

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SİVİL TOPLUM

Mesut Şen



İNSAMER
İHH İNSANİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ
IHH HUMANITARIAN AND SOCIAL RESEARCH CENTER
مركز البحوث الإنسانية و الإجتماعية

Referans için: Şen, Mesut. "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sivil Toplum", Araştırma 117, İNSAMER, 30.04.2020.



Araştırma 117

Kurumsal sosyal sorumluluk; işletmelerin faaliyetlerinde, üretim aşamasından tüketime kadar olan tüm safhalarda toplum sağlığı konusunda duyarlı olması ve toplumun kalkınmasını destekleyen hedefler, politikalar, ilke ve eylemler benimsemesidir. Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk; işletmeler açısından, buldukları topluma karşı var olan hakları çerçevesinde, üstlenmeleri gereken bir bilinç hâlidir. Sorumluluk bilinci ile işletmelerin çevreyle bütünleşmesi gerçekleşirken topluma katılım süreciyle de daha yaşanılabilir bir dünya için değişim gerçekleşebilir. Bu yönüyle sosyal sorumluluk, kurumların eylemlerini tarafsız olarak topluma zarar vermeyecek şekilde sınırlar ve toplumsal yaşamın iyileştirilmesi yönünde katkı sunar.

Sosyal sorumluluk kavramı, 1970'li yıllardan günümüze önemli bir değişim geçirmiştir. Yaklaşımlar genel olarak sürdürülebilir

kalkınma perspektifi, çevreye saygı, yoksulluğun azaltılması, katılımcı kalkınma, toplumsal cinsiyet problemlerinin çözümü gibi konulara vurgu yapmaktadır.

Bu doğrultuda sosyal sorumluluğun öncül kaynaklarından olan sivil toplum kuruluşlarındaki (STK) kurumsal sosyal sorumluluk olgusunun işlevselliği ve çalışma biçimi, toplum ve birey açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi

Geniş anlamıyla sosyal sorumluluk, kuruluşların alacakları kararların kamu üzerinde nasıl bir etki yaratacağını ve oluşabilecek tüm sosyal etkilerin değerlendirilmesini önceleyen bir yaklaşımdır (Balta Peltekoğlu, 2007). Kurumsal sosyal sorumluluk ise; şirketler tarafından yürütülen ve kâr elde etme amacı taşıyan operasyonların



İNSAMER
İHH İNSANİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ
IHH HUMANITARIAN AND SOCIAL RESEARCH CENTER
مركز البحوث الإنسانية و الإجتماعية

etkilediği tüm toplumsal unsurlara zarar verilmemesi ya da katkı sağlanması anlayışı ile kâr amacı olmadan yürütülen bütün etkinlikler olarak ifade edilmektedir (Van HetHof, 2009: 7).

Avrupa Birliği Komisyonu, önceleri kurumsal sosyal sorumluluk kavramını; “işletmelerin sosyal ve çevresel kaygıları gönüllü olarak işletmecilik faaliyetlerinde ve paydaşları ile etkileşimlerinde dikkate almaları” olarak tanımlarken, 2011 yılında yeni bir yaklaşımla “işletmelerin toplum üzerindeki etkilerine karşı sorumlulukları” olarak tanımlamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluğun tam olarak karşılanmasında girişimlerin/ işletmelerin sosyal, çevresel ve etik açıdan insan haklarını ve tüketici kaygılarını kendi işletme faaliyetleri ve ana stratejileri ile bütünleştirmede, paydaşlarla yakın iş birliği hâlinde çalışacak süreçlere sahip olmaları gerekmektedir. Bundan amaç; firma sahipleri, hissedarlar, paydaşlar ve geniş bir toplum kesiminde paylaşılan değer yaratma durumunu en yüksek düzeye çıkarmak ve olası olumsuz etkileri tanımlamak, önlemek ve hafifletmektir (EC, 2011: 6).

