

55499

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İşletme Müh. Mustafa Şener

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 15 Ocak 1996

Tezin Savunulduğu Tarih : 8 Şubat 1996

Tez Danışmanı

: Doç. Dr. İsmail Hakkı BİÇER

Diğer Jüri Üyeleri

: Prof. Dr. Selime SEZGİN

Yar. Doç. Dr. Cemil ALBAYRAK

OCAK 1996

ÖNSÖZ

İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları konusunu seçmekteki amacımız, bu yönde yapılmış olan son derece kısıtlı sayıdaki araştırmaya güncel olan bir yenisini eklemektir. Yeterli ve yeni tarihli kaynak bulmakta oldukça zorlanmamıza rağmen bazı genç araştırmacıların, sadece makaleler şeklinde de olsa, yazılarıyla karşılaşmamız oldukça sevindiricidir.

Türkiye'nin hızla değişen sosyo-ekonomik yapısında, her ne amaçla kurulmuş olursa olsun, tüm işletmelerin topluma karşı olan sorumluluklarını belirleyip eksiksiz olarak yerine getirmeleri ülkemizin geleceği için hayati önem taşımaktadır. Tezimizde bu öneme dikkat çekip, sosyal sorumlulukların tanımı ve kapsamını belirledikten sonra daha mükemmel hale getirebilmek için çeşitli çözüm önerileri sunmaya çalışacağız.

Uygulama yapmak amacıyla seçtiğim Embil İlaç Ltd. Şti'nin her türlü kolaylığı gösteren ve içtenlikle tüm sorularımızı cevaplayan yönetici ve personeline teşekkürü bir borç bilirim.

İşletme Müh. Mustafa Şener

Ocak 1996

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	II
ÖZET.....	V
SUMMARY.....	VI
BÖLÜM 1. GİRİŞ.....	1
1.1. İşletmenin Tanımı, Önemi ve Amaçları.....	1
1.1.1. İşletmenin Tanımı.....	1
1.1.2. İşletmenin Önemi.....	3
1.1.3. İşletmenin Amaçları.....	5
1.1.3.1. Temel Ekonomik Amaçlar.....	6
1.1.3.2. İşletmenin Ekonomik Olmayan Amaçları.....	6
BÖLÜM 2. İŞLETMELER ve SOSYAL SORUMLULUKLARININ TANIMI ve KAPSAMI.....	8
2.1. İşletmelerde Sosyal Sorumlulukların Tanımı.....	8
2.2. Sosyal Sorumlulukların Kapsamı.....	10
2.2.1. İşletme Sermayesine İlişkin Sorumluluklar.....	10
2.2.2. İşletmelerin İstihdam Politikalarına İlişkin Sorumlulukları.....	12
2.2.3. İşletmelerin Personele Karşı Sorumlulukları.....	16
2.2.3.1. İşletmelerde Beşeri Kaynakların Önemi.....	16
2.2.3.2. Personelin İşe Adaptasyonu.....	17
2.2.3.3. Fiziksel Çalışma Ortamı Koşullarının Çalışana Göre Ayarlanması.....	18
2.2.3.4. Meslek İçi Eğitim ve Koordinasyonun sağlanması Terfii ve Ücretlendirme Politikaları.....	18
2.2.3.5. İşletmelerde İletişim ve Yönetime Katılma.....	20
2.2.4. İşletmelerin İş Ahlakı ile İlgili Sorumlulukları.....	22
2.2.4.1. İş Ahlakı ve Fırsatçı Politikalar.....	23
2.2.4.2. İş Ahlakı ve Reklam.....	23
2.2.4.3. İş Ahlakı ve Personel Politikaları.....	26
2.2.4.4. İş Ahlakı ve İdareye Karşı Yasal Yükümlülükler.....	26
2.2.4.5. İş Ahlakı ve İşletmelerin Borçları.....	27
2.2.4.6. İş Ahlakı ve İş Mücadeleleri.....	28
2.2.5. Tüketicinin Korunması ve İşletmenin Sorumlulukları.....	29
2.2.5.1. Tanım ve Dünya'daki gelişmeler.....	29
2.2.5.2. Ürünün Güvenliği Bakımından İşletmenin Sorumlulukları.....	33

2.2.5.3. Tüketicinin Bilgilendirilmesi Bakımından İşletmenin Sorumlulukları.....	38
2.2.5.4. Fiyatlandırma Bakımından İşletmenin Sorumlulukları.....	39
2.2.6 Çevre Sorunları ve İşletmeler.....	41
2.2.6.1. Tanımlar ve Dünya'daki Gelişmeler.....	41
2.2.6.2. Çevre Kirliliğinin Önlenmesinde İşletmelerin Sorumlulukları.....	44
2.2.6.2.1. İşletmelçi Sorumluluklar.....	45
2.2.6.2.2. İşletmedışı Sorumluluklar.....	46
BÖLÜM 3. UYGULAMA.....	50
3.1 Embil İlaç Ltd. Şti.....	50
3.1.1. İşletme Sermayesine İlişkin Sorumluluklar.....	50
3.1.2. İstihdam Politikasına İlişkin Sorumluluklar.....	51
3.1.3. Personele Karşı Olan Sorumluluklar.....	52
3.1.4. İş Ahlakı İle İlgili Sorumluluklar.....	53
3.1.5. Tüketicinin Korunması ile İlgili Sorumluluklar.....	54
3.1.6. Çevre ile İlgili Sorumluluklar.....	54
BÖLÜM 4. FİRMALARIN SOSYAL SORUMLULUĞU İLE İLGİLİ MEVZUAT.....	56
4.1. Birleşmiş Milletler Tüketicinin Korunması Rehberi.....	56
4.2. Tüketicinin Korunması ile İlgili Mevzuat.....	66
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	77
KAYNAKLAR.....	83
ÖZGEÇMİŞ.....	85

ÖZET

Bu çalışmada işletmelerin sosyal sorumluluklarının tanım ve kapsamı incelenmiştir.

Öncelikle işletmenin tanımı yapılmış ve amaçlarının neler olabileceği araştırılıp sınıflandırılarak sosyal sorumluluk olgusunun incelenmesi bu sınıflandırma üzerine kurulmuştur.

Sermayedarlar, istihdam, personel, piyasadaki rakipler, tüketiciler ve çevreye karşı olan sorumluluklar incelenmiştir. Bu inceleme sırasında tarihsel süreç, teknolojik gelişme ve insan ilişkilerindeki değişimlerin işletmenin sosyal sorumluluklarına olan etkisi neden-sonuç ilişkisi içerisinde açıklanmaya çalışılmıştır.

Tüm insanlığı doğrudan etkilemesi ve stratejik bir sektör olması nedeniyle ilaç sektörü temel alınarak mülakata dayalı uygulama yapılmış ve ülkemizdeki sosyal sorumluluk anlayışına örnek gösterilmiştir.

Sonuç bölümünde ise çözüm önerileri sunulmuştur.

İletişim ve bilgilendirmenin artması, yasal düzenlemelerin acilen yapılarak işlevsel bir denetimin kurulması, en önemlisi toplumsal yaşama bilincinin her bireye öğretilmesi kaostan kurtulmanın tek yoludur.

SUMMARY

THE DEFINITION AND EXTENSION OF THE MANAGERIALS AND THEIR SOCIAL RESPONSIBILITIES

In this work, the definition and extension of the management are investigated.

Firstly, the definition of the management is given and after this the aims of the management are examined and classified. Finally, the research of the social responsibility fact is constructed on this classification.

The social responsibility of management is to manage the economical activities without giving any damage to the society's, employees' and shareholders' interests. At this point, we have to accept that the management is an economical creature. In order to continue its creature management must make profit. The shareholders and managers decide what kind of social responsibility a management will take.

In the recent managements, the profit maximization is not the first target any more and there are many non-profitable organizations. Although the profit is not the first target, a management and its managers have the responsibility to the shareholders on the economical base. The economical responsibility is a right for the shareholders which must be protected by the management.

The responsibilities of managements by maintaining human resources has been investigated in this work. Managements should maintain job opportunities and solve the unemployment problem. This problem occurs not only in the developing countries; in the developed countries, in which robots has entered to the industrial process, as well. In our country, our population increases one million every year and this gives an important responsibility to the managements. It is a must to create an efficient atmosphere in order to overcome the unemployment problem. Surely, this is related to the governments policy as well. It is clear that the increase of unemployment creates social, political and economical damages and these affect the business environment very quickly. At this point, a successful manager has to remember his social responsibility and has to find solutions to decrease and prevent this problem.

Human resources are one of the main production elements that the managements have. It took time to take human and natural resources serious in the production process, because these could be found very easily. The development of the management science and human rights improved the importance of the human being in the managements. Because every thing is for

human being and the managements exist for the human targets and they are created by human being as well.

The responsibilities of the management about work morals are related to the activities in the system. It is a kind of responsibility which means honesty on a large scale. Sometimes the managements use the advantage of the demand surplus and lack of supply and increase the prices enormously and unjustly. As a result of this, they get very huge amounts of profit. Secondly, some managements make untrue advertisements and create bad images for their rivals. This is against the work morals and is forbidden by laws. The third topic about the work morals is the working conditions of employees; specially women and children. Although it is against to rules and laws, and social values, some managements offer jobs for the children under working age and imply a low price policy. The another topic which is related to the work morals is the tax obligations of the managements. In addition they have to pay their debts to the creditors on the right time. Otherwise a distrustful work life would affect not only the work morals of people, the economical relation as well. Besides these lock-out, strikes and boycotts are the activities which exist as a result of the work fights. We have to put them into the responsibility area. Whether they are rightful or not, these activities create negative effects on the third persons, and they may affect the whole country.

The Responsibilities of the Management about the safety of the Product:

Firstly, we should state that managements must have the responsibilities like introducing the product and giving informations about it. The management should make it clear which materials are used to produce this product. As a consumer we must be sure that this product doesn't have any danger. In addition a brochure or a prospectus should be inside or on the package of the product. If the consumer confirms all these informations after using the product, this means that the producer has made its obligation.

The Responsibilities of Managements to Customers by Giving Information.

a) The producers has to write all the informations about their products on the packages, brochures and advertisements very clearly.

b) These informations can be a positive point by the purchase of the product. They should be used after using the product and to solve any problems.

c) In addition, these consumers should know what would they do if they were not pleasent with the product.

d) By protecting the consumers, the most important topic is to make themm conscious of the product.

The Responsibilities of the Managements on the Price Determination:

The behaviour of the consumers has a very close relation with the prices which affect the purchase and comprehension of the product. If the consumers

haven't enough informations about the quality of the product or about the producer, they think that if the prices increases, the quality of the product increases as well. The producers should be honest by the price determination.

Ecology and environmental issues continue to become more important to the public, particularly as the industrial sector of the economy becomes less visible. Ecology- the relationship between people and their environment- is now legal as well as a societal issue for managers to consider. Pollution - the tainting or destroying of a natural environment - is the major ecological problem today. Water and air pollution are significant problems and they have a growing impact on business. This highlights the two major pollution questions society faces: Are the benefits of cleaning up pollution worth the costs? Are we willing to pay now for a future ecological benefit? While most of us recognize the current pollution problems, our willingness to pay for corrections is sometimes doubtful.

To improve our conscious of the social responsibility, the first must is education. Many moral values are learned in the social environment, in the family and society. Because of that general social values should be protected, and a national policy which is open-minded but traditionalist should be built. The strategy that is wanted to practise is like that, but in reality we don't make any changes while adopting the strategy from other countries. We use these strategies directly and don't try to adopt them according to our conditions. The different kind of education systems create different people, although they are from the same generation. As a result of that there is a huge gap among managers because of the different aspects of view.

The concept of corporate social responsibility it means distinguishing right from wrong and doing right. It means being a good corporate citizen. The formal definition of social responsibility is management's obligation to make choices and take actions that will contribute to the welfare and interests of society as well as to the organization's.

As straight forward as this definition seems, social responsibility can be a difficult concept to grasp, because different people have different beliefs as to which actions improve society's welfare. To make matters worse, social responsibility covers a range of issues, many of which are ambiguous with respect to right or wrong.

One reason for the difficulty understanding social responsibility is that managers must confront the question 'responsibility to whom'. From a social responsibility perspective, enlightened organizations view the internal and external environment as a variety of stakeholders. A stakeholder is any group within or outside the organization that has a stake in the organization's performance. Each stakeholder has a different criterion of responsiveness because it has a different interest in the organization. Important stakeholders are employees, customers, owners, creditors, suppliers and investors. Investors, owners and suppliers' interests are served by managerial efficiency, that is use of resources to achieve profits. Employees expect work satisfaction, pay and good supervision. Customers are concerned with decisions about the quality and availability of goods and services. Other important stakeholders are the government and the community. Most corporations exist only under the

proper character and licences and operate within the limits of safety laws, environmental protection requirements, and other laws and regulations in the government sector.

The first criterion of social responsibility is economic responsibility. This responsibility is to produce the goods and services that society wants and to maximize profits for its owners and shareholders.

Legal responsibility defines what society seems as important with respect to appropriate corporate behaviour. Business are expected to fulfill their economic goals within the legal framework.

Ethical responsibility includes behaviors that are not necessarily codified into law and may not serve the corporation's direct economic interests. To be ethical, organization decision makers should act with equity, fairness and impartiality respect the rights of individuals and provide different treatment of individuals only when relevant to the organization's goals and tasks.

Discretionary responsibility is purely voluntary and guided by a company's desire to make social contributions not mandated by economics, laws or ethics. Discretionary activities include generous philanthropic contributions that offer no payback to the company and are not expected.

The relationship of corporation's social responsibility to its financial performance concerns both managers and management scholars and has generated a lively debate. One concern of managers is whether good citizenship will hurt performance -after all, ethics programs cost money. A number of studies have been undertaken to determine whether heightened ethical and social responsiveness increases or decreases financial performance studies have provided varying results but generally have found that there is a small positive relationship between social responsibility and financial performance. These findings are very encouraging, because they mean that use of resources for the social good does not hurt the company.

Ethics and social responsibility are hot topics for managers in the 1990's. The ethical domain of behaviour pertains to values of right and wrong. Ethical decisions and behavior are typically guided by a value system. For value-based approaches that serve as criteria for ethical decision making are utilitarian, individualism, moral rights and justice. For an individual manager the ability to make correct ethical choices will depend on both individual and organizational characteristics. An important individual characteristic is level of moral development. Corporate culture is an organizational characteristic that influences ethical behaviour.

Corporate social responsibility concerns a company's values towards society. How can organizations be good corporate citizens? The model for evaluating social performance use for criteria; economic, legal, ethical and discretionary. Organizations may use four types of response to specific social pressures, obstructive, defensive, accommodative, and proactive. Evaluating corporate social behaviour often requires assessing the impact on organizational stakeholders. Techniques for improving social responsiveness include

leadership, codes of ethics, ethical structures, and whistle-blowing. Finally, research suggests that socially responsible organizations perform as well as - and often better than- organizations that are not socially responsible.



BÖLÜM 1 GİRİŞ

1.1. İŞLETMENİN TANIMI, ÖNEMİ VE AMAÇLARI

1.1.1. İşletmenin Tanımı

İşletme kelimesinin kökeni olan iş kavramının sözlüklerde kazanç sağlayıcı ve gelir getirici çalışma, değer yaratma faaliyeti, emek, çalıştırma, uğraş, yapılacak şey gibi çok çeşitli tanımları yapılmaktadır. Bu tanımlamalarda görülen ortak yön zorunluluk fonksiyonudur. Yani belli bir ekonomik amaca varma, bir çıktı (değer) yaratma zorunluluğudur. Dolayısıyla iş, insanın bir değer yaratmak üzere kullandığı bedensel veya fikri faaliyetidir.

İşletme kelimesinin sözlüklerde genelde iki türlü tanımı yapılmaktadır. 1. İşletmek eylemi 2. İşletmeyi sağlayan yönetim. Ancak bu tanımlamalar işletme yazarları tarafından daha geniş tutulmakta, iş hayatı ve işletme bilimi açısından ele alınarak şu anlamlarda kullanılmaktadır.

1. Bir alet, makina ve bu gibi bir aracı çalıştırma, ona iş gördürme.
2. Çeşitli faaliyetlerin görüldüğü yer, yani iş yeri.
3. Maddesel ve beşeri unsurlardan (sermaye ve personel) oluşan bir üretim birimi. (TOSUN, 1987, s.13)

İşletme bilimiyle ilgilenen çeşitli yazarların tanımlamalarıysa şöyle:

E. James'in tanımı: "Esas olarak piyasa için bazı mal ya da hizmet üretim amacı güden ve diğer organizmalardan finansal bakımdan bağımsız olan organizasyona denir. Bu tanıma göre işletme şu özellikleri taşır:

1. İşletme bir organizasyondur.
2. İşletme esas olarak bir mal veya hizmet üretim amacı güder.
3. İşletme piyasa için üretimde bulunur.
4. İşletme finansal özelliğe sahiptir.

H. Turchy'nin tanımı: "İşletme, iktisadi faaliyetin beşeri ve maddesel etmenlerin gruplanmış ve uyumlaştırılmış bir iktisadi birimidir."

N. Kaldor "Belli bir uyumlaştırma yeteneği birimine sahip bağımsız üretim etmenleri bileşimi"ne firma adını vermektedir.

E. A. G. Robinson, işletmeyi bir uyumlaştırma birimi saymakta ve büyüklüğünün bu birim tarafından sınırlandırıldığını belirtmektedir.

E. T. Penrose'un tanımı da Kaldor ve Robinson'un tanımına dayanmakta ve "yönetim birimi tarafından yönetilen bir üretim etmenleri topluluğu" olarak ifade edilmektedir.

W. Sombart ve G. Scholler de işletmeyi "belli bir amaca doğru faaliyette bulunan, bir grup bireyi bünyesinde toplayan toplumsal ve iktisadi bir kurum" olarak tanımlamakta ve işletmenin sınırlarını çizmektedirler.(TOSUN, 1987, s.14)

Birbirine yakın olan bu tanımlardan şu sonuçları çıkarmak mümkündür :

- 1- İşletme doğal ve toplumsal bir çevrede yaşayan bir organizasyondur.
- 2- Bu birim diğer birimlerden bağımsızdır ve belli sınırları vardır. Onlardan etkilenir ve onları etkiler.
- 3- Bu bakımdan bir uyumlaştırma birimidir.
- 4- İktisadi bir birimdir.
- 5- Maddesel ve beşeri öğelerden oluşur.

1.1.2. İşletmenin Önemi .

İşletmenin tanımı yapılırken onun bağımsız ve belli bazı sınırları olan, diğer birimleri etkileyen ve onlardan etkilenen bir iktisadi-beşeri organizasyon olduğu üzerinde durmuştuk. İşletmelere sistemsel olarak yaklaştığımızda gerek toplumun tümü gerekse belli çıkar grupları açısından taşıdığı önemi bu tanım içerisinde görebiliyoruz.

Her işletme bir çevreye sahiptir. Bu çevre bir sektör, bir bölge, ülkenin tümü ya da uluslararası bir ortam olabilir. Bu ortamda, faaliyette bulunan kendisi gibi faaliyette bulunan diğer birimlerden ekonomik, politik, yasal koşul ve beşeri yönlerden etkilenir. Kimi işletmeler vardır ki bir sektörü tek başına sürükleyebilir. O sektörü tamamen ele geçirebilir. Bazı işletmelerse yeni yasal düzenlemelerin yapılmasını etkiledikleri gibi, mevcut düzenlemelerin değiştirilmesi konusunda da baskılar oluşturabilirler. Diğer yandan işletmeler insanlarla insanlar için oluşturulan birer iktisadi birim olduklarından , toplumların idealindeki refah ve mutluluğun gerçekleştirilmesinde de temel fonksiyonlar görürler.

"Gerçekten günlük yaşayışımıza bir göz attığımızda yüzlerce kurum ve işletme biçimindeki işbirliği sistemleri ve gruplaşmalar ile karşılaşmaktayız. İçinde yaşadığımız aile ya da evden başlayarak kapımıza gazete, süt ve bu gibi şeyler getiren satıcılar, ayakkabımızı boyayan veya onaran küçük sanatkarlar, bindiğimiz araçlar, haberleşmeyi sağlayan PTT, ufak tefek gereksinimlerimiz için alış-veriş ettiğimiz mahalle bakkalı, lokanta, sinema, tiyatro, okul ve bu gibi çevremizi saran sayısız işletmelerin birkaçıdır. Toplum dediğimiz büyük ve yaygın işbirliği sistemi de ikinci derece de (işbirliği sistemlerine, işletme ve kurumlara) ayrılmadan, sahip olduğu insanlar, doğal ve teknik kaynaklar ne kadar zengin olursa olsun, bunları amaçlara doğru yöneltme (örgütlenme) olanağına kavuşamaz." (TOSUN, 1987, s.39)

İşletmeler, toplumun gereksinmelerini mal ve hizmet üreterek karşılırlarken kar elde etme amacı da gütmektedir. Elde edilen karlar bir büyüklüğe eriştiğinde onu hissedarlarına dağıtacakları gibi, büyüme amacıyla da çeşitli yatırımlara kullanacaklardır. Çünkü işletmeler, en az emek ve harcama ile bir fayda yaratma, ekonomik olarak üretimde bulunma konusunda seçim ve tercihler yapan iktisadi birimlerdir. Dolayısıyla etkin ve verimli bir biçimde üretimde bulunabilecek teknolojiler için yatırım

yapılacaktır. Böylece elde edilen karlar ve dolayısıyla yatırımlar arttıkça işletme mali, ekonomik ve teknik yönden bir büyüklüğe erişecek, bu büyüklük işletmeye toplumda belli bir güç kazandıracaktır. Bu güç, işletmenin toplumda pazarlık gücüne sahip olmasına ve çeşitli kuruluşları etkilemesine yarayacaktır. Böylece ekonomik güç aynı zamanda işletmeye sosyal güç de kazandırmış olacaktır. Zira ekonomik gücü yerinde olan işletmelerin etrafındaki çıkar grupları (istihdam ettiği kişiler, mal ve hizmet sunduğu müşteriler, faaliyetlerini sürdürdüğü mahalde oturanlar) üzerindeki toplumsal etki yapmak gücünü de arttıracaktır. Diğer taraftan biraraya gelen ve işbirliği yapan bireylerin amacını doğru bir bütün olarak yönlendirmek güçleşirken, hem işletmelerdeki personelin kendi aralarındaki, hem de personel ile diğer üretim etmenleri arasındaki uyum problemi ortaya çıkacak, ancak etkin bir organizasyon ile bu uyumsuzluğu giderme yolları aranacaktır. Artık belli bir büyüklüğe ulaşan işletme, üretimde bulunmak ya da amaçlara ulaşmak için temin edeceği parasal kaynağı daha ucuz, bol, kolay ve en az masrafla elde edebilecektir. (TOSUN, 1987, s.23)

Bu süreç durgun suya atılan cismin yarattığı dairesel genişleme gibi gelişerek büyüyecektir. Bu süreç içerisinde işletmeler;

- 1- Çeşitli istihdam olanakları yaratmaktadırlar.
- 2- Piyasalar için mal ve hizmet üretmektedirler.
- 3- Piyasalardan mal ve hizmet tedarik ederek diğer işletmeler açısından fayda yaratmaktadırlar.

Demokratik düzenin kurulması ve yerleşmesi bakımından çıkarların dengelenmesi konusunda da işletmelerin önemi büyüktür. Emeğin, anamalin (veya girişimin) ve devletin oluşturacağı güçlerin demokratik düzenin kurulmasında, gelişmesinde dengelenmesi gerekir. Gerek anamalcı, gerek devlet ve gerekse emeğin sahipleri açısından işletmelerin anlam ve önemi, bu grupların çıkarlarının işletme tarafından optimal düzeyde tutulmasında görülür. Bizim asıl araştırma konumuzu da bu oluşturmaktadır. İleriki sayfalarda sık sık bu gruplar açısından işletmenin önemi vurgulanacaktır. Güçler dengesinin sağlanmasında ekonomik gücün, bireylerin (özel teşebbüsün) elinde kalmasının optimal çıkarların dengelenmesinde zorunlu

olduğunu vurgulamak isteriz. Ancak bu gücün kullanılmasında diğer güçler aleyhine bir zarar meydana gelmemesi diğer güçlere de gereken önemin verilmesi ile olacaktır.

1.1.3. İşletmenin Amaçları

İşletme kurucuları ve sahiplerinin işletmeyi kurarken birtakım amaçları vardır ve bu amaçlar daha çok firmanın yaşaması ve gelişmesi etrafında öbekleşirler. Her ne kadar kuruluş amacı kurucular açısından belli bir gelir (kar) sağlamak olsa da bu daha çok firmanın yaşaması ve gelişmesine bağlıdır. Bu yüzden firmanın başta gelen amacını, varlığını sürdürmesi ve bunun için gelişmesi ve büyümesi, iktisadi çevreye uyması olarak niteleyebiliriz. O halde şu tesbit ve sonuç bu çerçevede doğru olmaktadır. " Amaç ne olursa olsun bunun gerçekleşmesi işletmenin yaşamasına ve gelişmesine bağlıdır." (TOSUN, 1987, s.22)

İşletme biliminin kurulmasına katkıda bulunan klasikler (ilk işletme bilimcileri) işletmenin temel amacını (özellikle daha küçük ve basit işletmeler için) oyunun kurallarına göre kar sağlamak olarak tanımlamışlardı. Ancak zamanla bunlara karşı tepkiler olmuş, kar amacının ikinci hatta üçüncü derecede kalması gerektiği vurgulanmıştır. Zira günümüz işletmeleri artık daha karmaşık ve gelişmiş yapıdadırlar. O zamankinden daha farklı rekabet piyasalarında faaliyet göstermektedirler. Konular, süreçler, yapılar sürekli değişim halindedirler. Yığınlar için üretim yapılırken anonim piyasalarda ve belirsizlik şartlarında çalışmaktadırlar. Hukuksal yapıları ise çok farklılaşmıştır.

Günümüz işletmelerinin amaçlarının farklı olacağını belirttik. Örneğin lüks bir lokantada artık kardan önce hizmet düşünülmektedir. Bazen mal ve hizmet üretmek ve onu pazarlamak ilk planda, kar ise ikinci planda kalmaktadır. İşletmeler, bu anlamda piyasayı elinde tutmak veya piyasayı ele geçirmek amacıyla olabilirler. Satışları belli seviyede tutmak, eğitim, sağlık hizmetleri sunmak, güzel sanatları geliştirmek amacıyla olabilirler.

