T.C.
İstanbul Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı
İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE ETİK TİCARET ANLAYIŞI VE BİR ARAŞTIRMA

Gökhan EVCİL
2501020304

Tez Danışmanı:
Yrd. Doç. Dr. Cem Cüneyt ARSLANTAŞ

İstanbul, 2010

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ



TEZ ONAYI

Enstitümüz **YÖNETİM VE ORGANİZASYON** Bilim Dalında **2501020304** numaralı **GÖKHAN EVCİL**'in hazırladığı **"TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE ETİK TİCARET ANLAYIŞI VE BİR ARAŞTIRMA"** konulu **YÜKSEK LİSANS**/ ~~DOKTORA~~ TEZİ ile ilgili **TEZ SAVUNMA SINAVI**, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 15.Maddesi uyarınca **17.03.2010 Çarşamba** günü saat **14.00'te** yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin .....kabulüne.....'ne* **OYBİRLİĞİ /OYÇOKLUĞUYLA** karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ(*)	İMZA
PROF.DR.IŞIL PEKDEMİR	KABUL	
DOÇ.DR.FATİH SEMERCİÖZ	KABUL	
DOÇ.DR.AYKUT BERBER	KABUL	
YRD.DOÇ.DR.CEM CÜNEYT ARSLANTAŞ	KABUL	
YRD.DOÇ.DR.FULYA AYDINLI	KABULÜ	

Adres: Besim Ömerpaşa Caddesi Kaptan-ı Derya Sokağı 34452 Beyazıt/İstanbul
Tel: 0212 440 00 00 / 14219-14220-14221-14232-14236-14227-14243
Fax: 0212 440 03 40 e-mail: sbe@istanbul.edu.tr

ÖZ

Etik ticaret anlayışı, tedarik zinciri yönetiminde son yıllarda sorgulanan bir konu olarak giderek artan bir öneme sahiptir. Özellikle tedarik zincirinin çok karmaşık ve uzun olduğu sektörlerde ana firmaların tedarikçilerindeki çalışma koşullarından ne derece haberdar olduğunun ve bu konuda neler yaptığının göstergesi olarak etik ticaret anlayışı ortaya çıkmıştır. Batılı perakende şirketleri bu konuda davranış kuralları oluşturarak bütün dünya üzerine yayılmış bulunan tedarik zincirlerinde etik ticaret olgusunu yerleştirmeye çalışmakta ve tedarikçilerinden çeşitli beklentiler içine girmektedir. Bu noktadan hareketle bu araştırmada Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı benimseyen İngiliz perakendecilerin İstanbul'da hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren tedarikçilerinin tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışına bakış açıları irdelenmiş ve bir durum değerlendirmesi yapılmıştır.

ABSTRACT

Ethical trade concept has an increasing importance as it has been a questioned issue in supply chain management recently. Ethical trade concept has arisen as an indication of companies' awareness about the working conditions at their suppliers and what they do about this issue, especially in industries which has complex and extended supply chains. Western retailers are trying to set ethical trade concept at their suppliers through defining code of conducts and they are expecting effort from their suppliers as well. Thus, in this research, suppliers' point of view in garment industry located in Istanbul who supply for English retailers adopting Ethical Trade Initiative Base Code has been examined and a situation assessment has been performed.

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında, günümüzde etik değerlere verilen önemden yola çıkılarak tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışı ile ilgili bir durum tespiti çalışması yapılmak istenmiştir. Bunun için özellikle ucuz iş gücü ile emek yoğun iş yapılmasına yönelik olan hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe İngiliz perakendecilerin İstanbul'daki tedarikçileri incelenmiştir.

Araştırmanın kapsamı belirlenirken, tedarik zinciri yönetimi ve etik ticaret kavramlarının kullanım alanları göz önüne alınmış ve kapsam Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı benimseyen İngiliz perakendecilerin İstanbul'daki hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren tedarikçileri olarak belirlenmiştir.

Araştırma esnasında tedarikçi firmalara anket uygulanırken etik değerler gibi firmaların hassas oldukları noktalarla ilgili sorular sorulduğundan, cevap almada güçlüklerle karşılaşılmıştır. Ancak birebir telefon görüşmelerinden bu şekilde bir araştırmanın yapılıyor olmasını genel olarak tedarikçilerin olumlu karşıladığı gözlenmiştir.

Yapılan tez çalışması, henüz çok yeni bir kavram olan etik ticaret anlayışı konusunda araştırmaya katılan tedarikçiler üzerinde bir durum değerlendirilmesi yapılabilmesi açısından önemlidir ve bu konuda ileriki dönemlerde yapılacak daha kapsamlı araştırmalara ışık tutacaktır.

Bu tez çalışmasının bütün aşamalarında yol gösterdiği için tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Cem Cüneyt ARSLANTAŞ' a ve tezin yazımı boyunca desteklerini esirgemeyen aileme teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ ... iii

ABSTRACT ... iii

ÖNSÖZ ... iv

İÇİNDEKİLER ... v

ŞEKİLLER LİSTESİ ... viii

TABLOLAR LİSTESİ ... ix

KISALTMALAR LİSTESİ ... xi

GİRİŞ ... 1

1. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ ... 3

1.1 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ KAVRAMI ... 4

1.2 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ ... 7

1.3 KÜRESELLEŞME VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ ... 12

1.4 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE KRİTİK BAŞARI FAKTÖRLERİ ... 14

1.5 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNİN AVANTAJLARI ... 15

1.5.1 Müşteri İsteklerine Karşı Esneklik ... 16

1.5.2 Daha Hızlı Ve Tam Zamanında Teslimat ... 16

1.5.3 Müşteri Sadakatinde Artış Ve Dolayısıyla Satışlarda Artış ... 17

1.5.4 Mağazalarda Biriken Sipariş Ya Da Ürün Kalmaması Durumlarının (Backorder / Sold Out Situations) Azalması ... 18

1.5.5 Toplam Maliyetlerin Azalması ... 18

1.5.6 Motive Olmuş Ve Odaklanmış Tedarikçiler ... 19

1.6 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE RİSKLİ DURUMLAR ... 20

1.6.1 Tedarik Zinciri Risk Yönetimi Kavramı ... 20

1.6.2 Tedarik Zinciri Yönetiminde Risk Unsurları.....21

1.6.3 Tedarik Zinciri Risk Yönetiminde Firma İtibarı.....23

2. ETİK TİCARET ANLAYIŞI.....25

2.1 ETİK TİCARET VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMLARI.....26

2.2 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE ETİK TİCARET ANLAYIŞININ YERİ.....30

2.3 ETİK TİCARETİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....34

2.4 ETİK TİCARET İLE İLGİLİ KURUMLAR.....38

2.4.1 Firmalar (Perakendeciler) Ve Tedarikçileri (Üreticiler) 40

2.4.2 Sivil Toplum Kuruluşları.....41

2.4.3 Sendikalar 42

2.4.4 Devletler Ve Yerel Hükümetler 42

2.4.5 Tüketiciler.....43

2.4.6 Çeşitli Kuruluşlar 43

2.5 ETİK TİCARET İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR 47

2.5.1 Standartların Geliştirilmesi.....47

2.5.2 Denetimler 48

2.5.3 Raporlama.....50

2.5.4 Düzeltici Ve Önleyici Faaliyetlerin Yapılması.....51

2.5.5 Üreticilere Yaptırımlar 53

2.5.6 Bilgi Paylaşımı.....54

2.6 ETİK TİCARET İNİSİYATİFİ TEMEL KURALLARI.....55

2.7 TÜRKİYE'DE ETİK TİCARET ANLAYIŞI.....59

3. ETİK TİCARET İNİSİYATİFİ TEMEL KURALLARI'NI BENİMSEYEN İNGİLİZ PERAKENDECİLERİN İSTANBUL'DAKİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN TEDARİKÇİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....64

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....64

3.2 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI.....67

3.3 ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....72

3.4 ARAŞTIRMA BULGULARI.....74

3.4.1 Tedarikçilerin Etik Ticaret İnisiyatifi Farkındalıkları.....75

3.4.2 Sosyal Uygunluk Çalışmalarının Maliyeti.....77

3.4.3 Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kurallarının Firmalarda Uygulanması.....79

3.4.4 Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Unsurlarının Tedarikçiler Açısından Önemi.....83

3.4.5 Tedarikçilerin Sosyal Sorumluluk ve Etik Ticaret İnisiyatifi Hakkında Görüşleri.....85

3.4.6 Perakendecilerin Firmalara Yaklaşımı.....88

SONUÇ VE ÖNERİLER.....91

KAYNAKÇA.....99

EK-I: ULUSLAR ARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ TEMEL SÖZLEŞMELERİ.....105

EK-II: ETİK TİCARETTEKİ GELİŞMELERİN KRONOLOJİK SIRASI.....109

EK-III: ETİK TİCARET İNİSİYATİFİ ÜYE LİSTESİ.....111

EK-IV: ANKET SORULARI.....114

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Genişletilmiş Tedarik Zinciri.....11

Şekil 2.1: Kurumsal sosyal sorumlulukta denge 31

Şekil 2.2: Tipik İngiltere hazır giyim perakendecileri tedarik zinciri.....32

Şekil 2.3: İş Kanunları Hiyerarşisi.....35

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Etik ticaret anlayışında paydaşlar 39

Tablo 3.1: 2008 yılı sektörel bazda ihracat rakamları 66

Tablo 3.2: Hazır giyim ve Konfeksiyon sektöründe illere göre 2008 ihracat rakamları (ilk 10 şehir) 67

Tablo 3.3:Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 20 ülke (Genel-2008).....69

Tablo 3.4:Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 10 ülke (Hazır giyim ve Konfeksiyon-2008) 70

Tablo 3.5: İngiltere'nin Türkiye'den ithalatında ilk 20 ürün 71

Tablo 3.6: Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın (ETI Base Code) firma tarafından daha önceden bilinirliği 75

Tablo 3.7: Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın (ETI Base Code) firma tarafından daha önceden bilinirlik süresi 76

Tablo 3.8: Sosyal denetimlerin kim tarafından gerçekleştirildiği 76

Tablo 3.9: Sosyal uygunluk çalışmalarının, bu çalışmalarının başlangıcından beri firmaya maliyeti.....78

Tablo 3.10: Sosyal uygunluk çalışmalarının firmaya her yıl maliyeti.....78

Tablo 3.11: Uygulamada sorun yaşanan Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurları 79

Tablo 3.12: Sosyal denetimler sırasında en çok uygunsuzluk bulunan Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurları.....81

Tablo 3.13: Firmaların şu anda eksik olduklarını düşündükleri Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurları 82

Tablo 3.14: Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurlarının önem dereceleri 84

Tablo 3.15: Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) ve sosyal sorumluk konularında verilen ifadelere tedarikçilerin katılma dereceleri.....86

Tablo 3.16: "Fabrikaların sosyal uygunluk düzeyinin, müşterilerin sipariş kararında etkisi" ifadesine tedarikçilerin katılım derecesi 89

Tablo 3.17: Sosyal gereksinimlerin bir ya da birkaçını sağlayamama gerekçesiyle müşteri tarafından sipariş kesilmesiyle karşılaşma durumu.....89

Tablo 3.18: Sosyal uygunluk konusundaki eksikliklerin giderilmesi aşamasında, müşterilerden destek alabilme durumu 90

KISALTMALAR LİSTESİ

AB:	Avrupa Birliği
A.e.:	Aynı eser
A.g.e:	Adı geçen eser
A.y.:	Aynı yayın
Bkz:	Bakınız
BM:	Birleşmiş Milletler
BSCI:	Business Social Compliance Initiative
CCC:	Clean Clothes Campaign
Ed.:	Editör
EICC:	The Electronics Indusrty Code of Conduct
ERP:	Kurumsal kaynak planlama (Enterprise Resource Planning)
ETI:	Etik Ticaret İnisiyatifi (Ethical Trade Initiative)
FLA:	Fair Labour Association
FTA:	Dış Ticaret Birliği (Foreign Trade Association)
FWF:	Fair Wear Foundation
ICTI:	The International Council of Toy Industries
ILO:	Uluslar arası Çalışma Örgütü (International Labour Organization)
İTKİB:	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği
JO-IN:	Kurumsal Sorumluluk ve İşçi Haklarında Ortak Girişim (The Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers Rights)
KOBİ:	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler
NAFTA:	Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi
SAI:	Social Accountability International
SEDEX:	Tedarikçi Etik Bilgi Değişimi (Supplier Ethical Data Exchange)
TİM:	Türkiye İhracatçılar Meclisi
WRAP:	Worldwide Responsible Apparel Production
WRC:	Worker Rights Consortium
WTO:	Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization)

GİRİŞ

Hızla artan iletişim olanaklarının bir etkisi sonucu gelişen küreselleşme, tedarik zinciri yönetimi kavramının önemini ve kapsamını her geçen gün arttırmaktadır. Zira, günümüzde küreselleşme neticesinde ulusal sınırlar ortadan kalkmakta ve işletmeler bütün dünya üzerinde iş yapmaya başlamaktadır. Bu durumda küresel tedarik zincirleri ortaya çıkmakta ve bunların başarılı bir şekilde kontrol altına alınması da tedarik zinciri yönetimi adı altında karşımıza çıkmaktadır. Özellikle yoğun rekabet ve fiyat baskısı yaşayan sektörlerde firmalar tedarik zinciri yönetimi sayesinde maliyetlerini azaltırken değişken pazar gereksinimlerine karşı esnek ve hızlı cevap verebilme şansına kavuşmaktadır.

Üretimde ucuz iş gücünün kullanıldığı sektörlerde (örneğin hazır giyim), rekabet gücünü arttırmak için daha ucuza tedarik etme felsefesini benimseyen şirketler az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerden ürün tedariki yoluna gitmektedir. Ancak özellikle sivil toplum kuruluşlarının yaptıkları araştırmalar sonucu medyaya yansıyan olumsuz haberler, önde gelen markalar için bu ülkelerde üretim yapan fabrikalardaki çalışma koşullarının sorgulanmasına yol açmıştır. Tedarik zincirindeki çalışma koşulları konusunda sorumlu ve etik davranmadıkları gerekçesiyle eleştirilen firmalar itibar ve müşteri kaybı riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Bu nedenle, bütün dünya üzerine yayılmış tedarik zincirlerinde, çok sayıda tedarikçi ile çalışan firmalar; medya ve toplumsal baskılar neticesinde tedarikçilerindeki çalışma koşullarının hem uluslar arası ve yerel kanunlara hem de ahlaki değerlere uygun olması konusunda çalışma yapmak durumunda kalmıştır.

Firmalar tedarik zincirlerinde etik ticaret anlayışının yerleşmesi için davranış kuralları belirlemekte ve ortak girişimlerde bulunmaktadırlar. Bu girişimlerin biri de, İngiltere tabanlı Etik Ticaret İnisiyatifi'dir. Perakendecilerin, markaların, sivil toplum kuruluşlarının, sendikaların oluşturduğu ve İngiliz hükümetinin desteklediği bu oluşum; üyelerinin katılımı ve ortak çalışması ile tedarikçilerdeki çalışma koşullarındaki temel şartları belirleyen "Temel Kurallar" hazırlamış ve yayınlamıştır.

Bu girişime üye olan şirketler, hazırladıkları bu kuralların tedarik zincirleri boyunca tüm tedarikçilerinde uygulanacağını taahhüt etmekte ve bunun için denetimler başta olmak üzere çeşitli faaliyetler yürütmektedirler.

Bu tez çalışmasının araştırma bölümünde tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışı ile ilgili bir durum tespiti çalışması yapılmak istenmiştir. Bunun için Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı benimseyen İngiliz perakendecilerin İstanbul'da hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren tedarikçilerinin tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışına bakış açıları irdelenmiştir. Belirlenen tedarikçilerin görüşleri hazırlanan anket ile toplanmış, sonuçlar ortalama değerler ve histogram grafikleri kullanılarak analiz edilmiştir.

Bu tez çalışması 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tedarik zinciri yönetimi ve küreselleşme kavramları açıklanmış, bu kavramın gelişim süreci verilmiş, kritik başarı faktörleri, avantajları ve riskleri sıralanmıştır. İkinci bölümde etik ticaret kavramı açıklanmış, tedarik zinciri yönetimiyle ilişkisi belirtilmiş, tarihsel gelişimi hakkında bilgi verilmiş, etik ticaret süreciyle ilgili kurumlar ve rolleri tanıtılmış, etik ticaret ile ilgili yapılan çalışmalar belirtilmiş, Etik Ticaret İnisiyatifi'nin ne olduğu açıklanmış ve Türkiye'de etik ticaret anlayışı hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırmanın amacı, kapsamı, metodu detaylı olarak açıklanmış ve araştırma bulguları verilmiştir.

1. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Tedarik zinciri yönetimi, küreselleşme ile paralel olarak son yıllarda sıkça duyduğumuz ve karşılaştığımız bir kavramdır. Hammadde, mamul veya hizmetin temin edilmesinden nihai müşteriye ulaştırılmasına kadar sürece dahil olan her bir birim tedarik zincirinin bir parçasıdır ve bu her bir birimin etkili ve verimli bir şekilde yönetilmesi düşüncesiyle tedarik zinciri yönetimi kavramı doğmuştur.

Tedarik zinciri yönetiminde, esas olan zincir halkalarının birbiriyle olan ilişkilerinin yönetilmesidir. Nispeten yeni bir kavram olduğu için, bu konuda farklı tanımlar ve yorumlar yapılmaktadır. Ancak, genel olarak zincir halkalarının entegrasyonu ve koordinasyonu çerçevesinde yapılan faaliyetler bu kapsamda değerlendirilebilir.

Günümüzde, maliyet avantajından faydalanarak rekabet üstünlüğü sağlamak amacında olan şirketler tedarik zincirlerini küresel boyutlara taşımaktadır. Bu durum tedarik zinciri yönetimin önemi arttırmakla birlikte tedarik zinciri yönetiminde risk kavramının önemini arttırmaktadır.

Bu bölümde; tedarik zinciri yönetimi kavramı açıklanacak, tarihsel gelişimi hakkında bilgi verilecek, tedarik zinciri yönetiminin başarıya ulaşması için kritik faktörlerin neler olduğu belirtilecek, tedarik zinciri yönetiminin avantajları açıklanacak ve bunun yanında tedarik zinciri yönetimindeki risk unsurları incelenecektir.

1.1 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ KAVRAMI

Tedarik zinciri yönetimi, 21. yüzyılın en gözde konularından biri olarak hemen hemen her gün karşımıza çıkmaktadır. Bilimsel bir terim olmasının yanı sıra, farkında olmasak da hepimiz bu zincirin bir parçasını teşkil etmekteyiz. Belki günlük hayatımızda nihai tüketici olarak belki de iş hayatımızda bu zincirin bir halkası olarak yaşamımızı sürdürmekteyiz.

Tedarik zinciri yönetiminin birçok tanımı ve yorumu bulunmaktadır ve bunların hepsi tedarik zincirinin bir ucundan diğerine kadar süreçlerinin entegrasyonuna işaret etmektedir. Bir tanıma göre, tedarik zinciri yönetimi; "müşteriye veya diğer paydaşlara değer katan ürün, hizmet, bilgi sağlayan ilk tedarikçiden son kullanıcıya kadar anahtar işletme süreçlerinin entegrasyonudur."[1]

Lojistik Yönetimi Konseyi , tedarik zinciri yönetimini; geleneksel işletme fonksiyonları ile bu fonksiyonlar doğrultusunda başvurulan yöntemlerin, Tedarik zincirindeki her bir organizasyonun ve dolayısıyla tedarik zincirinin uzun-dönem performansı arttırmak için sistematik bir şekilde koordinasyonu şeklinde tanımlamaktadır.[2] Tedarik Zinciri Yönetimi Uzmanları Konseyi'ne göre "tedarik zinciri yönetiminde tedarikçiler, aracılar, üçüncü-taraf servis sağlayıcıları ve müşterilerden oluşan tedarik kanalı ortakları arasındaki uyum ve işbirliği çok önemlidir."[3]

Tedarik zinciri yönetiminin benzer bir diğer tanımında; tedarik zinciri yönetimi, tedarikçilerin, üreticilerin, depoların ve mağazaların etkili bir biçimde entegrasyonu ile ürünlerin doğru zamanda, doğru yerde, doğru miktarda üretilmesi ve dağıtılması

---

[1] Ambika Zutshi, Andrew Creed, Amrik Sohal, "Child Labour and Supply Chain: Profitability or (mis)Management, **European Business Review**, Vol. 21, No. 1, 2009, s:42
[2] Yahia Zare Mehrjerdi, "Excellent Supply Chain Management", **Assembly Automation**, Vol 29, No 1, 2009, s:52
[3] James R. Stock, Stefanie L. Boyer, "Developing a Consensus Definition of Supply Chain Management: A Qualitative Study", **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management** Vol. 39 No. 8, 2009, s: 693

ve böylece sistem maliyetleri minimize edilirken hizmet seviyesindeki gereksinimlerin karşılanması olarak açıklanır. Tedarik zinciri yönetimi, firmalar tarafından değişken pazar gereksinimlerine karşı esnek ve hızlı cevap verebilmek amacıyla kullanılmaktadır. [4]

Örneğin, başarılı Amerikan perakende şirketi Wal-Mart 2003 senesinde ortalama her gün yeni bir mağaza açmayı planlamaktayken; onun rakibi K-Mart iflastan kurtulmaya çalışıyor ve yüzlerce mağazasını kapatıyordu. Dell Computer, 2002'nin dördünce çeyreğinde bilgisayar endüstrisi pazarının büyümesinde %25,2 katkıda bulunurken, diğer rakipleri sadece %0.5 katkı sağlamışlardı. Burada sorulması gereken soru, bu firmaların zorlu ekonomik koşulların üstesinden gelerek nasıl rakiplerine üstünlük sağlamaya başardıklarıdır? Cevap ise, etkili bir tedarik zinciri yönetimidir.[5]

Birçok durumda, tedarik zinciri yönetimi bir yüksek kar elde etme aracı olmakla birlikte, özellikle yüksek rekabet olan ve maliyet savaşlarının yaşandığı pazarlar için, tedarik zinciri yönetimi, pazarda ayakta kalma ve varlığını sürdürme yolu olarak görülmektedir. Çünkü, yüksek rekabet yaşanan pazarlarda satış fiyatlarını yükseltmek mümkün olmamakta ve firmalar kar etmek için bir takım maliyetlerini dış kaynak kullanma yoluyla azaltma yoluna gitmektedir.[6]

Bir tedarik zincirinin ana bileşenleri şunlardır:[7]

- Ulaştırma ve Lojistik
- Pazarlama
- Sürekli İyileştirme
- Örgütsel Davranış

---

[4] Yahia Zare Mehrjerdi, a.g.e, s:53

[5] Yahia Zare Mehrjerdi, a.y.

[6] Kathleen Goolsby, "Trends in Factors Surrounding Achieving Cost Reduction by Outsourcing", **Outsourcing Journal**, May 2009, (çevrimçi), http://www.outsourcing-journal.com/may2009-awards.html, 7 Ağustos 2009

[7] Carol J. Robinson, Manoj K. Malhotra, "Defining the Concept of Supply Chain Quality Management and Its Relevance to Academic and Industrial Practice", **Int. J. Production Economics** 96 (2005), s:319

- Tedarikçi Entegrasyonu
- Ortaklık
- Stratejik Yönetim

Bütün bu saydığımız bileşenler tedarik zinciri yönetimini meydana getirmektedir.

Görüldüğü gibi, tedarik zinciri yönetimi tanımları, başlangıç noktasından tüketim noktasına doğru tedarik kanalı boyunca bağımlılık gerçeğinden ortaya çıkarılmıştır. Genellikle tedarik zincirinde, tüketim noktası tüketiciyi veya müşteriyi ifade ederken, başlangıç noktası da tedarikçiyi ya da üreticiyi işaret etmektedir. [8]

Yukarıda bahsettiğimiz tanımlarda, tedarik zincirinin, tedarikçiden tüketiciye doğru tek yönlü bir kanal olduğunu gördük. Yakın zamanlarda, işletme fonksiyonlarını içine alan daha geniş bir tedarik zinciri yönetimi yaklaşımı ortaya atılmaktadır ve tedarik zincirinin iki yönlü ilişkiler silsilesi olduğu ortaya atılmıştır. Tedarik zinciri boyunca müşteriye doğru mal veya hizmet akışı olurken, tedarikçiye doğru da nakit akışı olmakta, bilgi akışı ise çift yönlü olarak gerçekleşmektedir.[9]

Bir başka tanımda; tedarik zinciri yönetiminin başlangıç noktasıyla tüketim noktası arasındaki tüm aktivitelerin, aktörlerin ve kaynakların operasyonel, taktiksel ve stratejik seviyede çift yönlü bağımlılıklarına işaret eden bir işletme felsefesi olduğu iddia edilmektedir.[10] Bu tanım yukarıda verilenleri bir ileri seviyeye taşımaktadır ve tedarik zincirini çift yönlü olarak düşünmektedir. Ayrıca daha sonraki bölümlerde değineceğimiz etik ticaret kavramı da bu tanım içerisinde kendine daha kolay yer bulabilmektedir.

---

[8] Göran Svensson, Hans Baath, "Supply Chain Management Ethics", **Supply Chain Management: An International Journal**, Vol 13, No 6, 2008, s: 399

[9] Robert E. Spekman, John W. Kamauff Jr, Niklas Myhr, "An Empirical Investigation Into Supply Chain Management", **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, Vol. 28 No. 8, 1998, s:632

[10] Göran Svensson, Hans Baath, a.y.

Tedarik zinciri yönetiminin karmaşık bilimsel tanımları, aslında konunun hala çok taze bir şekilde tartışıldığını ve tanımdan tanıma gelişme kaydettiğini göstermektedir. Peki, halen gelişme gösterdiğini söylediğimiz bu konu nasıl bir süreçte ortaya çıkmış ve gelişmiştir.

1.2 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Tedarik zinciri yönetimi aslında işletme tarihinin son 30 yılı içerisinde yer almaktadır. Ancak son 10 yılda önemi giderek artmaktadır.[11] Tedarik zinciri yönetimi kavramının tarihine bir göz attığımızda şu bilgilere ulaşmaktayız:

1980-1990:

Çok uzun değil, 1980'lerle birlikte küreselleşme süreci ve yeni bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler sonucu şirketler kendilerini öyle bir durumda buldular ki, şirketler arası ilişkilerin değişmekte ve şirketlerin iş dünyasında ayakta kalması için tedarik zincirinin tamamının (sadece direkt tedarikçiler ya da müşterilerle sınırlı olmadan) doğru şekilde yönetilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır ve böylece tedarik zinciri yönetimi kavramı doğmuş. Bu kavram; işletmelerin içinde ve dışındaki engelleri kırarak bütün bir tedarik zincirinin idare edilmesi arayışına yol açmış ve işletme yönetimine yeni bir bakış açısı getirmiştir.[12] Bundan sonra giderek yaygınlaşmaya başlayan tedarik zinciri yönetimi bilimsel araştırmaların da konusu olmaya başlamıştır.

04 Temmuz 1982'de Booz Allen Hamilton danışmanlık firması tarafından Financial Times gazetesinde tedarik zinciri yönetimi kavramının önemini vurgulayan bir yazı yayınlandı. Bilimsel makalelerde ise ilk olarak 1985'de "International Journal of Physical Distribution and Materials Managament" da yayınlanan makalede bu

---

[11] John T. Mentzer, William DeWitt, James S. Keebler, Soonhong Min, Nancy W. Nix, Carlo D. Smith, Zach G. Zacharia, "Defining Supply Chain Management", **Journal Of Business Logistics**, Vol.22, No. 2, 2001, s:2

[12] Rafaela Alfalla-Luque, Carmen Medina-Lopez, "Supply Chain Management: Unheard of in the 1970s, core to today's company", **Business History**, Vol.51, No.2, March 2009, s:203

kavram karşımıza çıkmaktadır. "Tedarik zinciri yönetimi" kavramından "Management Decisions" dergisinde ilk olarak 1988'de; "International Journal of Operations and Production Management" ve "International Journal of Retail and Distribution Management" dergilerinde ilk olarak 1989'da bahsedilmiştir.[13]

Tedarik zincirinin ilk adımları, bizi tekstil endüstrisindeki "hızlı tepki programı" ve daha sonraları gıda endüstrisindeki "etkili tüketici tepkisi" programına kadar götürür. Yakın zamanda ise değişik endüstri kollarından birçok firma bütün tedarik zinciri sürecini gözden geçirmeye başlamıştır.[14]

1985 yılında "Kurt Salmon Associates" şirketi, bir tedarik zinciri analizi yapmak için görevlendirilmiştir. Bu çalışma göstermiştir ki, hazır giyim tedarik zincirinde hammaddeden son tüketiciye teslimat süresi 66 haftadır ve bu süresinin 40 haftası depolarda ve ulaşımda geçmektedir. Uzun tedarik zinciri, stokları finanse etmekten ve doğru zamanda doğru yerde doğru ürünü bulundurmamaktan dolayı endüstriye pahalıya mal olmaktadır. Araştırmanın sonucunda "hızlı tepki stratejisi" geliştirilmiştir. "Hızlı tepki", perakendecilerin ve tedarikçilerin birlikte çalışarak ve bilgi paylaşarak tüketici ihtiyaçlarına çabukça tepki vermeleri için işbirliği yapmasıdır.[15]

[13] Rafaela Alfalla-Luque, Carmen Medina-Lopez, a.e., s:204
[14] Rhonda R. Lummus, Robert J. Vokurka, "Defining Supply Chain Management: A Historical Perspective and Practical Guidelines", **Industrial Management & Data Systems** 99/1 (1999), s:13
[15] Rhonda R. Lummus, Robert J. Vokurka, a.y.

1990-2000:

Tedarik zinciri yönetimi kavramı 1980'lerin başında doğmuş olmasına rağmen, 1990'lerın ortalarına kadar bu alanda bilimsel araştırma yok denecek kadar azdır. Ancak bundan sonra, tedarik zinciri yönetimi hakkındaki yayınlar giderek artmıştır.[16]

1990'larda, tedarik zinciri yönetimi kavramı bilimsel yönetim dergilerindeki özetlerin büyük çoğunluğunda (hemen hemen %80 oranında) karşımıza çıkmaktadır.