Dünya Bankası, kurumsal sosyal sorumluluğu “işletmelerin kendi çalışanları, çalışanların aileleri, yerel halk ve tüm toplum kesimleri ile birlikte çalışarak yaşam kalitesinin yükseltilmesi ve bu şekilde sürdürülebilir ekonomik gelişmeye katkı sağlama taahhüdü” olarak açıklamakta ve işletmelerin etik davranma ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunma sözü olarak yorumlamaktadır. Firmalar/örgütler bu taahhüdü tüm ilgili paydaşlarla çalışarak onların yaşamını iyileştirme yoluyla başarabilir (Kitzmueller

ve Shimshack, 2012: 53). Birleşmiş Milletler ise kurumsal sosyal sorumluluğu; “şirketlerin yalnızca müşterileri, tedarikçileri ve çalışanları ile ilgili değil, aynı zamanda şirket faaliyetlerini yürüttüğü toplum içindeki diğer grupların ihtiyaçları, amaçları ve değerleri ile ilgilidir” şeklinde tanımlamıştır (Taşlıyan, 2012: 27).

Modern kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı, şirket vb. kuruluşların amaçlarının, işletmelerin varlığını ve devamlılığını sürdürülebilmek için bir yandan kâr etmek bir yandan da insanların yaşam kalitesini ve toplumun refah seviyesini yükseltmeye çalışmak olduğunu ileri sürer.

Yeri gelmişken, stratejik bir yönetim aracı olan kurumsal sosyal sorumluluk ile yardım (iyilik), destek sağlamak (sponsorluk) veya hayırseverlik arasındaki farka dikkat çekmek önemlidir. Bunlar yoksulluğun azaltılmasına, firmanın ününün (reputation) desteklenmesine ve firma markasını güçlendirmeye katkı sağlasa bile kurumsal sosyal sorumluluk kavramı bunların ötesindedir.

Birçok uzman, kurumların sadece ekonomik ve yasal sorumlulukları olmadığını, bunun yanında etik ve hayırseverlik gibi sorumlulukları da olduğunu ileri sürerek, kurumsal sosyal sorumluluk tanımını genişletmiştir. Buna göre, işletmelerin sosyal sorumluluğu, belirli bir zaman diliminde toplumun sahip olduğu kurumlardan beklediği ekonomik, yasal, etik ve ihtiyari (yardım severlik, hayırseverlik vb.) sorumlulukları kapsar (Carroll ve Shabana, 2010: 89-91).

Bununla paralel olarak modern kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı, şirket

vb. kuruluşların amaçlarının, işletmelerin varlığını ve devamlılığını sürdürülebilmek için bir yandan kâr etmek bir yandan da insanların yaşam kalitesini ve toplumun refah seviyesini yükseltmeye çalışmak olduğunu ileri sürer. Modern sosyal sorumluluk yaklaşımına göre,

şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluğu, faaliyette buldukları çevrede etkileşim içerisinde oldukları bütün iç ve dış paydaşların beklenti ve sorunları ile ilgilenmeyi ve bunlara en uygun çözümleri üretmeyi amaçlayan bir anlayışa dayanmaktadır. Bu anlayış sadece birey veya toplum eksenli ekonomik sorunlarla sınırlı değildir. Aynı zamanda çevreyi de kapsayan, çevre sorunlarını da çözmeyi amaçlayan bir anlayıştır.

Carroll'un (1979) oluşturduğu sosyal sorumluluk modelinde, bu sorumluluklar ekonomik, hukuki, etik ve sosyal sorumluluklar olmak üzere dörde ayrılmış ve literatürde "sosyal sorumluluk piramidi" denilen bir model ortaya konmuştur. Bu model aynı zamanda işletmenin paydaşlarına yönelik sorumlulukları kapsamında belirleyici bir model olarak görülmektedir. Buna göre işletmenin ekonomik sorumluluklarından en fazla hissedar ve çalışanların; hukuki sorumluluklarından çalışan ve tüketicilerin; etik sorumluluklarından öncelikli olarak tüketici, çalışan ve toplum olmak üzere tüm paydaş grupların; hayırsever sorumluluklarından ise öncelikli olarak toplumun ve çalışanların etkilendiği kabul edilmektedir. Sonuç olarak işletmenin üstlendiği herhangi bir sosyal sorumluluk, tüm paydaş gruplarını etkilediğinden, işletmeler bu sorumlulukları yerine getirirken bütün paydaş gruplarının çıkarlarını düşünerek hareket etmelidirler.