Bu genel ve kısa girişten sonra işletmenin amaçlarını biraz daha açmak ve ileriki açıklamalarımızı sağlam temellere oturtmak istiyoruz. Zira esas inceleme konumuz işletmenin amaçları ile sıkı sıkıya bağlıdır. Çünkü artık

sosyal sorumluluklar amaç, işletmeler ise bu amaçları gerçekleştirecek araç olarak görülmektedir.

Günümüz işletmelerinin iki temel amacı vardır:

"Bunlardan birincisi temel ekonomik amaçlardır. İkincisiyse sosyal amaçlardır. Temel ekonomik amaçlar faaliyetlerden optimal kar elde edebilmeye dayanır. Sosyal amaçlar ise işletme faaliyetlerini etkileyen çıkar gruplarının amaçlarına bağlı bulunmaktadır ve bu bağlılık nedeniyle ortaya çıkmaktadırlar." (EREN, 1991, s.72)

1.1.3.1. Temel Ekonomik Amaçlar:

1. İşletme sahiplerinin ve işletmelerden daha fazla çıkar bekleyen yöneticilerin ve işçilerin temel güdüleme unsuru olan ve klasiklerden beri var olan karlılık.
2. İşletmelerin hem sayısal (kantitatif) hem de niteliksel (kalitatif) gelişmesi olarak ifade edilen büyüme amacı.
3. İşletmenin yaşamasını ve gelişmesini engelleyecek, geleceğin belirsizlik ve tehlikelerinin en aza indirebilmesi ya da ortadan kaldırabilmesi zorunluluğu olarak, güvenlik amacı.
4. İşletmenin geleceğe hakim olmayı gerektiren yönetim özgürlüğü amacı. (EREN, 1991, s.77)

1.1.3.2. İşletmenin Ekonomik Olmayan Amaçları:

"Bu amaçlar işletmenin çevresi ile ilgilidir. İşletmenin çevresi denince aklımıza çıkar grupları gelmektedir. Bu grupların yararını maksimize edebilmeleri için işletmeler nezdinde girişmiş oldukları faaliyetler kendileri için bir amaçtır.

Ancak, işletme açısından bu durum birtakım ödünler (tavizler) vermeyi gerektirdiği için, bazı hallerde ekonomik amaçlara ters düşen ekonomik olmayan amaçları oluşturur. Çünkü işletme birtakım ödünler verirken maddi yönden bazı özverilerde bulunmak zorundadır."

İşletmenin yaşaması ve gelişmesi için var olan ekonomik amaçların bir ölçüde sınırlayıcısı olan ekonomik olmayan amaçlar ne kadar ekonomik amaçlara ters düşse de veya onların güçlerini azaltsa da, aslında işletmenin çevresinde kabul görmesi, yaşayabilmesi ve gelişmesi için benimsenmek zorundadırlar. (EREN, 1991, s.103) Dolayısıyla modern işletmecilikte giderek önem kazanan bu amaçlar artık işletmelerin sosyal sorumlulukları adını almaktadır.

Çalışmamızın konusunu oluşturan sosyal sorumlulukları (sosyal amaçları) biz altı ana başlık altında toplamayı uygun gördük. Ancak, işletmelerin gelişmesi ve yeni durumların ortaya çıkması ile bu sorumluluk ya da amaçlar değişebilir veya artabilir.

1. İşletmelerin işletme sermayesine ilişkin sorumlulukları.
2. İşletmelerin istihdam politikalarına ilişkin sorumlulukları.
3. İşletmelerin personele karşı sorumlulukları.
4. İşletmenin iş ahlakı ile ilgili sorumlulukları.
5. Tüketicilerin korunmasına ilişkin sorumlulukları.
6. Çevre kirliliğinin önlenmesi ve çevrenin korunmasına ilişkin işletmelerin sorumlulukları.

BÖLÜM 2 İŞLETMELER VE SOSYAL SORUMLULUKLARININ TANIMI VE KAPSAMI

2.1. İşletmelerde Sosyal Sorumlulukların Tanımı

Teoride ve pratikte sosyal sorumlulukların tanımını değişik yazarlar değişik şekillerde yapmaktadırlar. Bir tanıma göre: "Sosyal sorumluluklar, bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, insanları memnun ve mutlu etmesine ilişkindir." (EREN, 1991, s.110)

Bir başka tanımla da: "İşletmenin sosyal sorumluluğu işletmenin ekonomik faaliyetlerinin işletme ile ilgili tarafların (toplum, yakın çevre, çalışanlar, hissedarlar) çıkarlarına zarar vermeyecek şekilde yönetilme " şekli diyebiliriz. Burada işletmenin bir ekonomik varlık olduğunu ve varlığını sürdürebilmek için kar elde etmesi gerektiğini veri olarak kabul ediyoruz. Bu tanımlamadan sonra herhangi bir işletmenin ne kadar toplumsal sorumluluk yüküneceğine işletmenin hissedarları ve yöneticilerinin karar vermesi gerektiği görüşüdür. (BRADSHAW ve VOGEL, 1981, s.133)

Bir deyiş ile: "İşletmenin sosyal sorumlulukları yeni bir fikirmiş gibi gözükse bile eskilere dayanır, bu da son zamanlarda işletmelerinin sosyal sorumluluklarının arttığını ifade eder.

Gün geçtikçe artan sorumlulukları yerine getirerek ileri kuşaklara sorunlarla dolu bir toplum bırakmamalıyız. "(BRADSHAW ve VOGEL, 1981, s.117)

Cay G. Eklund, Equitable Life Assurance Society of the U. S. Genel Müdürü'nün bir söyleşi: " Kabul etmeliyim ki kar amacı güden geleneksel tutucu bir işadımıyım. Fakat işletmenin en büyük amacının karı maksimize etmek olduğuna inanıyorum. Herhangi bir işletmenin en büyük amacı o iş alanındaki varlığını kalıcı kılmaktır. Kısa dönemdeki planlarda işletmenin başarısı için kar etmesi gerektiği sanılır. Oysa uzun dönemdeki başarısı işletmenin sosyal beklentileri karşılayıp karşılayamamasına bağlıdır. İşletmeler insanların güvenlerini yitirmemelidirler. İşletmeler üzerinde neyin

kabul edilebilir olabileceğini tayin edenler daima İnsanlar olacaktır. Müşterilerin beklentilerini tatmin etmek başarının anahtarıdır ve işletmenin devamı için en emin yoldur. İşletmelerin başarıya ulaşmaları sadece yasal yoldan değil, ayrıca açık, adil ve insancıl yollarla olmalıdır. Kısaca, sosyal sorumlulukları bilerek hareket etmeliyiz. Dürüstlüğün ve adilliğin standartlarına başvurmalıyız."

Kar Maksimizasyon İlkesi ve Sosyal Sorumluluk:

Bu deyişe karşı olan ekonomist Milton Friedman'e göre, "işletmelerin tek sosyal sorumluluğu karlarını arttırmaktır. Friedman, "the social responsibility of business is to increase its profits" başlıklı yazısında bu tezini savunmuştur. (CHRISTENSEN, BERG, SALTER, STEVENSON, 1985, s.54)

İşletmelerin karı maksimize etme sorumlulukları ile sosyal sorumlulukları arasında zaman zaman beliren ayrılıklar doğaldır. Kar maksimizasyonu ilkesine davranış bilimcileri karşı çıkmışlar ve bu teorinin kar maksimizasyonunda temel faktör olarak beşeri unsurun tutumu ve güdülenmesi hususunda eksik kaldığını, dolayısıyla gerçeklere uygun düşmediğini meydana çıkarmışlardır. (EREN, 1991, s.72)

Kar maksimizasyonu ilkesine karşı sorumluluk ilkesinin bazı hallerde önem kazandığı bilinmektedir. (ÖZBAŞAR, 1979, s.43) Sonuç olarak da işletme sadece karını maksimize etmeye çalışsa bile bunun bir çok durumda kendisi için rasyonel olmayacağı açıktır.

Sanayileşme İlkesi ve Sosyal Sorumluluk:

Sanayileşme ile sosyal sorumluluk birbirleriyle çelişkili iki süreç ve yaklaşımdır. Sanayileşme, ülke kaynaklarının diğer alanlardan çekilip sanayi alanına kaydırılmasını gerektirir. Sosyal Sorumluluk ise, çoğunlukla sanayileşmenin getirdiği sorunların çözülmesine yöneliktir. Sosyal sorumluluk içeriğinde yer alan sorunların büyük bir bölümü sanayileşme sürecinin içinde yerleşik bulunmaktadır. Bir tarım ülkesinde sosyal sorumlulukları incelemenin gereksiz olduğu düşünülebilir. Sanayileşmenin beraberinde getirdiği kaynakların hızla tüketilmesine ve doğal çevrenin (hava, su, toprak) hızla kirlenmesine yol açan teknoloji kullanımı, bozuk ve kötü kentleşme, suç oranının ve işsizliğin artması v.b. sorunların çözümü sınırlı ulusal kaynakların bu alanlara yönelmesini gerektirir. o halde bütçelenen kaynakların,

sanayileşme yanısıra, sosyal sorumlulukların yürütülmesine de ayrılması gereklidir. (ÖZBAŞAR, 1979, s.43)

2.2. Sosyal Sorumlulukların Kapsamı

2.2.1. İşletmelerin İşletme Sermayesine İlişkin Sorumlulukları

Sosyal sorumluluk kapsamına giren bu ilk konunun önemi, işletmeyi oluşturan üretim etmenlerinden sermayenin veya anamalin alternatif kanallara yöneltilmeden, başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak için hizmet veya mal şekline dönüşmesinden kaynaklanır. Zira sermaye sahipleri, başkaları için mal ve hizmet üretmek üzere sermayesini belli yatırımlara yönlendirirken çeşitli seçenekler arasından yalnızca birini seçmektedirler.

" İşletmenin en önemli kaynağı sermayesidir. Sermaye sağlayan hissedar bunun karşılığı alternatif değerlendirme yollarından vazgeçmeyip, sermayelerini banka faizine, ev, arsa ve benzeri gayrimenkullere, kıymetli taşlar ve madenlere yatırmış olsalardı, işletmelerin sayı ve büyüklük açısından çoğalıp, gelişmesi mümkün olmayacaktı. (EREN, 1991, s.111) İşletmesinin var olmasının ana nedeni sermaye ve sermayenin alternatif değerlere yöneltilmeden mal ve hizmet üretimi için işletmeye kanalize edilmesidir. O halde diyebiliriz ki sermayenin bu şekilde kullanılmasının bir amacı, getirisi vardır. Bu da organizmayı oluşturan kişi ya da grupların, daha doğrusu sermayedarların amacıdır. " İşletme, başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal ve hizmet üretmek ve sahibine kar sağlamak amacıyla faaliyet gösteren iktisadi bir birim " (MUCUK, 1987, s.25) olarak tanımlanabildiğine göre bu dar tanımlamadan yukarıdaki açıklamalara paralel olarak işletme sahiplerinin ilk amacının kar elde etmek olduğunu çıkartmaktayız. " Klasik iktisatçılardan beri geleneksel olarak işletmenin "kar sağlamak amacıyla" kurulduğu ve "müteşebbisin maksimum kar peşinde koştuğu" varsayımı genellikle kabul edilmiştir. Pazara dayalı, kapitalist - ya da daha doğru bir ifade ile "karma" - ekonomilerde özel işletmelerin ana amacının kar maksimizasyonu oluşu nedeniyle, yatırımların en karlı alanlara yöneleceği, karlı çalışabilen işletmelerin büyüyüp gelişeceği, aksi halde pazardan çekilecekleri ileri sürülür ". (MUCUK, 1987, s.27) Günümüz işletmelerinde ise kar maksimizasyonu artık birinci amaç olmaktan çıkmış, ikinci hatta üçüncü konuma gelmiştir. Kar amacı gütmeyen işletmelerden bile bahsedilmektedir. Ancak işletmede her ne kadar kardan

söz edilmese de veya ikinci planda kalsa da, işletmelerin ya da işletme yöneticilerinin işletme sermayedarları ya da pay sahiplerine amaçlar doğrultusunda alternatif kanallara yöneltilmeyen sermayenin bir karşılığı olarak, sorumluluğunun bulunması gerekir. İşletme açısından bu sorumluluk sermayedarlar açısından da bir hak durumu yaratmaktadır. Bu sorumluluk, sermayedarların sermayelerinden doğan haklarını koruma ve onlara bu konuda yardımcı olma sorumluluğudur.

İşletmeler, sermayeden kaynaklanan ve bir amacın getirisi olan karın sermayedara ulaştırılması yanında, yine sermayeden kaynaklanan kanuni yükümlülükleri de dikkate almak durumundadırlar. Buna göre işletme kurulurken veya kurulduktan sonra payın kazanılması, pay sahipleri ile işletme arasında birtakım ilişkiler doğurmakta, bu ilişkiler gereğince de pay sahibi ya da sermayedar birtakım hak ve borçlara, sorumluluklara sahip olmaktadır. Böylece her pay, bir "pay sahipliği mevki" yarattığından şirketteki pay, pay adedi kadar da pay sahipliği mevki ortaya çıkarmaktadır. Bir hissedar ne kadar paya sahipse, o kadar da ortaklık mevkiini doldurmakta, pay sahibi haklarına ve borçlarına sahip olmaktadır. Bu haklar, iktisadi olabileceği gibi, iktisadi olmayan oy hakkı, azınlık hakkı, bilgi edinme hakkı v.b. gibi işletmenin hukuki şekline ve büyüklüğüne göre değişebilen ve tabii ki sermayeden kaynaklanan haklardır. Dolayısıyla bu haklar işletmenin ya da yöneticilerinin sorumluluk alanına girmekte ve işletme yöneticileri bunları dikkate almakla yükümlü kılınmaktadır.

Pay sahibi, kanun ve ana sözleşme hükümlerine göre ortaklara dağıtılmaya tahsis olunan safi kazanca, payı nisbetinde iştirak hakkına sahiptir. Dolayısıyla hissedarların kar payı alma hakkı müktesep hak olma niteliğini kazanmaktadır. Bu hakkın sınırlandırılması mümkün ise de, özüne dokunulması veya tamamının kaldırılması söz konusu olamaz.

Kar dağıtımına ilişkin en önemli sorun karın usulüne uygun dağıtılmamasından kaynaklanmaktadır. Burada kar hissedarlara ödenmediği halde ödenmiş gösterilebilir veya gerçek kar olmayabilir. İşte bu gibi hususlarda da kanuni yükümlülükleri yerine getirme sorumluluğu vardır ve işletmelerin veya yöneticilerinin sorumlulukları bu çerçeveden de ele alınmalıdır.

Diğer taraftan alternatif kanala yöneltilmeyen sermayenin kullanılması konusunda, işletmelerin sermaye sahiplerine olduğu gibi topluma karşı da sorumlulukları vardır. Çünkü sermaye işletmenin temel varlığından başka ulusal kalkınmanın ve gelişmenin de bir aracıdır. Biz burada üretim etmenlerinin kullanıcısı olan işletmelerin sadece sermayenin değil, üretim etmenlerinin de birer emanetçisi olmadı sıfatıyla hareket etmesi gerektiği görüşüne katılıyoruz. " Girişimci, anamalcının malını kiraladığı zaman onu korumak, verimlendirmek ve zamanında sahiplerine geri ödemek zorunda olduğu gibi , kendi anamalına karşı da en az aynı ölçüde sorumludur; "anamal benimdir, ister değerlendirir, ister batırırım" diyemez. Çünkü batan anamal ulusal tasarrufun bir kısmının yok olduğunu ifade eder. Çağdaş işletmecilik ve sosyal devlet anlayışına göre, bir bireyin elinde bulunan tasarruf veya anamal, sadece o bireyin değil toplumun da malıdır. Öyleyse birey bunu kendi yararına olduğu kadar toplumun yararına da kullanmak yükümlülüğündedir; onu harcayamaz, toplumun genel çıkarına aykırı amaçlar için kullanamaz. " (TOSUN, 1990, s.6) Böylece işletme yöneticileri sermayenin kullanımında birer emanetçi sıfatıyla ve sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmek durumundadırlar.

O halde bu ilk sorumluluk türünü ele alırken, "sermayenin yarattığı pay sahipliği hakları ile sermayeye ilişkin kullanım olanaklarını" birlikte ele alıp, sorumluluk çerçevesinin genişletilmesi gerekir kanısındayız.

2.2.2. İşletmelerin İstihdam Politikasına İlişkin Sorumlulukları

Burada işletmelerin personel temin ederken uyması gereken sorumluluk konuları üzerinde durulacaktır. " İşletmeler topluma istihdam olanakları sağlayarak, işsizlik sorununun çözümüne yardımcı olmalıdırlar. Günümüzde artan nüfusun yanında teknolojik gelişmelerin ve otomasyonun da işsizlik sorununu gündeme getirdiği, sadece gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş toplumlarda robotların endüstriye girmesiyle istihdam güvenliğinin tehlikeye girdiğini görmekteyiz. " (EREN, 1991, s.115) Her yıl nüfusuna bir milyon insanın katıldığı ülkemizde de bu konuda işletmelere düşen sorumlulukların önemi daha da artmakta, istihdamın geliştirilmesini sağlayacak ortamın yaratılması, bu çerçevede ilke ve politikaların oluşturulması kaçınılmaz olmaktadır. Tabii ki bu problemin çözülmesi ülkenin izlediği politikayla ilgili olsa da işletmelere sorumluluklar yüklemektedir. " İşsizliğin artması sosyal, politik ve ekonomik açıdan sakıncalı olduğuna ve bundan iş dünyası er geç

zarar göreceğine göre ileri görüşlü bir iş adamı ve yönetici işsizliğin azaltılması karşısında sosyal sorumluluklarından birini hatırlamak ve kendi çapında işsizliği azaltıcı ve önleyici önlemlere başvurmak durumunda ve zorundadır. " (TOSUN, 1990, s.16)

Yeni kurulan bir işletmede her göreve, faaliyette bulunan bir işletmedeyse değişiklikler veya genişletmeler nedeniyle yeni açılan görevlere ya da çeşitli nedenlerle mevcut iş gücünden ayrılmalar nedeniyle boşalan görevlere işgören adaylarını bulmak için yapılan faaliyetler bütününe "işgören bulma" veya "personel tedariki" ismi verilmektedir. Böylece personel tedariki, boş olan görevlerin gerektirdiği mesleki yetiştiklik ve iş deneyimlerine uygun işgören adayların bulunması ve işletmelerde çalışmaya teşvik edilmeleri çabalarını içerir. " (DEVELİ ve UZUNÇARŞILI, 1989, s.6)

Bir organizma olarak nitelediğimiz işletmenin insansal yönünün güçlü olması ve bu yönün diğer üretim etmenleri ile uyumunun sağlanması personelin tedariki ile başlar. Ancak seçilecek personelin miktarı, nitelikleri ne olacaktır ve personel hangi işler için temin edilecektir? İşletmeler bu gibi soruların cevabını bulmadan personel temini yoluna gitmemelidirler.

" İşgörenlerin başlangıçta iyi seçilmemeleri ve/veya işyerlerinin gelişen yapısına uyum sağlayamamaları günümüz işletmelerinin temel sorunları arasında yer almaktadır. Çünkü işgörenin bilgi ve yeteneği ile üstlendiği işin gerektirdiği yapısal özellikler arasındaki uyumsuzluk maliyetleri arttırıp, çalışanların tatminini azaltmaktadır. " (ERDOĞAN, 1990, s.67) Personelin tedarik safhasında iyi seçilmesi, hem işletmenin amaçları doğrultusunda personelin yönlendirilmesini hem de maliyetlerin azalmasını sağlayacak, işletme maliyetlerinin düşmesi de ülke ekonomisine yansımaktadır. Personelin seçiminde gerekli özenin gösterilmemesi uyumsuzluk sorununu yaratacak, bunun sürekliliği ise personelin devir hızını arttıracaktır. Personel devir hızının yüksekliği, işletme içinde kalan personelin moralini düşürecek, kullanılan makina ve aletlerin yanlış kullanılması sonucunda da maddi kayıplar meydana gelecektir. Dolayısıyla işletmelerin personel tedariki yolunda geliş güzel değil, sistematik şekilde hareket etmeleri, insan gücü planlamasını yaparak, tutarlı personel politikası izlemeleri gerekmektedir. " İşgören seçimine gereken önemi vermeyen işletmeler bir yandan kendi verimliliklerini azaltırken, aynı zamanda işe yanlış alınmaları ya da alınmamaları nedeniyle işgörenleri ekonomik ve psikolojik yıkıma sürüklemektedirler. Yeteneklerinin

çok üstünde ya da çok altında bir işe alınmaları nedeniyle daha sonra işten uzaklaştırılan veya uzaklaşan işgören ise işsizlik , moral düşüklüğü ve aşağılık duygusu içine girmektedir. " (DERELİ ve UZUNÇARŞILI, 1989, s.7) Bu yüzden öncelikle içinde bulunulan durumun ve hedeflerin açıkça tanımı yapılmalı, ardından harekete geçilmelidir.

Yapılacak iş açık bir şekilde tanımlanırsa, personel de kendisinden ne istendiğini bilir. Açık işleri "en elverişli aday" temeline dayanarak dolduran yönetici, muhtemelen, diğer nedenlere dayanan seçimlerden daha etkili kişileri seçmiş olacaktır. Dolayısı ile işin özelliklerinden açıkça bahsedilir ve personele benimsetilebilirse, motivasyon yüksek, işe gelmeme, iş değiştirme olayları daha az olacaktır kanısındayız.

Personelin tedarikinde üzerinde durulması gereken bir diğer sorumluluk konusuysa "adalet ilkesi"dir. İşletmelerin istihdam olanakları sağlarken cinsiyete, ırka ve sosyal sınıflara eşit davranması ve istihdam olanaklarını ayırım gözetmeden herkese eşit bir şekilde sunması gerekir. İşletmeler işe alınacak personelin özelliklerini tayin ettikten sonra, aynı özelliklere sahip kişiler içerisinden objektif olarak seçim yapmakla yükümlü olmalıdırlar. Türkiye'de henüz personel seçiminde uygulanan yöntemler klasik mülakat aşamasını geçmemiştir. Birkaç büyük firmada uygulanan test yöntemleri yaygınlaşmamıştır. Bu durumda klasik mülakatlar yanıltıcı olmakta ya da mülakat yapılırken hissi durumlar ön plana gelmektedir. Ya da tavsiyelerle eleman alımı durumuna gidilmektedir. Böylece beceri, tecrübe, uzmanlık, eğitim durumu gibi özellikler ikinci planda kalmakta, yaygın deyim ile kayırmacılık ön plana çıkmaktadır.

Personel tedarikinde bir başka sorumluluk konusu, işletmelerin kendilerine başvuracak orta öğretim ve üniversite öğrencilerine paralı ya da parasız staj olanakları sağlayarak, onların gelişmelerine yardımcı olmalarıdır. İşletme bu durumda, çıkartılacak kanun, yönetmelik ve kararnameler çerçevesinde okuyan öğrencilere olanaklar yaratırken , ilerde işletmelerin kendisine eleman temini konusunda yardımcı olacak, kendisinin yetiştirdiği elemanı kendi işyerinde istihdam edebilecektir. Bu durum, aynı zamanda okul-iş hayatı işbirliğinin sağlanmasında işletmelere düşen sorumluluk bilincinin yerleşmesine katkıda bulunacaktır.

Yine ıraklık ve meslek edinme kurslarını işletmeler kendileri aarak ya da böyle kurslara maddi katkılarda bulunarak işsiz gençlerin iş imkanlarına kavuşmalarına yardımcı olmak bir başka zorunluluk konusudur. Avrupa'da birçok gelişmiş ülkede zorunlu öğretimden sonra meslek okulları devreye girmekte, 16 yaşında okulu bitiren gençlerin % 90'ı ya işletmelerde ya da meslek okullarında bir eğitim programına alınmaktadır. Böyle uygulamalar ülkemizde henüz yenidir, yaygınlaştırılması ve daha çok kişiye kapsayarak Avrupa düzeyine çıkarılması işletmelerin sosyal sorumluluk alanına giren önemli konulardır.

İstihdam konusunda işletmelere düşen sorumlulukların sonuncusu ise, "hapisten çıkmış eski mahkumlara, doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle sakat kalmış kimselere, rahatsızlığı çalışmaya engel olmayan kronik hastalara iş vermek ve istihdam olanakları tanımakla ilgilidir. " (EREN, 1991, s.115) Her ne sebeple olursa olsun hapse girmiş kişilerin cezalarını çektikten sonra onların topluma kazandırılması tüm toplumun ortak sorumluluk konusudur. Bu açıdan işletmelerin üzerine düşen görevler de büyüktür. İş Kanunu'muzda bu konuda düzenlemeler getirilmiştir. O kişiler toplumdan çekindikleri için toplumun kendilerini ikinci sınıf vatandaş olarak nitelediğini sanmaktadırlar. Bu insanların diğerk işilerden farklı yanlarının bulunduğunu kendilerine hissettirmek firma açısından üzerinde özellikle durulması gereken konudur. Diğerk yandan sakat kişilerin de toplumun üretici sınıfına katılması, onlara hem maddi hem de manevi açıdan verilebilecek en değerkli şeydir.

2.2.3. İşletmelerin Personele Karşı Sorumlulukları

2.2.3.1. İşletmelerde Beşeri Kaynakların Önemi

Günümüz işletmelerinin sahip olduğu üretim etmenlerinden en önemlisi beşeri kaynaklardır. Daha teknolojinin kıt, doğal kaynakların ve insan gücünün bol olduğu dönemlerde insanın önemi işletmelerde yeteri ölçüde kavranmamıştı. Bu yüzden sanayide kullanılmaları da diğer üretim etmenlerinden farklı olarak görülmüyordu. Özellikle yönetim biliminin gelişmesiyle birlikte insan haklarının da gelişmesi işletmelerde insanlara verilen önemi arttırmıştır. Çünkü herşey insanlar içindir, işletmelerde insanların amaçları için var olur ve insanlar tarafından oluşturulurlar.