Akademik alanda tedarik zinciri yönetimine artan ilgiyi, endüstri alanında da görmekteyiz. 1992 yılında, bir grup gıda endüstrisi lideri, "etkili tüketici tepkisi" adlı bir çalışma grubu oluşturmuştur. Bu grup, gıda tedarik zincirini incelemek ve tedarik zincirini daha rekabetçi yapmak için fırsatları belirlemek için görevlendirilmiştir.[17]

2000 ve sonrası:

Yeni bir yüzyıl, beraberinde tedarik zinciri devrimini getirdi ve tedarik zinciri yönetimi stratejik bir seviye kazandı. Tedarik zinciri yönetimi ne odaklanan yeni bir işletme kültürü oluştu. Bu dönem büyük organizasyonların üst düzey yönetici pozisyonlarına "tedarik zinciri" başlıklı unvanlar verme trendinin revaçta olduğu dönemdir. Wal-Mart gibi firmalar, tedarik zinciri yönetimini hayata geçirerek, bu yeni bilgi ve malzeme akışı yönetimi ile rakiplerine karşı yüksek avantaj sağladı. Geçmiş yıllarda müfredatlarında tedarik zinciri yönetimi olmayan üniversiteler; işletme yönetimi, mühendislik ve yüksek lisans programlarına tedarik zinciri yönetimi dersleri koyarak ortaya çıkan bilgi ihtiyacına cevap vermeye çalıştı. Makale başlıklarında ise kullanımı yavaş olsa da, son 10 yılda bilimsel dergilerin %30'un da ilk olarak tedarik zinciri yönetimi kavramının kullanıldığını görmekteyiz.[18]

Tedarik zinciri yönetimine olan yatırımcı ilgisi, Global 2000 şirketlerinin artan etkisinin bir sonucudur. Yatırımcılar, eski sistemlerin işletme sınırlarını aşıp birbirine bağlanmasıyla ne kadar yüksek karlar elde edilebileceğini gördüler. AMR

[16] Rafaela Alfalla-Luque, Carmen Medina-Lopez, a.g.e., s:215
[17] Rhonda R. Lummus, Robert J. Vokurka, ag.e., s:13
[18] Rafaela Alfalla-Luque, Carmen Medina-Lopez, a.e, s:205

araştırmasına göre, tedarik zinciri yatırımları 2000'de 5.39 milyar dolara, 2004'de 20 milyar dolara ulaşmaktadır.[19]

Geçtiğimiz yıllarda, tedarik zinciri yönetimi o kadar popüler hale geldi ki, artık tedarik zinciri yönetimi yeni bir araştırma alanı olmaktan başlı başına bir konu haline gelmeye doğru değişmektedir. Bu durum, uygulayıcı sayısındaki, akademik yayın ve konferans sayısındaki artışla da ispat edilmektedir. Burgess ve arkadaşlarının (2006) işaret ettiği üzere, tedarik zinciri yönetimi araştırmacıların giderek artan ilgisiyle göreceli olarak genç bir alandır. Fakat, işletmelerin içinde bulunacakları yeni çevrelere ve karşılaşabileceği yeni problemlere cevap verebilmek için daha gidilmesi gereken çok yol vardır.[20] Bu çerçevede, Tedarik Zinciri Yönetimi, halen araştırılmaya açık bir konu olarak işletmeler tarafından uygulanmaktadır.

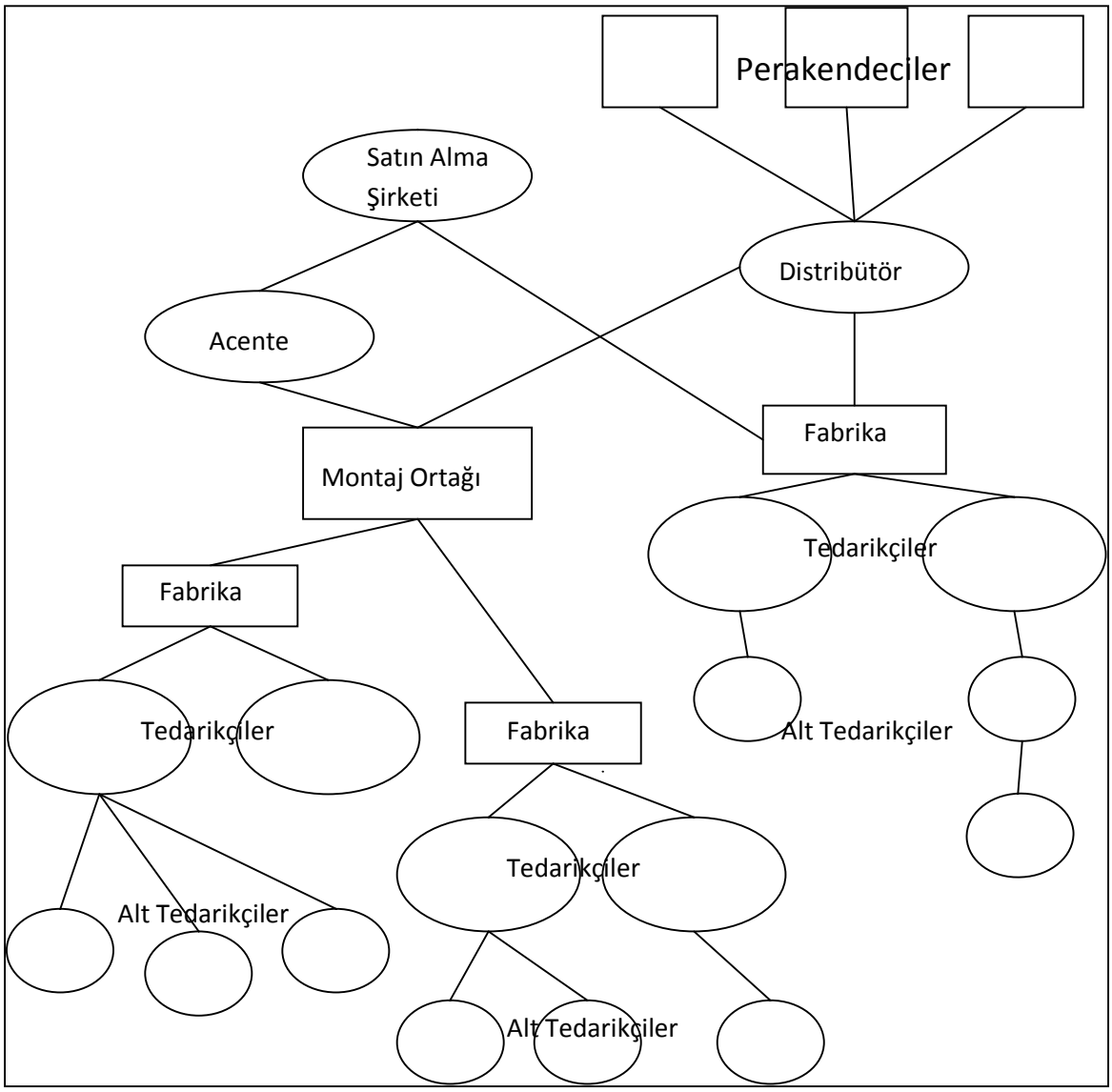
Günümüzde, tedarik zinciri yönetimi denildiğinde sadece global satın alma olarak hammadde satın alma düşünülmemektedir. Aksine büyük firmalar üretim tesislerinin büyük bir kısmını ya da tamamını kapatarak, gelişmekte olan ülkelerden dış kaynak kullanımı, yani mamul tedariki gerçekleştirmektedir ve böylece sorumluluğu ve riski tedarikçilerin üzerine kaydırmaktadırlar.[21]

---

[19] John F. Ince, "Supply Chain Management: Back To Basics", **Upside**, Jun 2001; 13; 6; Abi/Inform Global s:92

[20] Rafaela Alfalla-Luque, Carmen Medina-Lopez, a.g.e, s:205

[21] Dale Neef, "**The Supply Chain Imperative: How to Ensure Ethical Behaviour in Your Global Suppliers**", New York, Amacom, 2004, s:34



Şekil 1.1: Genişletilmiş Tedarik Zinciri

(Kaynak: Dale Neef, "**The Supply Chain Imperative: How to Ensure Ethical Behaviour in Your Global Suppliers**", New York, Amacom, 2004, s:46)

Şekil-1.1'de görüldüğü gibi, küreselleşmenin etkisiyle tedarik zinciri gün geçtikçe daha karmaşık hale gelmekte, bu da birçok avantajın yanında risk unsurlarını da beraberinde getirmektedir.

1.3 KÜRESELLEŞME VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Yukarıda tedarik zinciri yönetimi kavramının işletme yaşamında ve dolayısıyla bilimsel arenadaki kısa geçmişine bir göz attık. Aslında tedarik zinciri yönetimi kavramının ortaya çıkışı son yılların popüler kavramı olan küreselleşmenin doğal bir sonucudur.

Küreselleşme, dünya ölçeğinde ekonomik, siyasal ve kültürel bütünleşme, fikirlerin, görüşlerin, tecrübelerin, teknolojilerin küresel düzeyde kullanılması, sermaye dolaşımının evrenselleşmesi, ulus-devlet sınırlarını aşan yeni ilişki ve etkileşim biçimlerinin ortaya çıkması, mekanların yakınlaşması, dünyanın küçülmesi, sınırsız rekabet, serbest dolaşım, pazarın dünya ölçeğinde büyümesi ve ulusal sınırların dışına çıkması, kısaca dünyanın tek pazar haline gelmesidir[22].

Ticaret yönüyle baktığımızda; küreselleşme, ulusal sınırların ortadan kalkması ve işletmelerin bütün dünyada iş yapmaya başlamasıdır. Örneğin, bilgisayar tasarımlarının Amerika'da , ana işlemcilerin Amerika ve Japonya'da, disklerin Singapur'da, montajının ise dünyanın herhangi bir ülkesinde yapılması ve üretilen mamulün dünyanın bütün ülkelerine satılması gibi.[23]

Hızla artan iletişim olanakları sayesinde artan küreselleşme; kültürel ve sosyolojik açılardan olduğu kadar ticaret açısından da önemli sonuçlar doğurmuştur. Küreselleşme ve tedarik zinciri yönetimi kavramlarını birleştirdiğimizde global tedarik yönetimi kavramı ortaya çıkmaktadır. Zaten günümüzde tedarik zinciri denildiğinde genellikle ülkeler arası bir süreç akla gelmektedir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası, özellikle Batı Avrupa ve Japonya'nın çöken ekonomilerinin tekrar canlandırılması için, bağımsız ülkeler arasında ticareti

---

[22] Refik Balay, "Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim", Ankara Üniversitesi, **Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Yıl:2004, Cilt:37, Sayı:2, s:62-63

[23] Dr. Y. Müh., H. Melih İtler, "**Global Dışsal Tedarik**", İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:2002-31, İstanbul, 2002, s:78

cesaretlendiren bir takım anlaşmalar imzalanmıştır. Bu dönemde Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Avrupa Ekonomik Topluluğu, Japonya ve diğer bazı büyük ticaret yapan ülkeler, imal edilen ürünler üzerindeki gümrük tariflerinin azaltılmasını kabul etmişlerdir.[24]

Avrupa Birliği, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri Birliğinin dağılması, Batı ve Doğu Almanya'nın birleşmesi ile Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi'nin (NAFTA) kurulması ve Güney Afrika'daki ırk ayrımının sona ermesi, 1980 ve 1990'larda global dünya ekonomisinin gelişmesi için çok uygun bir zemin oluşturdu. 1992 yılında 15 ülkeden meydana gelen Avrupa Birliği ulusal sınırlar olmadan, mal ve hizmetlerin dolaşımı için tek bir para birimi Euro kullanılmaya başlanmıştır.[25]

Şu anda Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) 130'dan fazla üye ülkesi bulunmaktadır. Bu aynı zamanda dünya ticaret hacminin %90'ına tekabül etmektedir. Kronolojik bir sırada tüm bu söylenenler, dünya ticaretinin nasıl giderek küreselleştiğini göstermektedir.[26] Tüm bu gelişmeler, bir gerçeği çok açık biçimde ortaya koymaktadır. Dünya'da küreselleşme etkisini gittikçe arttırarak hissettirmektedir. Bu kapsamda küresel satın alma vazgeçilmez bir enstrüman olarak karşımıza çıkmaktadır.

Modern şirketlerde küreselleşmenin boyutu görmek için herhangi bir "Fortune 200" firmalarından birine bakmak yeterlidir. Batılı tekstil firmalarına güzel bir örnek olan Nike'ın kendisine ait bir üretim tesisi bulunmamaktadır ve üretimini 900'den fazla taşeron firmada yaptırmakta ve bütün tedarik zincirinde toplam 600.000 işçi çalıştırmaktadır. Şirketin sadece Çin'de toplam 110.000 işçi çalıştıran 50'den fazla tedarikçi/taşeron fabrikası bulunmaktadır.[27]

---

[24] Dr. Y. Müh., H. Melih İtler, a.e., s:87
[25] Dr. Y. Müh., H. Melih İtler, a.e., s:87
[26] Dr. Y. Müh., H. Melih İtler, a.e., s:87
[27] Dale Neef, a.g.e., s:12

1.4 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE KRİTİK BAŞARI FAKTÖRLERİ

Avrupa'da şirketlerin tedarik zinciri yönetimi uygulamalarından elde ettikleri tecrübeler doğrultusunda aşağıda yer alan faktörler başarılı bir tedarik zinciri yönetimi anlayışını meydana getirir:[28]

- Stratejik tedarik zinciri yönetimi: Açıklığa kavuşturulması gereken ilk nokta, tedarik zinciri yönetiminin bütün bir işletme stratejisine nasıl dahil edileceğidir. Bu aşama, hangi kaynakların bu iş için ayrılacağını ve kimlerin bu işten sorumlu olacağının netleştirilmesini de içine alır. Firma içinde tedarik zinciri yönetimi fikrinin uygulanması; satın alma, üretim, planlama ve satış gibi birçok alandaki faaliyetleri etkileyen bir süreçtir.

- Taraflar arası sık ve çift taraflı bilgi akışı: Bu bilgi akışı, stok durumunu, tahminleri, üretim planlarını, satış verilerini ve pazarlama stratejilerini içerir. Buradaki amaç, bütün bir tedarik zincirindeki belirsizliği ve tepki süresini azaltmaktır. Burada vurgulanması gereken nokta, şeffaflığın sağlanması ve zincirin bütün elemanlarının bilgiye kolay ulaşabilmesidir.

- Avantajların ve risklerin adil şekilde paylaşımı: Burada zincir elemanları, bu kooperatif çabaya girişmekten dolayı elde edecekleri kazanca karşılık yatırılan kaynaklar ve kaybetme riski arasında bir denge oluşturması sağlanmalıdır.

- Taraflar arasında entegre bilgi sisteminin kurulması: Bugün, birçok şirket SAP, PeopleSoft, Oracle, BAAN, Movex ve Navision gibi kurumsal kaynak planlama (ERP) sistemlerini kullanmaktadır. Bu sistemler firma içindeki faaliyetlerin ve proseslerin entegrasyonunu sağlar ve bu bilgilerin internet ve intranet aracılığıyla diğer zincirin diğer elemanlarına aktarımına olanak verir.

---

[28] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, "**Supply Chain Management - in Theory and Practice**", Copenhagen Business School Press, Denmark, 1. Edition 2005, s: 40-42

- Taraflar arası açıklık ve güven oluşturulması: Güven ancak zamanla oluşabilir. O halde, taraflar uzun bir zaman diliminde birlikte çalışma olasılığını sağlamalıdırlar. Güvenin gösterilmesi için taraflar birbirlerini vizyon ve stratejileri hakkında bilgilendirmeli, ürün geliştirme ve benzeri konularda bilgi paylaşımına açık olmalıdırlar.

- Taraflar arası güvenilir taahhütler: Taraflar arası uzun süreli sözleşmeler yapılması ya da personelin karşılıklı olarak değiştirilmesi gibi uzun vadeli iş ilişkisinin kurulacağına dair hareketler bu kapsamda değerlendirilebilir.

- Örgütsel adaptasyon: Burada amaç, bütün tedarik zincirindeki çalışanlar arasında süreç odaklı bir davranış yaratabilmektir. Bu durum; taraflar arası ortak proje ve takımların oluşturulması ve böylece firmaların birbirinin süreçleri konusunda bilgi sahibi olması yoluyla sağlanabilir.

- Müşteri istek ve ihtiyaçlarını başlangıç noktası olarak kullanmak: Tedarik zincirinde bir işletmenin performans hedefleri müşteri memnuniyeti ve sadakatine odaklanmalıdır. Esneklik, etkinlik ve teslimat süreleri hep müşteri açısından değerlendirilir ve ölçülür. Elbette ki, tedarik zinciri içindeki ara hedefler koymak, nihai amaca ulaşma ihtimalini gerçekleştirmek için önemlidir.

1.5 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNİN AVANTAJLARI

Tedarik zincirinin yukarıda bahsedilen tanımlar çerçevesinde başarılı bir şekilde yönetilmesi işletmelere birçok avantaj sağlamaktadır. Tedarik zinciri yönetimi ile sık sık telaffuz edilen faydalar şu şekilde sıralanabilir:[29]

- Müşteri isteklerine karşı esneklik
- Daha hızlı ve tam zamanında teslimat
- Müşteri sadakatinde artış ve dolayısıyla satışlarda artış

[29] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.g.e., s: 53

- Biriken sipariş ya da ürün kalmaması (backorder / sold out situations) durumlarının azalması
- Toplam maliyetlerin azalması
- Motive olmuş ve odaklanmış tedarikçiler

Görüldüğü gibi, başarılı tedarik zinciri yönetimi, firmalara çeşitli konularda avantajlar sağlamaktadır. Şimdi bu avantajları daha yakından inceleyelim.

1.5.1 Müşteri İsteklerine Karşı Esneklik

Birçok endüstri kolunda tedarik zinciri müşteri tarafından yönlendirilmektedir. Şöyle ki, müşterilerin isteklerine göre etkili bir üretim sistemi düzenlenmesi sayesinde bir üründen diğer ürüne kolayca geçiş yapılmakta ve müşterilerin isteklerine en uygun şekilde cevap verilmektedir.[30]

Örneğin, İspanyol hazır giyim markalarından Zara'nın da dahil olduğu Inditex grubunda tedarik zinciri, mağazalardaki müdürlerin günlük satış verilerinden ve dahası gelen müşterilerin istediği ama mağazada bulamadığı modellerin tasarımcılara iletilmesiyle yönlendirilmektedir. Tipik olarak, hazır giyim zincirleri üretimlerinin büyük kısmını Asya'daki düşük maliyetli ülkelere kaydırmıştır. Inditex ise üretiminin yarısını İspanya, Portekiz ve Fas'taki fabrikalarda gerçekleştirerek, revaçta olan ürünlerin üretimini yakın çevrede ve bünyesinde tutarken, tişört gibi basit ürünleri Doğu Avrupa, Afrika ve Asya'dan satın almayı tercih etmiştir.[31]

1.5.2 Daha Hızlı Ve Tam Zamanında Teslimat

Kısa termin süreleri ve zamanında teslimat rekabet ortamının önemli parametrelerindendir. Dünyanın birçok bölgesinde değişik tedarikçilerle çalışan firmalar, tedarik zincirini iyi yönettikleri takdirde, kısa termin sürelerinin ve zamanında teslimatın avantajlarını kullanarak, stok miktarlarını minimum seviyede

---

[30] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.e., s: 53
[31] Kerry Capell, "Zara Thrives By Breaking All the Rules", **BusinessWeek**, 10/20/2008, Issue 4104, (çevrimiçi), http://www.businessweek.com/magazine/toc/08_42/B4104magazine.htm, 11 Kasım 2009

tutmalarını sağlamakta ve stok maliyetleri konusunda da büyük avantaj sağlamaktadır. Ayrıca stokta bekleyen ürünler için olası tarihi geçmiş ya da modası geçmiş olma riskini de sınırlandırmış olurlar.[32]

Tedarik zinciri yönetiminde sistem, ağ boyunca daha kısa tedarik süresi ve daha az envanterle çalışmak için dizayn edilir. Bu sayede firma tüketim noktasına daha hızlı ve esnek cevap verebilir. Ürün tazeliği ve ulaşılabilirlik odaklı endüstrilerde bu zaman tasarrufu firmalara oldukça büyük rekabet üstünlüğü getirmektedir.[33]

1.5.3 Müşteri Sadakatinde Artış Ve Dolayısıyla Satışlarda Artış

Tedarik zinciri yönetiminin faydalarına geleneksel bakış açısıyla bakıldığında, genellikle maliyetlerin düşürülmesine odaklanılır. Ancak geniş bakış açısıyla incelendiğinde, tedarik zinciri yönetimi faaliyetlerinin nihai faydasının müşteri memnuniyeti olduğu görülür.[34] Bir firmanın tedarik zinciri yönetimini kullanarak rekabet avantajı kazanması ve karını artırması için, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutması gerekir.[35]

Ayrıca tedarik zincirinde nihai tüketiciye doğru her halkasının bir diğerinin müşterisi olduğu göz önüne alındığında, yüksek müşteri sadakatinin tedarik zinciri yönetiminin yan faydalarından biri olduğunu söyleyebiliriz. Kilit müşterilerle güvene dayalı uzun süreli ilişkiler kurulması, müşterinin ucuz olsa dahi müşterinin bir diğer mal/hizmet sağlayıcıyı seçmesi ihtimalini engelleyebilir. Çünkü yüksek kaliteli ürünü zamanında, doğru şekilde sağlanması genel olarak zaten ürünün daha ucuza gelmesi sonucunu doğurur. Bu şekilde sağlanan müşteri sadakati sonucunda da toplam satışlar artacaktır.[36]

---

[32] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.g.e., s: 54
[33] Özge Türköz, "**Tedarik Zinciri Yönetiminde Dağıtım Gereksinim Planlaması**", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2007, İ.Ü. S.B.E., s:22
[34] Robert E. Spekman, John W. Kamauff Jr, Niklas Myhr, a.g.e, s:645
[35] John T. Mentzer, William DeWitt, James S. Keebler, Soonhong Min, Nancy W. Nix, Carlo D. Smith, Zach G. Zacharia, a.g.e., s:15
[36] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.g.e., s: 55

1.5.4 Mağazalarda Biriken Sipariş Ya Da Ürün Kalmaması Durumlarının (Backorder / Sold Out Situations) Azalması

Tedarik zinciri yönetiminde taraflar arasında başarıyla uygulanan işbirliği sayesinde mağazalarda sipariş birikmesi ve ürün kalmaması gibi durumlar en aza indirilebilir. Doğru bilgi akışı sayesinde tedarikçiler, üretimi zamanında planlamakta ve böylece gelen talebe zamanında karşılık verebilmektedirler.[37]

Müşteriler ile ilgili bilgileri kullanarak bir firma etkinliğini artırabilir. Örneğin, doğru envanter bilgisine sahip satış birimi diğer şekilde kaybedilecek siparişleri kazanabilir ve talep edilmeyen siparişi elinde bulundurmaz.[38]

1.5.5 Toplam Maliyetlerin Azalması

Malzeme, mal ve hizmetin dünyanın başka yerlerinden alınması, ya da üretimin başka bölgelere kaydırılması, özellikle büyük perakende şirketleri tarafından çokça takip edilen bir yol olmuştur. Tedarik zincirinin yukarıda bahsedilen tanımlar çerçevesinde başarılı bir şekilde yönetilmesi işletmelere birçok avantaj sağlamaktadır. Bunun firmalara getirdiği avantajlar arasında ilk bakışta akla gelen konu maliyet avantajıdır.[39]

Özellikle son on yıl içinde, dünya ekonomisinin küreselleşmesine paralel olarak, rekabet baskısı gittikçe artmıştır. Bunun bir sonucu, bilhassa gelişmiş batı ekonomilerinin maliyetleri düşürmek için girişimlerde bulunmaları olmuştur. Bu aşamada çok önemli bir nokta, satın alma harcamalarının kapsamı ile ilgilidir. Toplam satış gelirlerinin büyük bir oranı, satın alma harcamalarına ayrılmaktadır. Dolayısıyla maliyet düşürme çalışmaları yürüten bir işletme, öncelikli çalışma alanı olarak satın almayı görmektedir.[40]

---

[37] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.e., s: 55
[38] Özge Türköz, a.g.e., s:23
[39] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.g.e., s: 53
[40] Dr. Y. Müh., H. Melih İtler, a.g.e., s:90

Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan çalışmalar, denizaşırı tedarikçilerin yerel olanlara nazaran daha fazla maliyet avantajı gerçekleştirildiklerini ortaya koymaktadır. Global tedarik gerçekleştirilen ülkelerde işgücü ücretleri daha düşüktür. Bunun ilginç bir sonucu, daha önce Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan'a giden pek çok şirketin şu anda Malezya, Endonezya, Tayland, Çin ya da Filipinleri tercih etmesidir.[41]

Fiyatın yanı sıra dünyanın birçok bölgesinde değişik tedarikçilerle çalışan firmalar, tedarik zincirini iyi yönettikleri takdirde, satışlardaki dalgalanmalara göre siparişlerini ayarlayabilme ve böylece talebe cevap verme konusunda esneklik sağlayabilmektedirler. Bu durum, firmaların stok miktarlarını minimum seviyede tutmalarını sağlamakta ve stok maliyetleri konusunda da büyük avantaj sağlamaktadır.[42]

1.5.6 Motive Olmuş Ve Odaklanmış Tedarikçiler

Özellikle ana tedarikçilerle uzun vadeli yakın ilişki içerisine girilmesi, tedarikçilerin kendini ana firmanın bir uzantısı olarak görmelerini sağlar. Tedarikçilerle karşılıklı güvensizliğe dayanan geleneksel ilişkilerde, fiyatların en önemli parametre olması dolayısıyla aracılar teklifleri kızıştırma yoluna giderler. Ancak neredeyse hiç kar etmeme üzerine kurulu teklifler kısmen gerçekleşir. Bu durum uzun vadede her iki taraf için yorucudur ve verimliliği azaltır. [43]

Tedarik zincirinde bulunan firmalar arasında güven ve işbirliğinin olması risklerin paylaşılmasını, firmalar arasındaki bariyerlerin azalmasını, esnekliğin artmasını sağlar; böylelikle yeni ürün geliştirme ve pazara sunma süresini kısaltarak, rakiplere karşı büyük avantaj yakalanmasına yardımcı olur.[44]

---

[41] Dr. Y. Müh., H. Melih İtler, a.e., s:90
[42] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.g.e., s: 53
[43] Birgit Dam Jespersen, Tage Scjott-Larsen, a.e., s: 56
[44] Özge Türköz, a.g.e., s:21

1.6 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE RİSKLİ DURUMLAR

1.6.1 Tedarik Zinciri Risk Yönetimi Kavramı

Tedarik zinciri yönetimi prensiplerinin birçok organizasyon tarafından uygulanması, ağ yapısı karmaşık ve daha bağımlı organizasyonlar oluşmasına sebebiyet vermiştir. Literatürce de benimsendiği üzere, bu prensipler, işletmeye operasyonel seviyede bir çok fayda sağlarken, tedarik zincirinin artan kırılganlığını ve hassasiyetini de beraberinde getirir. Tedarik zincirleri, tedarikçinin ve talebin koordinasyonun getirdiği problemlerden doğacak risklere karşı kırılgandır.[45]

Dış kaynak kullanımı, tam zamanında üretim (just-in-time), alt yükleniciyle çalışma gibi metotlar; işletme koşullarındaki değişikliklere cevap verebilmek, maliyetleri azaltmak ve akabinde karlı bir sonuç elde etmek isteyen organizasyonlar tarafından tedarik zincirini yönetiminin bir parçası olarak sıkça kullanılmaktadır. Fakat bu durum, sosyal, politik, kültürel ve çevresel riskleri de beraberinde getirir.[46] Bu risk faktörleri, global alıcı firmalar için tedarik zinciri risk yönetimi kavramını ortaya çıkarmıştır.

Tedarik zinciri risk yönetimi, firmaların operasyonel, pazarlama ve finansal performansını etkileyen bir stratejik yönetim faaliyeti olarak görülebilir. Belirsizlikleri azaltmak için "içerik" ve "çevresel gerçekler" bu strateji tarafından göz önüne alındığında örgütsel etkinlik ve performans artar. Burada "içerik" riskin kaynağı, büyüklüğü, işletme amaçlarıyla ilişkisi ve tedarik zincirinin kesilmesine işaret eder. "Çevresel gerçekler" ise olumsuz olaylara açık olma derecesi, genişletilmiş tedarik zinciri ve tedarikçi yönetimi uygulamaları kavramlarına işaret etmektedir. Bu nedenle, tedarik zinciri risk yönetimi fırsatları değerlendirirken, aynı

---

[45] Adagoke Oke, Mohan Gopalakrishnan, "Managing Distributions in Supply Chains: A Case Study Of a Retail Supply Chain", **Int. J. Production Economics**, 118 (2009), s:168

[46] Ambika Zutshi, Andrew Creed, Amrik Sohal, "Child Labour and Supply Chain Profitability or (mis)management, **European Business Review**, Vol. 21, No. 1, 2009, s:43

zamanda riskleri minimize etmek amacıyla örgütsel prosesleri optimum şekilde sıralayacak kararları verme işidir.[47]

1.6.2 Tedarik Zinciri Yönetiminde Risk Unsurları

Tedarik zinciri yönetiminde risk unsuru, farklı kaynaklarda farklı şekillerde ele alınmıştır. Örneğin, tedarik zinciri bağlamında riskin boyutlarını aşağıdaki dört kategoride inceleyebiliriz:[48]

- Müşteri isteklerinin zamanında karşılanmasını engelleyecek şekilde mal ve hizmet tedarikinin kesilmesi
- Maliyetlerdeki belirsizliğin müşteriye yansıtılmasındaki zorluk neticesinde düşük kar elde edilmesi
- Düşük kaliteli ürün ve hizmet sonucunda müşteri memnuniyetinin ve dolayısıyla firmanın şimdiki ve gelecekteki karın olumsuz yönde etkilenmesi
- Firma itibarının riske girmesi

Tedarik zinciri yönetiminde risk unsurları; kaynakları açısından ise beş sınıfta incelenebilir:[49]

- Talep kaynaklı riskler: Bu riskler, müşterilerin değişken taleplerinden ve talepteki belirsizlikten doğan risklerdir. Firmaların talep tahminleri ile müşterilerin esas taleplerinin birbirini karşılamaması sonucu tedarik zinciri kesintiye uğrayabilir. Bahsettiğimiz kesinti, firmaya pahalıya mal olan stokta bulunmama, modası geçme, verimsiz kapasite kullanımı gibi sonuçlar doğurmaktadır.

- Tedarikçi kaynaklı riskler: Bu tip risklerden bahsederken, tedarikçi ilişkileri ile ilgili riskler, üretim kapasitesinin sınırlı olması, kalite problemleri, teknolojik

---

[47] Ram Narasimhan, Srinivas Talluri, "Editorial / Perspectives On Risk Management In Supply Chains", **Journal of Operations Management**, 27 (2009), s:114

[48] George A. Zsidisin, Bob Ritchie, "**Supply Chain Risk: A Handbook of Assessment, Management, and Performance (Chapter 1: Supply Chain Risk Management – Developments, Issues and Challenges)",** Springer US, 2009, s: 4

[49] Stephan M. Wagner, Christoph Bode, "**Supply Chain Risk: A Handbook of Assessment, Management, and Performance (Chapter 17: Dominant Risks and Risk Management Practices in Supply Chains)**", Ed. George A. Zsidisin and Bob Ritchie, Springer US, 2009, s: 275-278

değişiklikler gibi faktörler göz önüne alınır. Sheffi ve Rice (2005) bu duruma örnek olarak, otomobil üreticisi Land Rover'ın tek şasi tedarikçisi UPT-Thompson firmasının 2001'de aniden ve beklenmedik şekilde iflas etmesinin ardından zor duruma düşmesini göstermiştir. Tedarikçilerin üretim kapasitesi problemleri ve kötü lojistik performansı da tedarikçi kaynaklı risklerdendir. Ayrıca, satın alınan ürün ve servislerin düşük kalitede olması da tedarik zinciri boyunca devam edip nihai tüketiciye yansıyan anlamlı bir risk teşkil eder. Son olarak tedarikçilerin teknolojik değişikliklere ya da ürün tasarımındaki değişikliklere ayak uyduramaması da bu sınıfta değerlendirilir.

