangi sorunların olduğu, devletin sosyal sorumluluk ilgili siyasetinden işletmelerin haberdar olup olmaması, devletin hangi projelerle (örnek:vergi indirimi) sosyal sorumluluğu desteklemesi ile ilgili sorulara cevap verilecektir.

Rekabet ortamının her geçen gün daha da belirginleşmesi KSS ve KSG anlayışının önemini daha da artırmıştır. Müşteri sadakatının artmasında, şirket işçilerinin örgüte bağlılığının sağlanmasında, şirket yaşamının uzatılmasında ve diğer yararların sağlanmasında KSS ve KSG anlayışlarının önemli büyüktür. Bu açıdan bakıldığında KSS ve KSG anlayışının şirketlerin hayatında önemli bir rolü vardır. Azerbaycanda bu konuda sınırlı çalışmaların yapılmış olması, işletmenin kamuoyununca benimsenmesinin sağlanması, ekolojik yapıya duyarlı, çevre dostu işletmelere ulaşılması, daha geniş finansman kaynaklarına ulaşmada , toplumla , yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkilerin geliştirilmesi ve güçlenmesi, toplumsal sorumluluk projelerinde görev alan kurum çalışanlarının bilgi, beceri ve deneyimlerinin geliştirilmesi açısından çalışmamız önem taşımaktadır.

KSS-ğün şirket hayatında önemli rolü olduğu gibi anlayış kendisinde bir çok sorunları da barındırmaktadır. Bu sorunların en önemlisi ülkemizde KSS anlayışının tam olarak ne olduğu anlaşılmamaktadır. Yapılan KSS projelerinin bir çoğu KSS kapsamında yapılsada bazen bu projeler tam olarak KSS kendinde barındırmamaktadır.

Araştırmada veri toplama yöntemi gibi birincil ve ikincil veriler kullanılmışdır. Birincil veri gibi anket medotu kullanılmışdır. İkincil veri olarak internet bulguları ve KSS alanındaki kitaplar ve tez işleri

incelenmiştir. Araştırmamız Azerbaycanda faaliyet gösteren tüm bankaları kapsamaktadır. Bundan başka araştırmamızda Amerika, Avrupa ve Asya ülkeleride faaliyet gösteren bazı KSS ve KSG işletmelerin faaliyetleri hakkında bilgi verilmiştir. Ülkemizdeki KSS alanında mevcut durumun değerlendirilmesi amacı ile anket düzenledik. Anketi Azerbaycan'da faaliyet gösteren 44 bankaya gönderdik. Sorgu anonim geçirildiyinden hangi şirketlerin talebi cavablandırıldığını kayıt etmiyoruz. Ancak onu söyleyebilirizki, 44 bankadan yalnızca 23-i anketi cevaplandırmıştır ve anket 35 sorudan ibaret olmuştur.

Çalışmanın birinci bölümünde sosyal sorumluluğun tanımı ve önemi belirtilmiş, sosyal sorumlulukla ilgili kavramlar açıklanmış, sosyal sorumluluğun tarihi gelişimi bu konu ile ilgili görüşler, sosyal sorumluluk alanları, standartları, boyutları, stratejileri, avantaj ve dezavantajları incelenmiştir. İkinci bölümde sosyal girişimciliğin tanımı, sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimi, önemi ve faydaları, özellikleri, ticari ve sosyal girişimciliği bir-birinden ayıran faktörler, dünyada faaliyet gösteren sosyal girişimcilik kuruluşları hakkında geniş bilgi verilmiştir. Son bölümünde Azerbaycanda faaliyet gösteren işletmelerde sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik anlayışı için anket çalışması yapılmış ve anket sonuçları yorumlanarak Azerbaycanda faaliyet gösteren işletmelerde sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik sorunları ve çözüm önerileri incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK

1.1. SOSYAL SORUMLULUĞUN TANIMI VE ÖNEMİ

Kavram olarak sosyal sorumluluğun her dönemde geçerli olabilecek bir tanımını vermek oldukça güçtür. Kavram olarak sorumluluk , belirlenen bir görevi yerine getirmek için o işi yapmakta mükellef olan bir yöneticinin uymak zorunda olduğu kurallar bütünüdür. Sorumluluk başkalarını tanımak, onların değerlerine saygı göstermek; onların varlığını kabullenmektir.¹

Sosyal sorumluluk; “işletmenin ekonomik faaliyetlerini, çalışanlar, hissedarlar, tüketiciler ve toplumdaki bireylerin hiçbirine zarar vermeden sahip olduğu kıt kaynakları en iyi biçimde kullanarak toplumun istek ve arzularına uygun üretimde bulunması” olarak açıklanabilir. Sosyal sorumluluğun klasik tanımı “ girişimcilerin, toplumun değer ve amaçları açısından arzu edilen yolları takip ederek, bu yonde kararlar vermesi ve işletme yönetimine bağlı olduğu mecburiyetler” olarak ifade edilmektedir.²

Bazı araştırmalara göre, işletmelerin sosyal sorumluluğu , “toplumun bir parçası olan işletmelerin etik değerlere uygun şekilde davranma yükümlülüğünü” ifade eder. Dolayısıyla kavram iş dünyası ve toplumun sosyal yaşamda birlikte hareket ettiğini temel olarak ,

¹Nejat Özüpek, *Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kuramsal ve Uygulamalı Bir Araştırma*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entüştürüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Doktora Tezi, Konya, 2004

² Ruslan Bakırov, *İşletmelerde İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk* , Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entüştürüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara , 2006

işletmelerin pay sahipleri ve bir bütün olarak toplumun refahını artırmaya yönelik bir konsept gibi de tanımlanmaktadır.³

Sosyal sorumluluk kavramını ilk defa gündeme getiren Oliver Sheltonun “Yönetim Felsefesi” adlı kitabında, “işletmenin yönetim prensipleri, toplumun sosyal faydası üzerinde odaklanmalıdır” ifadesi yer almaktadır. Bu görüş, ündüstri devriminden sonra işletmelerin toplumdaki göreceli öneminin artmasıyla önem kazanmaya başlamıştır.⁴

Bununla birlikte sosyal sorumluluk, bir işletmenin öncelikli ekonomik misyonunu terk etmesi gerektiği ya da sosyal sorumlu bir işletmenin, daha az sorumlu davranan işletmeler kadar karlı olamayacakları anlamına gelmez. Sosyal sorumluluk, işletmelerin kar elde etmekle, bu karı elde etmek için katlandığı maliyetler arasında dengeyi kurmayı gerektirir.⁵

İşletmelerin sosyal sorumlulukları, modern yönetim anlayışında üzerinde sıklıkla durulmaya başlanan ve tartışılan bir konu haline gelmiştir. Günümüzde toplum, giderek artan bir oranda işletmelerin sosyal sorumluluk üstlenmeleri konusunda baskı yapmaya başlamış ve bunun sonucunda topluma hizmet amacı gözetilmeksizin, sadece kar amacına yönelen firmaların başarı şansı azalmıştır.⁶

Toplumsal işbirliği gereği belli işlerin belli kurum/örgütler eliyle yürütülmesi sosyal bir gerçekliktir. Kurumlar yapıları itibariyle zaten

³ Hülya Bakırtaş, *İşletmede Sosyal Sorumluluk: Konaklama Sektöründe Bir Uygulama*, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya, 2005

⁴ Nevzat Sinan Atlı, İş Etiği, *Sosyal Sorumluluk ve İlaç Sektöründe Uygulamalar*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, SBE İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2006, ss 26

⁵ Emel Özarslan, Sosyal *Sorumluluk Projelerinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırılmalı Bir Araştırma*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İKY Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2006

⁶ Emine Tıngır, *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Sadakatine Etkileri Üzerine Bir Araştırma*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2006

sosyaldirler, yani bir toplum içerisinde belli görevleri yapmak üzere kurulmuşlardır. Her işletme, kuruluş amacına uygun olarak belli ilkeler etrafında, belli sayıda insan tarafından kurulur. Sosyal kurumların sorumluluğu da sosyal bir nitelik arz eder.⁷

“Vermek her zaman almaktan daha iyidir”; modern yaşam ve iş hayatının stratejisine giren bu deyiş bağışlamanın erdemine bir göndermedir ve bu günün modern pazarlama ve reklam dünyasında pek çok örnek olgu ve kampanya ile açıklanmıştır. Bazılarına göre sosyal sorumluluk kavramı sadece naziklik ve cömertliğin esaslarından biri olmasına rağmen, bir çok kuruluşu göre sosyal sorumluluk felsefesi, bireyleri ve iş dünyasını hem dünyaya hem de bireylere karşı onları yardıma zorunlu tutan, tartışmaya açık oldukça öznel bir olgudur. Fakat sayıları gittikçe artan oranda bireyler, şirketler ve organizasyonlara göre ise “vermek stratejisi”, uzun vadeli yatırım ve halkla ilişkilerin hesaplı programında kullanılabilecek güçlü bir araçtır.⁸

Artık sosyal sorumluluk görevini yüklenmeksizin işletmelerin uzun vadede başarılı olması mümkün görülmemektedir. Toplumun yararına ve değişen değerlerine cevap veremeyen veya bunları küçümseyen işletmeler sadece toplumun değil, devletin de gittikçe artan müdahaleleri karşısında kalır. Dolayısıyla sosyal sorumluluk, karar verici durumda olanların, kendi çıkarlarını olduğu kadar toplumun genel çıkarlarını da geliştirecek ve koruyacak eylemlerin yapılmasındaki zorunluluktur.⁹

İşletme uygulamalarının gittikçe daha şeffaf hale gelmesi, işletmelerin toplumun tercih ve beklentilerine uygun mal ve/veya

⁷ Birgül Çakır, *SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkisi*, 2006.

⁸ İklim Tekin, *Kadın Sorunlarına Yönelik Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ve Reklamlarda Kadın Cinsiyetinin Sunumu*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2006.

⁹ Hülya Bakırtaş, A.g.e, ss 6

hizmeti üretme istegi, işletmelerin iyi bir izlenim bırakma zorunluluğu, çevrenin korunması baskı ve çabaların artması, işletmelerin ve toplumun, kıt doğal kaynakları, daha etkin bir şekilde kullanma isteği, ekonomik kaynakların sınırsızca tüketilmesi gibi bir takım önemli küresel sorunları ortaya çıkarması, sosyal huzursuzlukların artması sebebiyle işletmelerin daha ölçülü davranma istegi, işçi sendikalarının gelişmesi ve işçi sendikalarının etki alanlarının genişlemesi, çalışanların daha iyi motive edilmesi ve verimliliğin artırılması düşüncesi, işletmelerin çok ortaklı duruma gelmesi, dünyada hızla yaşanan demokratikleşme süreci nedeniyle sosyal sorumluluk her geçen gün önem kazanmaya başlamıştır.¹⁰

1.2. SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ KAVRAMLAR

Sosyal sorumlulukla ilgili bir sıra temel kavramlar mevcuttur. Bu kavramlar aşağıdakilerden oluşmaktadır :

Kültür- Kültür, herhangi bir sosyal birimin, dış çevresiyle uyumu ve kendi içerisinde bütünleşmesiyle ortaya çıkan problemlere hakim olma gereksinimlerini giderme çabası sırasında gelişen; geçerliliği belli bir zaman sürecinde kanıtlanmış olan; gruba yeni katılanlara da algılama, düşünme olarak aktarılan; maddi ve manevi yaşam biçimlerini etkileyen varsayımlarla, bu varsayımların fiziksel, çevre ve insan etkilesimine yansıyan simgesel ifadelerin tümü olarak tanımlanmaktadır.¹¹

Karlılık-Eger işletmelerce yürütülen bazı sosyal programlar, firmanın vergilerinde azalma meydana getiriyorsa, işletmenin karlılığı artabilecektir. Buna karşın, normal koşullarda oluşturulacak sosyal

¹⁰ Nilhun Doğan, *İş Etiğinin Sosyal Sorumlulukta Rölü Ve Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul-2007

¹¹ Hülya Bakırtaş, A.g.e, ss9

programlarda işletme karı kullanılırsa ve maliyetler de tüketicilere yansıtılamazsa, karlılık düzeyinde bir azalma olacaktır .¹²

Halkla İlişkiler-Halkla ilişkiler bir işletmenin kurumun ya da örgütün bağlantı kurduğu ya da kurabileceği kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek ve bunu devam ettirmek için yaptığı sürekli ve örgütlenmiş bir yönetim fonksiyonudur. Temelinde ikna, retorik, algı kavramları yatmaktadır. Kısa tanımıyla, kurumların kitlelerle iletişim kurmak amacıyla yürüttükleri, pro-aktif ve re-aktif olarak sürdürülebilir, kamu yararı esas alınarak devam ettirilen düzenli faaliyetlerdir.¹³

İş Ahlakı- İş ahlâkı, işletmelerin/girişimcilerin, her şeye rağmen kâr güdüsüyle hareket etmeyip, diğer toplum kesimlerini de dikkate almalarını gerektiren bir anlayıştır. Maddi kazanç ve maddi kazanca dayalı başarı şirketin hayatiyetini sürdürmesinin temel koşulu olmakla birlikte, işletmenin, içinde devinimde bulunduğu, kaynaklarından yararlandığı topluma karşı belli sorumluluklarının bulunması gerektiği de göz ardı edilmemelidir.¹⁴

Ahlak ve etik kavramları birbirinin yerine kullanılmakla birlikte, ahlak; toplum ve insanın vicdanı ile ilgili bir olguyken, etik; bununla ilgili felsefeyi temsil etmektedir. İş ahlakı, sadece teorik ahlak felsefesi ile değil, günlük ahlaki değerlerle de sıkı bir ilişki içindedir. Bu açıdan ingilizce “business ethics” kavramının, “iş etiği” yerine “iş ahlakı” olarak kullanılması daha doğru ve islevsel olacaktır.¹⁵

İşletme sürdürülebilirliği -Şirketler açısından sürdürülebilirlik konusu, sürdürülebilirlik kaynaklı ortaya çıkan küresel, makroekonomik, çevresel ve toplumsal trendler ile

¹² Hülya Bakırtaş, A.g.e, ss11

¹³ http://tr.wikipedia.org/wiki/Halkla_ili%C5%9Fkiler 25.12.2014

¹⁴ <http://www.aku.edu.tr/aku/dosyayonetimi/sosyalbilens/dergi/VII2/SuleymanILHAN.pdf> 26.11.2014

¹⁵ Hülya Bakırtaş, A.g.e, ss13

bunlarla bağlantılı hukuki düzenlemelerdeki, değişimlere karşı şirketlerin adapte olabilme kapasitesi olarak özetlenebilir. Şirketlerde sağlıklı bir sürdürülebilirlik uygulaması için, sürdürülebilirliğin üç ayağı olan ekonomik, sosyal ve çevresel parametreler şirketlerin tüm temel, stratejik ve operasyonel süreç ve karar alma mekanizmalarına dahil edilmelidir.¹⁶

1.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞA TARİHSEL BAKIŞ

Sosyal sorumlulugun tarihsel gelişimi incelendiğinde, genel olarak üç dönemdeki gelişme dikkat çekmektedir. Bunları sanayi devrimi öncesi dönem , geçid dönemi ve sanayi devrimi sonrası dönem olmak üzere tarihsel sırayla açıklayalım.

1.3.1. Sanayi Devrimi Öncesi Dönem

Sanayi devrimi öncesi sosyal sorumluluk anlayışı incelendiğinde bu uzun dönemi M.S: 1100 yılına kadar olan dönem ve M.S. 1100' den sonrası olarak ikiye ayırmak mümkündür. M.S. 1100 yıllarına kadar olan ve 'işletmecilik öncesi' denilen bu dönemde, dinler sorumluluğa kaynaklık etmektedir. İnsanlar arasındaki ilişkileri düzenleyen dinler, insanlara, toplumlara, toplum içersindeki örgütlenmelere birçok sorumluluk yüklemektedir. Mezopotamya, Çin, Eski Yunan, ve Roma dahil olmak üzere ilk uygarlıkları kapsayan bu dönemde, geniş kabul görmüş ve yerleşmiş kurallar olmasa da, bu toplumlarda insanların kişisel yargıları, dini inancları ve ahlaki görüşleriyle yürütülen bir sosyal sorumluluk anlayışının olduğu belirtilmektedir.¹⁷

Topluma karşı sorumluluktan ilk söz eden yunan düşünürü Eflatun, idarecilerin ekonomik meselelerde genel yararı her şeyden üstün

¹⁶ <http://www.altensis.com/hizmetler/kurumsal-surdurebilirlik/surdurulebilirlik-stratejisi/> 26.11.2014

¹⁷ Şilan Karahan, *Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerine Etkisi*, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İzmir 2006, ss 6

tutmaları gerektiğini söylemiş, bir başka düşünür olan Aristo ise konuyu ahlaki açıdan ele alıp fiyatların ve kazançların adaletli bir şekilde olması gerektiğini ve faizin adaletsiz olduğunu savunmuştur.¹⁸

Osmanlılarda sosyal ve kanaatkar bir toplum olma felsefesinin yanı sıra, imparatorluğu meydana getiren Müslüman ve Hristiyan toplumların beraber yaşamaları fertlere , din ve vicdan özgürlüğünü yönetimlerce tanınmış bulunmaktadır. Özgürlükler sayesinde bu geleneksel merkezi yönetim Osmanlı imparatorlunun kısa bir sürede büyümesini ve birçok ülkeyi hudutları içine almasını sağlamıştır.¹⁹

Avrupa’da ise, 17. yüzyılda İngiltere’de, kurumların finansal değerlendirilmesi ve kamu yararına yatırımlar olarak belirlediği görülmektedir. Bu konudaki çalışmalar büyük ekonomik buhrana kadar yavaş tempoda ilerlemiştir. 1930 ekonomik buhranından sonra işletmelerin toplumsal fayda vurgusu belirmeye başlamıştır. 1929’da ABD’de borsanın çökmesiyle birlikte şirketlerin yaptığı yolsuzluklar ve bu yolsuzlukların toplumun bütününe verdiği büyük zarar fark edilmiştir.²⁰

Onyedinci yüzyıldan itibaren sanayilerin büyümesi ve buna bağlı olarak loncalardaki işçi sayısının artışı bu sistemin varlığını zorlamaya başlamıştır. Loncalar sanayi devriminden sonraki dönemde toplumdaki etkilerini yitirmişlerdir. Sanayi devriminden önceki dönemde sosyal sorumluluk anlayışı ve kavramları örf, adet, din, kültür yapılarının

¹⁸ Birgül Çakır, A.g.e, ss 5

¹⁹ Yasemin Minareci, *Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk: Otel İşletmelerinde bir Uygulama*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliyi Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği programı, Yüksek Lisans Tezi, 2007, ss 64

²⁰ Fatma Köksü, *Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Marka İmajına Etkisi ,Petroil İşletmelerinde Uygulamalı Bir Araştırma* , Doktora Tezi, İstanbul, 2006, ss64

baskıları ve gelişimleri ile belirlenmiş işletmelerin ve kurumların gelişimi ile geliştiği gözlenmiştir.²¹

1.3.2. Sanayi Devrimi Sonrası

Kurum sosyal sorumlulugunun ikinci dönemi sanayileşme dönemidir. Bu dönemde Adam Smith (1723-1790) merkantilizmin sanayileşme için uygun olmadığını ileri sürmüştür. Ekonomik serbestlik, devlet kontrolünden çok özel girişim, korumacılık yerine rekabet, ekonomik durgunluk yerine yenilik ve devlet çıkarı yerine kişi çıkarına dayanan bir sistem önermiştir.²²

Bu dönemde kendi makinelerini almaya gucu yetmeyen zanaatkarlar, diğer zanaatkarların yanında çalışmak zorunda kalmıştır. İlk defa baskalarının isinde çalışmaktan dolayı, ücretli isciler ortaya çıkmıştır. Zanaatkar olmayan capital sahiplerinin, gerekli sermaye ile zanaatkarların ürünlerinden elde edilen gelirin aslant payını almaya başladıkları görülmektedir. Griffin de 1800'lerin sonunda ortaya çıkan bu dönemi Girişimcilik Çağı olarak isimlendirmektedir. Diğer bütün işletmeler küçük olduğu için varlıklarını bir araya getirerek petrol, çelik, bankacılık ve demir yolu endustrilerinde büyük başarılar kazanan John D. Rockefeller, Cornelliuss Vanderbilt, J.P Morgan ve Andrew Carnegie ulusal ölçekte guce ve etkiye sahip ilk yöneticiler olmuştur.²³

1900'lu yıllarda hızlı ve hareketli olan ekonomik dönem, yerini 1929 yılında krize bırakmıştır. Kriz sonunda dev Amerikan şirketlerinin cokuşu geride işsiz kitleler bırakmış ve satın alma gucu düşmüştür.