Diğer taraftan üretimin etkin ve verimli olarak yapılması ve yürütülmesinin en önemli unsurunun insan olduğu artık tartışılmayan bir olgudur. Beşeri kaynaklar olmadan fiziksel kaynaklar (bina, araç gereç, makina v.s.) kullanılmazlar. Bu yüzden işletmelerde insanlara verilen önem diğer kaynaklardan farklı olmak durumundadır. İşletmelerde insana verilen önemin göstergesi ise, insanların gereksinimlerinin araştırılması ve bu gereksinimlerin tatmin edilmesidir. Beşeri ilişkilere verilen önemin artmasıyla insan gereksinimlerinin tatmini konusunda bir takım yaklaşımlar ileri sürülmüş, daha sonra bu yaklaşımlar işletmelerin sorumluluk alanına sokulmuştur. " İş hayatında insan istediği işi ve bu işin kendi bilgisi ve yeteneği bölümüne giren kısmını elde ettiği süreçte işinde ve işyerinde daha verimli çalışacaktır. Hemen ekleyelim ki, kendisine uygun bir işyeri verilen kimseye, aynı zamanda maddi ve manevi ihtiyaçlarını tatmin olanağı sağlamak durumu ile karşılaşırız. Arzu ve ihtiyaçların tatmin edilmediğini gören kimseler olumsuz birtakım tutumlara sahip olacaktır. Böylece tatminsizlik hali ve uyuşulmazlığa yol açılmış olacaktır. İş ile ilgili şikayetler ve bunun sonucunda ortaya çıkan olumsuz tutumlar üç kısımda incelenebilir. Bunlar:

1. İşin yapılış koşullarına ve iş aletine bağlı şikayet ve tatminsizlikler

2. Belli bir işte çalışma sonucunda elde edilecek maddi çıkarılara ilişkin şikayet ve tatminsizlikler

3. Takdir edilme ve sosyal prestij durumuna ilişkin şikayet ve tatminsizlikler

İşletmeler insanların mutluluğu için var olurlar. İşletmelerin bünyelerindeki insanların da bu mutluluğun gerçekleştirilmesinde tatmin olmaları bir bakıma onların da mutlu olmalarına bağlı değil midir? O halde iş hayatında insanların tatmin edilmesi işletmenin en önemli sorunlarından ve sorumluluklarından olmalıdır.

2.2.3.2. Personelin İşe Adaptasyonu

Bu sorun insanların tatmini konusunda işletmelere düşen ilk sorumluluk konusudur. İnsanlar işe başladığı ilk günlerde henüz tanımadığı ve bilmediği pek çok durumla karşılaşacak, belirsizlik ortamında birtakım korku ve sıkıntılarla çekingen davranacaktır. Özellikle daha önce iş tecrübesi olmayan kişiler için bu çekingenlik daha yüksek olacaktır. İşte bu çekingenliğin işletmeler tarafından kısa sürede giderilmemesi çalışan açısından uyumsuzluk yaratacak ve sistem ile ters düşmesine neden olacaktır. Dolayısıyla daha işin başında ortaya çıkan tatminsizlik ileride işletmelerin yeni elemanlar peşinde koşmalarını zorunlu kılacaktır. İşgörenlerin çalışma ortamında mutlu olması işe ilk başladığı günlerde kendisinin alacağı tatmin duygusuyla orantılı olarak gelişir. Yeni işgörenin işletme ile uyumunun sağlanması için ona yardım edilmesi, işletmedeki durumunun evinden veya başka bir yardan farklı olmadığıнын hissettirilmesi gerekmektedir. Bunun için birtakım araçlar ve yöntemlerden yararlanılmaktadır:

1. Konferanslar
2. Tanıtıcı el kitapları ve broşürler, organizasyon şemaları
3. Yıllık faaliyet raporları, mamül katalogları, satış broşürleri
4. İş güvenliği ile ilgili yayınlar
5. İşletme, teknoloji üretim v.s. ile ilgili olarak hazırlanmış olan film ve dia pozitifler
6. İşletme içi geziler

2.2.3.3. Fiziksel Çalışma Ortamı Koşullarının Çalışana Göre Ayarlanması

Çalışanların fiziksel ya da psikolojik yapısına etki edebilecek olumsuz durumların giderilmesini içeren bu sorumluluk türü aynı zamanda işletmede verimin arttırılmasında en önemli etkenlerdendir. Bu sorumluluk türü çalışılan yerin yeterince aydınlatılması, sıcaklığının ve havalandırılmasının insan için en uygun seviyede tutulması, aşırı gürültünün önlenmesi, temizliğinin sağlanması ve bunun için gerekli araçların bulundurulması, olanakların yaratılması gibi birçok tedbir ve önlemi içine almaktadır. Mevzuatımızda bu konuda ayrıntılı düzenlemeler mevcuttur. Konu hakkındaki düzenlemelere ileride değinilecektir. Ancak işletmelerin alacağı önlemlerin ve bulunduracağı araç ve gereçlerin kendi iradesi ile sağlaması çalışanların korunması açısından bir yükümlülüktür. Kanunlarda yazılı olan yükümlülükleri aktif hareketlerle uygulamaya geçirmek gerekmektedir. Bu konuda işçilerin alacağı tedbirleri de maddi ve manevi açıdan desteklemek kaçınılmaz olmaktadır. Örneğin, kanunen zorunlu kılınan "İşçi sağlığı ve iş güvenliği kuralları"nın oluşturulması ve bunların çalışmalarına yardımcı olunması gibi. Çünkü bu kuralların oluşturulması ve çalışması işçiler açısından iş güvenliğinin sağlanmasında en etkili yöntemdir.

2.2.3.4. Meslek İçi Eğitim ve Koordinasyonun Sağlanması Terfii ve Ücretlendirme Politikaları

Meslek içi eğitim, çalışanın yeniliklere karşı yetiştirilmesini, meslek içi koordinasyonunda çalışanların hem işletmedeki maddi kaynaklarla hem de beşeri kaynaklarla uyumunun sağlanmasını içerir.

Çalışanlar ile makineler arasındaki uyum ve çalışanların kendi aralarındaki uyum özellikle çağın getirdiği hız unsuru karşısında sürekli bilgi yenilemeyi zorunlu kılmaktadır. Personelin eğitime önem veren işletmeler teknolojik işsizlik karşısında eğitim yoluyla istihdam politikalarına katkıda bulunmaktadır. Elbette bunu yaparlarken maddi açıdan bazı külfetlere katlanacaklardır. Ancak bunu göze almaları kendilerinin piyasada kalmalarına da yardımcı olacaktır. Sürekli yeniliğe açık ve vasıflı elemana sahip işletmelerin insansal yönü güçlü olacak, insansal yönü güçlü olan işletmelerin de rekabet gücü yüksek olacaktır.

Personelin eğitimi çeşitli şekillerde olabilir: Seri konferanslar, ders ve toplantılar, makinalar üzerine pratik çalışmalar gibi. Önemli olan bu tür çalışmalarla personelin yetiştirilmesi ve uyumun sağlanmasıdır. Personelin işe uyumunun sağlanması, işin gerektirdiği nitelik ve yeteneklerle işi yapan kişinin sahip olduğu nitelik ve yetenekler arasında bir uygunluğun bulunmasını işi yapan kişinin işinden tatmin duyması ve işinde daha verimli olması ile ilgili faaliyetleri kapsar. " (EREN, 1990, s.243)

Bu arada belli yetenek ve beceri kazanan personelin ücret ve terfii bakımından ödüllendirilmesi gerekir. Bu tür ödüllendirme işe uyumun sağlanmasında ve emek yönünden veya bilgi yönünden aylak kapasitenin meydana gelmemesi bakımından önemlidir. İstihdam edilenlere sağlanabilecek gönüllü uygulamalarda işletmelerin piyasadaki görünümüleri açısından önemli olduğu kadar işgörenlerin işteki verimlerini ve uyumlarını sağlamada da önemli olmaktadır. Gönüllü uygulamalar genellikle kanunlarla sağlanan zorunluluklar dışında işletmelerin kendisinden gelen ve personelin sosyal yönden gelişmesine katkıda bulunan programlardır. Bu programla firmaların mali olanaklarına, çalışanların tercih ettiği sistemlere göre değişebilir. Tatil ödemeleri, sağlık ve özel hayat sigortası ödemeleri, çeşitli primler v.b. uygulamaları kapsar.

Meslek içi uyumun sağlanmasında, tatminsizliğin bir başka nedeni olan monotonluğun önlenmesi de önemlidir. Monotonluk; teknolojik gelişme ve aşırı iş bölümünün yarattığı, bir işin sürekli ve aynı tempoda tekrarlanarak yapılması, bunun sonucunda ortaya çıkan bıkkınlık olarak tarif edilmektedir. İşletmeye düşen görev, işin değiştirilmesi mümkün olmuyorsa onun geliştirilmesi ya da işgörenin seyyaliyetinin sağlanmasıdır. Bunun yanında çalışanın çalışma şeklinde birtakım değişiklikler de yapılabilir. İşin yapılma sürati, çalışma süresi değiştirilebilir, müzikten yararlanılabilir v.b.

Alışanların kendi aralarında uyumun sağlanması da bir başka sorumluluk konusudur. Personelin iş ile uyumu sağlanırken kendi içinde de uyumuna dikkat edilerek ast-üst ilişkilerinin iyileştirilmesi yoluna gidilmelidir. "Artık yönetimde, 'efendi emreder, köle itaat eder' anlayışı bitmiştir. Kariyerlere, statülere ve haklara karşılıklı sevgi ve anlayış vardır. Efendi-köle ilişkisinin temeli olan karşılıklı güvensizlik olayının günümüzde anlaşılabilir ve uygulanabilir yanı yoktur. Hakları korumada ve gözetmede her iki tarafa da

düşen görevler vardır ve bu görevlerden sıyrılmak, sorumluluktan kaçmak anlamını taşımaktadır. " (Ekonomi Bülteni Gazetesi, 14-20 Ağustos)

Personelin kendi arasında uyumunun sağlanması ile hangi işin, kimle, ne zaman, kim tarafından ve nasıl yapılacağı problemleri çözülmüş olur.

Dolayısıyla işte uzmanlaşma iş bölümü sağlanmış olur. Tabii ki bu da iyi bir organizasyon ile sağlanır. Ancak uzmanlaşmanın aşırı boyutlara ulaştırılması işte monotonluk ve bıkkınlık yaratacağından işletme dengeyi iyi sağlamak gerekmektedir.

2.2.3.5. İşletmelerde İletişim ve Yönetime Katılma

İşletmelerin personeline karşı sorumlulukları anlatılırken üzerinde durulması gereken iki önemli konu vardır. Bunlardan birincisi iletişim, ikincisi de yönetime katılıma süreçleridir.

Haberleşme ya da iletişim, gönderenden alıcıya bilgi taşıma süreci olarak tanımlanmaktadır. "Bir mesaj alış verişidir, şeklinde de tanımlanabilecek bu süreç olmadan organizasyonların varlığı düşünülemez. Bütün yönetim faaliyeti, sonunda haberleşme sürecinin etkin işletmesine dayanmaktadır. Yönetim ile ilgili olarak verilen bütün kararlar, ulaşılan sonuçlar, gelişmeler v.s. organizasyondaki ilgili kişilere ve gruplara aktarılmadıkça fazla birşey ifade etmezler. İş hayatında çeşitli kademelerdeki yöneticiler arasında yapılan bir araştırma bunların zamanlarının % 75 ile % 95'ini haberleşmeye ayırdıklarını belirtmiştir. Telefon görüşmeleri toplantılar, rapor inceleme, emir ve direktif verme , mektup yazma, teleks mesajını iletme v.b. gibi faaliyetler haberleşme sürecinin örnekleridir. " (KOÇEL, 1984, s.221)

İşletmelerde etkinlik ve verimliliği artırmanın en önemli koşullarından birisi iyi bir haberleşme ağının kurulmasıdır. Amaca varmada alt kademeye ulaşacak emirlerin, alt kademelerden üst kademe ya da kademelere gelecek raporlar ve bilgilerin önemi büyüktür. Bu da etkin bir haberleşme ile sağlanabilir. Diğer taraftan personelin başarılı olması da iyi bir haberleşme ile sağlanabilir. "Astların başarılı olabilmeleri için her şeyden önce, kendilerinden ne beklediklerini açık seçik bir biçimde ve bundan da zamanında haberli olmaları gereklidir. Uygulamadaki birçok aksaklıklar ve hatta uyuşmazlıklar işletmelerde görevlendirilmiş herkesin ne yapacağını, kimlerle beraber yapacağını, ne gibi araç ve olanaklardan yararlanacağını ve hatta işi ile ilgili sorumluluk ve yeteneklerin ne olduğunu açık biçimde bilmemesinden ileri

gelmektedir. Bütün bunlar iyi bir haberleşme sistem ve mekanizmasının işletmede gerçekleştirilmesini gerekli kılar". (TOSUN, 1987, s.221)

İşletme yöneticilerine burada düşen sorumluluk haberleşme kanallarını etkin kullanılmasını bilmesi ile ilgilidir. Özellikle karşısındaki personeline ilettiği mesajını alması için kendisine dikkatini yöneltmesi gerekmektedir. Personel yöneticiye (ya da işletmeye) bu alakayı göstermez ise mesajın anlaşılması mümkün olmayacaktır. Daha sonra mesajın anlamasını sağlayıcı yollar ya da yöntemler denemesi gerekir. Doğaldır ki personelin mesajı kabul etmesi de gerekir. Bunun içinde personelin tatmin edilmesi ve gerekli araç ve sorumluluklarla donatılmış olması lazımdır. Ayrıca yöneticiler ve işletme personelden geri gelebilecek uyarılara duyarlı olmalıdır.

Yönetime katılma süreci de işletmede sorumluluk bilincinin yerleşmesinde üzerinde durulacak önemli bir konudur. "Örgütlerde yönetime katılma konusu çeşitli bakımlardan incelenmesi gereken, sosyal, psikolojik ve ekonomik bir sorundur. Bu sorun sosyal ve psikolojik yönden, örgüt içerisinde yönetim yetki ve sorumluluğunun yeniden düzenlenmesi ve güç dağılımında değişiklikler yapılması anlamına geldiği için önemlidir." (EREN, 1990, s.13) Yönetime katılmanın ortak bir tanımının yapılmadığını görmekteyiz. Ancak genel olarak üzerinde durulan, çalışanların çalıştıkları yerde ve işle ilgili konularda söz söyleyebilmeleri sürecidir. Bu çerçevede toplumsal, siyasal, yönetsel, psikolojik, hukuksal birçok yönü olan yönetime katılmanın çeşitli özelliklerinden bahsedilmektedir. "Bunlardan birincisi, bir örgütün alt yönetim kademelerinin veya işgörenlerin örgüt politikası ve yönetimi konusundaki kararlara katılmaları; ikincisi katılanların böyle bir yönetim türü ile psikolojik benlik gereksinimlerini tatmin edebilecekleri bir demokratik ortama kavuşmaları; üçüncüsü ise, yönetici (veya işveren) ile işgören arasında bir dialog ve işbirliğinin geliştirilerek örgütün daha gerçekçi ve ekonomik karar verme olanaklarına diğer bir deyimle yönetsel etkinlik ve verimliliğe kavuşturulmasıdır." (EREN, 1991, s.15) Yönetime katılmanın şekli ne olursa olsun kişisel ve toplumsal psikoloji ilke ve koşulları yönetime katılmanın başarısını etkilemektedir. Önemli olan bu ilke ve koşulların işletme yararına düzenlenerek yönetime katılmanın faydasını azami yapmalarıdır.

Sosyal sorumluluk bilincinin yerleşmesinde yönetime katılmanın önemi insana verilen değerde kendini gösterir. Üstler bir işin yapılmasında astlardan bilgi alıyorsa onlara değer veriyorlar demektir. Aslında doğru olan da

budur. Çünkü işi yapanlar işe daha yakın olan, astların kendileridir. Pratik ile teoride bu şekilde uyumlaştırıldıktan sonra amaca ulaşmada daha etkin ve verimli davranılmış olunacaktır. Diğer yandan işi yapan kişi yaptığı işten daha fazla "haz" duyacak, daha fazla istek ve azimle çalışacaktır. Çünkü bir eseri meydana getirmek, onun neticesini görmek insanı daha mutlu edecektir. Güdümlü olarak insanları çalıştırmak ise, insanı yaratıcılıktan uzaklaştırır.

2.2.4. İşletmelerin İş Ahlakı ile İlgili Sorumlulukları

Bu sorumluluk türü, işletmelerin içinde bulunduğu sistemdeki faaliyetlerinden kaynaklanan, fiillerindeki dürüstlüğü ifade eden ve oldukça geniş olan bir sorumluluk türüdür. "Bunlardan birincisi, işletmelerin talep fazlalığından ve arz azlığından faydalanarak zaman zaman fiyatları anormal ölçüde yükselterek fırsatçı politika gütmeleri haksız ve aşırı karlar elde etmeleri konusudur. İkinci konu, gerçek dışı ve asılsız reklamlar yaparak malın satış potansiyelini arttırırken, rakip işletmelerin mallarını ve hizmetlerini kötüleyici ve küçük düşürücü reklamlar yapmak, rakipler hakkında asılsız dedikodular çıkarma çabalarına girişmek veya haksız rekabet olarak nitelenmektedir. Bu konu hem kanunen yasaklanmıştır, hem de iş ahlakı kurallarına aykırı olmaktadır. İş ahlakı ile ilgili üçüncü konu, kanunen yasak olduğu veya toplumsal değerlere aykırı bulunduğu halde, çocuk denecek yaşta işçileri çalıştırmak kadın ve çocuklara düşük ücret politikası uygulamak, ücret, terfi ve teşvik politikasında adil davranmamak, adam kayırmak konularıdır. İş ahlakını ilgilendiren önemli konulardan biri de devlete ve yerel yönetimlere karşı olan vergi ve diğer yasal yükümlülükleri dürüstçe zamanında yerine getirme sorumluluğudur. Nihayet, iş ahlakı, işletmelerin, iş adamlarının ve yöneticilerin alacaklılara karşı işletmelerin faaliyetlerinden doğan senetli senetsiz borçlarını zamanında ödemeleri sorumluluğunu gerektirmektedir. Aksi takdirde, güvensiz bir iş hayatı tüm insanların sadece iş ahlakını değil, bireylerarası taahhütleri ve ekonomik ilişkileri de olumsuz yönde etkileyebilecektir." (EREN, 1991, s.115)

Bunlara ilave olarak grev, lokavt veya boykot gibi iş mücadelelerinin sonuçlarından doğan ve üçüncü kişiler üzerinde olumsuz etkiler yaratan hareketleri de bu sorumluluk alanı içine koymak gerekir. Haklı veya haksız bir faaliyet olsun bu eylemler üçüncü kişilerin üzerinde olumsuz sonuçlar yaratabilecek türden olup, ülkenin genelini de ilgilendirebilecek kapasitede olabilirler.

2.2.4.1. İş Ahlakı ve Fırsatçı Politikalar

İnsanoğlu yaratılış itibarıyla doyumsuz bir varlıktır. Birşeye sahip olduğu zaman ondan daha ilerisine mutlaka sahip olma arzusundadır. Hırs ve ihtirasın istekler arttıkça arttığı da bir gerçektir. Hızlı kalkınma ve gelişme ile bu hırs ve ihtiraslar hayatı her yönü ile etkilemekte, özellikle fırsatlar ele geçtikçe kötü yönlerde kullanılabilir. İşte işletme veya işletme yöneticileri de fırsatçı politikalarla haksız ve aşırı kar elde etme eğiliminde olabilirler. Örneğin piyasada aşırı talebin ortaya çıkması ile fiyatları anormal derecede yükseltmek gibi. Bu tutum firma için kazanç sağlarken toplum için ve ekonomi için olumsuz şartların doğmasına da yol açabilmektedir. Özellikle bizim gibi gelişmekte olan ülkelerde belli piyasalara hakim olan birkaç firmanın sebep olduğu enflasyonist politikalar sonucunda sorunun kronik hale gelmesi gibi. Bundan dolayıdır ki bir ticari işletmede ticaretin sırf el değiştirmek suretiyle malın birkaç misli değer kazanacağı anlayışına dayandırılması, işletmelere hakim olmaması gereken bir sorumluluk konusudur.

Aslında "fırsat" terimi ekonomi dilinde "ekonomik elverişliliği" dile getirir. Ancak bu elverişli durumu yakalayan işletmeler bundan yararlanırken günlük çıkarlar için genel kabul görmüş ilkelerden sapıyorlarsa sorumluluktan uzak davranıyorlar demektir. İşletmeler böyle politikaları sürekli izleyemezler. Kar elde etme fırsatı neredeyse hemen oraya yönelmek haksız ve aşırı karlar elde etmek ya da başka bir ifadeyle insanların veya ekonominin açıklarından yararlanarak kendine aşırı karlar sağlayacak yolları kollamak gibi politikalar izleyemezler.

Diğer yandan belli piyasalara hakim olan işletmeler rekabeti önlemek maksadıyla faaliyet alanlarına başka işletmelerin girmesini istemezler. Veya varsa küçük işletmelerin aleyhine bazı sınırlamalar getirebilirler. Böyle firmalar rekabeti sınırlayıcı faaliyetlerde bulunarak aralarında anlaşmalar yapabilirler. Dolayısıyla üretimi, piyasaları, teknik gelişmeyi, yatırımları tehdit ederek veya kontrol altına alarak sorumsuzca davranabilirler.

2.2.4.2. İş Ahlakı ve Reklam

Reklam, "tüketiciler bir mal veya markanın varlığı hakkında uyarmak ve mala, markaya, hizmete veya kuruma, olumlu bir tutum yaratmak amacıyla

göz ve/veya kulağa seslenen mesajların hazırlanması ve bu mesajların ücretli araçlarla yayımlanmasıdır." (KURTULUŞ, 1989, s.25) diye tanımlanmaktadır. Reklam konusunda işletmelerin sorumluluklarını, "reklamın gerçeği yansıtıyor olması ve başkalarına zarar vermemesi" olarak kısaca özetleyebiliriz.

Reklamın satışlar üzerine olumlu yönleri tartışmasız çok büyüktür. Bunları sıralamak konumuzun dışındadır. Ancak şunu söylemek istiyoruz ki, reklam yöneticisinin veya işletmenin sorumluluk bilinciyle hareket etmemesi sonucu olumlu fonksiyonlarının işletmeler ve ekonomi açısından olumsuz sonuçlar yaratacağı da bir gerçektir. "Reklam tüm yararlarına karşılık doğrulukla yapılmadığı takdirde tüketicileri ve hatta tüm iktisadi sistemi zarara sokabilir. Gerçeğe aykırı rekabet sadece reklamı yapılan malın alıcılarını zarara sokmakla kalmaz. Reklamda dürüstlüğü uyan rakiplerde yalan söyleyen reklamcılar yüzünden satış hacimlerinden kayıplara uğrarlar. Ayrıca bu gibi sahtekarlığın önüne geçilmediği takdirde reklamcılığın tüm fonksiyonları işlemez hale gelir. Çünkü reklam, ancak inanıldığı sürece fonksiyonlarını gerçekleştirip yararlı olabilir. Bu inanç sarsıldığı zaman ise reklamcılık reklamda dürüstlüğü uyan rakipleri de olumsuz yönde etkileyen bir araç durumuna gelir." (KURTULUŞ, 1989, s.49)

Reklam yapanların olumsuz hareketine karşı düzenleyici güç tüketicilerdir. Tüketicilerin alacağı tavır reklamın şekline ve yönüne muhakkak ki en önemli tesiri yapacaktır. Tüketicilerin korunmasına ve örgütlenmesine ileride değineceğimizden şu anda reklam konusuna tüketici açısından eğilmiyoruz. Ancak, burada iş ahlakı bakımından işletmelerin uyması gereken ve tüketicilerin korunması bakımından da önemli sayılabilecek, Uluslararası Ticaret Odası'nın 1973 yılında son şeklini verdiği "Reklamda Uluslararası Ahlak Yasası" adlı ilkelerin hatırlatılmasında fayda görmekteyiz.

Reklamda Uluslararası Ahlak Yasasının Genel Esasları:

a) Reklamlar, yasaları genel adap kurallarına uygun, dürüst ve doğru bilgileri içermelidir.

b) Toplumsal bilincin sorumluluğunda ve genel rekabet kurallarına uygun olmalıdır.

c) Hiçbir reklam halkın reklama karşı güvenini sarsacak nitelikte olmamalıdır.

d) Reklamda genel ahlak kurallarına aykırı beyan, kelime, resim, görüntü olmamalıdır.

e) Reklamlar tüketicinin güvenini kötüye kullanmayacak ya da onun deneyim ve bilgi noksanlığını istismar etmeyecek bir şekilde hazırlanmalıdır.

f) Haklı bir neden yoksa halkın duygularıyla oynanmamalı, batıl inançları istismar etmekten kaçınmalı ve şiddet hareketlerine yol açacak öğeleri kapsamamalıdır.

g) Reklamda malın özelliği, değeri, fiyatı, teslimi, değiştirilmesi, iadesi, garanti ve teslimi vb. konularda eksik bilgi verilmemeli ya da bantılmış iddialar ileri sürülmemelidir.

h) İstatistikler gerçekte olduğundan daha geniş bir geçerliliğe sahipmiş gibi sunulmamalı, bilimsel terimler yanlış ve yersiz kullanılmamalıdır.

ı) Reklamda karşılaştırma varsa bunlar tüketiciyi yanıltacak biçimde olmamalıdır.

j) Reklamın konu aldığı alanla ilgili sözü geçen ve tanınan kişi ve kuruluşların sözleri ve deneyimleriyle ilişkisiz gerçek dışı beyanlara yer verilmemelidir.

k) Başka reklamların görüntü, müzik ve imajı tüketiciyi yanıltacak biçimde korunmamalıdır.

l) Reklam, çocukların doğal saflıkları ve gençlerin deneyimsizliklerini kötüye kullanmamalı ve onların bağımlılık duygularını zedelememelidir.

2.2.4.3. İş Ahlakı ve Personel Politikaları

Burada işletme personelinin çalışma şartları ile kanun ve toplumsal değerler arasındaki çelişkiler dile getirilmek istenmektedir. Bu çelişkiler genel olarak şöyle ifade edilebilir: Personelin yaşına, cinsiyetine ve gücüne uymayan işlerde çalıştırılması, ırk, cinsiyet ve inanç farklılıklarının gözetilmesi, çocuk denecek yaştaki kişilerin çalıştırılması, yine bunlarla ilgili olarak ücretlendirme politikalarında ayrımcılığa gidilmesi gibi birçok olumsuz tutum ve davranışlardır. Bu sorumluluğu kısaca "personele karşı eşit işlem yapma sorumluluğu" olarak adlandırıyoruz.

