

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ GIDA SANAYİİ TEDARİK ZİNCİRİNDEKİ YERİ: SORUMLULAR, İŞLEVLER VE UNSURLAR

Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR¹

Selin DEMİRALAY²

Özet

Son yıllarda şirketlerin ekonomik ve sosyal görevlerini sorgulayan akademik çalışmalarda, şirketlerin topluma pozitif yönde etki etmesi gerektiği çokça gündeme gelmeye başlamıştır. Ticari kuruluşların ekonomik kâra odaklanmanın yanı sıra, sosyal ve çevresel unsurları da dikkate almaları gerektiği belirtilmiştir. “Kurumsal sosyal sorumluluk” (KSS) olarak adlandırılan kavramla şirket başarılarının sadece kısa vadeli kâr elde etmeye değil uzun vadede tüm kurumsal paydaşları dikkate alan faktörlere bağlı olduğu anlaşılmıştır.

Gıda sanayiinde KSS özel önem arz etmektedir. Her bireyin yaşamını sürdürmesi için beslenmeye ihtiyacı vardır. Beslenme işlevini sağlayan maddeler, işlenmiş ve doğal haldeki hayvansal, bitkisel ve sentetik kökenli yenilebilir ve içilebilir karakterli maddelerdir. Dünya nüfusunun hızla artması, gelişen teknolojiye bağlı çevre kirliliği, ekonomik güçsüzlük ve eğitim yetersizliği beslenme sorunlarını derinleştirmekte ve güvenli gıda teminini zorlaştırmaktadır.

Bu çalışmanın amacı kurumsal sosyal sorumluluğun gıda sanayiinde anlamını araştırmak ve tedarik zincirindeki yerini incelemektir. Bu bağlamda gıda sanayiinde tedarik zincirini oluşturan kuruluşlarla ilgili KSS unsurları teorik ve özgün bir model çerçevesinde ele alınmakta; sürdürülebilir kalkınma, çevre etkileri, adaletli ticaret, insani

¹ Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Almanca İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı 81610 Anadoluhisarı. E-posta adresi: dznayir@marmara.edu.tr

² Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Almanca İşletme Bölümü 81610 Anadoluhisarı. E-posta adresi: selindemiralay@hotmail.com

çalışma koşulları, gıda güvenliği, beslenme ve sağlık ile ilgili hususlar üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal sosyal sorumluluk, gıda sanayii, tedarik zinciri, sürdürülebilir kalkınma, çalışma koşulları, adaletli ticaret, gıda güvenliği.

THE ROLE OF CORPORATE SPECIAL RESPONSIBILITY IN THE FOOD SUPPLY CHAIN RESPONSIBILITIES, FUNCTIONS AND IMPLICATIONS

Abstract:

The responsibility of companies towards the society in which they operate has been subject of academic interest in recent years. The general view has become that companies do have a social responsibility which exceeds the mere pursuit of economic profit; this duty is referred to as “corporate social responsibility” (CSR). CSR has been of special interest in the food industry. As food is directly related to human health, subjects like how food is produced, which effects this process has on the environment and sustainable development, which working and labour conditions are valid in food companies has become an investigated topic.

In this article it is claimed that the whole supply chain of the food industry has to be investigated in order to fully understand the impacts CSR initiatives have on the final output of the industry. In the article a model is developed incorporating different aspects of sustainable development and environmental influences, fair trade, worker and human rights, food safety and health issues. The effects of these aspects on the various elements of the food supply chain are discussed.

Key words: Corporate social responsibility, food industry, supply chain, sustainable development, labour conditions, fair trade, food safety.

Giriş

Son yıllarda şirketlerin görevleri ile ilgili soruları ele alan akademik çalışmalarda, ticari kuruluşların topluma pozitif yönde etki etmesi gerektiği çokça gündeme gelmeye başlamıştır. Şirketlerin ekonomik kâra odaklanmanın yanı sıra sosyal ve çevresel unsurları da dikkate alması gerektiği belirtilmiştir. “Kurumsal sosyal sorumluluk” (KSS) olarak adlandırılan kavramla şirket başarılarının sadece kısa vadeli kâr elde etmeye değil, uzun vadede tüm kurumsal paydaşları dikkate alan faktörlere bağlı olduğu anlaşılmıştır.

Gıda sanayiinde KSS özel önem arz etmektedir. Her bireyin yaşamını sürdürmesi, gelişimini tamamlayabilmesi için beslenmeye ihtiyacı vardır. Beslenme işlevini sağlayan maddeler, işlenmiş ve doğal haldeki hayvansal, bitkisel ve sentetik kökenli yenilebilir ve içilebilir karakterli maddeler, yani “gıda”lardır. Günümüzde toplumların en büyük gereksinimi sağlıklı gıda maddeleri temin edebilmektir. Dünya nüfusunun hızla artması, gelişen teknolojiye bağlı çevre kirliliği, ekonomik güçsüzlük ve eğitim yetersizliği beslenme sorunlarını derinleştirmekte ve güvenli gıda teminini zorlaştırmaktadır.

Gıda üretimi ile ilgili birçok konu, son yıllarda eleştirilmeye başlanmıştır. Bazı kuruluşların çevre ve topluma verdikleri zararların boyutları, özellikle 1990’lardan sonra sıklıkla ele alınan bir konu olmaya başlamıştır. Birçok gıdadaki hammaddelerin, zararlı bileşenler içerdiği ortaya konmuştur. Bunlara birçok örnek verilebilmektedir. İşlenmiş gıdalarda suni tatlandırıcılar yaygın olarak kullanılmakta, diyet cola, diyet ürünler, tatlılar, şeker, yoğurt gibi 6 bin civarında işlenmiş gıdaya katılmakta ve kansere yol açtıkları iddia edilmektedir. Akrilamid; sağlığa zararları olduğu iddia edilen bir diğer gıda katkı maddesidir. Özellikle cips, kızarmış ekmek, kek, bisküvi, kraker, kahvaltılık gevrek, kahve, hazır çorba, patates kızartması, bebe bisküvisi gibi işlenmiş gıdalara katılan bu maddenin de kanser riski taşıdığı söylenmektedir. Gıda firmalarına yöneltilen eleştiriler yalnızca kullanılan zararlı katkı maddeleriyle ilgili değildir. Üretim sırasında doğaya verilen zarar, tarım işçilerinin zor çalışma koşulları, tarım üreticilerine ödenen yetersiz alım fiyatları da gıda sanayiine ilişkin diğer konulardır.

