

İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı

Yrd. Doç. Dr. Z. Eser NALBANT

Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, MANİSA

ÖZET

İçinde buldukları toplumlarla sağlıklı ilişkiler geliştirmek isteyen işletmeler, sosyal sorumluluk bilinci ile hareket etmek zorundadırlar. Sosyal sorumluluğun yerine getirilmesi, işletmelerin kamu oyundaki saygınlığını artırmaktadır. Toplumla karşı sorumluluklarını önemsemeyen ve iş ahlakına uygun davranmayan kuruluşlar toplumdaki tepki görmekte ve önemli pazar kayıpları ile karşılaşabilmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Sosyal sorumluluk, iş ahlakı

Social Responsibility and Business Ethics in Enterprises

ABSTRACT

Companies that want to establish healthy relationships with the society have to act with the social responsibility conscious. Acting socially responsible increases the respectability of companies in the society. Entities that don't consider their responsibilities important towards the society and don't act based on business ethics might get negative reactions from the society and be confronted with significant market losses.

Key Words: Social responsibility, business ethics

GİRİŞ

İşletmeler öncelikle kendi işgörenlerinin sorunlarına eğilir, daha sonra işletme dışında yer alan kişi ve kuruluşlarla ilgilenirler. Özellikle kendi ürünlerini satın alan tüketici kesimini yakından izlerler. Tüketicilerin desteğini alamayan bir işletme uzun süre ayakta kalamaz. Dolayısıyla işletmelerin görevinin sadece mal ve hizmet üretimi ile sınırlı olduğunu söyleyemeyiz. İşletmelerin ekonomik amaçlarını gerçekleştirirken çalışanlarına, müşterilerine, ortaklarına, rakiplerine, tedarikçilerine ve içinde yaşadıkları topluma karşı yerine getirmeleri gereken sosyal sorumlulukları da vardır. Bu sosyal sorumluluk duygusuna sahip olan ve iş ahlakı kurallarına uygun davranan kuruluşlar toplumda kabul görmekte, hem kendi değerlerini arttırmakta hem de topluma değer kazandırmaktadırlar.

I-SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Toplumda işletme olarak görev yapan kuruluşların sosyal sorumluluğuna ilişkin birçok tanımlama vardır. Bunlar,

-Şirketin sosyal sorumluluğu, şirketin bir görev veya zorunluluk dolayısıyla gerçekleştirmek zorunda olduğu faaliyetler ve

-Toplumsal (sosyal) sorumluluk, toplumun refahını geliştirme, hiç değilse zedelememe sorumluluğu olarak sayılabilir (Öztürk, 2003:101).

Sosyal sorumluluk; "işletmenin kendi amaçlarını gerçekleştirirken, ahlaki değerlere sadık kalması ve kaynaklarını aynı zamanda içinde bulunduğu toplumu geliştirmede kullanması" olarak tanımlanabilir (Bayrak, 2001:83).

Bir başka tanım sosyal sorumluluğu; “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 açıklamaktadır (Şimşek vd., 2003:378).

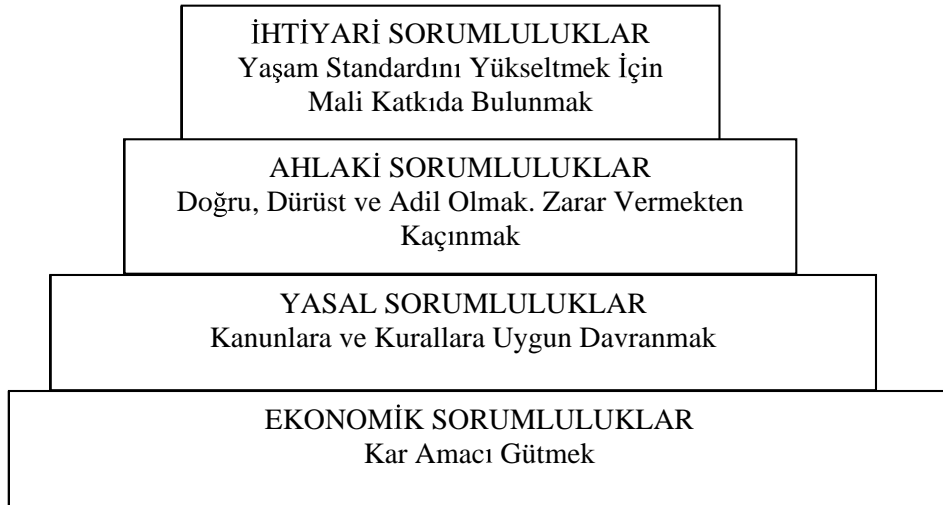
Bingöl, sosyal sorumluluğu; “işletmenin ahlaki değerleri temel alarak, ekonomik ve hukuki şartlar çerçevesinde örgüt-içi ve örgüt-dışı ve grupların beklentilerine uygun bir şekilde faaliyetlerini sürdürmesini zorlayan sorumluluk duygusu” olarak tanımlamaktadır (Bingöl, 1996:51).