²¹ Yasemin Minareci, A.g.e , ss66

²² Çisil Shodol Bir, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstütüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2008, ss23a

²³ Martı Çimen, *İşletmelerin Çalışanlara Karşı Sosyal Sorumluluklarının Örgütsel Güvene Etkisi*, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstütüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kütahya, 2007, ss15

İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda zor yaşam koşulları, sistem ve durumsallık yaklaşımları, işletmelerin sosyal konularla daha fazla ilgilenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. 1930'lu yıllarda tüm sanayileşmiş toplumlarda bir takım sosyal ve kültürel değişimlerin meydana gelmeye ve iş gorenler sendikal haklarını edinmeye, daha iyi ücret, çalışma şartları ve diğer sosyal hakları için pazarlık gücü elde etmeye başlamıştır.²⁴

1.3.3. İkinci Dünya Savaşı Sonrası Dönem

İkinci Dünya Savaşı sonrasında özellikle Batılı ülkelerin ekonomilerinde önemli atılımlar gerçekleştirilmiş ve işletme verimliliğini ve etkinliğini artırabilmek için eğitime ayrılan kaynaklar genişlemiştir. Savaş sonrası dönemde işletme içinde ve dışında çeşitli baskı grupları oluşmaya başlamış ve soz konusu gruplar işletmelerin sadece kar odaklı bir anlayış yerine çalışanların da amaçlarını benimseyen bir anlayışla hareket etmelerine yol açmışlardır.²⁵

Özellikle 1950'li yıllardan sonra işletmelerde, çalışanlar, müşteriler ve yöneticilerin durumlarıyla ilgili çeşitli yasal düzenlemeler getirilmiştir. Tekelci faaliyetlerin önlenmesi, tüketiciyi korumaya yönelik faaliyetler, iş güvenliği ve sağlığı, çevre korunması, asgari ücret ve sigortalı çalışma olanaklarının sağlanması konusunda ciddi adımlar atılmış ve ilerleme kaydedilmiştir . Bu dönemdeki yasal düzenlemeler, ahlak dışı ve doğru olmayan faaliyetlerin yasaklanması ve kontrol altına alınması, işçi ve tüketici haklarının korunmasına yönelik tedbirler,

²⁴ Aslı Özgün , *İşlemelerde Sosyal Sorumluluk Projelerinin Geliştirilmesine İlişkin Bir Örnek Olay* , Uluğ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Bursa, 2009, ss 43

²⁵ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss26

işletmelerin sosyal sorumluluk anlayışlarında önemli değişiklikler yapmıştır.²⁶

1960'lı yıllarda oluşturulan 'İnsan Hakları Sözleşmesi', 'Ulusal Çevre Politikası' gibi sözleşmelerle kurumlar açısından çok önemli bir yer teşkil eden hisse, kar, gibi kavramların yerini, paydaşlar, çalışanlar, toplum gibi kavramlar almaya başladı . 1970'lerde işletmelerde görülen başlıca kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları; ortaklara bilgi sağlama, iş vermede adalet, karı paylaşma, reklamların ahlaki olması, çevreyi koruma ve faaliyetlerin topluma yapacağı etkileri düşünerek eylemde bulunma başlıkları altında sıralanabilir. 1980'li yıllarda ise rekabette üstünlük sağlayabilmek için sadece kaliteli ve ucuz mal üretmenin yeterli olamayacağı görülmüş, işletmelerin faaliyetlerinin her aşamasında topluma fayda sağlama bilinciyle hareket etmeleri gerekliliği kabul görmüştür.²⁷

1.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ TEMEL GÖRÜŞLER

1.4.1. Klassiklerin Görüşü.

Adam Smith ile başlayan F.W. Taylor tarafından biçimlendirilen ve Milton Friedman tarafından günümüze kadar sürdürülen geleneksel yaklaşım, işletmelerin mevcut olan hukuki ve ahlaki duzen içerisinde mümkün olan en yüksek karı gerçekleştirmeye çalışarak topluma en iyi hizmeti verdiklerini savunmaktadır. Bu anlamda maksimum karı sağlamak isteyen bir işletme tam rekabet piyasası güçlerinin yani

²⁶ Martı Çimen, A.g.e, ss18

²⁷ Özgür Saç, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Ektisi Üzerine Bir Araştırma*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir 2009, ss16

görünmez bir elin yardımıyla topluma hizmet işlevini de yerine getirmiş olacaktır.²⁸

Klasik görüşün en önemli savunucusu Milton Friedman' dır. Bu yaklaşımın kaynağı Adam Smith' in “Ulusların Zenginliği” isimli eserinde belirttiği görüşlere dayanmaktadır. Klasik yaklaşıma göre sosyal sorumluluk, işletmenin karının düşmesine, işletmelerin maliyetlerinin artmasına, işletme amaçlarının sulandırılmasına, işletme için daha fazla sosyal güce neden olmaktadır.²⁹

“İşletmenin tek amacı kar elde etmektir” yaklaşımını benimseyen işletmeler açısından kar, işletmenin yerine getirdiği işlevler nedeniyle vazgeçilmez bir önceliktir. Sosyal sorumluluğa klasik açıdan yaklaşanlar, işletme gelirlerinin daha da artmasını sağlamak için, karlarını dağıtmayarak iç finansmanda kullanılmasını savunurlar. Böylece yeni yatırımlar toplumdaki bütün insanların ekonomik refahını arttıran yeni işler ortaya çıkaracak, yeni malların üretimini sağlayacaktır. Aslında yalnızca bu bile, kar amacı güden işletmelerin topluma en büyük katkısını oluşturur³⁰

Klasik görüşe göre yöneticiler, sosyal sorumluluğu yerine getirirken başkalarının parasını kullanmaktadırlar. Dolayısıyla sosyal sorumluluğu uygularken oluşan maliyetleri müşterilerine ödetmektedirler.³¹

²⁸ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 47

²⁹ Özgür Saç, A.g.e, ss 20

³⁰ Martı Çimen, A.g.e, ss 24

³¹ Gulnur Karataş Tandoğan, Otel *Markalarının Konumlandırılmasında Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Etkisi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Programı, Doktora Tezi , 2009, ss 55

1.4.2. Sosyo-Ekonomiklerin Görüşü.

Klasik görüşlere karşı olarak, sosyal sorumlulugun lehinde olan fikirleri ortaya koyan bu görüşe, Elton Mayo, Peter Drucker, Adolp Berle, J.M.Keynes gibi düşünürlerin çalışmalarında rastlanmaktadır . Bu yaklaşıma göre işletmeler, müşteriler, tedarikciler, hissedarlar, çalışanlar ve yerel toplumdan oluşan öncelikli paydaşlarının yararına olacak şekilde yönetilmelidir.³²

Bu görüşü savunan kişiler, işletmenin yüklenecekleri maliyetleri göze alarak toplumun bazı sosyal sorunlarıyla ilgilenmesi sonucu toplum nazarında imajının ve marka değerinin artarak, uzun vadede işletmelerin kar edeceğini belirtmişlerdir. Bu görüş, işletmenin varlığını sürdürebilmesi için toplumun mutlak desteğine ihtiyacı olduğunu ifade ederek, işletmeyi ekonomik ve sosyal bir varlık olarak değerli hale getirme gayreti taşımaktadır.³³

Bu görüşe göre, sosyal sorumluluk, işletmenin uzun dönem karları, işletmenin sosyal sorumluluğunu destekleyen kamuoyu beklentileri, işletmeye geliştireceği imajı ve herkes için daha iyi bir çevre için önemlidir.³⁴

1.4.3. Modern Görüş.

Modern görüş temelde sosyo-ekonomik görüşün ilkelerini paylaşmakla beraber işletmelerin sosyal sorumluluğa bakış açılarını genişletmeleri gerektiği üzerinde durmaktadır. Sosyal sorumluluğa modern bakış açısıyla yaklaşanlar, işletmelere örgütsel amaçların daha

³² Martı Çimen, A.g.e, ss 26

³³ Özgür Saç, A.g.e, ss 22

³⁴ Gülfer Uğur , *İşletmelerde İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Olgusu: Kuram ve Bankacılık Sektöründe Uygulama: Konya Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Organizasyonu Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya , 2009, ss 40

ötesinde toplumsal amaçlar ve varlık nedenleri de yüklemeye çalışmaktadır.³⁵

Archie B. Carroll (1991), “İşletmelerin sosyal sorumluluk gereği yapmak zorunda oldukları hizmetleri toplumun, devletin ve insanlığın lehine ise; bu durum, ahlaki bir davranışın sonucudur” şeklinde ifade ederek, işletmelerin sosyal sorumluluğunu dört grupta toplamıştır. Bunlar:

- Sosyal sorumluluğun ekonomik boyutu,
- Sosyal sorumluluğun hukuki boyutu,
- Sosyal sorumluluğun ahlaki boyutu,
- Sosyal sorumluluğun yardımsever boyutudur.³⁶

Modern ekonomik görüş, işletmelerin birincil sosyal sorumluluğunu klasik ekonomik yaklaşımda olduğu gibi karlarını maksimize etmesi olarak kabul etmekle birlikte, sosyal sorumluluğun gelişim evrelerinde ortaya çıkan toplumsal refahın korunması ve geliştirilmesi fikirlerine ilave olarak, işletmelerin ekonomik performans olcunlerinin yapılması ve işletme faaliyetlerinin kontrol edilmesi faaliyetlerini de sorumlulukları arasına eklemektedir . Modern görüşe göre işletmeler sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır.³⁷

³⁵ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 51

³⁶ Özgür Saç, A.g.e, ss 23

³⁷ Nagihan Tufan Yeniçikti, *Halkla İlişkiler Sürecinde Sosyal Kaygı Düzeylerinin Sosyal Sorumluluk Projeleri ile Giderilmesi*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Araştırma Yöntemleri Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya , 2010, ss 71

1.4.4. Yardımsever Görüş

Bu görüş işletmelerin yardımsever faaliyetlere katılmayı gönüllü bir şekilde kabul etmesi ve kendisine yüklenen maliyetlerden ziyade yardımseverlik gibi daha geniş bir perspektife odaklanması gerektiğini ifade etmektedir.³⁸

1.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI

Sosyal sorumluluk kavramının tanımını ve ortaya çıkış sürecini inceledikten sonra aşağıda, işletmelerin iç ve dış çevrede sorumlu oldukları birey ve gruplar ve bu sorumlulukların niteliği üzerinde durulacaktır.

1.5.1.Çalışanlara Karşı Sosyal Sorumluluklar.

İşletmelerin hedeflerine ulaşabilmelerindeki en önemli unsurlardan biri hiç şüphesiz çalışanlardır. Bir başka açıdan ise işletmelerin faaliyetlerinden direkt olarak etkilenen kesimi oluştururlar. Hiç şüphesiz ki işletmelerin temel kaynaklarından olan insan, sosyal sorumlulukların yerine getirilmesinde öncelikli alanı oluşturmaktadır.³⁹

İnsan gücünden maksimum verim elde etmeyi amaçlayan işletme, aynı zamanda çalışanlara maksimum katkı sağlamak durumundadır. Bu katkı, işin doğasıyla ve işletmenin gücüyle doğru orantılı olmalıdır. Ancak işletme her çalışanın beklentilerini karşılayamaz. Önemli olan, bütün isteklerini karşılamak değil, çalışanın gereksinimleri ile işin gerekleri arasında bir denge sağlamaktır.⁴⁰

³⁸ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 51

³⁹ Tuba Çelik, *Özel Sektör Kuruluşlarının Sosyal Sorumluluk Kavramına Yaklaşımı: Konya Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2009, ss 13

⁴⁰ Martı Çimen, A.g.e , ss 45

Kurumun çalışanlara karşı sorumlulukları içerisinde adil ücret ödeme, çalışanların özgür konuşma hakkını sağlama, işçilerin dernek (Sendika) kurma ve grev yapma hakkına engel olmama, özel hayatın gizliliği hakkına saygılı olma, güvenli ve sağlıklı koşullar yaratma, çalışanlar arasında ayırimcılık yapmama ve cinsel tacizden sakınma gibi sorumlulukları vardır.⁴¹

1.5.2.Hissedarlara Karşı Sosyal Sorumluluklar.

İşletmeler hissedarlarına karşı mümkün olduğunca verimli bir şekilde hizmet etmelidirler. Dürüstlük, açıklık ve sorumluluk gibi kavramların işletme anlayışlarına yansımaları beklenir. Yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası alanlarda hissedarlarına ve topluma en iyi şekilde hizmet politikası gütmelidirler.⁴²

Sermaye sahiplerinin temel hakları şunlardır: Dağıtıldığında kar payı almak, sermaye artırımında rüchan hakkını kullanmak, genel kurulda yönetimi belirlemek ve gündemdeki diğer konularda oy kullanmak, işletme faaliyetlerine ilişkin yıllık almak, sahip olduğu hisseleri başkalarına satabilmek.⁴³

1.5.3. Müşterilere Karşı Sosyal Sorumluluklar.

Kar eden ve sürekliliğini sağlayan bir işletmeden toplum artık sosyal faydalar beklemekte, var olanların da geliştirilmesini istemektedir. Güvenli ürünlerin tasarlanması, paketlenmesi, müşterinin ürünün kullanılması ve düzeni konusunda bilgilendirilmesini, reklam

⁴¹ Yasemin Minareci, A.g.e , ss 78

⁴² Tuba Çelik, A.g.e, ss 15

⁴³ Martı Çimen, A.g.e, ss 36

faaliyetlerinde gercekçi olunmasını ve müşteri şikayetleri ile ilgili prosedurler geliştirilmesini içerir.⁴⁴

İşletmeler ile tüketiciler yani müşteriler arasında interaktif bir bağ söz konusudur. İşletmeler müşterilerin ihtiyaçlarına karşılık vererek müşteri taleplerini karşılarken; müşteriler de hizmet ya da ürün satın alarak işletmelerin devamlılığını sağlamaktadır. İşletmeler ile müşteriler arasında gelişen olumlu ilişki işletmelerin diğer paydaşları ile arasındaki ilişkileri de düzenleyecektir.⁴⁵

İşletmelerin müşterilere karşı sosyal sorumlulukları arasında; istek ve ihtiyaçlarına uygun mal ve hizmet üretmek, müşterilere zarar vermeyecek ya da yaşantılarını olumsuz etkilemeyecek mal ve hizmetleri üretmek, aşırı tüketime yönlendirici ve aile, topluluk ve toplumsal değerlerle hayatı zedelemeyecek uygulamalarda bulunmak, aldatıcı veya yanıltıcı bilgiler kullanmamak, kaynakları etkin kullanmak ve kaliteyi artırırken maliyetleri düşürmeye çalışmak yer almaktadır.⁴⁶

1.5.4. Doğal Çevreye Karşı Sosyal Sorumluluklar

Birçok kişinin katılacağı gibi, işletmeler bir boşluk içerisinde var olmazlar. İşletmeler, kişiler gibi kendi toplumlarının birer üyesidirler ve parçası oldukları topluma büyük etkileri bulunmaktadır. Belki de bir işletmenin toplumu açık olarak etkileyeceği yollardan biri doğal çevreye yaklaşımıdır.⁴⁷

Bir işletmenin çevresel sorumluluğa gelişimi işletmenin finansal performansında azalma yaratmaz. Çünkü çevresel sorumluluk işletmelerin çevre duyarlılığına sahip müşterilerinde artış meydana

⁴⁴ Yasemin Minareci, A.g.e , ss 15

⁴⁵ Tuba Çelik, A.g.e, ss 17

⁴⁶ Hülya Bakırtaş, A.g.e, ss 47

⁴⁷ Martı Çimen, A.g.e , ss 33

getirir ve çevreye saygılı işletmenin müşteri profilinde genişleme görülür.⁴⁸

Çevresel sorumluluk taşıyan işletmeler, topluma faydalı mal ve hizmet üretmenin yanı sıra çevreyi koruyarak gelecek nesillere yaşanacak bir çevre bırakmayı istemektedirler. Bu görüşün sonucu olarak tüm ülkelerde, işletmeler mal ve hizmetlerin üretim maliyetini çevreyle uyumlu bir içerikle planlamak yerine ,çevreyi kirletmeyi tercih etmişler.⁴⁹

1.5.5. Topluma Karşı Sosyal Sorumluluklar

İşletmeler toplumun birer parçasıdır. Bu nedenle içinde bulundukları topluma karşı sorumluluklarının bulunması doğaldır. İşletmelerin topluma karşı sorumlulukları bireylerin sorumluluklarından daha fazladır. Bunun nedeni işletmelerin ellerinde bulundurdukları önemli güçtür. Bu gücü işletmelere sağlayan toplumdur. Toplumun refahı arttıkça işletmede bundan olumlu yönde etkilenecektir. Toplumun eğitim düzeyi arttıkça işletme daha eğitilmiş iş gücü istihdam edebilecek toplumun sağlık durumu iyileştikçe daha etkin çalışma ortamına kavuşabilecektir.⁵⁰

İşletmelerin toplum adına uygulaması gerektiği diğer bir sosyal sorumluluk faaliyeti, insan sağlığı ve kamu güvenliği konusunda hassasiyet göstermesidir. Satışları ve karlılığı arttırmak için toplum sağlığına zarar verebilecek her türlü faaliyetten kaçınmalıdır. Ayrıca

⁴⁸ Hülya Bakırtaş, A.g.e, ss 60

⁴⁹ Vehbi Cumhur Yüksel, *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Standartlarının İş Hukuku Açısından Değerlendirilmesi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, İKY ve Endüstri Bilim Dalı , Haziran 2009, ss 19

⁵⁰ Nagihan Tufan Yeniçıkçı A.g.e, ss 85

sağlıklı bir gelecek için işletmelerin bir takım projeler ve kampanyalar başlatması, beklenen ve gerek görülen sorumluluklardır.⁵¹

1.6. SOSYAL SORUMLULUK ALANINDA ULUSLARARASI STANDARTLAR

1980’li yıllardan itibaren kürselleşme, rekabet, tüketici devrimi, sosyal bilinc düzeyinin gelişmesi gibi gelişmelere bağlı olarak sosyal sorumluluk konusuna gösterilen ilgi de önemli ölçüde artış göstermiştir. Bu alana ilgi arttıkça işletmelerin sosyal sorumluluklarının tanımlanması gereği ortaya çıkmış ve bu konuda bazı standartlar geliştirilmiştir. Bu konuda geliştirilen standartlar genel olarak iki farklı grupta incelenebilmektedir. Bunlardan ilki, önde gelen özel şirketlerin sosyal sorumluluk alanında gerçekleştirdikleri uygulamalara yön verebilmek için bir araya gelerek kurdukları organizasyonların geliştirdiği ilkeler; ikincisi ise bağımsız uluslar arası örgütlerin geliştirdiği ilkelerdir.⁵²

1.6.1. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi

31 Ocak 1999 tarihinde düzenlenen Dünya Ekonomik Forum’unda, Birleşmiş Milletler (BM) Genel Sekreteri Kofi Annan, “Binyıl Kalkınma Hedefleri” doğrultusunda iş dünyası liderlerini, evrensel çevre ve sosyal ilkeleri desteklemek amacıyla, şirketleri, BM’i, işçi sendikalarını ve sivil toplum örgütlerini bir araya getirecek uluslararası bir inisiyatif olan Küresel İlkeler Sözleşmesi, altında buluşmaya davet etmiştir.⁵³

⁵¹ Vehbi Cumhur Yüksel, A.g.e, ss 23

⁵² Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 67

⁵³ <https://www.sabanci.com.tr/sosyal-sorumluluk/taahhutlerimiz/kuresel-ilkeler-sozlesmesi/i-3337>
20.05.2015 , 11:25

Küresel İlkeler Sözleşmesi dünya çapındaki işletmeleri sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk ve yolsuzluğa karşı mücadele konusunda örgütlemek için oluşturulmuş bir Birleşmiş Milletler inisiyatifidir. Herhangi bir yaptırımı olmayan bu sözleşme; tarafların insan hakları, çevre ve yolsuzluğa karşı mücadele konularında ortak hareket etmesini sağlamayı hedeflemektedir.⁵⁴

26 Haziran 2000 tarihinde Küresel İlkeler Sözleşmesi Proje'si New York'da bulunan BM Genel Merkezinde hayat bulmuştur. Bugün, dünyanın dört bir yanından binlerce şirket, sendika ve sivil toplum örgütü, bu evrensel ilkeleri; iş stratejilerinin, operasyonlarının ve kültürlerinin bir parçası haline getireceklerini ilan ederek Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne katılmaktadır.⁵⁵

Kamu ve özel sektör kuruluşlarının yanı sıra sivil toplum kuruluşlarının katılımına açık olan Sözleşme; insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele konularında küresel çapta kabul görmüş 10 ilkeyi temel almaktadır. Tamamen gönüllülüğe dayanan Sözleşme'ye taraf olan kuruluşlardan bu ilkeleri iş süreçlerine ve uygulamalarına entegre etmesi, gelecek hedeflerini bu ilkeler çerçevesinde belirlemesi öngörülmektedir.⁵⁶

Küresel İlkeler Sözleşmesinin halihazırda içerdiği on ilke, insan hakları (İnsan Hakları Evrensel Beyannamesinden alınmıştır), çalışma koşulları (Çalışmaya İlişkin Temel Haklar ve İlkeler İLO Bildirgesinden alınmıştır), çevre (Çevre ve Kalkınmaya İlişkin RİO İlkelerinden alınmıştır) ve yolsuzlukla mücadele (BM Yolsuzlukla Mücadele

⁵⁴ <http://www.ekol.com/tr/kurumsal/yonetim-sistemleri/kuresel-ilkeler-sozlesmesi> 26.05.2015, 12:27

⁵⁵ <https://www.sabanci.com.tr/sosyal-sorumluluk/taahhutlerimiz/kuresel-ilkeler-sozlesmesi/i-3337> 21.05.2015, 18:21

⁵⁶ https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/cop_2014/113591/original/FNR_Global_Compact_2014_10102014.pdf?1412955822 22.05.2015, 21:37

Sözleşmesinden alınmıştır) alanlarındadır.Yolsuzlukla Mücadeleye dair onuncu ilke 2004 yılında eklenmiştir.⁵⁷

Küresel İlkeler Sözleşmesinin içeriği ve maddeleri şunlardır;

İnsan Hakları

1. İlke: Etki alanları içinde evrensel insan haklarının korunmasına destek veya saygı gösterilmesi
2. İlke: Kendi kuruluşlarının insan hakları ihlaline karışmamış olmalarının sağlanması.⁵⁸

Çalışma Standartları

3. İlke: İş dünyası, çalışanların örgütlenme özgürlüğünü desteklemeli ve toplu müzakere hakkını etkin biçimde tanımalı
4. İlke: İş dünyası, her türlü zorla ve zorunlu işçi çalıştırılmasını engellemeli
5. İlke: İş dünyası, çocuk işçi çalıştırılmasının önüne geçmeli
6. İlke: İş dünyası, işe alım ve çalışma süreçlerinde ayrımcılığın önüne geçmeli⁵⁹

Çevre Standartları

7. İlke: İş dünyası çevre sorunlarına karşı ihtiyati yaklaşımları desteklemeli
8. İlke: İş dünyası çevresel sorumluluğu artıracak her türlü faaliyetle ve oluşma destek vermeil
9. İlke: İş dünyası çevre dostu teknolojilerin gelişmesini ve yaygınlaşmasını desteklemeli⁶⁰

⁵⁷ <http://edak.org.tr/kis/> 22.05.2015, 22:28

⁵⁸ <http://www.cci.com.tr/tr/surdurulebilirlik/cci-kss-kuresel-ilkeler-sozlesmesi/> 22.05.2015, 23:49

⁵⁹ <http://www.ieis.org.tr/pdfler/KIS24-03-2010.pdf> 24.05.2015, 17:35

Yolsuzluk-Standartı

10. İlke: İşletmeler, rüşvet ve ayrımcılık dahil her türlü yolsuzlukla savaşımlıdırılar.⁶¹

1.6.2. Caux Prensipleri

Caux Yuvarlak Masası Prensipleri “Daha İyi Bir Dünya İş Yaklaşımları” başlığı altında küresel çapta kurum faaliyetlerini kapsar. İsvicre'nin Caux kentinde bulunan, üst düzey yöneticileri oluşturduğu Caux Round Table adlı uluslararası bir dernek tarafından geliştirilmiştir. Bu prensipler, kurum faaliyetlerinin yerel toplum ve rüşvet, kara para aklama ve diğer yolsuzluk türleri gibi yasadışı faaliyetleri önleme gibi amaçlar güden uluslararası düzenlemelere katkı gibi başlıklar içerir. Caux Prensipleri, şu temel inancları içerir:⁶²

İşletmeler öncelikle karlılığını ve rekabetçi konumunu korumalı, işletmelerin toplumun fiziksel, sosyal, ekonomik çehresini etkileyecek konulara artan şekilde duyarlılık göstermeli, hissedarlarının beklenti ve kısa dönemli çıkarları ile işletmenin faaliyetlerinden etkilenen kişi ve grupların uzun vadeli çıkarları arasında bir denge kurmalı, iş dünyasına önderlik edecek etik ve şeffaf uygulamalar geliştirmelidir.⁶³

⁶⁰ <http://www.koc.com.tr/tr-tr/kurumsal-sosyal-sorumluluk/kuresel-ilkeler-sozlesmesi/> 24.05.2015, 17:35

⁶¹ <http://www.akfen.com.tr/sosyal-sorumluluk/kuresel-ilkeler-sozlesmesi/> 25.05.2015, 19:51

⁶² Sinem Ozan Ozmen, *Kurumsal İmaj ve İtibarın Geliştirilmesinde Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Rolü: Küresel Isınma Üzerine Türkiyeden Bir Örnek: Doğa İçin Garanti Kampanyası*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İstanbul, 2009, ss 85

⁶³ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 68

1.6.3. Keidanren Sözleşmesi.

Keidanren İyi Şirkey Davranışları Sözleşmesi , Japon Ekonomik Organizasyonlar Federasyonu Keidanren tarafından hazırlanmıştır. Bu federasyon, ülkenin önde gelen binden fazla şirketi ve yüzün üzerinde endüstri grubunu içinde bulunduran ulusal bir federasyondur. 10 maddelik bu sözleşme, “kar etme amaçlı kurulmuş ekonomik işletmenin yanı sıra toplumun tümüne faydalı olmaları gerektiğini” vurgular. Keidanren üyeleri, bu sözleşmenin ruhunu izlemeyi, şirketin faaliyetleri için temel kriterler olarak kabul ederler.⁶⁴

Keidanren sözleşmesine göre işletmeler toplumun yararına olan, tamamıyla güvenli ürün ve hizmetleri geliştirmeli, dürüst, şeffaf ve özgür rekabeti desteklemeli, ayrıca da hükümet ve politikacılarla sağlıklı ve güvenilir ilişkiler kurmalı, sadece hissedarlarıyla değil toplumun tüm kesimleriyle güncel ve dürüst bilgileri içeren bir iletişim kurmalı, çalışanlarının saygınlığına ve özel hayatlarına saygı göstermeli, toplumun düzenini ve güvenliğini tehdit eden organizasyonlara karşı mücadele etmeli, işletmelerin üst yönetimleri, bu sözleşmenin ruhunun hayata geçirilmesinin kendilerine bağlı olduğunun farkında olmalı ve ona göre davranmalı, sözleşme tehdit altına girdiğinde işletmelerin üst yönetimleri sorunları çözmeli, sorunun nedenlerini ortaya çıkarıp tekrarlanmasını önlemelidir.⁶⁵

1.6.4. SA 8000 Standartları

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı, merkezi Manhattan, Newyork'ta bulunan şimdiki adı SAI, Ekonomik Öncelikler Konseyi Akreditasyon Bölümü tarafından, çalışma ortamlarının ve koşullarının