Gıda üretiminde kullanılan teknolojinin diğer bütün sektörlerde olduğu gibi hızla gelişmesi ve tüketicilerin artık eskiye göre daha bilinçli olması nedeniyle gıda üretimi yapan şirketlere günümüzde artık daha çok görev düşmeye başlamıştır. Bu **çalışmanın amacı** kurumsal sosyal sorumluluğun gıda sanayii tedarik zincirindeki yerini incelemek ve tedarik zincirinin çeşitli noktalarındaki sorumlular, işlevler ve unsurları teorik bir model çerçevesinde açıklamaktır. **Çalışmanın kapsamı**, dört başlıktan oluşmaktadır. Birinci bölümde, Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının tanımı ve tarihsel gelişimi açıklanmaktadır. İkinci bölümde, Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının gıda sanayiindeki önemi açıklanmakta, son yıllarda küreselleşmeyle beraber sözkonusu sanayi dalında KSS konusunun nedene daha sıklıkla incelenmeye başladığı tartışılmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde gıda sanayiinde tedarik zincirinin bileşenleri irdelenmekte, her bir zincir halkasının unsurları ve sorumluları tanımlanmakta ve bunların her birinin KSS ile ilişkisi bir model yardımıyla ele alınmaktadır. Tedarik zincirindeki KSS unsurları “çevresel etkiler ve sürdürülebilir kalkınma”, “tedarikçi firmaların çalışma koşulları”, “adaletli ticaret”, “gıda maddeleri güvenliği” ve “beslenme ve sağlık” alt başlıklarına göre ayrılmakta, her birindeki önemli hususlar tartışılmaktadır.

Bu çalışmada Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının gıda sanayii tedarik zincirindeki yeri **teorik ve özgün bir model** yardımıyla tartışılmakta, bu kavramın doğru uygulanmasında etkisi olan sorumlular, işlevler ve unsurlar ele alınmaktadır. Çalışma teorik bir çerçevede yürütülmekte ve **ampirik yönü bulunmaması açısından sınırlılık** arz etmektedir. Çalışma bu özelliğiyle gıda sanayiinde girdi sağlayan ve gıda sanayii ürünlerinden çıktı olarak yararlanan tüm tedarik zinciri halkalarını KSS açısından incelemekte, her bir zincir halkasında hangi KSS unsurunun ağırlıklı olarak yer aldığını irdelenmektedir. Bu amaçla tedarik zinciri sorumluları, tedarik zinciri işlevleri ve KSS unsurlarını beraberce inceleyen bir model geliştirilmektedir.

1. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimi

Kurumlar yalnızca ekonomik hedeflerle kurulmaz, sosyal gereklilikleri de yerine getirmek zorundadır. Bu nedenle kurumlar, toplumun amaçlarına hizmet ederek ve değer ölçütlerine uygun politikalar belirleyerek faaliyetlerini yürütmek zorundadırlar³. Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), kurumların kendilerini toplumun bir parçası olarak görmeleri nedeniyle etik değerlere uygun şekilde davranma yükümlülüğünü hissetmeleridir. Bu düşünce şirketlerin toplumla beraber hareket etmesi gerektiği anlayışından yola çıkar ve genel anlamıyla toplumun refahını arttırmayı ve toplum düzenini korumayı ve yükseltmeyi hedefler⁴. KSS, genel olarak bir kuruluşun; ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, şirket faaliyetleri ile doğrudan veya dolaylı ilişki içinde olan müşteriler, tedarikçiler, toplum, çalışanlar ve çevre sakinleri gibi (Bolat ve Gözlü, 2003: 43) şirket faaliyetlerinden olumlu veya olumsuz etkilenen kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, insanları mutlu ve memnun etmeye yönelik gereklere⁵.

KSS, şirketin ekonomik, sosyal ve çevresel çıkarları ile paydaş gruplarıyla olan ilişkilerini entegre eden bir konsepttir. Bu yaklaşımda paydaş ilişkileri sadece kanunlara uymak anlamında ele alınmamakta, aynı zamanda insana, çevreye ve diğer şirket paydaşlarına önem verme, onları dikkate alma anlamını taşımaktadır⁶. KSS günümüzde global ölçekte faaliyet gösteren birçok şirketin gündemine oturmuştur⁶. Şirketler, KSS faaliyetlerine farklı nedenlerle başlamaktadır. Kimi şirketler için marka imajı yaratmak ve rekabet avantajı kazanmak sebep iken⁷, kimileri için basında olumlu ifadelerle anılmak ve yenilikçi olarak algılanmak kaygıları ön planda yer almaktadır⁸.

2. Gıda Sanayiinde KSS

Gıda sanayii, insan sağlığı için oynadığı önemli rol nedeniyle KSS uygulamaları için en önemli sektörlerden biridir. Bunun birçok nedeni vardır. Nüfus artışı ve doğal kaynakların kısıtlılığı bu sebeplerden biridir. 2020 yılına kadar dünya nüfusunun 6 milyardan 7,5 milyara çıkması beklenmektedir. Aynı zamanda tarımsal kullanım alanları ve halihazırda bulunan su kaynakları azalmaya yüz tutacaktır. Gıda sanayii, daha az kaynakla daha çok insanı doyurma zorunluluğuyla karşı karşıya kalacaktır.