İşletme ve Kurumların Sosyal Sorumluluk Alanları

Ticari işletme ve sivil kuruluşlar için sosyal sorumluluk kesimlerinin belirlenmesi; çevrelerindeki sosyal sorunları fark edebilmeleri, sorunların çözümünde kaynaklarını doğru ve yerinde kullanabilmeleri için gereklidir (Akyar, 2008: 26). Kurum içi sosyal sorumluluk alanları; hissedarlar, yöneticiler ve çalışanlardan oluşmaktadır. Kurum dışı sosyal sorumluluk alanlarını ise rakipler, müşteriler, tedarikçiler, çevre, toplum ve hükümet oluşturmaktadır.

Sağlık ve Refahla İlgili Sorumluluk: Sağlık alanında yürütülen sosyal sorumluluk faaliyetleri

ile toplum sağlığının korunması, iyileştirilmesi ve sağlık bilincinin oluşturulması için çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler toplumun yaşam kalitesini yükseltmektedir. Bu bilinçle sağlık ve refah alanında yürütülen sosyal sorumluluk faaliyetleri şirket ya da kurumların toplumda olumlu bir algı ve güçlü bir imaja sahip olmalarında büyük rol oynamaktadır (Özüpek, 2013: 68). Dolayısıyla güçlü bir imaja sahip olan kurumlar, hem toplumun ilgisini çekmekte hem de çalışanların tercih ettikleri bir yer olmaktadır.

Topluma Karşı Sorumluluk: Her işletme veya kurum, gücü oranında toplumun sosyal sorunlarına destek olmak durumundadır. İşletmelerin toplumsal sorumluluklarını yerine getirmelerinin en yaygın şekli; yerel ve ulusal yardım kuruluşları, dernek ve vakıf gibi organizasyonlar aracılığıyla bağışta bulunmaktır. Ayrıca kültür, sanat, eğitim, spor gibi etkinlikleri finanse ederek de topluma ek fayda sağlayabilmektedirler (Lyon ve Maxwell, 2008: 4).

Demokrasi ve İnsan Hakları ile İlgili Sorumluluk: Kurumlar, yönetimin ve siyasetin temiz olması arzusu doğrultusunda, diyalog ve uzlaşma ortamını güçlendirecek, insan haklarının gelişimine fayda sağlayacak bir politik sistemin oluşturulmasına ciddi katkı sağlayabilirler (Özüpek, 2013: 70). Şirket veya kurumların mevcut sisteme bu anlayışı özümsetmede kullanabileceği en önemli ve etkili olgulardan biri "katılımcı yönetim" olgusudur. Çalışanların şirketle ve kurumla ilgili karar alma süreçlerine dâhil olmalarının sağlanması; çalışanlarla yöneticiler arasında açık ve yatay bir iletişimin gelişmesine, bireylerin kendilerini özgürce ifade edebilmelerine, olumlu ve olumsuz eleştirilerini dile getirebilmelerine olanak tanınması yoluyla demokratik ortamın gelişmesine katkı sunmaktadır (Özüpek, 2013: 71). Bu anlayışı kendi bünyesinde içselleştirmiş kurumlar, genel ülke menfaatleri doğrultusunda topluma daha kolay katkı sunabilirler.

Çevreye Karşı Sorumluluk: Ticari kurumlar ve STK'lar, herhangi bir ürün veya hizmet

üretirken yok etmemeyi ve çevre kirliliği gibi birtakım sorunlara karşı önceden tedbir almaları gerektiğini bilmelidir. Günümüzde çevre ile ilgili baskılar sadece devlet tarafından yapılmamakta, toplum ve bu konuyla ilgili kuruluşlar da işletmelerin faaliyetlerini etkileyebilmektedirler. Toplum artık çok daha bilinçlenmiş ve bu konuya çok daha fazla hassasiyet göstermeye başlamıştır. İşletme ve STK'ların faaliyetlerinin çevreye uygun olması bir yana, çevreye katkı sağlayacak bir standarda ulaşması da önemli bir sosyal sorumluluk alanı hâline gelmiştir. Bu bağlamda; daha temiz üretim süreçlerinin tasarlanması, çevre kirliliğinin azaltılması, kültürel mirasın korunması, bitki örtüsünün ve hayvan neslinin korunması, enerji tasarrufunda bulunulması, geri dönüşüm sistemine önem verilmesi vb. girişimler öne çıkmaktadır.