Az gelişmiş ülkelerde ve özellikle de ülkemizde, henüz çalışma yaşına gelmemiş, fakat çalışmak zorunda olan çocuk yaşıta kimselerin çok olması işletmeler açısından fırsatçı politikalar güdülmesine müsait bir durumdur. Çocuk denecek yaştakileri çalıştıran işletmeler bu kişilerinden çeşitli menfaatler sağlama yoluna gidebilirler. Bunlar düşük ücretle çalıştırılıp her işe koşturulabilirler. Sigorta güvencesinden yoksun bırakılıp, örgütlenmelerini kolay sağlayamadıklarından patronun emrine hazır birer makine gibi kullanılabilirler.

Diğer taraftan çalışanların kapasite ve yeteneğine uymayan işlerde çalıştırılması, ayrımcılık politikaları güdülmesi gözardı edilmemesi gereken önemli konulardır. Örneğin, kadın ve çocukların ağır ve tehlikeli işlerde çalıştırılması, çalışma sürelerine uyulmadan akşam geç vakitlere kadar mesai yaptırılması, hatta bu fazla çalışmaların ücretlere yansıtılmaması, ücret, terfi ve teşvik politikalarında kayırmacılığa gidilmesi gibi.

Bütün bunlar kanunlarla ve toplumsal değerlerle düzenlenmiş olup, iş ahlakına sığmayan durumlardır.

2.2.4.4. İş Ahlakı ve İdareye Karşı Yasal Yükümlülükler

İşletmelerin faaliyetlerine içinde bulundukları sistem tarafından bazı yasal sınırlamalar getirilmektedir. Bu sınırlamalar sistemin devamı ve fonksiyonlarını yerine getirmesi açısından zorunlu olmaktadır. Bunların başında da maliye politikalarının bir aracı olan vergiler gelmektedir. Vergiler, devlete gelir sağlama amacı güderken işletmelerin gelirlerinde de azalmalara sebep olmaktadır. Bundan dolayıdır ki işletmeler bu yasal yükümlülükten

kaçma meylinde olabilirler. Ancak vergiler ülkenin tümü için çeşitli fonksiyonları yerine getirirken işletmelere de çeşitli şekillerde geri dönmektedir. Örneğin yol ve altyapı hizmeti gibi. İşte işletmelerin bu sürecin bilincinde olmaları bir sorumluluk konusu olarak karşılırlarına çıkmaktadır. Bundan dolayıdır ki, işletmeleri kuşatan devlet dediğimiz sistemin varlığı bu vergilerin düzenli bir şekilde toplanmasına bağlı olduğundan, bazı yasal düzenlemelerle bunun sağlanmasına çalışılmaktadır.

Ancak, vergi veren işletmeler diğer taraftan bu vergiyi başkalarına da yükleme eğilimindedirler. Yani, vergi yansıması dediğimiz ve ödenen verginin ödeyen tarafından başkalarına yükletilmesi olayı. Bunu bir örnekle açıklayacak olursak, ithal edilen bir malın üzerinden alınan gümrük vergisinin malın fiyatına fazlasıyla eklenerek tüketiciye yansıtılması örneğini verebiliriz.

Burada işletmelere düşen sorumluluk, sistemin tümünün menfaatlerini kendi menfaatleri ile uyumlaştırmak ve bunun gereklerini yerine getirmek olmalıdır.

Yasal yükümlülüklerden bahsedilirken sadece vergi yasalarından doğan yükümlülükler bir örnek olarak hatırlatılmak istendi. Ancak, anayasa başta olmak üzere Çevre Kanunu, İş Kanunu; Borçlar Kanunu gibi işletmelerin sorumluluklarını hatırlatan kanun ve bu kanunlara istinaden idarece çıkartılan tüzük ve yönetmeliklerin tamamı yasal çerçeveyi oluşturmaktadır. Yasal sorumluluk konusu da bu çerçevede ele alınıp genişletilebilir. Örneğin, anayasada getirilen akit yapma serbestisi, Çevre Kanunu'nda getirilen çevreyi koruma yükümlülükleri ve bunun gibi düzenlemeler aslında iş ahlakını ilgilendiren sorumluluk konularıdır. Yeri geldiğinde de bu sorumluluklar üzerinde de durulmaktadır.

2.2.4.5. İş Ahlakı ve İşletmelerin Borçları

İşletmeler gerek kuruluş aşamasında gerekse faaliyet aşamasında ihtiyaçlarını gidermek için borç olarak temin etmiş oldukları maddi kaymakları zamanında ödemekle yükümlüdürler. Zamanında ödemenin doğuracağı önemli sonuçlardan biri iş hayatında güven ortamının yitirilmesi ve ekonomik ilişkilerin olumsuz yönde etkilenmesine ortam sağlamasıdır. Bu tür bir borç ilişkisi genelde bir sözleşmeden doğar. Bu sözleşmede taraflar belli vaadlerde bulunmuşlardır. Bu vaadler belli bir süre sonunda yerine getirilecektir. Tabii ki

bu süreler karşılıklı iyi niyet kurallarına göre uzatılabilir. Önemli olan, süreler sonunda edimin yerine getirilmesidir. Buna hukuk dilinde "sözünde durma ilkesi" denmektedir. Ekonomik hayatta mali kaynakların düzenli bir şekilde akışının sağlanması açısından bu edimin yerine getirilmesini sosyal sorumluluk olarak nitelendiriyoruz.

Çeşitli ekonomik düzenlerde tüm ekonomik faaliyetlerin para ile yürütüldüğünü düşünürsek, özellikle piyasa şartlarının birçok olumsuzluklarla dolu olduğu ve enflasyonun kronik hal aldığı ülkelerde bu hususa daha fazla önemin verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Burada para ve para benzeri likitidesi (paraya çevrilebilirliği) yüksek değerli kağıtların alınıp satılmasında işletmelerin ne kadar titiz davranması gerektiği vurgulanmak istenmektedir. Zira sağlanan kaynakların zamanında ve gerekli şartlar yerine getirilerek alacaklılara ulaştırılmaması işletmenin tekrar ihtiyaç duyduğunda bunu temin etmesini güçleştirecektir. Bu da işletmenin finansal gücüne ve bunun iyi bir şekilde planlanmasına bağlıdır. Finansal gücü yerinde olmayam işletmelerin anılan şartlarda varlığını sürdürmesi oldukça zordur.

2.2.4.6. İş Ahlakı ve İş Mücadeleleri

"İş mücadelesi günümüzde sadece mücadeleye taraf olanlar arasındaki ilişkileri etkilemekle kalmamakta fakat, aynı zamanda işverenin üçüncü kişiler karşısındaki sorumluluğu problemini de ortaya çıkarmaktadır. Bunun en başta gelen nedeni, iş bölümünün son derece gelişmiş olmasıdır. Özellikle üretim sürecine çok sayıda ara işletmenin katıldığı hallerde iş mücadeleleri geniş etkiler yaratmaktadır." (SOYER, 1988, s.1) Burada birkaç örnek vererek iş mücadelesinden işletmenin nasıl sorumlu olabileceğini açıklamak yerinde olacaktır. "Bir işletme özel olarak imal etmesi gereken bir makineyi iş mücadelesi nedeniyle müşterisine zamanında teslim edememektedir veya iş mücadelesi işletmeler tarafından yapılması gereken bir montaj veya tamir işinin yerine getirilmesini engellemekte ya da bir ürün, hammadde sağlayan bir işletmedeki iş mücadelesi nedeniyle hazırlanmamakta ve bağlantı kurulan işletmelere sunulmamaktadır." (SOYER, 1988, s.3) Demek oluyor ki grev ve lokavt gibi iş mücadelelerinin çalışma düzenini etkileyen etkenler arasındaki rolü tartışmasız çok önemli olmaktadır. Bu etkileme öyle büyük boyutlar kazanmakta ki sadece işletmeyi değil, ilişki kurduğu diğer işletmeleri de etkilemekte hatta bu etki ekonominin tümüne yansımaktadır.

Burada işletmenin veya işverenin sorumluluğu değişik açılardan ele alınabilir:

- 1- Sözleşme tarafı olarak sözleşme şartlarını yerine getirme sorumluluğu.
- 2- İşverenin iş mücadelesindeki taraf olmanın verdiği sorumluluğu.
- 3- İşverenin çalıştırdığı işçilerin fiillerinden doğan sorumluluğu.

Aslında bu üç sorumluluk türünün işverene yükletilmesinin bir an için doğru olduğunu düşünsek de olayı daha derinlemesine incelediğimizde böyle olmadığını da görürüz. Çünkü işverenin bu konudaki sorumluluğu öncelikle "kusur" unsuruna dayanmaktadır. Hukukumuzdaki kusur prensibinden hareketle, ifanın imkansızlaştığı hallerde, üçüncü kişiler karşısında işverenin sorumlu tutulabilmesi iş mücadelesinde de işveren için kusurluluğun olduğu durumda olacaktır. Yani işveren, iş mücadelesinde kusurlu hareket ediyorsa sorumlu olacaktır. Örneğin, işveren üçüncü kişilere taahhüdünü yerine getirmemek için grevi destekleyebilir veya yasadışı lokavta gidebilir vs.

2.2.5. Tüketicinin Korunması ve İşletmenin Sorumlulukları

2.2.5.1. Tanım ve Dünyadaki Gelişmeler

Serbest piyasa ekonomilerinde kıt kaynaklar karşısında sınırsız ihtiyaçların, toplum yararının en üst düzeyine çıkartılması yolunda dengelenmesi girişim ve rekabet özgürlüğünün tam olarak sağlanması ile olur. Ancak bu özgürlük, başıboş-keyfi, üreticinin, tüketicinin ve aracının istediğini yaptığı kontrolün olmadığı sınırsız bir özgürlük değildir. Piyasa ekonomileri öyle karmaşık hale gelmiştir ki denetim ya da kontrolün yapılamaması, bilgilendirme unsurunun hızlı değişime uyamaması, problemi ile karşılaşırız. Bu probleme karşıt olarak, insana verilen önem de artmakta ve tüketiciyi korumaya yönelik hareketler de gelişmektedir.

Tüketici, aldığı malı veya hizmeti tekrar satmadan kullanan kişidir. Aslında bütün insanların tüketici olduklarını, bir üreticinin de kendi üretimi için kullandığı malı nihai olarak tükettiğinden onun da tüketici olduğunu söyleyebiliriz.

"Sanayileşmenin gelişmesi ile birlikte üretim faaliyetleri büyük bir artış göstermiş; malların çeşitliliği ve değişkenliği yanında, üretici ile tüketici arasında doğrudan oluşan bağlar kopmuş, aracı kuruluş ve kişilerin faaliyetleri endüstrileşmeye bağlı olarak büyük ölçüde artmıştır. Serbest rekabet sistemine rasyonel bir işlerlik kazandırılmaması tüketiciyi zor bir duruma sokmuştur. Diğer yandan tekелci faaliyetlerin yaygınlaşması "bunun sonucu ortaya çıkan piyasa güçleri tüketiciyi ezmeye başlamıştır. Önceleri fiyat sömürüsü şeklinde başlayan gelişmeler, giderek yerini sağlığa zararlı mal üretimine ve aşırı kazanç hırsına terketmiştir. Özen gösterilmeyen üretimden aşırı karlar beklenmiştir. Ne aldığı, nasıl aldığı ve herşeyden önemlisi parasının karşılığında ihtiyacın uygun olanını alıp almadığını bilmeyen bir tüketici kitlesi korumaya muhtaç hale gelmiştir.

Bu koruma zorunlu olarak ortaya çıktığında ilk görev devlete düşmüştür. Devlet için en etkili önlem yasalardır. Ancak, yasaların sosyal ve ekonomik hayatın gelişme hızına ayak uyduramaması ve bu gelişmelerden daha çabuk ihtiyarlaması, ihtiyaca yeterli cevap verememiştir.

Tüketicinin ezilmesi olayı önceleri fiyat sömürüsü olarak ortaya çıktığından, buna karşı ilk tedbirler tüketim kooperatiflerinin teşkilatlanmasına sebep olmuştur.

Yine tarihi gelişim içerisinde koruma hukuk alanında mahkeme içtihatlarıyla başlamış ve ilk defa 1898 yılında İngiltere'de çıkarılan Emtia Satış Kanunu (Sale of Goods Act) ilk yazılı hukuk kaynağı olmuştur. Amerika ve İskandinav ülkelerinde başlayan ve Kıta Avrupası devletlerine yayılan yasalar yoluyla koruma, belli bir ihtiyaca cevap vermiş ise de ortaya çıkan olayların çeşitliliği ve değişkenliği nedeniyle yetersiz kalmıştır. Daha sonraki dönemde "konsümerizm" hareketinin başladığını görmekteyiz. Tüketicinin zayıf ve ezilmiş durumda kalması birtakım kişi ve kuruluşları harekete geçirmiş, tüketiciler adına çareler aramaya yöneltmiştir. Tüketiciler namına gelişen bu akımın üyelerine "konsümerist" denmiştir. Hareketin temel gayesi, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı uygulamalardan, tehlikeli mallardan, tekелci faaliyetlerden, pazarlama hilelerinden korumak olmuştur. Hatta bir yerde, tüketici davranış ve yargılarına göre iktisadi hayatı ve politik güçleri yönlendirmek için çalışmıştır.

Günümüzde tüketici gerçekten büyük problemlerle karşı karşıyadır. Esas olan köklü bir eğitim verebilmek ve gerçekçi bir tüketici bilinci ve şuuruna tesis edebilmektir". (YENER, 1994, s.29)

Tüketicinin korunması ile ilgili ilk örgütsel hareketler, 20. yüzyılın başlarında başlamış 1960'larda ise çok yoğunlaşmıştır. Özellikle basının yoğun baskıları devletlerin konuyla en üst düzeyde ilgilenmesine neden olmuştur. 15 Mart 1962 yılında John F. Kennedy'nin ABD Kongresi'ne sunduğu başkanlık mesajında tüketicilerin en önemli ekonomik grup olmakla beraber örgütlenmemiş bir grup olduğunu ve devletçe korunması gereken birtakım haklarının bulunduğunu beyan etmiştir. Başkan Kennedy'nin varlığını öne sürdüğü temel tüketici hakları şunlardır.

1- Güvenlik Hakkı:

Bu hak tüketicinin sağlığını ve can güvenliğini tehdit eden malların üretimini ve pazarlanmasının sıkı denetimini ve gerek görüldüğünde yasaklanmasını gerektirmektedir.

2- Bilgi Edinme Hakkı:

Bu hak tüketicinin malın nitelikleri hakkında doğru bilgi edinebilmesini, aldatıcı, yanıltıcı ve hileli şekilde reklam, beyan, ambalajlama ve etiketlemenin önlenmesini ifade etmektedir.

3- Seçme Hakkı:

Bu da pazarda tekелci eğilimlerin engellenmesi yoluyla rekabetin iyi işlemlerini ve bu sayede çok sayıda firmanın faaliyet göstererek tüketiciye mal çeşidi, kalitesi, servisi, fiyatı vb. konularda geniş bir seçim imkanı verilmesini ifade etmektedir.

4- Temsil Edilme (veya Sesini Duyurma Hakkı):

Bu hak tüketicilerin kendilerini ilgilendiren konulardaki devlet politikalarının saptanmasında temsil edilmeleri, görüş bildirebilmeleri ve böylece seslerini duyurabilmeleriyle ilgilidir.

Bir çeşit "Tüketici Hakları Beyannamesi" niteliği taşıyan Kennedy'nin ünlü mesajının 33 yıl önceki sunuş tarihi olan 15 Mart, "Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü" (IOCU) tarafından 1983 yılında "Dünya Tüketici Hakları Günü" olarak kabul edilmiştir. IOCU, 54 ülkeden 152 tüketici birliğini bünyesinde barındıran dünyanın en büyük tüketici kuruluşudur."

"Avrupa Topluluğu (AT) da 1972 yılından beri bu konuyla yakından ilgilenerek ortak bir tüketiciyi koruma politikası oluşturup, uygulama yolunda yoğun çabalar sarfetmektedir. Bu çerçevede ilki 1975-1980 dönemini kapsamak üzere, 1981-1985, 1986-1990 ve 1991-1995 döneminde dört ayrı tüketiciyi koruma programı hazırlanmıştır. Bu programlarda temel tüketici hakları daha da genişletilerek şu beş noktada toplanmıştır:

- 1- Sağlık ve güvenliğin korunması hakkı
- 2- Ekonomik çıkarların korunması hakkı
- 3- Zararın tazmin edilmesi hakkı
- 4- Bilgilendirme ve eğitime hakkı
- 5- Temsil edilme (sesini duyurma) hakkı "

Tüketicinin korunması gerçekten çok geniş inceleme alanı olan bir konudur. Ancak ülkemizde bu konuda henüz belli bir mesafe katedilmiş değildir. Şu an yapılan çalışmalar ve tarihi süreç içerisindeki gelişmeler, konumuzun mevzuat açısından incelenmesi sırasında ele alınacaktır. Şimdi işletmelerin tüketicilerin korunması konusundaki sosyal sorumluluklarının üzerinde durmak istiyoruz.

Tüketicinin korunması konusunda işletmelere düşen sorumlulukları üç başlık altında incelemek istiyoruz:

- 1- Ürünün güvenliği bakımından
- 2- Bilgilendirme bakımından
- 3- Fiyatlandırma bakımından

İşletmelerin sosyal sorumluluklarını incelerken günümüz üretim sürecinin çok iyi bilinmesi, sorumluluk çerçevesinin çizilmesinde üzerinde durulması gereken önemli bir husustur. Zira günümüzde üretim yığınlarına yöneliktir. Mamulün üretiminde ortaya çıkan bir bozukluk çok kez birçok mamulü birden etkilemektedir. Otomatikleşen üretim, insan kusurunun yanında teknik kusuru gündeme getirmekte, kullandığımız araç ve gereçler giderek daha karmaşık bir durum almakta, bunların kullanımı özel bir dikkat ve özeni gerekli kılmaktadır.

"Bu durum, tüketiciler için çeşitli mamullerin bozukluklarını ve yaratacakları tehlikeleri anlama bakımından önemli zorluklara neden olmakta, bundan dolayı da "zarara uğrama tehlikesi" giderek artmaktadır. Ayrıca, modern endüstride üretim bandına birden çok teşebbüsün katılması (montaj endüstrisi), bozuk mamullerin neden olduğu zararlarda çözümü gereken sorunları daha da güçleştirmektedir. Montaj endüstrisi, hem mamulün üretiminde bozukluk olasılığını arttırmakta, hem de tüketici bakımından sorumlu kişinin belirlenmesini zorlaştırmaktadır.

Yığın için üretim, doğal olarak "yığın için dağıtımı" beraberinde getirmiştir. Dağıtım mekanizmasına katılan "araçlar"ın (toptancı, perakendeci vb.) çok kez, orjinal kutusu ya da ambalajı içinde tüketiciye ulaştırdıkları mamulün niteliği hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadıkları söylenebilir." (ÖZSUNAY, 1981, s.56)

2.2.5.2. Ürünün Güvenliği Bakımından İşletmenin Sorumlulukları:

"Öncelikle şunu belirtmeliyiz ki, "işletmelerin, tüketiciye ürünü tanıtmak, onun hakkında tüketiciyi bilgilendirmek, ürünün hangi maddelerden yapıldığı, herhangi bir tehlike arzemediği, nasıl kullanılacağı hakkında prospektüsler, kullanma kılavuzları ve etiketler hazırlayarak ürünün üzerine tutturmak veya ambalajın içine yerleştirmek gibi" (EREN, 1991, s.115) sorumlulukları taşımaları gerekir.

Tüketici üzerinde bu tür bilgileri taşıyan malları aldıktan sonra bilgiler malın özelliklerini doğruluyorsa firma görevini yapmış demektir. Doğrulamıyorsa, firma görevini yapmamıştır ve cezalandırılması gerekir. Firmalar piyasa durumlarına, çeşitli zevk ve ihtiyaçlara göre çeşitli kalitede

mal üreteceklerdir. Çeşitli özelliklere sahip bu malların özelliklerini kataloglarına, reklamlarına, ambalajlarına anlaşılır bir şekilde yansıtmaları gerekir. Burada tüketicilere de görevler düşmekte, aldığı malın aradığı standartlara, özelliklere uygun olmasını istiyorsa, bu tür bilgileri taşıyan malları almalı, malın üzerindeki bilgiler ile malın özelliklerinin uygun olmadığını tesbit ettiğinde ilgili mercilere malı ve bilgileri sunarak gereğini istemelidir.

Tüketicilerin korunması konusunun uluslararası boyut kazanmasından sonra "Kodeks Alimentarius Komisyonu"nun Gıda Etiketleme Komitesi 1969 yılında "Ambalajlı Gıdaların Etiketlenmesi için Uluslararası Genel Tavsiye Standartını" hazırlayarak üye ülkelerin görüş ve kabulüne sunmuştur. Yedinci Step Toplantısı 12-21 Ekim 1983 tarihleri arasında Kanada'nın Ottawa kentinde yapılmıştır. 8. Step için görüşe sunulması kabul edilen taslakta yer alan hükümlerin büyük bir çoğunluğu, gıda maddesi hakkında sağlığa ilişkin zorunlu beyanları kapsamakta idi." (KAYAHAN, 1994, s.83) Ancak bu beyanlar sadece gıda maddeleri için değil, diğer tüketim maddeleri için de asgari düzeyde uygulanabilecek prensipler olarak kabul edilmelidir. 8. Step için son şekli verilmiş olan Etiketleme Standartı Taslağı'nda aşağıdaki iki madde genel prensip olarak belirlenmektedir.

- "Ambalajlı gıda maddeleri sahte, yanıltıcı, aldatıcı veya onun özelliği hakkında hatalı bir kanı oluşturacak şekilde etiketlenerek sunulamazlar.

- Ambalajlı gıda maddeleri doğrudan veya dolaylı olarak başka bir gıda ile karıştırılacak ve tüketici veya alıcı da başka bir gıda ile ilgili kanısını uyandıracak şekilde kelime, resim veya işaretler kullanarak etiketlenip sunulamazlar.

Belirtilen bu genel prensiplere bağlı olarak bir gıda maddesi, ambalaj veya etiketi üzerinde yeralan beyanları satışı teşvik etmesi yanında, oldukça geniş bir yelpazede bilgi verici beyanlar, tanıtıcı ve öğretici beyanlar olarak ayırtedilirler."

Ürünün güvenliği ve tüketicinin üründen haberli olması bakımından standardizasyonun gerekliliği tartışılmaz bir gerçektir. "Standardizasyon, belirli bir faaliyetin, o faaliyetle ilgili bulunanların ve özellikle ekonominin yararına olarak yapılabilmesi için tüm tarafların katkı ve işbirliği ile belirli

kurallar koyma ve bu kuralları uygulama işlemidir." (ISO Tanımı) Demek oluyor ki, standartlaşma yalnız tüketici açısından değil hem üretici hem de ekonominin tümü açısından yararlı ve hatta zorunlu bir konudur.

Standartlaşmanın üreticiye, tüketiciye ve ekonominin geneline sağladığı faydalar şöyle özetlenmektedir:(Tüketici Bülteni, TSE Yayın Organı)

Üreticiye;

- Üretimin belirli plan ve programlara göre yapılmasına yardımcı olur.
- Uygun kalitede seri imalata imkan sağlar.
- Standartlar sayesinde kayıp ve artıklar en az seviyeye iner.
- Verimliliği ve hasılatı artırır.

Depolamayı kolaylaştırır, stokların azalmasını sağlar, taşımayı ucuzlatır ve kolaylaştırır.

- Maliyeti düşürür.

Tüketiciye;

- Tüketicinin can ve mal güvenliğini korur.
- Standart mallar karşılaştırma ve seçim kolaylığı sağlar.
- Standart sipariş ve alım işlerini kolaylaştırır, alıcıların fiyat ve kalite yönünden aldanmalarını önler.
- Ucuzluğa yol açar.
- Ruh sağlığını korur, stresi önler.

Ekonomiye;

- Standartlar, milli sanayiye belirli hedeflere yöneltebilir.

- Milli üretimin kalite bakımından gelişmesine yardımcı olur.
- Milli ekonomide arz ve talebin dengelenmesine yardım eder, yanlış anlamaları ve anlaşmazlıkları ortadan kaldırır.
- Dağıtım masraflarını azaltır.
- İhracatta üstünlüğü sağlar.
- Milli karakterde bir sanayinin kurulmasında ve gelişmesinde öncülük yapar.
- Yan sanayi dallarının kurulması ve gelişmesini sağlar.

"Standart kaynak kullanımı, verimlilik ve kalite kavramları sanayileşme süreciyle yakın ilişkisi olan kavramlardır. Dinamik bir yapıya sahip olan üretim sürecinin her kademesinde ise verimlilik ve kalite söz konusudur. Genel hatlarıyla üretim, ekonomik yararı arttıran her türlü faaliyettir. Bu bakımdan üretim, fayda yaratmak şeklinde tanımlanmaktadır. Fayda kavramı hem mal faydasını hem de hizmet faydasını kapsamaktadır. Ekonomide kıt kaynaklarla sayısız ihtiyaçlar arasında uyum sağlamak esas olduğu için de önemli ve yararlı malların ve hizmetlerin üretimi yoluna gidilmektedir. Böylece ihtiyaçların uygun ölçülerde ve yeterli sayıda karşılanması da standartlaşmayı gerektirmektedir. Standardizasyon bilimsel, teknik ve deneysel çalışmaları içermekte olup, ileriye dönük olarak üreticiye olduğu kadar tüketicieye yönelik düşünceleri de kapsamaktadır. Böylece standardizasyonun hedefi aynı cins mal ve hizmetlerde üretimi yeknesaklaştırmak ve verimliliği arttırmak ve üretimde kalite eşitliğini sağlamaktır. Standarda uygun kaliteli mal ve hizmet üretimi ise rasyonel davranan, müteşebbis için bir üretim tarzıdır."

(AKDEMİR, 1995, s.104)

Standartlaşmanın, ekonomiye, tüketicieye ve üreticiye sağladığı veya sağlayabileceği bu faydaları açıklarken dikkat edilmesi gereken bir konuyu burada belirtmek isteriz ki, o da zorunlu standart uygulamasının teknolojik gelişme ve sanayimizin ilerlemesi yönünde yaratabileceği olumsuz etkilerin olabileceği ve bunların her zaman dikkate alınması gerektiği konusudur.