³ Birol Tenekecioğlu (1977), “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları”, **Eskişehir İTİA Dergisi**, 13 (2), s. 47.

⁴ Güven Alpay, Kazım Develioğlu ve İdil Evcimen (2002), “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları: Belirleyici Etken Olarak Kurumsal Değerler”, **10. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı**, 23-25 Mayıs, s. 74.

⁵ Marc Jones (1999), “The Institutional Determinants of Social Responsibility”, **Journal of Business Ethics** 20(2), s. 163.

⁶ Tony Royle (2005). “Realism or idealism? Corporate social responsibility and the employee stakeholder in the global fast-food industry”. **Business Ethics: A European Review** 14 (1). s. 42

⁷ Debora Spar ve Lane La Mure (2003). “The Power of Activism: Assessing the Impact of NGOs on Global Business”, **California Management Review** 45(3), s. 84.

⁸ Isabelle Maignan, Bas Hillebrand ve Debbie McCallister (2002). “Managing Socially-Responsible Buying: How to Integrate Non-Economic Criteria into the Purchasing Process”, **European Management Journal** 20(6), s. 646.

KSS'nin öneminin gıda sanayiinde artmasındaki nedenlerden biri de küreselleşmedir. Dünyada ticaret ve sermaye hareketleri ulusal sınırları aşan boyutlara ulaşmıştır. Globalleşme ya da küreselleşme olarak adlandırılan bu olgu ülkeler arasındaki ilişkilerin ve işbirliğinin düzeyini ve boyutlarını tamamen değiştirmiştir⁹. Ekonominin küreselleşmesi birçok şirketin ürünlerini dünya çapında pazarlamasına yol açmıştır. Gıda sanayiinde girdi olarak kullanılan hammaddeler sadece tedarik zincirinin sadece coğrafi olarak yayılmasıyla değil aynı zamanda kompleks olarak artmasıyla da küresel hale gelmiştir. Yalnızca hammadde tedariki değil, gıda zincirinin çevre ile ilgili unsurları, insan hakları ve çalışma koşullarına ilişkin unsurlar da küreselleşmiştir¹⁰.

Gıda sanayiinde KSS'nin artmasında elektronik iletişim medyasının yayılmasının da katkısı çok olmuştur. Bir taraftan bilgi işlem ve mikro-elektronik teknolojisindeki gelişmeler, diğer taraftan iletişim alanında geliştirilmiş yeni teknolojiler (dijital teknoloji, fiber optik teknoloji, lazer teknolojisi, akıllı terminal, internet, tele işlem vs.) sayesinde dünyada bilgi ve veri iletişimi akıl almaz bir hız kazanmıştır¹¹. Gıda sanayiinde tedarik zinciri halkalarının birbirleriyle iletişimi kolaylaşmıştır. Gıda skandalları ve olumsuz gazete manşetleri bilgi iletişimi sayesinde küresel olarak algılanabilmekte, gittikçe yaygınlaşıp dünyanın her ülkesindeki büyük sayıda tüketiciye ulaşabilmektedir¹². Bu nedenle de gıda firmaları, KSS uygulamalarına eskiye oranla daha çok önem vermeye başlamış, yalnızca son nokta olan üretim aşamasının değil, tedarik zincirinin tüm halkalarının KSS açısından uygulamalarını izlemeye başlamışlardır.

3. Gıda Sanayiinde Tedarik Zinciri

Tedarik zinciri kavramı son ürünün üretilmesi ve dağıtımını ile ilgili çabaları kapsamakta ve tedarik yönetimi kaynak temini, üretim ve teslim aşamaları olmak üzere dört ana süreçten oluşmaktadır¹³. Günümüzde tedarik zinciri değer yaratmaya yönelik tedarikçiler, nakliyeciler, üretici, dağıtım kanalları ve müşteriler arasındaki ortaklık ilişkileri olarak ele alınmaktadır¹⁴. Gıda sanayiinde tedarik zinciri hammadde, işleme, ürün geliştirme, üretim, paketleme, depolama, dağıtım aşamalarında kesintisiz uygulanması gereken bir teknikler dizisidir.

Bugünün modern işletmeciliğinde, tedarik zincirleri geniş coğrafi alanlara yayılmıştır. Gıda sanayiinde de yabancı kaynaklardan yararlanma (outsourcing) olgusu sıklıkla görülmekte, satınalma farklı ülkelerden yapılabilen ve tedarikçilerin sıkça değişmesi gündeme gelmektedir. Çeşitli alanlara bu kadar yayılmış tedarik aşamaları

⁹ Coşkun Can Aktan (1999), **Toplumsal Dönüşüm ve Türkiye**, İstanbul:Milliyet Yayınları. s.4.

¹⁰ Katherina Schmitt (2005). **Corporate Social Responsibility in der strategischen Unternehmensführung, Eine Fallstudienanalyse deutscher und britischer Unternehmen der Ernährungsindustrie**, Öko-Institut Berlin, s. 42.

¹¹ Aktan , **agk**, s.7

¹² Schmitt, **agk**, s. 78

¹³ Ronda Lummus ve Robert Vokurka (1999). "Defining Supply Chain Management: A Historical Perspective and Practical Guidelines", **Industrial Management & Data Systems** 99 (1). s. 12

¹⁴ Refika Bakoğlu ve Erdal Yılmaz (2001). "Tedarik Zinciri Tasarımının Rekabet Avantajı Yaratması Açısından Değerlendirilmesi: "Fast Food" Sektörü Örneği", **VI. Ulusal Pazarlama Kongresi**, Erzurum, s. 2.

nedeniyle, şirketler beklenmedik şekilde KSS sorunlarıyla yüzyüze gelebilmektedir. Gıda sanayii emek yoğun bir faaliyet dalıdır, bu nedenle KSS'in çalışma koşulları olgusu da üstünde durulmaya başlanan konular arasındadır. Bu bağlamda kötü hayvancılık koşulları¹⁵, insanların elverişsiz şartlarda çalıştırılması¹⁶, aşırı avlanma nedeniyle balıkçılığın gördüğü zararlar¹⁷ ve hayvancılıkta antibiyotik kullanımı¹⁸, basın yayın organlarında sıklıkla eleştirilen konular arasına girmiştir.