Bağışçılara Karşı Sorumluluk: STK'lar ve ticari işletmeler ancak rekabet ortamında bağışçı veya hizmet alanların tatmini ve memnuniyetiyle rakiplerinin önüne geçebilmektedirler. Bunu sağlayan unsur ise, insanların o işletme veya STK hakkında geliştirdiği olumlu fikirlerdir (Alpaslan, 2012: 21). Bu konuda kurumsal sorumluluklar; güvenli ürünler üretilmesi, kullanım konusunda bilgilendirme yapılması, ihtiyaç duyulan hizmetlerin sağlanması ve kullanıcıya zarar vermeyecek içerikler üretilmesi şeklinde sıralanabilir.

Çalışanlara Karşı Sorumluluk: Kurumların sosyal sorumluluk uygulamalarında ilk etapta göz önünde bulundurmaları gereken husus insan kaynağıdır; çünkü kurumlar amaçlarına ulaşmak için çalışanlarından faydalanırlar. Çalışanlar, kurumsal sosyal sorumluluk sürecinde gerek kararlara katılarak gerekse kararların uygulanmasında etkilenen taraftır (Kağnıcıoğlu, 2007: 26). Çalışanlar artık sadece ekonomik değerlerle tatmin olmamakta, manevi değerlerle de tatmin sağlayarak çalışma hayatını değerlendirmektedirler (Akyar, 2008: 27; Compa, 2008: 6). Örneğin, çalışma koşullarının çalışana göre ayarlanması, iyileştirilmesi veya adil bir ücret sistemi geliştirilerek sosyal hakların gözetilmesi gerekmektedir (Doğan, 2007: 18; Mele, 2001: 335).

Yöneticilere Karşı Sorumluluk: İşletme ve kurumların bizzat kendi yöneticilerine karşı; onların özel yaşamının korunması, ekonomik tatmin sağlanması, liderlik duygusunu pekiştirmesine imkân verilmesi gibi birtakım sorumlulukları vardır. Bu sayede edinilecek kazanımlar, söz konusu yöneticilerin sosyal yaşamda daha yararlı bireyler olmalarına katkı sağlayacak unsurlar olarak algılanabilir.

Devlete Karşı Sorumluluk: Bu başlık altına giren işletme ve kurumların devlete karşı başlıca sorumlulukları arasında; toplum yararına hizmet edecek şekilde yeni istihdam olanakları yaratmak için imkân oluşturmak, yolsuzluk ve usulsüzlük yapmaktan kaçınmak, vergileri gereğince ödemek gibi unsurlar sayılabilir. Bunlar her ne kadar devlete karşı yükümlülükler kapsamında olsa da nihayetinde bunların topluma artı bir dönüşü olmaktadır.

Rakiplere Karşı Sorumluluk: Aynı alanda faaliyet gösteren kurumların haksız rekabet yapmamak, rakipleri karalamamak, rakiplerle ilgili gizli bilgileri kabul edilemez yollarla sızdırmamak gibi sorumlulukları bulunmaktadır. Bu da toplumdaki güven duygusunun korunması noktasında sosyal bir sorumluluk olarak yorumlanabilir.

Sivil Toplum Kuruluşları ve Sosyal Sorumluluk

Faaliyetlerini kâr elde etme amacı ile sürdürmeyen, çalışma esaslarında gönüllülük anlayışının yer aldığı, üyelerinin ya da destekçilerinin kamusal yarar adına çalıştığı kuruluşlar, sivil toplum kuruluşları (STK) olarak ifade edilmektedir. Bu kuruluşlar, teorik açıdan değerlendirildiğinde otoritelerin hiçbir yönlendirmesi olmadan yalnızca kamusal yararın sağlanması adına çalışan bağımsız oluşumlar olarak ifade edilmektedir (Yelkikalan ve Akatay, 2007: 9).