Tamamıyla zorunlu standart uygulaması, tek tip üretim faaliyetine neden olarak bir anlamda teknolojik gelişmeyi önleyici etki yapmaktadır. Günümüzde teknolojik gelişmelere paralel olarak gelişen standartlaşmada esneklik anlayışı gereğince zorunlu standart yanında, ihtiyari standart uygulaması da önem kazanmaktadır.

"Mal ve hizmet üretiminde belirli bir ölçüyü, özelliği ve amacı ifade eden standartlar üretimde asgari kitleyi tayin eder, fakat kalitede üst sınırı belirlemez. Yani standarta uygunluk en yüksek kalite değildir. Dolayısıyla, standartlar daha kaliteli mal ve hizmet üretimini engellemez. Ancak, önemli bir ihtiyaca uygun kalitede mal ve hizmet üretilmesidir. Bu nedenle, kalite belgeleme sisteminin önemi de giderek artmaktadır. Kalite belgeleme sisteminin uygulanmasında, firmalar ürettikleri mal ve hizmetin kaliteli olduğunun taahhüdü ile piyasaya yüksek bir imajla girerek rakipleriyle rekabet ederken, tüketiciler de kalite belgeli malı güvenerek alma imkanına kavuşmuş olacaktır. Böylece, kalite belgeleme sistemi haksız rekabetin önlenmesi açısından önem taşımaktadır." (AKDEMİR, 1995, s.105)

Bu arada firmalar kalite kontrolü bakımından kendi bünyeleri içinde yapacakları değişikliklerin önemini vurgulamaları gerekmektedir. Bugün için ulaşılan teknolojik düzey ve hızlı değişim unsuru firmaların kontrol mekanizmalarında da değişikliklere neden olmuştur: Artık kalite kontrolü üretimin her aşamasında ve her zaman olmaktadır. Japon işletmelerinden tüm dünyaya hızla yayılmakta olan bu yeni sistem tam zamanında/tam kalite kontrolü olarak (JIT/TQC-Just In Time/Total Quality Control) adlandırılmaktadır. Kontrolün üretimin her aşamasında yayılması çalışanlara daha çok önemin verildiğini, daha fazla sorumluluk ve yetki tanındığını göstermektedir. Çünkü, yöneticiler çalışanlara üretim hattında bir hata gördükleri zaman üretime ara verme yetkisini tanıdılar. Böylece yüzde yüz kontrol olarak adlandırılacak bu sistem batının örnekleme yönetimine kıyasla daha sağlıklı sonuçlar veriyordu. Ürünün üretim sırasında denetlenmesiyle her parçanın tek tek incelenmesinin olası kılınmasının yanısıra zamanında yapılan tasarruf ayrı bir üstünlük sağlıyordu. Personelin kullandığı makinalara uyumun sağlanması, bu yönde eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi yanında gerekli söz hakkı verilerek onların güveni kazanılmış olur. Her çalışanı kalite kontrol yetkilisi gibi görerek bu yönde onları motive etmek, hatta firma amaçları ile personel çıkarlarının bir

doğrultuda olması kuşkusuz kalitenin yükselmesine en büyük katkıyı sağlayacaktır.

2.2.5.3. Tüketicilerin Bilgilendirilmesi Bakımından İşletmelerin Sorumlulukları

Çağımız bilgi çağı, kurumlar gittikçe daha kompleks hale gelmekte, ürünler gittikçe çeşitlenmekte, bu ürünleri talep edecek insanların zevk ve ihtiyaçları sürekli değişmektedir. Bu hızlı değişim süreci bilginin zamanında ve doğru olarak karar vericiye ulaşmasını zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla bilginin önemi gün geçtikçe daha da artmaktadır. Bu süreçte tüketicinin korunması olayı daha da önem kazanmakta, işletmelere daha fazla sorumluluklar yüklenmektedir. Bu çerçevede işletmeler neler yapmalıdır, nelerle yükümlüdürler?:

a) Üretici firmalar ürettikleri malların kalitelerine göre özelliklerini, kataloglarına, reklamlarına, malın veya ambalajın üzerine veya içine anlaşılır bir şekilde yazmalıdırlar. Böylece tüketiciye çeşitli üreticilerin, çeşitli kalitedeki malları arasında ihtiyacına ve ödeme gücüne göre seçme olanağı sağlamış olacaktır.

b) Bilgilendirme, malın alınışı anında tercih konusunda olabileceği gibi, malın kullanılması ve kullanıldıktan sonra da doğabilecek problemlerin giderilmesi konusunda da olmalıdır. En rasyonel kullanım nasıl olacaktır? Tüketici en etkin nasıl kullansın ki en yüksek faydayı ondan sağlasın? Kullanma kılavuzları mamulün üzerinde mutlaka bulunmalıdır.

c) Diğer yandan, "tüketicinin aldığı maldan memnun olmaması durumunda işletmeye nasıl bir mekanizma ile şikayetini bildirecektir? Bu şikayetlere karşı işletme nasıl bir duyarlılık gösterecektir? Firmaların satış sonrası tamir, bakım ve garanti olanakları nasıldır?" (EREN, 1991, s.115): Firmalar, bu hususlarda da tüketiciye tam bir güven vermelidir.

d) Tüketicinin korunmasında hiç kuşkusuz en önemli husus tüketicinin bilinçlenmesidir. Bilinçlenmenin sağlanmasında hükümetler eğitim ve bilgi programları hazırlayarak bunu yasalarla desteklemektedirler. İnsanların kültürel geleneklerine, toplumsal yapılarına, zevk ve ihtiyaçlarına göre hazırlanacak bu programların uygulanmasında işletmeler hükümetlere gerekli desteği sağlamalıdırlar.

Bu arada tüketicinin bilgilendirilmesi bakımından reklamın fonksiyonu unutulmamalıdır.

"Tüketicinin kendisine sunulan mal ve hizmetler arasından isteğine uygun bir seçim yapabilmesi, satın alacağı mal ve hizmetin yapısı hakkında, nerede, ne amaçla kullanılacağı ve ne kadar dayanacağı konularında tam bir bilgi sahibi olmasına ve belirsizliklerin olmamasına bağlıdır. Tüketicilerin mal ve hizmetler hakkında bilgi edinmesinde ise reklamların rolü büyüktür. Günümüzde önemli bir tanıtma aracı olan reklamlarla ilgili teknikler her geçen gün hızla gelişmekte olup, üreticiler ve satıcılar çeşitli reklam araçlarını kullanarak, mallarını ve hizmetlerini tanıtarak tüketicileri aydınlatmak için büyük miktarlara varan harcamalar yapmaktadır. Reklamların temel özelliği mal ve hizmetleri en doğru bilgilerle tanıtmaktadır. Ancak, iktisadi faaliyetler içinde aldatıcı reklamlar olarak bilinen faaliyetler nedeniyle tüketiciler gerçek anlamda aydınlanmamakta, satın almak istedikleri mal ve hizmet hakkında tam bir değerlendirme karşılaştırma ve isabetli seçim yapamamaktadırlar." (AKDEMİR, 1995, s.109)

2.2.5.4. Fiyatlandırma Bakımından İşletmenin Sorumlulukları

"Günümüzde fiyat, hem makro ekonomik düzeyde, hem mikro düzeyde işletmeler açısından hem de tüketiciler açısından önemli bir değişkendir. Makro açıdan fiyat, pazara dayalı ekonomilerde ekonomik hayatın temel düzenleyicisidir. Mikro açıdan, firmaların pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesinde önem kazanır. Fiyat tüketiciler açısından da önemli olup, yüzeysel de olsa onlara kalite hakkında bilgi verir. Tüketicilerin malı algılamalarına ve değerlendirmelerine yardımcı olur." (MUCUK, 1987, s.224) Fiyat, tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen en önemli etkenlerin başındadır ve malı algılamalarında önemli bir ölçüttür. Özellikle malın niteliğine malın üreticisine ya da aracı işletmeye ilişkin yeterli bilgileri yoksa, fiyat yükseldikçe malın daha kaliteli olduğunu algırlar. Demek ki malın fiyatı tüketici tercihlerini etkileyen önemli bir etkidir. o halde üretici firmaların fiyat belirlemelerinde dürüst olmaları çok önemli bir sorumluluk konusudur. Malların fiyatlandırılmasında çeşitli etkenler rol oynar: Arz ve talep güçleri, işletmelerin içinde yer aldığı sanayi dalının yapısı, maliyetler, tüketicinin davranışları, devletin ve yerel yönetimlerin yasal düzenlemeleri fiyatlandırmayı etkiler. Dolayısıyla fiyat uygun ve haklı olmalıdır. Aşırılıktan

kaçınılmalıdır. Aşırı fiyat işletmeler açısından bir ahlak sorunudur." (CEMALCILAR, 1988, s.253)

Kamuoyu yoklamaları şunu göstermiştir ki, enflasyonun kronik hal aldığı ülkemizde uzun süredir bir "fiyat anarşisi" yaşanmaktadır. Bunun da kaynağı başıboşluk ve siyasi istikrarsızlıktır. Bu başıboşluk bize bir gerçeği göstermektedir ki, böyle bir ortamda devletin denetiminden uzak olan işletmeler sorumluluklarının bilincine varmadan ya da sorumlu davranmadan keyfi olarak fiyat artışına neden olmaktadır. Bu durumun özellikle piyasa ya da piyasaları ellerinde bulunduran işletme ya da işletmelerce, fırsatçı politikalarla yürütüldüğü gözlenmektedir. Ancak piyasa kendi içerisinde bir otokontrol mekanizması geliştirmeye ise devletin zorlamasıyla bunun düzeltilmesinin tam bir şekilde sağlanabileceği kanısında değiliz. Çünkü aynı ürün farklı satış birimlerinde, farklı fiyatlarla satılmakta, psikolojik fiyat belirlemeri, kredili satış adı altında yüksek fiyatlarla satış vb. gibi uygulamalara sıkça rastlanmaktadır

Tüketicinin korunması konusu, insanoğlunun ilk alışverişinden beri takip edilmekle beraber, gittikçe daha karmaşık hale gelmekte ve kapsamı genişlemektedir. Bugün tüketicinin korunması denilince tüketicinin mal ve hizmet alışverişinde miktar, kalite ve fiyat yönünden aldatıcı davranış ve uygulamalara karşı korunması anlaşılmakla birlikte, tüketicinin mal ve can güvenliği, sağlığı, çevre şartlarını ihlal edici her türlü uygulamaya karşı korunma da bunların arasına girmektedir.

Dolayısıyla, tüketicinin korunması da topyekün bir olgudur. Bunun için işletmelere, kanun koyuculara ve uygulayıcılara, hatta tüketicilerin kendilerine büyük sorumluluklar düşmektedir.

Burada şunu belirterek sözlerimizi noktalamak istiyoruz. Tüketiciyi koruma hareketleri yeni olmakla beraber geçici değildir. İşletmeler bunu kabullenmeli ve kendileri tüketiciyi koruma servisleri kurmalıdırlar. Tüketicilerin başvurularını kabul etmeli, onlara her konuda bilgi aktarmalı, eğitimlerini sağlamalıdırlar.

2.2.6. Çevre Sorunları ve İşletmeler

2.2.6.1. Tanımlar ve Dünyadaki Gelişmeler

Son yıllarda üzerinde en çok durulan konulardan birisi de çevre sorunlarıdır. Genel olarak çevre; canlıların hayatsal işlevini sürdürdüğü dış ortam olarak tanımlanmaktadır. Bu ortamda canlı ve cansız varlıklar arasında biyolojik, kimyasal ve fiziksel ilişkiler dinamik bir şekilde dengeli olarak sürüp gider. Bu denge belli prensiplerle düzene sokulur ki, bu düzen sonucunda canlı varlıkların sağlıklı gelişmeleri sağlanır. Ekolojik (ya da doğal) denge diye tanımlanan bu ortamda canlılar arasında karışık ve karşılıklı bir ilişki vardır. Sistem içerisinde hiçbir canlı organizma sınırsız büyümmez ya da sınırsız gelişmez. Canlılar kendi aralarında sürekli dayanışma halindedirler. Ekolojik dengeyi oluşturan canlı ve cansız varlıklar zincirinin halkalarından bir veya birkaçında olabilecek herhangi bir kopma, zincirin tümüne etki ederek bu dengenin bozulmasına neden olacaktır. Bu halkalardan birisi olan insan, ekolojik dengeyi bozucu faaliyetlerde bulunarak çevre sorunlarının meydana gelmesinde başrolü oynamaktadır. İnsanoğlu kendi faaliyetlerinin gelişmesi sonucu oluşturduğu "yapay çevre" ile "doğal çevre"yi değiştirmek için sürekli uğraş vermiş, özellikle son yüzyılda yaşadığı hızlı değişim sonucu ortaya çıkan ve kendisine doğrudan yönelen olumsuz etkiler üzerine doğal dengenin sağlanması için yeniden yapılanmaya yönelmiştir. Çevre bilinci olarak adlandırdığımız bu "yeniden uyanış hareketi" bir bakıma insanoğlunun artık kendi kendine gem vurması, yani dur demesi olayı idi. Nitekim 1972 yılında tüm dünya ülkelerini biraraya getiren Stockholm Toplantısı olayın ciddiyetini belli ediyor ve çevre sorunlarının ülke sınırlarını aşan boyutlara vardığını gösteriyordu.

19. yüzyılda başlayan hızlı sanayileşme ve nüfus artışı ile makinalaşma, motorlu araç sayısındaki artış, aşırı üretim, tüketim ve bunun milyonluk kentlerde yoğunlaşması gibi birçok faktör, sosyal ve fiziksel çevrenin kirlenmesine neden olurken, sonucu bilinmeyen çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Doğanın fiziksel unsurları olan hava, su, toprak üzerinde insanların oluşturduğu bu olumsuz etkilerin giderilmesi artık uluslararası bir boyut kazanmış olsa da, ulusların hatta yerel birimlerin getirecekleri çözüm yollarının ve tedbirlerin önemini azaltmamıştır.

İşletmelerin bu konudaki sorumluluklarına geçmeden önce çevre kirlenmesinin kısaca tarihsel boyutu ele alınarak neden ve sonuçları üzerinde durulması, sorumluluk bilincinin daha iyi kavranmasını sağlayacağı ve doğru bir yöntem olacağı kanısındayız.

Çevre kirlenmesinin özellikle 19. yüzyıldaki hızlı değişim sonucunda arttığını ancak bu dönemden sonra insanı olumsuz yönde etkilediğini söylemiştik. Gerçekten de 19. yüzyıla kadar insanın doğal dengeyi bozmadaki rolü oldukça sınırlı idi. Daha çok doğanın bilinçsizce sömürülmesi, özellikle ormanların yok edilmesi, canlılar ve cansız varlıklar arasında dengeyi bozmuştur. Bu bozukluk, insanın nüfusuna ve bilgisine göre belli bir düzeyde kalıyordu. Ancak insanoğlu yaradılış olarak doyumsuz bir varlık olması dolayısıyla daima daha çok elde etmek hırsı ve bunun yarattığı tek yönlü düşünce ile denizlere açılabilmek, diğer topluluklarla ilişkide bulunabilmek ve onlardan birşeyler elde etmek, onun etrafındaki canlı ve cansız varlıkları bilinçsizce yok etmesine yol açıyordu. Bu yok ediş o zamanki teknik kabiliyet ile sınırlıydı. Diğer canlılar ancak karınları doyuncaya kadar doğaya zarar verirken bu zarar doğanın kendi dengesi içinde telafi ediliyordu. İnsanoğlu ise güçlü olmak uğruna doğanın katili olmaya devam ediyordu.

İşte bu hırs ve güçlü olma ihtiyacı, merak etme duygusuyla da birleşince insanlar yeni şeyleri keşfetmeye başlamışlardır. İnsanın çevresine karşı girişimlerini; ormanları yok ederek yaptığı tekneleri ve hayvanları avlamak için geliştirdiği silahları ile arttırmış, daha sonra adına endüstri dediğimiz olgu ile de 19.yüzyıl başlarında olağanüstü boyutlara ulaştırmıştır. Ancak daha evvelce de söylediğimiz gibi, doğadaki denge bozukluğu belli bir düzeyi aşmadığı sürece kısa bir süre sonra kendiliğinden düzeliyordu. Böylece çevrenin kalitesinde canlılar için tehlike oluşturacak ölçüde bir bozulma olmuyordu. Bu durumun 20. yüzyılın ortalarına kadar süregeldiği de söylenebilir.

" 2. Dünya Savaşı'ndan büyük yıkıntılarla çıkan insanlık büyük bir kalkınma çabası içine girmiştir. Ancak uluslararası ekonomik ve siyasal rekabetin başta gelen etkisiyle bu kalkınma çabaları kolayca bir ekonomik büyüme ve gelişme tutkusu haline dönüşmüştür. O kadar ki bireylerin ruh ve dimağlarında artık birey başına düşen ulusal üretimin bir yıl içindeki artış oranı büyüme hızından ayrı bir gelişme ve ilerleme ölçüsü kalmamıştır." (TOSUN, 1989, s.6) Böylece aşırı üretim sonucu sınırsız ihtiyaçların

karşılanması amacıyla kıt kaynaklar bilinçsizce kullanılmış ve israf ekonomisinin doğmasına neden olunmuştur. Öyle ki artık amaç ihtiyaçları karşılamak değil, kartopu gibi büyüyen sermaye ve yatırımları çalışır ve verim getirir durumda tutmaktır, yapay ve lüks sayılabilecek istekleri karşılamaktır.

Diğer yandan "aşırı nüfus artışı, ekonomik büyüme tutkusunun yanında istihdam olanakları yaratma zorunluluğunu da beraberinde getirmiş, üretim-tüketin kısır döngüsünü içinden çıkılmaz bir hale sokmuştur.

Üretim ile tüketim birbirine bağlı olarak baş döndürücü bir hızla artarken, insanlık, görülmemiş bir refah düzeyine ulaşmakta olduğunu görmüş, ancak bunun verdiği sarhoşlukla kendisine aynı biçimde yabancı olan olumsuz sonuçların farkına varmamıştır. Bu sonuçlar, çevreyi oluşturan hava, su, toprak, iklim, bitki ve hayvan örtüsü gibi temel sağlık, yaşam ve refah unsurlarının bozulması ve azalması, ekonomik bir terimle kitledaşması diye özetlenebilir. Yani çevrenin kalitesi bozulmuştur. Artık kaliteli çevre kıt, az bulunur ve arzı talebinden düşük olan ekonomik bir mal haline gelmiştir." (TOSUN, 1989, s.7)

Başlıca Çevre Kirliliği ve Bozulmalar

Doğal dengedeki bozulmaların ya da kirlenmenin sonucunda insanın ve sosyal çevrenin de bozulduğunu görmekteyiz. Bu bozulmalar ya da kirlenmeler:

1- Isınma maçlı kullanılan yakıtlardan, fabrikalardan ve motorlu araçlardan havaya verilen zehirli atıklar sonucu havadaki oksijen oranının bozulması: Hava kirliliği.

2- Zararlı sıvı maddelerin denizlere, göllere, akarsulara verilmesi sonucu buradaki canlıların ölmesi, insanların buralardan yararlanamaması: Sulardaki bozulmalar.

3- Katı atıkların sağlıklı bir şekilde imha edilmemesi, ambalajların yeniden kullanılmadan ortama bırakılması, bitki örtüsünün bilinçsiz kullanılması vb. nedenlerle oluşan toprak bozulması.

Toprak, su ve havanın kirlenmesi ya da bozulmasına insanlar tarafından oluşturulan yapay çevre koşullarının insanlar için kötü şartlar sunması, doğal kaynakların aşırı ve yanlış kullanılması ile oluşan zararlı kokular, görüntü ve gürültü gibi duyu organlarımızı olumsuz yönde etkileyen çevresel bozulma ve kirlenmeleri de ilave edebiliriz. Diğer yandan tarihi ve kültürel değerlerin tahribi de bir çevresel bozulmadır.

Çok genel olarak verilen bu çevresel bozulmaların en aza indirilmesi hatta yok edilmesi yöneticilerin, kanun koyucuların, işletmelerin, kısacası tüm insanlığın ortak sorumluluğundadır.

"Çevre kirlenmesinin asıl ve temel nedeni, bugünkü koşullarda insanlığın çok üretim ve çok tüketimde bulunması ve bu ikisinin de büyük bir hızla artması" (54) ise işletmelere düşen sorumluluk bozulmanın önüne geçecek her türlü tedbiri alma zorunluluğudur.

2.2.6.2. Çevre Kirliliğinin Önlenmesinde İşletmenin Sorumlulukları

Herşeyden önce çevre kirliliğinin önlenmesi bir yöntem sorunudur. Önleme nasıl yapılacak, kimler, hangi oranda katılacaklardır? Bu ülkenin genelini ilgilendiren bir sorundur. Zira bazı genel tercihleri yapma zorunluluğu vardır. Örneğin büyüme uğruna çevresel kirlenmeye izin verilecek midir ya da ne kadar izin verilecektir? Diğer yandan nüfusun sıfır büyümesi gerçekten yararlı mıdır? Bunu nasıl sağlamak gerekir? Kirlenme için ne gibi yaptırımlar uygulanacaktır? Bunun gibi birçok sorun ve bunların arkasından gelen tercihler bulunmaktadır. Ancak çevre herkesindir ve korunması zorunludur. Olaya işletmeler açısından baktığımızda da bu tür tercih problemleri ile karşılaştığımızı görmekteyiz. Önemli olan işletmelerin konuya gerçekten önem vermeleri, ileriye görmeleri, bilinçli tercih yapmalarıdır. Burada bizim belirtmek istediğimiz nokta, işletmelerin kendi iradeleri ile çevre kirlenmesinin önüne geçmeleri, kendi istek ve arzuları ile bunu sağlama yollarını aramalarıdır. Yoksa çeşitli zorlayıcı tedbirlerle bunu işletmelere yaptırmak, çok daha güç olacaktır. Kanunların boşluklarından faydalanıp, kendi çıkarlarını bu ortak sorunun üzerinde tutabilirler. Önemli olan onları bu yönde teşvik etmektir.

Çevre kirliliğinin önlenmesi konusunda işletmelerin sorumluluklarını; işletme içi sorumluluklar ve işletme dışı sorumluluklar olarak ayırabildiğimiz gibi, tesis kuruluş aşamasındaki sorumluluklar(örneğin yer seçimi) ve tesis

kurulduktan sonra faaliyet halindeki sorumluluklar olarak da ayırabiliriz. Biz buradaki birinci ayrımı dikkate alarak konuya daha sistematik yaklaşmayı uygun bulduk.

2.2.6.2.1. İşletme İçi Sorumluluklar

Bu sorumluluk, çalışanın beden ve ruh sağlığına etki edebilecek olumsuz durumların giderilmesi konusunda işveren ya da işletme tarafından alınması gereken tedbirleri içermektedir. Yani işyerindeki olumsuz etkenlerin en aza indirilerek ya da yok edilerek sağlıklı çalışma ortamının yaratılması olarak özetlenebilir.

İş sağlığında çevre, işyeri anlamına gelir. İşyerindeki etkenler çok çeşitli olmakta ve şöyle gruplanmaktadır. (ENÖN ve KIRMIZI, 1990, s.7)

a) Sıcaklık, nem, havasızlık; özellikle havagazı, cam, tekstil fabrikalarında önemlidir.

b) Işıklar; şişe-cam ve metal sanayinde çalışanlarda katarakt yapabilmektedir.

c) Hava basıncı değişiklikleri.

d) Titreşim; özellikle dakikada yüzlerce titreşim yapan hava basınçlı aletlerin elle kullanılması sonucu ortaya çıkar. (Ayakkabı sanayinde görülebilir) Raynoud hastalığına benzer sendrom veya dirsek eklemlerinde hiperestos hastalığı yapabilmektedir.

e) Gürültü ise büyük presler, hava presleri, hava kompresörleri bulunan tesislerde etkisini gösterir. Bu tür yerlerde gürültünün işitme duyusu organı için zararlı kabul edilen 90 db.'in üzerine çıktığı görülmektedir. Gürültü bu düzeyde yorucu olmakta ve sinir gerginliği yapmaktadır. Ayrıca sağırılık nedeni de olmaktadır.

Çalışma ortamına yahut tesisin özelliğine göre sıralanan ve bu etkenlerin yanında ürünün özelliğine göre çalışanı ve çalışma ortamını etkileyecek zararlı maddeler de vardır: Asitler, zehirli gazlar, tozlar ve bunun gibi. İşte sıralanan bu olumsuz etkenler ya da zararlı maddeler çalışma ortamında

bozucu etki yarattıklarından işletmelerin bu konuda alması gereken tedbirler sorumluluk kapsamına girmektedir. Temiz ortamda çalışmak aslında bir haktır. İşletmeler bunu sağlamakla haktan doğan borcu ifa etmiş bulunurlar. Ancak çoğu işletmeler daha çok üretim ve kar gayesi ile çalışma ortamını unutmakta ya da kısa süreli ve az masraflı yolları tercih etmektedirler. Çalışan kişiler ise işverenin baskısı ile gerçek çalışma ortamının yaratılmasında etkisiz kalmaktadırlar. Aslında çalışma ortamındaki insana zarar verecek her türlü kirletici ve olumsuz unsurların giderilmesi, çalışanlar üzerinde motivasyonu arttıracığından işletme açısından da yararlı görülmektedir. Dolayısıyla onlar üzerindeki bu teşvik edici unsur iki türlü fayda yaratacaktır. Örneğin çalışan kişilere çalıştığı yeri temiz tuttuğundan dolayı çeşitli ödüller verilirse o kişi işini daha çok sevecek, daha etkin ve verimli çalışacaktır. Diğer yandan zorunlu hale getirilen işçi sağlığı ve iş güvenliği kurallarının oluşturulması ve çalışmalarına yardımcı olunması başlı başına bir sorumluluk türüdür. Daha birçok örnek ve tedbir söylenip yapılabilir. (Müzikle çalışma, işyerini günışığına yakın ışıklandırma, makinelerin yenilenmesi vb.) İşte bu tür çevresel etkileri azaltıcı tedbirler, işletmelerin daha canlı, daha dinamik bir yapıya kavuşmalarını sağlarken üretimin de etkin ve verimli olarak yürütülmesine yardımcı olmaktadır.