⁶⁴ Nejat Özüpek, A.g.e, ss 91

⁶⁵ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 69

iyileştirilmesi amacıyla oluşturulmuş ve Ekim 1997 yılında, işçi sendikaları, insan hakları ve çocuk hakları örgütleri, akademisyenler ve işverenlerin de bulunduğu bir çalışma grubu tarafından, çalışanların temel haklarını garanti altına almayı amaçlayan işletmeler için yayınlanmış bir standarttır.⁶⁶

SA 8000 dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm standardın amaç ve kapsamını tanımlamakta, ikinci bölümde bir işletmenin belge almaya hak kazanabilmesi için standarda ek olarak uymak zorunda olduğu yerel yasaları, ILO'nun temel düzenlemelerini ve Birleşmiş Milletler Anayasası'nı belirtmekte; üçüncü bölüm standartlarla ilgili “işletme, tedarikçi, çocuk iş gören ve zorla çalıştırılan iş gören” gibi kavramları tanımlamakta; son bölüm ise işletmenin yönetim sistemini uygularken ve belge alırken uymak zorunda oldukları genel koşulları açıklamaktadır.⁶⁷

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı dokuz adet temel konu çerçevesinde şekillenmektedir. Bunlar: Çocuk işgücü, Zorla çalıştırma, Sağlık ve güvenlik, Toplu sözleşme hakkı ve örgütlenme özgürlüğü, Çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama, Disiplin uygulamaları, Çalışma saatleri, Ücretlendirme ve Yönetim Uygulamalarıdır.⁶⁸

1997 yılında SAI (Social Accountability International) tarafından yayınlanan SA 8000 standardının tek revizyonu 2001 yılında gerçekleştirilerek yeni versiyonu yayınlanmıştır. Bu yeni versiyon ile işçilere sağlanan koruma, işçilerin evlerinde de korunmasını sağlayacak şekilde genişletilmiştir.⁶⁹

⁶⁶ Vehbi Cumhur Yüksel , A.g.e, ss 31

⁶⁷ Sinem Ozan Özmen,A.g.e , ss 87

⁶⁸ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 70

⁶⁹ Özgür Saç, A.g.e, ss 26

1.6.4.1. SA8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Ortaya Çıkış Nedenleri

SA8000 bir takım zorunluluklar neticesinde ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kötü çalışma koşullarıdır. İş gücünün ucuza getirilmeye çalışılması, çalışanlar üzerinde gerekirse ve kolaylıkla işten atılma baskısı gibi ahlaki problemler böylesi bir standardın gerekliliğini zorunlu kılmıştır.⁷⁰

Gelişmiş ülkelerin maliyetlerini düşürmek için ucuz emek pazarı arayışı, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin daha fazla yatırım çekmek için ucuz ücret politikaları gütmelerine neden olmuştur. Bu durum çocuk işgücü çalıştırmak başta olmak üzere sendikasız, sigortasız çalışma biçimlerinin gelişmesine imkan sağlamıştır. Dünya oyuncak üretiminin %80'i ucuz işgücü nedeniyle üçüncü dünya ülkelerinde.⁷¹

1968 yılında ABD Oregon'da kurulan dünyaca ünlü spor malzemeleri üreticisi Nike firması Güney Kore, Tayvan, Taylan, Endonezya, Çin ve Vietnam'da çoğunluğu kadın toplam 500.000 işçi çalıştırmıştır. Bu yerlerde işgörenlerin çalışma koşulları ise dikkat çekicidir. Nike Vietnam fabrikasındaki 56 kadın işgören ise yönetmeliklere uygun ayakkabı ile gelmedikleri için sıcak güneşin altında fabrikanın çevresinde koşmaya zorlandıklarına, ayakkabılardaki bir dikiş hatası yüzünden on beş kadının başlarından ve enselerinden Nike ayakkabılarıyla dövüldüklerine ve bir kısmı da zorla güneş altında diz çöküp beklemeye zorlandıklarına dair haberler Vietnam gazetelerinde yayınlanmıştır.⁷²

⁷⁰ Yekta Tok, *İşletmelerin Çalışanlara Yönelik Sosyal Sorumlulukları: Ekonomik Kriz Dönemlerindeki Uygulamalara Dair Amprik Bir Araştırma*, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2009, ss 32

⁷¹ Şilan Karahan, A.g.e, ss 43

⁷² Özgür Saç, A.g.e, ss 29

Çoğu kırsal kesimden gelen ve kalifiye olmayan bu insanlar uluslararası işletmeler için “her koşulda çalışmaya hazır” potansiyel işgücü konumundadırlar. Bu durum, küresel ekonominin, uluslararası işletmelerin gelişmiş ülkelerdeki çalışma standartlarından kaçmalarına izin vererek, dünyadaki çalışma standartlarını olumsuz etkileyeceğini, dolayısıyla da işgörenlerin bu şartlar altında çalışmaktan başka alternatiflerinin kalmayacağını öngören ekonomistleri haklı çıkarmaktadır.⁷³

Tablo 1 . Dünyadaki SA 8000 Belgelendirme Şirketleri

Belgelendirme Firması	Ülke
ALGI	ABD
BSI	İngiltere
BVQI	İlgiltere
CISE	İtalya
CSCC	ABD
DNV	Hindistan
RINA S.P.A	İtalya
SGS-SCS	İtalya
TUV Asia Pacific L.t.d	Tayland
TUV Rheinland Group	Hong Kong
TUV Sud Grup	Hindistan
UL (Underwriters Laboratories Inc.)	ABD

Kaynak: Birgül Çakır, SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standırdının Örgütsel Bağlılık Ve İş Doyumuna Olan Etkileri

⁷³ Şilan Karahan, A.g.e, ss 43

1.7. SOSYAL SORUMLULUK BOYUTLARI.

Modern anlayışa göre sosyal sorumluluk kavramı dört boyutlu olarak ele alınmakta ve incelenmektedir. Archie B. Carroll (1991), “İşletmelerin sosyal sorumluluk gereği yapmak zorunda oldukları hizmetleri toplumun, devletin ve insanlığın lehine ise; bu durum, ahlaki bir davranışın sonucudur” şeklinde ifade ederek, işletmelerin sosyal sorumluluğunu dört grupta toplamıştır. Dört boyutlu sosyal sorumluluk modeli, işletmelerin ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklarını kapsayarak modern sosyal sorumluluk anlayışını ayrıntılı olarak tanımlamaktadır.⁷⁴

Carroll aşağıdaki piramitle sosyal sorumluluk alanlarını hiyerarşik bir sıraya tabi tutmuştur. Buna göre piramidin tabanındaki en geniş ve önemli alanda *Ekonomik Sorumluluklar* yer alırken, önem sırasına göre ikinci basamakta *Yasal Sorumluluklar*, üçüncü sırada *Ahlaki sorumluluklar* ve dördüncü sırada tüm bu alanların üzerinde ideal olarak adlandırdığı ve hatta “ pastanın üzerindeki şekerli krema” olarak açıklanan *Hayırseverlik Sorumluluklar* bulunmaktadır.⁷⁵

1.7.1. Ekonomik Boyut.

İşletmelerin ekonomik sorumlulukları klasik sosyal sorumluluk yaklaşımının da bir tutumudur. Bu görüşü savunan Friedman’a göre, işletmelerin yegâne sosyal sorumluluğu, kâr elde etmektir. İşletmeler, toplumun istediği ürünü ya da hizmeti sunmak için kâr elde etmek durumundadırlar.⁷⁶

⁷⁴ Aslı Özgün, A.g.e, ss 39

⁷⁵ Tuba Çelik , A.g.e, ss 26

⁷⁶ Yekta Tok, *İşletmelerin Çalışanlara Yönelik Sosyal Sorumlulukları: Ekonomik Kriz Dönemlerindeki Uygulamalara Dair Ampirik Bir Araştırma*, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli , ss 16

Günümüzde de ekonomik sorumluluk, tüm dünya çapında rekabetlere bağlı olarak hala en önemli unsur olarak kalmaya devam edecektir. Çünkü yeni yüzyıl; karmaşık, hızlı ilerleyen, sermaye, teşebbüs, bilgi ve teknoloji pazarlarının katlanarak üsler halinde genişlediği küresel bir duruş sergilemektedir . Rekabet gelecekte farklı olacaktır. Ticarete ekonomik anlamda başkaldırıları, var olan mevcut sanayilerin evrimi ile eşanlamlıdır.⁷⁷

Caroll'a göre ekonomik boyutun unsurları, hisse başına düşen kazançları arttırmaya çalışmak, rekabetçi konumu devam ettirmek, üretim verimliliğini sürdürmek ve başarılı olan işletmenin daima kazancılı olan işletme olduğunu kabul etmektir.⁷⁸

1.7.2. Hukuksal Boyut

Şirketler, birer ticari tüzel kişilik olduklarından, ticaret hukuku gibi o ülkedeki bağlayıcı tüm kanun ve düzenlemelere uygun hareket etmekle yükümlüdürler. Eğer o şirket, ithalat veya ihracat gibi uluslararası bir faaliyette bulunuyorsa, o zaman yerel kanunlara ek olarak uluslararası hukuka karşı da yükümlüdürler.⁷⁹

Toplum işletmelerin faaliyetlerinden kar sağlamalarını, hatta maksimum kara ulaşmalarını kabul ederken, bu amacı koşulsuz olarak onaylamıştır. Ekonomik faaliyetlerini sürdürürken, işletmelerin belli yasal ve denetim kısıtlarını da göz ardı edemeyeceklerini vurgulamıştır. Sosyal sorumluluk piramidinde, ekonomik sorumluluklardan sonra yasal sorumlulukların gelmesi bir yandan tarihsel sürecin gelişimine işaret

⁷⁷ Aylin İbişoğlu, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği*, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara , 2007, ss 8

⁷⁸ Hilal Özden Özdemir , A.g.e, ss 10

⁷⁹ Nevzat Sinan Altuğ, A.g.e, ss 28

ederken, diğer yandan da ekonomik sorumluluklar ile yasal sorumlulukların birbirine ne kadar bağlı olduğuna işaret etmektedir.⁸⁰

İşletmelerin uymaları gereken yasalar, rekabeti düzenleyen yasalar, tüketiciyi koruyan yasalar, çevreyi koruyan yasalar ve eşitlik ve güvenliği sağlayan yasalar ve hissedarlarla ilgili yasalar olmak üzere beşe ayrılabilir.⁸¹

Her şirketin, kanunlarca düzenlenmiş yasalara uyma zorunluluğu vardır. Toplum düzeninin bozulmadan sürdürülmesi için, ortaya konulan kurallar uygulanmalıdır. Bunlara uyulmaması durumunda, toplum ve çevre sağlığını bozacak, kötü durumlarla karşılaşılabilir. Bu da istenmeyen bir sonuçtur.⁸²

1.7.3. Etik Sorumluluk

Etik sorumluluk, yasalarda belirtilmemiş fakat toplumda benimsenmiş olan, yazılı olmayan kuralları ve toplum değerlerini kapsar. Yani işletmelerin yasal zorunluluk olmamakla birlikte, etik gereklilik olarak kendilerini uymak sorumluluğunda hissettikleri alanlardır.⁸³

Etiksel sorumluluklar, toplum bireylerinin işletmeden umduğu ya da beklediği davranış ve faaliyetleri içerir. Örneğin; 1980’li yıllar boyunca, yasal hiçbir zorunluluk olmadığı halde, işletmeler, Güney Afrika’ya yardım etmek için birçok organizasyon gerçekleştirmişlerdir . Artık çalışanlar, hangi sektörde olursa olsun başarının ancak, güvene

⁸⁰ Emel Özarslan, *Sosyal Sorumluluk Projelerinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İKY Bilim Dalı, İstanbul, 2006, ss 16

⁸¹ Hilal Özden Özdemir, A.g.e, ss 11

⁸² Aylin İbişoğlu , A.g.e. ss 9

⁸³ Nevzat Sinan Altuğ, A.g.e , 28

dayalı, inandıkları bir ortamda gelişime katkı sağlayacak çalışmalarıyla sürdürülebilir olacağına inanmaktadır.⁸⁴

Etik sorumluluklar, yasaların da ötesinde toplumsal beklentilerle ilişkilidir. Örneğin, işletmelerin, kurallara uygun, dürüst bir şekilde hareket etmeleri beklentisi gibi. İşletmelerden hukuka uygun hareket etmelerinin de ötesinde, toplumun normlarına göre hareket etmeleri yönünde bir beklenti oluşur.⁸⁵

Ahlaki sorumluluklar kurumların ahlaki değerler yaratmasıyla kanuni sınırlılıkların üstesinden gelebilir. Bu değerler kurumu ahlaklı, doğru, adaletli ve adil olanı yapan olarak tanımlar. Bu tarz sorumluluklar temelde dini inançlara, insani ilkelere ve insan haklarına bağlılığa dayanır.⁸⁶

1.7.4. Gönüllü Sorumluluk.

Sosyal sorumluluğun gönüllü sorumluluklar soyutu; toplum tarafından işletmeden beklenen ve işletmenin zorunlu olmadığı halde isteyerek yerine getirebileceği düşünülen sorumluluklar olarak ifade edilmektedir. Bu tür yardımlar, toplum içinde işletmeye olumlu bir imaj kazandırarak, uzun vadede karlı çalışmasına ve yaşamını sürdürmesine de olanak sağlayacağı ifade edilen yardımlar olarak düşünülmektedir.⁸⁷

1.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİLERİ.

İşletmelerin, belli bir sosyal sorumluluk kararıyla karşılaştığında buna nasıl yanıt vereceği işletmelerin sosyal sorumluluk stratejisi olarak tanımlanır. Yönetim çevreleri işletmelerin sosyal bir konuyla

⁸⁴ Fatma Göksu, A.g.e, ss 38

⁸⁵ Nilhun Doğan, A.g.e, ss 24

⁸⁶ Tuba Çelik, A.g.e, ss 29

⁸⁷ Aslı Özgün, A.g.e ss 40

karşılaştığında işletmelerin bunu yanıtlamada izleyecekleri stratejilere ilişkin bir ölçek geliştirmişlerdir.⁸⁸

Strateji seçimi, en iyi yaklaşımın ne olduğuna karar verme ve elverişli alternatifler arasında seçim yapma sürecidir. Etkin bir stratejiyi belirlemede; İşletmenin güçlü ve zayıf yanlarına ilişkin gerçekçi bir değerlendirme, işletmenin misyonu, amaçları ve hedeflerine ilişkin açık bir düşünce, yönetimin muhtemel sosyal sorunları algılama felsefesi, yöneticilerin kontrol edilemeyen ekonomik ve ekonomik olmayan dışsal faktörlere ilişkin algısı önemli rol oynar.⁸⁹

1.8.1. Engelleyici Strateji

Engelleyici strateji doğrultusunda hareket eden işletmeler, sosyal sorumluluk davranışlarında bulunmamayı tercih etmektedirler. Tam anlamı ile bu strateji çerçevesinde hareket eden işletmeler en temel sosyal sorumluluk davranışları olarak görülen yasal ve ahlaki davranışları dahi yerine getirmemekte ancak işletme paydaşları ve toplumun bu türdeki sosyal sorumluluğa aykırı davranışlarını öğrenmesini engellemek için faaliyette bulunmaktadır.⁹⁰

Görüldüğü gibi engelleyici stratejiyi uygulayan işletmeler, sosyal sorumluluklarını inkar ederek, eksikliklerine yönelik taleplerin aksini kanıtlamaya çalışıp, gerekenden daha düşük düzeyde sosyal taleplere cevap vermektedir.⁹¹

⁸⁸ Hülya Bakırtaş , A.g.e, ss 38

⁸⁹ Fatma Göksu, A.g.e, ss 45

⁹⁰ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 75

⁹¹ Hülya Bakırtaş , A.g.e, ss 39

1.8.2. Koruyucu Strateji

Bu tipteki işletmeler, en temel sosyal sorumluluklar olarak kabul edilen yasal ve ahlaki davranışlarda bulunmayı reddetmemekte ancak bu türdeki davranışları sosyal sorumluluk mantığı nedeniyle değil iş sorumluluğu olarak gördükleri için yerine getirmektedirler. Koruyucu stratejiye sahip olan yöneticiler özellikle yasal sorumlulukların yerine getirilmesi konusuna dikkat etmekte ancak sosyal sorumlulukla ilgili davranışlarında sadece kanunların zorunlu tuttuğu uygulamalarla sınırlı kalmaktadırlar.⁹²

1.8.3.Uyumlaştırıcı (Yardımsever) Strateji

Uyumlaştırıcı strateji, sosyal sorumluluğu desteklemek gerektiğini kabul etmektedir. Bu stratejiyi uygulayan yöneticiler, organizasyonun faaliyetlerinin yasal ve etiksel olması ve farklı paydaslarının çıkarlarını dengelemeye çalışması gerektiğini düşünerek, işletme kendi paydaslarının isteklerini diğer paydasların istekleriyle ilişkilendirmektedir. Bu stratejiyi benimseyen organizasyonlar tercihlerini, yaptıkları işin doğru olduğunu ve toplumun gözünde sorumlu olduklarını veri alarak gerçekleştirmektedir.⁹³

1.8.4. Aktivist Strateji

Aktivist stratejinin en temel özelliği sosyal sorumluluk içeren davranışlarda bulunulması ve farklı paydasların ihtiyaçlarının öğrenilme ve karşılanması için çaba sarf etmek gerektiğine inanılmasıdır. Bu strateji organizasyon kaynaklarını sadece kendi paydaslarının çıkarları

⁹² Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 75

⁹³ Hülya Bakırtaş , A.g.e, ss 40

için kullanmamakta diğer gruplar için de faaliyetler gerçekleştirilmesine olanak vermektedir.⁹⁴

Rudolph sosyal sorumluluk stratejilerinde 4 anahtar aşama üzerinde durulması gerektiğini belirtirmiştir. Öncelikle bir giriş stratejisi olmalı , ikinci sosyal sorumluluk kavramı işletmenin temeline daha fazla yerleştikçe, bu faaliyetler bir yük veya iş dışı bir sıkıntı şeklinde daha az nitelendirilecektir. Üçüncü , işletmeler daha detaylı olarak sosyal sorumluluk maliyetlerini ve ondan gelecek yararları bilecektir, dördüncüsü, örneğin, 10 yıllık planlı bir çıkış stratejisi artık işletme stratejileri arasında yerini almış olacaktır.⁹⁵

1.9. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.

Yıllar boyunca sosyal sorumluluğu destekleyenler olduğu gibi karşı çıkanlar da olmuştur. Sosyal sorumluluğa karşı çıkanlar, işletmelerin temel amacının kar etmek olduğunu ve sosyal faaliyetlerin işletme için bir masraf unsuru olacağını, dolayısıyla da karlılığı düşürücü etki yapacağını ifade etmekte ve sosyal sorumluluğun işletme için sakıncalar doğuracağını savunmaktadır. Buna karşılık, sosyal sorumluluğun savunucuları işletmenin toplum tarafından kolayca benimsenmesi ve tepki görmemesi için sosyal konulara mutlaka eğilmesi gerektiğini ileri sürmektedir.⁹⁶

Sosyal sorumluluğa kuruluşların bağlanmasının nedeni, onlara bazı rekabet avantajı sağladığını düşünmelerinden ileri gelmektedir. Kaynaga dayanan bakış açısının içsel ya da dışsal ya da her iki açıdan

⁹⁴ Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 76

⁹⁵ Rudolph, A.g.e, ss 2

⁹⁶ Emine Tıngır, A.g.e, ss 28

yararı olduğu gör÷lmektedir. KSS, yeni kaynak bulmada , dışsal yarar olarak ise firmanın unlenmeside yani duyulmasında yardımcı olmaktadır.⁹⁷

1.9.1. Sosyal Sorumluluğun Avantajları

Sosyal sorumluluğun işletmeler açısından birçok avantajlar sağlayacağı tartışmasız bir gerçektir. Yalnız sosyal sorumluluğun pozitif gücüne inanlar kadar bunun bir işletme maliyetinden başka bir şey olmadığını da savunanlar mevcuttur.⁹⁸

Sosyal sorumluluk iyi bir sosyal çevre oluşturularak işletmenin kamuoyunca benimsenmesine , maliyet gibi görünen bazı düzenlemeler kar olarak geri dönmesine , ekolojik yapıya duyarlı, çevre dostu işletmelere ulaşılmasında, yeni pazarlara girmede ve müşteri sadakati sağlamada, daha geniş finansman kaynaklarına ulaşmada ve diğer konularda bir sürü avantaj sağlar.⁹⁹

1.9.2. Sosyal Sorumluluğun Dezavantajları.

Kurumların, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının ardındaki niyetleri, tüketicilerden yatırımcılara kadar birçok kesimin çeşitli nedenlerle ilgi odağı olmaktadır. Bu nedenle uygulamada ortaya çıkan sorunlar, hem kavramın içinin boşaltılmasına ya da yanlış anlaşılmasına hem de bu tür girişimlerde etkin olan halkla ilişkiler şirketlerinin, mesleki olarak yeterliliklerinin sorgulanmasına ya da uygulamaların basite indirgenmesine yol açma tehlikesi vardır.¹⁰⁰

⁹⁷ Aylin İbişoğlu, A.g.e, ss 13

⁹⁸ Vehbi Cumhur Yüksel, A.g.e, ss 25

⁹⁹ Nağıhan Tufan Yeniçikti, A.g.e, ss 71

¹⁰⁰ Tuğba Durmaz, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Çağrışımlı ve Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi ve Bir İşletme Uygulaması*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, Mart, 2010, ss 15

Bazı araştırmalar toplumun sosyal kampanyalar yüzünden daha yüksek fiyatlar ödemek zorunda kaldığını, sosyal yükümlölüklerin firmalar açısından maliyetli olduğunu, sosyal amaçlarla meşgul olmanın, işletmenin ekonomik verimliliğini engellediğini göstermişdir. Bu ise sosyal sorumluluğun işletmeler açısından dezavantajlarını oluşturmaktadır.¹⁰¹

¹⁰¹ Emine Tıngır, A.g.e, ss 30

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

2.1. GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI .

Girişimci(lik) kavramı esasta iktisadi bir çerçeve içinde ele alınmaktadır. İktisadi açıdan girişimci, arz ve talebi yönlendiren, pazar arayan kişi; girişimcilik ise, daha çok kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyeti olarak anlaşılmaktadır. Girişimcilik kavramının bugünkü anlamda kullanılması, kapitalist üretim tarzının egemen hale gelmesiyle ilişkilidir.¹⁰²

Girişimcilik terimi, köklerini Fransızcada “ bir görevi üstelenen, risk alan” anlamına gelen, “entreprendre” fiilinden alır. 18. yüzyılda önemli bir evrim sürecine giren girişimcilik kavramı dönemin mucitlerini tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. Dönemin yaratıcı topluluğu olarak görülen mucitler, sermaye kullanıcıları (girişimci) kategorisine dahil edilirken, maddi sermaye sağlayıcıları girişim sermayecileri olarak tanımlanmışlardır. Maddi sermaye sağlayıcıları finansörlüğünde hayata geçirilen yaratıcı projeler, bugünün sosyal girişimcilik anlayışının da temellerini atmıştır.¹⁰³

Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Peters’e göre de girişimci; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/imkan yaratacak şekilde bir araya getiren kişidir. Girişimci, aynı zamanda, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzenin yaratıcısıdır. Bu çerçevede girişimcilik ise, yeterli emek ve zaman ayırarak, mali, fiziksel ve sosyal riskleri göze alarak, parasal ödüller, kişisel tatmin ve

¹⁰² Ömer Aytaç, *Girişimcilik: Sosyo- Kültürel bir Perspektif*, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi sayı:15, Ağustos 2006, ss 141

¹⁰³ *Büyüyen kapsayıcı piyasalar, Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları*, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul Uluslararası Özel Sektör Ve Kalkınma Merkezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2012, ss 10

bağımsızlık elde ederek yeni bir değer yaratma süreci olarak görülmektedir. Casson ve Foss-Klein'a göre de girişimcilik, risk alma, fırsat kovalama, hayata gecirme ve yenilik yapma süreçlerinin tamamını ifade eder. Bu çerçevede, hem şirket açma süreci, hem de yenilik yapma süreci girişimciliğin kapsamına girer Bu bağlamda Bridge ve arkadaşları da, girişimciliğin daha öz olarak, bir işe başlamak, iş sahibi olmak ve işi geliştirme ve büyütme kapsadığını belirtirler.¹⁰⁴

19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın ilk yarısında iş girişimci için yönetsel bir rol biçilmiştir. Bu dönemde, girişimcinin kişisel kazanımlarını ön planda tuttuğu belirtilirken, üretim için gerekli materyaller, harcanan iş gücü, yer temini ve kullanımı gibi masrafların tamamının girişimcinin kendi cebinden çıktığı vurgulanmaktadır. Bu bakış açısına göre, girişimci, sonuçları tahmin edilmesi güç bir girişimin planını çizen, işlemi organize eden ve başlatan kişidir.¹⁰⁵

Girişimcilik, insanın duşunsel emeğinin ekonomik değere dönüşmesi olarak ifade edilmekte ve üretim faktörleri arasında yer almaktadır. Girişimci sayısının artırılması, bugün gelinen noktada gerek geliştirmekte olan gerekse de gelişmiş ülkelerin tamamının ortak çözüm aradığı bir konudur. Büyüme ve istihdamın sağlanmasında; Lizbon stratejisinin başarılı olabilmesi için, genç insanların girişimci düşünce yapılarını harekete geçirmek, yenilikçi yapıdaki başlangıç firmalarını cesaretlendirmek ve girişimciliği destekleyecek bir kültürü ve iklimi yaratmak gerekmektedir.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Aytaç, A.g.e, ss 141

¹⁰⁵ *Büyükten kapsayıcı piyasalar, Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Vakaları*, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul Uluslararası Özel Sektör Ve Kalkınma Merkezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2012, ss 11

¹⁰⁶ Mehmet Basar, Yılmaz Ürper, Burak Tuğberk Tosunoğlu, *Girişimcilik*, Anadolu Üniversitesi Yayını NO: 3002, Açık Öğretim Fakültesi Yayını NO: 1955, Eskişehir, Ocak, 2013, ss 3,4

Girişimciliğin ekonomik gelişmede önemli bir faktör olduğu birçok araştırmada vurgulanan bir husustur. Girişimcilik, işletmeciliğin ve toplumun yapısında bir değişimi başlatır ve geliştirir. Bu değişim buyumeyi ve uretimi artırır. Bu değişim ve gelişmeyi kolaylaştıran anahtar yenilikciliktir. Yenilikcilik; hem pazar için yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesini sağlamakta, hem de kurulacak yeni işletmelere yatırım ilgisini tetiklemektedir. Girişimci yeni duşuncelerin oluşturulması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır.¹⁰⁷

Girişimcilik her ne pahasına olursa olsun para kazanmak demek değildir. Dolayısıyla bir girişim sonucu kazanılan para, nasıl ve hangi yollardan kazanıldığı göz önüne alınmadan, tek başına girişimin başarı ölçütü olarak değerlendirilmemelidir. Başarılı girişimci devlete veya başkaca ekonomik birimlere ait geliri, gerekli kulfete katlanmadan, çeşitli yollardan kendisine transfer edebilme becerisini gösteren kimseler değildir. Tam tersine, başarılı girişimci ekonomik değerler yaratarak para kazanan kimsedir.¹⁰⁸

TABLO 2 : GİRİşİMCİLİKLE İLGİLİ SEÇİLEN TANIMLAR

Miller (1983)	Bir firmanın, teknolojik yenilik ve ürün-pazar ilişkisine yönelik eylemleri ve yaklaşımları.
Kanter (1985)	Yeni kombinasyonların yaratımı.
Gartner (1985;1989)	Yeni organizasyonların hayata geçirilmesi sırasındaki risk süreci.