İşletmelerin sosyal sorumluluğu, alınan kararların ekonomik etkilerine olduğu kadar sosyal etkilerine de duyarlı davranmalarını gerektirmektedir (Aldag ve Stearns, 1991:112).

İşletmenin sosyal sorumluluğu, işletmenin ekonomik faaliyetlerinin topluma zararlı olabilecek etkilerini önlemeye yönelik; işletmeyi toplumun yaşamının daha iyileştirilmesi için katkıda bulunmaya zorlayan, toplumdaki değişime uyumu sağlamaya yönelik amaçlar doğrultusundaki faaliyetleri kapsar (Ergin, 1992:58).

İşletmelerin sosyal sorumluluğu bir piramit olarak düşünülürse işletmelerin sosyal sorumluluğunun dört türden oluştuğu söylenebilir.

Şekil 1’de görüldüğü gibi işletmelerin sosyal sorumlulukları ekonomik, yasal, ahlaki ve ihtiyari (gönüllü) sorumluluklar olmak üzere ele alınmaktadır (Özgen vd., 2001:68).



Şekil 1: İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları

Kaynak: Özgen vd., 2001:68.

Ekonomik sorumluluklar, işletmelerin her şeyden önce kar elde etmek amacıyla çalışan ekonomik birimler olmasından kaynaklanan sorumluluklardır.

İşletmelerin kar elde ederken toplumun çıkarlarını gözeten kanun ve kurallara uygun davranması işletmenin yasal sorumluluğudur. Ahlaki sorumluluk, topluma karşı dürüst ve adil hareket ederek topluma zarar vermekten kaçınmaktır. İhtiyari sorumluluk ise, toplumun gelişmesi için işletmelerin mali kaynak ayırmalarıdır ve bu tür faaliyetlerde bulunmayan işletmeler herhangi bir yaptırıma maruz kalmazlar (Özgen vd., 2001:69).

II. İŞLETMELERİN SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI

İşletmelerin sosyal sorumluluğu kapsamında öncelikle, “iş yaşamı, tüketiciler ve ekolojik çevreye karşı sorumluluklar” olmak üzere üç temel boyut üzerinde durulabilir. Özelde ise bu kapsam; “ülkeden ülkeye, toplumdan topluma, bölgeden bölgeye, işletmeden işletmeye” farklılık gösterebilir. Aşağıdaki temel ölçütler bu bağlamda genel kabul görmektedir (Şimşek vd., 2003: 380-381):

1. Tüketicinin korunması,
2. İstihdam olanakları ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi,
3. Sermayedar ve hissedarlara karşı yükümlülükler,
4. İş ahlakı,
5. Ekolojik yapıya duyarlılık ve çevre kirliliğinin önlenmesi,
6. Toplum ve bütün insanlık.

Bir işletmenin başlıca sorumluluk alanları daha ayrıntılı olarak aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır (Öztürk, 2003: 102-103).