Tedarikçi kuruluşlarla ilişkileri genellikle fiyat ve kalite konularıyla sınırlı bulunan gıda firmaları, tedarikçi şirketlerin çevreye ve topluma ilişkin tutum ve uygulamalarını bilmemektedirler¹⁹. KSS konusu özellikle de son 15 yılda akademik yayınlarda ele alınmaya başlanmış, ancak bu kavramın tedarik zinciri bağlamında ne ifade ettiği üzerinde durulmamıştır. Bazı çalışmalarda bu iki kavram arasındaki bağıntılar ele alındıysa da, genellikle her bir çalışma, KSS'nin tek bir unsuru ile ilişkilendirilmiştir. Bazı çalışmalarda özellikle çevre üzerinde durulmuş²⁰, diğer bir grup araştırmada ise çalışma koşulları sorgulanmıştır²¹. Bu çalışmada ise gıda sanayiindeki tedarik zincirinin halkaları incelenecek ve bu halkaların KSS'nin çeşitli KSS unsurlarıyla ilişkileri tartışılacaktır.

Şekil 1'de bu ilişkiler görsel olarak ifade edilmektedir. Gıda sanayiinde tedarik zinciri halkaları hammadde üretimi, tedariki, nakliyat, işletmeçi süreçler, dağıtım ve tüketim olmak üzere altı başlık altında incelenmektedir. KSS unsurları ise sürdürülebilir kalkınma/çevre, tedarikçi firmalardaki çalışma koşulları, adaletli ticaret ilkesi, gıda maddeleri güvenliği ve sağlıklı beslenme alt başlıkları altında ele alınmaktadır.

¹⁵ “Kuş gribinin faturası halkın cebinden çıkmamalı” (2006). <http://www.gidasanayii.com/modules.php?name=News&file=print&sid=6789>. (Erişim tarihi: 29.1.2007)

¹⁶ Amy Garber (2005). “McD Seeks Less Cruel Way to Kill Chickens”, *Nation's Restaurant News* 39(4), s. 1.

¹⁷ Bret Thorn (2003). “Sustainability: Fishing for Ways to Preserve Stock”, *Nation's Restaurant News* 37(38), s.146.

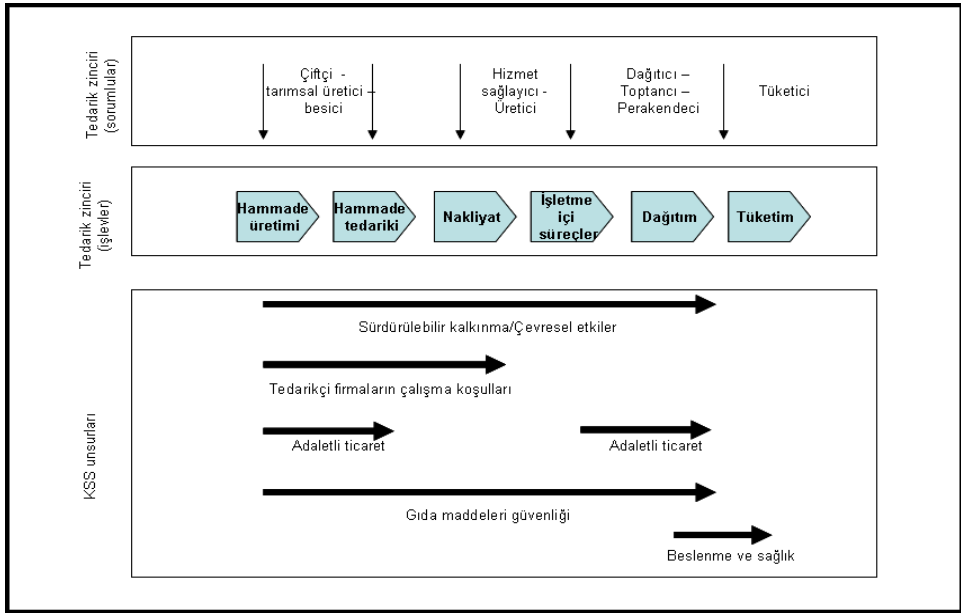
¹⁸ Candace Krebs (2003). “The Antibiotic Battle”, *Agri Marketing* 41(3), s. 34.

¹⁹ Stefan Schaltegger (2004). “Nachhaltigkeitsaspekte der Markenführung”. Bruhn M. (der.) *Handbuch Markenführung –Kompendium zum erfolgreichen Markenmanagement Strategien – Instrumente - Erfahrungen*. 2. basım. s.2687.

²⁰ Craig Carter ve Joseph Carter (1998). “Interorganizational Determinants of Environmental Purchasing: Initial Evidence from the Consumer Products Industries”. *Decision Sciences* 29(3), s.660-661.

²¹ Margaret Emmelhainz ve Ronald Adams (1999). “The Apparel Industry Response to “Sweatshop” Concerns: A Review and Analysis of Codes of Conduct”. *Journal of Supply Chain Management* 35 (3), s. 51–57.

Şekil 1: Gıda sanayiinde tedarik zinciri ve kurumsal sosyal sorumluluk: Sorumlular, işlevler ve KSS unsurları



3.1. Çevresel etkiler ve sürdürülebilir kalkınma

Sürdürülebilir kalkınma; “bugünkü nesillerin ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye atmaksızın karşılayabilen kalkınma” şeklinde tanımlanmaktadır²².