- Yasal ve bürokratik riskler: Birçok ülkede yönetsel ya da yasal otoriteler, tedarik zincirinin işlemesinde ve kurulmasındaki belirsizlikler açısından önemli bir faktördür. Burada yasaların yaptırım gücünün yanı sıra, kanun ve politikalardaki değişikliklerin derecesi ve sıklığı da önemlidir. Çünkü tedarik zincirinin kesintiye uğraması, bu otoritelerin kararları ve davranışlarıyla ilgilidir. Kanun değişiklikleri genelde ani ve tahmin edilemez şekildedir. Örneğin, çeşitli Avrupa ülkelerinde kargo araçları için otoyol ücretlendirme tarifelerinin değiştirilmesi, ulaşım maliyetlerini büyük oranda etkilemiştir.

- Altyapı riskleri: Bu risk kaynağı, bir firmanın faaliyetlerinin gerçekleştirmek için kurduğu altyapı ile ilgilidir. Bunun içine, sosyo-teknik aksaklıklar (makine arızaları, elektrik ve su kesintileri, bilgi teknolojileri problemler vs.) ve insan bazlı yerel problemler (sabotaj, grev, endüstriyel kazalar vs.) dahildir.

- Felakete dayalı riskler: Bunlara doğal felaketler, sosyo-politik belirsizlikler, sivil ayaklanmalar, ekonomik problemler ve terörist saldırılar dahil edilebilir. Dünyanın birçok bölgesinde tsunami, kuraklık, deprem, kasırga, sel gibi doğal felaketler genel olarak topluma ve özelde de firmalara karşı tehdit oluşturmaktadır. Üretim alanları ve ulaştırma faaliyetleri bu gibi doğal felaketlere karşı hassas olduğu için tedarik zinciri olumsuz yönde etkilenmektedir.

Yukarıda bahsedilen risk kaynakları çerçevesinde, tedarik zincirini kesintiye uğratacak büyük çaplı risk unsurları (doğal felaketler vs. gibi), olduğu gibi daha küçük çaplı ama oluşması daha muhtemel risk unsurları da (örneğin ürüne olan talep azalması) mevcuttur.

Küreselleşme neticesinde tedarik zincirindeki mesafe arttıkça lojistik sorunları, dikkat edilmesi gereken bir dezavantaj olarak karşımıza çıkar. Ayrıca tedarik zinciri halkalarının artması; iletişim eksikliği kaynaklı planlama ve zamanlama hatalarını ve buna bağlı olarak düşük kalite, yetişmeyen siparişler, yanlış tedarik gibi risk unsurlarını beraberinde getirmektedir.

Bir araştırmada, dış kaynak kullanımı bağlamında tedarik zincirini kesintiye uğratan faktör olarak işgücü devri konusu incelenmiştir. Burada yazar, işgücü devri problemini düşük kalite, düşük verimlilik ve karşılanamayan siparişler olarak tedarik zinciri risk unsuru olarak ilişkilendirmiştir.[50] Görüldüğü gibi tedarik zincirindeki risk faktörleri arasında tedarikçi fabrikalardaki yüksek iş gücü devri de gösterilmektedir.

1.6.3 Tedarik Zinciri Risk Yönetiminde Firma İtibarı

Bütün bu sayılanlar yanında tedarikçilerin sosyal uygunluk açısından yeterli düzeyde olmaması risk faktörü de son yıllarda giderek artan bir öneme sahip olmaktadır. Biraz daha açarsak tedarikçi fabrikalarda çalışma koşullarının hem o ülkenin kanunlarına hem de uluslar arası çalışma kurallarına uygun olmamasıdır. Bu durumda nihai tüketici tarafında talep azalması olabilir. Bu da perakendeciyi tehlikeye sokar. Tedarik zinciri bağlamında riskin boyutlarını sıralarken bahsettiğimiz "firma itibarının riske girmesi" konusu işte bu noktada devreye girmektedir.

Bir araştırmada; tedarik zinciri yönetimindeki bu risklerin ana hatlarını belirlenmiş ve çeviklik, güven, ortak çalışma, bilgi güvenliği ve sosyal sorumluluğun arttırılması

[50] Ram Narasimhan, Srinivas Talluri, a.g.e., s:116

ve işletme çıkarlarının bireylerin ve tedarik zincirinin çıkarlarıyla aynı seviyeye getirilmesi yoluyla önlenebilme yolları belirlenmiştir. Risk yönetiminde bu vurgu "iki ucu keskin kılıç" gibidir. Örneğin; düşük kar riski, çocuk işçilik kullanılarak azaltılabilirken; diğer taraftan bazı pazarlarda müşteri boykotları riski, çocuk işçi kullanımı engellenerek azaltılabilir. Durumsal değişkenler; daha geniş stratejik talimatlara karşı davranabilirler.[51]

Açıkça görülmektedir ki; her ne kadar şirketlerin başarısı tedarikçilerin performansına bağlı ise de; ayrıca şirketler, tedarikçilerinin çevre duyarlılığı, ürün güvenliği ve çalışma koşulları konusundaki kötü uygulamalarına "suç ortağı" sıfatıyla cezalandırılmaya karşı şimdilerde hiç olmadığı kadar hassastırlar.[52]

Tabii ki, bu cezalandırma genellikle yasal bir cezalandırmadan daha kötüsü olarak tüketici tepkisi şeklinde gerçekleşmektedir. Bu risk faktörü, direkt olarak firmanın pazardaki itibarını etkileyeceği için, en önemli risk faktörleri arasında görülebilir. O yüzden özellikle son ürün satışı açısından toplumla birebire temasta olan büyük perakende şirketleri, tedarik zinciri risk yönetimi çalışmalarına bu konuyu da eklemektedirler.

Bu araştırmada da, özellikle tedarikçi fabrikalardaki çalışma koşulları ve sosyal uygunluk açısından doğan problemlerin oluşturduğu riskler ve bununla ilgili hem tedarikçiler, hem perakendeciler, hem de sivil toplum örgütleri gibi diğer paydaşlar tarafında çok yönlü olarak neler yapıldığı ele alınmaktadır.

[51] Ambika Zutshi, a.g.e, s: 43
[52] Dale Neef, a.g.e., s:35

2. ETİK TİCARET ANLAYIŞI

Etik ticaret anlayışı, özellikle küresel tedarik zincirlerine sahip firmaların, tüm tedarik zincirleri boyunca çalışan işçilerin çalışma koşullarına ve insan haklarına saygı duyulması hususundan ortaya çıkmış bir kavramdır. Bu kavram temel olarak bir önceki bölümde açıklanan tedarik zinciri yönetimi risk unsurlarından firma itibarı konusuyla ile yakından ilişkilidir. Çünkü, tedarik zincirlerinin giderek genişlemesi ve küresel boyutlara ulaşması, zincir üzerindeki kontrolü azaltıcı bir etki göstermektedir. Bu durumda ana firma, tedarikçilerinin hangi koşullarda kendisine ürün temin ettiğini sorgulamayabilmektedir. Ancak gerek sivil toplum örgütlerinin çalışmaları gerekse medya haberleri, bu konuda çarpıcı gerçekleri gözler önüne sermekte ve bu konuya nihai tüketicinin önem vermesini sağlamaktadır. Nihai tüketici gözünde itibarlarını korumak isteyen firmalar, kendi tedarik zincirlerinde etik değerlere bağlı kaldıklarını gösteren bir takım faaliyetler yürütmektedirler.

Etik ticaret anlayışı, bu noktadan hareketle firmaların tedarikçileriyle olan ilişkilerini düzenlemeye yönelik bir anlayış olarak karşımıza çıkar. Temel olarak tedarik zincirleri boyunca çalışma standartları açısından yerel ve uluslar arası kanunlara uyulması ve etik değerlerin gözetilmesi amacını taşır. Elbetteki bu süreç, firma ve tedarikçileri arasında gelişmekle birlikte; sivil toplum örgütlerini, sendikaları, yerel hükümetleri, nihai tüketicileri ve çeşitli ortak girişimleri de içine alan çok paydaşlı bir süreçtir.

Bu bölümde etik ticaret ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramları açıklanacak, etik ticaret anlayışının tarihsel gelişimi anlatılacak, tedarik zinciri yönetimi ile ilişkisi belirtilecek, etik ticaret ile ilgili paydaşlar hakkında bilgi verilecek, etik ticaret anlayışının uygulanması aşamasında yapılan çalışmalar açıklanacak, Etik Ticaret İnisiyatifi adlı ortak girişim hakkında bilgi verilecek ve Türkiye'de etik ticaret anlayışının durumu incelenecektir.

2.1 ETİK TİCARET VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMLARI

İşletmeler büyüdükçe, çok uluslu şirketler oluştukça ve bununla ters orantılı olarak mecazi anlamda dünya küçüldükçe; firmaların çevresel ve sosyal konularda sorumlulukları artmıştır. Bu da etik ticaret ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarını doğurmuştur.

Etik Ticaret; ticaret yoluyla edinilen finansal değerin yanında sosyal ve çevresel değerlerin de edinilmesini arayan farklı girişimler dizisidir. Bu geniş tanım; öncelikle ticari organizasyonların; kurumsal sorumluluk, kurumsal yurttaşlık, iş ahlakı, şirket sorumluluğu gibi isimler altında sosyal ve çevresel konuları dikkate alma eğilimindeki artışa işaret etmektedir. Bu tanım, ayrıca kar amacı gütmeyen organizasyonların, geleneksel sosyal ve çevresel amaçlarını ilerleterek ticaret alanına doğru yükselen hareketini de kapsamaktadır. Bu durum, sosyal işletme, adil ticaret, toplumsal gelişim ve amaca yönelik pazarlama (cause-related marketing) gibi muhtelif faaliyetleri de içine almaktadır.[53]

Bütün ticaret faaliyetlerinin hem toplum hem de çevre üzerinde etkisi vardır. Örneğin, istihdam yaratma, kirlilik ve servet oluşumu gibi. Etik ticaret basit anlamda kanunlara uygunluğun ötesine geçerek belirli ahlaki ve çevresel amaçların peşinde koşma şeklinde tanımlanmaktadır. Bu girişimler doğal olarak gönüllük esasına dayanır, ama aynı zamanda işletmeleri, hükümetleri ve sivil toplum örgütlerini kapsamaktadır.[54]

Daha spesifik bir etik ticaret tanımı, şöyle der: Etik ticaret; üretim zincirinde minimum standartları sağlayan koşulların oluşturulmasını ve çocuk işçilik, zorla çalıştırma veya kötü şartlarda çalıştırma (sweatshop) gibi sömürüye dayalı

---

[53] Maggie Burns, Mick Blowfield, "Approaches to Ethical Trade: Impact and Lessons Learnt", **Natural Resources Institute**, Project Report, s:8 (çevrimiçi) http://www.nri.org/projects/NRET/burns_final.pdf, 7 Ağustos 2009

[54] Maggie Burns, Mick Blowfield, a.e.

yöntemlerin yok edilmesini amaçlamaktadır. Kriterler, Uluslar arası Çalışma Örgütü (ILO – International Labour Organization) temel sözleşmelerini baz almaktadır.[55]

Etik ticaretin, detayları ileriki bölümlerde açıklanacak bir kuruluş olan Etik Ticaret İnisiyatifi'nin (ETI – Ethical Trade Initiative) web sitesinde yayınlanan tanımı aşağıdaki gibidir:

Etik ticaret; perakendecilerin, markaların ve onların tedarikçilerinin, sattıkları ürünleri üreten insanların çalışma koşullarını iyileştirmek için sorumluluk üstlenmesidir. Bu insanların (işçilerin) birçoğu dünyanın çeşitli yerlerindeki tedarikçi firmalarda çalışmaktadır; birçoğu işçileri korumak için yeterli yasaların olmadığı ya da yasaların doğru uygulanmadığı fakir ülkelerde bulunmaktadır.[56]

Etik ticareti taahhüt eden şirketler, davranış kuralları benimseyerek bütün tedarikçilerinin kendilerini geliştirilmesini beklerler. Bu çalışma kuralları ücretlendirme, çalışma saatleri, işçi sağlığı ve iş güvenliği ve sendikalaşma hakkı gibi konuları içermektedir.[57] Etik ticaretin ilgilendiği konular daha sonraki bölümlerde detaylandırılacaktır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, etik ticaret ile aynı anlamda kullanılsa da, aslında günümüzde daha farklı bir bakış açısına sahiptir. Geniş anlamda kurumsal sosyal sorumluluk; dar ekonomik, teknik ve yasal gereksinimlerin ötesinde, firmaların, arzuladıkları geleneksel ekonomik kazançların yanında sosyal fayda sağlamayı göz önüne alması ve buna göre davranmasıdır. 1990'larda, hissedarlara değer kattığı düşüncesiyle toplum önünde olan şirketler arasında bu konuya yönelim konusunda artan bir ilgi oluşmuştur. Bunun sonucunda, üst yönetimler kurumsal

---

[55] Zadek, S, L Lingayah and M Forstater (1998) "Social Labels: Tools for Ethical Trade", **DGV. European Commission**, s:iii, (çevrimiçi) http://www.ilo.org/dyn/basi/docs/F126/social_labels_tools.pdf, 7 Ağustos 2009

[56] "What is Ethical Trade", (çevrimiçi), http://www.ethicaltrade.org/about-eti, 7 Ağustos 2009

[57] "What is Ethical Trade", (çevrimiçi), http://www.ethicaltrade.org/about-eti, 7 Ağustos 2009

sosyal sorumluluk konusuna şirkete rekabet avantajını arttıran, ve dolayısıyla hissedarlara fayda sağlayan bir konu gözü bakmışlardır.[58]

Birçok akademisyen ve uygulayıcı tarafından yapılan kurumsal sosyal sorumluluk tanımında; temel karakteristikler şu şekilde özetlenir[59]:

- Yasa tarafından belirtilenin ötesinde gönüllü aktiviteler
- İçselleştirme veya ekonomik davranışın pozitif ve negatif yan etkilerini barındıran dışsallıkların yönetilmesi (tedarik zinciri yönetimi gibi)
- Çoğulcu paydaş yaklaşımı ile birçok değişik paydaşın ilgisi ve etkisinin dikkate alınması
- Sosyal ve ekonomik sorumlulukların aynı hizaya getirilmesi
- Sosyal ve çevresel konularla ilgilenen şirket uygulamaları bütünü ve bu uygulamaları destekleyen değer yargıları bütünü
- Yardımseverlik ve toplumsal projelerin ötesinde, kurumsal sosyal sorumluluk, şirket faaliyetlerinin toplum üzerinde nasıl bir etkisi olduğuyla ilgilidir.

Dünya İş Dünyası Sürdürülebilir Kalkınma Konseyi, kurumsal sosyal sorumluluğu şu şekilde özetlemektedir: İşgücünün ve onların ailelerinin ve daha da ötesi yerel halkın ve genelde tüm toplumun yaşam kalitesini iyileştirerek etik davranmak ve ekonomik gelişime katkı sağlamak amacıyla işletmelerin sürekli taahhütüdür. Etik davranış ise bu kuruluş tarafından şöyle tanımlanmıştır: İşletme üzerinde geçerli ilgisi olan diğer paydaşlarla ilişkilerin sorumluluk duygusuyla yönetilmesidir.[60]

Görüldüğü gibi, kurumsal sosyal sorumlulukta, kar etmenin yanında firmaların toplumsal konulara eğilmesi amaçlanmaktadır. Bahsettiğimiz etik ticaret anlayışından farkı ise, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri firmaların geniş ve

---

[58] Bryan W. Husted, "Governance Choices for Corporate Social Responsibility: to Contribute, Collaborate or Internalize?", **Long Range Planning Journal**, 36 (2003), s:482

[59] Laura Alberada, "Corporate Responsibility, Governance and Accountability: From Self-regulation to Co-regulation", **Corporate Governance**, Vol:8, No.4, 2008, s:433

[60] Patsy Perry, Neil Towers, "Determining the Antecedents for a Strategy of Corporate Social Responsibility by Small and Medium-sized Enterprises in the UK Fashion Apparel Indusrty", **Journal of Retailing and Consumer Services**, 16 (2009), s:377

uluslar arası tedarik zincirleri olmasa da uygulayabilecekleri çalışmalar olmasıdır. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde tetikleyici faktör toplum, sivil toplum kuruluşları ve hükümetler olmamakta, firma bizzat kendisi gönüllü olarak bu çalışmaları yapmaktadır. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin, daha çok firmaların konusu dışında alanlarda gerçekleştirildiğini görmekteyiz. HIV/AIDS bilinçlendirme çalışmaları yapılması, okul yaptırılması, kimsesiz çocuklara yardım edilmesi, çevre düzenleme çalışmaları, tarihi eserlerin restore edilmesi vs. bunlara örnek verilebilir.

Türkiye'de TEMA Vakfı'nın "Türkiye Çöl Olmasın", Hürriyet'in "Aile İçi Şiddete Son", Milliyet'in "Baba Beni Okula Gönder", Turkcell'in "Kardelenler", Show Tv'nin "Yaşasın Okulumuz", Siemens'in düzenlediği "Opera Yarışması", Opet'in 72 il gezerek 1 milyondan km.'den fazla yol kat ettiği "Temiz Tuvalet" kampanyası gibi projeler başarılı sosyal sorumluluk projeleri olarak görülüyor.[61]

Tanımlarından ve uygulamadaki farklılıklardan yola çıkarak kurumsal sosyal sorumluluk ve etik ticaret kavramları arasındaki ilişkiyi şu şekilde tanımlayabiliriz: Bugün anladığımız kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, etik ticaret anlayışını kapsayan ve onun da ötesine geçen bir kavram olduğunu görmekteyiz. Bu yüzden bu iki tanım birçok yerde birbiri yerine kullanılmaktadır. Bu çalışmada, konumuz etik ticaret anlayışı ile ilgili olduğu için, bundan sonraki bölümlerde kurumsal sosyal sorumluluğun etik ticaret anlayışı ön planda olacaktır.

[61] Burcu Özçelik, "Sosyal Sorumluluk mu, Yoksa Pazarlama mı?, **Hürriyet İK**, 23.08.2009, sayı:724, s:13

2.2 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE ETİK TİCARET ANLAYIŞININ YERİ

İtibarlı küresel aktörler olmak isteyen çok uluslu şirketler, çeşitli ve bazen de çelişen toplumsal beklentileri karşılamak zorundadır. Kurumsal sorumluluğun özünde şirketler ve toplum arasındaki ilişkilerin yönetilmesi yatar. Çok uluslu şirketler için bu durum küresel tedarik zincirlerinin yönetimini de içerdiğinden çeşitli sorunları da beraberinde getirir.[62]

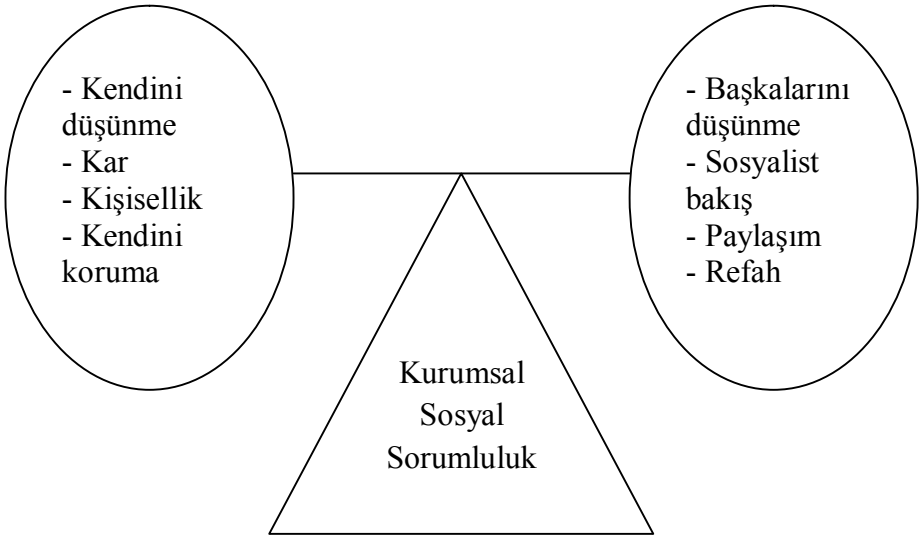
Tedarik zinciri yönetimi ile etik ticaret omuz omuza yürüyen iki kavramdır. Nitekim, önceki bölümlerde bahsedilen kürselleşme sonucu hızla büyüyen ve karmaşık hale gelen tedarik zincirleri, ana firmaların bu zincir içindeki firmalardaki kontrolünü azaltmaktadır. Özellikle perakende sektöründe zincir halkaları o kadar çok ve değişkendir ki, takip edilmesi çok zor bir hal almaktadır. Bu kontrol eksikliği nedeniyle ürünlerin hangi koşullar altında üretildiği çoğu zaman gözden kaçmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk, veya tedarik zincirleri için popüler olarak kullanılan tabirle etik ticaret kavramı da bu noktada devreye girerek, firmaların tedarik zincirlerindeki sosyal koşullardan da sorumlu olması gerektiğini vurgulamaktadır.

Geniş uygulama alanı olan kurumsal sosyal sorumluluk kavramına, şu kritik soruyla yaklaşılabilir: "Tedarik zincirinin bir parçası olarak kar elde etmeye çalışan organizasyonların sorumluluğu nedir? Önce kar mı yoksa sosyal sorumluluk faaliyetleri mi? Ve her bir verilen kararı nasıl değerlendirmeliyiz?". Bunu cevaplamak için şahsi kaygılarla (kar, kişisellik ve kendini koruma) başkalarının kaygılarının (sosyalist çerçeve ve refah) sürekliliği içinde değer yargılarının sınıflandırılmasına yöneliriz.[63]

---

[62] Michael E. Blowfield, "Operations and Supply Chain Management Going Global: How to Identify and Manage Societal Expectations in Supply Chains (And the Consequences of Failure)", **Corporate Governance** 2005, vol. 5, no. 3, s:119

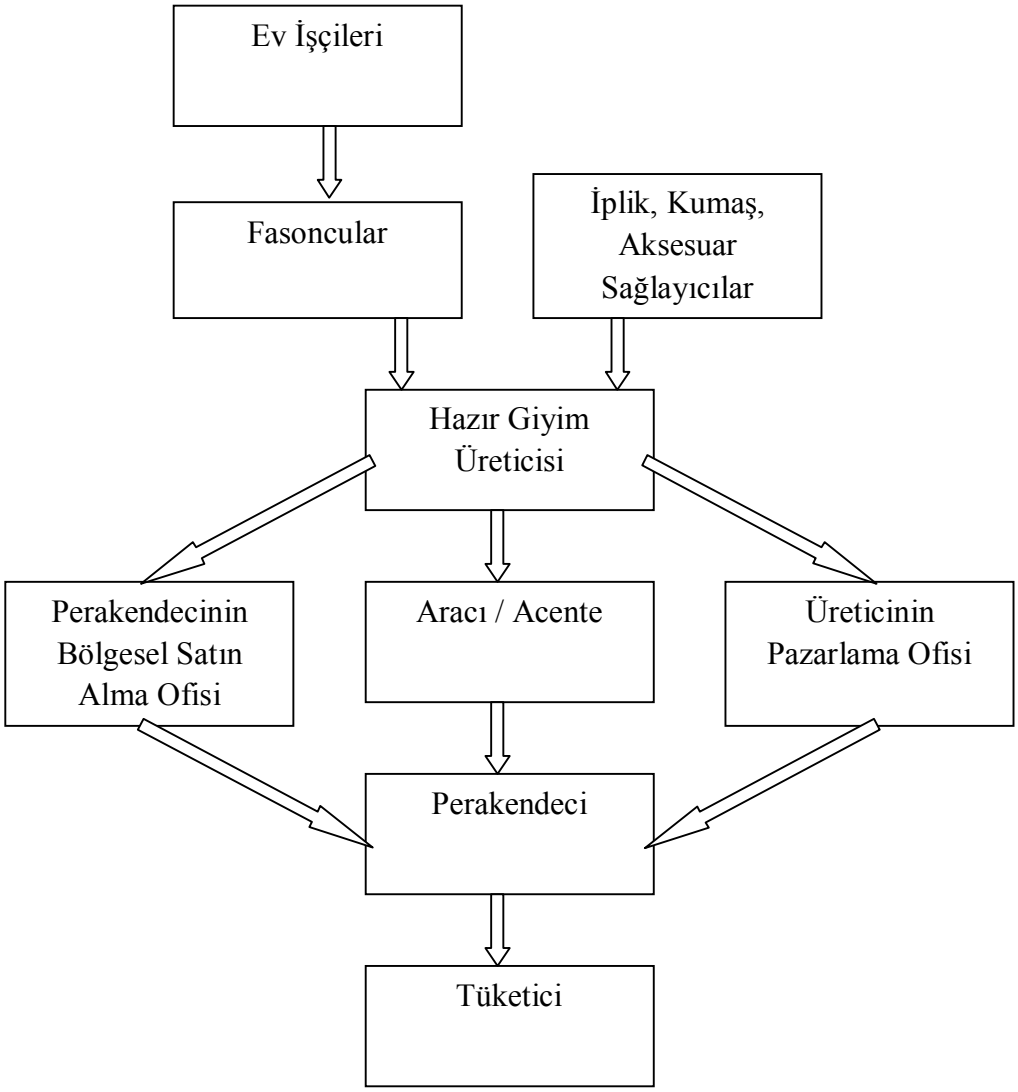
[63] Ambika Zutshi, a.g.e, s: 44-45



Şekil 2.1: Kurumsal sosyal sorumlulukta denge

(Kaynak: Ambika Zutshi, Andrew Creed, Amrik Sohal, "Child Labour and Supply Chain: Profitability or (mis)Management, **European Business Review**, Vol. 21, No. 1, 2009, s:45)

İşletmeler karlarını maksimize etmek için tedarik zincirlerini gelişmekte olan ülkelere doğru kaydırmaktadır. Elbetteki işletmeler birer toplumsal hayır kuruluşu değildir ve asıl amaçları kar elde etmektir. Ancak özetlendiği gibi işletmeler finansal çıkarlarıyla sosyal sorumluluk arasında bir denge kurmalıdır. Yani, en azından hem tedarik zincirinin faaliyet gösterdiği ülkelerde yerel kanunlara uyum sağlamalı, hem de uluslar arası kabul görmüş kanunlarının oralarda uygulanmasını sağlamalıdır. Ancak bu şekilde, bu firmalar ürünlerini satın alan müşterilerinin ve dolayısıyla toplumun vicdanını rahatlatmaktadır.



Şekil 2.2: Tipik İngiltere hazır giyim perakendecileri tedarik zinciri

(Kaynak: Patsy Perry, Neil Towers, "Determining the Antecedents for a Strategy of Corporate Social Responsibility by Small and Medium-sized Enterprises in the UK Fashion Apparel Indusrty", **Journal of Retailing and Consumer Services**, 16 (2009), s:378)

Etik ticaret konusu, sektörden bağımsız olarak bütün işletmeler için geçerlidir. Ancak Şekil-2.2'de görüleceği gibi tekstil sektörü, tedarik zincirinin en karmaşık ve küresel (tüm dünyaya yayılmış) bir şekilde işlediği sektörlerden birisidir. Bu yüzdendir ki, etik ticaret konusunun revaçta olduğu sektörlerin en başında giyim sanayi gelmektedir. Bunun yanında küresel rekabet sonucunda satış rakamlarının hızla düşmesi ve ucuz ve eğitimsiz işgücü çalıştırmaya müsait sektörlerden biri olması, gözleri bu sektöre çevirmiştir. Tekstilin yanı sıra Avrupa ve Amerika tarafından yurt

dışından yoğun olarak ithal edilen gıda ürünleri (muz, incir vs. gibi meyveler, kahve), oyuncaklar ve çocuk ürünleri ve tüketici elektroniği ürünleri etik ticaret yaklaşımın uygulandığı sektörler arasındadır.

İnsanların kötü çalışma koşullarında düşük ücretler karşılığı uzun saatler boyunca çalıştıkları yerler "sweatshop" olarak adlandırılmaktadır.[64] Çalışma koşullarını dibe vurduracak düzeyde küresel rekabet ile körüklenen hazır giyim sanayinde bu yerler görülmektedir. Çalışma koşulları berbat durumdadır ve bu durum öğrenciler, aktivistler ve toplum kuruluşlarının son 10 yıldaki yoğun ilgisiyle gün yüzüne çıkmıştır.[65] Sadece Amerika Birleşik Devletleri göz önüne alındığında bile, Hükümet Saymanlığı'nın 1994'teki raporuna göre, Birleşik Devletler hazır giyim sanayinde kötü çalışma koşulları büyük bir problem olarak durmaktadır.[66] Birleşik Devletler' de kesim ve dikim atölyelerinin %60'ı asgari ücreti ve fazla mesai ücreti ödememektedir.[67]

Son yıllarda özellikle sivil toplum örgütlerinin halkı bilinçlendirmesi ile perakende sektörü gibi çok geniş global tedarik zincirlerine sahip firmalar, çeşitli toplumsal beklentilerle karşı karşıyadır. Tüketicileri tarafından şirketlerin etik ve sorumlu davranması beklenmektedir ve bu durum şirketlerin tedarikçileriyle kurdukları geleneksel ilişkileri değiştirmelerine yol açmaktadır. Etik ticaretin temelinde tedarikçilerle ilişki kurmak yatmaktadır.[68]

Genel olarak, sorumlu ticaret anlayışını benimseyen şirketler içerik ve uygulama konusunda bir ortak görüşe varmış gibidir:[69]

---

[64] Benjamin Powell, David Skarbek, "Sweatshops And Third World Living Standards: Are The Jobs Worth The Sweat?", **Journal of Labor Research** Vol 27, No 2, Spring 2006, s: 263
[65] Robert J.S. Ross, "No Sweat: Hard Lessons From Garment Industry History", **Dissent Magazine**, Fall 2006, s:51
[66] Robert Pollin, Justin Burns, James Heintz, "Global Apparel Production And Sweatshop Labour: Can Raising Retailer Prices Finance Living Wages?", **Cambridge Journal of Economics**, 2004, 28, s:153
[67] Robert J.S. Ross, a.g.e., s:51
[68] Amanda Berlan, "Ethical Supply Chain Management: Lessons From the Field." **The Retail Digest**, Winter 2008, s:19
[69] Michael E. Blowfield, a.g.e., s:120

- Davranış kuralları adı altında kabul kriterlerinin belirlenmesi
- Bu kurallar dahilinde tedarikçilerin performansı üzerinde denetim ve izleme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi
- Elde edilen verilerin paydaşlarla paylaşılması

İleriki bölümlerde ayrıntılarıyla anlatılacak bu uygulamalar sayesinde firmalar, tüm tedarik zincirleri boyunca fiyat, kalite, hız gibi unsurların yanı sıra etik ticaret anlayışını da bir tedarik zinciri yönetimi unsuru olarak göz önüne almaktadır.

