

Yeni iş ortaklarımız: Sivil Toplum Örgütleri

□ SERRA TITİZ

Mikado Danışmanlık Kurucusu ve Genel Müdürü

Kurumsal sorumluluk, "toplumsal yatırım" den ibaret olarak algılanmaya başlandı. STK'lar şirketlerin bağlı olduğu topluma olan borçlarını ödeme kanalı olarak görülüyor. Pek çok farklı ihtiyaçları olduğu gibi, tamamen gör boyanmaya yönelik, pazarlama stratejilerine hizmet eden promoter de gerçekleştiriliyor. STK'lar ve şirketlerin aşırı

duyularında herhangi amaçlar için çalışılmaya dair yeterli bir bilgiye sahip var. Şirketler, STK'ları devamlı pürne isteyen, toplumsal sorumluluk konularını için çalışan, mağdur ve yardım edilmesi gereken kurumlar olarak görmeye başladılar.

Sürdürülebilirlik Ajandasının Yükselişinde STK'ların rolü

Oysa şirketler STK'ların (burada daha çok laik temelli STK'lerden bahsediyorum) asıl rolüne yeni yeni anlamaya başlıyorlar. Son senelerde dünyada olduğu gibi Türkiye'de de STK'lar savunuculuk boyutlarına atarak toplumsal değişimde etkin olmaya başladılar. STK'ların yeni daha fazla değer olduk. Bunu haklarını kazanılmama, hem yasalarda olduğu yolda değişim yapılmasına ve bazı şirketlerin hareketlerini iletmesine vesile oldular. STK'lar sayesinde şirketler sorumluluklarının bilincine varmaya başladılar. Şirketler, yeni iş alanları yaratırken, yeni yatırımlarını planlarken yeni toplumların STK'ları üzerinden yapılabilecekleri boyutlarını şirketlerine nasıl verebileceğini değerlendirmeye almak durumunda kalmaya başladılar. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de şirketler sorumsuz davranışlarından dolayı boykot edilmeye başladılar. Etkili iletişim

araçlarıyla bu boykotlar kısa zamanda tüm toplum tarafından bilinirlik kazanarak şirketlerin ilhamını vermeye başladı.

1800'lerin sonları itibarıyla yükselmeye başlayan sürdürülebilirlik ajandası, yarıca uluslararası gelişmelerin yapıtması sonucu oluşmuş, uluslararası STK'ların değişim sürecinde çok etkili oldu, şirketleri ilham ve sorumsuz davranışları gözler önüne sermeye adım olarak çalıştı. Teknolojinin gelişimiyle değişim kanalları arttı ve yeni araçlar da bilginin hızla yayılmasına yardımcı oldu.

STK'ların seslerinin daha çok çalması onların daha etkin ve değişim aracı olarak görülmeye başladılar. Bu sebepten dolayı şirketlerin sorumsuz davranışlarını önlemelerine neden oldu. STK'lar ne yapacağı belli olmayan anarşik hareketler olarak algılanmaya başladılar. Oysa iyi geçirmeye çalışarak, şirketin etik faktörlerini analiz etmek konusunda stratejik bir yaklaşım olarak ele alınmaya başladılar. STK'lar şirketlerin mecburi paydaşları haline gelince artık sıklıkla mecburi kurumlar olarak.

İşte bu durumun değişimini iki sektöre de faydalı olacak bir durum.

Son dönemde sürdürülebilirlik yaklaşımı şirketlerin gündemine bu kadar oturmaya başladı. Dünyanın gelişmiş ülkelerinde olduğu gibi, devlet kaynaklarını etkilemeye başladı, şirketlerin de bu konuları gündemlerine taşımalarına sebep oldu. Başlangıçta sadece şirketlerin görevli olarak bu konulara sahip çıkmaları, zamanla gönüllülükten çıkarak komiteler oluşturularak mecburi adaptasyona dönmeye başladı.

Özel sektör-Üçüncü Sektör Buluşması

Adaptasyon sürecinde şirketler

sürdürülebilirlik göstergelerini kurum sağlamak üzere geliştirdikleri kurumsal sorumluluk stratejileri çerçevesinde iyileştirme planları yapıyorlar. Kurumsal sorumluluktan kasıt, şirketlerin etik-pratik-ekonomik-çevresel yönlerini anlayıp, ekono-çevresel sosyal-çevresel sorumluluklarının bilincinde olmaları.

Şirketler kurumsal sorumluluklarına yerine getiren halihazırda var olan iyi uygulamaları sürdürmek ve diğer olanları ise geliştirmek için hareket planları oluşturuyorlar. İşte bu noktada STK'lar şirketlerin önemli bir paydaşı olarak görülmeli. Şirketlerin çalışanlarının gelişimini eğitimi, yönetimde kadın oranı, insan hakları, çevresel uygulamalar, toplumsal yatırım gibi pek çok alanda yapmaları gereken iyileştirmeleri STK'ların uzmanlıklarından faydalanarak yapmaları mümkün. Böylece, hem şirket ihtiyaç duyduğu değişimi zaman zaman kanallarıyla gerçekleştirebilir, hem de STK'ları misyonuna katıp etrafı olur.

Böylece oluşturulan yeni kurum kültürü, kurumlarının özel sektör ve "üçüncü sektör" buluşabilir hatta buluşabilir. İki sektörün birbirinden buğurunu hareket etmeleri söz konusu olmayacağı gibi, birbirlerine ihtiyaçları olduğu da aşkar.

Şirketler STK'ları hem iş kararlarına verme aşamasında danışarak, hem de onları şirketleri iyileştirme planlarına dahil ederek öncelikli paydaşları olarak tanıyabilirler.

Bu durum, STK'lar açısından da olumlu sonuçlar doğuracaktır. Çünkü bu vesileyle STK'lar algılanma biçimlerini değiştirecek, kredibilitelerini arttıracak, uzmanlıklarını kullanarak misyonlarını yerine getirmeye daha çok yaklaşacak ve uzmanlıklarını hayretle yaratmada kullanabilir olacaklardır.

Buluşma Noktası: İnsan

Sonuçta şirketler insanlardan oluşuyor... Çalışanlar bir şirketin var olmasını ve faaliyetleri bulmalarına mümkün ediyorlar. Çalışanlar maddi olan bir şirketin daha verimli çalışacağına geçtiklerinden yola çıkarak çalışanlara yatırım yapmak, onların gelişmelerine katkıda bulunmak, onlara sevgi duymak sorumlu bir şirketin öncelikli yapması gerekenler arasında.

STK'lar da insanların haklarını koruyucu, toplumsal etrafı seviyeyi artırma yolunda çalışmaları yürütüyorlar.

Ortak paydaşı insan olarak bilinirlikten ve buluşup bir an önce buluşalım...



Serra Titiz

GoodGuide

The image shows a screenshot of the GoodGuide website. At the top, there is a search bar and navigation links. Below that, there is a main content area with a large image of a smartphone. To the right of the image, there is a sidebar with various filters and options. At the bottom, there is a footer with logos and contact information.