Sürdürülebilir kalkınma çok boyutludur, ancak en çok önem taşıyan yönü çevre ile ilgilidir. Çevre ile ilgili sürdürülebilirlik göstergeleri çok sayıdadır. Örneğin iklim değişikliği ve ozon tabakasının bozulması ile ilgili unsurlar atmosfer ile ilgiliyken, tarım kimyasallarının kullanılması veya ağaç kesme yoğunluğu konuları toprak dejenerasyonuna yol açması nedeniyle sürdürülebilir kalkınmayı tehlikeye atmaktadır²³. Gıda endüstrisi de çevreye birçok açıdan zarar verebilmektedir. Tarım alanlarının ve suyun kirletilmesi, aşırı ağaç kesimi ve metan gazları kaynaklı küresel ısınma bunlardan bazılarıdır²⁴.

Günümüzde gıda şirketleri genellikle faaliyetlerinin çevreye etkileri konusunda bilinçlenmiş durumdadırlar. Farklı çevre koruma organizasyonlarının baskısı sonucu kabul

²² Esra Nemli (2005), “Sürdürülebilir Gelişme: Ekonomi ile Çevre Arasındaki Denge”, Sunum, İstanbul, Kalder-Çevre Uzmanlık Grubu, s. 6-9, <http://www.kalder.org.tr>, Erişim tarihi: 4.4.2006),

²³ Nemli, **agm**, s. 14.

²⁴ Michael Fox (1997). **Eating with Conscience: The Bioethics for Food**. New Sage Press, Troutdale, OR. s. 55-62.

edilen sınır değerleri gaz emisyonlarında tasarruf sağlamış, çevre dostu paketlemeler, geri dönüşüm projeleri ve havaya zarar veren gazlardan kaçınmak gibi kurallar gıda şirketleri tarafından dikkate alınmaya başlanmıştır²⁵.

Gıda şirketlerinin yalnızca kendilerinin çevreye duyarlı ürünler üretmeleri yetmez, aynı zamanda tedarik zincirindeki firmaların da aynı duyarlılığı göstermeleri gerekir²⁶. KSS anlayışındaki gıda şirketlerinin yalnızca kendi üretim süreçleriyle çevreye verdikleri zararlarla yetinmemeleri, bunun yanı sıra tedarikçilerin de üretimleri nedeniyle verdikleri çevresel zararlara dikkat etmeleri gerekmektedir.

3.2. Tedarikçi firmaların çalışma koşulları

Yaklaşık 10 yıl kadar önce, NIKE ve Wal-Mart gibi Amerikan firmalarının gelişmekte olan ülkelerdeki tedarikçilerine uyguladıkları katı çalışma koşulları ve bunların yola çıktığı zararlar, basın yayın organlarının dikkatini çekmeye başlamıştır²⁷. Bu örneklerden yola çıkan Uluslararası Çalışma Örgütü, sosyal sorumluluk anlayışı uyarınca uyulması gereken bir dizi çalışma prensibi belirlemiş ve işçi sağlığı ve güvenliği, sendikalaşma hakkı, tazminat konusu ve ayrımcılık gibi başlıkları bazı standartlara bağlamıştır²⁸.

İşçi hakları ve genel olarak insan hakları konusu gıda firmaları için de özel önem arz etmektedir. Gıda sanayii el emeğine dayalı, ağır bedensel emek gerektiren bir daldır; bazı uygulamalar hayati tehlike de arz edebilmektedir (tarım ilaçlaması gibi). Tarım işçiliği olgusu mevsimsel iç göçlere yol açmakta, ücretlendirme düşük seviyelerde seyretmekte ve çalışma genel olarak elverişsiz şartlar altında gerçekleşmektedir²⁹. Tarımdaki çalışma koşulları sezon dalgalanmalarıyla yıldan yıla farklılık gösterebilmekte, tarım işçilerinin gelirleri dengesiz olmaktadır.

Tedarik zincirinin coğrafi olarak yayılması sonucunda gıda şirketleri için tedarik firmalarındaki çalışma koşulları da önem kazanmaya başlamıştır. Hammadde üretimi ve işletimindeki sosyal şartlar; çocuk veya kayıtdışı işçi çalıştırma ya da insan sağlığını tehlikeye sokan hijyen koşulları³⁰ artık tedarik zincirinin en sonundaki gıda şirketini de ilgilendirmektedir. KSS konusunu kendine hedef belirleyen gıda firmaları, tedarik şirketlerindeki çalışma koşullarına bağlı o şirketten alım yapma veya yapmama kararını verebilmektedirler. Tedarik zincirindeki firmalarda sendikalaşma hakkı, toplu pazarlık hakkı, asgari ücret uygulaması, belirli iş saatlerine bağlı kalınması ve iş yeri güvenliği gibi

²⁵ Schmitt, 2005, **agk**, s.53-56.

²⁶ Michael Maloni ve Michael Brown (2006). “Corporate Social Responsibility in the Supply Chain: An Application in the Food Industry”, **Journal of Business Ethics** 68. s. 37.

²⁷ Emmelhainz ve Adams, 1999, **agm**, s. 51-57.

²⁸ Social Accountability International (2005), ‘SA8000 Standard Elements’, <http://www.cepaa.org>, (Erişim tarihi: 15.5.2007).

²⁹ Martin P. L.(1991). “Hearings of the Commission on Agricultural Workers”. **Labor Management Decisions** 1(1), s. 6–7.

³⁰ Rohwetter Marcus (2004): Und bist du nicht billig... Die Zeit. Nr. 16/2004. <http://www.zeit.de/2004/16/Schlachthof-Mafia>. (Erişim tarihi: 25.2.2007), s.38.

unsurlar da KSS prensibinin ne ölçüde uygulandığını göstermekte ve zincir halkalarının geleceğini belirlemektedir³¹.