2.2.6.2.2. İşletmelerin İşletmedışı Sorumlulukları

a) "Kuruluş yeri seçimi: Zararlı atıkları olan sanayi kuruluşlarının yer seçiminde pazar yeri, kaynak ve enerji sorunundan önce, ekolojik etmen düşünülmelidir." (ENÖN ve KIRMIZI, 1990, s.145) Yer seçiminin doğru yapılmaması sonucunda meydana gelebilecek zararlar konusunda çarpıcı örnekler verilmektedir. "Birinci sınıf bir tarım arazisinde kurulan bir fabrika, bir hektarlık alanı kaplıyorsa, tarımdan kaybedilen bir hektarlık bir alan orman ve meralarda ortalama sekiz hektarlık açmalara neden olmaktadır. Nicelik olarak sekiz kat artış gösteren bu durum nitelik yönünden karşılanması olanaksız bir durum gösterebilir. Eğer fabrika bir portakal bahçesine kurulmuş ise narenciye ürünü verebilecek bu alan tamamen kaybedilmiş olur. Türkiye'nin kalkınması için sanayileşme sürecinin devam etmesi zorunlu bir koşuldur. Ancak sanayileşme, diğer kaynaklarımızın azalması ya da yitirilmesi pahasına olmamalıdır. Bunun için işletmeler kurulmadan önce yer seçiminde ekolojik veriler de dikkate alınmalı, fizibilite ve rantabilite hesaplarına bunlar da katılmalıdır." (GÜRPINAR, 1990, s.26)

Kuruluş yerinin belirlenmesinde bir başka dikkate değer konu da sanayi kuruluşlarının nüfus çekme özelliğine sahip olmalarıdır. Dolayısıyla sanayi, diğer kentsel özellikleri de çektiğinden ekolojik veriler saptanırken sosyal sonuçlar da dikkate alınmalıdır. Türkiye'deki hızlı kentleşmenin ve yarattığı sorunların sanayinin belli bölgelerde yığılmasından kaynaklandığı unutulmamalıdır.

b) "İşletme faaliyetleri sonucunda çevreye vereceği zararın tazmini için ya da alınacak önlemler için gerekli fon ayırmaları üzerinde durulmalıdır." Çevre kirliliğinin önceden önlenmesi amacıyla yapılacak AR-GE çalışmaları, AR-GE bütçesi hazırlanırken gözönünde bulundurulmalıdır. Eğer işletmeler üretim uğruna çevrede bazı olumsuz sonuçlar yaratacaklarsa bunun önlenmesi ya da en aza indirilmesi konusuna maddi destek sağlamak zorundadırlar. İşletmeler çevre kirlenmesi konusunda yapmış oldukları harcamaları ve verdikleri kirlilikleri karşılaştıran raporları ve açıklamaları halka duyurmakla yükümlü olmalıdırlar. İnsan sağlığını ilgilendiren konularda ticari sır bahanesiyle birçok şey gizlenmektedir. Bu yüzden yapılan çalışmalar hakkında toplumun bilgisi olmamakta ve yeterli yaptırım uygulanamamaktadır. Ekonomik büyümenin, kendi başına bir amaç olmadığı, yalnızca halkın refahını arttırmanın bir aracı olduğu unutulmamalıdır. Öte yandan çevre korumasının kendi başına bir ekonomik değer olduğunu ve çevrenin tahribi halinde istikrarlı ekonomik gelişme için gerekli koşulların ortadan kalkacağı unutulmamalıdır.

c) Bir başka sorumluluk konusu teknoloji transferinde yani, yeni yapılan yatırımlarda karşımıza çıkmaktadır. İş yapmak ve başarmak durumunda olanların içinde bulundukları günlük sorunlar ve çeşitli güçlükler nedeniyle çevreyi gereği gibi düşünmeleri oldukça zordur. Bu konu teknoloji seçiminde de karşımıza çıkmaktadır. Ancak teknolojiden doğan hava, kara ve su kirliliğinin çeşitli iş ve trafik kazaları ile yakından ilişkisi olduğu; bu kirlilik ve kazaların etki sınırlarının aileleri aşarak topluma maddi ve manevi zararlar veren sosyal problem niteliğini kazandıkları söylenebilir. Endüstriyel teknolojinin soğuk, donuk, aşırı rekabete dayanan ve ferdin psikolojik durumunu gözardı eden, para ve kar elde etmeyi temel gaye sayan niteliğinin insanları yalnızlığa, isyan etmeye, sosyal sapma davranışlarına ittiği değişik ülke ve zamanlarda yaşayan sosyal bilimciler tarafından kendi ilgi merkezlerine göre açıklanmaktadır. (ERDOĞMUŞ, 1988, s.154) İşletmeler bu konuları gözardı edip bir tercih yapamazlar. Belki bu seçme ve yeğleme daha

pahalıya mal olacaktır ama, etkinin toplumsal ve ekonomik sonuçları arasında denge mutlaka kurulmalıdır. Örneğin, zararlı gazlar ve atıklar çıkartan ve katı yakıt kullanan makineler için elektrik enerjisinden faydalanılması ve bu teknolojiye yatırım yapılması bir tercih nedenidir. Bir diğer durumda ürünün özelliğine göre daha az atık veren makineler tercih edilebilir. Atıkları yeniden işleyebilecek yeni yatırımlara da başvurulabilir. Bu tür yatırımların, aynı zamanda işletmelerin saygınlığını arttıracığından, reklam aracı olarak kullanılması da düşünülmelidir.

d) Aşırı üretimin zaman zaman sınırlandırılması ve standartlara göre üretim zorunluluğu da kirlenmenin baştan engellenmesi bakımından önem arzeden sorumluluk türüdür. Konunun başında, tüketimin ve bununla birlikte üretimin başdöndürücü hızla artmasının tüketim amacıyla üretim yerine, tüketim amacıyla tüketim yöntemini yarattığını belirtmiştik. Dolayısıyla, amacın gerçek ihtiyacı karşılamaktan çıkarak, lüks tüketimi ve israf ekonomisini doğurduğunu belirtmiştik. Bu durumun yaratılmasında en büyük payı oynayan sermayedarların kar ve rekabet hırsıdır. Bunun önlenmesi ya da sınırlandırılması da işletmelere düşmektedir. Zira sınırsız ihtiyaçlar karşısında kaynaklar sınırlıdır. Bunların birgün son bulacağı unutulmamalıdır.

Diğer yandan standartlara uyum bir başka sorumluluk konusudur. Zira standartlar belli araştırma ve bulgular sonucunda oluşturuldukları için, üretim sonrası kayıp ve artıklar en az seviyeye inmektedirler. Standartlaşma neyin, hangi kalitede üretileceğine yardımcı olacağından, kalitesiz mal üretimi sonucu oluşan çöp yığınlarının önüne de geçilmiş olacaktır. Kirlenen havayı, toprağı ve suyu temizlemek çok zor ve pahalıdır. Standartlaşma, kirlenmeye baştan engel olur. Diğer yandan standartlaşmanın ürün konusunda olduğu gibi, ürünün ambalajı konusunda da önemi vardır. Zira hangi ürün için hangi ambalajın daha iyi olduğu belli olacaktır. Çevresel bozulma açısından ürünün korunması kadar, ürünün tükedildikten sonra ambalajının yeniden kullanılması da önemlidir. Örneğin doğada kaybolma süresi çok uzun olan plastik ambalajlar mı, yoksa yeniden kullanılacak cam ambalajlar mı tercih edilecektir? Bunu malın özelliğine göre standartlar belirleyecektir. Standartlaşmanın çevre bozulması açısından her alana yayılması, belli yaptırımlar içermesi zorunluluğunu ortaya çıkarırken, işletmelerin de bunlara uyma sorumluluğunu doğuracaktır.

e) Daha önce sıraladığımız sorumluluk türlerini de az çok içine alan bir sorumluluk türü de, kanunlara, tüzük ve yönetmeliklere uyum ile ilgilidir. Kısaca, çevre hukukunun getirdiği sınırlamalara uyum yükümlülüğü, işletmelerin çevre hukukunun çerçevesinde yerel yönetimlerin alacakları kararlara uyarak, onlarla birlikte çevrenin daha sağlıklı yapı kazanması için ya da çevre bozulmasını önlemek için işbirliği yapması gerekir.

f) Ülkemizde henüz fazla gelişmemiş olmakla birlikte atıkların değerlendirilmesi konusu da önemlidir. "İşletme biliminde maliyet muhasebesi ve özellikle yönetim muhasebesi disiplinlerinde atıkların tekrar işlenmesi, daha ileri üretim aşamalarında hammadde veya enerji olarak kullanılabilmesi aslında vardır. Örnek olarak kimya sanayine kullanılan civa geri kazanılabilmektedir. Bu iş için sadece bir destilasyon aygıtı yeterlidir. Böylece kaynaklar daha verimli kullanılmış olacaktır." (BAŞ ve BAŞ, 1988, s.37) Bu konunun dikkate alınarak, ileriki yatırımlarda ele alınması gerekir kanısındayız.

Çevre sorunları konusunda işletmelere düşen sorumluluklar çok genel olarak ele alındı. Aslında herbiri bir araştırma konusu olacak bu altı maddelik sorumluluk konularını genel olarak ele aldığımızdan bu dar çerçeveye içinde kaldık.

Çevre sorunları konusunda söylenecek çok şey var. Ancak işletme açısından bir husus çok önemlidir. Sorumluluk bilinciyle hareket eden işletmelerin toplumdaki görüntüsü diğerlerinden farklı boyuttadır. "Çevre sorunlarına eğilen işletmenin bunu halkla ilişkiler politikasını saptarken bir unsur olarak ele alması gerekir" (BAŞ ve BAŞ, 1988, s.39) görüşüne katılıyoruz. Çünkü kamuoyunun çevre sorunlarına duyarlılığı ülkemizde de artmaktadır. Dünyanın miras olarak bırakılmadığı, aksine bizden sonrakilere - en azından bozulmadan- bırakılacak emanet olduğu anlaşılmaya başlanmıştır. Unutulmamalıdır ki çevre sadece işletmelerin çabalarıyla korunamaz. Çevre koruma , kanun koyucusundan, kanuna uymak zorunda olan sokaktaki insana kadar uzanan ortak bir problemdir. Bir batılı düşünürün dediği gibi, "Doğa insan olmadan yaşar, ama insan doğa yok olduktan sonra yaşayamaz." (P. REHRUCH)

BÖLÜM 3 UYGULAMA

3.1. EMBİL İLAÇ LTD. ŞTİ.

Embil İlaç Ltd. Şti. 1956 yılında Nejat Embil tarafından Bomonti İstanbul'da küçük bir ilaç imalhanesi olarak kurulmuştur. Zaman içerisinde büyüyen firma ürün çeşitliliğini arttırmış ve ilaç piyasasında yüksek kaliteli, doktorların deyimiyle "işe yarar" ilaçlar üreten saygın bir kuruluş olarak yer edinmiştir.

1990 larda firmayı ailenin ikinci kuşağı yönetmekte ve sektörün gelişmesine paralel atılımlar yapılmaktadır. Bu süreçte fabrika binası tamamen yenilenmiş ve yüksek teknoloji ürünü makineler alınmıştır. Ayrıca firmanın geleneksel finansal yapısıda değiştirilmiştir.

Firmada toplam 120 kadar personel istihdam edilmektedir. Yarı zamanlı çalışanlar ve ilaç tanıtıcıları ile birlikte bu sayı 150 yi bulmaktadır. Firmanın yönetim ve üretim binaları Bomonti İstanbul'da bulunmaktadır.

Firma hakkındaki genel bilgiler ve sosyal sorumluluklar hakkındaki görüş, uygulama ve beklentileri firmanın yöneticileri ve personeli ile yapılan görüşmeler sonucu elde edilmiştir. Şimdi tezimizin "İşletmenin Sosyal Sorumluluklarının Kapsamı" bölümünde çerçevesini çizdiğimiz şekli ve sırasıyla Embil İlaç Ltd. Şti'nin bu konudaki uygulamalarını görelim.

3.1.1. İşletme Sermayesine İlişkin Sorumluluklar

Firma bir aile şirketi olduğundan tüm ortaklar yakın ilişki içerisinde. Böylece alınacak kararlarda gözönüne alınan ilk kriter işletmenin devamlılığıdır. Son yıllarda sektördeki hızlı değişime ayak uydurabilmek amacıyla teknoloji yenilenmesine gidilmiştir. Son derece pahalı olan bu yatırım şirket öz kaynaklarıyla sağlanamayınca ortaklar yeni sermaye getirerek katkıda bulunmuşlardır. Şirketin ilk amacı sektördeki saygın konumunu kaliteli ürün üretmeye devam ederek sürdürmektir. İkinci

amacıysa personel devir hızının son derece düşük olduğu işletmede çalışanlarına sürekli istihdam ve güvenli bir gelecek sağlamaktır. Kar üçüncü amaç olarak gösterilmiştir. Ayrıca işletme yönetimi ilaç gibi son derece stratejik bir mamül ürettiğinin, hele bazı mamullerinin o alanda Türkiye'de ki tek mamül olduğunun bilincindedir. Kısacası sermayedarlar karın ötesinde belli bir prestij ve sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmektedirler.

3.1.2. İstihdam Politikasına İlişkin Sorumluluklar

İşletme işe alımlarda belirgin bir şekilde bayan personeli tercih etmektedir. Neden olarak işe bağlılıkları ve özellikle üretim bölümünde erkeklerden daha dikkatli ve verimli oldukları gösterilmektedir. Bu nedenle işletme çalışanlarının hemen hemen %85 i bayandır. İkinci bir tercih sebebi de çalışma disiplinlerinin yüksek olması nedeniyle Bulgaristan göçmenleridir.

Elbette yukarıdaki sebeblere, tercih edilen her iki grubu oluşturanların düşük ücretle çalışmaya eğilimli olmalarıda eklenebilir.

İşletmenin istihdam politikasında hiçbir dinsel ya da ırka dayalı ayrımcılık yoktur. Belli bir cinsiyetin ve bölgenin tercih edilmesi tamamen işe yatkınlık ve emeğin fiyatıyla ilgilidir.

İşletme konu ile ilgili tüm kanuni yükümlülüklerine uymaktadır. Gerektiği kadar özürlü ve eski hükümlü çalıştırmaktadır ve bu uygulamadan hiç şikayetçi değildir. Özürliülerin uygun koşullar sağlandığında, eski hükümlülerinde kendilerini kanıtlama çabasıyla son derece verimli olduğu yöneticilerce belirtilmiştir.

İşletme, labaratuvar bölümü kimya fakültesinde okuyan öğrencileri stajyer olarak kabul etmektedir. Böylece ucuz ve kalifiye işgücü sağlamakta, ayrıca gelecekte kullanacağı personeli şimdiden yetiştirmektedir.

İşletmenin üretim bölümüne alınan personel, personel müdürünce mülakata tabi tutulmakta ve değerlendirilmesi yapılarak işe başlatılmakta ya da rededilmektedir.

Yönetici olarak işe başvuranlar ise bizzat işletmeyi yöneten sermayedarlarca değerlendirilmektedir. Ancak hangi konumda olursa olsun işletmede çalışan

personelin tavsiyesi ve referansı işe yeni alınacak personel için en önemli kriterdir. Bu yüzden özellikle üretim bölümünde çok sayıda birbiri ile akraba olan kişi vardır.

3.1.3. Personele Karşı Olan Sorumluluklar

Firmadaki iş koşulları ve firma içi ortam üretim bölümünde son derece düzenli ve ferahdır. Ancak büro bölümleri için aynı şey pek söylenemez. Büro bölümünde mekan oldukça dar, gürültülü ve streslidir. Yatırımlar, işin devamı ve kalitesi için öncelikle üretim bölümüne yapılmış, büro ikinci plana bırakılmıştır. Büro personelinin şikayetleri dikkate alınarak 1996 yılı içerisinde tüm büro kısmı yenilenecektir. İşletme, ilaç sektöründe faaliyet gösteriyor olmasının da etkisiyle temizliğe çok dikkat etmektedir. Tüm binanın temizlik koşulları son derece iyidir ve bu konuda personelin uyması gereken katı kurallar vardır.

İşletme içerisinde sigara içilmesine kesinlikle izin verilmemektedir. Ancak sigara tiryakisi personelde düşünülerek sırf sigara içilmesi için özel bir oda ayrılmıştır. Sabah ve öğle mesailerinde 15 er dakikalık iki sigara ve çay molası verilmekte, öğle yemeği aynı bina içerisinde yarım saatlik öğlen paydosunda çalışanlara sunulmaktadır. Çalışanlar yemeklerin kalitesini tatminkar bulmaktadırlar.

Çalışanlar başta 1475 sayılı iş kanunda belirtilenler olmak üzere tüm kanuni haklarını almaktadırlar. İşletme yönetimince ücret, izin, tazminat gibi kriterlere harfiyen uyulmaktadır. Bu konularda işçi-işveren anlaşmazlığı firma için sorun oluşturmamaya düzeydedir.

Firmada yaygın bir sendikalaşma hareketi gözlenmemektedir. Bunun nedeni yeterli işçi-işveren iletişiminin yanında, işçilerin işverenin tepkisini çekmekten duydukları korkudur. Pek çok çalışanda "koşullar ve ücret fena değilken maceraya girmenin anlamı yok" düşüncesi hakimdir.

Prim sistemi sadece satış bölümünde uygulanmaktadır.

İşletme içerisinde hiyerarşik yapı keskin değildir. İşletmenin hacmi nedeniyle uzmanlaşma derinleşmemiştir. Ast-üst ilişkisi yıpratıcı olmaktan uzaktır. Yönetim sürecinde astların fikirlerine çok önem verilmektedir. Her hafta Çarşamba günleri, her departmandan bir sorumlunun ve işçi

temsilcilerinin katıldığı geniş kapsamlı bir toplantı yapılmaktadır. Bu toplantıda finansal ve üretimle ilgili konuların yanısıra personel, iş koşulları ve şikayetlerle ilgili çözüm yolları aranmaktadır.

Yemekhane, tuvalet, dinlenme odası gibi mekanlar herkes için ortaktır. Firma sahibi ile temizlik işçisi aynı masada yemek yemekte, sohbet edebilmektedir. Firma çalışanları için haftanın belirli günlerinde doktor gelmekte ve temel tedavi masrafları şirketçe karşılanmaktadır.

Personelin işe adaptasyonu bire bir kişisel yardımla sağlanmaya çalışılmaktadır. Orta boy işletmeler için en geçerli yol olduğu düşünülen bu sistemle işi öğrenim süresi oldukça kısaltmakta, en önemlisi pratik bilgilendirme sağlanmaktadır.

Sorumlu personel konusu ile ilgili seminerlere gönderilmekte, büro çalışanları da gerekiyorsa, ücreti firma tarafından karşılanan, yabancı dil ve bilgisayar kurslarına devam ettirilmektedir.

3.1.4. İş Ahlakı İle İlgili Sorumluluklar

İşletme hiçbir zaman fırsatçı politikalar izlememektedir. Bunun iki belirgin nedeni vardır. İlki yöneticilerin sorumluluk bilinci, ikincisi Sağlık Bakanlığı'nın kapsamlı kısıtlama ve denetimleri.

Bilindiği gibi ilaç sektöründe fiyatları, hammadde, işçilik ve genel üretim giderlerini dikkate alarak Sağlık Bakanlığı belirlemektedir. Ayrıca Türkiye'de sadece bin kadar kişinin kullandığı bir ilacı (üretimi, çok az olan traji nedeniyle astronomik rakamlara çıksada) makul bir fiyattan zararına satması, firmanın fırsatçı politikalar izlemediğinin kanıtıdır.

Reklam ve promosyonlar doktorlar ile eczacılara yönelik olarak yapılmaktadır. Hedef kitlenin konu ile ilgili bilgisi yüksek olduğundan her zaman için teknik detaylara ve kantitatif ölçülere ağırlık veren tanıtımlar uygulanmaktadır.

İşletmenin piyasa koşulları içerisinde diğer işletmelerle olan ticari ilişkisi kırk yıllık tanınmış bir firma olmanın rahatlığı ile sürmektedir. Kaliteli ürün imajıyla piyasada rekabet etmektedir.

Devletle herhangi bir sorunu yoktur. Gümrük birliği sonrası uygulanacak yeni üretim standartları devletin verdiği süreler içerisinde uygulamaya konulmuştur. Vergi, SSK benzeri borçları yoktur.

Personele karşı olan ahlaki sorumlulukları daha önceki bölümde belirtilmişti.

3.1.5. Tüketicinin Korunması İle İlgili Sorumluluklar

Firma yönetiminin tüketicinin korunması bilincinin yeterli olduğu düşünülse, ilaç gibi doğrudan sağlığı ilgilendiren bir konuda tüm Dünya'da olduğu gibi ülkemizde de devlet tarafından sıkı denetimler konulmuştur. İşletmede ilaç üretimi çağın gerektirdiği modern koşullarda yapılmaktadır. Sağlık Bakanlığı haberli ya da habersiz pek çok denetim yaparak bu koşulların sürekliliğini gözlemlemektedir. Cezaların büyüklüğü firmanın üretim koşullarını mükemmelleştirmesinde önemli bir etkidir.

Üretim koşullarına ilaveten, ambalajlamada da hassasiyet gösterilmektedir. İlaç firması ambalajı satın aldığı diğer firmaların üretim koşullarının temizliğinden de sorumlu olacaktır. Ambalajların üzerine üretim ve son kullanma tarihi yazmaktadır. Kutuların içerisinde mutlaka mamül hakkında ayrıntılı bilgi veren ve gerekli uyarıları yazan bir prospektüs vardır.

İlacı nihayi tüketiciye veren ve pazarlamanın asıl hedef kitlesi olan doktor ve eczacılar sürekli bilgilendirilmektedir. Bu amaçla mümessiller sürekli eğitime tabi tutulmaktadır.

Yukarıda daha önce belirtildiği gibi fiyatlandırma keyfi olmayıp Sağlık Bakanlığı'nın denetimindedir.

3.1.6. Çevre İle İlgili Sorumluluklar

Firma işletme içi koşulları daha önce de belirtildiği gibi üretim kısmında düzeltmiş, bürolar kısmında ise yakın gelecekte düzeltecektir. Üretim kısmındaki yoğun gürültü giderilmiştir. Ayrıca makinelerin yenilenmesi sonucu iş güvenliği önemli ölçüde artmıştır. Son iki yıl içerisinde hiç iş kazası meydana gelmemiştir.

Kuruluş yeri seçimi tamamen ekonomik şartlara ve 1956 nın koşullarına göre Bomonti olarak seçilmiştir. Fabrikanın şu an ki konumu pek rantabl değildir ancak çok yüksek olan yer değiştirme maliyetleri yüzünden en azından orta vadede firma yerinde kalacaktır.

AR-GE çalışmalarına son yıllarda hız verilmiştir. Firma yurtdışı lisansı olmadan yani tamamen kendi imkanlarıyla yarattığı ve ürettiği iki çok önemli mamulü piyasaya vermektedir.

Teknolojinin yenilenmesine paralel olarak dışarıya verdiği atık miktarı ve bu atık içerisinde ki toksik madde oranı önemli ölçüde azalmıştır. İşletmenin atıksu arıtma tesisi vardır.

Katı atıklar ise ayrı bir kapalı alanda depolanıp belediyenin özel bir aracıyla alınmaktadır.

Hatalı üretilen mamüller ve çok zehirli atıklar özel imha işlemlerine tabi tutulmaktadırlar.

BÖLÜM 4 FİRMALARIN SOSYAL SORUMLULUĞU İLE İLGİLİ MEVZUAT

4.1. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER TÜKETİCİNİN KORUNMASI REHBERİ

I- AMAÇLAR:

1. Bu tüketicinin korunması rehberi, gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere, tüm ülkelerdeki tüketicilerin gereksinme ve çıkarlarını dikkate alarak ve adil, eşitlikçi ve sürekli ekonomik ve sosyal kalkınmanın özendirilmesinin önemiyle birlikte, tüketicinin çoğu kez ekonomik koşullar, eğitim düzeyleri ve pazarlık gücü bakımından dengesizliklerle karşı karşıya olduklarını kabul ederek, tüketicilerin tehlikesiz ürünleri kolayca bulabilme hakkına sahip olmaları gerektiğini de düşünerek, aşağıdaki amaçları içerir:

a) Ülkelerin nüfuslarının tüketici olarak yeterli bir korunmaya kavuşmasına ve bunun devamının sağlanmasına yardımcı olmak,

b) Tüketicilerin gereksinme ve arzularına cevap verici nitelikte üretim ve dağıtım biçimlerini kolaylaştırmak,

c) Tüketicilere mal ve hizmet üretim ve dağıtımıyla meşgul olanların yüksek düzeyde etik davranışlarda bulunmalarını özendirmek, tüketicileri olumsuz yönde etkileyen ulusal ve uluslar arası düzeydeki tüm girişimcilerce yapılan istismar edici uygulamaların engellenmesinde ülkelere yardımcı olmak,

d) Bağımsız tüketici gruplarının gelişimini kolaylaştırmak,

e) Tüketicinin korunmasında uluslararası işbirliğini geliştirmek ve tüketicilere daha düşük fiyatlardan daha çok seçim olanağı verecek piyasa koşullarının gelişimini özendirme

II . GENEL İLKELER

2. Hükümetler aşağıda belirtilen rehberdeki ilkeleri dikkate alarak güçlü bir tüketiciyi koruma politikası geliştirme, güçlendirmeli ve sürdürmelidirler.

Böyle yaparken her hükümet kendi ülkesinin ekonomik ve sosyal koşullarının ve nüfusunun gereksinmelerini ve önerilen önlemlerin maliyet ve yararlarını da dikkate alarak tüketicilerin korunmasına ilişkin önceliklerini saptamalıdır.

3. Bu rehberde karşılanması amaçlanan meşru gereksinimler şunlardır:

a) Tüketicilerin sağlık ve güvenliklerine gelecek tehlikelerden korunması,

b) Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması ve geliştirilmesi,

c) Tüketicilerin bireysel gereksinme ve dileklerine göre bilgili seçim yapabilmeleri için yeterli bilgiye yaklaşımların sağlanması,

d) Tüketicilerin eğitimi ,

e) Tüketicilerin etken olarak tazmin edilebilmelerinin sağlanması,

f) Tüketici ve diğer ilişkili grup ve örgütleri kurma özgürlüğü ve bu tür örgütlerin kendilerine etkileyen karar alma süreçlerinde görüşlerini belirleme fırsatı bulmaları,

4. Hükümetler tüketicinin korunması politikalarının geliştirilmesi uygulanması yönlendirilmesi için yeterli altyapıyı sağlanmalı ve devam ettirmelidirler.