Kamusal yararın elde edilmesi amacı ile kamuoyu oluşturan STK'lar, bireysel taleplerin öne sürülmesine katkı vermekte, mevcut sorunlara çözüm önerileri sunmakta; bu aşamada hükümet politikaları ile uyumlu, çoğulculuğun ön planda olduğu, yüksek

katılım anlayışının benimsendiği demokratik bir ortamın oluşturulması noktasında önemli işlevler görmektedirler (Balkır, 2010: 36).

STK'ların siyasi yönetime katılarak toplumsal talepleri görünür hâle getirmeleri, onlara bir tür baskı grubu olma özelliği kazandırmaktadır (Balkır, 2010: 34). STK'lar eşitliği yaygınlaştırmak, toplumsal sorunları tespit ederek çözüm üretmek, sosyal hizmetler sağlamak, örgütlenmeyi teşvik etmek ve demokratik ilke ve kurumların güçlendirilmesini sağlamak için faaliyetlerde bulunmaktadırlar (Balkır, 2010: 36).

Devletin keyfi uygulamaları karşısında bir baskı grubu oluşturma işlevi de gören STK'lar, katılımcılık ve çoğulculuğun sağlanmasında temel rol oynayan kurumlardır. Güçlü bir sivil toplum bilinci oluşmamış toplulukta katılımcı demokrasiden söz edebilmek de mümkün değildir. STK'ların kamu politikalarının belirlenmesinde katkıları kaçınılmazdır.

Bireylerin ve kimi zaman yönetici elitlerin göremediği, gözden kaçırdığı olayların ve durumların görülmesinde sivil toplumun önemli bir yeri vardır. Bu yönüyle STK'lar, sosyal politikaların oluşmasında kritik bir işleve sahip olmaktadır. İnsanların yardımlaşma ve dayanışma örnekleri sergilemeleri toplumsal bütünleşmeyi sağlayacağından, bu alanda çalışan STK'ların topluma karşı büyük bir sorumluluk yerine getirdiği aşikârdır. Bu bakımdan STK'lar, çevresine yabancılaşan bireyleri kendi bünyelerindeki diğer bireylerle birlikte topluma yararlı hâle getirmektedir.

İç huzuru ve güven, bir toplum için en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. STK'lar bu yönleriyle sosyal dayanışmanın ve birlikteliğin sağlanmasında toplumsal bir tutkal vazifesi görmektedir (Yelkikalan, 2007: 38).

Sosyal sorumlulukların yerine getirilmesinde sivil toplum yalnız değildir. Bu konuda özel sektör ve kamu sektörü arasında farklı düzeylerde iş birliği olabilir. Bu noktada kurulacak "sosyal iş birlikleri", çözülmek istenen toplumsal sorunun türüne göre; şirket-şirket, şirket-

hükümet, şirket-STK, şirket-hükümet-STK gibi farklı düzeylerde ve şekillerde yürütülebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun yerine getirilmesi, tüketicilerden yatırımcılara, tedarikçilerden STK'lara ve işletmelere/şirketlere kadar tüm kesimlere bir şekilde fayda sağlamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelere/kurumlara sağladığı faydaların başında genel olarak; kurum itibarı oluşturma, markalaşma avantajı sağlama, işletme/şirket bağlılığı yaratma, sosyal kimlik kazandırma, rekabet üstünlüğü sağlama ve farklılaştırma vb. gelmektedir. Bu anlamda STK'lardaki sosyal sorumluluk uygulamaları ticari işletmelerdekinden farklı olmakla birlikte; markalaşma, sosyal kimlik kazandırma ve itibar sağlama gibi boyutları açısından benzerlik göstermektedir.