1. Sundukları hizmet ve ürünle ilgili sorumlulukları
 - 1.1. Ürün güvenliği-tüketicinin bilgilendirilmesi ve korunması
 - 1.2. Standartlara uygunluk-standartlaştırma ve kaliteye önem
 - 1.3. Garanti ve satış sonrası hizmetler
 - 1.4. Patent hakkına saygı
 - 1.5. İş konusunda bilgi ve ihtisas sahibi olmak.
2. Çalışanlarına karşı olan sorumlulukları
 - 2.1. Personelin işe uyumu
 - 2.2. İş ile personel arasındaki uyumun sağlanması
 - 2.3. Çalışma ortamının iyileştirilmesi
 - 2.3.1. Aydınlatma
 - 2.3.2. Isı, nem ve havalandırma
 - 2.3.3. Gürültü ve ses
 - 2.4. Personelin işe gidiş ve dönüşlerinde servis aracının bulunması.
 - 2.5. İş kazalarının önlenmesi
 - 2.6. Meslek hastalıklarının önlenmesi
 - 2.7. İşçi sağlığı ve iş güvenliğinin sağlanması
 - 2.8. Meslek içi eğitim
 - 2.9. Görevde yükseltmeler
 - 2.10. Adil bir ücretleme sistemi
 - 2.11. Çalışanların cinsel tacize karşı korunması
 - 2.12. Çalışanların özel yaşamlarının gizliliğine önem verilmesi
 - 2.13. Çocukların çalıştırılmaması

- 2.14. Kadınlara düşük ücret ödenmemesi
3. İş ahlakı ile ilgili sorumluluklar
 - 3.1. Güvenilir olmak
 - 3.2. İşini mükemmel yapmak
 - 3.3. Kolaya kaçmamak
 - 3.4. İş ehline vermek
 - 3.5. Gerçek dışı asılsız haberler yapmamak
 - 3.6. Haksız rekabette bulunmamak
 - 3.7. Fırsatçı politikalar izlememek
 - 3.8. Sorumlu tüketim anlayışında bulunmak
4. Sermaye sahiplerine karşı olan sorumlulukları
5. Çevreye karşı olan sorumlulukları
 - 5.1. Havanın kirlenmesini önlemek
 - 5.2. Toprağın kirlenmesini önlemek
 - 5.3. Suyun kirlenmesini önlemek
 - 5.4. Ekolojik dengeyi korumak
 - 5.5. Çevreyle uyumlu teknolojiler kullanmak.

İşletmelerin sosyal sorumluluğu kavramının kapsamını işletmenin ilgi alanına giren, tüm toplumun refahının sağlanması ve artırılmasını hedefleyen işletme faaliyetleri olarak özetleyebiliriz (Hill ve Jones, 1989:48).

III. SOSYAL SORUMLULUĞUN LEHİNDE VE ALEYHİNDE OLAN GÖRÜŞLER

İşletmelerin sosyal sorunlara önem vermesinin lehinde olan düşünceler şunlardır (Hatiboğlu, 1995:68):

-İşletmeler toplumun bir parçasıdır ve bu nedenle sosyal sorunları bilmemek söz konusu olamaz.

-İşletmelerin elinde teknik, parasal ve yönetsel kaynaklar vardır; bu nedenle zamanımızın karmaşık sosyal sorunlarının üstesinden gelebilirler ve gelmelidirler.

-İşletmeler sosyal sorunları çözdüğü takdirde daha kararlı bir çevrenin ortaya çıkmasına neden olur. Bu çevrenin varlığı işletmelerin uzun vadeli çıkarları bakımından son derecede yararlıdır.

-İşletmeler sosyal sorunlara karşı duyarlı iseler ve bunların çözülmesinde kendi istekleri ile gerekeni yapıyorlarsa, muhtemel bir devlet müdahalesini de önleyebilirler. Zira sosyal sorunların üzerine işletmeler gitmez ise devletler gidecektir. Bu nedenle devlet tarafından, ekonomik hayata çok kapsamlı müdahaleler yapılabilecektir. Müdahaleler uzun dönemde işletmelerin çıkarlarını zedeler.

Sosyal sorumluluk konusunda aleyhte görüşler de vardır. Bu görüşleri öne sürenlere göre işletmelerin tek düşüncesi kar olmalıdır ve kar için her şey yapılmalıdır. Bu amaçla şu kanıtlar ileri sürülür (Hatiboğlu, 1995:69):

-İşletme yöneticileri, işletme sahiplerine karşı sorumludur ve bunu yerine getirmek amacıyla bütün gayretlerini kar kazanmaya yöneltmelidir.

-İşletmeler bütün kaynakları sosyal sorunları çözmek için değil, kar elde etmek için kullanılmalıdır.