2.3 ETİK TİCARETİN TARİHSEL GELİŞİMİ

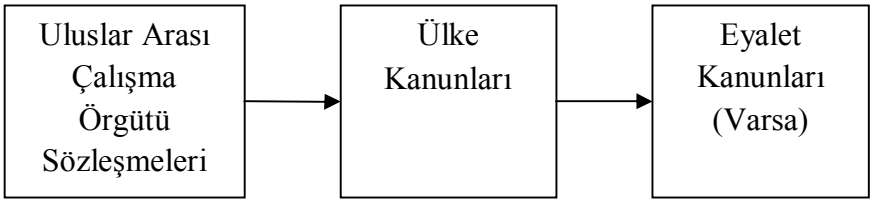
İşletmelerdeki çalışma koşullarının insani yaşam koşullarında olmasıyla ilgili ilk uyanış belki de bundan çok eskiye dayanmaktadır. 1911 yılı 25 Mart'ta New York'taki "Triangle Shirtwaist" fabrikasında yaşanan feci yangına dayanmaktadır.

Birçoğu Amerika'ya yeni gelmiş 500 kadar göçmen kız, kilitli kapılar nedeniyle kapana kısılmış, alevlerden kaçmak için dokuzuncu kattan umutsuzca kendilerini aşağıya atmak zorunda kalmışlardır. Üst katlara yangın hortumu yetişmemiş ve dayanıksız yangın merdiveni de yıkılmıştır… 146 genç bayanın ölümü sadece iş güvenliğine değil, aynı zamanda düşük ücret, uzun çalışma saatleri, çocuk işçiliği gibi Amerika'da o günlerde kanunlaşmamış birçok problemi göz önüne çıkartmıştır.[70]

Çalışma koşullarının iyileştirilmesi ile ilgili en önemli adım ise Uluslar arası Çalışma Örgütü tarafından oluşturulan temel sözleşmelerdir. Uluslar arası Çalışma Örgütü sözleşmeleri olarak anılan bu yasalar, bugün Türkiye de dahil olmak üzere birçok ülkede yerel iş kanunlarının oluşturulmasında baz alınmaktadır. Şekil-2.3'de

[70] Dale Neef, "**The Supply Chain Imperative: How to Ensure Ethical Behaviour in Your Global Suppliers",** New York, Amacom, 2004, s:v

görüldüğü gibi yerel kanunlar belirlenirken belli bir hiyerarşi izlenir. Uluslar arası Çalışma Örgütü Temel Sözleşmeleri Ek-I'de verilmiştir.



Şekil 2.3: İş Kanunları Hiyerarşisi

Yerel kanunlara zemin hazırlamanın yanı sıra, bütün dünyadaki çalışma koşullarına aynı ve uluslar arası bir çerçeveden bakmak için bugün oluşturulan etik standartların ve prensiplerin çoğu Uluslar arası Çalışma Örgütü temel sözleşmelerine dayanmaktadır.

Etik ticaret anlayışının ortaya çıkması ve gelişmesi ise ancak son 15-20 seneyi kapsamaktadır. (Etik ticaret anlayışının tarihsel gelişimi, kronolojik sıra ile Ek-II'de özetlenmiştir.) Özellikle küreselleşmenin etkisiyle hızlı artan şekilde üretimin gelişmekte olan ülkelere kaydırılması, tüketicilerde satın aldıkları ürünün hangi koşullarda üretildiği konusunda şüpheci yaklaşmaya itmiştir. Bu şüphe ve akabinde bilinçlenmede ilk olarak basının büyük faydası olmuştur. Göz önünde olan büyük markaların üretim koşullarıyla ilgili basında çıkan haberler, etik ticaret kavramının ortaya çıkmasında tetikleyici faktör olmuştur.

1990'lı yıllarda, ünlü firmaların her gün sattığı tüketici ürünlerinin aslında istismar edilmiş işçiler tarafından yapıldığı haberlerinin ortaya çıkmasıyla toplumsal ilgi artmıştır. Çalışma koşullarının değiştirilmesi ve iyileştirilmesi talebi Kuzey Amerika ve Avrupa'da yaygın kampanya ve faaliyetler sayesinde şekillenmiştir.[71]

[71] Angela Hale, Linda M. Shaw, "Women Workers and the Promise of Ethical Trade in the Globalised Garment Industry: A Serious Beginning?", **Antipode** 2002, Vol:33, issue:3, s:512

Giyim ve spor ayakkabı sektörlerindeki perakendeciler, kampanyacıların temel hedefi olmuşlardır. Örneğin Avrupa'da Hollandalı gruplar 10 yıl öncesinde giyim perakendecisi C&A' ya karşı kampanyalara başlamışlardır. Bu kampanyaların çoğu zaman küçümsenen en büyük başarısı firmaları (özellikle giyim sektöründeki perakendecileri), doğrudan sahip olmadıkları, satın alma yaptıkları fabrikalardaki çalışma koşullarının sorumluluğunu kabul etmeye zorlamak olmuştur.[72]

Örneğin; 1992'de ilk skandallardan biri, Washington Post gazetesindeki Levi Jeans'in Saipan adasındaki Çinli mahkum işçiler tarafından üretildiği haberi ile patlak vermiştir. Levi Strauss, derhal yurtdışındaki tedarikçileri için çalışma standartlarını belirleyen bir davranış kuralları oluşturmuştur. Hemen ardından 1993'te, A.B.D.'nin en büyük perakendecisi Walmart benzer prensipler hazırlamış ve bunu A.B.D.'nin önde gelen giyim tedarikçileri izlemiştir. Avrupa ülkelere bu duruma cevap vermede biraz yavaş davransa da, şimdilerde birçoğu kendi davranış kurallarını yayınlamaktadır. İngiltere'de C&A, Littlewoods, Next, Marks & Spencer, River Island, Tesco ve Asda (Şu an Walmart tarafından satın alındı) bunlara dahildir. Bunların bazıları kendi davranış kurallarını oluştururken, bazıları da Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kurallarını benimsemiştir.[73]

Ünlü markalar hakkında medyaya yansıyan olumsuz haberler ve kampanyalar oldukça çok sayıdadır. Bunlardan birkaçını örnek vermek gerekirse:

"Nike'ın sömürülmüş işçileri:
Düşük ücretler bir gizem değildir: Ayakkabıları diken Endonezyalı kızlar ve genç bayanlar günlüğü 1.35 $ olan başlangıç ücretleriyle çalışmaktadır. Fazla mesai çoğunlukla zorunludur ve sendikanın koruyuculuğu neredeyse yoktur. Eğer grev olursa, ordu müdahale eder."[74]

---

[72] Angela Hale, Linda M. Shaw, a.e, s:513
[73] Angela Hale, "What Hope for Ethical Trade in Globalised Garment Industry?", **Antipode**, 32:4, 2000, s:349-350
[74] Richard J. Barnet and John Cavanagh, "Viewpoints; Just Undo It: Nike's Exploited Workers", **The New York Times,** sayfa:11, 13.02.1994 (çevrimiçi)
http://www.hamline.edu/apakabar/basisdata/1994/02/15/0004.html, 17 Ağustos 2009

"Çocuk işçi sömürüsü ayıbı GAP'in etik imajını tehdit ediyor:
Amitosh, yaptığı çocuk bluzu üzerinde küçük plastik boncuk ve pullarla iplik düğümlerini çekmeye konsantre olmuştu. Ter damlayan saçları ince bir tozla kaplıydı. Küçük iğnesiyle üzerinde çalıştığı el nakışı giysi, uluslar arası moda zinciri Gap'in logosunu açıkça gösteriyordu. Amitosh 10 yaşındaydı."[75]

"Güney Afrikalı bayan meyve toplayıcılar, acınası koşullara tahammül etmektedir:
ActionAid tarafından yapılan bir araştırma, Tesco'da satılan meyveleri yetiştiren Güney Afrika'daki kadın işçilerin düşük ücretler ve acınası koşullarda çalıştığını ortaya çıkardı."[76]

Gazete ve televizyonlarda çıkan haberlerin yanı sıra, internet siteleri aracılığıyla da büyük markalar ciddi kampanyalara maruz kalmaktadırlar.

Bunlar en önemlisi "http://www.saigon.com/~nike" sitesidir. Bu sitede Nike fabrikalarındaki çalışma koşullarıyla ilgili dünya üzerindeki haberler yayınlanmakta ve "Boycott Nike" kampanyası yürütülmektedir.

Bir diğer web sitesi ise "http://www.tescopoly.com" dur. Bu site de tamamen İngiliz süper market devi olan Tesco tedarikçilerindeki (özellikle Tesco'ya yoğun olarak üretim yapan çiftliklerdeki) çalışma koşullarıyla ilgili sürekli yayınlar yapılmakta ve Tesco'nun gerekli tedbirleri alması istenmektedir.

2000 yılında hayata geçirilen, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (The United Nations Global Compact Initiative), bugüne kadarki en kayda değer kurumsal sosyal sorumluluk girişimi olmuştur. Bu uygulama, işletmeleri, BM temsilcileriyle, işgücüyle, sivil halkla ve hükümetlerle bir araya getirerek insan hakları, işgücü, çevre ve yolsuzluk konularında 10 prensip geliştirmiştir. Bu 10 prensip dünyaca kabul

---

[75] Dan McDougall, "Child Sweatshop Shame Threatens Gap's Ethical Image", **The Observer**, 28.10.2007, sayfa:36 (çevrimiçi) http://www.guardian.co.uk/business/2007/oct/28/ethicalbusiness.india, 17 Ağustos 2009
[76] Mark Townsend, "Tesco in Row Over Foreign Workers", **The Observer**, 10.04.2005, s:8, (çevrimiçi) http://www.guardian.co.uk/uk/2005/apr/10/southafrica.supermarkets, 17 Ağustos 2009

görmüş farklı dokümanlardan ortaya çıkarılmıştır ve ilk prensip olarak "İşletmeler, uluslar arası olarak ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli ve saygı göstermelidir." denilmektedir.[77]

2.4 ETİK TİCARET İLE İLGİLİ KURUMLAR

Etik ticaret yaklaşımı, sadece firmalar ve onların tedarikçilerini ilgilendirmemektedir. Sivil toplum kuruluşları, sendikalar, yerel hükümetler, üniversiteler, medya, üçüncü taraf denetim şirketleri ve tabii ki müşterilerde bu sürece bir noktasından katılmaktadırlar. Kısaca özetleyecek olursak, firmalar etik kuralları belirlemek ve bunların uygulanması için tedarikçilerini zorlamak, tedarikçiler kabul edilen etik kurallara uygun çalışma koşullarını çalışanlarına sağlamak, sivil toplum örgütleri toplumun bilinçlenmesi için çalışmalar yapmak ve genel kabul gören etik kuralların oluşturulmasına katkıda bulunmak, üniversiteler konu ile ilgili bilimsel araştırmalar yapmak, yerel hükümetler insani çalışma koşullarını sağlayan gerekli kanuni düzenlemeleri yapmak ve bunların uygulanmasını sağlamak, medya toplumun gelişmelerden haberdar olmasını sağlamak için yayınlar yapmak, üçüncü taraf denetim şirketleri üretim yapılan fabrikalarda doğru ve tarafsız denetimler gerçekleştirmek ve bunları raporlamak ve son olarak da nihai tüketici olarak müşteriler ürünün fiyatı ve kalitesi yanında o ürünün nasıl ve hangi koşullarda üretildiğini sorgulamak ve satın alma kararını buna göre vermek gibi görevler üstlenmektedir.

Maggie Burns, etik ticaret ile ilgili paydaşları 4 yaklaşım şeklinde aşağıdaki Tablo-2.1'de özetlemiştir:[78]

---

[77] Delphine Rabet, "Human Rights and Globalization: The Myth of Corporate Social Responsibility?", **Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences** (2009) Vol 1, No 2, s:468
[78] Maggie Burns, Blowfield, a.g.e., s:5

Tablo 2.1: Etik ticaret anlayışında paydaşlar

(Kaynak: Maggie Burns, Mick Blowfield, "Approaches to Ethical Trade: Impact and Lessons Learnt", **Natural Resources Institute**, Project Report, s:5 (çevrimiçi) http://www.nri.org/projects/NRET/burns_final.pdf)

Yaklaşım	Odak Noktası	Kim Tarafından	Örnekler
İklimi değiştirmek	Motivasyon	Sivil toplum kuruluşları, tüketiciler, hükümetler, medya, ortaklar	Kampanyalar, etik tüketicilik ve boykotlar, yönetmeliklerin lehine veya aleyhine lobi faaliyetleri
Tepeden	Yenilik	Lider firmalar	Sosyal sorumluluk politikaları, sosyal kuruluşlar, etik yatırımlar
Köklerden	Katılımcılık	İşçi organizasyonları, sendikalar	Sendika ve işçi hareketleri, yerel seviyede davranış kuralları
Araçların geliştirilmesi	Uzmanlık	Hizmet sağlayıcılar, standart koyucular	Sosyal denetimler, izleme ve doğrulama faaliyetleri, danışmalık ve araştırma

2.4.1 Firmalar (Perakendeciler) Ve Tedarikçileri (Üreticiler)

Tedarik zincirinin bu iki halkası yani perakendeciler ve tedarikçiler/üreticiler, etik ticaret kavramının baş aktörlerini oluşturmaktadır. Yukarıda bahsettiğimiz sebepler dolayısıyla, perakendeciler, tedarikçilerinden minimum maliyette en kısa zamanda en kaliteli ürünü almak istemekte, bununla birlikte tedarikçilerinden "davranış kuralları" (code of conduct) diye adlandırılan etik kurallara uymalarını istemektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi, bu işin öncülüğünü Amerikalı markalar (Lewis, Walmart, Nike vs.) yapmıştır. Bundan kısa süre sonra, Avrupalı, özellikle de İngiliz firmalar tarafından kabul görmüştür. Bu tezin araştırma bölümünde de değineceğimiz için İngiliz perakendecilerine daha yakından inceleyelim:

Giyim ve gıda sektörlerinde faaliyet gösteren İngiliz perakendeciler, etik ticaret ve çalışma koşulları kurallarının geliştirilmesinde en ön sırada olmuşlardır. Çünkü sermaye ve satın alma gücü açısından bu sektörler, büyük markaların belirgin bir şekilde toplum önünde olmasını sağlamış ve böylece Marks & Spencer, Tesco, Sainsbury ve Asda gibi firmaları, basındaki eleştirilerin ve politik kampanyaların açık hedefi haline getirmiştir. 1950'lerden bu yana İngiliz perakende sermayesinin gücündeki yükseliş belgelendirilmiştir. Liberalleşme iklimi içinde bu gelişimin adımları 1980'lerden sonra hızla artmıştır. Pazar yapısı olarak, lider 5 gıda ürünleri perakende zinciri 2005 itibariyle İngiltere'deki toplam yiyecek ve içecek satışının %70'ini karşılamaktaydı. İngiltere hazır giyim perakende sektörü ise daha rekabetçi ve parçalıydı ki, lider 5 perakendeci 2002'de toplam satışların %30'unu karşılamaktaydı. Perakende sermayesindeki gelişimin ana özelliklerinden biri güç dengesinin üreticiden perakendeciye doğru kaymasıydı ki, yoğunlaşan perakende sermayesi, tedarikçi-perakendeci ilişkisinde oligopson satın alma gücüne dönüşmüştür. Fiyat ve ödeme koşullarının dikte edilmesi, ürün geliştirme konusunda kendi spesifikasyonlarına katiyen uyulması, teslimat süreleri gibi konularda perakendecilerin gıda ve giyim tedarikçilerinden talepleri, zaten düşük ücret, çalışma yerinde sınırlı haklar ve sendikalara üye olma konusundaki engellerle boğuşan işçilerin çalışma koşullarını daha da kötüleştirmiştir. 1990'ların ortalarından

günümüze, ihracat yapan üretim tesislerindeki çalışma koşullarının daha kötüye gitmesinde İngiliz perakende şirketlerinin rolü, Sivil toplum kuruluşlarının kamu oyunca iyi bilinen kampanyalarının ana konusu ve medyanın eleştirilerinin de hedefi olmuştur. Bu da, perakende zincirlerinin organizasyonlarının, değişik paydaş grupları tarafından nasıl karşı çıkıldığına örnek oluşturmuştur.[79]

İngiliz gıda ve tekstil perakendecilerinin bu gibi baskılara cevap verebilmek için genel olarak izledikleri yol, Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI)'ne üye olmaktır.

2.4.2 Sivil Toplum Kuruluşları

Küresel ekonomide, yerel hükümetler çokuluslu şirketlerin faaliyetlerini düzenlemekte sınırlı kabiliyete sahiptirler. Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları bu konuda daha büyük bir rol oynamaktadır. Birçok sivil toplum kuruluşu, küresel sosyal ağlar oluşturarak kampanya ve organizasyon stratejileri sayesinde çok uluslu şirketlerle birlikte küresel ekonomide özel sektörün ters etkilerini azaltmak için ticarette daha fazla adalet ve kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı aramaktadırlar.[80]

Küresel üretim sistemlerinde sivil toplum kuruluşları kendi sosyal güçlerini (sosyal aktörleri harekete geçirme ve tüketici tabanlı kampanyalar yapabilme kabiliyeti) kullanarak büyük şirketlerin ekonomik güçlerini kontrol etme rolünü üstlenirler. Küresel ticaret çerçevesinde çok uluslu şirketler, devletler tarafından kontrol edilmelerini sağlayan doğrudan yasal mekanizmaların çoğunlukla uzağında durmaktadırlar.[81]

Kampanyalarla ve yaptığı çalışmalarla adını duyuran sivil toplum kuruluşlarından başlıcaları "Fair Wear Foundation", "Clean Clothes Campaign", "Women Working

---

[79] Alex Hughes, "Learning to trade ethically: Knowledgeable Capitalism, Retailers and Contested Commodity Chains", **Geoforum** 37 (2006), s:1012-1013
[80] Stephanie Barrientos, Sally Smith, "Do Workers Benefit from Ethical Trade? Assessing Codes of Labour Practice in Global Production Systems", **Third World Quarterly**, Vol. 28, No. 4, 2007, s:714
[81] Stephanie Barrientos, Sally Smith, a.e., s:717

Worldwide" ve "Worker Rights Consortium" olarak sıralayabiliriz. Şüphesiz ki, bu kuruluşların medya ile işbirliği içinde yaptıkları çalışmalar, kampanyalar, boykotlar vs., toplum vicdanını harekete geçirmekte ve halkın bilinçlenerek ürün satın alma kriterleri arasında etik ticaret konusunu da eklemelerine neden olmaktadır.[82]

2.4.3 Sendikalar

Etik ticaret çalışmalarında sendikalara da önemli görevler düşmektedir. Büyük firmaların tedarikçilerin bulunduğu ülkelerdeki yerel sendikalar, o tedarikçilerde çalışan işçilerin sözcüsü olarak problemlerin çözümünde fabrika yönetimleri ile pazarlık yapma gücüne sahiptir. Ayrıca biliyoruz ki, birçok tedarikçi fabrikada işçilerin sendikalaşma hakkı konusunda ciddi problemler yaşanabilmektedir ve birçok işçi sendika tarafından temsil edilmemektedir. Bu durumlarda, çalışanların sorunlarının çözümü, sivil toplum kuruluşlarıyla sendikaların ortak çalışması ile olmaktadır.[83] Ancak bunun önünde de bazı yasal engeller vardır. Örneğin, Güney Kore'deki iş kanunları örgütlenme ve grev hakkı konusunda birçok sınırlama getirmektedir.[84]

Sendikaların bir diğer görevi de, davranış kurallarının oluşturulmasında, standartların geliştirilmesinde uluslar arası sendika temsilcilerinin de aktif olarak çalışmasıdır.

2.4.4 Devletler Ve Yerel Hükümetler

Kanun koyucu ve uygulayıcı özellikleriyle yerel hükümetler de, firmaların sosyal sorumluluk çalışmalarında önemli rol oynamaktadır. Her ülkenin kendi kanunları vardır ve bunların uygulanmasından o ülkeler sorumludurlar. Her ne kadar İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ve Uluslar Arası Çalışma Örgütü Temel Sözleşmeleri gibi uluslar arası kanunlar olsa da, özellikle gelişmekte olan bazı ülkelerde henüz

---

[82] Richard Welford, Peter Hills, "**Global Practices of Corporate Social Responsibility: Chapter-9 People's Republic Of China**", Ed. S. O. Idowu & W. L. Filho, Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2009, s:146

[83] Angela Hale, "Beyond The Barriers: New Forms Of Labour Internationalism", **Development in Practice**,Vol. 14, No. 1 & 2, February 2004, s:159

[84] National Research Council Staff, "**Monitoring International Labor Standards: Techniques and Sources of Information**", Washington, DC, USA: National Academies Press, 2004. s: 111

çalışanların haklarını tam olarak koruyacak kanunlar geliştirilmemiştir ya da birçok üretici ülkede olduğu gibi, yerel hükümetler tarafından fabrikalar üzerindeki kanunların uygulaması gevşektir.[85] Bu durumda çok sıkı kanunlar olsa da, denetimlerin yeterince yapılmaması ya da yaptırımların yeterli olmaması nedeniyle fabrikalardaki kötü çalışma koşulları riski artmaktadır.

Ayrıca kötü çalışma koşullarında üretildiği iddia edilen ürünlerin satıldığı Batılı devletlerde de, yerel hükümetler, perakendecilerle, sivil toplum kuruluşlarıyla, sendikalarla yapılan ortak çalışmalara katılmakta, hatta bazen bu çalışmaları finanse etmektedir.

2.4.5 Tüketiciler

Tüketiciler, satılan ürünlerin nihai kullanıcısı olarak bütün bu bahsedilen etik ticaret çalışmalarının nihai amacıdır. Firmalar ürünlerini satarken, bu ürünlerin adil ve sağlıklı çalışma koşulları altında, sömürüden uzak olarak üretildiğine dair müşteriyi ikna etmek durumundadır. Çünkü, bilinçlenmenin ve toplumsal ilginin oluştuğu toplumları, aynı zamanda tüketicileri de barındırmaktadır.

Yani toplumu oluşturan bilinçli tüketici sayısı arttığı müddetçe, etik ticaret konusu da firmaların gündeminde daha çok yer işgal etmek zorunda kalacaktır.[86]

2.4.6 Çeşitli Kuruluşlar

Etik ticaret konusunda firmalara yol göstermek ve kontrol altında tutmak, standartlar belirlemek, denetimler yapmak veya denetimlerin çerçevesini çizmek, ortak çalışma ve bilgi alışverişi sağlamak gibi amaçlarla kurulan çoğunlukla kar amacı gütmeyen kuruluşlar vardır. Bunların çoğunda amaç ortak standartlar belirlemek ve birlikte hareket etmektir. Bu kuruluşların belli başlılarına yakından incelersek:[87]

---

[85] Laura Alberada, a.g.e., s:432
[86] Peter Waterman, "**Place, Space And New Labour Internationalisms**", Blackwell, 2001, s:208
[87] Roseann Casey, "Meaningful Change: Raising the Bar in Supply Chain Workplace Standards.", **Corporate Social Responsibility Initiative**, 2006, Working Paper No:29, s:7-10

- ***Ethical Trade Initiative(ETI):*** Etik Ticaret İnisiyatifi, firmaların, sivil toplum kuruluşlarının ve sendikaların üyeliğine dayanan; bu grupların ortak çalışması ile geniş bir endüstri alanında işçi hakları konularındaki iyi uygulamaların belirlenmesi ve geliştirilmesi ve davranış kurallarının uygulanması sağlayan bir kuruluştur. ETI, kendi davranış kurallarını belirlemiştir ve üye firmalar bağımsız denetimler ve düzenli raporlama ile tedarik zincirlerinde bu kuralların uygulanacağını taahhüt etmektedirler. ETI çalışma alanlarında iyi uygulamaları teşvik ederken, firmaları, fabrikaları ya da markları akredite eden veya sertifikalandıran bir kuruluş değildir.

- ***Fair Labour Association (FLA):*** FLA, firmaların, markaların, sivil toplum kuruluşlarının, sendikaların ve üniversitelerin kaynaklarını ve uzmanlıklarını bir araya getirerek uluslar arası çalışma standartlarını desteklemekte ve dünya çapında çalışma koşullarının iyileştirilmesi için çalışmaktadır. FLA, bağımsız dış denetçiler seçer, akredite eder ve kiralar, bu denetçilerle dünya genelindeki fabrikalarda habersiz bağımsız dış denetim yapar. Firmalar tedarikçi fabrikaları izlemek ve FLA'ya dış denetim için bildirmek zorundadır. FLA, her üye firmanın küresel uygunluk durumuyla ilgili web sitesinde yıllık rapor yayınlar. Buna ek olarak her fabrika denetimlerindeki bulgularla ilgili ve yapılan düzeltici faaliyetlerle ilgili detaylı bilgiler verilir.

- ***The International Council of Toy Industries (ICTI):*** 18 ulusal oyuncak birliği üyesi olan bu kuruluş, oyuncak sanayine özgü ICTI CARE programını oluşturmuştur. Aslında 30 yıldır var olan bu kuruluş, geçtiğimiz yıllarda CARE (Önemseme, Farkındalık, Sorumluluk, Etik) programını ve kendi davranış kurallarını geliştirmiştir. CARE sosyal uygunluk programı, özellikle hazır giyim ve ayakkabı sektöründeki girişimlerde bu konuda alınan derslerden faydalanarak oluşturulmuştur.

- ***The Electronics Indusrty Code of Conduct (EICC):*** Celestica, Dell, Flextronics, HP, IBM, Jabil, Sanmina SCI ve Solectron'dan oluşan elektronik sektörünün 8 firmasının bir araya gelmesiyle 2004 yılında oluşturulmuştur. Yoğun bir kıyaslama (benchmarking) çalışması sonucunda mevcut olan davranış kurallarından, standartlardan ve prensiplerden yola çıkılarak ve diğer sektörlerden (özellikle hazır

giyim ve ayakkabı) alınan dersler ve örnekler ile HP'nin önderliğinde oluşturulmuştur. EICC, bilgi ve iletişim teknolojileri endüstrisi firmalar için gönüllü bir çalışmadır ve EICC uygulama grubuna üye olarak firmalar bu davranış kurallarının tedarik zincirlerinde uygulanmasını taahhüt ederler.

- ***Social Accountability International (SAI):*** SAI, kar amacı gütmeyen uluslar arası bir insan hakları örgütüdür. SAI tarafından oluşturulan SA8000, yukarıda bahsedilenlerden daha farklı olarak bir standart ve yönetim sistemidir. SAI, sendikalardan, iş dünyasından ve kar amacı gütmeyen sektörlerden kilit paydaşları bir araya getirerek gönüllülük esasına dayanan bu standardı oluşturur. SAI dünya üzerinde standardın anlaşılması ve uygulanması için işçileri ve fabrika yönetimlerini eğitir ve uygunluk kontrol edilmesi için bağımsız denetim şirketlerini akredite eder. SAI'den akredite olmuş denetçiler, süreç ve performans açısından fabrikaları değerlendirir ve sertifikalandırır.

- ***Worldwide Responsible Apparel Production (WRAP):*** WRAP American Apparel Footwear Association (AAFA)'dan doğmuş bir girişimdir. Üyeleri dünya üzerindeki giyim sektörü birlikleridir. WRAP de, WRAP prensipleri adı altında kendi davranış kurallarını yayınlamıştır ve üçüncü taraf bağımsız denetimlere fabrikaları sertifikalandırmaktadır.

Bunlar dışında son zamanlarda etkin olan bir kuruluş da BSCI (Business Social Compliance Initiative)'dır. BSCI resmi web sitesinde şu açıklama yapılmıştır:

"Tutarlılık ve harmonizasyon sağlamak amacıyla, Brüksel merkezli Dış Ticaret Birliği (Foreign Trade Association - FTA) 2002'de, çeşitli Avrupa şirketlerinin davranış kuralları ve denetleme sistemlerini bir araya getiren ve "sosyal uygunluk için ortak Avrupa izleme sistemi" zemin hazırlayan bir ortak platform oluşturmaya başladı. 2002 ve 2003'te perakende şirketleri ve birlikleri böyle bir sistemin ana hatlarını belirlemek için birçok atölye çalışması yaptılar. Mart 2003'te Dış Ticaret Birliği resmi olarak , BSCI'ı kurdu. Şirketlerden ve birliklerden elde edilen deneyimler ve know-how BSCI'ın yaklaşımının ve yönetim sisteminin

geliştirilmesinde köşe taşı oldu. 2004 baharında geliştirme devresi tamamlandı ve sistem dünya genelinde uygulanmaya başlandı."[88]

BSCI genel olarak perakende sektörü içindir, Avrupa'daki tüketici ürünleri ithalatçılarına ve üreticilerine de açıktır. Bugün, Hollandalı, Alman, İsveçli, İsviçreli ve Fin perakendeci ve markalar BSCI'da egemendirler. Bunlara İsveç' ten Lindex ve Kappahl, İsviçre'den Migros, Hollanda'dan Ahold ve Vendex, Almanya'dan Karstadt, Quelle, Metro ve Otto dahildir.[89]

Ancak diğer bahsettiğimiz kuruluşların aksine bu sistemin sivil toplum örgütleri gibi paydaşları içine dahil etmeyerek, perakendecilerin kendisi tarafından başlatılmış olması, BSCI güvenilirliği hakkında eleştirileri de beraberinde getirdi. Özellikle bahsedilen Dış Ticaret Birliği'nin serbest ticaretin güçlü savunucularından olması bu eleştirileri güçlendirmiştir.[90]

Bu saydıklarımız, sadece dünya üzerinde çokça kabul gören organizasyonlar ve girişimlerdir. Temelde aynı amaç için kurulan bu kuruluşlar, gerek kuruldukları ülke dolayısıyla, gerekse ilgilendikleri sektör dolayısıyla farklı firmalar tarafından tercih edilmektedir. Firmalar/markalar etik kurallara uygunluklarını göstermek için bu kuruluşlara üye olmakta, kurulum aşamasında aktif olarak görev almakta, bazen de sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında bunlardan birkaçına birden üye olabilmektedirler.

---

[88] "The Creation of the BSCI", (çevrimiçi) http://www.bsci-eu.org/index.php?id=2011, 11 Kasım 2009

[89] "What is the BSCI and How Does It Measure Up", **CCC Newsletter** 21, May 2006, (çevrimiçi) http://www.cleanclothes.org/component/content/article/393, 11 Kasım 2009

[90] Niklas Egels-Zanden, Evelina Wahlqvist, "Post-Partnership Strategies for Defining Corporate Responsibility: The Business Social Compliance Initiative", **Journal of Business Ethics** (2007) 70, s:181-182

2.5 ETİK TİCARET İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR

2.5.1 Standartların Geliştirilmesi

Levi's örneğinde olduğu gibi standartların geliştirilmesi, etik ticaret ve sosyal sorumluluk çalışmalarının ilk aşamasını oluşturmaktadır. Firmalar tedarik zincirlerindeki sosyal açıdan uygunsuzlukları belirlemek ve buna karşı tedbir olmak için önce sosyal uygunluk şartları ve kabul kriterlerinin ne olduğunu belirlemeleri gerekmektedir. Öncelikli olarak şartlar belirlenmeli ve daha sonra bir yol haritası çizilmelidir.