3.3. Adaletli Ticaret

Adaletli ticaret kavramı gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde bulunan tarımsal ürün üreticilerine adil şekilde ödeme yapılması ile ilgili hususları kapsar.

Gıda sanayii adaletli ticaret ilkesi bir anlamda sektörün genel eğilimlerine karşı durmayı gerektirmektedir. Genel sektör kuralı olarak fiyat rekabeti nedeniyle, gıda firmaları mümkün olduğunca düşük fiyatlar teklif eden tedarikçilerden alım yapmaya çalışmaktadırlar. Gelişmekte olan ülkelerdeki birçok tarımsal işletme, mevsimsel dalgalanmalardan etkilenmekte ve dünya pazarlarında üretim maliyetlerinin çok altında alım fiyatlarıyla karşılaşmaktadır. Özellikle kahve ve kakaodaki fiyatların dalgalanması ve gelişmiş batı ülkelerinin koruyucu tarım politikaları, gelişmekte olan ülke üreticilerinin adil bir biçimde ücretlendirilmemesine yol açmaktadır³². Bu fiyatlara uymaya çalışan birçok yerel kahve üreticisi iflasa sürüklenmiştir³³.

Adaletli ticaret ilkesi uyarınca büyük gıda firmaları, yalnızca en ucuz firmadan değil, aynı zamanda ülkesinde yoksulluğa karşı mücadele veren ve sürdürülebilir kalkınmayı da sağlamak için uğraşan tedarikçilerden alım yapmalıdır³⁴.

3.4. Gıda Maddeleri Güvenliği

Gıda güvenliği, insan, hayvan ve bitki sağlığı olarak sınıflandırılan üç sektörde değerlendirilmektedir³⁵. Gıda maddeleri güvenliği, hayvan beslenmesinde ve hayvan yetiştirme koşullarında güvenli ortamların sağlanmasını, örneğin hormonlu ve antibiyotik katkılı besinlerin kullanımında kontrol oluşturulması, soğuk zincirin ve depolama koşullarının güvenli hale getirilmesi (salmonella üremesinin önlenmesi) gibi unsurları içermektedir³⁶.

Tüketicilerin gıda maddelerinin güvenliğine olan inancı, ortaya çıkan gıda skandalları ile sarsılmaktadır. Gittikçe karmaşık hale gelen ve sınırötesi boyuta ulaşan tedarik zincirleri ürünlerin kalitesine olumsuz etki etmektedir. Ürünlerin küresel olarak tedarik edilmesi, hayvan hastalıklarının yayılmasına (örn. deli dana hastalığı ya da şarbon) ve temiz olmayan ürünlerin kolaylıkla el değiştirmesine yol açmaktadır. Uzun nakliye yolları, ürün zararlarının riskini örneğin soğuk zincirindeki bir kesinti ya da paketlemede oluşan bir hata nedeniyle arttırmaktadır. Bu tür tehlikelerin artması nedeniyle, tedarik zincirinin tüm halkalarını takip edebilmek önem kazanmıştır³⁷. Bu takip gerçekleştirilirse,

³¹ Schmitt, 2005, **agk**, 2005, s. 57-58.

³² Schmitt, 2005, **agk**, 2005, s. 58-59.

³³ MacKenzieDonald (2004). "Bitter Harvest", **Canadian Business** 77(10), s.43.

³⁴ Maloni ve Brown, 2006, **agm**, s.42.

³⁵ Nihat Akın, Mustafa Karakaya ve Servet Kefi (2005). **Biyogüvenlik ve gıda güvenliğinde temel yaklaşımlar** (<http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/051nihatakin.pdf>) s.1 (Erişim tarihi : 2.5.2007).

³⁶ Schmitt, 2005, **agk**, 2005, s. 60.

³⁷ Jack van der Vorst, Stephan van Dijk ve Adrie Beulens (2001). "Supply Chain Design in the Food Industry". **International Journal of Logistics Management** 12(2), s. 75.

gıda şirketleri sorunların kökenine inebilecek ve zararın en az seviyede kalması sağlanacaktır.

3.5. Beslenme ve Sağlık

Sağlıklı yaşam tarzı, gıda tedarik zincirinde KSS unsurunun ana konularından biri haline gelmiştir^{38, 39, 40; 41}. Obezite ve buna bağlı meydana gelen metabolik sendrom özellikle gelişmiş ülke halklarının beslenme ile ilgili önemli bir sorunu haline gelmiştir; gelişmekte olan ülkeler de aynı sağlık problemleriyle karşılaşmaya başlamıştır. Şeker hastalığı, kalp ve dolaşım bozuklukları gibi kronik rahatsızlıklara da yol açan yanlış beslenmeden fast food zincirleri ve işlenmiş şekerli ürünler üretip satan gıda şirketleri sorumlu tutulmaktadır. KSS projeleri çerçevesinde gıda firmalarının da obezite ile savaşta katkıda bulunmaları, düşük kalorili, yağ ve şeker oranı azaltılmış gıda seçenekleri sunması istenmektedir. Bu değişikliklerin gerçekleşebilmesi için, gıda tedarik zincirinin tüm halkalarının dikkate alınması zorunludur.

KSS çerçevesinde beslenme ile ilgili konuların sorumlu ve dürüst reklamcılık anlayışı içinde ele alınması, beslenme ile ilgili hataların anlatılması, alkol kullanımının zararlarına değinilmesi gerekmekte, bu bilincin tüm zincir halkalarına yayılması teşvik edilmelidir.