-Sosyal sorunlar bütün toplumu ilgilendirir. Bu nedenle bu sorunları işadamlarının çözmesi söz konusu değildir. Bu sorunlar sosyal işlerle sorumlu devlet yöneticileri tarafından çözülmelidir.

IV. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ ve DEZAVANTAJLARI

Sosyal sorumluluğun avantajlarını şöyle sıralayabiliriz (Şimşek vd., 2003:394; Argüden, 2004:7; Barutçugil, 2004:222):

-İyi bir sosyal çevre oluşturularak işletmenin kamuoyunca benimsenmesi sağlanabilir.

-Maliyet gibi görünen bazı düzenlemeler kar olarak geri dönebilir.

-Toplumsal sorunların tartışılıp çözümlenmesinde görev alarak toplumun önemli bir parçası haline gelinebilir.

-Ekolojik yapıya duyarlı, çevre dostu işletmelere ulaşılır.

-Yeni pazarlara girmede ve müşteri sadakati sağlamada önemli avantajlar elde edilir.

-Çok yönlü nitelikli çalışanın kuruma cezbedilmesine ve kuruma olan bağlılığın artmasına neden olur.

-Daha geniş finansman kaynaklarına ulaşılmasını sağlar.

-Çalışanlar ve müşteriler, organizasyona daha fazla güven duymaya ve değer vermeye başlarlar. Çalışanların ve müşterilerin ait olma ve bağlılık duyguları gelişir. Bunun sonucunda çalışanların devir hızı düşer. Müşterilerin satın alma sıklığı artar. Satışların karlılığı yükselir.

-Çalışanlar arasındaki iletişim, güven, dayanışma ve takım ruhu güçlenir. Takım çalışmasının etkinliği, organizasyonel performansın ve genel motivasyonun yükselmesini sağlar.

-Organizasyonun toplumla, yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkileri gelişir ve güçlenir.

-Toplumsal sorumluluk projelerinde görev alan kurum çalışanları bilgi, beceri ve deneyimlerini geliştirirken kendilerine olan güvenleri daha yüksek, yaratıcı düşünebilen ve sorun çözme yetenekleri gelişmiş kişiler haline gelirler.

Sosyal sorumluluğun başlıca dezavantajları şunlardır (Şimşek vd., 2003: 394):

-Sosyal faaliyetlerin ürün maliyetlerine yansıtılmasıyla fiyatlar artar, bu da pazar kaybına neden olabilir.

-Sosyal faaliyetler için yeni insan kaynağına ihtiyaç duyulabilir.

-İşletme sahip, ortak veya yöneticilerinin sosyal konulara fazla duyarlı davranmaları, örgütsel amaçlardan uzaklaşmasına neden olabilir.

Sonuç olarak avantajların dezavantajlara üstünlüğünü gözardı etmemek gerektiğini söyleyebiliriz.

V. AHLAK, İŞ AHLAKI VE MESLEK AHLAKI KAVRAMI

Ahlak terimi dilimizde iki anlama sahiptir. Birincisi, insanların toplum içinde uyması gereken kural ve ilkeleri belirtir. İkincisi, ahlak felsefesini belirtir. Buna göre ahlak, belli bir dönemde belli insan topluluklarınca benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen törel davranış kurallarının, yasalarının ve ilkelerinin toplamıdır. Ahlak “nasıl yaşamamız gerekir” sorusuna verilecek yanıtları araştıran bir felsefe disiplini. Ahlakın çıkış noktası, insan eylemlerinin toplumsal hayata zarar vermeden düzenlenmesi gibi pratik bir nedenden kaynaklanmaktadır (Tutar vd., 2003: 146).

İş ahlakı herkes tarafından farklı algılanabilen bir kavram olduğu için, bu konuda çalışan sosyologlar, işletmeciler ve diğer araştırmacılar iş ahlakını farklı şekillerde tanımlamışlardır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır (Özgen vd., 2001:60):

“İş ahlakı bütün ilişkilerde dürüstlük, güven, saygı ve hakça davranmak demektir.”

“İş ahlakı genel ahlak kurallarının iş hayatındaki uygulamasıdır.”

“İş ahlakı, dürüstlük ve doğruluk üzerine kuruludur ve toplumun beklentilerinden adil rekabete, reklamcılıktan halkla ilişkilere, sosyal sorumluluktan tüketicinin bağımsızlığına kadar çok farklı boyutu bulunmaktadır.”