İşte Türkçe'de "davranış kuralları", "etik kuralları" vb. ifadelerle anılan "code of conduct", firmaların etik ticaret anlayışı kapsamında olmazsa olmaz kurallarının sıralandığı prensipler bütünüdür. Her işletme kendine özgü davranış kuralları oluşturabildiği gibi, daha önce firmalar bir araya gelerek ortak girişimlerle ortak bir davranış kuralı belirleyebilmekte ya da tamamen firmalardan bağımsız özel girişimlerin belirlediği standartları kabul edebilmektedirler.

Bu davranış kurallarının yayılması çok hızlıdır. Uluslar arası Çalışma Örgütü tarafından yakın zamanda yapılan bir ankette 22 sanayi ve hizmet sektöründe çalışma koşulları ile ilgili 200'ün üzerinde davranış kuralı olduğu görülmüştür. Bunların çoğu hazır giyim gibi tüketici ürünleriyle doğrudan ilişkili firmalara aittir. Anket, içerik ve uygulamada geniş farklılıklar ortaya çıkarmıştır. Davranış kurallarının içinde, işçi sağlığı ve iş güvenliği konusu en çok ele alınan konu olurken; sendikalaşma özgürlüğü ve hakkı sadece %15'inde yer almaktadır.[91]

Paydaş baskısı ve tüketici kampanyaları ile firmalar direkt olarak hedef alınmakta ve insan hakları ihlallerine ve çevre kirliliğine karşı taahhütlerini göstermek ve faaliyette bulunmak için zorlanmaktadırlar. Sosyal sorumluluğu ifade etmek ve

[91] Angela Hale, Linda M. Shaw, "Women Workers and the Promise of Ethical Trade in the Globalised Garment Industry: A Serious Beginning?", a.g.e, s:513

uygulamak için en sık kullanılan yol, şirketlerin davranış kuralları belirlemesidir. Fakat, sorunu ne kadar etkili bir şekilde ele almaktadırlar?[92]

Etik ticaret hareketindeki bir diğer çelişki ise, temelde işçi haklarıyla ilgili olmasına rağmen, işçiler sürece dahil edilmemektedir. Davranış kuralları, işçiler ile işverenler arasında tartışılmadan tepede inme yöntemle firmalar tarafından ortaya çıkarılmaktadır. Bazı durumlarda sivil toplum kuruluşlarına ve sendika temsilcilerine danışılmaktadır, ancak bunlar genelde asıl üretimin yapıldığı yerdeki değil, firmanın yerleşik olduğu ülkedeki sivil toplum kuruluşları ve sendikalar olmaktadır. Kısacası, davranış kuralları işçiler adına onların bilgisi ve onayı olmadan oluşturulmaktadır. Basit olarak işçilerin bu girişimleri kendi yararına olarak görmeleri beklenmektedir.[93]

2.5.2 Denetimler

Gıda endüstrisindeki düzenlemeler dahil olmak üzere, kamu ve özel sektör yönetiminin her alanında yaygın olarak kullanılan denetim (auditing) şu an itibariyle iyi bir şekilde dokümante edilmektedir. Etik ticaret dünyasında da, üretim alanlarındaki çalışma koşullarının uygunluğunu izlemek amacıyla sosyal denetim teknikleri firmalar tarafından benimsenmiştir.[94]

Elbetteki standartlar geliştirildikten ve bunlar uygulamaya geçirildikten sonra, yukarıda da bahsedilen etkinlik sorusuna cevap olarak denetim ihtiyacı doğmuştur. Firmaların sosyal uygunluk açısından değerlendirilmesi için yapılan bu denetimlere kısaca sosyal denetim denilmektedir.

Burada da iki yöntem karşımıza çıkmaktadır. Firmalar ya kendi bünyelerinde oluşturdukları sosyal uygunluk departmanları ile ve istihdam ettikleri denetçiler ile

---

[92]Ans Kolk, Rob Van Tulder, "The Effectiveness of Selfregulation: Corporate Codes of Conduct and Child Labour," **European Management Journal** Vol. 20, No. 3, s: 260
[93]Angela Hale, "What Hope for Ethical Trade in Globalised Garment Industry?", **Antipode**, 32:4, 2000, s:354
[94]Alex Hughes, a.g.e., s:1012-1013

üretim yerlerini kendileri denetlemektedir. Ya da denetim işlemi için üçüncü taraf bağımsız denetim şirketleri kullanılmaktadır.

Örneğin, GAP bahsettiğimiz ilk yönteme güzel bir örnek oluşturmaktadır. Aralık 2002'de GAP, tedarikçi uygunluk takımı olarak 50 ülkedeki 2400 fabrikadan sorumlu olacak 90 personel istihdam etmiştir. Her bir tedarikçi ön değerlendirmeye tabi tutularak, GAP davranış kuralları ve standartları kendilerine tanıtılmış ve bu standartlar doğrultusunda incelenmiştir.[95]

BVQI, ITS ve SGS ise küresel operasyonları ve ofisleri ile en büyük 3 denetim şirketi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu firmalar denetim faaliyetlerinin yanı sıra, bünyelerindeki tecrübeli denetçileri ile perakendeciler için eğitim programları da düzenlemektedir.[96]

Bunun dışında, etik ticaret konusuyla ilgili kurulmuş sivil toplum örgütleri de, üretim yapılan fabrikalarda denetimler gerçekleştirilmektedir. Örneğin yukarıda bahsedilen FLA, kendisine üye olan firmaların dünyanın çeşitli yerlerindeki tedarikçilerinde rasgele ve habersiz denetimler gerçekleştirip, sonuçları web sitesi aracılığıyla duyurulmaktadır.

Denetimlerin başlangıç aşamasında tedarikçinin yönetim kadrosuyla kısa bir toplantının yapılır. Bu toplantı ile denetim planı açıklanır, zaman çizelgesi ve işçi görüşmeleri üzerine anlaşılır. Bir denetim, en azından şu dört unsurdan meydana gelir:[97]

- Objektif ve ölçülebilir kayıtlar ile bilgi toplanması ve doğrulanması
- Fabrika turu ile çalışma koşullarının, atık bertaraf metotlarının, sağlık ve güvenlik standartlarının incelenmesi
- Kilit görevdeki personelle (özellikle sendika temsilcileri ile) görüşmeler

[95] Dale Neef, a.g.e, s:214
[96] Alex Hughes, a.g.e., s:1014
[97] Dale Neef, a.g.e, s:203-204

- Yönetimin bulunmadığı bir ortamda işçilerle görüşmeler

Elbette bu denetimlerin ne denli sorunları ortaya çıkararak çözümüne katkıda bulunduğu da ayrı bir tartışma konusudur. Öncelikle denetimlerde baz alınan firmaların davranış kuralları uygulamalarının yeterlilikleri tartışmaya açıktır. Firmaların davranış kurallarının incelendiğinde, birçoğunun özellikle işçilerin birleşme ve toplu sözleşme hakları ve cinsiyete bağlı konularda içerik ve kapsam olarak zayıf kaldığını görmekteyiz.[98]

Yeni oluşan sosyal denetim sektörünce veya firmaların kendisi tarafından yapılan kontrollerin de yöntem açısından yetersiz kaldığı bildirilmektedir. Denetçiler işçileri ve işçi organizasyonlarını çok fazla sürece dahil etmeyerek yoğun olarak fabrika yönetiminden aldıkları bilgilere göre hareket etmektedir. Ayrıca denetçiler işçi sağlığı ve iş güvenliği, çalışma saatleri gibi daha gözle görülür konulara odaklanırken, ayrımcılık gibi gizli saklı konulara denetimlerde önem verilmemektedir.[99]

2.5.3 Raporlama

Denetimler sonucunda elde edilen bilgiler rapor haline getirilir. Etik ticaret zincirinde esas olan şeffaflıktır. Bu yüzden, tedarikçilerinin davranışları baz alınarak firmaların faaliyetlerinin ve etik performansının raporlanması etik ticaret zinciri oluşturmada temel teşkil eder. Aslında bir firmanın sosyal ve çevresel faaliyetlerini raporlaması; inandırıcı sürdürülebilirlik raporları ile firmanın kendi çabalarını ve başarılarını en iyi şekilde açıklayabilmesi açısından önemlidir.[100]

Görmekteyiz ki, sivil toplum kuruluşları, yatırımcılar, tüketiciler ve hükümetlerin baskıları da dikkate alarak bu gibi sosyal ve çevresel raporlar yayınlayan firma sayısı 2500'ün üzerindedir. Neredeyse dünyanın en büyük şirketlerinin yarısı (Global

[98] Stephanie Barrientos, Sally Smith, a.g.e., s:715
[99] Stephanie Barrientos, Sally Smith, a.e., s:716
[100] Dale Neef, a.g.e, s:225

Fortune 100 şirketleri arasında) bu tür sosyal raporlar, çevre veya sürdürülebilirlik raporları yayınlamaktadır ki, sadece İngiltere'de rapor yayınlayan şirket sayısı 2001'de 18 şirket iken, 2002'de bu sayı 50'ye çıkmıştır.[101]

2.5.4 Düzeltici Ve Önleyici Faaliyetlerin Yapılması

Sosyal uygunluk programları kapsamında yapılan denetimler ve raporlama, sürecinin veri toplama aşamasıdır. Bundan sonra yapılması gerekenler elde edilen verilerin değerlendirilmesi ve uygun faaliyetlerin gerçekleştirilmesidir. Çoğu sosyal uygunluk programının amaçları arasında şunlar vardır:[102]

- Uygunsuzlukların ve bunların altında yatan sebeplerin tespit edilmesi
- Düzeltici faaliyetlerin yapılması
- Belirlenen davranış kurallarına ve uluslar arası kanunlara uygunluk açısından fabrikalarla işbirliği yapılması

Sosyal uygunluk programlarında, tedarikçilerden bulunan uygunsuzluklarla ilgili bir zaman dilimini içeren düzeltici faaliyet planı geliştirmeleri ve uygulamaları istenir. Eğer bir tedarikçi bu planı uygulamazsa veya sorunların çözümünde iyi niyetli davranmazsa, alıcı-tedarikçi ilişkisi sona erdirilir ki, bu da fabrikanın kapanması ya da iş kaybetmesi anlamına gelir. Tedarikçiler uygunsuzlukların çözümünde başarısızlık ve isteksizlik göstermediği takdirde, sosyal uygunluk programlarının amacı alıcı-tedarikçi ilişkilerinin kesilmesi veya sonlandırılması değildir. Ancak uygunsuzluklar ele alınmazsa, tedarikçi doğal bir risk ve işbirliği açısından kabul edilemez bir durum teşkil eder.[103]

Belirlenen davranış kurallarının bir çoğu; fabrikalarla, iyileştirme ve kapasite geliştirme gibi faaliyetleri de içine alan sürekli bir işbirliği kurulmasıyla ilgili maddeler içermektedir. Ancak bu noktada maliyetleri kimin karşılayacağı konusu

---

[101] Dale Neef, a.e, s:226
[102] Roseann Casey, a.g.e., s:2
[103] Roseann Casey, a.e., s:3

cevapsız kalmaktadır. Birçok tedarikçi ve marka; tedarik zinciri içindeki, yeterli finansal ve yönetsel kaynağı bulunmayan fabrikaların çalışmalarını ve iyi niyetini desteklemek ve bir momentum yakalamak adına sürece başlama noktasında çeşitli yatırımlar yapılması konusunda hemfikirdir.[104]

Etik Ticaret İnisiyatifi tarafından yapılan bir çalışmada, üye firmaların tedarikçilerinde Etik Ticaret İnisiyatifi davranış kurallarının hemen hemen her maddesine dair uygunsuzluk bulduklarını göstermiştir. İyi haber ise, bulunan 2472 uygunsuzluğun hemen hemen yarısına yakını (1144 tanesi) düzeltici faaliyetlerle çözülmüştür. %62 ile işçi sağlığı ve iş güvenliği konusu bu uygunsuzluklar arasında başı çekerken, bunu %15 ile ücretlerle ilgili konular ve %10 ile aşırı çalışma saatleri konusu izlemektedir. İlginç olan nokta ise medyanın yoğun bir şekilde ilgi göstermesine ve dikkat çekmesine karşılık, çocuk işçiliği, bütün uygunsuzluklar arasında sadece %1 oranında temsil edilmiştir.[105]

Etik Ticaret İnisiyatifi, işçi sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili uygunsuzlukların en zor çözülen uygunsuzluklar olduğunu tespit etmiştir. Bu konudaki uygunsuzlukların neredeyse yarısı, yani 599 uygunsuzluk 2. denetimde çözülememiştir. Buna karşılık 2. denetimlerde sadece 5 tane cocuk işçilik ile ilgili uygunsuzluk çözülmemiş olarak kalmıştır. Elbette ki, çocuk işçinin iş yerinden uzaklaştırılması, iş güvenliğiyle açısından tehlikeli işlem ve politikaların değiştirilmesinden daha kolay olacaktır.[106]

Aslında burada ölçülebilirlik kavramı devreye girmektedir. Çünkü insan hakları ve işçi hakları unsurlarından bazıları (kötü muamele veya ayrımcılık gibi) diğerlerine nazaran tutarlı ve belirlenebilir metrikler içermeyebilir. Bu durumda bazı noktalarda uygunsuzluk yok, yada kolay çözümlendi şeklinde görülürken, aslında soruna hiç ulaşılmamış olunabilir.[107]

---

[104] Roseann Casey, a.e., s:3
[105] Dale Neef, a.g.e, s:214
[106] Dale Neef, a.e, s:214
[107] Roseann Casey, a.g.e., s:3

2.5.5 Üreticilere Yaptırımlar

Bir araştırmada, tedarik zincirlerinde kurumsal sosyal sorumluluk konusunu ele alan birçok Amerikan hazır giyim firmasının davranış kuralları incelenmiştir. Tedarikçilerin uygunsuzlukları durumunda, en çok rastlanan zorlayıcı uygulamanın tedarikçileri uygunsuzluk hakkında uyarmak ve onlara düzeltici faaliyette bulunmak için fırsat vermek olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, devam eden uygunsuzluklar genellikle siparişlerin kesilmesi şeklinde sonuçlanmakta, bunu da ticari ilişkinin tamamen kesilmesi izlemektedir. Etik Ticaret İnisiyatifi de, çalışma koşulları kurallarını ısrarla ihlal eden tedarikçilerle ticari ilişkilerin sonlandırılmasını tavsiye etmektedir. Kanıtlar, kurumsal sosyal sorumluluk konularını ele almakta yeterli kaynağı bulunmayan ve özellikle perakendecilerin geniş tedarikçi havuzunda pazarlık etme gücü zayıf olan KOBİ'ler için bir perakendecinin tedarikçi veritabanından silinmenin ciddi tehdit oluşturduğunu göstermiştir. Dünya çapında 3000'nin üzerinde mağazası ve yaklaşık 2000 küresel tedarikçisi bulunan GAP, 2006 yılında 23 tedarikçiyle davranış kuralları uygunsuzlukları nedeniyle ticari ilişkisini sonlandırmıştır. 180'den fazla mağazası olan indirim marketi Primark da, BBC'nin zor nakış ve pul işleme işleri yapan çocuk ev işçisi haberinden sonra 3 Hindistan tedarikçisiyle aynı yıl ticaret yapmayı kesmiştir.[108]

Etik ticaret anlayışını ileri götürüp küresel sosyal fayda sağlama amacına ulaşmak isteniyorsa, ticari faaliyetin hemen kesilmesi doğru bir yaklaşım olmamaktadır. Çünkü ticari ilişkisi kesilen tedarikçi üzerinde artık herhangi bir kontrol mekanizması kalmamakta ve dolayısıyla aynı kötü uygulamalar devam etmektedir. Tedarikçi de, etik ticaret şartları olmayan başka müşterilerle çalışarak aynı şartlarda üretime devam etmektedir. Bu durumda, bu şartları ortaya kayan perakendeciler ve markalar, ellerini taşın altına koyarak, tedarikçi fabrikalardaki şartların düzeltilmesi için tedarikçilerle ortak çalışmalar yapmalıdır.

---

[108] Patsy Perry, Neil Towers, a.g.e., s:379

2.5.6 Bilgi Paylaşımı

Sivil kuruluşlar, dernekler veya sendikalar dışında tedarikçilerin performanslarıyla ilgili yapılan denetimlerin sonuçları genellikle gizli tutulmaktadır. Çünkü firmalar denetimleri kendi tedarikçilerine kendi standartları doğrultusunda yapmaktadır ve firmalar, ticari sır gerekçesiyle tedarikçilerini açıklamak istememektedir.[109]

Bununla birlikte, özellikle birbirine çok yakın ya da aynı davranış kurallarını benimseyen firmalar, ürün grupları ve fiyat politikaları doğrultusunda dünya üzerinde aynı tedarikçilerle çalışabilmektedirler. Bu durumda tedarikçiler aynı ya da benzer davranış kuralları üzerinden farklı müşteriler adına birçok kez denetlenmek durumunda kalmaktadır. Bu durum hem zaman hem de maliyet açısından ciddi bir kayıptır. Bunun önüne geçmek için dünya üzerinde bilgi paylaşımı siteleri devreye girmiştir.[110]

Bu sitelerinin en ünlülerinden biri Sedex (Tedarikçi Etik Bilgi Değişimi - Supplier Ethical Data Exchange)'tir. Sedex 2001 yılında İngiliz perakendeciler ve onların ilk sıradaki tedarikçileri tarafından kurulmuştur. Sedex hem üye firmalar için bir etik denetim metodolojisi hazırlamakta hem de denetimlerin sonuçların yayınlanabileceği ve iyileştirmelerin takip edilebileceği bir veri tabanı olarak çalışmaktadır.

Sedex'in web sitesinde şöyle denilmektedir: "Amacımız, öz-değerlendirme (self-assessment) raporları, denetim raporları ve düzeltici faaliyet raporları ve durumları gibi etik bilgilerin depolandığı ve paylaşıldığı güvenli bir veritabanını firmalara sağlamaktadır."[111]

---

[109] Roseann Casey, a.g.e., s:3

[110] Alex Hughes, Neil Wrigley, Martin Buttle, "Global Production Networks, Ethical Campaigning, and the Embeddedness of Responsible Governance", **Journal of Economic Geography** 8 (2008) s:360

[111] "How Sedex Fıts In", (çevrimiçi) http://www.sedex.org.uk/sedex/go.asp?u=/WebSite/Home&pm=6&location=Hsedex, 11 Kasım 2009

2.6 ETİK TİCARET İNİSİYATİFİ TEMEL KURALLARI

İngiltere hükümeti tarafından finanse edilen bir proje olan Etik Ticaret İnisiyatifi ya da Etik Ticaret Girişimi kısaca ETI, 1998 yılında kurulmuş olup şu anda üyesi olan 50'den fazla firma (süpermarketler, perakendeciler, mağazalar, satınalma şirketleri), çeşitli sendika grupları ve 15 sivil toplum kuruluşunun ortak çalışmasıyla işlemektedir. Şu anda toplam cirosu 107 Milyar Paundu geçmekte olan üye firmaları ile, etik ticaret girişimleri arasında hatırı sayılır bir yeri vardır.

ETI kendisini şu şekilde tanımlamaktadır: "Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI), firmaların, sendikaların ve gönüllü organizasyonların çığır açan birlikteliğidir. Biz ortak çalışma ile, tüketim malları (çaydan tişörte, çiçekten futbol topuna) üreten veya yetiştiren dünya üzerindeki işçilerin yaşam koşullarını iyileştirmek için çalışıyoruz."[112]

"Vizyonumuz, işçilerin sömürü ve ayrımcılıktan uzak olarak özgür, güvenli ve eşit koşullarda çalıştığı bir dünyadır. Bu yıl, firma olan üyelerimizin etik ticaret çalışmaları 8.6 milyonun üzerinde işçinin hayatını etkilemiştir."[113]

ETI, anlaşıldığı gibi, birçok farklı paydaşın katılımıyla oluşturulmuş İngiltere tabanlı bir girişimdir. ETI, üyelerinin katılımı ve ortak çalışması ile "Temel Kurallar (Base Code)" hazırlamış ve yayınlamıştır. Üye şirketler (Listesi Ek-III'te verilmiştir) bu temel kuralları benimserler ve tedarik zincirlerinin bu kurallara uygun olmasından sorumludurlar.

Diğer birçok davranış kurallarından farklı olarak, ETI özellikle üye şirketlerin tedarikçilerindeki kötü çalışma koşullarından dolayı itibarlarının riske girmesini korumaya odaklanmıştır. ETI Temel Kuralları; üye firmaların, çalışma ve istihdam standartlarıyla ilgili uluslar arası kabul görmüş kuralları incelemesini gerektirir.

---

[112] "About ETI", (çevrimiçi) http://www.ethicaltrade.org/about-eti, 17 Ağustos 2009
[113] "About ETI", (çevrimiçi) http://www.ethicaltrade.org/about-eti, 17 Ağustos 2009

ETI Temel Kuralları şu şekildedir:[114]

- İstihdam isteğe bağlıdır.

- Zor kullanılamaz, angarya veya mecburi çalışma yoktur.
- Çalışanlardan işverenlerine "teminat" vermeleri veya kimlik belgelerini işverenlerine teslim etmeleri beklenemez ve çalışanlar, makul bir süre öncesinden bildirimde bulunmak kaydı ile işi bırakma hakkına sahiptirler.

- Sendika kurma ve toplu sözleşme hakkına saygı duyulur

- Çalışanlar, herhangi bir ayrım olmaksızın, kendi seçimlerine bağlı olarak sendika kurma, kurulan sendikalara katılma ve toplu sözleşme yapma hakkına sahiptir.
- İşveren, sendikalar ve bunların örgütsel etkinliklerine karşı dürüst bir yaklaşım sergiler.
- Çalışanların temsilcileri ayrımcılığa maruz bırakılamaz ve işyerinde temsilcilik işlevlerini serbestçe yerine getirirler.
- Toplantı özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkının yasalarla sınırlandırıldığı durumlarda, işveren, bağımsız ve hür gruplar oluşturma ve sözleşme yapma konusunda paralel ortamların gelişimini kolaylaştırır, bunları engellemez.

- Çalışma ortamı güvenli ve sağlığa uygun olmalıdır.

- Sektör ve ilişkili tehlikeleri konusunda mevcut bilgiler göz önüne alınarak güvenli ve sağlığa uygun bir çalışma ortamı sağlanır. Çalışma alanında olası tehlike oluşumlarını mümkün olduğu ölçüde en aza indirmek suretiyle, çalışmalardan kaynaklanan, bağlantılı veya çalışmalar sırasında meydana gelebilecek her türlü kaza ve yaralanmaların engellenmesi için uygun önlemler alınır.
- Çalışanlar, düzenli olarak ve kayda geçirilmesi şartıyla sağlık ve güvenlik konularında eğitime tabi tutulurlar ve söz konusu eğitim, yeni veya görev değişikliğine tabi çalışanlar için tekrarlanır.

---

[114] "ETI Base Code", (çevrimiçi) http://www.ethicaltrade.org/resources/key-eti-resources/eti-base-code, 17 Ağustos 2009

- Temiz tuvalet ve sağlıklı içme suyu, ayrıca gerekli ise, gıdaların saklanması için sağlığa uygun araç gereç sağlanır.
- Varsa, barınma, temiz ve güvenli olmalıdır ve çalışanların temel ihtiyaçlarına cevap verebilmelidir.
- Yasaya uygun davranan şirket, sağlık ve güvenlik konularının sorumluluğunu üst yönetimden bir temsilciye vermekle yükümlüdür.

- Çocuk işçi çalıştırılamaz.

- Yeni çocuk işçi alınmayacaktır. (Bu madde ile firmalardan çocuk emeği çalıştırılmaması yönünde tedbir almaları istenmektedir. Ancak firmalarda çocuk işçi çalıştırıldığının tespit edilmesi durumunda, çözüm sadece bu kişileri işten çıkartmak değil; o kişinin eğitim ihtiyaçlarının ve maddi imkanların karşılanması konusunda duruma göre gerekli çalışmaları yapmak şeklinde olacaktır.)
- Şirketler, istihdam edildiği tespit edilen çocuk işçilerin, *Uygulama Prensipleri* içinde tanımlanan, "çocuk" ve "çocuk işçilerin çalıştırılması" tanımı dahilinde çocukluk yaşları geçinceye kadar kaliteli eğitim almaları ve almaya devam etmelerine geçişi sağlayacak politika ve programları geliştirecek veya bunlara iştirak edecek ve katkıda bulunacaktır.
- Çocuklar ve 18 yaşın altındaki gençler gece veya tehlikeli koşullarda çalıştırılmayacaktır.
- Bu politika ve prosedürler, ilgili ILO (Uluslar arası Çalışma Örgütü) standartlarının hükümlerine uygun olacaktır.

- Yaşam standardına uygun ücret ödenecek

- Standart bir çalışma haftasının karşılığında ödenen ücret ve sosyal yardımlar, minimum düzeyde, hangisi daha yüksekse, ya yasalarla belirlenen ulusal standartlara ya da sektördeki yerleşik kriterlere uygun olacaktır. Her durumda, ücretler, temel ihtiyaçların karşılanması yanında, isteğe bağlı harcamaları da karşılayacak bir düzeyde olmalıdır.
- İşe girmeden önce, ücretleri ve istihdam koşulları hakkında ve ödeme aldıkları her dönemde ise, aldıkları ücretin ayrıntıları yazılı ve kolayca anlaşılabilir bir şekilde bütün çalışanlara verilmelidir.

- Bir disiplin yöntemi olarak veya ilgili çalışanın açık onayı alınmadan ulusal yasalarca öngörülenlerin dışında ücretlerden kesinti yapılamaz. Bütün disiplin uygulamalarının kaydedilmesi gerekir.

- Çalışma saatleri aşırı olamaz.

- Çalışma saatleri, hangisi daha fazla koruma sağlıyorsa, ulusal yasalara ya da olcu olarak alınan sektör standartlarına uygun olmalıdır.
- Her durumda, çalışanlardan sürekli olarak haftada 48 saatten fazla çalışmaları istenemez ve ortalama olarak her 7 günde bir gün tatil olarak verilir. Fazla mesai isteğe bağlı olarak, haftada 12 saati asmayacak, sürekli olarak talep edilmeyecek şekilde düzenlenir ve karşılığı her zaman en yüksek tarife üzerinden ödenir.

- Ayrımcılık yoktur.

- İşe alma, ücretlendirme, eğitim olanakları, terfi konularında ayrımcılık veya ırk, toplumsal sınıf, ulusal köken, din, yaş, maluliyet, cinsiyet, medeni durum, cinsel tercih, sendika üyeliği veya politik ilişkiler temelinde işten çıkarma veya emekliye ayırma söz konusu olamaz.

- Düzenli iş olanağı sağlanır.

- Mümkün olan her durumda, yapılan iş, ulusal yasalar ve uygulamalar ile belirlenmiş bir istihdam ilişkisi temelinde yürütülür.
- Çalışma yasası veya sosyal güvenlik yasaları ve düzenli iş ilişkisinden kaynaklanan düzenlemelere tabi olan işçilere karsı yükümlülüklerden, geçici süreli sözleşmeler, taşeronluk, evden çalışma programları ya da gerçekte beceri kazandırma veya düzenli iş sağlama amacı gütmeyen çıraklık programları ve de belirli süreli iş sözleşmelerinin aşırı kullanımı ile kaçınılamaz .

- Kaba davranış veya insanlık dışı muameleye izin verilemez.

- Fiziksel istismar veya disiplin uygulaması, fiziksel istismar tehdidi, cinsel veya başka türlü taciz ve sözlü istismar ya da öteki yıldırma şekilleri yasaktır.

Bu prensipler temelde SA8000 standardında bulunanlarla aynıdır ve bu iki grup bu konuda, hatta yönetim kurulu üyelerini bile paylaşarak ortak çalışmaktadır. Ancak, arada önemli farklar vardır. SA8000, ISO9000 gibi ISO kalite standartlarının yapısında modellenmiş bir standarttır. Bu demektir ki, akredite olmuş profesyonel üçüncü taraf bir belgelendirme kuruluşu tarafından firmaların belgelendirilmesi gerekir. SA8000, Etik Ticaret İnisiyatifi içinde saklı bulunan prensiplerin uygulanmasındaki yöntemleri sağlar.[115]

Etik Ticaret İnisiyatifi'nin yaklaşımı ise SA8000'den biraz farklıdır ve "pilot program" adı verilen deneysel programlarda tedarikçilerle birlikte çalışarak çalışma koşullarının iyileştirilmesinde yeni yöntemler geliştirmeye odaklanmıştır. Bu rehberlik eden uygulamaların alışverişi sayesinde Etik Ticaret İnisiyatifi üyelerine gerçek değer kazandırdığını ileri sürmektedir.[116]

2.7 TÜRKİYE'DE ETİK TİCARET ANLAYIŞI

Türkiye'de de etik ticaret ve kurumsal sosyal sorumluk kavramlarını yakın zamanlarda sıkça duymaya başladık. Maalesef ki, yeni bir kavram olmasından dolayı bu konuda da kavram karışıklıkları ortaya çıkmaktadır.

Sosyal sorumluluk kavramı sıklıkla hayırseverlik ve sponsorluk kavramlarıyla karışmaktadır. Hayırseverlik hiç kar amacı gütmeden hatta yapılan yardımların bile duyurulmasının istenmediği; sponsorluk, işletmenin olağan çalışmalarının doğrudan bir parçası olmayan ancak işletmenin katılmakla ticari yararlar sağlayabileceği olay ya da etkinliklere para ya da materyal sağlanması anlamına gelmektedir. Sosyal sorumluluk ise ticari hedefler dışında toplumsal fayda sağlamak amacıyla yapılan yatırımları kapsamaktadır.[117]

---

[115] Dale Neef, a.g.e., s:147
[116] Dale Neef., a.e., s:147
[117] Burcu Özçelik, a.g.e., s:13

Aslında BM/AB raporları çokuluslu şirketlerin Türkiye'deki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının olumlu etkisinden söz ederek, "bu şirketlerin tedarikçilerine ve yerel ofislerine pozitif baskı uygulayarak Türk şirketleri için de bir trend oluşturduğunu" söylemektedir. Örneğin, özellikle tekstil sanayinde, tedarik zinciri çalışmaları Türkiye uluslar arası çalışma standartlarının oturtulmasında olumlu etki yapmıştır.[118]

Tedarik zincirleri ve etik ticaret açısından baktığımızda, önce ihracat verilerini incelemek gerekiyor. Araştırma Bölümünde detaylı olarak açıklanacak ihraç rakamları Türkiye'nin hala bir tekstil ülkesi ve ihracatçısı olduğu görülmektedir. Bu yüzden batılı ülkelerdeki perakende devlerinin ve markalarının tedarik zincirlerinde tedarikçi olarak Türkiye de yoğun olarak yer almaktadır.