Yapılan araştırmalara göre işletmeler/şirketler kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarıyla ekonomik başarıların dışında birçok konuda soyut değer ve fayda elde etmektedir. Bu sayede marka değerleri yükselirken, sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan işletme ve kurumlar, çalışanlar üzerinde olumlu bir etki oluşturmakta, çalışanlarının motivasyonlarını ve bağlılıklarını artırmaktadırlar. Sosyal sorumluluk aynı zamanda nitelikli insan kaynağının ihtiyaç alanlarına yönelmesinde büyük rol oynamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelere/şirketlere yeni pazarlara girmede kolaylık sağlamakta, hisse senedi değerini artırmakta, müşteri sadakati oluşturma noktasında destek sağlamakta, risklere ve krizlere karşı dayanıklılığı arttırmaktadır (Argüden, 2002: 9). Günümüzde sosyal, ahlaki ve etik değerler çerçevesinde kurumsallaşmış bu normların tümünü kurum kültürünün bir parçası hâline getiren ve sosyal sorumluluk anlayışı ile hareket eden işletmeler/şirketler, uzun vadede başarılı olurlar yargısına varılabilir.

STK görevlilerinin STK ve kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili görüşleri üzerine yapılan araştırmalar, bu konuda sektör içinden önemli ipuçları vermektedir. Yapılan araştırmalarda STK çalışanlarının veya gönüllülerinin memnun

olma durumuna göre dağılımları incelendiğinde %94,1'inin memnun olduğu, %5,9'unun ise kısmen memnun olduğu anlaşılmaktadır.

Türkiye'de kurum veya şirketlerin sosyal sorumluluk çalışmalarına yeteri kadar katkıda bulunup bulunmadıkları konusundaki rakamlar, bu alanda alınacak daha çok mesafe olduğunu göstermektedir. Buna göre, STK çalışanlarının %55,8'i kısmen katkıda bulunulduğuna inanırken, %28,6'i yeteri kadar katkıda bulunulmadığını düşünmektedir. Sadece %15,6'lık küçük bir oran, kurumsal sosyal sorumlulukların yeterli olduğunu düşünmektedir.

Türkiye'deki kurum ve şirketlerin sosyal sorumluluk projelerine katkı konusundaki yeterlilikleri de önemli bir sorun başlığıdır. STK çalışanlarının %56,8'i Türkiye'deki şirket ve kurumların bu tür katkılar için kısmen yeterliği olduğuna inanırken, %33,1'i gerekli katkı konusunda yeterli olduğunu düşünmektedir. %10,1 ise Türkiye'deki kurum ve şirketlerin sosyal sorumluluk projelerine yeterli katkı düzeyinde olmadığına inanmaktadır.

STK'ların kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını sürdürebilecekleri sağlıklı ortam ve yeterli yasal düzenlemeler olup olmadığı konusu da ayrıca önemlidir. Bu konuda STK çalışanlarının %55,1'i Türkiye'de ortamın

kısmen mevcut olduğunu, %29,9'u tamamen uygun bir ortam olduğunu, %15,1'i ise uygun ortamın mevcut olmadığını düşünmektedir.

Türkiye'de STK'ların yeteri kadar destek gördüğünü düşünenlerin oranı %20,5 iken, destek görmediğini düşünenlerin oranı %25,7'dir. Toplumun %53,8'i STK'ların kısmen destek gördüğünü düşünmektedir.

Türkiye'de kurum veya şirketlerin sosyal sorumluluk çalışmalarına yeteri kadar katkıda bulunup bulunmadıkları konusundaki rakamlar, bu alanda alınacak daha çok mesafe olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan STK çalışanlarının/gönüllülerinin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları sonucunda topluma sağlanan katkıları belirttikleri çoktan seçmeli cevaplar ise şu şekildedir: Katılımcıların %26,2'si "Toplumda var olan sosyoekonomik yetersizliklerle mücadele edebilmede STK'ların önemli bir çözüm aracı olduğu" cevabını; %21'i "Ülkemiz toplumsal yapısında yer alan dinî ve millî değerlerin, topluma hizmeti/katkıda bulunmayı övmesi, öne çıkartmış olması" seçeneğini; %19,5'i "Toplumsal tarihimizde önemli bir yeri olan vakıfların tekrar canlandırılmak istenmesi", %19,3'ü "Birikimlerin (sermaye, bilgi, tecrübe) toplumla paylaşılmak istenmesi", %10'u "Bu yolla, hükümetler üzerinde politik

ve ekonomik açıdan baskı kurulabileceğine inanılması", %3,2'si "İşletme gelirlerine dolaylı yol ile katkı sağlaması" şıklarını işaretlerken %0,8'i ise "Diğer" seçeneğini işaretlemiştir.