Uygulamalı bir ahlak olan iş ahlakı, sadece teorik ahlak felsefesi ile değil, günlük ahlaki değerlerle de sıkı sıkıya ilişkili olduğundan İngilizce “business ethics” teriminin “iş etiği” yerine “iş ahlakı” olarak adlandırılması daha doğru ve işlevsel bir kullanım olacaktır (Tutar vd., 2003: 148).

İş ahlakı genellikle özel teşebbüslerin mal ve hizmet üretiminde ve satışında ahlaki davranmalarının önemi üzerinde durmaktadır. İş ahlakı aynı zamanda “şirket ahlakı”, “firma ahlakı”, “işletme ahlakı”, “ticaret ahlakı” gibi adlar ile de tanımlanmaktadır. Şüphesiz, “esnaf ahlakı”, “üretici ahlakı”, “işveren ahlakı” ve benzeri tanımlamaları da iş ahlakı içerisinde değerlendirmek mümkündür (Aktan, 2004:1).

Dürüstlük, sözünde durmak, adil davranışta bulunmak, haksızlıklara karşı çıkmak, doğaya saygılı olmak, insana insanca muamele etmek gibi kavramları içeren iş ahlakı, iş dünyasında hüküm süren, doğruluğu genel kabul görmüş kurallara uyma davranışıdır (Yüksel, 2000: 174-175).

Meslek ahlakı, mesleki davranışla ilgili neyin doğru, neyin yanlış, neyin haklı, neyin haksız olduğu hakkında inançlara dayalı ilkeler ve kurallar topluluğudur (Lewis, 1995:11).

Meslek ahlakının temelini bireysel ahlak, işletme ahlakı ve toplumsal ahlak oluştururken; toplum, müşteriler, rakipler, hissedarlar, yasal ve siyasal çevreyi oluşturan kurumlar da meslek ahlakını etkileyen dış çevre etkenleri olarak ortaya çıkmaktadır (Selimoğlu, 1997:8).

Bir mesleğin toplumdaki sağladığı avantajlarla, toplumun o meslekten sağladığı avantajlar bir meslek ile toplum arasında bir tür sosyal sözleşmenin varlığına işaret etmektedir. Bu sözleşme, belli bir meslek ile toplum arasındaki

ilişkilerde ahlaki bir altyapı oluşturmaktadır ve meslek sahiplerinin topluma karşı özel bir ahlaki sorumlulukları olduğunu göstermektedir (Tutar vd., 2003: 151).

VI. İŞ AHLAKININ ÖNEMİ

İş ahlakının giderek önem kazanmasının nedenleri beş maddede açıklanmaktadır (Tutar vd., 2003: 145):

1. Ahlaki olarak iş görmek için kamu baskısıyla gelişen sosyal sorumlulukla ilgilidir.

2. İyi ahlakın iyi işle özdeş olduğunun fark edilmesidir.

3. Yöneticiler için ahlak ve iş yaşam konusundaki tartışmaların bir tehdit veya zayıflık olarak değil, günümüz endüstrilerinin mükemmellik ve yüksek kaliteye ulaşma çabalarının doğal bir uzantısı şeklinde algılanmasıdır.

4. Çeşitli çıkar gruplarının menfaatlerini dengeleme gereksiniminin giderek artan oranda önem kazanmasıdır.

5. Hem bireyler hem organizasyonlar arasındaki ilişkilerin karşılıklı güvene ve birbirlerinin çıkarlarına saygı göstermesi gerçeğine dayanması düşüncesinin yaygınlaşmasıdır.

Yeni ahlaki sorunları beraberinde getiren küreselleşme sonucunda, çokuluslu firmalarda çalışan farklı kültürlerden gelen insanların birbirlerinin kültürlerine saygı göstermeleri gerekmektedir. Dolayısıyla işletmelerin kendi değer yargılarının ve ahlak kurallarının açıkça belirlenmesinin önemi ortadadır.