¹⁰⁷ İbrahim Öztürk, *Girişimcilik raporu 2008*, İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği, İstanbul ,2008, ss 21.22

¹⁰⁸ Seçkin Yıldız, *Girişimcilik*, Kahramanmaraş Sütcü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş, Ocak-Haziran 2007, ss 10,11

Schuler (1986)	Var olan/Hayata geçirilmesi planlanan iş modelleri çerçevesinde yeni ve yaratıcı ürünler/servisler sunma pratiği.
Stevenson ve Jarillo (1990)	Bireylerin, kendi ilgi alanları veya dahil oldukları organizasyonlar çerçevesinde fırsat kollama süreci.
Jones ve Butler (1992)	Şirketlerin fırsatların farkına varma, planlarını yaratıcı bir yöntemle organize etme ve üretim faktörlerini değerlendirerek artı değer yaratma süreci.
Krueger ve Brazeal (1994)	Mevcut kaynaklara bakılmaksızın fırsat peşinde koşma.
Kouriloff (2000)	Yeni bir girişim oluşturma süreci.
Shane ve Venkataraman (2000)	Gelecekte üretilmesi planlanan ürünler için fırsatları, yaratıcılığı ve istismarın kimler tarafından yapıldığını ve ne gibi sonuçlar doğurduğunu keşfetme ve bunları fırsatlara dönüştürme süreci.
Low (2001)	Yeni bir kurum oluşturmak.
Martin ve Osberg (2007)	Sınırları belirlenmiş ve nihai olan sosyal getiriler çerçevesinde fırsat kollama ve değerlendirilen fırsatlar aracılığıyla hedefe ulaşım doğrultusunda artı değer yaratma pratiği.
Di Domenico (2010)	Girişimcilik ruhu ışığında fırsat ve kaynakların farkında olma, kollama ve bu olguları belirlenen sosyal problemlere çözüm sunabilecek sürdürülebilir yeni kaynaklara dönüştürme süreci.

KAYNAK: “Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları”, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul Uluslararası Özel Sektör ve Kalkınma Merkezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 386, Araştırma 4, 1. Baskı, İstanbul, Temmuz 2012

2.2. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.

Her yıl on binlerce girişimci büyük beklentilerle iş kurmakta; yine on binlercesi yetersiz satışlar, yoğun rekabet, sermaye yetersizliği, yönetsel becerilerdeki sınırlılıklar, dışsal koşullardaki hızlı değişim gibi nedenlerle iflas etmektedir. Yeni girişimlerde finansal ve duygusal riskler yüksek olmaktadır. Girişimciliğin maddi ve maddi olmayan birtakım avantaj ve dezavantajları vardır.¹⁰⁹

Yenilikçilik ve yaratıcılığın kaynağı, ekonomik büyümenin motoru olarak kabul edilen girişimcilik ülke ekonomisine önemli ölçüde katkı sağlıyor. Gelişmiş ülkelerin dev ekonomilerini incelediğimizde bugün dünya markası olmuş inovatif fikirlerin katkısını görebiliriz. Ülkemizde de her geçen gün önem kazanan girişimcilik konusu yeni fikirlerin ve markaların doğmasını sağlayacaktır. Bu anlamda bakıldığında girişimcilik konusu ne gibi avantajlar ve dezavantajlar barındırıyor?¹¹⁰

2.2.1. Girişimciliğin Avantajları

- Bağımsızlık
- Başarma duygusu
- Saygınlık elde etme
- Kar elde etme
- Kişisel gelişime olan katkısı
- Diğer- iş yaratma, diğer insanları geliştirme¹¹¹

112

¹⁰⁹ http://kutuphane.ksu.edu.tr/e-tez/sbe/T00709/seckin_yildiz_tez.pdf 07.02.2015, 11:07

¹¹⁰ <http://www.wise.tv/girisimcilik/girisimciligin-avantajlari-ve-dezavantajlari.html> 08.02.2015, 14:22

¹¹¹ <http://ugurdemir.info/wp-content/uploads/2010/12/Girisimcilik-Bolum-1-20101214.pdf> 08.02.2015, 16:37

¹¹² http://kutuphane.ksu.edu.tr/e-tez/sbe/T00709/seckin_yildiz_tez.pdf 08.02.2015, 17:23

2.2.2. Girişimciliğın Dezavantajları

Girişimciliğın Dezavantajlarını şu şekilde sıralaya biliriz:

- Çok taraflı sorumluluk - toplum, devlet, çalışanlar, yatırımcılar, v.b.
- Hayal kırıklığı
- İş stresi
- Mesai saati yoktur
- Başarının yolu başarısızlıktan geçer
- Fiziksel problemler - stres ve çok çalışma sonucu
- Bozulan aile ilişkileri ¹¹³

2.3. SOSYAL GİRİşİMCİLİĞİN TANIMI.

Kavramsal olarak sosyal girişimcilik ilk kez 1953'te yayımlanan H. Bowen'in "İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessmen) adlı kitabında yer almıştır. O günden günümüze, sosyal girişimcilik ile ilgili tanımlar, çeşitlilik göstermiştir. Öyle ki, bazı yazarlar, sosyal girişimciliğı sadece, kar amacı gutmeyen kuruluşlar üzerinden tanımlamaya çalışırken bazıları ise, hem kamu hem özel hem de sivil toplum kuruluşları üzerinden açıklamaya çalışmışlardır. Örneğın, Fowler'ın, 2000 yılında yaptığı tanımda, sosyal girişimcilik, "Sosyal fayda elde etme ve sürdürme olanağı sağılayan yaşanabilir sosyo-ekonomik yapıların, ilişkilerin, kurumların, organizasyonların ve uygulamaların oluşturulmasıdır." olarak ifade edilmektedir. ¹¹⁴

¹¹³ <http://ugurdemir.info/wp-content/uploads/2010/12/Girisimcilik-Bolum-1-20101214.pdf>
08.02.2015, 18:48

¹¹⁴ Orhan Koçak, "*Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediye*" HAK-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi,Cilt:3, Sayı:6, 2014

Her ne kadar “sosyal girişim” terimi birkaç on yıllık geçmişe sahip olsa da, sosyal girişimciler yüzyıllardır varlıklarını sürdürmektedir. Sosyal girişimci terimi ile eğitim, sağlık, çevre, insan hakları, kalkınma girişimi vb. alanlardaki sosyal dönüşümü yenilikçi bir şekilde gerçekleştiren bireyleri kastetmekteyiz. Schwab Sosyal Girişimcilik Vakfı’nın da açıkladığı gibi, bu bireyler sosyal girişimi “girişimcilik heyecanı, iş metotları, yenilik yaratma ve geleneksel uygulamaları ortadan kaldırma cesareti ile” yapmaktadırlar.¹¹⁵

Sosyal girişimci, kâr etmeyi amaçlayan ama elde ettiği kârı, topluma fayda üretmek için kullanan girişimcidir. Bizim ezberimize göre şirketler kâr elde etmek ve bu kârı ortaklarına dağıtmak için kurulur. Topluma faydalı işler ise ya devlet tarafından yapılır ya da sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından. Şirketler ise topluma faydalı işlerle ancak bir sosyal sorumluluk kampanyası ya da sponsorluk çerçevesinde ilgilenirler. Sosyal girişimcilik bizim bu ezberimizi bozan melez bir modeldir. Sosyal girişimcilik, toplumsal sorunların çözümünde serbest piyasa esaslı yöntemleri benimseyen bir yaklaşımdır. Sosyal girişimler, ticari olarak kurulan ama amacı toplumsal sorunlara çözüm getirmek olan girişimlerdir.¹¹⁶

İhtiyaç sahibi kişilere bağış yapmanın ötesinde kalıcı bir sosyal değişimi hedefleyen sosyal girişimcilik 1980’lerden bu yana farklı ekoller üzerinde gelişen bir kavram olmuştur. Bu kavram çerçevesinde öne çıkan iki alan olan sosyal inovasyon ve sosyal girişim artık birbiri ile iç içe geçmiş durumdadır. UNICEF’in 2007’de yayınlanan “Adolescents and Civil Engagement: Social Entrepreneurship and Young People” adlı yayında sosyal girişimci tanımı şu şekilde veriliyor: “Vizyoner, inovatif,

¹¹⁵ İstanbul Bilgi Üniversitesi , İstanbul Uluslararası Özel Sektör ve Kalkınma Merkezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1.Baskı, İstanbul, Temmuz 2012, ss2

¹¹⁶ <http://www.bilgiggo.org/sosyal-girisim-nedir/> 03.02.2015, 17:20

engeller karşısında yılmayan, becerikli, eleştiriye ve buna bağlı olarak iyileştirmeye açık alanları geliştirme özelliğine sahip, kendini misyonuna adanmış bir lider.” Günümüzde dünyada sosyal girişimciliği; üretilen sosyal değer anlamında yardımseverlik ya da sosyal sorumluluk etkinliklerinden ayıran en önemli özelliği; kalıcı ve finansal açıdan sürdürülebilir yani kendini çevirebilecek çözümler üretebilen bir iş ve çalışma modeli olmasıdır.¹¹⁷

Johnson da sosyal girişimsel cabaların iş jargonuna bağlanarak, hizmet edilen amaçların “gelir akışı” ve “yatırım getirisi” gibi terimlerle ifade edilmesinin, toplumsal koşulları geliştirmeye kendilerini adanmış pek çok sosyal girişimci için ideolojik açıdan rahatsız edici olduğunu ifade etmektedir. Bu rahatsızlığın bir nedenini, alışılmadık terimlerin kullanılmasına bağlayarak, iş jargonuna dair akıcılığın artması ile söz konusu rahatsızlığın azalacağını ileri sürerek, bunun nispeten basit bir rahatsızlık olduğunu da ifade etmektedir.¹¹⁸

Sosyal girişimler, dezavantajlı kesimlerin yoksunluklarının giderilmesinden çevrenin korunmasına, insan hakları ihlalleriyle mücadele etmekten yok olan dillerin ve toplulukların yaşatılmasına kadar birçok alanda etkinlik gösteriyorlar. Eğitim, sağlık, çevre, insan hakları, kalkınma gibi birçok alanda sosyal dönüşüm gerçekleştirmeyi amaçlıyorlar. Üstelik pek çok karmaşık sorunun çözümünde gösterdikleri başarıyla sosyal girişimciler, özel sektör şirketlerine rol model oluyorlar.¹¹⁹

Sosyal girişimcilikle ilgili araştırmalarda, sosyal girişimcilerin, genellikle sosyal değer yaratmak için cabaladıkları ve bunun yanında,

¹¹⁷ <http://www.anadoluvakfi.org.tr/tr/53/Sayfa/Sosyal-girisimcilik-ve-inovasyon> 03.04.2015, 17:30

¹¹⁸ Gonca Aslan, Aylin Araza, Çağrı Bulut, *Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çevresi*, Girişimcilik ve Kalkınma dergisi, 2012, s71-72

¹¹⁹ <http://www.bilgiggo.org/sosyal-girisim-nedir/> 03.02.2015, 18:12

surdurulebilir ekonomik gelir sağlamayı da hedefledikleri görülmektedir. Ancak, bugüne kadar rapor edilen vaka çalışmalarında, sosyal misyonun daha baskın olduğu ifade edilmektedir.¹²⁰

Sosyal girişimcilik her yazar tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Diğer bir tanımda ise, sosyal girişimcilik sosyal girişimcinin yaptığı iş olarak ifade edilmektedir. Buna göre ise, sosyal girişimci yaşadığı çevredeki toplumsal bir sorunu veya ihtiyacı belirleyen ve çözüm üreten kişi olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, çevresindeki sosyal sorunların çözümünde daha iyi hizmet verebilmek için sürekli yeni yollar araması, inovasyona dayalı sosyal girişimler tasarlaması, bir sosyal girişimcide olması gereken en önemli özelliklerdendir.¹²¹

2.4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ.

Girişimcilik, insanoğlunun avcılık ve toplayıcılık devrine son verip (civalı taş) neolitik dönemde üretime başlamasıyla birlikte ilk şekillerini oluşturmaya başlamıştır. İlk çağda Fenikeliler oluşturdukları özel girişimlerle ön Asyada koloniler kurup (Trablus, Sayda, Sur ve Kartaca) orta ve uzak doğunun mallarını Akdeniz şehirlerine taşımışlardır. Eski Yunan site devletlerinde ise, girişim ve girişimcilik pek erdemli bir iş sayılmamaktadır. Bu işin daha çok yabancılar tarafından yaptırıldığı bilinmektedir. Buna göre, tarıma önem verdikleri anlaşılmakta ve üretim kar amaçlı değil sadece toplumun ihtiyacını karşılayacak şekilde olması gerektiği vurgulanmaktadır.¹²²

Girişimcilik kavramın çok uzun bir tarihi geçmişe sahip olmasına karşın, yakın zamana kadar özellikle tanımlarındaki belirsizlik ve çok az

¹²⁰ Gonca Aslan, Aylin Araza, Çağrı Bulut, A.g.e, s 75

¹²¹ Orhan Koçak, A.g.e, s 30

¹²² <http://yayinlar.yesevi.edu.tr/files/article/243.pdf> 15.02.2015, 10:14

sayıda çalışmaya konu olması, kavramın ekonomi bilimi tarafından yeterli rağbeti görmediğini göstermektedir. Bunun temel nedenlerinden biri, girişimcinin bir yönetici olarak düşünüldüğü ve değerlendirildiği anlayışın Adam Smith’le başlamış ve 19. yüzyılda Neo-klasiklerce de devam ettirilmiş olmasıdır. Bununla beraber girişimciliğin ciddi bir biçimde araştırma konusu olması 1980’lerde başlayan bir süreçtir. Bugün ise girişimcilik, ABD ve Batılı ülkelerin üniversitelerinde gittikçe artan bir ilgiyle önem kazanmaktadır.¹²³

Tarihsel gelişim süreci İkinci Dünya Savaşı’na dek uzanan sosyal giri- şimcilik kavramının uygulama boyutu Muhammet Yunus ile 1970’li yıllarda önem kazanmıştır. Nitekim, 1974 yılında gerçekleştirdiği eylemi ve düşüncesiyle; ekonomik, ideolojik ve siyasal önyargıları hiçe sayarak kendi projelerini kabul ettirmeyi başaran Muhammed Yunus’un uygulamaya taşıdığı “sosyal girişimcilik” kavramı, ona bu alanda 2006 yılı Nobel Barış Ödülü’nü getirmiştir.¹²⁴

Sosyal girişimcilik kavramının kurumsallaşmasında ise, 1980 yılında William Drayton tarafından kurulan ASHOKA’nın önemli bir payı olmuştur. Kuruluş amacı “Sosyal Girişimciliği” desteklemek ve bir sektör olarak algılanmasını sağlayarak bu sektörü destekleyen mekanizmaları oluşturmaya çalışmak olarak belirlenen ASHOKA, sosyal değişimin toplumların içinden doğduğu anlayışına vurgu yapmıştır. ASHOKA; gençlik eğitimi ve gelişimi, çevre, sağlık, insan hakları,

¹²³ <http://yayinlar.yesevi.edu.tr/files/article/243.pdf> 15.02.2015, 15:48

¹²⁴ <http://www.sgk.gov.tr/D33B4EB8-AD72-40C1-A0FE-A038D24D624B/FinalDownload/DownloadId-9095DC4922053F130EBC02FFBC3EAC01/D33B4EB8-AD72-40C1-A0FE-A038D24D624B/wps/wcm/connect/cd246c18-7ad4-4118-abba-66700552c95e/5.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=cd246c18-7ad4-4118-abba-66700552c95e> 15.02.2015, 17:26

yurttaş girişimi ve ekonomik gelişme alanlarında çalışan tüm sosyal girişimcileri desteklemeyi amaç edinmiştir.¹²⁵

Sosyal sorunların çözümünde iş dünyası prensiplerini uygulayarak, yöntem olarak girişimciliği esas alan, toplum ve insana faydalı değer yaratma odaklı olan, mevcut piyasa ekonomisine karşı olmayıp onunla birlikte onun yöntemlerini kullanarak sahip olduğu iş modeli ile hiçbir dış yardıma ihtiyaç duymadan ekonomik anlamda bağımsız olan ve kâr elde eden, elde ettiği kârı da yine toplum için sosyal amaca dönük kullanan sosyal girişimler, çalışma kavramında yarattığı anlam değişikliği ile son 20 yıldır sosyal politika literatüründe önemle tartışılan bir alan teşkil etmeye başlamıştır.¹²⁶

2.5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ.

İş dünyasının yüzünü değiştiren girişimciler gibi, sosyal girişimciler de toplumsal dönüşümün önemli araçlarıdır. Bu bireyler başkalarının göremediğini görerek yeni fırsatlar yaratır, sistemleri değiştirir ve yeni yaklaşımlar bularak toplumun önemli sorunlarına çözüm getirirler. Ekonomik bir girişimcinin yeni sanayiler veya iş alanları kurması gibi, sosyal girişimciler de toplumsal sorunlara yenilikçi çözümlerle yaklaşır ve bu çözümleri geniş ölçekte uygularlar.¹²⁷

Sosyal girişimci, refah sisteminin karşılayamadığı veya karşılayamayacağı farkına varılmamış, tanımlanmamış bazı ihtiyaçları tatmin etmek için bir fırsatın nerede olduğunu fark eden, gerekli

¹²⁵ <http://ozugirisim.com/sosyal-girisimcilik/> 15.02.2015, 18:07

¹²⁶ <http://www.sgk.gov.tr/D33B4EB8-AD72-40C1-A0FE-A038D24D624B/FinalDownload/DownloadId-9095DC4922053F130EBC02FFBC3EAC01/D33B4EB8-AD72-40C1-A0FE-A038D24D624B/wps/wcm/connect/cd246c18-7ad4-4118-abba-66700552c95e/5.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=cd246c18-7ad4-4118-abba-66700552c95e> 15.02.2015, 20:18

¹²⁷ Tevfik Başak Ersin ,Derya Kaya, Zeynep Meydanoğlu , A.g.e, ss 10

kaynakları bir araya toplayan ve bunları bir fark yaratmak için kullanan kişidir. Sosyal girişimciler : Bir ihtiyaç boşluğunu tanımlayan ve bu boşluğu bir fırsatla ilişkilendiren, gerekli ağırları kurmak için diğer kişileri bir araya getiren , ihtiyaç duyulan kaynakları bulan, engellerin üstesinden gelen ve içsel riskle baş eden, riski kontrol etmek için uygun sistemleri öne süren kişilerdir.¹²⁸

Sosyal girişimcilik, sosyal değişim yaratan global bir harekettir. Sosyal girişimcinin oluşturduğu yapı kar amacı güden, kar amacı gütmeyen ya da her ikisini bir arada barındıran bir kuruluş olabilir. Sizi sosyal girişimci yapan ödediğiniz vergilerin durumu değildir. Sosyal girişimcilik, geleneksel girişimciliğin odaklandığı bir problemi inovatif bir yaklaşımla çözerek sosyal bir farkındalık yaratmaktır. Sosyal girişimci, sosyal konuları tutkulu ve derinlemesine önemseyen, farkındalık yaratmak, problemleri çözmek ve ihtiyaçları karşılamak için inovatif teknikleri kullanan, bu sosyal konuların değişikliği üzerine çalışan kişidir.¹²⁹

Sosyal girişimciler iş dünyasındaki girişimcilerin sahip olduğu vizyon, yaratıcılık gibi özelliklere, donanımlara sahip olan ve bu özellik ile donanımlarını sosyal sorunların çözümü için kullanan kişilerdir. Sistematik değişim yaratırlar ve uzun vadede kalıcı çözümler bulmaya çalışırlar. Sosyal girişimciilerin fikirleri kolay anlaşılır, uygulanabilir ve etiktir. Önce sorunu tespit ederler, sonra yeni bir proje üretilip yeni yöntem geliştirirler, ardından kaynak yaratıp kendilerinden sonra projenin sürdürülebilmesi için yöntem bulurlar.¹³⁰

¹²⁸ Mahmut Özdevecioğlu, Ayşe Cingöz , *Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimler: Teorik Çerçeve*, ss 86

¹²⁹ <http://www.etohum.com/sosyal-girisimcilik-nedir> 16.02.2015, 15:24

¹³⁰ <http://www.inploid.com/t/sosyal-girisimcinin-ozellikleri-nelerdir/24509/> 16.02.2015, 18:41

Sosyal girişimci engellerin ustesinden gelme yeteneğine sahiptir. Bir sosyal girişimci toplu faaliyetlerle fayda maksimizasyonu için çalışır. İhtiyacları değerlendirir ve ihtiyacları karşılama surecini engelleyecek faktorleri tanımlar. Sosyal girişimcilerin uzerinde odaklandıkları fayda maksimizasyonu elbette sosyal faydadır. Sosyal girişimciler sosyal problemlere girişimci ruhu ve iş adamı zekası ile yaklaşan kişilerdir. Sosyal girişimcilerin belirsizliğe karşı tolerans seviyeleri yuksektir.¹³¹

Sosyal girişimciler “kâr amacı güden” ve “kâr amacı gütmeyen” olarak ikiye ayrılıyor. Dolayısıyla sosyal girişimci olabilmeniz için kâr amacı gütmüyor olmanız bir mecburiyet değil. Ancak sosyal girişimciler kâr etmenin yanısıra attıkları her adımda sosyal, ekonomik ve doğal çevreyi de düşünüyor, durumun gerektiği zamanlarda buraların elde edeceği faydayı daha ön planda tutarak daha az kâr etmeye de razı oluyorlar. Dolayısıyla birinci öncelikleri kârlılıklarını artırmak değil çevreye katkı sağlamaktır.¹³²

Sosyal girişimciler enerjik, ısrarcı ve genellikle kendinden emin ve kendi çalışmalarına katılmaları için diğerlerini etkileme yeteneğine sahip kişilerdir. Ayrıca oldukça bağımsız ve pragmatiktirler. Fakat tek bir tip sosyal girişimci tarzından bahsetmek mumkun değildir. Bazı sosyal girişimciler karizmatik konuşmacı özellikleri taşıırken bazıları enerji doludur. Bazıları ise, daha yumuşak konuşan kişilerdir. İşlerini pragmatik olarak tarif ederler. Bazı girişimciler ise politik düşünürler.¹³³

Sosyal Girişimcinin sahip olması gereken özellikler toplumsal sorunların farkında olmak, başarılı olma isteği, mücadelecilik ve azim, sorumluluk ve risk alabilme arzu ve yeteneği, üreticilik ve fırsatları

¹³¹ Mahmut Özdevecioğlu, Ayşe Cingöz, A.g.e, ss 90

¹³² <https://www.linkedin.com/pulse/20140725075251-41098754-sosyal-giri%25C5%259Fimcilik>
16.02.2015, 20:15

¹³³ Mahmut Özdevecioğlu, Ayşe Cingöz, A.g.e, ss 90

sezebilme, planlı çalışma ve araştırma, başkalarıyla çalışabilmek, onlara güvenebilmek ve ilişki içerisinde olduğu kişilere güven verebilmek, sınırlarını bilmek ve tavsiyelerden yararlanabilmek, zor şartlarda ağır çalışmalara hazır olmak, kendini geliştirmek şeklinde sıralaya biliriz.¹³⁴

2.6. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ VE FAYDALARI.