Düşük işçi maliyetleri ve bol hammadde kaynakları ile tekstil sektörü Türkiye için güçlü bir rekabet avantajı sunmaktadır. Ayrıca tekstil sanayi, ülkenin önde gelen sanayi koludur ve sektör özellikle 1980'lerde ihracat-merkezli ekonomik stratejiler ile gelişme göstermiştir. 1980'lerden bugüne tekstil sanayi ulusal kar üzerinde yüksek katkısı vardır.[119] Ayrıca bu sektör kalite konularında da en hassas sektörlerden biridir ki, firmaların büyük çoğunluğu ISO belgesi sahibidir ve üretimdeki insan sağlığına tehlikeli uygulamalardan kaçınılmaktadır.[120]

Başlıca kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, uluslar arası alıcıların çevresel ve sosyal standartlar konusundaki baskıları ile ortaya çıkmıştır. Gelişmekte olan ülkelerdeki çocuk işçilik ve "kötü şartlarda işçi çalıştırılan yer" (sweatshop) konularına dikkatin artmasıyla bu baskı özellikle tekstil sektöründe olmuştur. Alıcılar tarafında olduğu kadar uluslar arası örgütler ve sivil toplum kuruluşları tarafında da bu konuda sektörel uyanış yaşanmıştır.[121]

---

[118] Melsa Ararat, "Turkey in Training for CSR Goal", **Strategic Direction** , Vol. 24 no. 11 2008, s: 21
[119] Ceyhun Göcenoğlu, Işıl Onan, "**Turkey Corporate Social Responsibity Baseline Report**", 2008, Ankara, s: 42
[120] Ceyhun Göcenoğlu, Işıl Onan, a.e., s:42
[121] Ceyhun Göcenoğlu, Işıl Onan, a.e., s:58

Türkiye'deki etik ticaret çalışmalarında uluslar arası gönüllü girişimlerinde ilgisini görmekteyiz. Bunlardan en önemlisi Türkiye'de gerçekleştirilen JO-IN pilot projesidir. Kurumsal Sorumluluk ve İşçi Haklarında Ortak Girişim (The Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers Rights), bilinen adıyla JO-IN, 2003 yılında küresel ekonomideki davranış kurallarının çoğalmasıyla başa çıkmak ve etik ticaret konusunda organizasyonel çabaların tekrarlanması azaltmak için uluslar arası bir girşim olarak kurulmuştur. Stratejisi etik ticarete çok paydaşlı yaklaşımın kullanılmasını baz alır ve 6 çok-paydaşlı insiyatiften (ETI, FLA, WRC, SAI, FWF ve CCC) oluşmuştur. JO-IN, Avrupa Komisyonu, ABD Dışişleri Bakanlığı ve katılımcı örgütlerin üyesi olan bazı özel şirketler tarafından finanse edilmektedir.[122]

6 örgütün temsilcileri 2003 ve 2004 yıllarında toplanarak, genel işbirliği çabasının ("Ortak Girişim") çeşitli yönlerini ortaya koyacak ve test edecek bir "deneme projesi"nin ana hatları üzerinde anlaşmışlardır. 30 aya ve iki test "aşaması"na yayılan bir ilk Proje Tasarımı'nda (2004), ölçülebilir ve somut hedefler geliştirmişlerdir. Türkiye, Deneme Projesinin sahası olarak seçilmiştir. Ortak Girişim'deki örgütlerin, Türkiye'deki Deneme Projesi'nin sonuçlarından faydalanarak, geliştirilen işbirliği modellerini ve edinilen dersleri diğer ülkelere yaymaları öngörülmüştür.[123]

JO-IN Türkiye Pilot Projesi'nde, fabrikaların temel verilerinin ve göstergelerinin değerlendirilmesi sırasında toplanan bilgiler bazı genel sorunlu alanları işaret edilmiştir:[124]

- Bazı yöneticiler arasında örgütlenme özgürlüğüne yönelik negatif bir yaklaşımın olması ve işçilerin bu konuyu tartışmakta tereddüt etmesi

---

[122] Alex Hughes, Martin Buttle, Neil Wrigley, "Organisational Geographies of Corporate Responsibility: a UK–US Comparison of Retailers' Ethical Trading Initiatives", **Journal of Economic Geography** 7 (2007), s: 506

[123] Vic Thorpe, "**Jo-in Türkiye Projesi Nihai Rapor**", Ekim 2005-Aralık 2007, (çevrimiçi) http://www.jo-in.org/tr/report.html, 22 Eylül 2009

[124] Vic Thorpe, a.e., s:21

- Fason imalatçıların, süreklilik gösteren bir üretim zinciri içerisinde, hem firma içinde hem de haricî olarak yoğun olarak kullanılması
- Sosyal değerlendirme ekibine karşı işçilerin yönlendirilmesi (yukarıda bahsedildiği gibi, fabrikalardan birinde işçilere Jo-in'in değerlendirme ekibi ile fabrika dışı görüşme yapmayı reddetmesi yönetim tarafından özellikle söylenmişti)
- Birkaç örnekte aşırı işgücü devrinin olması
- Sosyal güvenlik ödemelerine ilişkin olarak yaygın bir şekilde "çift defter tutma" yoluna gidilmesi
- Düşük ücretlerle ilgili sorunlar
- Buna bağlı olarak birçok örnekte aşırı fazla mesainin görülmesi

Yönetimin sıkça dile getirdiği bir şikayet, marka onaylarının gecikmesinin, son anda yapılan tasarım değişikliklerinin ve fiyat baskısının, bu uyumluluk meselelerini idare etmedeki yetersizliklerini büyük ölçüde etkilemesi ile ilgilidir. Tedarikçilere göre, bir yandan markaların tedarik zincirindeki sosyal uygunluktan sorumlu personeli işçiler için daha yüksek ücret ve minimum fazla mesai talep ederken, diğer yandan aynı markaların satın alma personeli, küresel piyasa rekabetini neden göstererek, giderek artan bir şekilde fiyat baskısı uygulamaktadır.[125]

Bunların yanı sıra, önceki bölümlerde bahsedilen medya haberleri ve sendika temsilcilerinin ve sivil toplum örgütlerinin agresif ve baskıcı tutumları, Türkiye'de de firmaların etik ticaret kurallarına uymasında etkili olmuştur.

Bunların en çarpıcı örneği Deri-İş Sendikası ile Clean Clothes Campaign (CCC) tarafından yürütülen uluslar arası kampanya sonucunda 24 Ağustos 2009'da DESA deri fabrikası ile Deri-İş Sendikası ile bir protokolün imzalanmasıdır. Bu anlaşma dönemine kadar yaklaşık 1 yıllık süreçte CCC tarafından gerek web sitesi aracılığıyla

[125] Vic Thorpe, a.e., s:21

gerekse DESA'nın mağazaları önünde yapılan gösterilerle işçilerin sendikalaşma hakkının önüne geçildiği ile ilgili iddialar halkın dikkatine sunulmuştu.[126]

Bir diğer başarılı kampanya da özellikle kaçak kot taşlama atölyelerinde yapılan kumlama işlemleri sonucu, bu işi yapanlarda görülen ölümcül akciğer hastalığı olan silikozise karşı birçok televizyon ve gazetede çıkan haberler olmuştur. Bu haberler sonucunda kamuoyunun ilgisi bu konuya çekilmiş ve bunun sonucunda Sağlık Bakanlığı, her türlü kot giysi ve kumaşlara uygulanan püskürtme işleminde kum, silis tozu veya silika kristalleri içeren herhangi bir madde kullanılmasını yasaklanmıştır.[127]

Görüldüğü gibi, etik ticaret anlayışı uygulamaları, Türkiye'de tekstil ile ilgili sektörlerde sıkça karşımıza çıkmaktadır ve Türkiye etik ticaret konusunda daha çok üretici pozisyonuyla sürecin içinde yer almaktadır.

[126]"Victory for Workers in Turkey: DESA and Deri Is Union Sign Protocol", 08.09.2009, (çevrimiçi) http://www.cleanclothes.org/victory-for-workers-in-turkey, 22 Eylül 2009
[127] "Kot Taşlamada Kum Yasağı", 04.04.2009, (çevrimiçi) http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=11365791, 22 Eylül 2009

3. ETİK TİCARET İNİSİYATİFİ TEMEL KURALLARI'NI BENİMSEYEN İNGİLİZ PERAKENDECİLERİN İSTANBUL'DAKİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN TEDARİKÇİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmada, Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı benimseyen İngiliz perakendecilerin İstanbul'da hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren tedarikçilerinin tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışına bakış açılarının irdelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda tedarikçilerin Etik Ticaret İnisiyatifi farkındalıkları, sosyal uygunluk çalışmalarının maliyeti, Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın firmalarda uygulanması ve bunun her bir unsurunun tedarikçi açısından önemi, tedarikçilerin sosyal sorumluluk ve Etik Ticaret İnisiyatifi hakkında görüşleri, perakendecilerin firmalara yaklaşımı konuları araştırılmıştır. Etik ticaret kavramı, tedarik zincirleriyle ve küreselleşmenin de etkisiyle dış ticaret konusuyla yakından ilgilidir. Tüketici ürünleri, özellikle de ucuz işçiliğin ve fason üretimin yoğun kullanıldığı hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, etik ticaretin uygulama alanı bulduğu sektörlerin başında gelmektedir.[128]

İhracatın, özellikle de tekstil ihracatın Türkiye ekonomisinde önemli bir yeri vardır. Bu durumu daha iyi anlayabilmek için öncelikle Türkiye'nin ihracat istatistiklerini incelemekte fayda vardır. Türkiye, 2007 yılına ilişkin olarak Dünya Ticaret Örgütü tarafından açıklanan istatistiklere göre, 238,1 milyar dolar tutarında dünya tekstil ticaretinde %3,7 pay ile 8. en büyük tedarikçidir. Benzer şekilde, 345,3 milyar dolar

[128] Angela Hale, Linda M. Shaw, "Women Workers and the Promise of Ethical Trade in the Globalised Garment Industry: A Serious Beginning?", **Antipode** 2002, Vol:33, issue:3, s:511

değerindeki dünya konfeksiyon ticaretinde ise %4,1 pay ile 4. büyük tedarikçi durumundadır.[129]

2008 yılına ilişkin istatistikler çerçevesinde, genel ihracat içerisinde taşıt araçları ve yan sanayi sektörü 24.7 milyar dolar ile en fazla ihracat gerçekleştiren sektör olurken, tekstil ile birlikte hazır giyim ve konfeksiyon sektörü toplam 22.5 milyar dolar (6.8 milyar dolar + 15.7 milyar dolar) ile ikinci en fazla ihracat gerçekleştiren sektör konumundadır. Demir-çelik sektörü ise 19.4 milyar dolar ihracat ile üçüncü sırada yer almaktadır. (Bkz: Tablo-3.1)

Her ne kadar genel ihracatta hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının payı 2008 yılında %12,3 seviyesine gerilemiş olsa da, bu rakam bile Türkiye'nin hala bir tekstil ülkesi olduğunu ortaya koymaktadır. (Bkz: Tablo-3.1)

Ucuz işçilik sebebiyle uzak doğu ülkeleriyle yoğun rekabet içinde olan ve sürekli kan kaybeden Türkiye'de, buna rağmen tekstil üretimi ve ihracatı önemli bir yer tutmaktadır. Bunun en önemli sebeplerinden biri Türkiye'nin coğrafi konumudur. Gerek ulusal kur politikaları gerekse de uzaklık nedeniyle Amerika ile ihracatta ciddi azalma yaşanırken (ABD'nin Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki payı yaklaşık % 3.5)[130], coğrafi açıdan Avrupa ülkelerine yakınlığından dolayı Türkiye, özellikle Avrupa Birliği (AB'nin Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki payı yaklaşık % 80)[131], ile tekstil ihracatı konusunda yoğun şekilde çalışmaktadır.

---

[129] "Tekstil ve Hazır Giyim Pazarı Olarak İngiltere", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, Aralık 2008, (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009

[130] "İstatistiklerle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, 2008, (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009

[131] "İstatistiklerle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, 2008, (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009

Tablo 3.1: 2008 yılı sektörel bazda ihracat rakamları

(Kaynak: "2008 İhracat İstatistikleri", Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), (çevrimiçi) http://www.tim.org.tr)

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI (1000 $)		
SEKTÖRLER	**2008**	**Pay (%)**
I. TARIM	**13.558.893**	**10,63**
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	**10.104.146**	**7,92**
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	3.806.566	2,99
Yaş Meyve ve Sebze	1.770.762	1,39
Meyve Sebze Mamulleri	1.097.900	0,86
Kuru Meyve ve Mamulleri	1.081.512	0,85
Fındık ve Mamulleri	1.416.010	1,11
Zeytin ve Zeytinyağı	186.646	0,15
Tütün	699.038	0,55
Kesme Çiçek	45.713	0,04
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	**854.194**	**0,67**
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri	854.194	0,67
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	**2.600.553**	**2,04**
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	2.600.553	2,04
II. SANAYİ	**110.681.534**	**86,81**
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	**9.294.485**	**7,29**
Tekstil ve Hammaddeleri	6.807.831	5,34
Deri ve Deri Mamulleri	1.318.046	1,03
Halı	1.168.608	0,92
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	**13.608.594**	**10,67**
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	13.608.594	10,67
C. SANAYİ MAMULLERİ	**87.778.455**	**68,85**
Hazır giyim ve Konfeksiyon	15.722.503	12,33
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	24.730.601	19,40
Elektrik - Elektronik	9.860.425	7,73
Makine ve Aksamları	6.916.307	5,42
Demir ve Demir Dışı Metaller	6.173.135	4,84
Demir Çelik Ürünleri	19.398.935	15,21
Çimento ve Toprak Ürünleri	3.403.833	2,67
Değerli Maden ve Mücevherat	1.507.168	1,18
Diğer Sanayi Ürünleri	65.548	0,05
III. MADENCİLİK	**3.258.401**	**2,56**
Madencilik Ürünleri	3.258.401	2,56
T O P L A M	**127.498.828**	**100**

3.2 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Tarihsel süreç incelendiğinde, etik ticaret kavramının dünya üzerinde yayılması Amerika'dan başlamış, sonra İngiltere ve daha sonra diğer Avrupa ülkelerine yayılmıştır. İngiliz perakendecileri; devlet, sendikalar ve sivil toplum kuruluşları ile desteklenen ve 11 yıldır faaliyet gösteren Etik Ticaret İnisiyatifi adı verilen ortak girişim ile etik ticaretin Avrupa'daki önderliğini yapmaktadır. Bu araştırmanın kapsamını Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı benimseyen İngiliz perakendecilerin İstanbul'daki hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren tedarikçileri oluşturmaktadır.

Tablo 3.2: Hazır giyim ve Konfeksiyon sektöründe illere göre 2008 ihracat rakamları (ilk 10 şehir)

(Kaynak: "2008 İhracat İstatistikleri", Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), (çevrimiçi) http://www.tim.org.tr)

Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatında İlk 10 Şehir ($)		
	ÜLKE	**2008**
1.	İSTANBUL	11.780.369.737,31
2.	DENİZLİ	1.143.839.133,84
3.	İZMİR	1.041.412.753,22
4.	BURSA	691.750.386,66
5.	GAZİANTEP	166.961.138,44
6.	TEKİRDAĞ	94.832.804,21
7.	HAKKARİ	76.286.949,42
8.	BALIKESİR	73.337.854,78
9.	ANKARA	70.018.486,50
10.	ESKİŞEHİR	62.986.630,40
	Toplam (Bütün İller)	15.722.503.729,46

Tablo-3.2' de görüldüğü gibi Türkiye'de ihracatın lokomotifi İstanbul'dur. Hazır giyim ihracat rakamlarında 11.7 Milyar Dolar ile İstanbul, tek başına Türkiye'nin hazır giyim ihracatının yaklaşık % 75'ini karşılamaktadır.

Aslında, Türkiye'de de firmaların ucuz işgücü ve çeşitli teşvikler nedeniyle üretim tesislerini İstanbul'dan Anadolu'ya kaydırdıklarını görmekteyiz. Bu durumda

İstanbul'da sadece merkez ofis ve numune üretim tesisi kalmakta, ancak ihracat yine İstanbul'dan yapılmaktadır.[132] İstanbul'un toplam ihracattaki yüzdesi göz önüne alınarak (Bkz: Tablo:3.2), ana kütle, İstanbul'daki İngiltere'ye ihracat yapan hazır giyim firmaları olarak belirlenmiştir. 2008 yılı ihracat verileri ışığında İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İTKİB) internet sitesinden edinilen liste sayesinde İngiltere'ye ihracat yapan birliğe kayıtlı üretici firma sayısının 1434 olduğu görülmektedir.[133] Bu firmalar arasından, anketin sağlıklı sonuçlar vermesi ve verilere kolay ulaşabilmek için İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği' nin resmi kayıtlarından ihracat hacimleri doğrultusunda ilk 100 firma seçilmiştir. Bu firmalar önce telefonla aranarak konu hakkında bilgi verilmiş, daha sonra hazırlanan anket bu firmalara e-posta yoluyla ulaştırılmıştır.

Tablo-3.3 ve Tablo-3.4 incelendiğinde, gerek genel ihracat gerekse hazır giyim ihracatı açısından İngiltere, Almanya'dan sonra 2. sırada yer alarak Türkiye'nin ihracatındaki önemli bir ülke konumundadır. 2008 yılında Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının %13,6'sı İngiltere'ye yapılmıştır. (Bkz: Tablo-3.4)

Türkiye İngiltere'nin 9,1 Milyar Dolarla en fazla ithalat yaptığı 15. ülke olarak görülmektedir. Ayrıca Türkiye, 2007 yılında %24,3'lük ithalat artış oranıyla ithalatında en fazla artış kaydedilen ülkelerden birisidir.[134]

---

[132] "APS Tekstil'den dünyaya 25 milyon dolarlık pantolon ihracatı", Tekstil Gündemi Haberleri, (Referans Gazetesi), 08.07.2007, (çevrimiçi) http://www.kumasci.com, 22 Eylül 2009
[133] "İTKİB Üye Listeleri", (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009
[134] "İstatistiklerle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, 2008, (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009

Tablo 3.3:Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 20 ülke (Genel-2008)

(Kaynak: "2008 İhracat İstatistikleri", Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), (çevrimiçi) http://www.tim.org.tr)

İhracatımızda İlk 20 Ülke (1000 $)			
	ÜLKE	**2008**	**PAY (%)**
1.	Almanya	12.842.291,12	10,07
2.	İngiltere	7.917.822,75	6,21
3.	İtalya	7.804.837,26	6,12
4.	Birleşik Arap Emirlikleri	7.401.279,49	5,80
5.	Fransa	6.626.504,80	5,20
6.	Rusya Federasyonu	6.631.516,86	5,20
7.	İspanya	4.167.994,25	3,27
8.	ABD	4.121.898,87	3,23
9.	Romanya	4.027.724,17	3,16
10.	Irak	3.926.596,44	3,08
11.	Hollanda	3.122.557,24	2,45
12.	Yunanistan	2.475.220,48	1,94
13.	Suudi Arabistan	2.239.318,57	1,76
14.	Bulgaristan	2.172.731,88	1,70
15.	Belçika	2.117.961,69	1,66
16.	İsrail	1.965.307,19	1,54
17.	İran	1.957.546,56	1,54
18.	Cezayir	1.686.132,28	1,32
19.	Azerbaycan - Nahçivan	1.685.907,38	1,32
20.	Mısır	1.336.007,46	1,05
	İlk 20 ülke toplam:	86.227.157	67,63
	Bütün ülkeler toplam:	127.498.840	100,00

Tablo 3.4:Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 10 ülke (Hazır giyim ve Konfeksiyon-2008)

(Kaynak: "İstatistiklerle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, 2008, (çevrimiçi), http://www.itkib.org.tr)

İhracatımızda İlk 10 Ülke ($)		
	ÜLKE	**2008**
1.	Almanya	3.797.479.208,88
2.	Birleşik krallık (İngiltere)	2.131.983.125,04
3.	Fransa	1.158.133.640,21
4.	Hollanda	1.042.951.709,48
5.	İspanya	1.027.440.741,26
6.	İtalya	864.241.342,55
7.	Birleşik Devletler(ABD)	552.651.028,37
8.	Danimarka	482.122.086,32
9.	Rusya Federasyonu	305.656.412,13
10.	İsveç	300.352.261,86

Yukarıdaki veriler ışığında, Türkiye'den İngiltere'ye ihracatın en az dörtte birini hazır giyim ve konfeksiyon sektörü oluşturmaktadır. (Bkz: Tablo-3.4 ve Tablo-3.3) Ayrıca, İngiltere'ye ihraç edilen ilk 20 maddenin 9'u tekstil ve hazır giyim sektöründendir. (Bkz: Tablo-3.5) Bununla birlikte, İngiltere'nin tekstil ve hazır giyim ithalatında Türkiye 2. sıradadır.[135]

Etik ticaret konusu, son yıllarda özellikle tekstil sanayinde İngiltere'ye ihracat yapan firmalar için belirleyici bir unsur olmuştur. Öyle ki, ihracatçı birliklerinin hazırladıkları İngiltere ülke raporlarında etik ticaret konusu da özellikle belirtilmektedir.

Etik ticaretin hazır giyim sektöründe sorgulanan bir konu olması, İngiltere'nin bu konuda başı çekmesi, Türkiye'nin yoğun olarak tekstil ihracatı yapması ve İngiltere'nin ihracat yapılan ülkeler arasında 2. sırada bulunması nedenleriyle bu araştırmanın kapsamına İngiltere'ye ihracat yapan hazır giyim firmaları dahil

[135] "Tekstil ve Hazır Giyim Pazarı Olarak İngiltere", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, Aralık 2008, (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009

edilmiştir. Bununla birlikte yukarıda bahsettiğimiz sebeplerle kapsam daraltılarak İstanbul merkezli firmalar araştırmaya dahil edilmiştir.

Tablo 3.5: İngiltere'nin Türkiye'den ithalatında ilk 20 ürün

(Kaynak: "Tekstil ve Hazır Giyim Pazarı Olarak İngiltere", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, Aralık 2008, (çevrimiçi), http://www.itkib.org.tr)

Türkiye'den İngiltere'ye En Fazla İhraç Edilen ilk 20 Ürün ($)		
GTİP Başlığı	**ÜLKE**	**2007**
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	761.341.293
8528	Televizyon alıcıları, video monitörleri ve projektörler	736.135.739
6204	Kadın / kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	555.327.149
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme)	491.920.279
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	301.488.388
8544	İzole edilmiş tel, kablo, diğer izole edilmiş elektrik iletkenleri, fiber optik kablo	293.415.389
8703	Otomobil, steyşın vagonlar, yarış arabaları	259.894.027
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler (örme)	249.264.599
7108	Altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde)	235.451.122
8418	Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları	227.606.313
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme)	197.457.898
6104	Kadın / kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs. (örme)	184.700.243
7322	Isıtması elektrikle olmayan demir-çelik radyatör, jeneratör	144.637.517
6203	Erkek / erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	140.002.068
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	139.602.311
7214	Demir/çelik çubuklar (sıcak haddeli, dövülmüş, burulmuş, çekilmiş)	132.913.750
6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet, mutfak bezleri	126.576.474
7306	Demir/çelikten diğer tüpler, borular, içi boş profiller	121.608.694
6106	Kadın / kız çocuk için bluz gömlek, gömlek, bluz (örme)	117.003.491
6206	Kadın / kız çocuk için gömlek, bluz	98.152.908
	İlk 20 ürün toplam:	5.514.499.652
	İngiltere'ye toplam ihracat:	8.626.776.278

3.3 ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu araştırmada, Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı benimseyen İngiliz perakendecilerin İstanbul'da hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren tedarikçilerinin tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışına bakış açıları irdelenmiştir. Bu doğrultuda bu tedarikçilerin etik ticaret inisiyatifi farkındalıkları, sosyal uygunluk çalışmalarının maliyeti, Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın firmalarda uygulanması ve her bir unsurun tedarikçi açısından önemi, tedarikçilerin sosyal sorumluluk ve Etik Ticaret İnisiyatifi hakkında görüşleri, perakendecilerin firmalara yaklaşımı konuları ele alınmıştır.

Araştırmada, veri toplama yöntemi olarak anket uygulanmıştır. Anket uygulanacak firmalar önce telefonla aranarak konu hakkında bilgi verilmiş, daha sonra hazırlanan anket bu firmalara e-posta yoluyla ulaştırılmıştır. Anket ile tedarikçi firmalara; etik ticaret inisiyatifi farkındalıkları, sosyal uygunluk çalışmalarının kendilerine maliyeti, Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın firmalarda uygulanması ve her bir unsurun kendileri açısından önemi, tedarikçilerin sosyal sorumluluk ve Etik Ticaret İnisiyatifi hakkında görüşleri, perakendecilerin firmalara yaklaşımı hakkında çeşitli sorular sorulmuştur. Araştırma sonuçları 6 konu başlığında incelenmiştir:

I. Tedarikçilerin Etik Ticaret İnisiyatifi Farkındalıkları: Firmaların Etik Ticaret İnisiyatifi üyesi firmalarla çalışıp çalışmadıkları ve Etik Ticaret İnisiyatifi hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları ve denetim geçirip geçirmedikleri sorgulanmıştır.

II. Sosyal Uygunluk Çalışmalarının Maliyeti: Tedarikçilerin, sosyal uygunlukları çalışmalarının kendilerine ne kadar maliyet getirdiği yıllık bazda ve toplamda sorgulanmıştır.

III. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kurallarının Firmalarda Uygulanması: Firmaların, Etik Ticaret İnisiyatifi temel unsurlarının uygulanmasında hangi uygunsuzluklarda sorun yaşadıkları sorgulanmıştır.

IV. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Unsurlarının Tedarikçiler Açısından Önemi: Burada, firmaların Etik Ticaret İnisiyatifi 9 temel unsurundan her birinin kendileri için ne derece önemli olduğu sorgulanmıştır.

V. Tedarikçilerin Sosyal Sorumluluk ve Etik Ticaret İnisiyatifi Hakkında Görüşleri: Bu bölümde, Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kurallarının yeterliliği, yapılan denetimlerin etkinliği, etik ticaret konusunun nihai müşteriler, perakendeciler, tedarikçiler ve çalışanlar için önemi gibi konularda ankete katılan firmaların görüşleri alınmıştır.

VI. Perakendecilerin Firmalara Yaklaşımı: Bu bölümde, firmaların sosyal uygunluk çalışmalarında müşterilerinden destek alıp almadıkları ve sosyal uygunluk düzeyinin müşteri siparişlerinin etkileyip etkilediği araştırılmıştır.

Anket ile firmalara bir tane açık uçlu soru ve 20 tane çoktan seçmeli soru yöneltilmiştir. Anketler, firmaların insan kaynakları departmanlarına gönderilmiştir. İnsan kaynakları departmanından bu anketleri yetkili kişilere iletmeleri istenmiştir. Araştırma bulguları değerlendirilirken histogram grafiklerinden ve ortalama değerlerden faydalanılmıştır.

İlk üç konu başlığıyla ilgili bulgulara verilen cevapların yüzdeleri belirlenerek histogram grafiği şekline tablo haline getirilmiştir. Dördüncü konu başlığında, 1 "Hiç Önemli Değil", 5 ise "Çok Önemli" cevabına karşılık gelecek şekilde 5'li Likert ölçeği kullanarak her bir Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Unsuru için verilen cevapların ortalaması ve standart sapması belirlenmiş ve tablo haline getirilmiştir. Beşinci konu başlığında 1 "Hiç Katılmıyorum", 5 ise "Kesinlikle Katılıyorum" cevabına karşılık gelecek şekilde 5'li Likert ölçeği kullanarak her bir soruya verilen cevapların ortalaması ve standart sapması belirlenmiş ve tablo haline getirilmiştir. Altıncı konu başlığında ise iki soruya verilen cevapların yüzdeleri histogram grafiği şeklinde incelenirken, bir soru için de 1 "Hiç Katılmıyorum", 5 ise "Kesinlikle Katılıyorum"

cevabına karşılık gelecek şekilde 5'li Likert ölçeği faydalanılarak cevapların ortalaması ve standart sapması belirlenmiş ve tablo haline getirilmiştir.

Araştırma bulguları açıklanırken, ifade kolaylığı sağlaması amacıyla Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nda anlatılan 9 temel unsurun her biri kısa ifadeler şeklinde verilmiştir. Buna göre Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nda bahsi geçen "İstihdam İsteğe Bağlıdır" unsuru "Zorla Çalıştırma" olarak, "Sendika Kurma ve Toplu Sözleşme Hakkına Saygı Duyulur" unsuru "Sendika Hakkı" olarak, "Çalışma Ortamı Güvenli ve Sağlığa Uygun Olmalıdır" unsuru "İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği" olarak, "Çocuk İşçi Çalıştırılamaz" unsuru "Çocuk İşçilik" olarak, "Yaşam Standartlarına Uygun Ücret Ödenecektir" unsuru "Ücretler" olarak, "Çalışma Saatleri Aşırı Olamaz" unsuru "Çalışma Saatleri" olarak, "Ayrımcılık Yoktur" unsuru "Ayrımcılık" olarak, "Düzenli İş Olanağı Sağlanır" unsuru "Düzenli İstihdam" olarak, "Kaba Davranış veya İnsanlık Dışı Muameleye İzin Verilemez" unsuru "Kötü Muamele" olarak adlandırılmıştır.

3.4 ARAŞTIRMA BULGULARI

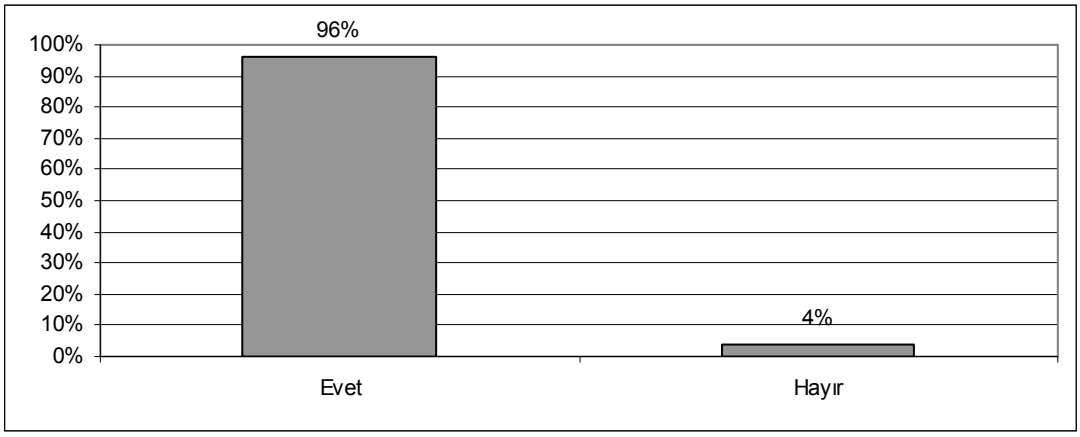
Anket gönderilen 100 firmanın 46 tanesinden cevap alınmıştır. Cevap alınan 46 firmadan ikisinin Etik Ticaret İnisiyatifi üyesi firmalarla çalışmadıkları ve Etik Ticaret İnisiyatifi hakkında bilgi sahibi olmadıkları belirlenmiştir. Bu iki firma daha önce müşterileri tarafından sosyal uygunluk denetimine tabi tutulmadıklarını bildirmiştir.