TÜRKİYE’DE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI YETERİ KADAR DESTEK GÖRMEKTE MİDİR?		
Evet	83	20,5
Kısmen	218	53,8
Hayır	104	25,7
Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları sonucunda topluma ne gibi katkılar sağlamasını umuyorsunuz.		
Birikimlerin (sermaye, bilgi, tecrübe vb.) toplumla paylaşılmak istenmesi	197	19,3
Toplumda var olan sosyoekonomik yetersizliklerle mücadele edebilmede sivil toplum kuruluşlarının önemli bir çözüm aracı olduğunun düşünülmesi	267	26,2
Bu yolla, hükümetler üzerinde politik ve ekonomik açıdan baskı kurulabileceğine inanılması	102	10,0
Ülkemiz toplumsal yapısında yer alan dinî ve millî değerlerin, topluma hizmeti/katkıda bulunmayı övmesi, öne çıkartmış olması	214	21,0
Toplumsal tarihimizde önemli bir yeri olan vakıfların tekrar canlandırılmak istenmesi	199	19,5
İşletme gelirlerine dolaylı yol ile katkı sağlaması	33	3,2
Diğer	8	0,8
Size göre kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin en fazla fayda sağladığını düşündüğünüz maddeleri işaretleyiniz.		
Toplum içindeki ihtiyaç sahibi kimselere	337	34,9
Genel olarak topluma	217	22,5
Şirketlerin faaliyet içerisinde olduğu ülkelerin ekonomilerine	26	2,7
Kurumsal sosyal sorumluluk düzenleyen şirketlere	68	7,0
Devlete	131	13,6
Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin birlikte yapıldığı sivil toplum kuruluşlarına	181	18,7
Diğer	6	0,6
Sivil toplum kuruluşlarının kurumsal sosyal sorumluluk projeleri üretmesinde engel olarak gördükleri maddeler sizce nelerdir?		
Kaynak/donanım eksikliği	256	16,1
Kalifiye eleman/uzman eksikliği	230	14,5
Bireylerin sivil toplum kuruluşlarına olan duyarsızlığı	243	15,3
Devlet tarafından yeterli düzeyde hayata geçirilen kamusal sosyoekonomik politikalar	86	5,4
Ülkede meydana gelen sosyoekonomik krizler	174	10,9
İş birliği yapılacak kurumların yetersizliği/isteksizliği	179	11,3
Yasal ve bürokratik engeller	175	11,0
Toplum içinde sivil toplum kurumu bilincinin güçlü olmayışı	247	15,5

Kaynakça

Kitaplar

Akatay, A., & Yelkikalan, N. (2007). Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülük ve İnsan Kaynakları. Ankara: Ekin Yayınları.

Argüden, Y. (2002). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Ankara: Arge Danışmanlık Yayınları.

Balkır, Z.G. (2010). Sosyal Fayda Zemininde Sivil Toplum Örgütlerinin Gelişimi. Kocaeli: Kuban Matbaacılık.

EC (2011). CSR Compendium 2011, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion.

Ergüden, I. (2001). Sivil toplum örgütleri: Neoliberalizmin araçları mı, halka dayalı alternatifler mi?. Ankara:

Demokrasi Kitaplığı.

Kağnıcıoğlu, D. (2007). Endüstri İlişkileri Boyutuyla Sosyal Sorumluluk. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Mele, D. (2001). Organization of Work in The Company and Family Rights of the Employees. Business Ethics.

Özüpek, M. N. (2005). Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk. Konya: Eğitim Yayınevi, Konya.

Peltekoğlu Balta, F. (2007). Halkla İlişkiler Nedir. Baskı İstanbul: Beta Yayıncılık.

Makaleler

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). "The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice". International Journal of Management Reviews, 12(1), 85-105.

Compa, L. (2008). "Corporate Social Responsibility and

Workers Rights". Labor Law & Pol'y Journal, 30(1), 1-10.

Kitzmueller, M., & Shimshack, J. (2012). "Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility". Journal of Economic Literature, 50(1), 51-84.