Sosyal girişimcilik terimi, içeriğinde, sosyallik ve girişimcilik olmak üzere iki farklı boyutu barındırmaktadır. Böylece, sosyal girişimcilik, ticari girişimlerde olduğu gibi sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma ve yenilikçi yollarla çözümler üretmeyi beraberinde getirmektedir. Sosyal girişimcilikte, ticari girişimcilik prensiplerinin kar maksimizasyonu yerine, toplumsal sorunların çözümü bir fayda olarak elde edilmektedir.¹³⁵

Sosyal girişimcilik , ortaya çıkan fikirlerin sosyal değişim ve değer oluşturması için organizasyonlar boyutuna indirgenmiş hali olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel hayat tarzından modern hayat tarzına yönelmiş olan toplumların mesleki, kurumsal ve davranışsal değişiklikleri , talep ve beklentilerdeki sürekli artışlar ekonomik , siyasal ve sosyal yapıyı oldukça etkilemektedir. Bu değişimler sonucunda eski toplumsal , kültürel bağlar yerlerini Sivil Toplum Kuruluşları olarak adlandırılan ve toplumsal sorunlara etkili ve uzun dönemli çözüm bulma sürecinde aktif olarak katılmak isteyen bireylerin oluşturduğu güç ve birliktelik odaklarına bırakmış bulunmaktadır.¹³⁶

Yüzeysel olarak bakıldığında çoğu sosyal girişim geleneksel bir sivil toplum kuruluşu veya şirket olarak algılanabilir. Ancak daha

¹³⁴ http://www.siviltoplumakademisi.org.tr/index.php?option=com_content&id=573:sosyal-girisimcilik-nedir&Itemid=113 17.02.2015, 11:01

¹³⁵ Orhan Koçak, Ersin Kavi , *Sosial Politika olarak Sosial Girişimci Belediyecilik*, Emek ve Toplum Dergisi, ss30

¹³⁶ <http://isfikirlerimiz.com/sosyal-girisimcilik/> 11.02.2015, 12:27

yakından incelendiklerinde bu kuruluşların temel özelliğinin misyonlarını gerçekleştirmek olduğu, ticari faaliyetlerini ise misyonlarını gerçekleştirmek için araç olarak kullandıkları görülmektedir. Sosyal girişimler etik veya sosyal sorumlu şirketlerden işte tam da bu noktada ayrılmaktadırlar. Şirketlerin aksine sosyal girişimlerde başarı ölçütü elde edilen kâr değil, toplum üzerinde yaratılan olumlu etkidir¹³⁷

Dünyanın her yerinde, en fakir toplumlarda bile, yenilikçi insanların ve sivil inisiyatiflerin ortaya çıkması, yükselen bu anlayıştan güç alıyor. Sosyal girişimciler, gerçekleştirdikleri inovatif uygulamalarla kimi zaman, devlet politikalarını bile değiştirebiliyorlar. Aids hastaları için evde bakım, okuldaki derslere katılamayan kanserli çocuklar için özel eğitim olanakları gibi projeler, birçok ülkede standart kamu uygulamasına dönüşmüş uygulamalardır.

Sosyal girişimciliğin, özgeci ya da hayırsever bağışların otesine gecerek, sosyal problemleri; daha sürdürülebilir ve birbirine geçmiş çözümlerle desteklediği anlaşılmaktadır. Sosyal girişimciler için acık ve merkezi konumda olan sosyal misyonun, fırsatların algılanması ve değerlendirilmesi üzerine etkisinin belirgin olduğu belirtilmektedir.¹³⁸

Sosyal girişimler birçok ülkede *non-profit organisation* statüsünde kurulmaktadırlar, çünkü bu girişimlerin amacı mali kazanç elde etmek değil, mali kazancı bir araç olarak kullanarak sosyal bir sorun ve ihtiyacı ortadan kaldırmaktır. Bu nedenle birçok sosyal girişim “kar amacı gütmeyen kuruluş” olarak da nitelendirilmektedir, ancak her kar amacı gütmeyen kuruluş sosyal girişim değildir.¹³⁹

¹³⁷ Volkan Işık , *Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Değiştirdiği Çalışma Kavramı ve Yeni Bir Çalışma Alanı oOarak Sosyal Girişimler*, Sosyal Güvenlik Dergisi, Gazi Üniversitesi, Ocak 2013, Cilt 3, sayı 1, ss 123

¹³⁸ Gonca Aslan, Aylin Araza, Çağrı Bulut , *Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi*, ss 75

¹³⁹ <http://isfikirlerimiz.com/sosyal-girisimcilik/> 12.02.2015, 22:47

Sosyal sorunların çözümünde önemli roller üstlenen sosyal girişimler, aynı zamanda istihdam üzerinde de etkide bulunmaktadır. Öyle ki, Biçerli, bu konuda, sosyal girişimciliğin doğrudan ve dolaylı bir şekilde işsizliği azalttığını ifade etmektedir. Doğrudan etki olarak, sosyal girişim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için çok sayıda kişi istihdam edilmek zorunda kalınmaktadır. Dolaylı olarak ise, sosyal girişimler, “balık yemeği değil balık tutmayı öğretmek” düşüncesi çerçevesinde, işsizlerin kendi işlerini kurmalarını sağlamaktadırlar. Ayrıca, özürliülerin istihdamı ve mesleki eğitim yoluyla istihdamı gibi uygulamalarla istihdama katkı sağlamaktadırlar.¹⁴⁰

Son olarak sosyal girişimciliğin genel olarak faydalarını aşağıdaki şekilde sıralaya biliriz.

- Ekonomik Kalkınma
- İnovasyon/yeni ürün ve hizmetler
- Sosyal Sermaye
- Eşitliğin Desteklenmesi.¹⁴¹

2.7. TİCARİ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİ BİR- BİRİNDEN AYIRAN FAKTÖRLER.

Sosyal girişimciler özel, kamu ya da kar-amacsız sektörler aracılığıyla var olan ihtiyaçları tanımlamanın yeni yollarını ararken yenilik ve yaratıcılığı vurgularlar. Webster’e göre girişimci, bir ticari işletmenin riskini üstlenen, ticari işletmeyi organize eden ve yöneten kişidir. Bu açıdan bakıldığında sosyal girişimci ve ticari girişimci belirli yönleri itibariyle farklılık gösterir . Sosyal girişimciler sivil toplum ihtiyaçları için sorumluluk alan kişilerdir. Ticari girişimciler veya başka

¹⁴⁰ Orhan Koçak, Ersin Kavi, A.g.e, s31

¹⁴¹ http://www.siviltoplumakademisi.org.tr/index.php?option=com_content&id=573%3Asosyal-girisimcilik-nedir&Itemid=113 16.02.2015, 13:11

bir ifade ile işletme girişimcileri yeni ihtiyaçlara odaklanma eğiliminde iken sosyal girişimciler yeniyaklaşımlar aracılığı ile uzun dönemli amaçlara daha etkili bir şekilde hizmet etmeye odaklanırlar.¹⁴²

Barendsen ve Gardner'a (2004) göre, bir lider olarak sosyal girişimci, ticarî girişimciden farklı olarak, geçmiş yaşamlarında zorluk çekmiş, toplumsal eylemlere katılmış, bir kısmı hayattan soyutlanmış, toplum duyarlılıkları yüksek, daha inançlı kişidir. Ticarî girişimci ise, geçmişinde ticarî işlere girip deneyim kazanmış, girişimci bir aile yapısına sahip, bağımsız iş yapma yönelimli kişidir. Ticarî girişimciliğin temel amacı, kâra ulaşmaktır; sosyal girişimciliğin temel amacı ise, sosyal misyon ve hizmete önem vererek sosyal değer ve toplumsal katkı sağlamak için sosyal getiriler elde etmektir. Ticarî girişimciliğin misyonu kişisel çıkardır; sosyal girişimciliğin misyonu ise kamusal çıkardır.¹⁴³

Ticari girişimciler temelde özel kazançla, sosyal girişimciler sosyal değer yaratmakla ilgilidir. Elbette ki ticari girişimciler özel kazanc yaratma sürecinde sosyal değer yaratabilir ve benzer biçimde sosyal girişimciler de sosyal değer yaratma sürecinde özel kazanc yaratabilir. İkinci temel farklılık başarı ölçütüdür. Ticari girişimcilikte performans tipik olarak finansal performans açısından ölçülür. Çünkü finansal performans ölçüleri standartlaştırılmıştır. Sosyal girişimciler için performans ölçüleri daha az standartlaştırılmış ve özel organizasyonlar için daha kendine özgüdür.¹⁴⁴

¹⁴² Mahmut Özdevecioğlu, Ayşe Cingöz, A.g.e, ss 92

¹⁴³ <https://www.google.az/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.journals.istanbul.edu.tr%2Fiuiieyd%2Farticle%2Fview%2F1023001935%2F1023013482&ei=k8bqVIneGYHxaOeIguAM&usg=AFQjCNEVi1b1l-0mN1XPGLHtrVzHK7eMiA&bvm=bv.86475890,d.d2s> 21.02.2015, 14:20

¹⁴⁴ Fahrettin Yerdelen, Berk Kargılı, Fatih Özdemir, Doğan Can, “*Sosyal Girişimcilik*”, 08.05.2014

Sosyal girişimci, sosyal misyonu çerçevesinde sosyal değerin yaratılması ve sürdürülmesi için fırsatlardan yararlanarak yenilikçi adımlarla hareket etmelidir. Ticarî girişimci ise, bulunduğu rekabet ortamından dolayı daha yenilikçi olmak ve daha çok risk almak zorundadır. Ticarî girişimcilikte, ekonomik değer yaratma çoğunlukla bir üretim faaliyetiyle yapılır ve böylece örgütün sürekliliği sağlanır. Sosyal girişimcilik için ekonomik değer yaratma genellikle temel amaç değildir. Sosyal girişimciliği yenilikçi yapan durum, ekonomik değer yaratmadan çok sosyal ihtiyaçları doğrudan doğruya besleyecek ürün ve hizmetlerin tedariki için yeni modeller yaratmayı amaç edinmesidir.¹⁴⁵

Görüldüğü üzere, sosyal ve ekonomik girişimciler ideolojileri itibariyle birbirlerinden ayrılırlar. Bu ideoloji misyon ve amaç seçiminde onlara rehberlik eder. Sosyal girişimciler yenilikçi girişimsel organizasyonları veya yatırımları yönetirler ya da yaratırlar. Temel misyonları karı takip etmekten ziyade sosyal değişim ve kendi müşteri grubunun gelişimidir. Sosyal girişimciler kar-amacıli aktivitelere de katılabilirler ancak, karı kendilerini amaçlarına ulaştıracak bir araç olarak görürler. Ticari/işletme girişimcilerin ise temel amacı karıdır.¹⁴⁶

¹⁴⁵ <https://www.google.az/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.journals.istanbul.edu.tr%2Fiiieyd%2Farticle%2Fview%2F1023001935%2F1023013482&ei=k8bqVIneGYHxaOeIguAM&usg=AFQjCNEVi1b1l-0mN1XPGLHtrVzHK7eMiA&bvm=bv.86475890,d.d2s> 21.02.2015, 15:33

¹⁴⁶ Mahmut Özdevecioğlu, Ayşe Cingöz, A.g.e, ss 92

**TABLO 3: SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE TİCARİ GİRİŞİMCİLİK
ARASINDAKİ FARK**

	Sosyal girişimcilik	Ticari girişimcilik
Motivasyon	Kardan ziyade sosyal değişim ve kendi müşteri grubunun gelişimi	Temel faktör yeni iş kurma, kendi işine başlama ve finansal kazanç elde etme düşüncesi
Risk ve karar	Sivil toplum ihtiyaçları için risk ve sorumluluk alırlar	Risk tercihi para ve saygınlık kazanmaya dönüktür.
Yapılan iş	Kamu kurum ve kuruluşları ile iletişim ağı içinde işbirliği yapmak	Sanayi ağı içinde işbirliği yapmak
Kar özellikleri	Sosyal sermaye yaratmak ve sosyal sorunları çözmek	Kişisel kar elde etmek, piyasa odaklı sorunları çözmek
Yenilikçilik	Toplumun kaynaklarını birleştirmek	Yeni fikirler bulmak
	Sosyal girişimcilik	Ticari girişimcilik
Fırsat kollama	Sosyal ihtiyaçlardaki boşlukları belirlemek	Boşlukları ve uygun işleri bulmak

Temel değerler	Ekonomik ve sosyal kaygının birbirinden ayrılamaması Sosyal birliktelik ve katılımın teşvik edilmesi Farklılık, yenilikçilik ve yaratıcılık , fırsatları ve kaynakları kollama. Uzun dönemli amaçlara daha etkili hizmet etmeye odaklanırlar. Değişim yaratmaya çalışırlar.	Ekonomik kaygılar yüksektir. Verimlilik, etkinlik, çıktıları, karlılık ağır basar Müşterilere ve/veya hissedarlara karşı sorumluluk vardır. Sosyal amaçlı projelere bağışta bulunma ve hayırseverlik yaklaşımı vardır. İş/işletme yaratmaya çalışırlar.
Örgütsel çevre	Kurallar çerçevesi dışında işlemektedir.	Farklı şekillerde bürokratik prosedür ve kurallara bağlıdır.

KAYNAK:https://www.google.az/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0CFcQFjAI&url=http%3A%2F%2Fwww.ozlemcetinkayabozkurt.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2014%2F04%2F11.-hafta-sosyal-giri%25C5%259Fimcilik.pptx&ei=ItPqVlr_Hc_saIqegqAH&usg=AFQjCNHlr6vMMB_Vis2X4FaWIJXztmLojA&bvm=bv.86475890,d.d2s 22.02.2015, 18:25

2.8. DÜNYADA FAALİYET GÖSTEREN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KURULUŞLARI.

Günümüzde dünyanın her bir yerinde sosyal girişimcilik ve sosyal sorumluluk amacı ile kurulan bir sürü kuruluş faaliyet göstermektedir. Bu tip kuruluşların her geçen gün sıralarına yenileri eklenmektedir. Bu kuruluşların bazılarını faaliyet gösterdikleri kıtalara göre ayırarak inceleyelim. Amerika, Avrupa, Asya kıtalarında faaliyetde bulunan, kar amacı gütmeyen, sosyal amaçlı kurulan bu kuruluşları aşağıdaki şekilde sıralaya biliriz:

2.8.1. Amerikada Faaliyet Gösteren Sosyal Girişimcilik Kuruluşları

Chrysalis- istihdam sorununu çözmek için gerekli kaynakları ve desteği sağlayarak evsiz ve düşük gelirli bireyler için gerekli desteği sağlayan bir sivil toplum kuruluşudur. Bu kuruluş 22 yaşlı John Dillon tarafından 1984 yılda kurulmuştur. Ajans büyüdükçe, uzun vadeli çözümler sunan yoksulların ve evsizlerin iş problemlerini ortadan kaldırmak için ulusal programlar geliştirdi. 1991 yılından bu yana, Chrysalis Şirketleri her yıl 500'den fazla müşterisine iş olanağı sağlamıştır. Chrysalis müşterilerine iş piyasasına girmek için gerekli bilgi ve becerileri kazandırmakta yardımcı olmaktadır. Chrysalis-in evsizlik ve yoksulluğun en yaygın olduğu bu bölgelerde üç merkezleri faaliyet göstermektedir: Skid Row Downtown Los Angeles, Santa Monica, San Fernando Vadisi bölgesinde Pacoima.¹⁴⁷

KIPP: - 1994 yılında Mike Feinberg ve Dave Levin tarafından ABD yaratılmıştır. KIPP: Düşük gelirli öğrencilere eğitim hizmetleri

¹⁴⁷ http://www.changelives.org/about_us 23.03.2015, 15: 59

vermesi amacı ile kurulmuştur. Günümüzde KIPP:-in 20den fazla eyalette 59.000 fazla öğrencisi var.¹⁴⁸

Lemelson Fakfı- Vakıf 1990 yılında Jerry ve Dorothy Lemelson tarafından kurulmuştur. Temel amacı ekonomik ve sosyal zorluklar çeken mucitler ve girişimcileri destekleyerek yeni buluşlarını yapmalarında destekçi olmaktır.¹⁴⁹

PARC- Bu kuruluşun yaranmasına vesile olan bayan Edythe Ibold 1948 yılında Midge adlı bir kız çocuk doğurmuştur. Ancak kızı doğduktan 9 ay sonra çocuğun Down sendromlu bir bebek olduğu ortaya çıkmıştır. Ve 1953 yılında bayan Edythe Ibold kızı gibi diğer engelli çocuklara yardımcı olmak amacı ile PARC kurmuştur. Bugünün PARC ulusal bir üne sahiptir. Kırkıdan fazla programları ile, PARC hizmet verdiği bireylere birçok seçenek sunmaktadır. PARC-ın faaliyet gösteren Thoresen Vakfı Kültür Merkezi, Yağmur Ormanı Terapi Merkezi, Margaret E. Dickins Çocuk Teknoloji Merkezi ve Multy-Duyu Odası, Yetişkin Teknoloji Başarı Merkezi, Güzel Sanatlar Studio & Gallery Programı ve d..mevcuttur. Her gün PARC 800'den fazla çocuk, genç ve yetişkin engelli bireylere hizmet vermektedir.¹⁵⁰

Network for Good- dijital platform üzerinden iyi nedenleri iletirmek için kar amacı gütmeyen ve kurumsal ortakları güçlendirmek amacı ile kurulan bir sosyal kuruluştur. Network for Good basit, uygun fiyatlı ve etkili online bağış toplama hizmetleri yoluyla fon sağlayarak online öğrenme merkezi aracılığıyla ücretsiz eğitim sunuyor (www.Fundraising123.org).¹⁵¹

¹⁴⁸ <http://www.kipp.org/about-kipp/history> 23.03.2015, 16:10

¹⁴⁹ <http://www.lemelson.org/about-us/lemelson-foundation-history> 23.03.2015, 16:45

¹⁵⁰ <http://www.parc-fl.org/our-story/parc-history.aspx> 23.03.2015, 16: 17

¹⁵¹ <http://www1.networkforgood.org/about-us> 23.03.2015, 16: 34

TROSA-1994 yılında kurulan sosyal bir kuruluştur. Günümüzde TROSA bir sıra sağlık hizmetleri sunmaktadır. Şu an Trosa bölgenin en başarılı uyuşturucu rehabilitasyon merkezlerinden biri haline gelmiştir.¹⁵²

Women's Bean Project- misyonu sosyal girişim aracılığıyla kadınların hayatlarını değiştirmektir. Women's Bean Project 16 yıldan fazla bir süredirki gıda yapan ve el yapımı takı üreten işsiz ve yoksul kadınlara iş olanağı sağlamakla yardımcı olmaktadır.¹⁵³

HTC (Human Technologies Corporations)- HTC 6 farklı işletmeden oluşan bir kuruluştur.