5. Tüm işletmeler iş yaptıkları ülkelerin ilgili yasa ve düzenlemelerine uymalıdır. Ayrıca söz konusu ülkenin ehil yetkilerinin kabul etmiş oldukları uluslardır.(Bundan böyle rehberdeki uluslararası standartlara yapılacak referanslar bu paragrafın çerçevesinde dikkate alınmalıdır.)

6. Tüketicinin korunması politikalarının geliştirilmesinde üniversitelerin ve kamu özel işletmelerin araştırmalar bakımından potansiyel pozitif rolleri dikkate alınmalıdır.

III. REHBERLİK İLKELERİ:

7. Aşağıda rehber ilkeleri hem ülke içinde üretilen, hemde ithal edilen mal ve hizmetler için geçerli olmalıdır.

8. Tüketicinin korunmasına ilişkin herhangi bir prosedür veya düzenlemenin uygulanmasında bunların uluslararası ticarete engel oluşturmamasına ve uluslararası ticarete ilişkin yükümlülüklerle tutarlı olmasını sağlamaya gereken önem verilmelidir.

A.. Fiziksel Güvenlik

9. Hükümetler, yasal sistemler, güvenlik düzenlemleri, uluslararası standartlar, gönüllü standartlar ve ürünlerin niyetlenen veya normal olarak öngörülebilir kullanım bakımından güvenceli olmalarını sağlamak için güvenlik kayıtlarının tutulmasında dahil olmak üzere uygun önlemleri benimsemeleri veya bunların benimsenmelerini özendirmelidirler.

10. Uygun politikalar üreticiler tarafından üretilen ürünlerin hem niyetlenen hem de normal olarak öngörülen kullanımlar bakımından güvenli olmalarını sağlamalıdır. Mal ve hizmetleri piyasaya getirmekle sorumlu olanlar özellikle tedarik kaynakları, dış satımcılar, dış alımcılar parakenteciler ve bundan böyle distribütör olarak adı geçecek olan benzerlerinin, mallar onların zilyetliği altındayken usulsüz aktarım veya depolama yoluyla güvensiz ve tehlikeli hale getirilmemelerini sağlamalıdır. Tüketiciler malların gereği gibi kullanımı için bilgilendirmeli ve niyetlenen ve normal öngörülen kullanımda sözkonusu olabilecek riskler hakkında uyarılmalıdır. Yaşamsal güvenlik bilgileri , olanak olan her yerde sembollerle tüketicilere aktarılmalıdır.

11. Uygun politikalar, imalatçılar ve distribütörlerin mallar piyasaya çıkarıldıktan sonra, önceden öngörülmemiş tehlikelerin farkına varmaları durumunda daha fazla gecikmeden ilgili yetkililere ve gerekiyorsa kamuya bildirmelerini sağlamalıdır.

12. Hükümetler uygun olan durumlarda şu politikaları benimsemelidirler:

Bir ürün ciddi şekilde kusurlu bulunuyorsa ve uslüne uygun kullanılsa bile ağır ve ciddi bir tehlike oluşturduğu saptanırsa, imalatçılar ve distribütörler bu ürünü geri çekmeli, değiştirmeli veya onun yerine başka bir ürünü ikame etmelidirler. Eğer tüm bunları makul bir zaman içinde yapma olanağı yoksa tüketici yeterli bir şekilde tazmin edilmelidir.

B. Tüketicinin Ekonomik Çıkarlarının Korunması ve Geliştirilmesi

13. Hükümet politikaları tüketicilerin kendi ekonomik kaynaklarından optimum fayda elde etmelerine olanak sağlamaya çalışmalıdır. Bu politikalar ayrıca tüketicilerin ekonomik çıkarlarını ve piyasada seçim yapmalarını olumsuz yönde etkileyen uygulamalara karşı doyurucu üretim ve performans standartlarına, yeterli dağıtım yöntemlerine, makul işletme uygulamalarına, bilgi verici pazarlama ve etkin koruma amaçlarına erişilmesini sağlamaya çalışmalıdırlar.

14. Hükümetler, imalatçıların, distribütörlerin ve mal ve hizmetlerin sağlanmasıyla ilgili diğerlerinin mevcut yasa ve zorunlu standartlara uymalarını sağlayarak, tüketicilerin ekonomik çıkarlarına zarar veren uygulamaları engelleyici çabalarını yoğunlaştırmalıdırlar. Tüketici örgütlerinin gıdaların karıştırması, pazarlamada yanıltıcı iddalar ve hizmet sahtekarlıkları gibi olumsuz uygulamaları izlemeleri gerekmektedir.

15. Hükümetler duruma göre tüketiciler için zararlı olabilecek kısıtlayıcı ve diğer istismar edici işletme uygulamalarının kontürolüne ilişkin (bu önlemlerin uygulanmasını sağlayacak araçlarda dahil olmak üzere) önlemler geliştirilmeli, güçlendirilmeli ve bunları devam ettirmelidirler. Bu bağlamda hükümetler Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 5 Aralık 1980 de kabul edilen 35/ 65 sayılı Kısıtlayıcı İşletme Uygulamalarının Kontürolü için çok taraflı Adil İske ve Kurallar setine bağlılıklarının gösterdiği doğrultuda hareket etmelidirler.

16. Hükümetler, üreticilerin ürettikleri ürünlerin makul dayanıklılık, kullanım ve güvenilirlik taleplerine ve imal edildikleri amaçlara uygunluğunu sağlamaları ve satıcılarında bu isteklerin karşılanmasını gerçekleştirmeleri konusunda sorumluluklarını açıkça belirleyen politikalar benimsemeli veya bu politikaları devam ettirmelidirler.

17. Hükümetler, tüketicilerin mal ve hizmetler arasında en düşük maliyetle en geniş seçimi yapmalarını sağlayacak, makul ve etkin rekabeti özendirmelidir.

18. Hükümetler uygun olan durumlarda imalatçı veya perakendecilerin yedek parçaların yeterli bir şekilde bulunabilirliğini ve güvenilir satış sonrası hizmet sağlamaları için gereğini yapmalıdırlar.

19. Tüketiciler tek yanlı, standar sözleşmelerden, sözleşmelerde zorunlu haklarının dikkate alınması ve satıcılar tarafından fahiş kredi koşullarının konulması gibi istirmar edici sözleşme hükümlerinden veya sözleşmelerden korunmalıdırlar.

20. Tutundurma yönlü pazarlama ve satış uygulamaları tüketicilerin makul muamele görmesi ilkesi doğrultusunda ve yasal istekleri karşılayacak biçimde olmalıdır. Bu, tüketicilerin bilgili ve bağımsız kararlar alabilmelerine olanak sağlamak için zorunlu bilgilerin verilmesini ve bu bilgilerin de doğruluğunu sağlayacak önlemlerin alınmasını öngörür.

21. Hükümetler tüketim mallarının tüm yönleri hakkında doğru bilgi akışının serbestçe gerçekleşmesine tüm ilgililerin katılımını özendirmelidirler.

22. Hükümetler kendi ulusal çevreleri içinde tüketicilerin korunmasını yeterli bir şekilde sağlamak için tüketici örgütleri ile de işbirliği yaparak, işletmelerle birlikte pazarlama ve diğer işletme uygulamalarına ilişkin yasalar formüle edilmesini ve uygulamasını özendirmelidirler. İşletmeler, tüketici örgütleri ve diğer ilgili taraflar ortak olarak gönüllü anlaşmalarda yapabilirler, Hazırlanacak bu kodlar yeterli bir şekilde topluma tanıtılmalıdırlar.

23. Hükümetler ölçü ve ağırlıklara ilişkin yasal düzenlemeleri sürekli olarak gözden geçirmeli ve bunların uygulanması için gerekli mekanizmanın yeterliliğini değerlendirmelidirler.

C. Tüketici Mal ve Hizmetlerinin Güvenlik ve Kalitesi için Standartlar

24. Hükümetler uygun durumlarda mal hizmetlerin güvenlik kalitesiyle ilgili olarak ulusal ve uluslararası düzeylerde gönüllü ve diğer standartların ayrıntılarını değerlendirmeli, uygulamasını özendirmeli ve bunları uygun şekilde tanıtmalıdırlar. Ürün güvenlik ve kalitesi ile ilgili ulusal standartlar ve yasal düzenlemeler, mümkün olan durumlarda genel olarak kabul görmüş uluslararası standartlara uygunluğunu sağlamak için zaman zaman gözden geçirilmelidir.

25. Yerel ekonomik koşullar nedeniyle genel olarak kabul görmüş uluslararası standartlardan daha alt düzeyde bir standardın uygulanması durumunda bu standartların en kısa zamanda yükseltilmesi için gerekli çabalar gösterilmelidir.

26. Hükümetler temel tüketici mal ve hizmetlerinin güvenlik, kalite ve performanslarını test edecek ve belgilendirecek tesislerin varlığını sağlamalı ve özendirilmelidir.

D. Temel Tüketim Mal ve Hizmetlerinin Dağıtım Tesisleri

27. Uygun durumlarda şu noktaları dikkate alınmalıdır:

a) Tüketicilere mal ve hizmetlerin etkin dağıtımını sağlayacak politikaların kabulü ve devam ettirilmesi; özellikle kırsal alanlarda olabileceği gibi, söz konusu temel mal ve hizmetlerin dağıtımının tehlikeye girebildiği durumlarda spesifik politikaların düşünülmesi. Bu tür politikalar, kırsal merkezlerde yeterli depolama ve perakentendecilik tesisleri oluşturulması, tüketicinin kendi kendine yardımı için teşvikler ve kırsal alanlardaki temel mal ve hizmetlerin sağlandığı koşullarının daha iyi kontrolüne yardımcı içerirler.

b) Özellikle kırsal alanlarda tüketici kooperatiflerinin tesisine ilişkin ticari faaliyetlerin ve bunlarla ilgili bilgilerin yayımının özendirilmesi.

E. Tüketicilerin Tazmin Edilmelerini Sağlayacak Önlemler

28. Hükümetler tüketicileri ve yerine göre ilişkin örgütlerin hızlı, pahalı olmayan ve kolayca yaklaşılabılır resmi veya gayri resmi yollarla tazminat elde edebilmeleri için yasal veya idari önlemleri almalı ve devam ettirmelidirler.

29. Hükümetler tüm işletmeleri tüketicilerle ilgili tartışma konularını makul, hızlı ve resmi olmayan yollarla çözmeye tüketicilere, yardım sağlayacak danışma hizmetleri ve resmi olmayan şirket prodesürleri de dahil olmak üzere gönüllü mekanizmalar kurmaya özendirilmelidir.

30. Mevcut tazminat yolları ve diğer tartışma çözüm prodesürleri hakkında tüketicilere bilgi sağlamalıdır.

F. Eğitim ve Bilgi Programları

31. Hükümetler ilgili insanların kültürel gelneklerini de dikkate alarak genel tüketici eğitim ve bilgi programları geliştirmeli bunların geliştirmelerini teşvik etmelidirler. Bu tür programların amacı, insanları mal ve hizmetleri bilgili olarak seçecek güçte, hak ve sorumluluklarının bilincinde olan seçici tüketiciler olarak hareket etme olanağına kavuşturmak olmalıdır. Bu tür programların oluşturulmasında, hem kırsal hem de kentsel alanlardaki düşük gelirli tüketiler ile çok az okumuş veya hiç okumamış tüketiciler de dahil olmak üzere, dezavantajlı tüketicilerin gereksinimleri dikkate alınmalıdır.

32. Tüketici eğitimi, yerine göre, eğitim sistemlerinin temel müfredatının bütünleyici bir parçası ve tercihen mevcut ders konularının bir parçası olmalıdır.

33. Tüketici eğitim ve bilgilendirme programları tüketicinin korunması konusunun aşağıda gösterildiği gibi önemli yönlerini kapsamalıdır:

a) Sağlık beslenme, gıdalara dayanıklı hastalıklar ve gıda maddelerinin katıştırılması,

b) Ürün tehlikeleri,

c) Ürün etiketlenmesi,

d) Konuya ilişkin yasal düzenlemeler, tazmin edilme yolları, tüketicinin korunma yolları ile ilgili birim ve örgütler.

e) Ağırlıklar, ölçüler, fiyatlar, kalite, kredi şartları ve temel zorunlu maların bulunabilirliği üzerine bilgiler.

f) Yerine göre, kirlilik ve çevre sorunları.

34. Hükümetler özellikler kırsal alanlardaki düşük gelirli tüketici örgütlerinin ve diğer ilgilenen grupların (medya dahil) eğitim ve bilgilendirme programlarını üstlenmeli veya bunlara katılmalıdır.

35. İşletmeler de, uygun durumlarda, olgusal ve ilişkin tüketici eğitim ve bilgilendirme programlarını üstlenmeli veya bunlara katılmalıdırlar.

36. Hükümetler kırsal tüketiciler ile okuryazar olmayan tüketicilere ulaşma konusunu unutmayarak, uygun durumlarda kitlesel medyada tüketici bilgilendirme programları geliştirilmeli veya geliştirilmesini özendirilmelidirler.

37. Hükümetler tüketici bilgilendirme ve eğitim programlarını olarak sağlamak için eğiticiler, kitlesel medya profesyonelleri ve tüketici danışmanları organizme etmeli veya özendirmelidirler.

G. Spesifik Alanlarla İlgili Önlemler

38. Hükümetler özellikle gelişmekte olan ülkelerde tüketici çıkarlarını geliştirmede yerine göre tüketicinin sağlığı için gıda, su, ilaç gibi temel alanlara öncelik vermelidirler. Bu alanlarda eğitim ve araştırma programlarına olduğu kadar ürün kalite kontrolü, yeterli ve sağlam dağıtım tesisleri, standardlaştırılmış uluslararası etiketleme ve bilgiler için politikalar benimsenmeli veya devam ettirmelidir. Bu belgenin hükümleri çerçevesinde spesifik alanlar bakımından hükümet rehberleri geliştirilmelidir.

39. Gıda: Hükümetler gıdalara ilişkin ulusal politika ve planlar formüle ederken gıda güvenliği için tüm tüketicilerin gereksimlerini dikkate almalı ve mümkün olduğu kadar FAO Kodeksindeki standartları ve bunların yokluğunda diğer genel kabul görmüş uluslararası standartları desteklemeli ve benimsemelidirler. Hükümetler diğerleri ile birlikte güvenlik kriterleri gıda standartları, dietsel isterler, etken isteme denetim ve değerlendirme mekanizmaları dahil olmak üzere gıda güvenlik önlemlerini devam ettirmeli, değiştirmeli ve iyileştirmelidir.

40. Su: Hükümetler "Uluslararası İçme Suyu Arzı ve Temizlik On Yılı " için saptanmış amaç ve hedefler doğrultusunda, içme suyu arz, dağıtım ve kalitesini iyileştirmek için ulusal politikaları formüle etmeli ve güçlendirmelidir.

Uygun servis, kalite ve teknoloji düzeylerinin seçimine eğitime programları gereksinmesine ve yerel topluluklarının katılımına gereken özen gösterilmelidir.

41. İlaçlar: Hükümetler diğer politikalar yanında ilaçların tedariki , dağıtımı, üretimi, lisans anlaşmaları, tescil sistemleri ve ilaçlar hakkında istenen güvenilir bilgilerin bulunabilirliği gibi konulara seslenecek bütünleşik ulusal ilaç politikaları yoluyla uygun kullanım ve kalitenin sağlanmasını düzenleyecek sistemleri ve yeterli standartları geliştirmeli ve korumalıdır. Böyle yaparken de Dünya Sağlık Örgütü'nün ilaçlarla ilgili çalışmalarını ve önerilerini dikkate almalıdırlar. İlgili araçlar için, bu örgütün Uluslararası Ticarete Dolaşan İlaç Ürünlerinin Kalite Bilgilendirme Programını ve ilaçlarla ilgili diğer uluslararası bilgi sistemlerinin kullanımını özendirmelidirler. Uygun olan durumlarda Dünya Sağlık Örgütü'nün Çalışmalarından yararlanak ilaçlar için patent sahiplerine ait olmayan uluslararası jenerik veya ortak denominasyonlu isimlerin kullanımını özendirmek için gerekli önlemler alınmalıdır.

42. Yukarıda belirtilen öncelik alanlarına ek olarak, uygun durumlarda hükümetler üreticilerden ürünlerin etiketlerinde sağlık ve çevreye ilişkin olarak istedikleri bilgileri de dikkate alarak pestisid ve kimyasal ürünler gibi diğer alanlarda kullanım, üretim ve depolama bakımından uygun önlemler geliştirmelidirler.

IV. ULUSLARARASI İŞBİRLİĞİ

43. Hükümetler özellikle bölgesel ve alt bölgesel çerçevede:

(a) Tüketicinin korunması konularındaki ulusal politikalarla ilgili bilgi alışverişi için gerektiğinde mekanizmalar oluşturulmalı, gözden geçirilmeli, devam ettirilmeli ve güçlendirilmelidirler.

(b) Mevcut kaynaklar içinde daha büyük sonuçlara ulaşabilmek için tüketiciyi koruma politikalarının uygulanmasında işbirliğini özendirmeli veya işbirliğinde bulunmalıdırlar. Bu tür işbirliğine örnek olarak test tesislerinin kurulması, ortak kullanımlı, ortak test prosedürleri, tüketici eğitim programları ve yasal düzenlemeler konularındaki işbirliği gösterilebilir.

c) Fiyat ve kaliteyi gereken şekilde dikkate alarak temel malların tüketicilere sunulduğu koşulların iyileştirilmesi için işbirliği yapmalıdırlar. Bu tür işbirliği temel malların ortak tedariki ve farklı tedarik politikaları konusunda bilgi alışverişi ile bölgesel ürün spesifikasyonları hakkında anlaşmaları içerebilir.

44. Hükümetler, diğer ithalatçı ülkelerin yasaklanmış, kısıtlatılmış veya toplatılmış ürünlerin zararları etkilerinden yeterli bir şekilde korunmak için bilgi bağıntılarını geliştirip, güçlendirmelidirler.

45. Hükümetler, ürünlerin kalitesinin ve bu ürünlere ilişkin bilgilerin tüketiciler üzerinde zararlı etkiler yaratacak şekilde ülkeden ülkeye farklılıklar göstermemesini sağlamak için çaba göstermelidirler.

46. Hükümetler tüketicinin korunmasına ilişkin önlem ve politikaların uluslararası ticarete engel oluşturmaksızın uygulanmasını ve uluslararası ticarete ilişkin yükümlülüklerle tutarlı olmasını sağlamaya gereken özen gösterilmelidir.

4.2. TÜKETİCİNİN KORUNMASI İLE İLGİLİ MEVZUAT

ANAYASA VE TEMEL KANUNLAR

2709 Sayılı Türkiye Cumhuriyet Anayasası (m. 166, 167, 171, 172,)

765 Sayılı Türk Ceza Kanunu (m. 358- 363, 367, 394- 402, 584, 592)

5435 Sayılı Türk Ceza Kanununun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi
Hakkında Kanun (m.2,3,6)

5442 Sayılı İl İdare Kanunu (m. 3- 5, 9, 13, 17, 70)

818 Sayılı Borçlar Kanunu (m. 21, 48 ,182- 233, 543)

6762 Sayılı Türk Ticaret Kanunu (m. 56- 58, 475)

SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI VE TÜRK STANDARDKARI ENSTİTÜSÜ İLE İLGİLİ MEVZUAT

3143 Sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında
kanun (m. 1,2,9,12- 15. 41)

3003 Sayılı Endüstriyel Mamulatin Maliyet ve Satış Fiyatlarının Konturolü ve
Tesbiti Hakkında kanun (m. 1-6)

- Endüstriyel Malumatın Maliyet ve Toptan Satış Fiyatlarının Konturol ve
Tesbiti Hakkında Nizamname (2/13147 karar sayılı) (m. 1- 15)

- Endüstriyel Malumatın maliyet ve Satış Fiyatlarının Tesbiti Hakkında
Kanun"a istinaden beyan esası getirilen sanayyi mamulleri ile ilgili tebliğ ve
değişiklikleri (FKS - 78/ 2- 18)

- Sanayi mamülleri fiyatlarına beyan esası getiren tebliğ (FKS - 80/1 -1)

- Yemeklik Bitkisel yağların fiyat tesbiti ile ilgili Kararname (8/344 karar
sayılı)

- Murat otomobilleri Kararnamesi (6/ 9910 karar sayılı)

- Çimento hakkında Kararname (K / 1164 karar sayılı)

-Çimento hakkında Kararnamelere ilişkin tebliğ (BİK 1985 / 2)

1705 Sayılı Ticarete Tağışın Men"i ve İhracatın Mukabesi ve Korunması
Hakkında Kanun (m. 1-11)

- Türk Standardlarının Uygulanması Hakkında Tüzük(6 / 7677 karar sayılı)
(m. 1-11)

- 1705 Sayılı Kanunla İlgili Bakanlar Kurulu Kararı (7/ 956 karar sayılı)

- Yerli Sınai Mamulatin İşaretlenmesi hakkında Nizamname (2/ 13839
karar sayılı) (m.1-9)

- TSE markası alma mecburiyeti getirilen mamuller ile ilgili tebliğ (FKS - 84
/ 7-7)

- TS 4331 Ambalajların işaretlenmesi ve etiketlenmesi tebliği(85 / 13-134)

- İthalde Türk Standardlarına Uygunluk tebliği (FKS-85/68 -71)

- Garanyı Belgesi Tebliği (84/ 7)

- İmalat Sanayi Yönetmeliği (m. 1-5, 23-24, 27-30)

Araçların İmal, Tadil ve Montajı Hakkında Yönetmeliğin Uygulama ve
Esasları Tebliği (SGM- 85/ 1-4)

- Soba verim Yönetmeliği,

- Kakorifer Kazan Verim Yönetmeliği

2521 Sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve
Bıçaklarının Yapımı-Alımı-Satımı ve Bulundurmasına Dair Kanun (m.
1,4,6,11,17)

132 Sayılı Türk Standardları Enstitüsü Kuruluş Kanunu (m. 1,2,6)

- TSE Markası Kullanma Talimatı (m. 1,2,6,10,11,14,18,20)

- TSE Belgelendirme Talimatı (m.1,2,13,14,16,17,20)

551 Sayılı Markalar Kanunu (m. 1,3-711,16,17,18,29-33,38-41,44,47-51,56)

1782 Sayılı Ölçüler Kanunu (m. 1-3,18,19,22-24,29)

- Ölçüler Tüzüğü (4/ 11236 karar sayılı) (m. 1-19,21,23,24-29,31-47)

3489 Sayılı Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanun (m. 1-12)

- 3489 sayılı Kanun Tadbikine dair karar (7/ 1321 karar sayılı)

632 Sayılı İthal ve Yurt İçinde İmal Edilen Taşıt Araçları, Motor, Makine Cihaz ve Alet ve Cihazların Tanıtım ile Birlikte Satışı Hakkında Kanun

- 632 sayılı Kanunla ilgili tebliğ

5590 Sayılı Odalar, Borsalar Birliği Kanunu (m. 1,5, 34,61,62,77)

- Oda ve Borsa Üyelerine Verilecek Para Cezaları Hakkında Yönetmelik (m. 1,3,4,8)

507 Sayılı Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Derneği Kanunu (m.1,30,41,63,101)

1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu (m. 1,86-91)

7397 Sayılı Sigorta Şirketlerinin Murakabesi Hakkında Kanun (m.28,66)

Yurt İçinde Fuar- Sergi ve Panayır Düzenlenmesine Dair Yönetmelik,

SAĞLIK VE SOSYAL YARDIM BAKANLIĞI İLE İLGİLİ MEVZUAT

181 Sayılı Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri

Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (m. 1,2,9,11,50)

1593 Sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (m. 1,126,127,170,171,181-

198,200,202,235-243,263-273,282,283,296,297,309)

- Gıda Maddelerinin ve Umumi Sağlığı İlgilendiren Eşya ve Levazımın Hususi Vasıflarını Gösteren Tüzük (3/ 15481 karar sayılı) (m. 1-716)

1262 Sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu (m. 1-7,10, 13, 38-44, 48)

6197 Sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanunu (m. 21, 22, 28-31, 38-44, 48)

2219 Sayılı Hususi Hastaneler Kanunu (m. 28, 49)

4250 Sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu (m. 1,46)

3958 Sayılı Gözlükçülük Hakkında Kanun (m. 1, 2, 7, 11-13,18)

2767 Sayılı Sıtma ve Frengi İlaçları İçin Kanun (m. 3, 5, 18)

992 Sayılı Seriri ve Gıdai Taharriyat ve Tahlilat Yapılan ve Masli Teamüller Aranılan Umuma Mahsus Bakteriyoloji ve Kimya Labaratuvrları Kanunu (m. 1, 5, 6, 9,10, 13)

3153 Sayılı Radiyoloji, Rodiyum ve Elektirikle Tedavi ve Diğer Fizyoterapi Müesseseleri Hakkında Kanun (m. 1, 9, 11-16)

984 Sayılı Ecza Ticarethaneleriyle Sanat ve Ziraat İşlerinde Kullanılan Zehirli ve Müessir Kimyevi Maddelerin Satıldığı Dükkanlara Mahsus Kanun (m. 1, 2, 14-16, 20, 28)

TARIM ORMAN VE KÖYİŞLERİ BAKANLIĞI İLE İLGİLİ MEVZUAT

3161 Sayılı Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun (m. 1, 2, 9, 10, 41)

6968 Sayılı Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Kanunu (m. 38, 40, 60, 61, 67)

1734 Sayılı Yem Kanunu (m.1, 2, 5, 8, 12, 13, 22)

1380 Sayılı Su Ürünleri Kanunu (m. 1, 14, 15, 23, 26, 31, 41)

308 Sayılı Tohumlukların Tescil-Kontrol ve Sertifikasyonu Hakkında Kanun (m. 1, 2, 3, 13, 20)

1234 Sayılı Hayvanların Sağlık Zabıtası Hakkında Kanun (m. 1, 2, 4-61)

3940 Sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununa Yeniden Bazı Hükümler İlavesine Dair Kanun (m. 1, 4)

BELEDİYELERLE İLGİLİ MEVZUAT

1580 Sayılı Belediye Kanunu (m. 15, 19)

80 Sayılı Toptancı Hallerinin Sureti İdaresi Hakkında Kanun (m. 1-10)

DİĞER KURUM VE KURULUŞLARLA İLGİLİ MEVZUAT

3274 Sayılı Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilatı ve Görevleri Hakkında Kanun (m. 1, 2,-11, 14, 38,)

- İthalat Rejimi Kararı (85/ 101093 karar sayılı) (m. 2, 6, 13- 15, 20)
- İthalat Yönetmeliği (m. 40-44)

1211 Sayılı T.C. Merkez Bankası Kanunu (m. 4, 40)

- Taksitli Satışlarla İlgili Tebliğ (m. 1, 7)

2954 Sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu (m. 26, 31, 58, 63)

- TRT Reklam Yönetmeliği (m. 1-38)

3154 Sayılı Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun (m. 1, 2, 10, 34)

182 Sayılı Ulaştırma Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (m. 2, 41)

179 Sayılı Milli Gençlik ve Spor Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (m. 1, 30, 31, 51)

625 Sayılı Özel öğretim Kurumları Kanunu (m. 1, 30, 31, 51,)

187 Sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (m. 12, 50)

180 Sayılı Bayındırlık ve İskan Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (m. 1, 2, 39)

233 Sayılı kamu İktisadi Teşebbüsleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (m. 35, 65,)

6747 Sayılı Şeker Kanunu (m. 8, 19)

933 Sayılı Kalkınma Planının Uygulanması Esaslarına Dair Kanun (m. 2, 15)

- Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı
- Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Temel Hedefleri ve Stratejisi.