Dinçer, bizim toplumumuzun ekonomik hayat ve iş ahlakıyla ilgili değerlerinden bazılarını şöyle sıralamıştır (Dinçer, 1992: 88-89):

-Alışverişlerde birbirini aldatmamak,

-Borcunu vaktinde ödemek,

-İhtiyaç sahibi kimselere yardım ve destek sağlamak,

-Kendisine yapılmasını istemediği bir şeyi, başkasına yapmamak,

-İşçisine ücretini hakkıyla ve zamanında ödemek,

-Haksız rekabet yapmamak,

-Ölçü ve tartısında adil ve dürüst olmak,

-İstifçilik yapmamak ve toplumun zayıf anlarında veya arz yetersizliği durumlarında fırsatçı politikalar gütmemek,

-Mal hakkında yalan söylememek. Sattığı malın niteliklerini tam olarak belirtmek. Kendi malının kötü yönlerini müşteriden gizlememek ve alacağı malın değerini düşürmek için kötülememek. Gerçek dışı ve asılsız reklamlara yönelmemek,

-Sözüne ve anlaşmalarına sadık kalmak ve yapılan bir pazarlıktan ve akidten sonra bir başkasıyla pazarlığa girişmemek,

-Müşteri iken, satıcı iken, borcunu öderken, alacağını tahsil ederken kolaylık göstermek, müsamaha ile yaklaşmak ve gerektiğinde kendisinden fedakarlık yapmak.

VIII. İŞLETMELERDE İŞ AHLAKI NASIL SAĞLANABİLİR?

İşletme sahiplerinin, yöneticilerinin ve çalışanlarının iş ahlakına uygun davranışlarda bulunmasını sağlamak için neler yapılmalıdır? Öncelikle her birey ailesinden ve daha sonra eğitim kurumlarından aldığı terbiye ve eğitimle iş ahlakına uygun davranışlarda bulunabilir. Fakat sadece terbiye ve eğitimin yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu nedenle, başka önlemlerin de alınması gereklidir.

İşletmede iş ahlakı ve toplumsal sorumluluk konularında yazılı ilkeler belirlenerek herkesin bu ilkelere uygun davranmaları sağlanmalıdır. Bu ilkeler işletme çalışanları, işletme sahipleri, rakipler, girdi sağlayanlar, müşteriler ve toplumla ilgili olarak ele alınabilir.

İşletme çalışanları ile ilgili ilkeler olarak; çalışanların önerilerini değerlendirmek, çalışanlar arasında cinsiyet, ırk, dil, din gibi konularda ayrımcılık yapmamak, özürülülerin çalışabilecekleri alanları arttırmak, gelişmelerini sağlamak için daha fazla eğitim vermek, çalışma koşullarını daha uygun hale getirmek, işsizlik sorununun çözümüne katkıda bulunmak sayılabilir.

İşletme sahipleri ile ilgili ilkeler olarak; yatırımcıların önerilerinin ve sorunlarının dikkate alınması, yasal kısıtlamalar dışında işletme sahiplerine gerekli bilgilerin verilmesi, yatırımcıların varlıklarının korunarak değerlerinin artırılması sayılabilir.

Rakipler ile ilgili ilkeler; rakipler arasında rekabeti özendirmek, rekabeti zedeleyecek hareketlerden kaçınmak, endüstri casusluğu gibi konuları kabul etmemek olarak sıralanabilir.

Girdi sağlayanlar ile ilgili ilkeler; alınan girdilerin bedellerini zamanında ve eksiksiz olarak ödemek, çalışanlarla insanca ilişkiler kuranları tercih etmek, ilişkilerde dürüstlük ve güvene önem vermek sayılabilir.

Müşterilerle ilgili ilkeler; müşterilerin isteklerine uygun ve onların sağlığına zarar vermeyecek ürünler üretmek, çevreye zarar vermemek, ürünlerin pazarlanmasında ve reklamında dürüst davranmak olarak sıralanabilir.

Toplumla ilgili ilkeler; kültür ve sanat faaliyetlerini desteklemek, eğitime maddi katkıda bulunmak, istihdam yaratmak, kaynakları etkin ve verimli kullanmak, yasal olmayan işlerden kaçınmak, çevreyi korumak, kalkınmayı desteklemek olarak belirtilebilir.