- Behavioral Health Services
- Graphtex Corporate Apparel
- Northern Apparel Industrial Sewing
- Pinnacle Jobs for people with disabilities
- Property Management Group Maintenance Services
- Supply Chain Logistics Packaging and Assembly

HTC-nin temel amacı engelli insanlar için istihdam, eğitim, iş ve destekleyici hizmetler sunmaktır.¹⁵⁴

AspenPointe- 1875 yılında kurulan bu kurum sağlıklı toplum inşa etmek amacı ile kurulmuştur. Kurum engelli vatandaşlar için sağlık, eğitim, öğretim ve istihdam fırsatları, madde bağımlıları için sağlık hizmetleri, yoksul vatandaşlar için konut hizmetleri, çeşitli yardımlar sağlayarak engelleri aradan kaldırmayı amaçlamıştır.¹⁵⁵

Recycla- Elektronik atıkların geri dönüşümünü sağlamak amacıyla kurulmuş bir kuruluştur. Kurum gelecek nesillerin yaşam

¹⁵² <http://www.trosainc.org/index.php/about-us2/history> 23.03.2015, 16: 42

¹⁵³ <http://www.womensbeanproject.com/> 23.03.2015, 16: 56

¹⁵⁴ <http://www.htcorp.net/why-htc.cfm> 23.03.2015, 15:06

¹⁵⁵ <http://www.aspenpointe.org/ddnav/Mission+Vision+Values-3-1.html> 23.03.2015, 16: 18

kalitesini artırmak için çevre ile etkileşim sorunlarını çözmek için çalışmaktadır. 2003 17 Mayıs'ta, Maria Teresa Cuevas desteği ile Fernando Nilo ve Mauricio Nunez aracılığı ile bu kuruluşun kurulmasına karar verilse de Yerel finansman bulma zorluğu ile karşı karşıya kalınmış sonradan ABD'li yatırımcılar Victor Nilo ve Pedro Nilo yardımı ile Recycla kurulmuştur. Recycla Şilide Latin Amerikasında kurulan Atılan elektronik atık (E-Atık) geri dönüşüm modern işleme tesisi tasarlanmış ve özel bir sanayi bölgesinde inşa edilmiştir. Günümüzde RECYCLA beş üyeden oluşan anonim şirkettir.¹⁵⁶

Terra Nova- özellikle kentsel alanlarda Arazi Düzenleme için çalışan bir sosyal kuruluştur. Bu alanda uzmanlaşmış tek Brezilyalı firmadır. 2001 yılından bu yana, Brezilya'da gecekonduda yaşayan toplulukların yaşam kalitesini artırmak için kurulmuştur. Arazi uğrunda işgalcilik yapan, insanlar arasında çıkan çatışmaları çözmek ve barış sağlamayı kendine amaç edinmiş bir kuruluştur.¹⁵⁷

Coronilla- 1972 yılında girişimci Don Guillermo Wille tarafından sosyal kalkınma felsefesi üzerine kurulmuştur. Coronilla günümüzde çevre koruma, sosyal gelişim, ekonomik fizibilite ve toplam şeffaflık üzerine kurulmuş bir kuruluştur.¹⁵⁸

Cinepop- 2004 yılında kurulan cinepop düşük gelirli Meksikalıların yaşam kalitesini artırmak için çalışıyor. Düşük gelirli Meksikalıların çoğunlukla sinemalara herhangi bir erişim yok, bu yüzden Cine Pop dev ekranlarda haftalık, ücretsiz, açık film gösterimleri sağlar ve aynı zamanda sosyal teşvik programları sağlar. Cinepop bağış veya yardım şeklinde, şirketler tarafından finanse edilmektedir.¹⁵⁹

¹⁵⁶ <http://www.recycla.cl/> 23.03.2015, 16: 38

¹⁵⁷ <http://grupoterranova.com.br/terranova/> 23.03.2015, 16: 46

¹⁵⁸ <http://www.coronilla.com/> 23.03.2015, 16: 53

¹⁵⁹ <http://www.cinepop.com.mx/> 23.03.2015, 17: 01

VisionSpring- Görme zayıflığı olan insanların gözlük problemlerini ortadan kaldırmayı amaçlayan bir kuruluştur. Bazı insanların hatta gözlük elde etmede problem çekmeleri, gözlüklerin alınmasına yeterli maddi durumlarının olmaması bu kuruluşun yaranmasına neden olmuştur.¹⁶⁰

2.8.2. Avrupada Faaliyet Gösteren Sosyal Girişimcilik Kuruluşları

Greenpeace- Greenpeace çevreyi korumak, kollamak ve barışı sağlamak için 1971 yılında Amsterdamda kurulmuş bağımsız küresel bir kampanya örgütüdür. İklim değişiklikleri ve gezegenimizin iklim değişikliklerinin yarattığı tehditlerle karşı-karşıya kalması, savurgan ve yıkıcı balıkçılık şartlarının okyanusları ve okyanusdaki canlıları mahv etmesi , dünyanın en eski ormanlarının, ormandaki canlıların ve bitkilerin her geçen gün azalması, nükleer silahların kullanıldığı savaşların olması, genetiği değiştirilmiş gıdaların insanlara sunulması gibi bir sürü nedenler Greenpeacenin yaranmasına neden olmuştur. Greenpeace Rainbow Warrior-un bir cümlesini kendine öncü olarak belirlemiştir: "Son ağaç kesildiğinde, son nehir zehirlendiğinde, biz parayı yiyemeyeceğimizi keşf edeceğiz..."¹⁶¹

Public Achievement- 1999 yılında Paul Smyth tarafından Kuzey İrlandada kurulmuştur. Temel amacı demokratik bir toplum inşa etmektir. Public Achievement-in çalışmaları 'Sivil Gençlik Çalışma' modeli etrafında inşa edilmiş ve gençlerin kendi toplumlarında gerçek konularda gerçek işler yapmaları için desteklemektedirler.¹⁶²

¹⁶⁰ <http://visionspring.org/> 23.03.2015, 17:06

¹⁶¹ <http://www.greenpeace.org/international/en/about/> 26.03.2015, 14:01

¹⁶² <http://www.publicachievement.com/Home.aspx> 26.03.2015, 14:32

Prince's Rainforests Project- 2007 yılında HRH Prince Charles tarafından Londrada yaratılmışdır. Kuruluş nedeni tropical çölleşmenin engellenmesidir.¹⁶³

RBS SE100 - 2009 yılında RBS Community Bank, Social Enterprise Magazine tarafından Londrada kurulmuştur. Kurum 2010 yılından bu yana, İngiltere'nin en iyi sosyal işletmelerinin büyüme endeks grafikini oluşturmaktadır. Kurum sosyal işletmelerin büyümesi hakkında veri toplamıştır, sosyal girişimlerin şirket hayatına etkileri belirlemiştir. Şirket uygun yatırımcı arayan sosyal işletmeler arasında bir nevi çöpçatanlık etmektedir.¹⁶⁴

United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR)- Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 14 Aralık 1950 tarihinde Cenevre, İsviçrede kurulmuştur. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği, mültecileri korumak ve dünya çapında mülteci sorunlarını çözmek için yol ve koordine uluslararası barış için kurulmuş bir kuruluştur. Birincil amacı mültecilerin hak ve refahını korumaktır.¹⁶⁵

2.8.3. Asyada Faaliyet Gösteren Sosyal Girişimcilik Kuruluşları

Acumenfund- 2001 yılında Jacqueline Novogratz tarafından kurulmuştur. Şu anda Hindistan, Pakistan, Kenya, Amerika Birleşik Devletlerinde faaliyet göstermektedir. Kuruluş amacı küresel yoksulluk sorunlarını çözmek için girişim fonuları vasıtasıyla girişimci yaklaşımların desteklenmesidir.¹⁶⁶

EDA CapitalConnect- 2008 yılında Sanjay Sinha tarafından Hindistanda kurulmuştur. EDA CapitalConnect küresel yoksulluk

¹⁶³ <http://www.rainforestsos.org/> 26.03.2015, 14:36

¹⁶⁴ <https://se100.net/index/investors/about> 26.03.2015, 14:47

¹⁶⁵ <http://www.unhcr.org/cgi-bin/texis/vtx/home> 26.03.2015, 14:54

¹⁶⁶ <http://www.acumenfund.org/> 26.03.2015, 15:03

problemlerinin çözülmesi için yenilikçi çözümler sunmaktadırve sosyal sorumluluk yatırımları için bir online pazar oluşturmuştur.¹⁶⁷

Yukarıda bahs etdiyimiz kuruluşlar dünyada var olan sosyal girişimcilik kuruluşlarından sadece bir kaçıdır.

¹⁶⁷ www.edacapitalconnect.com 26.03.2015, 15:07

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAJCANDA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ANLAYIŞI: SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Bu bölümde yapılan alan çalışmasında kullanılan materyal ve yöntem, anketlerin amacı ve önemi, araştırmanın kapsamı, yöntemi, veri toplama yöntemi, anketlerin hazırlanma yöntemi, anketlerin geri dönüşüm sayısı, verilerin analiz yöntemi açıklanmış ve son olarak elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı ; Azerbaycanda faaliyet gösteren işletmelerde KSS ve SG anlayışının var olup – olmadığını belirlemek , sorunlarını ortaya çıkarmak ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerin ortaya konulmasıdır. Bu çalışmayla işletmelerdeki KSS ve KSG problemleri ortaya çıkarılarak , çözüm önerileri sunulduktan sonra toplum refahını arttırmaya yönelik çalışmaların sayısı her geçen gün hızla artacaktır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi gibi “Anket metodu” kullanılmıştır. Veri toplamak amacıyla anket formu, bazıları likert ölçeğinde hazırlanmış toplam 35 adet açık ve kapalı uçlu soru hazırlanmıştır. Anket formları belirlenen işletmelere elden ve internet vasıtasıyla 1 Mart- 1Nisan tarihlerinde ulaştırılmış ve anketler cevaplandırıldıktan sonra aynı yöntemlerle geri alınmıştır.

Anket soruları, anket uygulaması yapılmadan önce KSS ve KSG konusu üzerine önceden yapılmış olan anket çalışmaları incelenmiş ve daha sonra anket yapılmıştır. Yapılmış olan anketlerin geri dönüşüm sayısı % 52.2 olmuştur.

3.3. AZERBAJCANDA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ANLAYIŞI

Yaşadığımız dönemde dünya hızla değişiyor, eski değerler yerini yenilere bırakıyor. Bu yenilikleri doğru yönlendirmek için toplumu idare eden kuruluşlar ise yeni düşüncetarzına geçmeli, ve pratik açıdan bu yenilikleri yürütmeyi becermelidirler. Bu düşünce sisteminin en önemlilerinden biri de Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik kavramıdır.¹⁶⁸

Şu anda dünyanın birçok önemli şirketlerinin nüfuzu onların kurumsal sosyal sorumluluğa ne derecede uyması ile belirlenir. Birleşik Krallık, Fransa, Almanya gibi dünya ülkelerinde şirketler tarafından kurumsal sosyal sorumluluğa öncelik verilir. Kurumsal sosyal sorumluluk için öngörülen standartlar her bir ülkenin yasal tabanı, gelişmişlik düzeyi, toplumun yaklaşımına göre farklılık gösterir.¹⁶⁹

KSM şirketin insanlarda şirkete güvenin, saygının artırılması için çok güzel bir araçtır. Araştırmalarım sonucu geldiğim kanaat şudur: KSM şirketlerin gelecekte karşılaşılabileceği çeşitli risklerden sigortasıdır! Düzgün kurulmuş KSM stratejisi, şirketin geleceğidir. Bir düşünelim, herhangi bir şirket Kurumsal Sosyal Sorumluluğunu yerine getirerek, insanların herhangi sorunların çözümünde yanında oluyorsa,

¹⁶⁸ <http://modern.az/articles/21598/1/> 02.04.2015, 11:25

¹⁶⁹ http://www.kas.de/wf/doc/kas_35218-1522-1-30.pdf?130821150959 02.04.2015, 11:30

bununla o insanların güvenini, inancını kazanacaktır. Ve gün geldiği zaman şirkete yardım gerektiğinde, artık insanlar o şirketin yanında olacaklar. KSM çerçevesinde yapılan çalışmalar hiçbir kanun tarafından nizamlanmıyor ve her herhangi devlet kurumundan bağımlı olmuyor. KSM şirketin topluma karşı ne kadar ilgili olduğunu ve ticari çıkarları ile birlikte, kamuya olan ilgisinin olduğunu gösteriyor.¹⁷⁰

Tabii ki, sosyal aktivite hem de sosyal sorunların çözümü demektir. Böylece, Kurumsal Sosyal Sorumluluk bir yandan davranış felsefesi gibi, diğer taraftan ise insanlara, topluma ve çevreye özen görevi görür. Tüm bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ise hem toplum, hem şirketlerin çalışanları, hem de şirketin kendisi için büyük fayda getirir. Bu, hem iş biriminin toplum ve devlet karşısında etkinliğinin açık olduğunu sergiliyor, hem de dolaylı olarak onun gösterdiği hizmet veya üretilen ürünün reklamı demektir.¹⁷¹

Günümüzde KSS neden ibaret olduğu ve bu anlayışa neyin dahil olduğuna dair çok sayıda açıklamalar vardır. Bu kavrama daha kapasiteli ve geniş açıklama Avrupa Komisyonu belgelerinde verilmiştir: "Kurumsal sosyal sorumluluk, mahiyeti itibariyle şirketlerin toplumun iyileşmesinde ve çevre muhafazasında katılımı konusunda gönüllü kararını temsil eder". Onun yardımıyla kurumlar toplumun çıkarlarını göz önünde bulundurur, faaliyetlerinin tedarikçilere, çalışanlara, ortaklara, yerel toplumlara ve sosyal alanın diğer ilgili taraflarına etki için sorumluluğu kendi üzerlerine alırlar.¹⁷²

Ekonomik ve Sosyal Kalkınma Merkezi tarafından kurumsal sosyal etkinlikle ilgili yürütülen araştırma Azerbaycan'da bu alanda

¹⁷⁰ <http://www.fhajiyeve.com/korporativ-sosial-m%C9%99suliyy%C9%99t-n%C9%99dir/> 02.04.2015, 11:53

¹⁷¹ <http://hafta.az/index2.php?m=yazi&id=14430> 03.04.2015, 14:25

¹⁷² <http://sia.az/az/news/economy/406477-biznesin-korporativ-sosial-mesuliyyeti> 03.04.2015, 14:33

mevcut durumun değerlendirilmesini götürmüştür. Sonuca göre Azerbaycan'da şirketlerin sosyal aktivitelerle ilgili seviyesi dünya ülkeleri ile karşılaştırıldığında oldukça düşüktür. Sovyetler Birliği bünyesinde olmuş diğer devletler gibi Azerbaycan'da da kolektif sistemin uygulanması, devletin özel işletmelere yarattığı engeller ve koyduğu yasaklar bu alanın gelişmesine engel olmuştur. Şu anda da tekellilik, devletin şirketlere keskin kontrolü gibi etkenler bu alanda iç açıcı sonuçlar elde etmeye mani olmaktadır.¹⁷³

Azerbaycan'da ise sosyal sorumluluğun oluşumu XIX yüzyılın sonlarında, yani ülkede petrol sektörünün yaygınlaşmasıyla başladı. O dönemin petrol milyonerleri olan Hacı Zeynelabidin Tağıyev, Ağa Musa Nağıyev, Murtuza Muxtarov, Şemsi Esedullayev gibi girişimciler okul ve hastanelerin, tiyatro ve kültür merkezlerinin açılmasına her türlü yardım etmiş, nüfusun maariflenmesi, çocukların eğitimi, boş zaman organizasyonu, kültürel seviyenin yükselmesi, sanat vb. alanların gelişmesi için çaba sarf etmişler.¹⁷⁴

Yapılan araştırmalar ve gözlemler gösteriyor ki, bugün Azerbaycan'da KSS-le ilgili tarihi gelenekler mevcut olsa da, ülkede faaliyet gösteren iş örgütleri esasen KSS alanında sadece kendilerinin şirketiçi normativ-hukuki tutanaklarına uygun faaliyet göstermeyi tercih ediyorlar. Bu da ülkede KSS-in varlığını belirlemede zorluklar oluşturuyor. Azerbaycan'da faaliyet gösteren bazı büyük iş örgütleri var ki, onların KSS alanındaki çalışmaları kısmen de olsa görülmektedir, ama onlar da çok sınırlı kapsamda faaliyet göstermektedir.

¹⁷³ http://www.kas.de/wf/doc/kas_35217-1522-1-30.pdf?130821124739 03.04.2015, 14: 48

¹⁷⁴ <http://hafta.az/index2.php?m=yazi&id=14430> 04.04.2015, 16:41

Azerbaycanda KSS alanında faaliyet gösteren bir çok büyük şirketler sahipleri daha çok yabancılardan oluşmaktadır.¹⁷⁵

Azerbaycan'da kurumsal sosyal sorumluluğun mevcut durumunu tatmin edici olarak kabul etmek mümkün değil . Günümüzde Azerbaycan'da şirketlerin sosyal aktiviteleri mevcut olan 6 faaliyet türünden ikisi ile sınırlıdır ki, bunlar da sponsorluk ve hayırseverliktir. KSS faaliyetleri ile diğer şirketlerden her zaman bir adım önde olan başlıca büyük şirketlerden biri olarak devlet petrol şirketi olan SOCAR bu yönde bir takım projelere imza atmıştır. şirketin verdiği sosyal rapora göre sporun tanıtımı ve gelişmesinde önemli rolü olan "Neftçi" Spor Sağlık Merkezi kurulmuş, insani önlemler çerçevesinde Ağdam ilçesinde yerleşen zorunlu göçmenlere bayramla ilgili gıda yardımları yapmıştır.¹⁷⁶

Bundan başka Azercell-in "Her çocuğun aileye ihtiyacı var" projesi, "Muğam Festivali 2011" -e desteği, Unibankın-ın gerçekleştirdiyi "Unişans", Hyundai Azerbaycan'ın "Geleceğimiz için el ele "projeleri Azerbaycandaki KSS örneklerindendir .¹⁷⁷

Bu örneklerin sayısını daha da artırabiliriz: Mesela Azerfone MMC-nin yürütdüğü İşitme engelli Azerbaycan vatandaşlarının topluma entegre edilmesi yönünde kurumsal sosyal sorumluluk projelerini göstermek mümkündür. Azerbaycan'ın iş ortamında böyle bir sosyal teşebbüsle konuşma yapan ilk şirket olan "Azerfone" MMC işitme ve konuşma kusurlu genci işle temin etmiştir. Böyle gençler için çeşitli eğitimler ve kurslar düzenleyen şirket onların topluma kazandırılması

¹⁷⁵ <http://modern.az/articles/21598/1/> 04.04.2015, 17:48

¹⁷⁶ http://www.kas.de/wf/doc/kas_35217-1522-1-30.pdf?130821124739 04.04.2015, 17:51

¹⁷⁷ <http://www.fhajiye.com/korporativ-sosial-m%C9%99suliyy%C9%99t-n%C9%99dir/> 04.04.2015, 19:58

yönünde önemli adımlar atmış, ülkenin iş ortamında parlak bir örnek sergilemiştir.¹⁷⁸

Mobil operatör şirketleri arasında "Bakcell" şirketinin de KSS faaliyetlerini değerlendirmek gerekir. Öyle ki, "Bakcell" şirketinin UAFA ile ortak işbirliği çerçevesinde 1 Haziran Çocukların Savunma günü ile ilgili olarak Azerbaycan'ın birçok bölgelerinde çocuklar evlerini ziyaret etmiş, etkinlikler geçirmiştir. Şirket SOS çocuk köylerine desteğini esirgememiştir. "Çocukların hoşgörü eğitimi" taslağı hazırlamış, Azerbaycan'da kadınların spor ve fiziksel eğitimi, aynı zamanda onların bu alanda faaliyetlerinin gelişmesi ile ilgili "Spor kadınlar için" projesine imza atmıştır. Diğer bir mobil operatorun- "Nar Mobile" şirketinin KSS etkinliğinde de hayırseverlik ön plandadır. 2012 yılında şirket "Sevap dünyası" Talassemiya Derneği ile beraber kan verme kampanyası geçirmiştir. "Nar Mobile" ın KSM siyasetinde eğitime ve gençlere yönelik projeler hakimdir. Öyle ki, kariyer haftası kapsamında şirket Azerbaycan Diplomatik Akademisi'nde gençlerle görüşmüş, onları şirketin faaliyetleri ve orada kariyer imkanları konusunda bilgilendirmiştir. Genellikle götürdükde, görüldüğü gibi Azerbaycan'da gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri daha fazla petrol şirketleri, mobil operatörler ve bankalar tarafından gerçekleştiriliyor.¹⁷⁹

¹⁷⁸ https://www.nar.az/pages/default/fileName=Social_responsibility_strategy/ 05.04.2015, 12:23

¹⁷⁹ http://www.kas.de/wf/doc/kas_35217-1522-1-30.pdf?130821124739 05.04.2015, 14:25

3.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ SORUNLAR VE ANALİZLERİ

Günümüzde Kurumsal Sosyal Sorumluluk bir çok nedenlerle ilgi odağı olmaya başlamıştır. Bu nedenle uygulamada sosyal sorumluluğun ilgi odağı olmasıyla birge ortaya bir çok sorunlar da çıkmıştır. Bu sorunların neden ibaret olduğunu araştırmak amacı ile anket uygulaması yaptık. Anketi Azerbaycan'da faaliyet gösteren bankalara gönderdik.

Anketi cevaplayan her bir bankaya bu soruları göeltdik ve aşağıdaki faiz oranlarını elde etdik:

1) Şirketinizde KSS faaliyetlerini yürüten bir bölümü varmı?

Bu soruya sorguda iştirak eden bankaların % 96 olumlu, %4 ise olumsuz cevap vermiştir.

2) Şirketiniz KSS projelerinde iştirak etmesinin sebepleri nelerdir?

Bu soruya bankaların % 4 hiç bir sosyal projede iştirak etmediklerini, %4 müşterilerin merakı, %4 işçilerin motivasyonunun sağlanması, % 11 müşteri kazanmak için , % 77 ise şirket etiği gereyince, sosyal projelerde iştirak etdikleri cevabını vermişler.

3) BM Küresel Prinsipler Sözleşmesi ya da Ticari Sosyal

Uygunluk gibi faaliyetlerine gönüllü olarak katıldınız mı?

Bu sorusuna bankaların % 2 hiç bir cevap vermemiş, %4 evet cevabını , % 94 ise hayır cevabını vermiştir.

4) Şirketinizin sosyal sorumlulukla ilgili hangi sorunları var ?

Bu soruya bankaların % 23 işçilerden KSS için zaman ayırmalarını istemek çok zor olduğunu, % 34-u KSS ilgili standartların ana dilimizde çevirisinin olmadığını ve tam olarak yaptıklarının KSS-a girip girmediklerini belirleyemediklerini,% 11-ü KSS ilgili hukuki düzenlemelerin olmadığını bunun için de zorluk çektiklerini, %9-ü KSS anlaşılmayacak kadar zor bir konu olduğunu, %7-ü ortaklarının üzerinde

kısıtlı yönetimlerinin olduğu için KSS projelerinde iştirak etmelerinin zor olduğunu, %10-sı KSS için kısıtlı kaynaklarının olduğunu, % 6-ü bu konuyla ilgili yönetimin desteğinin olmadığını belirtmiştir.

5) Şirketinizin KSS verdiği değer önümüzdeki gelecekte nasıl değişecek?

Bu sorusuna ise sorguda iştirak eden bankaların %80 değerini artacağını, %20 ise değişmez kalacağını belirtmişler.

Yaptığımız anketin devamında anketi cevaplayan şirketlere bazı sorulara katılıyorum, kesinlikle katılıyorum, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum ve fikrim yok şeklinde cevap vermelerini rica etdik. Şimdi de bu sorulara katılımcılarımızın kalımını faiz şeklinde inceleyelim.

	Katılmıy orum	Kesinlikle katılmıy orum	Kararsız m	Katılıy orum	Kesinlikle Katılıyorum
Şirketler kaynaklarının bir kısmını yardımseverlik aktivitelerine ayırmalıdır			%8.69	%65.21	%26.08
Şirketler toplum için kâr yaratmanın ötesinde bir değer oluşturmalıdır.			%8.69	%65.21	%26.08
Sosyal sorumluluk çalışmaları şirketlerin kaynaklarını gereksiz yere kurutmaktadır.	%56.52	%30.43	%4.34	%4.34	%4.34
Kurumsal işletmeler sosyal sorumluluk ve sosyal girişim projelerine önem vermektedir.	%4.34		%65.21	%30.43	
Çalıştığınız firmanın sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunması firmanıza olan bakış açınızı olumlu etkiler			%8.69	%69.56	%21.73

	Katılmıyo rum	Kesinlikle katılmıyo rum	Kararsızı m	Katılıyoru m	Kesinlikle Katılıyorum
Günümüzde sosyal sorumluluk ve sosyal girişim projeleri işletmelerin ürün ve hizmetlerinin iç pazarda reklamının yapılması tanıtılması, tanınması ve marka imajı açısından son derece önemli bir rol oynamaktadır.	%13.04		%8.69	%39.13	%34.78
İşletmeler ve markaları varlıklarını devam ettirebilmek için toplumun talepleri karşısında duyarlı olmaları gerekmektedir			%8.69	%47.82	%39.13
Azerbaycanda sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik projeleri toplumun ihtiyaçlarına yönelik olarak gerçekleştirilmektedir.	%30.43	%13.04	%47.82	%8.69	
Firmalar gerçekleştirmiş olduklarını sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik projelerini duyurmalıdır.			%21.73	%65.21	%13.04
Tüketiciler marka/ürün seçimi yaparken işletmelerin sosyal sorumluluk ve sosyal girişim faaliyetlerini dikkate alır.	%30.43		%26.08	%39.13	%4.34
Bireyler çalıştıkları firmanın sosyal sorumluluk ve sosyal girişim faaliyetlerinde gönüllü olarak çalışmak ister.	%30.43	%4.34	%43.47	%21.73	
Marka ile sosyal sorumluluğu ve sosyal girişimciliği birleştirmek firmaların imajını geliştirirken pazar payını arttırır.			%4.34	%52.17	%43.47

Anket sonuçları Azerbaycanda KSS ve KSG ilgili bazı sorunların olduğunu ortaya koymuştur. Bu sorunların hangileri olduğunu gözden geçirelim.

- KSS ilgili bilginin az olması: KSS ilgili bilgisi olmayan ve ya az bilgisi olan şirketler bu türlü faaliyetleri nasıl gerçekleştireceğini ve nereden başlaması gerektiğini bilmediği için bu türlü faaliyetlerde iştirak etmekden tamamilе kendini geri çekmeyi tercih etmektedir.
- Yasal altyapının olmaması ve yasalarda belirtilmediği için şirketler KSS ve KSG konularına pek sıcak bakmıyor: Yasalarda KSS ve KSG ilgili kanunları olmaması sebebinden bazı şirketler KSS faaliyetlerden sorumlu olmadığı için bu türlü faaliyetlerde iştirak etmiyor.
- Şirketlerin KSS anlayışının sponsorlukdan ibaret olması: Bir çok büyük ve küçük şirketler KSS faaliyetlerinin yalnızca sponsorlukdan ibaret olduğunu düşünmektedir ve bunun da sebebi KSS ilgili yeterli bilginin olmamasından kaynaklanmaktadır.
- KSS ve KSG alanında bilgili personelin olmaması: Bu faaliyetler istediğimiz gibi yapacağımız faaliyetler değildir ve bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için bu alanda uzman personel gerekmektedir. Konunun uzmanları ise çok az sayıda olmakta ve onların istihdam edilmesi ise şirketler açısından çok maliyetli olmaktadır.
- Üniversitelerde KSS ve KSG derslerinin yeterince verilmemesi: Günümüzde üniversitelerde KSS ve KSG ilgili yeterince bilgi verilmemektedir. Bu da konunun en önemli sorunlarından bir tanesini oluşturmakta ve bu alanda personelin yetişmesini engellemektedir.
- KSS ilgili standartların bilhassa da SA 8000 standartının kendi dilimizde çevirisinin olmaması: Eğer KSS ilgili standartlar kendi dilimize çevrilse idi ve bu bilgiler üniversitelerde ve okullarda

öğrencilere öğretilse idi bir nebze de olsun KSS ilgili sorunlar azalmış olurdu bu konu da esas sorunlardan bir tanesini oluşturmaktadır.