Araştırma sonuçları metodoloji bölümünde belirtilen şekilde altı konu başlığı altında incelenmiştir. Her soruya verilen cevaplar histogram grafiği ve ortalama değer grafikleri kullanılarak ilgili konu başlığına göre aşağıda tablo halinde gösterilmiş ve yorumlanmıştır.

3.4.1 Tedarikçilerin Etik Ticaret İnisiyatifi Farkındalıkları

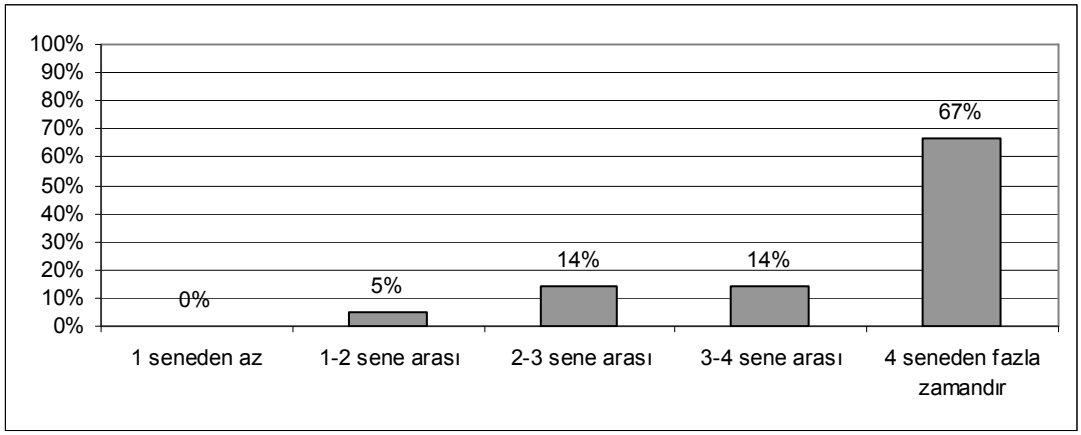
Anket sorularının ilk ikisinden elde edilen cevaplara göre, yanıt veren 46 firmadan 2 tanesi Etik Ticaret İnisiyatifi üyesi firmalarla çalışmadıklarını ve Etik Ticaret İnisiyatifi hakkında bilgi sahibi olmadıklarını belirtmiştir. (Bkz: Tablo-3.6) Bu sonuç, İngiltere'ye ihracat yapan firmalar arasında Etik Ticaret İnisiyatifi'nin bilinirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.6: Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın (ETI Base Code) firma tarafından daha önceden bilinirliği



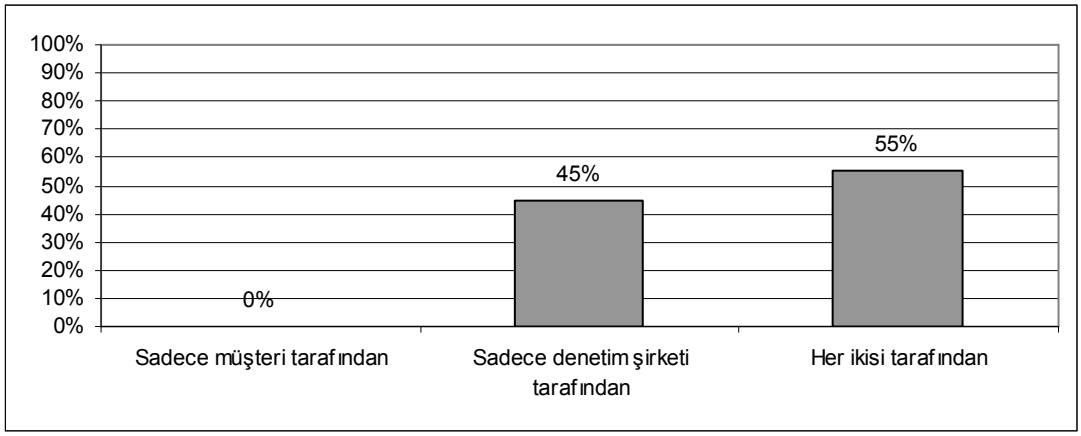
Araştırmanın kapsamı, Etik Ticaret İnisiyatifi'ni benimseyen İngiliz perakendeciler olduğu için, bundan sonraki sorulara verilen cevapların yüzde dağılımı, Etik Ticaret İnisiyatifi üyesi firmalarla çalıştıklarını belirten 44 yanıt üzerinden hesaplanmıştır. (Bkz: Tablo-3.6)

Tablo 3.7: Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın (ETI Base Code) firma tarafından daha önceden bilinirlik süresi



Firmaların verdiği cevaplarda %67 gibi büyük bir çoğunluk 4 seneden fazla zamandır bu organizasyonun farkında olduğunu belirtmiştir. (Bkz: Tablo-3.7) Etik Ticaret İnisiyatifi'nin 11 yıllık geçmişi göz önüne alındığında, İstanbul'daki firmaların bu konuda uzun zamandır bilgi sahibi oldukları söylenebilir. Yeni yeni duymaya alıştığımız sosyal sorumluluk ve etik ticaret kavramlarının, aslında hazır giyim sektöründe bir süredir bilindiği sonucuna varmaktayız. Ayrıca, Etik Ticaret İnisiyatifi üyesi müşterileri olan 44 firmanın tamamı daha önce bu konuyla ilgili sosyal denetim geçirdiklerini belirtmiştir. (Bkz: Tablo-3.8)

Tablo 3.8: Sosyal denetimlerin kim tarafından gerçekleştirildiği



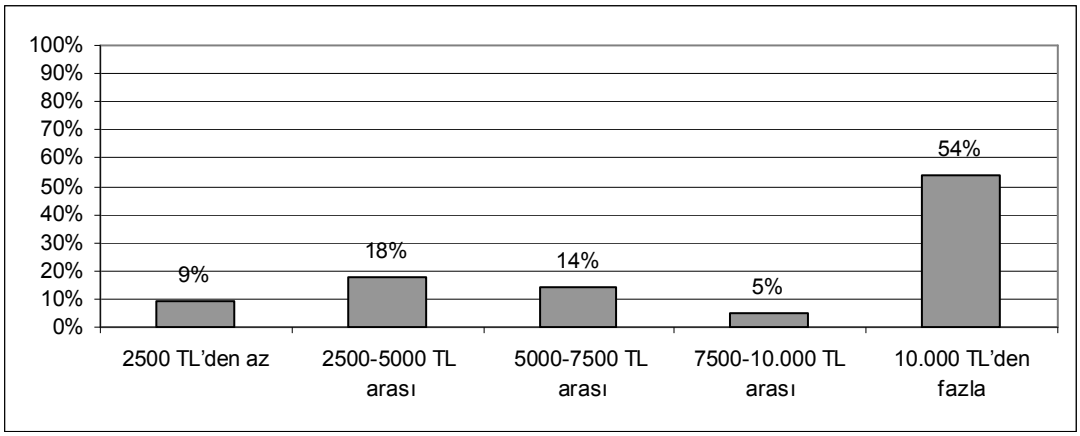
Etik ticaret çalışmalarında esas olan; ana perakendecilerin, tedarik zincirleri boyunca üretim koşullarından nihai müşterilere karşı sorumlu olmaları gerçeğidir. Etik Ticaret İnisiyatifi de, bu düşünceden yola çıkmış ve belirlenen "Temel Kurallar" ile üye firmaların tedarik zincirlerinde etik ticaret anlayışına uygun ortak çalışma koşullarının oluşturulması amaçlanmıştır. Tedarikçilerinin belirli koşullara uymasının istenmesi, perakendeciden tedarikçiye doğru bir kontrol mekanizmasının çalışmasını gerektirmiştir. Bu kontrol mekanizmasının sonucu olarak Tablo-3.8'de de görüldüğü gibi tedarikçi firmalarda sosyal denetim adı altında çeşitli kontroller yapılmaktadır.

Bu denetimler perakendecinin kendisi tarafından yapıldığı gibi, 3. taraf bağımsız denetim şirketleri tarafından da yapılabilmektedir. Bu soruya verilen cevaplardan müşterilerin denetim işlemini sadece kendi başlarına yapmadıkları görülmektedir. %45 oranında verilen cevaba göre müşteriler tedarikçilerini kontrol etmek amacıyla sadece bağımsız denetim şirketlerini kullanırken, %55 gibi bir oranda bağımsız denetim şirketlerine ek olarak kendi personeli tarafından da denetim uyguladıkları görülmektedir. (Bkz: Tablo-3.8) Bu amaçla birçok perakende şirketi ve marka yerel ofislerinde sosyal uygunluk departmanları oluşturmakta ve tedarikçilerini izlemek için personel istihdam etmektedir.

3.4.2 Sosyal Uygunluk Çalışmalarının Maliyeti

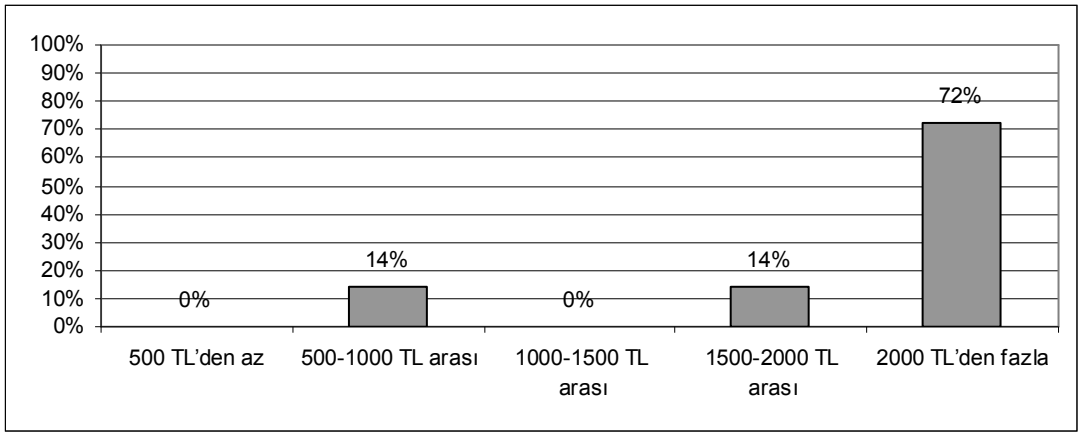
Tablo-3.9 ile sosyal uygunluk çalışmalarının bugüne kadar firmaya maliyeti sorgulanmıştır. Burada, firmalardan sosyal uygunluk çalışmaları yapmasalardı, uygulamayacakları bazı yasal gereksinimlerinde maliyetlerini eklemeleri istenmiştir. Örneğin, bütün çalışanların sigortalı yapılması bir yasal gereksinim olmasına rağmen, Türkiye'de devlet denetimlerinin yetersiz oluşundan dolayı sigortasız işçi çalıştırma yaygın bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. (Bkz: Tablo-3.9)

Tablo 3.9: Sosyal uygunluk çalışmalarının, bu çalışmalarının başlangıcından beri firmaya maliyeti



Bu konuda firmaların %54'u bugüne kadar 10.000 TL'nin üzerinde harcama yaptıklarını belirtmiştir. Aynı şekilde yıllık periyodik masrafların %72 oranındaki yanıtlara göre 2000 TL'nin üzerinde olduğu görülmektedir. (Bkz: Tablo-3.10) Periyodik masraflara düzenli olarak yapılan denetim masrafları dahil olduğu gibi iş güvenliği ile ilgili (örneğin çalışanların kişisel koruyucu ekipmanlarının yenilenmesi) masraflar da dahil edilebilir.

Tablo 3.10: Sosyal uygunluk çalışmalarının firmaya her yıl maliyeti



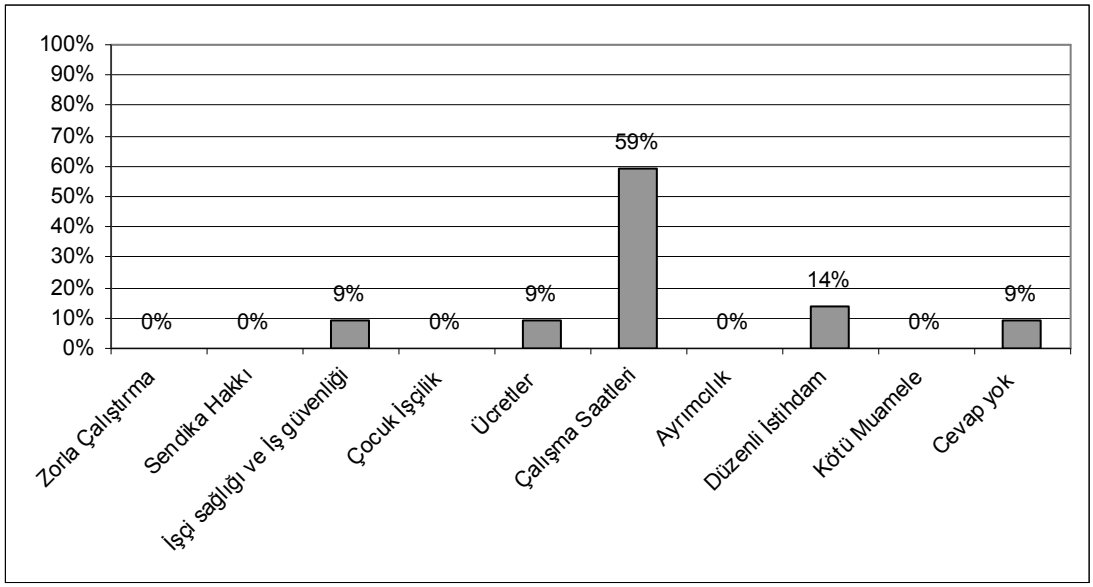
Tablo-3.9'da sonuçların dağınık bir dağılım göstermesinin sebebi, firmaların maliyetlerine etki eden unsurların değişken olabileceğidir. Örneğin firmanın çalışan

sayısı, ne kadar zamandır sosyal uygunluk çalışması yaptığı, bu çalışmalara başlamadan önceki durumu, bu çalışmaların maliyetini etkileyebilmektedir.

3.4.3 Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kurallarının Firmalarda Uygulanması

Etik Ticaret İnisiyatifi gereksinimlerinin hangisinin uygulanmasında sorun yaşandığının sorulduğu Tablo-3.11'de "çalışma saatleri", "düzenli istihdam", "işçi sağlığı ve iş güvenliği" ve "ücretler" olmak üzere dört unsur ön plana çıkmaktadır. Bu dört unsur aşağıda daha yakından incelenmiştir:

Tablo 3.11: Uygulamada sorun yaşanan Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurları



Çalışma Saatleri (%59): Bu başlık, işyerlerinde normal çalışma saatlerini ve fazla mesai saatlerini belirleyen düzenlemeleri içerir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'na göre haftalık 48 saat normal çalışmaya karşılık, en fazla 12 saat fazla mesai yapılmalıdır. Çalışanlara her 7 günde 1 gün tatil verilmelidir. Ayrıca konu ile ilgili ulusal kanunlara uyulmalıdır. Türkiye'de 4857 sayılı İş Kanunu çerçevesinde haftalık normal çalışma saati 45 saat olarak sınırlandırılmış ve günlük çalışma ise (fazla mesai dahil olmak üzere) en fazla 11 saat olacak şekilde düzenlenmiştir. Verilen yanıtlar arasında en yüksek orana sahip bu konu, firmaların büyük çoğunlukla çalışma saatleri ve fazla mesailer konusunda sıkıntı yaşadığını ortaya koymaktadır.

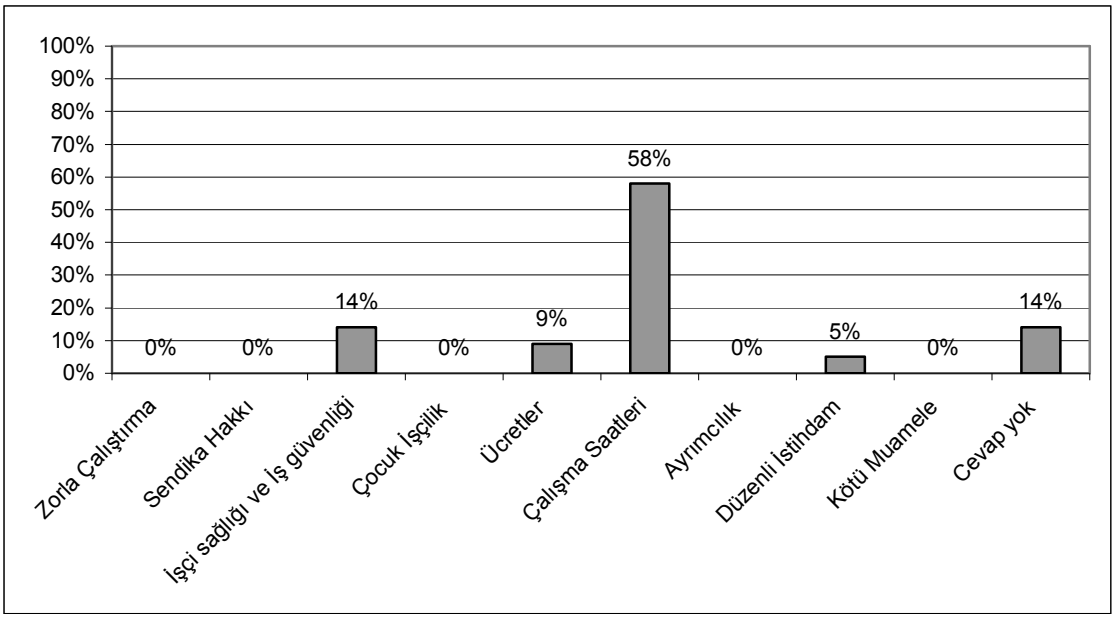
Düzenli İstihdam (%14): Bu başlık, işgücü devri ve çalışanlarla yasal iş anlaşmasının yapılması ile ilgili düzenlemeleri içerir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'na göre işverenler işçilere karşı yükümlülüklerinden geçici iş sözleşmesi, çıraklık gibi uygulamalarla kaçınamazlar. Türkiye'de 4857 sayılı İş Kanunu çerçevesinde belirli süreli iş sözleşmesi, esaslı bir neden olmadıkça, birden fazla üst üste (zincirleme) yapılamaz ve sigortasız işçi çalıştırılamaz. Verilen cevaplar ışığında firmaların düzenli istihdam konusunda sıkıntı yaşadıkları görülmektedir. İşgücü devrinin yüksek olması gibi sebeplerle çalışanların sigorta bildirimlerinin zamanında yapılmadığı ve çalışanlarla iş sözleşmelerinin kanunlara uygun şekilde yapılmadığı konuları bu başlık altında değerlendirilebilir.

İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği (%9): Bu başlık, iş yerlerinde işçi sağlığı ve iş güvenliği açısından gerekli tedbirlerin alınmasını içerir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'na göre işverenler işçilere güvenli ve sağlığa uygun bir çalışma ortamı sağlamalı, işçileri konu ile ilgili eğitmelidir. Türkiye'de 4857 sayılı İş Kanunu çerçevesinde işverenler işyerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması için gerekli her türlü önlemi almak, araç ve gereçleri noksansız bulundurmakla yükümlüdürler. İş güvenliği tedbirleri nispeten kolay uygulanabilecek işlemler olmasına rağmen, özellikle Türkiye'de işçi sağlığı ve iş güvenliği bilincinin düşük olmasının da etkisiyle firmaların bu konuda da sorun yaşadığı görülmüştür.

Ücretler (%9): Bu başlık, yaşam standartlarına ve kanunlara uygun ücret ödenmesiyle ilgili düzenlemeleri içerir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları özet olarak işçilerin en azından ulusal asgari ücret düzeyinde ya da endüstri standartlarında ücretlendirilmesini gerektirir. Türkiye'de 4857 sayılı İş Kanunu çerçevesinde, işverenler çalışanlarına en az Asgari Ücret Tespit Komisyonu tarafından belirlenmiş yasal asgari ücret ödemekle yükümlüdürler. Ayrıca her bir saat fazla çalışma için verilecek ücret, normal çalışma ücretinin saat başına düşen miktarının yüzde elli yükseltilmesi suretiyle ödenmelidir. Verilen yanıtlardan, firmaların düşük ücret ödenmesiyle ilgili sorun yaşadıklarını görmekteyiz. Asgari ücret sorunu yanında, fazla mesai ödemelerinin kanuna uygun yapılması da bu konunun kapsamındadır.

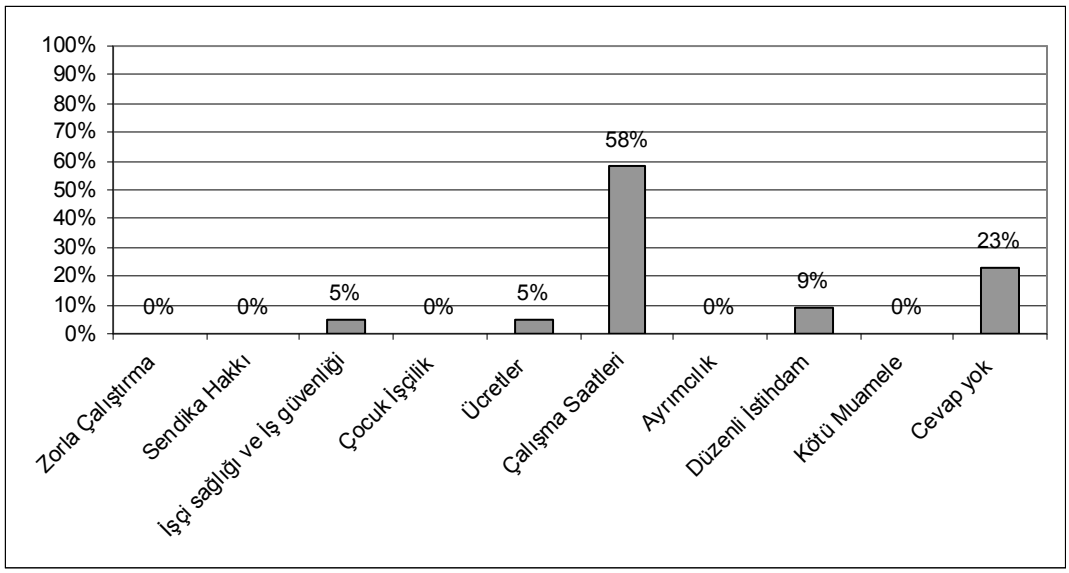
Alınan cevaplara göre diğer maddeler, firmalar için uygulamada sorun teşkil etmemiştir. %9 oranında ise firmalar cevap vermeyerek sorun yaşamadıklarını göstermiştir.

Tablo 3.12: Sosyal denetimler sırasında en çok uygunsuzluk bulunan Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurları



Yapılan denetimlerde bulunan uygunsuzluklarla ilgili verilen cevaplarda da bir önceki soruya yakın cevaplar elde edilmektedir. Yine dört unsur ön plana çıkmaktadır ve çalışma saatleri diğer maddelere göre %58 gibi yüksek bir oranda görülmektedir. (Bkz: Tablo-3.12)

Tablo 3.13: Firmaların şu anda eksik olduklarını düşündükleri Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurları



Firmaların hangi unsurda eksik oldukları ile ilgiyle soruda ise yine %58 oranında çalışma saatleri olmak üzere, üstteki 4 unsur ön plana çıkmaktadır. (Bkz: Tablo-3.13) Burada dikkat çeken konu, cevap vermeyenlerin sayısındaki artıştır. %23 oranında cevap vermeyenler herhangi bir unsurda eksik olmadığını düşünmektedir.

Aslında bu üç tablodan elde edilen veriler, JO-IN Türkiye Pilot Projesinde elde edilen verilerin değerlendirildiği JO-IN Nihai raporu ile benzerlik içermektedir. Orada da tıpkı burada olduğu gibi çalışma saatleri konusu, "aşırı fazla mesainin görülmesi" şeklinde değerlendirilmiştir. Ayrıca ücretler konusu, "düşük ücretlerle ilgili sorunlar" şeklinde değerlendirilmiş; düzenli istihdam konusu da "birkaç örnekte aşırı işgücü devrinin olması" şeklinde belirtilmiştir.

Bir diğer ilginç detay ise, Zorla Çalıştırma, Sendika Hakkı, Ayrımcılık, Kötü Muamele gibi konuların %0 oranında çıkmasıdır. Dikkatle incelendiğinde iş güvenliği, çalışma saatleri gibi kolay ortaya çıkarılabilen ve nispeten kolay çözülebilen somut konuların yanında, Ayrımcılık, Kötü Muamele gibi konular daha sübjektiftir ve somut verilerle ispatlanması zordur. Bu konuların firmalarda ortaya

çıkması, açıkça dile getirilmesi oldukça zordur. Bu tarz konularda yaşanabilecek sorunlara ilişkin veriler, fabrikalarda işçilerle birebir konuşarak elde edilebilir.

Çocuk işçilik konusu da %0 oranında görülmüştür. Halbuki Türkiye'de çocuk emeği ile ilgili problemlerin hala var olduğu bilinen bir gerçektir. Ancak Tablo-3.7'de görüldüğü gibi anketi cevaplayan çoğu firma uzun yıllardır bu kurallar hakkında bilgi sahibi oldukları için daha önce sorun yaşamış dahi olsalar bu konuyu çözmüş olabilecekleri sonucuna varılabilir.

3.4.4 Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Unsurlarının Tedarikçiler Açısından Önemi

Anketin bu bölümünde, katılımcılardan Etik Ticaret İnisiyatifi temel unsurlarının her birinin kendileri için önem derecelerini belirtmeleri istenmiştir. Her unsur katılımcılar tarafından önem derecesine göre 1'den ("Hiç Önemli Değil") 5'e ("Çok Önemli") kadar derecelendirilmiş ve Tablo-14'de her bir unsur için ortalama değerler ve standart sapma değerleri gösterilmiştir. Burada elde edilen sonuçlarda, en çok ortalama değere sahip ilk üç unsur şu şekilde belirlenmiştir: (Bkz: Tablo-14)

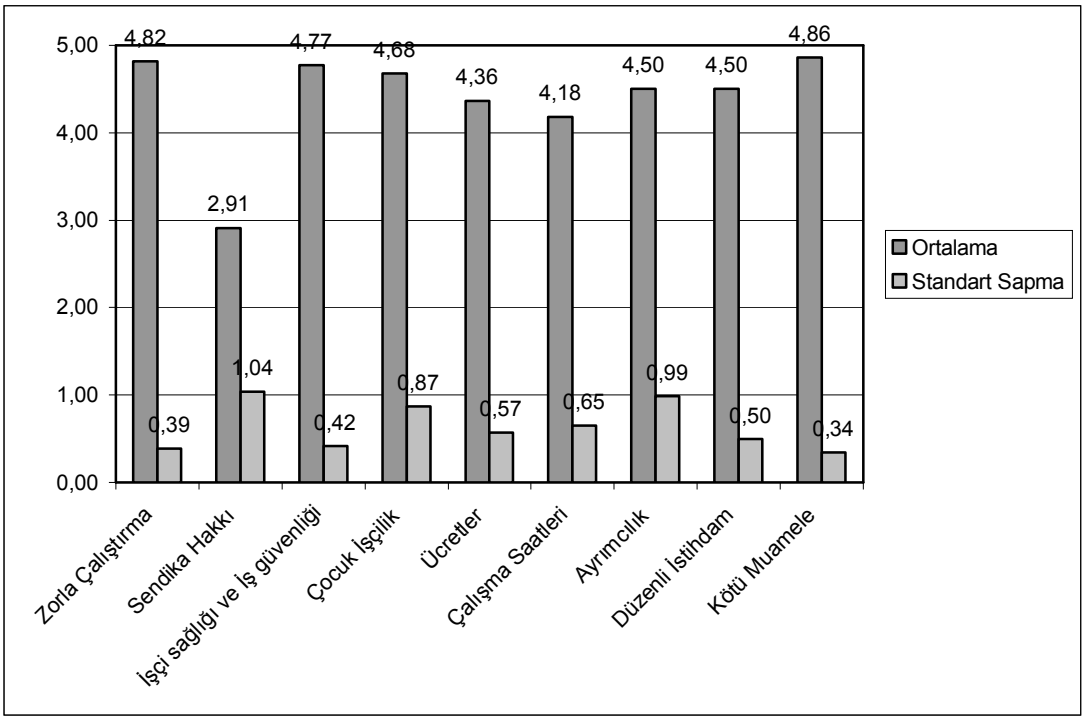
Kötü Muamele (Kaba ve İnsanlık Dışı Davranış) (Ortalama:4,86): Bu başlık, firmalardaki fiziksel istismar ve disiplin uygulamalarıyla ilgilidir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'na göre çalışanlara sözlü, fiziksel veya cinsel istismar uygulanamaz. Türkiye'de 4857 sayılı İş Kanunu çerçevesinde, işveren işçinin veya ailesi üyelerinden birinin şeref ve namusuna dokunacak şekilde sözler söyler, davranışlarda bulunursa veya işçiye cinsel tacizde bulunursa, işçinin haklı fesih hakkı doğmaktadır.

Zorla Çalıştırma (Diğer ifadeyle serbest istihdam) (Ortalama:4,82): Bu başlık, istihdamın serbestçe seçilmesi konusuyla ilgilidir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'na göre kimse zor kullanılarak çalışmaya mecbur bırakılamaz ve işçiler işi bırakma hakkına sahiptir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'na göre zorla çalıştırma

yasaklanmıştır.Bu durum, daha çok göçmen işçiliğin uygulandığı sektörlerde ve ülkelerde görülebilir.

Çocuk İşçilik (Ortalama:4,77): Bu başlık, temel olarak çocuk emeğinin istihdam edilmesiyle ilgili sınırlamaları içerir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'na göre çocuk işçi çalıştırılmamalı ve bu konuda yerel kanunlara ve Uluslar arası Çalışma Örgütü'nün kurallarına uyulmalıdır. Türkiye'de 4857 sayılı İş Kanunu çerçevesinde, 15 yaşını doldurmamış çocukların çalıştırılması yasaktır.