Sonuç

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve bu kavramla ilgili tüm faaliyetler, toplumların son yıllarda gittikçe daha çok ilgisini çeken konulardan biri haline gelmiştir. Gıda sanayii, insan sağlığıyla doğrudan ilişkisi düşünüldüğünde, KSS açısından dikkatle incelenmesi gereken bir sektördür. Gıda firmalarının kurumsal sosyal sorumluluk açısından buldukları konum çoğu kişi tarafından kabul edilmekte, bu sektörde faaliyet gösteren kuruluşlara çevre, insan emeği, tarımsal ve hayvansal girdiler ve üretim süreçlerinin sağlıklılığı açısından özel dikkat edilmesi gerektiği kuşku götürmemektedir.

Daha önce yapılan bilimsel çalışmalarda nihai üretici olan gıda şirketi üzerinde durulmakta, bu firmanın bir tedarik zincirinin halkası olduğu ve girdi/çıkıtlarıyla çok değişkenli bir sürecin parçası olarak görev yaptığı çoğu zaman gözardı edilmektedir. **Bu çalışmanın katkısı** ise, gıda sanayiinde girdi sağlayan ve gıda sanayii ürünlerinden çıktı olarak yararlanan tüm tedarik zinciri halkalarını KSS açısından incelemesi ve her bir zincir halkasında hangi KSS unsurunun ağırlıklı olarak yer aldığını irdelemesidir. Bu amaçla tedarik zinciri sorumluları, tedarik zinciri işlevleri ve KSS unsurlarını beraberce inceleyen bir model geliştirilmektedir.

³⁸ Lynne Eagle, Sandy Bulmer, Anne de Bruin ve Philip Kitchen (2004). "Exploring the link between obesity and advertising in New Zealand". **Journal of Marketing Communication** 10. s. 49.

³⁹ Nigel Dower (1996). "Global Hunger: Moral Dilemmas", in B. Mephram (der.), **Food Ethics** (Routledge, London) s. 1.

⁴⁰ Valery Danner ve Thomas Molony (2002). "Obesity eclipses smoking, alcohol in health care costs". **The Journal of Dental Hygiene** 76(II), s. 111.

⁴¹ Kaare Norum (2005). "World Health Organization's Global Strategy on diet, physical activity and health: the process behind the scenes". **Scandinavian Journal of Nutrition** 49. s. 83-88.

Bu çalışmadaki kısıtlardan biri, yalnızca bir model önerisi getirilmiş olması ve ampirik yönünün bulunmamasıdır. Bu çalışmadaki teorik çerçevenin niceliksel ve niteliksel çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda, gıda sanayiinde faaliyet gösteren üretici şirketlerin ve onların tedarik zincirlerinin birlikte ele alınması önerilebilir. Zincir halkalarında hangi KSS unsurunun ne şekilde gerçekleştirildiği ayrıntılı olarak irdelenebilir, eksik kalan halkalar için önerilerde bulunulabilir. Her bir KSS unsurunun topluma, çevreye ve zamana göre önemi farklı olacak, üzerinde durulması gereken faktörler değişiklik gösterebilecektir. Bu unsurların birbiriyle ilişkisi irdelenebilir, çalışmadaki ağırlıklı konuya göre bir öncelik sırası tespit edilebilir. Yapılacak bir diğer çalışmada da, gıda şirketlerinin KSS bağlamında standartları geliştirilebilir, bu standartların tüm tedarikçilere ve onların tedarikçilerine uygulanması zorunlu hale getirilebilir. Tedarik zincirinin tüm halkalarına KSS anlayışının yayılması için konulan zorunlu standartlar önemli ise de, asıl gerekli olan yeni bir iş anlayışının geliştirilmesidir. Zorunlu KSS standartlarının yeri tartışılmamakla beraber, seçilmiş tedarikçilerle güvene dayalı özel ve uzun vadeli işbirliği anlaşmalarının oluşturulması ve KSS'nin tüm gıda zincirine bu sayede yayılması sorunların çözümünde doğru yaklaşım olacaktır⁴².

⁴² Stefan Schaltegger (2004). "Nachhaltigkeitsaspekte der Markenführung". Bruhn M. (der.) **Handbuch Markenführung –Kompendium zum erfolgreichen Markenmanagement Strategien – Instrumente - Erfahrungen**. 2. basım. s. 2688.

KAYNAKÇA

- AKIN Nihat, Mustafa KARAKAYA ve Servet KEFİ (2005). **Biyogüvenlik ve gıda güvenliğinde temel yaklaşımlar.** <http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/051nihatakin.pdf>. S. 1-26. (Erişim tarihi : 2.5.2007).
- AKTAN Coşkun Can (1999), **Toplumsal Dönüşüm ve Türkiye**, İstanbul:Milliyet Yayınları.
- ALPAY Güven, DEVELİOĞLU Kazım ve EVCİMEN İdil (2002), “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları: Belirleyici Etken Olarak Kurumsal Değerler”, **10. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı**, 23-25 Mayıs.
- AVRUPA KONSEYİ PARLAMENTER MECLİSİ (2000). 2000/1. DÖNEM GENEL KURUL TOPLANTISI 24-28 OCAK 2000, STRAZBURG. http://www.tbmm.gov.tr/ul_kom/akpm/orta/rap_oca2000.htm. (Erişim tarihi: 12.1.2007).
- BAKOĞLU, Refika ve YILMAZ, Erdal (2001). “Tedarik Zinciri Tasarımının Rekabet Avantajı Yaratması Açısından Değerlendirilmesi: “Fast Food” Sektörü Örneği”, **VI. Ulusal Pazarlama Kongresi**, 27 Haziran – 1 Temmuz, Erzurum.
- BOLAT Bersam ve Sıtkı GÖZLÜ (2003). “ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi Uygulamasında Etken olan Faktörler”, **İTÜ Dergisi** 2 (2), s. 39-48.
- CARTER, Craig, Rahul KALE ve Curtis GRIMM (2000). “Environmental Purchasing and Firm Performance: An Empirical Investigation”, **Transportation Research**, 36 (3), s. 219–228.
- CARTER Craig ve Joseph CARTER (1998). “Interorganizational Determinants of Environmental Purchasing: Initial Evidence from the Consumer Products Industries”. **Decision Sciences** 29(3), s. 659–684.
- CARTER Craig ve Martin DRESNER (2001). “Purchasing’s Role in Environmental Management: Cross-Functional Development of Grounded Theory”. **Journal of Supply Chain Management** 37(3), s. 12–27.
- DANNER Valery ve Thomas MOLONY (2002). “Obesity eclipses smoking, alcohol in health care costs”. **The Journal of Dental Hygiene** 76(II), 111.
- DOWER Nigel (1996). “Global Hunger: Moral Dilemmas”, in B. Mephram (der.), **Food Ethics** (Routledge, London), s. 1–17.
- EAGLE Lynne, Sandy BULMER, Anne de BRUIN ve Philip (2004). “Exploring the link between obesity and advertising in New Zealand”. **Journal of Marketing Communication** 10. s. 49–67.