- Uluslararası deneğimin yeterince öğrenilmemesi: KSS ilgisi sorunlardan biri olan uluslararası deneğimin yeterince öğrenilmemesidir. Azerbaycanda faaliyetde olan şirketler gelir elde etmek yerine zamanlarının az bir kısmını uluslararası deneğimin öğrenilmesine sarf etmelidirler.
- KSS kültürünün zayıf olması: Ülkemizde sosyal sorumluluk anlayışı var olsa da bazı insanlar bu faaliyetlerde bulunsalarda yaptıklarının sosyal sorumluluk alanına girdiğinin farkında değiller. Yani yapılan faaliyetlerin bir çoğu bilinçsizce yapılmış faaliyetlerdir. Bu da bu alanda kültür zayıflığının olasından kaynaklanmaktadır.
- İnsanların KSS kuruluşlarının faaliyetlerine yeterince güvenmemeleri: Ülkemizde sosyal sorumluluk alanında bir çok büyük şirketler faaliyet göstermesine rağmen hala insanların bazıları bu şirketlerin faaliyetlerine pek fazla güvenmiyor. Yani insanlar yardım amacı ile yapılan bağışlarının, yardımlarının doğru adrese ulaşması ile ilgili kaygılanıyorlar. Her şeyde olduğu gibi bunun da nedeni sosyal sorumlulukla ilgili bilgi yetersizliğinin olmasıdır.

3.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ ÇÖZÜM ÖNERLERİ.

Günümüzde Azerbaycan'da kurumsal sorumluluk yeterince gelişmediği malum. Bu alanda yabancı şirketlerin faaliyetleri daha çok hakimdir. Büyük uluslararası şirketler tarafından özellikle çevre koruma ile ilgili önemli sosyal projeler yapılmıştır. Sosyal tesisler inşa edilmiş ve kullanıma verilmiş, yedek topraklar temizleniş, yeşillikler salınmış, ayrıca eğitime de dikkat ayrılmıştır. İlginçtir ki, uzmanların geldiği

sonuca göre, sınıraşan derneklerden farklı olarak yerli şirketlerin sosyal faaliyet olarak gösterdiği yardım tedbirleri KSS faaliyetine ait edilemez.¹⁸⁰

Şirketlerin KSS faaliyetleri kamuoyunu ve toplumu ne ölçüde dikkate aldığına kontrol eden bir araçtır . Azerbaycan'da ise bu alanda çok büyük sorunlar var. Şirketlerin büyük çoğunluğu KSM stratejisine kayıtsız kalıyor. Daha çok büyük şirketlerin faaliyetlerinde KSM etkinliği şahit olunmaktadır.¹⁸¹

KSS- şirketin dayanıklı gelişme stratejisi siyaseti ve onun hayata geçirilmesidir. Şirketin kurumsal sosyal sorumluluğu - ekonomik, çevresel ve sosyal etkinliğe katkısı olup, hem şirketin kendisinin, hem de onun yer aldığı bölgelerin, bütün olarak toplumun dayanıklı gelişmesini sağlar.¹⁸²

Ülkemizdeki kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili bu sorunların aradan kaldırılması için bazı önlemlerin alınması gerekir. Bu problemlerin çözüm önerilerini aşağıdaki gibi sıralaya biliriz.

- Toplum KSS ne olduğu ile ilgili bilgilendirilmeli: Bu konu ile ilgili seminerler verilebilir, tv ve ya radiolarda programlar düzenlenebilir.
- Üniversitelerde KSS ve KSG dersleri verilmeli ve ya bu derslerin sayı artırılmalı: Günümüzde bir çok üniversitekerde KSS ve KSG ilgili dersler verilmektedir.Ancak bu dersler sınırlı saatle verilmekte ve konunun anlamını tam açmamaktadır. Gençleri bu konu ile ilgili daha da aydınlatmak için bu derslerin miktarı artırılabilir.
- Üniversitelerde KSS dalında uzmanlık fakülteleri faaliyet göstermelidir: Ülkemizde KSS ilgili uzmanların olmamasının bir sebebi

¹⁸⁰ http://www.kas.de/wf/doc/kas_35217-1522-1-30.pdf?130821124739 06.04.2015, 17:27

¹⁸¹ <http://oley.az/?p=696> 06.04.2015, 18:53

¹⁸² <http://sia.az/az/news/economy/406477-biznesin-korporativ-sosial-mesuliyyeti> 06.04.2015, 20:19

de üniversitelerde KSS ve KSG ilgili fakültelerin olmaması ile ilgilidir. Eğer bu alanda fakülteler faaliyet gösterirse konunun uzmanları daha da çoğalır, dersler daha çok KSS ağırlıklı olduğu için daha çok da bilgi sahibi uzmanlar yetişir.

- KSS standartları ile ilgili edebiyatlar Azerbaycan dilinde çevirmeli: Bünümüzde KSS ilgili bir sürü standartlar mevcuttur. Örneğin, SA8000, Caux Prensipleri , Keidanren Sözleşmesi, Küresel Sorumluluk Anlaşması ve d. Ancak bu standartların hiç birinin kendi dilimizde çevirisi bulunmamaktadır. Bu çevirilerin olmadığı için herhangi bir işletmenin yaptığı KSS projelerin de standartlara uyup-uyumadığını tam olarak bilemiyoruz. Eğer bu standartların çevirisi yapılırsa yaptığımız projeler de daha güzel ve standartlara uygun bir şekilde yapılmış olur.
- KSS ilgili hukuki düzenlemeler yapılmalı: Maalesef günümüzde KSS ilgili hukuki düzenlemeler olmadığı için işletmeler bu konudan kendilerini muaf tutuyor, eğer hukuki düzenlemeler yapılırsa işletmeler de kendini sorumlu hiss ederek KSS projelerine destek verebilir.
- KSS projeleri gerçekleştiren şirketlere vergi indirimlerinin yapılmalı: Hukuki düzenlemelerin bir diğer tarafı da vergi indirimleridirki, eğer KSS ilgili projeleri gerçekleştiren işletmelere vergi indirimleri yapılırsa eminim ki, her geçen gün KSS projelerinde iştirak eden işletmelerin sayısında bir artış olacaktır.
- İşletmeler devlet ve toplum tarafından KSS ve KSG projelerini gerçekleştirmeye teşvik edilmeli: Devletin teşviki değimiz zaman vergi indirimleri ve hukuki düzenlemeler olduğunu bildirmiştik bununla beraber işletmelerin KSS ve KSG projelerinde iştirak etmesini sağlamasın bir diğer yolu da toplum tarafından teşvikin olmasıdır. Ama nasıl? Eğer

toplum KSS projelerinde iştirak eden ve etmeyen işletmeler arasında bir fark belirlerse, yani topluma daha çok yararı olan, toplumun isteklerini yerine getiren bir işletmenin ürünlerine, hizmetlerine daha çok önem verirse işletmelerin KSS projelerinde iştirakı daha da çoğalacaktır.

- İşletmeler yaptıkları KSS projeleri ile ilgili her ay rapor vermeli: İşletmeler her ay düzenli rapor verirlerse bu bir sürü sonra alışkanlık haline alacak ve bir ay rapor vermeyen işletme kendini toplum karşısında borçlu hiss edecektir ve böylelikle KSS projelerinde iştiraki zorunlu hale gelecektir.
- Yerel işletmeler KSS faaliyetleri için yabancı işletmelerle ortaklık içinde olmalı: Yerel işletmelerin KSS ilgili deneyimlerini göz önünde bulundurursak onların yabancı şirketlerle iş birliği yaparak daha güzel projeler gerçekleştirebileceklerini söylemek daha doğru olacaktır.
- Yerel işletmeler dünya deneyimlerinden yararlanmalı: Yerli işletmeler yalnızca kendi yaptıkları projelerle yetinmemeli dünya tecrübelerini de kendi projelerinde uygulamalıdır.

Tablo 5: KSS İLGİLİ SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ
KSS ilgili bilginin az olması	Toplum KSS ne olduğu ile ilgili bilgilendirilmeli: Bu konu ile ilgili seminerler verilmeli , tv ve ya radiolarda programlar düzenlenmeli.
Yasal altyapının olmaması ve yasalarda belirtilmediği için şirketler KSS ve KSG konularına pek sıcak bakmaması	KSS ilgili hukuki düzenlemeler yapılmalı: Maalesef günümüzde KSS ilgili hukuki düzenlemeler olmadığı için işletmeler bu konudan kendilerini muaf tutuyor, eğer hukuki düznlemeler yapılırsa işletmeler de kendini sorumlu hiss ederek KSS projelerine destek vere bilir.
KSS ve KSG alanında bilgili personelin olmaması	Üniversitelerde KSS dalında uzmanlık fakulteleri faaliyet göstermelidir: Ülkemizde KSS ilgili uzmanların olmamasının bir sebebi de üniversitelerde KSS ve KSG ilgili fakultelerin olmaması ile ilgilidir. Eğer bu alanda fakulteler faaliyet gösterirse konunun uzmanları daha da çoğalır, dersler daha çok KSS ağırlıklı olduğu için daha çok da bilgi sahibi uzmanlar yetişir.

Üniversitelerde KSS ve KSG derslerinin yeterince verilmemesi	Üniversitelerde KSS ve KSG dersleri verilmeli ve ya bu derslerin sayı artırılmalı: Günümüzde bir çok üniversitekerde KSS ve KSG ilgili dersler verilmektedir.Ancak bu dersler sınırlı saatle verilmekte ve konunun anlamını tam açmamaktadır. Gençleri bu konu ile ilgili daha da aydınlatmak için bu derslerin miktarı artırıla bilir.
KSS ilgili standartların bilhassa da SA 8000 standartının kendi dilimizde çevirisinin olmaması	KSS standartları ile ilgili edebiyatlar Azerbaycan dilinde çevirmeli: Günümüzde KSS ilgili bir sürü standartlar mevcuttur. Örneğin, SA8000, Caux Prensipleri , Keidanren Sözleşmesi, Küresel Sorumluluk Anlaşması ve d. Ancak bu standartların hiç birinin kendi dilimizde çevirisi bulunmamaktadır. Bu çevirilerin olmadığı için her hangi bir işletmenin yaptığı KSS projelerin de standartlara uyup-uymadığını tam olarak bilemiyoruz. Eğer bu standartların çevirisi yapılırsa yaptığımız projeler de daha güzel ve standartlara uygun bir şekilde yapılmış olur.
Uluslararası deneğimin yeterince	Yerel işletmeler KSS faaliyetleri için

öğrenilmemesi	yabancı işletmelerle ortaklık içinde olmalı, dünya deneyimlerinden yararlanmalıdır.Yerli işletmeler yalnızca kendi yaptıkları projelerle yetinmemeli dünya tecrübelerini de kendi projelerinde uygulamalıdır
KSS kültürünün zayıf olması	Ülkemizde sosyal sorumluluk anlayışı var olsa da bazı insanlar bu faaliyetlerde bulunsalarda yaptıklarının sosyal sorumluluk alanına girdiğinin farkında değiller. Yani yapılan faaliyetlerin bir çoğu bilinçsizce yapılmış faaliyetlerdir. Bu da bu alanda kültür zayıflığının olasından kaynaklanmaktadır. Bu kültür oluşturmanın yolu ise toplumu bilgilendirmekle yapıla bilir.
İnsanların KSS kuruluşlarının faaliyetlerine yeterince güvenmemeleri	İşletmeler insanların güvenini kazanmak için yaptıkları sosyal sorumluluk projelerinde halkdan insanların da yardımını almalı bizzat onların da bu projelerde olmasını temin etmeli ve bu projeler ile ilgili rapor vermeli ve insanların güvenini kazanmalıdır.

SONUÇ

Bu çalışmada, işletmelerde sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik kavramları, ayrıca bu işletmelerde bu konuyla ilgili sorunları incelenmiş ve çözüm önerileri belirtilmiştir. Sosyal sorumlulugun 1800'lu yıllarda ortaya çıkmıştır. 1960-cı yıllardan ise giderek önem kazanmaya başlamıştır. Günümüzde sosyal sorumluluk işletmenin kar elde etmesinden daha önemli bir hale gelmiştir. Sosyal sorumluluk denildiği zaman önceleri yalnızca bağışla yetiniliyordusa şimdi sosyal sorumluluk çevreye, çalışanlara, tüketicilere ve tüm topluma yönelik hale gelmiştir. Topluma karşı sosyal sorumluluğunu yerine getirmeyen işletmeler git-gide toplumun ve devletin baskılarına ve müdahalelerine maruz kalmaktadırlar. Bu nedenle işletmeler toplumun tepkisini üzerilerine çekmemek için sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik projelerine karşı daha duyarlı hale gelmişler.

Sonuç olarak, sosyal sorumluluk tüketicinin bir işletmeye olan bakış açısını değiştiren bir gösterge olduğu için işletmelerin sosyal sorumluluk projelerini desteklediği görülmektedir. Çalışmanın son kısmında işletmelerde özellikle de banka sektörüne yönelik anket uygulaması yapılmış bu sektördeki sosyal sorumlulukla ilgili sorunlar irdelenmiştir. Çalışmada işletmelerin sosyal sorumluluklarıyla birge çalışanlarına karşı da olan sorumlulukları incelenmiş ve etik kurallar kodeksinin olup olmadığı anketle araştırılmıştır.

Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre, işletmelerde sosyal sorumlulukla ilgili departmanlar olmasına, etik kurallar olmasına

rağmen bu konularda pek o kadar da aktif değiller. Elde edilen bulgulara göre görünürde her bir işletme sosyal sorumlulukla ilgili projelerde iştirak etmiş ve doğrudan kendileri bu projeleri düzenlemiştir. Ancaq bu projeler devamlı şekilde yapılmamaktadır. Sosyal harcamalar maliyetli bir faaliyet olsa da iyi bir işletme imajı oluşturulmasında ve işletmenin devamlılığının sağlanmasında çok önemli bir konudur.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre sosyal sorumlulukla ilgili Azerbaycandaki işletmelerde en önemli sorunlar bilgi eksikliği, yasal düzenlemelerin olmaması, sosyal sorumlulukla ilgili standartların dilimize çevirisinin olmaması, diğer ülkelerin deneyimlerinin öğrenilmemesidir. Bu problemlerin çözülmesi için ise toplumun KSS kültürünün aşılması ve bilgilendirilmesi, üniversitelerde KSS ve KSG dersleri verilmeli ve ya bu derslerin sayısı artırılmalı, KSS standartları ile ilgili edebiyatlar Azerbaycan dilinde çevirmeli, hukuki düzenlemeler yapılmalı, dünya ülkelerinin deneyimlerinden yararlanılmalıdır.

KAYNAKLAR

1. M. Nejat ÖZÜPEK , **Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma** , T.C Selçuk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Halkala İlişkiler Anabilimdalı , Halkla İlişkiler Bilim Dalı , Doktora Tezi , Konya 2004
2. Ruslan BAKİROV, **İşletmelerde İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk** , T.C Gazi Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Master Tezi , Ankara 2005
3. Hülya BAKIRTAŞ, **İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: Konaklama Sektöründe Bir Uygulama** , T.C Dumlupınar Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Pazarlama Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Kütahya 2005
4. Nevzat Sinan ATLIĞ, **İş Etiği , Sosyal Sorumluluk ve İlaç Sektöründen Uygulamalar**, T.C Yıldız Teknik Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , SBE İşletme Anabilim Dalı , İşletme Yönetimi Programı , Yüksek Lisans Tezi , İstanbul 2006
5. Emel ÖZARSLAN , **Sosyal Sorumluluk Projelerinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma** , T.C Yıldız Teknik Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , İstanbul 2006
6. Emine TINGİR , **İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Sadakatine Etkileri Üzerine Bir Araştırma** , T.C Selçuk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Halkala İlişkiler ve Tanıtım Anabilimdalı , Reklamcılık ve Tanıtım Bilimdalı , Yüksek Lisans Tezi , Konya 2006
7. Birgül ÇAKIR , **SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standartının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkileri** , T.C Dokuz Eylül Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , 2006
8. Ercüment GÜLER , **Bağımsız Dış Denetim Süresi Kurumsalm-Sosyal Sorumluluk İlişkisi Bankacılık Sektörü Uygulaması** , T.C

Marmara üniversitesi , Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü , Bankacılık Anabilim Dalı , Doktora Tezi , İstanbul 2006

9. Neslihan SÜNDÜS KARATEKİN , **İşveren Sosumluluk Sigortasının Sosyal Güvenlik Sistemindeki Yeri ve Sigorta Sektöründe Uygulanması** , T.C Marmara üniversitesi , Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü , Sigortacılık Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , İstanbul 2006
10. Şilan KARAHAN , **Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerine Etkisi** , T.C Ege Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Pazarlama Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , İzmir 2006
11. Cihan Şule BODUROĞLU , **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Gerçekleştirilen Sanat Eğitimi Projeleri** , T.C Gazi Üniversitesi , Eğitim Bilimleri Enstitüsü , Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı , İş Eğitimi Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Ankara 2007
12. İkik TEKİN , **Kadın Sorunlarına Yönelik Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ve Reklamlarda Kadın Cinsiyetinin Sunumu** , T.C Marmara Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İletişim Bilimleri Anabilim Dalı , Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , İstanbul, 2006
13. Yasemin MİNARECİ , **Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama** , T.C Dokuz Eylül Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı , Turizm İşletmeciliği Programı , Yüksek Lisans Projesi , 2007
14. Ali Samed ULU , **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması** , T.C Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Kahramanmaraş , Eylül 2007
15. Fatma GÖKSU , **Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Marka İmajına Etkisi (Petrol İşletmelerinde Uygulamalı Araştırma)** , T.C Marmara Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İletişim Bilimleri Anabilim Dalı , Halkla İlişkiler Bilim Dalı , Doktora Tezi , İstanbul 2006

16. Ertan KÜÇÜKYALÇIN , **Küreselleşme Sürecinde Ulus Devlet Kurumsal Sosyal Sorumluluk Örneğinde Durum Analizi** , T.C Marmara Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İktisat Anabilim Dalı , İktisat Politikaları Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , İstanbul 2006
17. Hilal ÖZDEN ÖZDEMİR , **Çalışanların Sosyal Sorumluluk Algılarının Örgütsel Özdeşme , Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi : OPET Çalışanlarına Yönelik Uygulama** , T.C Marmara Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Halkala İlişkiler Bilim Dalı , Doktora Tezi , İstanbul 2007
18. Nilhun DOĞAN , **İş Etiğinin Kurumsal Sosyal Sorumluluktaki Crolü ve Bir Araştırma** , T.C Marmara Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , İstanbul 2007
19. Aylin İBİŞOĞLU , **Kurumsal Sosyal Sorumluluk : Vestel Örneği** , T.C Başkent Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , İşletme Yüksek Lisans Programı , Yüksek Lisans Tezi , Ankara 2007
20. Martı ÇİMEN , **İşletmelerde Çalışanlara Karşı Sosyal Sorumluluklarının Örgütsel Güvene Etkisi** , T.C Dumlupınar Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Kütahya 2007
21. Lale MUSTAFAYEVA , **Sosyal Sorumluluk İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma** , T.C Dumlupınar Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Kütahya 2007
22. Müh. Eyüp BAY , **İsteğe Bağlı Sosyal Sorumluluk Bileşeninin Türkiye Kapsamında İncelenmesi** , T.C İstanbul Teknik Üniversitesi , Fen Bilimleri Enstitüsü , Yüksek Lisans Tezi , Haziran 2006
23. Çisil SOHODOL BİR , **Kurumsal Sosyal Sorumluluk : Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme** , T.C. Ege Üniversitesi , Sosyal

Bilimler Enstitüsü , Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı , Doktora Tezi , İzmir 2008

24. Tuba ÇELİK , **Özel Sektör Kuruluşlarının Sosyal Sorumluluk Kavramına Yaklaşımı : Konya Örneği** , T.C Selçuk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı , Halkla İlişkiler Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Konya 2009
25. Aslı ÖZGÜN , **İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Projelerinin Geliştirilmesine İlişkin Bir Örnek İnceleme** , T.C Uludağ Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Bursa 2009
26. Özgür SAÇ , **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi Bandırma Yerelerinde Bir Araştırma** , T.C Balıkesir Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Balıkesir 2009
27. Ayşe Banu BIÇAKÇI , **BM Küresel Sorumluluk Bağlamında Kurum İçi Halkla İlişkilerde Mükemmellik ve Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı** , T.C Eskişehir Anadolu Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı , Doktora Tezi , Ekim 2009
28. Yekta TOK , **İşletmelerin Çalışanlara Yönelik Sosyal Sorumlulukları : Ekonomik Kriz Dönemlerindeki Uygulamalara Dair Ampirik Bir Araştırma** , T.C Kocaeli Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Kocaeli 2009
29. Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN , **Otel Markalarının Konumlandırılmasında Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Etkisi** , T.C Dokuz Eylül Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı , Doktora Tezi , 2009
30. Aygün ÖZSALİH , **Yönetim Kurulu Yapısının İşletmelerin Finansal ve Sosyal Sorumluluk Performansı Üzerindeki Etkisi** , T.C Karadeniz Teknik Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , İşletme Programı , Yüksek Lisans Tezi , Trabzon , Temmuz 2007

31. Ebru PEKMEZCİ , **Başarılı Şirketlerin Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının WEB Üzerinden İletişimi** , T.C Akdeniz Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Antalya 2009
32. Vehbi Cumhur YÜKSEL , **İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Standartlarının İş Hukuku Açısından Değerlendirilmesi** , T.C Sakarya Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Enstitü Bilim Dalı , İnsan Kaynakları Yönetimi ve Endüstri İlişkileri , Yüksek Lisans Tezi , Haziran 2009
33. Tuğba DURMAZ , **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Çağrışımları ve Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi ve Bir İşletme Uygulaması** , T.C Eskişehir Anadolu Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı , Pazarlama Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Mart 2010
34. Sedat DEMİR , **Türkiyede Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişimi ve UNİLEVER Örneği** , T.C Çanakkale Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Çanakkale 2009
35. Cüneyt R. GÜNGÖR , **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının İşletmeye Olan Katkıları** , T.C. İstanbul Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , İstanbul 2010
36. Gülfer UĞUR , **İşletmelerde İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Olgusu : Kuram ve Bankacılık Sektöründe Uygulama : Konya Örneği** , T.C Sekçuk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Ana Bilim Dalı , Yönetim Organizasyonu Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Konya 2009
37. Nagihan Tufan YENİÇIKTI , **Halkla İlişkiler Sürecinde Sosyal Kaygı Düzeylerinin Sosyal Sorumluluk Projeleri İle Giderilmesi** , T.C Sekçuk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı , Araştırma Yöntemleri Bilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi , Konya 2010
38. Sinem OZAN ÖZMEN , **Kurumsal İmaj ve İtibarın Geliştirilmesinde Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Rolü:**

Küresel Isınma Üzerine Türkiye’den Bir Örnek “Doğa İçin Garanti Kampanyası” , T.C. İstanbul Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı ,Yüksek Lisans Tezi , İstanbul 2009