2992 Sayılı Adalet Bakanlığının Görevleri Hakkında Kanun (m. 2)

1136 Sayılı Avukatlık Kanunu (m. 168, 201)

1512 Sayılı Noterlik Kanunu (m. 112)

FEVKALADE HALLERDE UYGULANACAK MEVZUAT

3780 Sayılı Milli Korunma Kanunu (m. 7- 42, 72).

2935 Sayılı Olahanüstü Hal Kanunu (m. 9, 10, 36)

1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanunu (m. 3)

TÜRKİYE'DE ÇEVRE KORUMA İLE İLGİLİ MEVZUAT

A - GENEL OLARAK

1- 7Kasım 1982 Tarihli T.C. Anayasası (m. 17, 43-47, 50, 56, 63)

2- 2872 sayılı ve 11 Ağustos 1983 tarihli Çevre Kanunu,

3- 1580 sayılı ve 1930 tarihli (m. 16) Belediyeler Kanunu

4- 1593 sayılı ve 1930 tarihli Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (Genel Sağığı Koruma Yasası)

5- 743 sayılı ve 1926 tarihli Medeni Kanun (m. 2, 611, 64...)

6- 765 sayılı ve 1926 tarihli Türk Ceza Kanunu (m. 394, 395, 396, 546, 559...)

7- 3017 sayılı ve 1936 tarihli Sıhhat ve İctimai Muavemet Vekaleti Teşkilat ve Memurin Kanunu.

8- 5442 sayılı ve 1949 tarihli İl İdaresi Kanunu.

9- 2559 sayılı ve 1934 tarihli Polis Vazife ve Selahiyet Kanunu (m. 1, 13,..)

10- 6973 sayılı ve 1957 tarihli Sanayi Bakanlığı Kuruluş Kanunu.

11- 76- 468/ 496 sayılı ve 1964 tarihli Enerji ve Tabi Kaynaklar Bakanlığı Kuruluş Kararnamesi.

12- 7126 sayılı ve 1958 tarihli Sivil Savunma Kanunu.

13- 132 sayılı ve 1960 tarihli Türk Staandardları Enstüsü Kuruluş Kanunu.

14- 278 sayılı ve 1963 tarihli TUBİTAK Kuruluş Kanunu.

15- 91 sayılı ve 1960 tarihli DPT Kuruluş Kanunu .

16- 6200 sayılı ve 1953 tarihli DSİ Kuruluş Kanunu.

17- 2560 sayılı ve 1981 tarihli İSKİ Kuruluş Kanunu.

18- 222 sayılı ve 1984 tarihli Çevre Genel Müdürlülüğünün Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname.

19- 88/ 13019 sayılı ve 1988 tarihli Bakanlar Kurulunun Özel Çevre Koruma Bölgesi oluşturma Hakkında Kararname.

20- 2692 sayılı ve 1982 tarihli Sahil Güvenlik Komutanlığı Kuruluş Kanunu.

21- 1985 tarihli Sahil Güvenlik Komutanlığının İdari ve Adli Görevlerine İlişkin Tüzük.

B- Kentsel ve Doğal Çevrenin Planmasına İlişkin Düzenlemeler

1- 6785 sayılı ve 1956 tarihli İmar Kanunu.

2- 7116 sayılı ve 1958 tarihli İmar ve İskan Bakanlığı Kuruluş ve Vazifeleri Hakkında Kanun.

3- 775 sayılı ve 1966 tarihli Gecekondu Kanunu.

C- Suların ve Su Kaynaklarının Korunmasına İlişkin Düzenlemeler

1- Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (m. 237, 238, 242,...)

2- Medeni Kanun (m. 679/ 2)

3-Belediye Kanunu (m. 15/ 25, 35,..)

4- 1595 sayılı ve 1972 tarihli Orman Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun (m. 2/ 2)

5- 3017 sayılı ve 1936 tarihli Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı Kuruluş Kanunu (m. 10/ d)

6- Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında Kanun (m. 2/ e)

7- 2 Eylül 1988 tarihli Su Kirliliği Kontrol Yönetmeliği.

8- 1380 sayılı 1971 tarihli Su Ürünleri Kanunu

9- Su Ürünleri Yönetmeliği

10- 12 Mart 1989 tarihli İdari Usuller Tebliği

11- 12 Mart 1989 tarihli Suda Tehlikeli ve Zararlı Maddeler Tebliği.

D- DENİZ KİRLİLİĞİNİN ÖNLENMESİNE İLİŞKİN DÜZENLEMELER

1- Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (m. 29,..)

2- 4770 sayılı ve 1045 tarihli Ulaştırma Bakanlığı Görevleri ve Kuruluşu Hakkında Kanun.

3- 618 sayılı ve 1943 tarihli Limanlar Kanunu (m. 4, 5, 7)

4- Su Ürünleri Kanununa dayanılarak çıkarılan Su Ürünleri Tüzüğü (m.20/ b)

5- 3-11-1987 tarihli Gemi Deniz Araçlarına verilecek cezalarda Suçun Tespiti ve Cezaların Kesilmesi Usulleri ile Kullanılacak Makbuzlara Dair Yönetmelik.

6- 16-2-1976 Tarihli Akdeniz'in Kirlenmeye Karşı Korunmasına İlişkin Sözleşme (Barselona Sözleşmesi) Türkiye tarafından 2328 sayılı kanunla 31-10-1980 tarihinde sözleşmeyi imzalamıştır.

7- Akdeniz'in Kara Kökenli Kaynaklardan Kirlenmeye Karşı Korunması Protokolü. Türkiye bu protokolü 18-2-1987 tarih ve 87/ 21520 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile onaylamıştır.

8- Akdeniz'in Özel Koruma Alanlarına İlişkin protokol. Türkiye, bu protokolü 7-10-1988 tarih ve 88/13151 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile onaylanmıştır.

E- ÇÖPLER VE ATIKLAR KONUSUNDA DÜZENLEMELER:

1- 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu

2- 508 sayılı Gayri Sıhhi Müesseseler Yönetmeliği.

3- 6958 sayılı Zirai Mücadele ve Karantina Kanunu.

4- 6831 sayılı ve 1956 tarihli Orman Kanunu.

F- HAVA KİRLİLİĞİ; GÜRÜLTÜ VE İŞÇİ SAĞLIĞINA İLİŞKİN
DÜZENLEMELER:

1- Belediyeler Kanunu (m. 15/ 38, 7-13, 14)

2- 6085 sayılı ve 1953 tarihli Karayolları Trafik Kanunu

3- 3127 sayılı ve 1937 tarihli Devlet Meteoroloji İşleri Umum Müdürlüğü
Teşkilat ve Vazifelerine Dair Kanun.

4- 6686 sayılı ve 1956 tarihli Devlet Hava Meydanları İşletmesi Umum
Müdürlüğü Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında Kanun

5- 2690 sayılı Türkiye Atom Enerjisi Kurumu Kanunu

6- 2 Kasım 1986 tarihli Hava Kalitesinin Korunması Yönetmeliği.

7- 7-6-1985 tarihli Radyasyon Güvenliği Tüzüğü.

8- 19-12-1983 tarihli Nükleer Tesislere lisans verilmesine ilişkin tüzük.

9- 11 Aralık 1986 tarihli Gürültü Kontrol Yönetmeliği

10- Karayolları Trafik Yönetmeliği

11- Araçların imal Tadilat ve Montajı Hakkında Yönetmelik.

12- 14-6-1984 tarihli Sivil Havacılık Teknik Denetleme Yönetmeliği.

13- 2920 sayılı Türk Sivil Havacılık Kanun.

14- 1475 sayılı ve 1971 tarihli İş Kanunu

15- 4841 sayılı ve 1946 tarihli Çalışma Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun.

16- 7/7583 sayılı ve 1973 tarihli İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği tüzüğü

17- 8487 sayılı Maden İşletmelerinde Alınacak Emniyet Tedbirleri Hakkında Tüzük.

18- 7/8602 sayılı ve 1974 tarihli Yapı İşlerinde İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Tüzüğü.

19- 7/5735 sayılı ve 1973 tarihli Sağlık Kurulları Bakımından Günde Ancak Sekiz Saat veya Daha Az Çalışması Gereken İşler Hakkında Tüzük.

20- 6174 sayılı ve 1973 tarihli Ağır ve Tehlikeli İşler Tüzüğü

21- 7/7551 sayılı ve 1973 tarihli Parlayıcı, Patlayıcı, Tehlikeli ve Zararlı Maddelerle Çalışan İşyerlerinde ve İşlerde Alınacak Tedbirler Hakkında Tüzük.

G- Flora ve Faunanın Korunması Hakkında Düzenlemeler

Bu konuda özel mevzuat düzenlemeleri mevcut olmamakla birlikte Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası sözleşmeler vardır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

İnsanın temel güdüsü olan bencillik, ilk çağlarda güvenlik ve rahat beslenebilmek, daha sonraları ise giderek güç birliği ve refahı amaçlayan toplumsallaşmayı engelleyememiştir. Binlerce yıl boyunca bencillik duygularını toplumsal yaşamın içinde eritmeye, ona uyarlamaya çalışan insan bir yandan endüstri devrimi ve onun getirdiği karmaşık sosyal ilişkiler, diğer yandan demokrasi ve sosyal katılımın engellenemez yükselişi karşısında temel içgüdüsü bencilliğinden sıyrılıp birey olma bilincini kazanmaya çalışmaktadır.

Aslında tezimizde anlatmaya çalıştığımız tüm teknik ve sosyal söylemin ardında gizli olan olgu, bencillik duygusu ile birey olma bilincine varmanın karşıtlığı ve çekişmesidir.

Günümüzde birlikte uyum içerisinde yaşama bilincine ulaşmış ve koydukları kurallarla bunu sağlayabilmiş toplumlar hem mutlak bir ekonomik refah hem de göreceli bir sosyal mutluluk içerisinde dirler.

Çünkü her bireyin bencillik dürtüsüyle gitmek istediği yön ve varmak istediği amaç toplumsal bir uzlaşma ile tüm herkes için birleştirilebilir. Böylece on farklı yöne çekilip hiçbir yere götüremeyecekleri ekmek parçasını kuşa kaptıran karıncalar yerine, yuvanın yerini, gidilmesi gereken yönü ve doyurulması gereken gelecek kuşakları bilen insanlar olabiliriz.

Eğer yukarıda söz ettiğimiz birey kavramını insan kişiliğinden çıkarıp işletme kişiliği içerisine sokarsak konumuza daha yaklaşmış oluruz.

Her işletme, olabildiğince çok kar etme, güç kazanma ve uzun yaşama isteğinde oldukça toplumun tümünü ilgilendiren genel yararların ve beklentilerin dışına çıkabilir. Örneğin bir silah fabrikasının cirosunun yüksek olması ne kadar toplumun yararınadır? Ya da arıtma tesisi kurmayan bir kimya fabrikası gerçekte bu nedenle karını arttırmış mıdır? Pekiyi, tüm personelin aynı tip saç traşı olmasının zorunlu olduğu bir devlet dairesinin bu sayede vatandaşına daha iyi hizmet verdiği mutlak mıdır?

Sanırız sorun yeterince açık olarak ortadadır: Bireyin ya da birey bilincindeki firmanın varolma savaşındaki en güçlü dürtüsü olan bencilliği ile toplumsal yaşamın getirdiği ve tüm toplumun çıkarını gözetmeyi hedefleyen sosyal sorumluluk bilincinin çatışması.

İnsanlık tarihi kadar eski bu sorunun herkesçe kabul görmüş bir çözümü vardır: İnsanların, dolayısıyla işletmelerin toplumun genel refahı ve mutluluğu için hareket etmelerini sağlamak. Onlara, kişisel kazançların eğer toplum yararına ters düşerse birgün mutlaka tersine döneceğini anlatmak ve ikna etmek. Adil olma erdemini kazandırmak. Bu amaçla eğitim, yasal düzenleme ve etkin denetimi sağlamak.

Yukarıdaki paragrafta anlattığımız bu kısa çözüm yolu pratikte onbinlerce sayfalık yasal mevzuat, milyonlarca adam/saatlik eğitim süreci ve trilyonlarla ifade edilebilecek denetim masraflarını gerektirmektedir. Eğer doğal bir gelişmeye dayandırılmazsa sonucuda Türkiye'de olduğu gibi kesin değildir.

Bu noktadan sonra sorunun genel hacminden çok Türkiye'ye özel bir yaklaşım içerisine girip ülkemizdeki sosyal sorumluluk bilinci ve bunu arttırmanın yollarının uygulanabilecek önerilerini getirmeye çalışalım.

Sosyal sorumluluk bilincimizin gelişmesi için ilk ve temel şart eğitimidir. Erdemli, paylaşımcı olmak gibi ahlaki değerler okul sıralarından çok aile ve yakın sosyal çevre içerisinde kazanılmaktadır. Bu nedenle temel toplumsal yapılar korunmalı, yeniliklere açık ama geleneksel değerleride gözdardı etmeyen bir ulusal politika belirlenmelidir. Günümüzde uygulanmak istenilen strateji her ne kadar bu olsada, pratikte batıdan doğrudan alım yoluna gidilmekte, ülkemiz şartlarına uyumlaştırma ve sentez yapılamamaktadır. Çok farklı eğitim koşulları aynı nesil içerisinde sadece kendi dünyasında yaşayan ve tek bir bakış açısına sahip insanları yaratmaktadır. Böylece günümüzün ve daha önemlisi geleceğin yöneticileri arasında derin uçurumlar oluşmaktadır.

Bilgilenme ve bilinçlenme sorunu ise herkesin kolaylıkla her türlü bilgiye ulaşması ile mümkündür. Özellikle özel radyo-televizyonların yayına başlaması ile değişik fikirlerin herkese anında ulaşması, reklamlardaki artış, pek çok yayın organına tüketici köşelerinin konulması olumlu gelişmelerdir. Tüketici bilincinin artması ve örgütlenmesi işletmeleri dürüst olmaya iten en

önemli etkindir. Son yıllardaki bilinçlenme mutlaka örgütlenmeyide peşinden getirmeli ve kurulacak tüketiciyi koruma örgütlerince kanun yapıcıya ve yerel yönetimlere baskı yapılarak işletmelerin uyacağı standartlar belirlenmeli ve denetimleri sağlanmalıdır. Tüketiciyi koruma dernekleri ya da benzeri kuruluşlar kurallara uymayan firmaları ihbar ederek ceza almalarını sağlayacaklar ve daha etkili bir yöntem olarak onları halka teşhir edeceklerdir. Böyle bir anti-propagandadan çekinecek olan her ciddi firma mutlaka genel toplumsak kurallara ve üretim-hizmet standartlarına uymak için çalışacak, hatta Batı Avrupa'da olduğu gibi, bu tip kuruluşları destekleyerek haksız rekabet yapan rakiplerini safdışı edebileceklerdir.

Reklamların niteliğide gözden geçirilmeli; tüketimi özendirici değil bilgilendirici reklamlara ağırlık verilmelidir. Gerçekdışı reklam yapanlar cezalandırılmalıdır.

Ürünlere standartlar getirilmelidir. Avrupa Birliği ile yapılan Gümrük Birliği Anlaşması'ndan sonra ülkemizdeki kayıtlı standart sayısı artacak ve olanlarında niteliği yükselecektir. Ancak tüm firmaların bu standartla uyması gerekmektedir.

Tüm bu konularda en etkili denetimi sivil tüketici örgütlerinin yapacağı inancındayız. Devletin ağır aksak işleyen denetim-yargılama süreci yerine sivil örgütlerce firmaların ürettiği ürünler ve sundukları hizmetler değerlendirmelidir. Objektif olarak olumlu-olumsuz yönleriyle topluma açıklandığında, olumlu her görüş o ürünün satışını arttıracak, olumsuz görüşlerde satışı azaltacaktır. Böylece devletin vereceği basit para cezaları yerine tüm satış hasılatını etkileyecek oluşumlarla karşılaşan firmalar çok daha dikkatli hareket edeceklerdir. Şüpesiz böyle bir düzenin işlemesi için sivil tüketici örgütlerinin toplumca genel bir saygınlık görmesi ve tarafsız davranmaları şarttır.

Günümüzde pekçok firma kanuni zorlamalardan önce çevreyi korumak için yatırım yapmaktadır. Ancak en az bir o kadarı kanuni zorlamalara rağmen umursamazca çevreyi kirletmektedirler. 2872 sayılı ve 11 Ağustos 1983 tarihli Çevre Kanunu günümüz şartlarına tam anlamıyla uygun olmasada temel sorunları çözebilecek yeterliliğe sahiptir. Sorun yeterli denetimin olmayışı ve verilen cezaların azlığından kaynaklanmaktadır. Bu konuda çözüm yine sivil toplum örgütlerinin ve yerel yönetimlerin elindedir.

Devlet tarafından çevrenin korunması amacıyla yerel yönetimlere daha fazla yetki ve sorumluluk verilmelidir. Yerel yönetimlerde sivil toplum örgütleriyle daha fazla işbirliği içerisinde olmalıdırlar.

Bugün Greenpeace Örgütü Toplum sağlığını tehdit eden fabrikaları kapattırabilecek, hatta hükümetleri sarsabilecek bir etkinliğe sahiptir. Bunun nedeni yaptığı sansasyonel ve iyi hedeflenmiş eylemlerle toplumun ilgisini ve tepkisini yönlendirmedeki başarısıdır.

Bilinçli bir toplumun gösterdiği tepki hiçbir siyasi ya da ekonomik güç tarafından engellenemeyecek sonuçlar doğurur.

Bu noktada devlete düşen görev, yerel yönetimlerin yetkilerini arttırmanın yanında bu tip sivil toplum örgütlerinin kolayca kurulabilmesi ve yaşayabilmesini sağlayıcı tedbirler almaktır. Dernekler kanununda ve vergi düzenlemelerinde yapılacak değişiklikler bu tip sivil örgütlerin çoğalmasına ve etkinleşmesine yardımcı olacaktır.

İşletmenin bir diğer sorumluluğuda sermayedarlarına karşı olanıdır.

Ülkemizde sermaye piyasası ve Menkul Kıymetler Borsası'nın hızla gelişmesi ile küçük hissedar olgusu ortaya çıkmıştır. Bu tip hissedarlar bazen süpekülatif bazen de yatırım amacıyla hisse senedi satın alırlar. Hisselerinin küçüklüğü nedeniyle firmayı yönlendirmek gibi bir şansları yoktur. Zaten böyle bir amaçta gütmmezler. İşte en korumasız ve istismara açık olan bu gruptur. Şirket yöneticileri kar dağıtım-yatırım oranını saptarken büyük sermayedarların görüşleri doğrultusunda hareket ederler ve bu hareket çoğu zaman küçük hissedarın lehine sonuç verir. Bu noktada devlet çıkaracağı yasalarla küçük hissedarları gözetmelidir. Çünkü Menkul Kıymetler Borsası'na güven ve dolayısıyla sermayenin halka yayılması için küçük hissedarların ezilmemesi gereklidir. Bu, kapitalist düzende kalkınma için stratejik bir gereksinimdir.

İşletmelerin istihdam ve çalışan personeline ilişkin sosyal sorumlulukları ise farklı bir boyut taşımaktadır. Belkide en önemli olgu budur çünkü toplumsal barış ve huzurun temelini oluşturmaktadır.

Türkiye'de bu konuda iki temel eksiklik vardır. İlki yeterli iş sahasının olmaması nedeniyle yoğun işsizlik ve bunun sonucu olan düşük ücret ile sigortasız işçi çalıştırma alışkanlığı. İkincisi, sendikalaşma oranının çok düşük oluşu.

Yeni iş alanları açmak ve sendikalaşmayı kolaylaştırmak devletin stratejik görevidir. Ama her işletmede uygun işe uygun işçiyi uygun ücretle istihdam

etme, keyfi işten çıkarma yapmama ve işyerinde sendikalaşmayı engellememe gibi yükümlülüklerle sahiptir. Günümüzde, ülkemizdeki işletmelerin bu yükümlülüklerini tam anlamıyla yerine getirdikleri söylenemez. Çözüm cezaları arttırmakla sağlanamaz; bizce tamamen ekonomiktir. Güven verici ve istikrarlı bir ekonomide işçi-işveren ilişkisi çok daha tutarlı hale gelecektir.

Son olarak, şu ana kadar yazdığımız tüm bilgilerin ışığında, işletmelerin sosyal sorumluluk konusunda politika saptarken uygulamalarının yararlı olacağını düşündüğümüz ve sosyal sorunların çözümü konusunda da etkili olacağına inandığımız bir dizi düşüncemizi belirtelim:

- 1- İşletmenin ekonomik amaçlarının yanısıra sosyal amaçlarının belirlenmesi ve her iki amacın uzlaştırılması.
- 2- İşletmedeki sosyal içerikli programların niteliği ve harcamaları konusunda bir fayda/maliyet analizinin yapılması.
- 3- Yeni sosyal amaçlara ulaşmak için plan ve bütçelerin yapılması, uygulama yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi, kontrol standartlarının saptanması.
- 4- Sosyal amaçların işletme içerisinde ve dışarısında duyurulması ve diğer kuruluşlardan (Sanayi ve Ticaret Odaları, basın, üniversiteler, belediye, kamu kuruluşları...) katkıda bulunmalarının istenmesi.
- 5- Yıl sonu itibariyle sosyal içerikli programların bilançolarının hazırlanması ve kamuoyuna açıklanması.
- 6- İşletme değerler sisteminin sosyal sorumluluk kavramını içerek biçimde değiştirilmesi ve işletme yönetimi tarafından benimsenmesi.
- 7- İşletmenin kendi kendini denetlemesi.
- 8- Sosyal eylemler için işletmeler arası işbirliği yapılması.
- 9- Merkezkaç yönetim biçimine geçişin sağlanması.
- 10- İşletme yönetimi ile sendikalar arasında daha sıkı işbirliği yapılması.

11- Devlet tarafından işletmelerin sosyal içerikli programalarına destek verilmesi.



KAYNAKLAR

AKDEMİR B., (1995), Üretim, Verimlilik ve Tüketicinin Korunması Açısından Standardizasyonun ve Kalitenin Önemi.

BAŞ M. ve BAŞ Z., (1988), 9. Dünya Şehircilik Kolokyum Bildirgesi.

BRADSHAW T. ve VOGEL D., (1981), Corporation and Their Critics, Mc Graw-Hill Inc.

CEMALCILAR İ., (1988), Pazarlama İlkeleri ve Kavramları, Beta.

CHRISTENSEN R.S., BERG N.A., SALTER M.A., STEVENSON H.H., (1985), Policy Formulation and administration, R.D. Irwin Inc.

DEVELİ T. ve UZUNÇARŞILI Ü., (1989), İşletmelerde Personel Tedariki ve Seçimi, MESS Yayını.

ERDOĞAN İ., (1990), İşgören Seçimi ve İşe Yerleştirmede Psikoteknik Yöntem, Yönetim.

ERDOĞMUŞ Z., (1988), 9. Dünya Şehircilik Kolokyum Bildirgesi.

ENÖN Z. ve KIRMIZI A., (1990), Sanayi İçin Yer Seçimi İlkeleri ve Çevre Sorunları, Beta.

EREN E., (1987), İşe Yeni Başlayan Genç İşçilerin Görev Yönlendirmesini Sağlayıcı Oryantasyon Eğitiminin Temel Esası, 1986 MESS Eğitim Semineri.

EREN E., (1990), Örgütlerde Yönetime Katılma, Yönetim Dergisi.

EROL E., (1991), İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim.

GÜRPINAR T., (1990), Yönetim.

KOÇEL T., (1984), İşletme Yöneticiliği, İ.Ü. İ.F.İ.İ.E.

KURTULUŞ K., (1989), Reklam Harcamaları, İ.Ü.İ.F. Yayını, No:3027

MUCUK İ., (1987), Modern İşletmecilik, Der Yayını, İstanbul.

ÖZBAŞAR S., (1979), Sosyal Sorumlulukların Yönetimi, İşl. İkt. Enst. Yönetim Dergisi.

ÖZSUNAY E., (1981), Sorumluluk Hakkında Yeni Gelişmeler II. Sempozyumu, Ankara, I.Ü. Mukayeseli Hukuk Enstitüsü Yayını, Fakülteler Matbaası.

SOYER M. P., (1988), İş Mücadelelerinde İşverenin Üçüncü Kişiler Karşısındaki Sorumluluğu, I.D.E.Ü.H.F.

TOSUN K., (1990), Çevre Bozulması ve Biz, Yönetim.

TOSUN K., (1990), İşletme Yönetimi Genel Esaslar, Yönetim.

TOSUN K., (1990), Günümüz İş Hayatının Belli Başlı Eğilimleri, Yönetim.

YENER G., (1994), Tüketicinin Korunması ve T.O. ve B.B. nin Uygulamaları, TSE Standart Dergisi Tüketicinin Korunması Özel Sayısı.

Ekonomi Bülteni Gazetesi, (1995), Şirketler Büyürken Alt-Üst Uyumunun Önemi Artıyor.

ÖZGEÇMİŞ

1967 yılında İstanbul'da doğdu. Fatih İlkokulunu bitirdikten sonra ortaöğrenimini Galatasaray Lisesinde tamamladı. 1988 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümüne girdi. Aynı okuldan 1991-1992 öğrenim yılında mezun oldu. 1992 yılında İşletme Mühendisliği Bölümünde yüksek lisansa başladı. İngilizce ve Fransızca bilmektedir. İş hayatına matbaacılık sektöründe devam etmektedir.