-
- EMMELHAINZ Margaret ve Ronald ADAMS (1999). “The Apparel Industry Response to “Sweatshop” Concerns: A Review and Analysis of Codes of Conduct”. **Journal of Supply Chain Management** 35(3), s. 51–57.
- FOX Michael (1997). **Eating with Conscience: The Bioethics for Food** (New Sage Press, Troutdale, OR)
- GARBER Amy (2005). “McD Seeks Less Cruel Way to Kill Chickens”, **Nation’s Restaurant News** 39(4), s. 1.
- IONESCU-SOMERS Aileen (2004): “The Food and Beverage Industry”, Ulrich Steger (der.), **The Business of Sustainability – Building industry cases for corporate sustainability**, New York, S.178-198.
- JONES Marc (1999), “The Institutional Determinants of Social Responsibility”, **Journal of Business Ethics** 20(2). S. 163-179.
- KREBS Candace (2003). “The Antibiotic Battle”, **Agri Marketing** 41(3), 34.
- “Kuş gribinin faturası halkın cebinden çıkmamalı” (2006). [http://www.gidasanavii.com/modules.php? name=News&file=print&sid=6789](http://www.gidasanavii.com/modules.php?name=News&file=print&sid=6789). (Erişim tarihi: 29.1.2007)
- LUMMUS Ronda ve Robert VOKURKA (1999). "Defining Supply Chain Management: A Historical Perspective and Practical Guidelines", **Industrial Management & Data Systems** 99 (1). S. 11-17.
- MACKENZIE Donald (2004). “Bitter Harvest”, **Canadian Business** 77(10), S. 43-48.
- MAIGNAN Isabelle, Bas HILLEBRAND ve Debbie MCALISTER (2002). “Managing Socially-Responsible Buying: How to Integrate Non-Economic Criteria into the Purchasing Process”, **European Management Journal** 20(6), s. 641–648.
- MALONI Michael ve Michael BROWN (2006). “Corporate Social Responsibility in the Supply Chain: An Application in the Food Industry”, **Journal of Business Ethics** 68. s. 35–52.
- MARTIN P. L.(1991). “Hearings of the Commission on Agricultural Workers”. **Labor Management Decisions** 1(1), S. 6–7.
- NEMLİ Esra (2005), “Sürdürülebilir Gelişme: Ekonomi ile Çevre Arasındaki Denge”, Sunum, İstanbul, Kalder-Çevre Uzmanlık Grubu, <http://www.kalder.org.tr>, Erişim tarihi: 4.4.2006, s. 1-30
- NORUM Kaare (2005). “World Health Organization’s Global Strategy on diet, physical activity and health: the process behind the scenes”. **Scandinavian Journal of Nutrition** 49. s. 83-88.

- RIVOLI Pietra (2003). “Labor Standards in the Global Economy: Issues for Investors”. **Journal of Business Ethics** 43(3), s. 223–232.
- ROHWETTER Marcus (2004): Und bist du nicht billig... Die Zeit. Nr. 16/2004. <http://www.zeit.de/2004/16/Schlachthof-Mafia>. (Erişim tarihi: 25.2.2007).
- ROYLE Tony (2005). “Realism or idealism? Corporate social responsibility and the employee stakeholder in the global fast-food industry”. **Business Ethics: A European Review** 14 (1), S. 42-55.
- SCHALTEGGER Stefan (2004). “Nachhaltigkeitsaspekte der Markenführung”. Bruhn M. (der.) **Handbuch Markenführung –Kompendium zum erfolgreichen Markenmanagement Strategien – Instrumente - Erfahrungen**. 2. basım. S. 2678 – 2703.
- SCHMITT Katherina (2005). **Corporate Social Responsibility in der strategischen Unternehmensführung, Eine Fallstudienanalyse deutscher und britischer Unternehmen der Ernährungsindustrie**, Öko-Institut Berlin, s. 1-166.
- SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL (2005), ‘SA8000 Standard Elements’, <http://www.cepaa.org>, (Erişim tarihi: 15.5.2007).
- SPAR Debora ve Lane LA MURE (2003). “The Power of Activism: Assessing the Impact of NGOs on Global Business”, **California Management Review** 45(3), s. 78–102.
- THORN Bret (2003). “Sustainability: Fishing for Ways to Preserve Stock”, **Nation’s Restaurant News** 37(38), S. 146.
- TENEKECİOĞLU Birol (1977), “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları”, **Eskişehir İTİA Dergisi**, 13 (2). s. 46-62.
- VAN DER VORST Jack, Stephan VAN DIJK ve Adrie BEULENS (2001). “Supply Chain Design in the Food Industry”. **International Journal of Logistics Management** 12(2), s. 73–85.