39. <http://www.ticariyer.com/kurumsal/kurum-kulturu-nedir.html>
40. http://tr.wikipedia.org/wiki/Halkla_ili%C5%9Fkiler
41. <http://www.aku.edu.tr/aku/dosyayonetimi/sosyalbilens/dergi/VII2/SuleymanILHAN.pdf>
42. <http://www.altensis.com/hizmetler/kurumsalsurdurebilirlik/surdurulebilirlik-stratejisi/>
43. http://kutuphane.ksu.edu.tr/etez/sbe/T00709/seckin_yildiz_tez.pdf
44. <http://www.wise.tv/girisimcilik/girisimciligin-avantajlari-ve-dezavantajlari.html>
45. <http://ugurdemir.info/wp-content/uploads/2010/12/Girisimcilik-Bolum-1-20101214.pdf>
46. <http://www.bilgiggo.org/sosyal-girisim-nedir/>
47. <http://www.anadoluvakfi.org.tr/tr/53/Sayfa/Sosyal-girisimcilik-ve-inovasyon>
48. <http://yayinlar.yesevi.edu.tr/files/article/243.pdf>
49. <http://ozugirisim.com/sosyal-girisimcilik/>
50. <http://www.bilgiggo.org/sosyal-girisim-nedir/>
51. <http://isfikirlerimiz.com/sosyal-girisimcilik/>
52. http://www.siviltoplumakademisi.org.tr/index.php?option=com_content&id=573%3Asosyal-girisimcilik-nedir&Itemid=113
53. <http://www.etohum.com/sosyal-girisimcilik-nedir>
54. <http://www.inplod.com/t/sosyal-girisimcinin-ozellikleri-nelerdir/24509/>

55. <https://www.linkedin.com/pulse/20140725075251-41098754-sosyal-giri%25C5%259Fimcilik>
56. http://www.changelives.org/about_us
57. <http://www.kipp.org/about-kipp/history>
58. <http://www.lemelson.org/about-us/lemelson-foundation-history>
59. <http://www.parc-fl.org/our-story/parc-history.aspx>
60. <http://www1.networkforgood.org/about-us>
[2http://www.trosainc.org/index.php/about-us2/history](http://www.trosainc.org/index.php/about-us2/history)
61. <http://www.womensbeanproject.com/>
62. <http://www.htcorp.net/why-htc.cfm>
63. <http://www.aspenpointe.org/ddnav/Mission+Vision+Values-3-1.html>
64. <http://www.recycla.cl/>
65. <http://grupoterranova.com.br/terranova/>
66. <http://www.coronilla.com/>
67. <http://www.cinepop.com.mx/>
68. <http://visionspring.org/>
69. <http://www.greenpeace.org/international/en/about/>
70. <http://www.publicachievement.com/Home.aspx>
71. <http://www.rainforestsos.org/>
72. <https://se100.net/index/investors/about>
73. http://www.kas.de/wf/doc/kas_35217-1522-1-30.pdf?130821124739

74. http://www.kas.de/wf/doc/kas_35218-1522-1-30.pdf?130821150959
75. http://musavat.com/news/iqtisadiyyat/azerbaycanda-korporativ-sosial-mesuliyyet-sahesinde-veziyyet-muzakire-edildi_45792.html?welcome=2
76. http://www.cbar.az/assets/2825/AMB_Konsepsiya.pdf
77. http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Geographies/Europe/Document%20Library/Azerbaijan/csr_azerbaijan_azeri.pdf
78. <http://modern.az/articles/21598/1/>
79. <http://ask.org.az/az/read/29>
80. http://azertag.az/xeber/Korporativ_Sosial_Mesuliyyet_layihesine_yeddi_olke_qosulacaq-830374
81. <http://oley.az/?p=696>
82. <http://www.erc.az/files/file/Shirketler-sorgu1.pdf>
83. <http://hafta.az/index2.php?m=yazi&id=14430>
84. https://www.nar.az/pages/default/pageName=Social_responsibility_strategy/
85. <http://gsr.fm/korporativ-sosial-mesuliyyet-movcud-veziyyet-problemler-ve-perspektivler/>
86. <http://qhtxeber.az/news/a-17201.html>
87. <http://facemark.az/index/news/korporativ-sosial-mesuliyyet-azerbaycanlilarin-gozu-ile>
88. <http://sia.az/az/news/economy/406477-biznesin-korporativ-sosial-mesuliyyeti>
89. <http://www.ayna.az/2013/xeyriyyecilik-stimullasdirilacaq/>

EK 1.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Anketi

Bu anket formu Azerbaycan Devlet İqtisad Üniversitesi , Türk Dünyası İşletme Bölümü Fakültesi Yüksek Lisans Öğrencisi B.Aslanova tarafından hazırlanmıştır. Verilen bilgiler gizli tutulacak ve akademik bir çalışma kapsamında kullanılacaktır. Bu nedenle vereceğiniz bilgilerin doğruluğu büyük önem taşımaktadır. Samimiyetiniz ve çalışmanın bir parçası olduğunuz için teşekkür ederiz.

1.Adınız Soyadınız: _____

2. Cinsiyetiniz;

☐ Kadın

☐ Erkek

3. Eğitim düzeyiniz

☐ Lise

☐ Lisans

☐ Yüksek Lisans

☐

Doktora

4. Yaş grubunuz

☐ 20-25

☐ 26-30

☐ 31-35

☐ 35 +

5.Çalıştığınız yer

6. Şirketinizin KSS faaliyetlerini ve etkilerini yöneten bir birimi bölümü varmi? Cevabınız evet ise hangi birim veya bölüm oldununu işaretleyin

☐ KSS Departmanı

☐ Kurumsal İletişim ve/veya Halkla İlişkiler Departmanı

☐ İnsan Kaynakları Departmanı

☐ Çevre Departmanı

☐ Şirket sahibinin kendisi veya CEO Ofisi

☐ Farklı departmanlardan temsilcileri bulunan bir KSS

Komisyonu/Takımı

- ☐ Şirketle bağlantılı vakıf veya dernek aracılığıyla
- ☐ Diğer(açıklayın)

7. Aşağıdakilerden hangileri Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) bağlamında şirketinizin öncelikleri arasında yer almaktadır? Lütfen öncelik sıralamasına göre en fazla 3 madde işaretleyiniz.

- ☐ Çalışanlara karşı sorumluluk
- ☐ İstihdamın devamlılığının sağlanması
- ☐ İnsan haklarına saygı
- ☐ Yerel topluma/bölgeye karşı sorumluluk
- ☐ Çevreye karşı sorumluluk
- ☐ Kültürel, sportif ve bilimsel faaliyetlerin desteklenmesi
- ☐ Tedarik zinciriyle ilişkiler
- ☐ İş ilişkilerinde etik kurallara bağlılık
- ☐ Yolsuzlukla mücadele
- ☐ Hayırseverlik

8. Şirketiniz KSS projeleri uyguluyormu?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

9. Şirketinizin Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Projeleri uygulamasının nedenleri nelerdir? Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.

- ☐ Şirket kültürü
- ☐ Sivil Toplum Örgütlerinin kampanyaları
- ☐ Müşteri kazanmak
- ☐ İtibarla ilgili kaygılar
- ☐ Benzer firmalardan ya da rakiplerden alınan dersler
- ☐ Müşterin ilgisi
- ☐ Yatırımcıların ilgisi
- ☐ Hükümetin ilgisi
- ☐ Çalışanları şirkete çekmek ve motive etmek
- ☐ Henüz sosyal, çevresel ve insan hakları meselelerine yönelik bir faaliyetimiz bulunmamaktadır.

10. Aşağıdakilerden hangilerinden haberdarsınız? Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz

- ☐ OECD Çokuluslu Şirketler Rehberi
- ☐ BM İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri

- ☐ Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İlkeleri Konusundaki Üçlü Deklarasyon
- ☐ BM Küresel İlkeler Sözleşmesi
- ☐ ISO 26000 Sosyal Sorumluluk Rehber Standardı
- ☐ GRI (Küresel Raporlama Girişimi)
- ☐ Diğer (açıklayın)

11. BM Küresel İlkeler Sözleşmesi ya da Ticari Sosyal Uyumluluk Girişimi (BSCI) gibi girişimlere gönüllü olarak katıldınız mı?

- ☐ Evet ☐ Hayır

12. Şirketinizin Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusunda kamusal taahhüdü (kamuya yönelik olarak KSS konusunda faaliyet gösterdiğine yahut çeşitli ilkelere saygı duyduğuna yönelik açık beyanı) var mıdır?

- ☐ Evet ☐ Hayır

13. Şirketinizin hazırladığı ve yayınladığı etik kurallar rehberi (code of conduct) var mı?

- ☐ Evet ☐ Hayır

14. Şirketiniz başka bir şirketin etik kurallar rehberini uyguluyor mu?

- ☐ Evet ☐ Hayır

15. Kurumsal Sosyal Sorumluluk alanındaki faaliyetlerinize yönelik olarak rapor hazırlıyor ve söz konusu raporu kamuoyuna ilan ediyor musunuz?

- ☐ Evet ☐ Hayır

16. Cevabınız evet ise, raporlarınızda hangi yaklaşımı benimsediğinizi işaretleyiniz.

- ☐ Kss raporu
- ☐ Bütüncül raporlama (finansal, sosyal ve çevresel faaliyetlere yönelik bütüncül raporlar)
- ☐ Sadece hissedarların bilgilendirilmesi
- ☐ İnternet üzerinden bilgi paylaşımı
- ☐ Paydaşlarla yapılan toplantılar

O Diğer

17. Şirketiniz sorumluluklarını anlamak için şirket dışı paydaşlara danışır mı?

O Evet O Hayır

18.Cevabınız evet ise, hangisi olduğunu belirtiniz. Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.

O Sivil Toplum Kuruluşları O Hükümet
O Yatırımcılar O Sendikalar
O İşveren ve iş dünyası kuruluşları O Medya
O Diğer

19. Lütfen öncelik sıralamanıza göre en fazla 3 tanesini işaretleyiniz.

O Kurumsal Sosyal Sorumluluk projeleri için vakit ve kaynağımız yok.
O Kapsayıcı bir KSS projesinin tam olarak ne olduğu veya neleri içermesi gerektiği konusunda yeterli bilgimiz yok.
O ILO Çokuluslu Şirketler Deklarasyonu, BM Rehber İlkeleri, ya da ISO 26000 gibi temel metinler anadilimize çevrilmedi.
O KSS anlaşılamayacak kadar belirsiz bir konu.
O KSS'nin işe yönelik faydaları yeterince açık değil. Müşterilerimiz KSS faaliyetlerimize değer vermiyor.
O Sosyal konular ve insan hakları alanlarında etkimizi ölçmekte zorluklar yaşıyoruz.
O Kısıtlı kaynakları ve dikkati nereye odaklamamız gerektiğini bilmiyoruz.
O Üst düzey yönetici ve/veya yönetim kurulu desteği yok.
O İş arkadaşları/bölümler/birimlerden KSS için zamanlarını ve dikkatlerini ayırmalarını istemek çok zor.
O Bu konudaki politik taahhüdümüzü ilgili işlevsel süreçlere dönüştürmek zor.
O Yolsuzluğun önlenmesine, sosyal ve çevresel konulara ilişkin mevzuat devlet tarafından gereğince uygulanmadığı için KSS'ye yönelik kişisel taahhütlerimizi tatbik etmekte zorlanıyoruz.
O İş ortaklarımız üzerinde kontrolümüzün sınırlı olduğu bir ortamı yönetmekte zorlanıyoruz.
O Temel ekonomik, ekolojik ve sosyal standartların yerel hukuki düzenlemelerin bir parçası olmadığı durumlarda faaliyet göstermekte zorlanıyoruz.
O Farklı paydaşların birbirleriyle çelişen talepleri var.

O Hükümetin sorumlulukları ile kendi sorumluluklarımızın sınırlarının ne olduğundan emin değiliz.

O Diğer

20. Hükümetin Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) konusunda desteklediği girişimler, politikalar veya düzenlemelerden haberdar mısınız?

O Evet

O Hayır

21. Devlet bilgilendirme, farkındalığı artırma, teşvik veya vergi indirimi aracılığıyla KSS'yi desteklemeli midir?

O Evet

O Hayır

22. Sizce şirketinizin Kurumsal Sosyal Sorumluluğa (KSS) verdiği önem...

O Artacak

O Değişmeden kalacak

O Azalacak

23. KSS'nin öneminin artacağına inanıyorsanız, sizce hangi alanlar diğerlerine göre daha çok önem kazanacaktır? Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.

O Çalışanlara karşı sorumluluk

O İstihdamın devamlılığının sağlanması

O İnsan haklarına saygı

O Yerel topluma/bölgeye karşı sorumluluk

O Çevreye karşı sorumluluk

O Kültürel, sportif ve bilimsel faaliyetlerin desteklenmesi

O Tedarik zinciriyle ilişkiler

O İş ilişkilerinde etik kurallara bağlılık

O Yolsuzlukla mücadele

Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Kararsızım, Katılıyorum , Kesinlikle Katılıyorum seçeneklerinden birini seçerek belirtiniz.

	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Şirketler kaynaklarının bir kısmını yardımseverlik aktivitelerine ayırmalıdır	☐	☐	☐	☐	☐
Şirketler toplum için kâr yaratmanın ötesinde bir değer oluşturmalıdır.	☐	☐	☐	☐	☐
Sosyal sorumluluk çalışmaları şirketlerin kaynaklarını gereksiz yere kurutmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
Kurumsal işletmeler sosyal sorumluluk ve sosyal girişim projelerine önem vermektedir.	☐	☐	☐	☐	☐
Çalıştığınız firmanın sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunması firmanıza olan bakış açınızı olumlu etkiler.	☐	☐	☐	☐	☐
Günümüzde sosyal sorumluluk ve sosyal girişim projeleri işletmelerin ürün ve hizmetlerinin iç pazarda reklamının yapılması tanıtılması, tanınması ve marka imajı açısından son derece önemli bir rol oynamaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐

	Katılmıy orum	Kesinlikle Katılmıyor um	Kararsız m	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
İşletmeler ve markaları varlıklarını devam ettirebilmek için toplumun talepleri karşısında duyarlı olmaları gerekmektedir	O	O	O	O	O
Azerbaycanda sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik projeleri toplumun ihtiyaçlarına yönelik olarak gerçekleştirilmektedir.	O	O	O	O	O
Firmalar gerçekleştirmiş olduklarını sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik projelerini duyurmalıdır.	O	O	O	O	O
Tüketiciler marka/ürün seçimi yaparken işletmelerin sosyal sorumluluk ve sosyal girişim faaliyetlerini dikkate alır.	O	O	O	O	O
Bireyler çalıştıkları firmanın sosyal sorumluluk ve sosyal girişim faaliyetlerinde gönüllü olarak çalışmak ister.	O	O	O	O	O
Marka ile sosyal sorumluluğu ve sosyal girişimciliği birleştirmek firmaların imajını geliştirirken pazar payını arttırır.	O	O	O	O	O
Kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik bir firmanın imajını korumasında önemli rol oynar.	O	O	O	O	O

REFERAT

Sosyal sorumluluk; “işletmenin ekonomik faaliyetlerini, çalışanlar, hissedarlar, tüketiciler ve toplumdaki bireylerin hiçbirine zarar vermeden sahip olduğu kıt kaynakları en iyi biçimde kullanarak toplumun istek ve arzularına uygun üretimde bulunması” olarak açıklanabilir.¹

Günümüzde şirketler ürünleri ve hizmetleri ile birlikte kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle de kendilerinden söz ettirmektedirler. İşletmeler varlıklarını sürdürebilmek, markalarını tanıtmak, yeni pazarlara açılabilme, çalışanların ve müşterilerin güvenini kazana bilmek için sosyal sorumluluğun en iyi yol olduğunun farkındalar.

Rekabet ortamının her geçen gün daha da belirginleşmesi KSS ve KSG anlayışının önemini daha da artırmıştır. Müşteri sadakatının artmasında, şirket işçilerinin örgüte bağlılığının sağlanmasında, şirket yaşamının uzatılmasında ve diğer yararların sağlanmasında KSS ve KSG anlayışlarının önemli büyüktür.

Sorumluluğun bi kaç alanları bulunmaktadır: Çalışanlara Karşı Sosyal Sorumluluklar, Hissedarlara Karşı Sosyal Sorumluluklar, Müşterilere Karşı Sosyal Sorumluluklar, Doğal Çevreye Karşı Sosyal Sorumluluklar, Topluma Karşı Sosyal Sorumluluklar.

1980’li yıllardan itibaren kürselleşme, rekabet, tüketici devrimi, sosyal bilinc düzeyinin gelişmesi gibi gelişmelere bağlı olarak sosyal sorumluluk konusuna gösterilen ilgi de önemli ölçüde artış göstermiştir. Bu alana ilgi arttıkça işletmelerin sosyal sorumluluklarının tanımlanması gereği ortaya çıkmış ve bu konuda bazı standartlar geliştirilmiştir.²

Bu standartlar aşağıdakilerdir:

- Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi
- Caux Prensipleri
- Keidanren Sözleşmesi.

¹ Ruslan Bakırov, *İşletmelerde İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entüştürüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2006

² Çisil Shodol Bir, A.g.e, ss 67

- SA 8000 Standartları

Sosyal sorumluluğun işletmeler açısından birçok avantajlar sağlayacağı tartışmasız bir gerçektir. Yalnız sosyal sorumluluğun pozitif gücüne inanlar kadar bunun bir işletme maliyetinden başka bir şey olmadığını da savunanlar mevcuttur.³

Her ne kadar “sosyal girişim” terimi birkaç on yıllık geçmişe sahip olsa da, sosyal girişimciler yüzyıllardır varlıklarını sürdürmektedir.⁴

Sosyal girişimcilikle ilgili araştırmalarda, sosyal girişimcilerin, genellikle sosyal değer yaratmak için cabaladıkları ve bunun yanında, sürdürülebilir ekonomik gelir sağlamayı da hedefledikleri görülmektedir. Ancak, bugüne kadar rapor edilen vaka çalışmalarında, sosyal misyonun daha baskın olduğu ifade edilmektedir.⁵

Sosyal girişimciler : Bir ihtiyaç boşluğunu tanımlayan ve bu boşluğu bir fırsatla ilişkilendiren, gerekli ağırları kurmak için diğer kişileri bir araya getiren , ihtiyaç duyulan kaynakları bulan, engellerin üstesinden gelen ve icsel riskle baş eden, riski kontrol etmek için uygun sistemleri öne süren kişilerdir.⁶

Azerbaycan'da ise sosyal sorumluluğun oluşumu XIX yüzyılın sonlarında, yani ülkede petrol sektörünün yaygınlaşmasıyla başladı. O dönemin petrol milyonerleri olan Hacı Zeynelabidin Tağıyev, Ağa Musa Nağıyev, Murtuza Muxtarov, Şemsi Esedullayev gibi girişimciler okul ve hastanelerin, tiyatro ve kültür merkezlerinin açılmasına her türlü yardım etmiş, nüfusun maariflenmesi, çocukların eğitimi, boş zaman organizasyonu, kültürel seviyenin yükselmesi, sanat vb. alanların gelişmesi için çaba sarf etmişler.⁷

Günümüzde Azerbaycan'da kurumsal sorumluluk yeterince gelişmediği malum. Bu alanda yabancı şirketlerin faaliyetleri daha çok hakimdir. Azerbaycan'da bu alanda çok büyük sorunlar var. Şirketlerin büyük çoğunluğu

³ Vehbi Cumhur Yüksel, A.g.e, ss 25

⁴ İstanbul Bilgi Üniversitesi , İstanbul Uluslararası Özel Sektör ve Kalkınma Merkezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1.Baskı, İstanbul, Temmuz 2012, ss2

⁵ Gonca Aslan, Aylin Araza, Çağrı Bulut, A.g.e, s 75

⁶ Mahmut Özdevecioğlu, Ayşe Cingöz , *Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimler:Teorik Çerçeve*, ss 86

⁷ <http://hafta.az/index2.php?m=yazi&id=14430> 04.04.2015, 16:41

KSM stratejisine kayıtsız kalıyor. Daha çok büyük şirketlerin faaliyetlerinde KSM etkinliği şahit olunmaktadır.⁸

Azerbaycanda bu konuyla ilgili aşağıdaki sorunlar bulunmaktadır:

- KSS ilgili bilginin az olması
- Yasal altyapısının olmaması ve yasalarda belirtilmediği için şirketler KSS ve KSG konularına pek sıcak bakmıyor
- Şirketlerin KSS anlayışının sponsorlukdan ibaret olması
- KSS ve KSG alanında bilgili personelin olmaması
- Üniversitelerde KSS ve KSG derslerinin yeterince verilmemesi
- KSS ilgili standartların bilhassa da SA 8000 standartının kendi dilimizde çevirisinin olmaması
- Uluslararası deneyimin yeterince öğrenilmemesi
- KSS kültürünün zayıf olması
- İnsanların KSS kuruluşlarının faaliyetlerine yeterince güvenmemeleri

Bu sorunların çözümü için ise aşağıdaki çözümler önerilmektedir:

- Toplum KSS ne olduğu ile ilgili bilgilendirilmeli
- Üniversitelerde KSS ve KSG dersleri verilmeli ve ya bu derslerin sayı artırılmalı
- Üniversitelerde KSS dalında uzmanlık fakülteleri faaliyet göstermelidir
- KSS standartları ile ilgili edebiyatlar Azerbaycan dilinde çevirmeli
- KSS ilgili hukuki düzenlemeler yapılmalı
- KSS projeleri gerçekleştiren şirketlere vergi indirimlerinin yapılmalı
- İşletmeler devlet ve toplum tarafından KSS ve KSG projelerini gerçekleştirmeye teşvik edilmeli
- İşletmeler yaptıkları KSS projeleri ile ilgili her ay rapor vermeli
- Yerel işletmeler KSS faaliyetleri için yabancı işletmelerle ortaklık içinde olmalı
- Yerel işletmeler dünya deneyimlerinden yararlanmalı

⁸ <http://oley.az/?p=696> 06.04.2015, 18:53

Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
“Türk Dünyası İşletme” fakültesi
“İşletme” branşı üzere Yüksek Lisans 2.sınıf
86 T grup öğrencisi Benövşe ASLANOVA'nın
“Azerbaycanda Faaliyyet Gösteren İşletmelerde
Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Anlayışı:
Sorunlar ve Çözüm Önerileri” konusunda yazmış
olduğu bitirme tezine

REY

Benövşe ASLANOVA tarafından hazırlanan bitirme tezi Özet, Giriş, 3 Bölüm, Sonuç ve Kaynakça bölümlerini içermekte ve tamamı 98 sayfadan oluşmaktadır. Öğrenci “Azerbaycanda Faaliyyet Gösteren İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Anlayışı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri” konusunda yazmış olduğu bitirme tezinde genel olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluğun ve Sosyal Girişimciliğin yaranma tarihini araştırmış, İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk projelerinde iştirakını, sorunları ve çözüm önerilerini incelemiştir.

Benövşe ASLANOVA 'nın “Azerbaycanda Faaliyyet Gösteren İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Anlayışı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri” konusunda yazmış olduğu bitirme tezi yukardaki açıklamalar doğrultusunda hazırlanmıştır. Bitirme tezi savunmaya tavsiye olunur.

Dos. Dr. Fariz AHMEDOV

“Türk Dünyası İşletme” fakültesi
Öğretim görevlisi

Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
“Türk Dünyası İşletme” fakültesi
“İşletme” branşı üzere Yüksek Lisans 2.sınıf
86 T grup öğrencisi Benövşe ASLANOVA'nın
“Azerbaycanda Faaliyyet Gösteren İşletmelerde
Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Anlayışı:
Sorunlar ve Çözüm Önerileri” konusunda yazmış
olduğu bitirme tezine

REY

Benövşe ASLANOVA tarafından hazırlanan bitirme tezi Özet, Giriş, 3 Bölüm, Sonuç ve Kaynakça bölümlerini içermekte ve tamamı 98 sayfadan oluşmaktadır. Öğrenci “Azerbaycanda Faaliyyet Gösteren İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Anlayışı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri” konusunda yazdığı bitirme tezinde genel olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik hakkında bilgi vermiş, Azerbaycandaki işletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik alanındaki projeleri incelenmiş, bu konudaki sorunlar araştırılmış ve çözüm önerileri ireli sürülmüştür.

Benövşe ASLANOVA 'nın “Azerbaycanda Faaliyyet Gösteren İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Anlayışı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri” konusunda yazmış olduğu bitirme tezi yukardaki açıklamalar doğrultusunda hazırlanmıştır. Bitirme tezi savunmaya tavsiye olunur.

Dr. Ragif GASİMOV

“Türk Dünyası İşletme” fakültesi

Öğretim görevlisi