Ayrıca üst yönetim, çalışanlara örnek olacak ahlaki davranışlarda bulunmalıdır. İş ahlakına uygun davrananlar ödüllendirilirken, uygun davranmayanlar cezalandırılmalıdır. İş ahlakı konusunda çalışanlar sürekli eğitilmelidir. İş ahlakına yönelik hukuksal düzenlemeler yapılmalıdır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Sosyal sorumluluk bilinci ile hareket eden işletmeler çevresi tarafından saygın olarak kabul edilmekte ve sivil toplum örgütleri ile topluma katkıda bulunan projelere imza atmaktadırlar. Garanti Bankası'nın Doğal Hayatı Koruma Derneği ile gerçekleştirdikleri projeler, Borusan'ın Türkiye'nin tanıtımına yaptığı katkılar, NTV ve çeşitli şirketlerin Eğitim Gönüllüleri Vakfı ile işbirlikleri,

Koç'un Türkiye Aile Planlaması Vakfı'na yaptığı katkılar, ihtiyacı olan öğrencilere burs verilmesi, yurt ve staj olanakları sağlanması, yerli-yabancı yayınların topluma kazandırılması, güzel sanatlara destek verilmesi, eğitim ve sağlık kuruluşlarına maddi destek sağlanması bu projelere iyi birer sosyal sorumluluk örnekleri oluşturmaktadırlar.

İşletmelerin topluma ahlaklı bir imaj verebilmesi için doğaya ve çevreye saygılı olması, vergisini ödemesi, tüketici haklarına saygı göstermesi, işçi güvenliğini sağlaması, cinsiyet ayrımcılığından kaçınması, adam kayırmaması, kaçak işçi çalıştırmaması, asgari ücretin altında işçi çalıştırmaması, rakip firmalar aleyhinde reklam yapmaması, aldatıcı-yanıltıcı reklamlardan kaçınması, rüşvet alıp vermemesi gerekir.

KAYNAKÇA

- AKTAN, C. Can (2004), "İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Kavramı", <http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/meslek-ahlaki/is-ahlaki-kavram.htm> (20.8.2004).
- ALDAG, Ramon J. and STEARNS, Timothy M. (1991), Management, 2 nd ed., Cincinnati, Ohio: South Western Publishing Com.
- ARGÜDEN, Yılmaz (2004), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", Kal-Der Forum, Yıl 4, Sayı 13, 5-7.
- BARUTÇUGİL, İsmet (2004), Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, İstanbul: Kariyer Yayınları.
- BAYRAK, Sabahat (2001), İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk, İstanbul: Beta Yayınları.
- BİNGÖL, Dursun (2003), İnsan Kaynakları Yönetimi, 5. Bası, İstanbul: Beta Yayınları.
- DİNÇER, Ömer (1992), Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, 2. Baskı, İstanbul.
- ERGİN, Esin (1992), İşletme Politikası, İstanbul: Der Yayınları.
- HATİBOĞLU, Zeyyat (1995), İşletmelerde Stratejik Yönetim, İstanbul.
- HILL, Charles W.L. and JONES, Gareth R. (1989), Strategic Management: An Integrated Approach, Boston: Houghton Mifflin Company.
- LEWIS, P.A. (1995), Management Challenges in the 21 st Century, Minneapolis: St Poul-West Publishing.
- ÖZGEN, Hüseyin, ÖZTÜRK, Azim ve Azmi YALÇIN, (2001), Temel İşletmecilik Bilgisi, Adana: Nobel Kitabevi.
- ÖZTÜRK, Mehmet, (2003), Fonksiyonları Açısından İşletme Yönetimi, İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- SELİMOĞLU, S.K. (1997), "Muhasebede Meslek Ahlakı (Etik Yaklaşımı)", Türkiye III. Muhasebe Denetimi Sempozyumu, 30 Nisan-4 Mayıs, Alanya.
- ŞİMŞEK, M. Şerif, AKGEMCİ, Tahir ve Adnan ÇELİK, (2003), Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, 3. Baskı, Konya: Adım Matbaacılık.
- TUTAR, Hasan, YILMAZ, M. Kemal ve Cumhur ERDÖNMEZ, (2003), İşletme Becerileri Grup Çalışması, Ankara: Nobel Basımevi.
- YÜKSEL, Öznur, (2000), İnsan Kaynakları Yönetimi, Ankara: Gazi Kitabevi.