Tablo 3.14: Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurlarının önem dereceleri



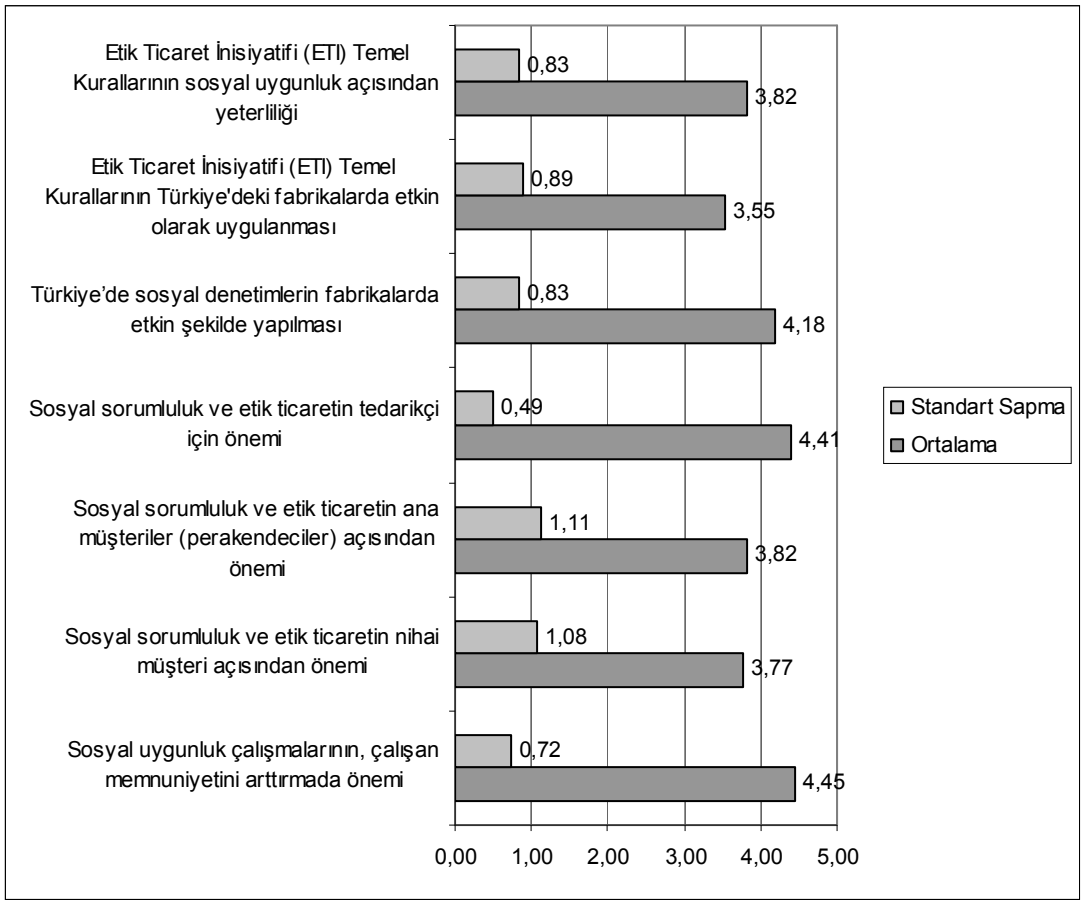
Tablo-3.11, 3.12 ve 3.13 ile kıyasladığımızda bu üç unsurun firmaların uygulamada sorun yaşadığı maddelerin arasında olmadığını görmekteyiz. Buna göre, tedarikçilerin en çok önem verdikleri unsurlarda sorun yaşadıklarını düşünmediklerini görmekteyiz.

Genel olarak bir unsur hariç bütün unsurlarda cevapların ortalama değerlerinin 4,18 ile 4,86 arasında değiştiğini ve bu unsurların önem derecelerinin firmalar için yüksek olduğunu görmekteyiz. Ancak "Sendika Hakkı" konusunda ise önem derecesi dramatik bir şekilde düşmüştür. "Sendika Hakkı" için verilen cevaplarda önem derecesinin ortalama değeri 2,91 seviyesinde kalmıştır. (Bkz: Tablo-3.14) Buradan işçilerin sendikaya üye olmalarına karşı firmaların pek sıcak bakmadığı ve bu konuyu önemsiz olarak gördüklerini anlamaktayız. Benzer şekilde JO-IN Türkiye Pilot Projesi Nihai raporunda bu konu ele alınmış ve "Bazı yöneticiler arasında örgütlenme özgürlüğüne yönelik negatif bir yaklaşımın olması ve işçilerin bu konuyu tartışmakta tereddüt etmesi" şeklinde belirtilmiştir. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kurallarına göre, işveren çalışanların sendika kurma, sendikaya üye olma ve toplu sözleşme yapma hakkına saygı göstermelidir ve bu hakların yerel kanunlarla sınırlandırıldığı durumlarda buna paralel çözüm yolları üretmelidir. Ülkemizde 4857 sayılı İş Kanunu çerçevesinde, işçiler sendika üyeliğinden dolayı ve işyeri sendika temsilciliği faaliyetlerinden dolayı işten çıkartılamaz.

3.4.5 Tedarikçilerin Sosyal Sorumluluk ve Etik Ticaret İnisiyatifi Hakkında Görüşleri

Anketin bu bölümünde, katılımcılardan Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kurallarının yeterliliği, yapılan denetimlerin etkinliği, etik ticaret konusunun nihai müşteriler, perakendeciler, tedarikçiler ve çalışanlar için önemi gibi konularda verilen ifadelere ne derece katıldıklarını belirtmeleri istenmiştir. Her bir ifade cevaplayan tarafından katılma derecesine göre 1'den ("Hiç Katılmıyorum") 5'e ("Kesinlikle Katılıyorum") kadar derecelendirilmiş ve Tablo-3.15'de her bir unsur için ortalama değerler ve standart sapma değerleri gösterilmiştir. (Bkz: Tablo-3.15)

Tablo 3.15: Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) ve sosyal sorumluk konularında verilen ifadelere tedarikçilerin katılma dereceleri



İlk ifadede ortaya çıkan 3,82'lik ortalama değeri göz önüne alırsak, araştırmaya katılan firmaların Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı genel olarak yeterli bulduğunu söyleyebiliriz. (Bkz: Tablo-3.15)

İkinci ifadede, 3,55'lik ortalama değer ve 0,89'luk standart sapma, firmaların Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın fabrikalarda etkin bir şekilde uygulanmasıyla ilgili tereddütleri olduğunu göstermektedir. Bu durum, fabrikalar üzerinde denetimlerin etkin bir şekilde yapılıp yapılmadığı sorusunu akla getirmektedir. Bir sonraki ifadede bu durum sorgulanmıştır. (Bkz: Tablo-3.15)

Üçüncü ifadede araştırmaya katılan firmalar, 4,18 gibi yüksek bir ortalama değer ile sosyal denetimlerin etkin şekilde yapıldığını düşündüklerini belirtmişlerdir. (Bkz:

Tablo-3.15) O halde, firmaların Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın fabrikalarda etkin bir şekilde uygulanmasıyla ilgili tereddütlerinin kaynağı denetimlerin etkin yapılmaması değildir. Buna ek olarak ankete katılan firmalar global rekabet koşullarında düşük fiyat politikalarının her şeyin önüne geçtiği ve tedarikçilerin üretim alanlarında gerekli sosyal şartları sağlasalar dahi, daha düşük fiyat öneren ve belki de gerekli şartları sağlamayan tedarikçilerin müşteri tarafından tercih edilebildiğini görüş olarak belirtmişlerdir. Bu görüşlerden hareketle firmaların Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın fabrikalarda etkin bir şekilde uygulanmasıyla ilgili tereddütlerinin sebebinin müşterilerin fiyat söz konusu olduğunda fabrikalardaki etik ticaret uygulamalarının etkinliğini göz ardı etmeleri olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo-3.15'deki dördüncü, beşinci ve altıncı ifadeleri karşılaştırdığımızda, tedarikçi gözüyle, sosyal sorumluluk ve etik ticaret kavramlarının tedarikçiler için daha önemli olduğu görülürken (ortalama:4,41), bu oranın perakendeciler için düştüğünü (ortalama:3,82), nihai müşteri için ise çok daha da az olduğunu (ortalama:3,77), görmekteyiz. (Bkz: Tablo-3.15)

Buna göre firmalar, etik ticaret konusunu, bu konuyu kendilerine şart koşan müşterilerinden daha çok önemsediklerini belirtmiştir. Görülmektedir ki, sadece 3,77'lik ortalama değer ile, etik ticaret konusunun nihai müşteri açısından önemli olduğunun düşünüldüğü belirtilmiştir. (Bkz: Tablo-3.15) Halbuki, etik ticaret kavramı sivil toplum örgütleri ve basın sayesinde nihai tüketicilerin satın alma tercihlerinde bilinçlenmesi ve satın aldıkları ürünün hangi koşullarda üretildiğini sorgulaması ile dünya üzerinde önem kazanmıştır. Firmalardan alınan sonuçlar ile bu durum çelişki göstermiştir.

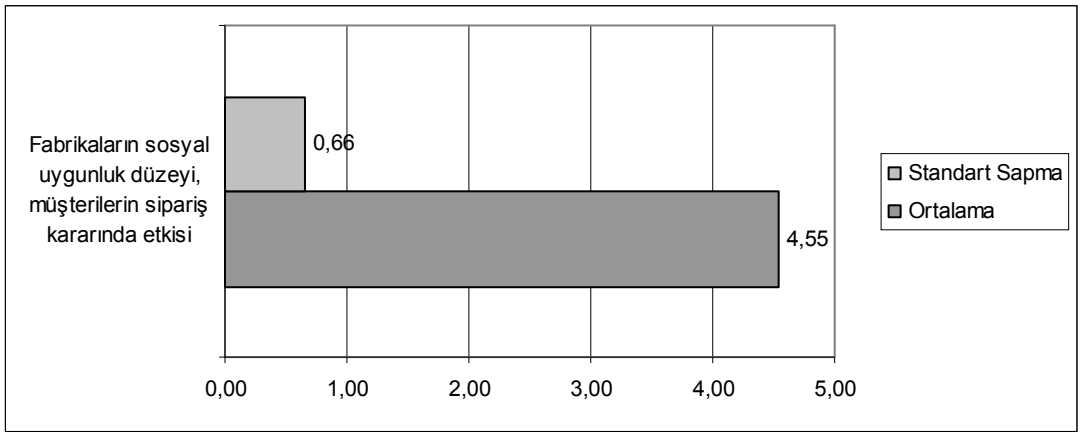
Sosyal uygunluk çalışmalarının, çalışan memnuniyetini arttırmada etkisinin incelendiği son ifadede ise tedarikçiler tarafından sosyal uygunluk ve etik ticaret kavramlarının asıl hedefinin çalışanlar olduğunun anlaşıldığını göstermektedir. Zira, araştırmaya katılanların 4,45 gibi yüksek bir ortalama değer ile sosyal uygunluk çalışmalarının, çalışan memnuniyetini arttırmada önemli olduğunu belirtmiştir. (Bkz:

Tablo-3.15) Her ne kadar perakendeciler ve müşteriler tarafından dayatılan bir süreçmiş gibi gözükse de, aslında çalışma koşullarının düzeltilmesinin çalışan memnuniyetini arttırmayı amaçladığının tedarikçiler tarafından da bilindiğini görmekteyiz.

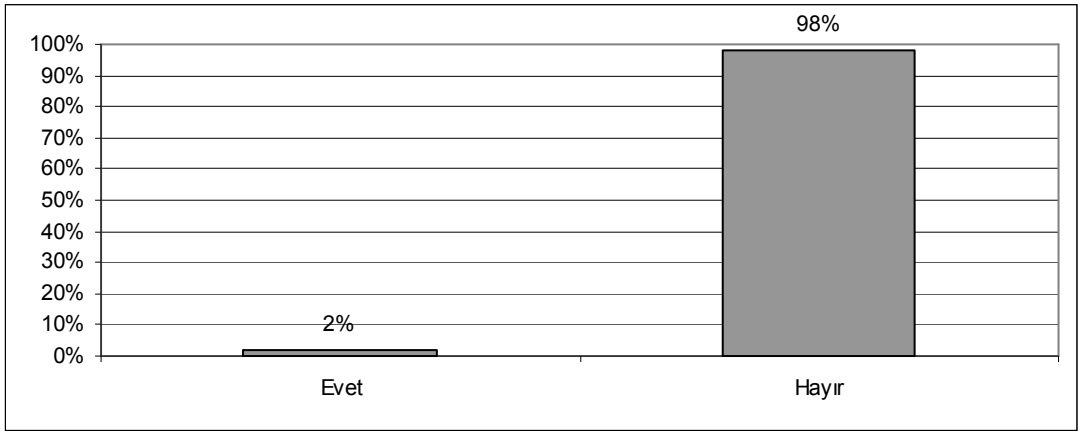
3.4.6 Perakendecilerin Firmalara Yaklaşımı

Tablo-3.16'yı incelediğimizde, ankete katılanlar sunulan ifadeye verdikleri yanıtlar neticesinde 4,55'lik ortalama değer ile fabrikaların sosyal uygunluk düzeyinin, müşterinin sipariş kararında etkili olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte Tablo-3.17'ye göre bunların sadece %2'si bugüne kadar sosyal gereksinimlerin bir ya da birkaçını sağlayamama gerekçesiyle müşteri tarafından sipariş kesilmesiyle karşılaştığını belirtmiştir. (Bkz: Tablo-3.16 ve Tablo-3.17) Teoride müşteriler tarafından açıklanmasına rağmen pratikte sipariş kesme uygulaması müşteriler tarafından pek uygulanmamaktadır. Aslında etik ticaret anlayışının temelinde de, tedarikçilerin istenen şartları yerine getiremedikleri için cezalandırılması değil; aksine tedarikçilerle işbirliği yapılarak mevcut koşulların iyileştirilmesi yatar. Zira, istenen şartları sağlamadığı için sipariş alamayan ve müşteriden destek görmeyen bir firma, bu durumda mevcut şartları sağlamak yerine kendisine etik ticaret şartı koşmayan müşteri arayışına girecektir. Böylelikle, etik ticaret yaklaşımının esas hedefi olan işçiler, aynı koşullarda çalışmak zorunda kalacaktır.

Tablo 3.16: "Fabrikaların sosyal uygunluk düzeyinin, müşterilerin sipariş kararında etkisi" ifadesine tedarikçilerin katılım derecesi

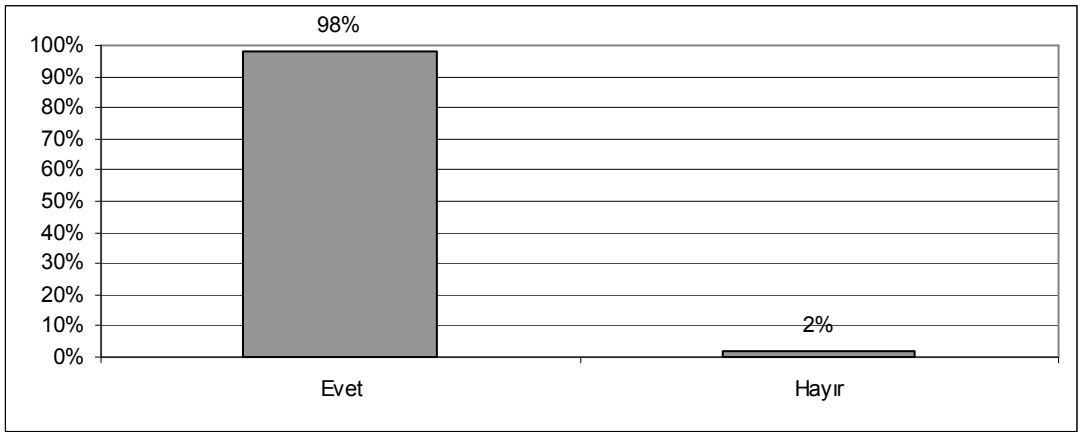


Tablo 3.17: Sosyal gereksinimlerin bir ya da birkaçını sağlayamama gerekçesiyle müşteri tarafından sipariş kesilmesiyle karşılaşma durumu



Ayrıca Tablo-3.18 incelendiğinde, sosyal uygunluk konusundaki eksikliklerin giderilmesi aşamasında, araştırmaya katılanların %98'i müşterilerinden destek alabildiğini belirtmiştir. (Bkz: Tablo-3.18)

Tablo 3.18: Sosyal uygunluk konusundaki eksikliklerin giderilmesi aşamasında, müşterilerden destek alabilme durumu



Etik Ticaret İnisiyatifi; perakendecilerin, mal tedariki gerçekleştirdiği firmalara Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları adı altında bir takım koşullar getirirken, istenen standartların tedarikçilerinde tam olarak uygulanmasında aktif rol oynamasını ve sorunları çözmeye yönelik davranmasını istemektedir. Neticede, Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı benimseyen perakendecilerin, araştırmaya katılan İstanbul'daki tedarikçilerine bu konuda etik ticaret anlayışına uygun şekilde davrandığını görmekteyiz.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışması ile tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışı ile ilgili bir durum tespiti çalışması yapılmak istenmiştir. Bunun için özellikle ucuz iş gücü ile emek yoğun iş yapılmasına yönelik olan hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe İngiliz perakendecilerin İstanbul'daki tedarikçileri incelenmiştir. Yapılan çalışma ile bulunan sonuçlara, tedarik zinciri yönetiminde etik ticaret anlayışına tedarikçi bakış açısının irdelenmesi ile ulaşılmıştır.

Teknolojinin ve haberleşme ağlarının gelişmesinin bir etkisi olarak artan küreselleşme; kültürel ve sosyal hayatın yanında ticaret hayatına da çeşitli şekillerde etki etmektedir. Özellikle kapalı ekonomilerin zaman içerisinde küresel ekonomiye dahil olması ve ülkeler arası ilişkilerin artması bu durumda etkili olmuştur. Bunun en önemli etkisini tedarik zinciri yönetimi konusunda görmekteyiz. Geçmişte işletmelerinin tasarım, üretim, satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetler gibi çeşitli fonksiyonlarının dar bir alanda gerçekleşmekte iken özellikle son 30 yılda tedarik zinciri yönetimi kavramının gelişmesine paralel olarak işletme fonksiyonlarının dünya üzerinde yayılacak bir şekilde genleştiğini görmekteyiz. Örneğin, bir firma tasarımını gerçekleştirdiği ürünleri dünyanın farklı yerlerinde üretebilmekte, bunların satışını yine kurduğu lokal ofislerle dünyanın bir çok yerinde gerçekleştirmektedir. Bu noktada özellikle belirleyici unsur, gelişmekte olan ülkelerde ucuz işgücüne bağlı olarak ürünlerin ucuza tedarik edilme şansının ortaya çıkmasıdır. Böylelikle dünya üzerindeki büyük şirketlerin küresel tedarik zincirlerine sahip olduklarını ve bunları uygun şekilde kontrol altına almak adına tedarik zinciri yönetimi kavramıyla tanıştıklarına şahit olmaktayız.

Bu konunun günlük hayatımıza yansımasını özellikle perakende sektöründe görmekteyiz. Giyim, gıda, kozmetik, ev eşyası gibi birçok ürünü ölçek ekonomisinden de faydalanarak dünyanın birçok ülkesine yayılmış tedarik zincirleri ile en ucuz şekilde temin eden ve nihai tüketiciye sunan perakende devleri, yerel mağazalara karşı müthiş bir rekabet üstünlüğü kurmaktadır. Bunun en önemli örneği

hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerinde yaşanmaktadır. Özellikle dünya tekstil ticaretini düzenleyen ve gelişmekte olan ülkelerce dışsatımı yapılan düşük fiyatlı tekstil ve giyim eşyasının Avrupa ve ABD piyasalarına girişinin kısıtlanmasını öngören anlaşma olan "Çok Elyaflılar Anlaşması"nın 2005 yılında yürürlükten kalkmasıyla bu sektörde üretim az gelişmiş ülkelere doğru hızlı bir şekilde kaymıştır.

Rekabet gücünü arttırmak için daha ucuza tedarik etme felsefesini benimseyen şirketlerin az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerden ürün tedariki yoluna gitmesi, bu ülkelerde bu ürünleri tedarik eden markalar için üretim yapan fabrikalardaki çalışma koşullarının sorgulanmasına yol açmıştır. Bu sorgulama özellikle bu markaların satış yaptıkları batılı ülkelerdeki medya ve sivil toplum örgütleri aracılığıyla halka duyurma şeklinde olmuştur. Aslında bir nevi bu markalar ve perakende devleri üretim yerlerindeki kötü çalışma koşulları hakkında halka şikayet edilmiştir. Bunu takip eden çeşitli protestolar ve boykotlar, toplum üzerinde de alış veriş esnasında olumsuz bir kanaat oluşmasına sebep olmuştur. Bu toplumsal baskılar, firmaları ürün tedarik ettikleri yerlerdeki üretim koşullardan da sorumlu olacakları sonucuna götürmüştür ve firmaların tedarik zincirleri boyunca etik değerlere önem vermesi gerektiğini ortaya çıkarmıştır.

Buradan anlaşılmaktadır ki, etik değerler konusunda bilinçlenme toplumdan başlayarak tedarikçiye doğru gitmektedir. Ancak araştırma bulgularındaki ilginç bir nokta, tedarikçilerin sosyal sorumluluk ve etik ticaret kavramlarına kendi müşterileri (perakendeciler) ve nihai müşterilerden daha fazla önem verdikleri sonucunun ortaya çıkmasıdır. Araştırmaya katılanların görüşlerinden faydalanarak; bu durumu, firmaların düşük fiyat konusunda tedarikçilerine yaptıkları baskıların, etik değerlere verdikleri önemi onlara aktarmak açısından engel teşkil ettiği şeklinde yorumlayabiliriz. Halbuki, etik ticaret konusundaki çalışmaların kaynağı nihai tüketici ve onun tetiklediği perakendecilerdir.

Üretim yerlerindeki olumsuz koşullar nedeniyle müşteri ve dolayısıyla pazar payı kaybı riskiyle karşı karşıya kalan büyük şirketler, öncelikle temelde etik ya da sosyal koşullarının neler olması gerektiğinin belirlenmesi yoluna gitmişler ve her firma

kendisine özgü "davranış kuralları", "etik kurallar" ya da benzer isimlerde kurallar bütünü yayınlamıştır. Bununla birlikte bazı firmalar tek tek davranış kuralları oluşturmak yerine sektörel bazda ya da ülke bazında çeşitli birlikler kurup ortak kurallar yayınlama yoluna gitmiştir. Bunlardan birisi de İngiltere menşeli "Etik Ticaret İnisiyatifi" kuruluşudur. Firmaların, sivil toplum kuruluşlarının, sendikaların içinde olduğu ve İngiliz hükümetinin desteklediği kar amacı gütmeyen bu kuruluş, tüm dünyada üretim yaptıran üye markaların ve perakendecilerin üretim yerlerindeki çalışma koşullarını düzenlemeyi amaçlamıştır. Bu nedenle öncelikle "Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları" adı altında bu düzenlemeye ilişkin kurallar yayınlanmıştır.

Yapılan araştırmada İstanbul'daki hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki tedarikçiler arasından araştırmaya dahil olan firmaların bu kurallardan uzun zamandır haberdar oldukları görülmektedir. Ayrıca İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği gibi ihracatçı birlikleri tarafından hazırlanan ülke raporlarında İngiltere için bu kurallardan bahsedilmektedir. Araştırmanın verilerine dayanarak, bu kuruluşun sözde kalmadığını, aktif olarak faaliyette olduğunu ve adını araştırmaya katılan firmalara duyurduğunu söyleyebiliriz. Yine yapılan araştırma sonucunda Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nın yeterliliği konusunda tedarikçilerin olumlu yaklaştıklarını görmekteyiz. Zira, Etik Ticaret İnisiyatifi sadece bir şirketin oluşturmuş olduğu kurallar bütünü değil, daha öncede bahsettiğimiz gibi bu kuruluşu meydana getiren özel şirketlerin, sivil toplum kuruluşlarının, sendikaların ve İngiliz Hükümetinin katkısıyla oluşturulmuş bir kurallar bütünüdür. Kuralların bu şekilde hazırlanmış olması, bunu uygulayacak fabrikaların da kurallar konusunda olumlu düşünmesine yol açmıştır.

Davranış kurallarının ya da etik değerlerin belirlenmesinden sonra, markalar üreticilerinin bu kurallara uymalarını istemişlerdir. Ancak bu kuralların üretim alanlarında sağlanıp sağlanmadığının kontrol edilmesi gerekliliği buralarda denetimler yapılması ihtiyacını doğurmuştur. Sosyal denetim olarak da tanımlanan bu denetimlerde fabrikalarda iş güvenliği, çalışma saatleri, ücretler, çalışma yaşı vs. gibi sosyal konularda fabrikaların performansı gözlemlenmektedir.

Yine yapılan araştırma ile araştırmada yer alan firmalarda bu denetimlerin yapıldığını ve firmaların bu denetimlere aşina olduğunu görmekteyiz. Üstelik denetim sadece fabrikaların müşterileri tarafından değil, aynı zamanda profesyonel bağımsız denetim şirketleri tarafından da yapılmakta ve müşterilere raporlanmaktadır. Bu da yapılan denetimlerin ciddiyetini ve güvenilirliğini arttırmaktadır. Zaten, yapılan araştırmada, yapılan sosyal denetimlerin etkin şekilde yapıldığının tedarikçiler tarafından düşünüldüğü sonucu ortaya çıkmıştır.

Araştırma esnasında, fabrikalarda bizzat denetim yapılmamış, katılan firmalara karşılaştıkları uygunsuzluklarla ilgili sorular sorulmuştur. Alınan cevaplar incelendiğinde, fabrikaların genel olarak işçi sağlığı ve iş güvenliği, çalışma saatleri, ücretler ve düzenli istihdam konularında zorlandıklarını ve bu konuda uygunsuzluklarla karşılaştıkları sonucuna varmaktayız. Gerçekten de ucuz ve eğitimsiz iş gücünün kullanıldığı hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe, çalışanların da kendi haklarını yeterince bilmemesinden dolayı iş yerlerinde çalışma saatleri ve ücretler konusundaki düzenlemelerde yasal şartlara çoğu zaman uyulmadığını söylenebilir. Örneğin çalışanlar yasal sınırların üzerinde çalışmaktadır, bunun karşılığında yasal asgari ücret ödenmemektedir ve çalışanlar fazla mesai ücreti alamamakta ya da bu ücretler yanlış hesaplanmaktadır. Sigortasız çalışma, yani kayıt dışı istihdamın çokluğu da bu sektörde düzenli istihdam politikalarının oluşturulmasını zorlaştırmaktadır. İşçi sağlığı ve iş güvenliği alanında tedbirsizlik ise, maalesef sadece bu sektörün değil Türkiye'nin genel bir sorunu gibi gözükmektedir. Zira, her geçen gün haber bültenlerinde iş kazaları nedeniyle yaralanan veya yaşamını yitiren çalışanlarla ilgili haberlere rastlamaktayız. Haber bültenlerinde sıklıkla adını işittiğimiz Tuzla tersanelerinde ölümle sonuçlanan iş kazalarının bir türlü önlenememesi bunun en büyük göstergesidir.

Araştırma sonucunda firmaların Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'ndan "Sendikalaşma Hakkı" dışında hepsine genel olarak önem verdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Örgütlenme konusu, eğitim seviyesi düşük çalışanların çoğunlukta olduğu hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe çalışanlar tarafından çok fazla sorgulanan bir

konu olmamakla birlikte, işveren gözüyle de işçilerin örgütlenme hakkının çok önemli görülmediği sonucu ortaya çıkmaktadır. Özellikle sendika konusu grev, toplu pazarlıklar ve işin geçici olarak durması gibi kavramları çağrıştırdığından işverenler bu konuya sıcak bakmamaktadır. Anlaşılan firmalar, gerekli yasal haklarını alan çalışanlar için sendikalaşmanın gereksiz olduğunu düşünmektedir.

Araştırmaya katılan firmaların önem verdiği ve kendilerinde uygunsuzluk çıkmadığını belirttiği diğer Etik Ticaret İnisiyatifi temel unsurları; zorla çalıştırma, çocuk işçilik, ayrımcılık ve kötü davranış ile ilgilidir.

Zorla çalıştırma ya da bir diğer deyişle istihdamın serbestçe seçilmesi konusunda, araştırma sonucunda da ortaya çıktığı gibi Türkiye şartlarında olumsuz örneklere rastlamak hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe çok sık karşılaşılan bir durum olmayabilir. Çünkü, bu konu özellikle başka ülkelerden getirilen göçmen işçilerin çalıştırıldığı durumlarda sorun teşkil etmektedir. Örneğin bu şekilde çalışanların pasaportlarına işveren tarafından el konulması ya da çalışanların kendilerine iş bulan aracı kuruluşlara maaşlarının çok üzerinde ücretler ödemesi veya borçlu duruma düşürülmesi gibi hususlar bu konuyla ilgilidir. Türkiye'de ise göçmen işçilik daha çok yerel bazda, örneğin tarım sektöründeki mevsimlik işçiler şeklinde olmaktadır. O yüzden, bu unsurda ilgili sektörde katılımcı firmaların sorun yaşamadıklarını bildirmesi doğal karşılanabilir.

Ancak fazla mesai çalışmalarının işçilerin rızası dışında yapılması da, zorla çalıştırma başlığı altında değerlendirilirse, yukarıda da bahsedildiği gibi yoğun çalışma saatleri ve fazla mesai sürelerinin sıklıkla görüldüğü hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinde, fazla mesai konusunda zorla çalıştırmanın söz konusu olabileceğini söyleyebiliriz.

Araştırmada da ortaya çıkmıştır ki, çocuk emeğinin kullanılması konusu ise etik ticaret yaklaşımının önemli konularındandır. Özellikle kayıt dışı istihdamın yaygın olduğu ve ucuz işgücünün kullanıldığı bu sektörde çalışanlar genç yaşta çalışmaya başlamaktadır; öyle ki bazı durumlarda bu yaş yasal sınır olan 15 yaşın altına

düşmektedir. Araştırma sonucunda bu konuda, katılan firmaların sorun yaşamadıkları belirtilse de, araştırmanın kapsamının ihracat rakamları dikkate alınarak belirlendiği, bu nedenle nispeten büyük firmalarda anketin yapıldığı, fakat çocuk emeğinin kullanılmasının merdiven altı tabir edilen atölyelerde halen mümkün olabileceği de göz önüne alınmalıdır.

Araştırma sonucunda iki unsur vardır ki, katılan firmalar tarafından en önemli unsurlar olarak belirtilirken, hiçbir firma bu unsurlarda sıkıntı yaşamadığını belirtmiştir. Bunlar "ayrımcılık" ve "kötü muamele" unsurlarıdır. Bunu iki farklı şekilde yorumlayabiliriz. Birincisi gerçekten firmaların bu unsurlarda tam uygunluk gösterdiğidir. İkincisi ise bu unsurlardaki uygunsuzlukların biraz daha örtülü kaldığı şeklindedir. Zira bu unsurlarda sadece fabrikanın gezilmesi ya da evrakların incelenmesiyle firmaların uygunluğunun belirlenmesi beklenemez. Bunun için çalışan görüşmeleri gibi daha kapsamlı çalışmalar yapılır. Yine de bu konularda dışarıdan gelen bir gözlemcinin 1-2 gün içerisinde örneklemeye dayalı yaptığı görüşmelerle sorunu algılaması ve ortaya çıkarması zor olacaktır. O yüzden bu unsurlarda sorunlar yaşansa bile, çok bariz olmadıkça bunun açığa çıkarılıp rapor edilmesi zor gözükmektedir.

Yapılan denetimler aracılığıyla firmalardaki çalışma koşullarının durumu hakkında raporlar oluşturulmakta ve perakendeciler tedarik zincirlerindeki riskli noktaları değerlendirmektedir. Uygunsuzlukların bulunduğu fabrikalarda, gerekli çalışmaların yapılarak eksikliklerin giderilmesi istenmektedir. Bu aşamada perakendeci ile tedarikçi arasındaki ilişki ön plana çıkar. Firmalar tedarikçilerinin çalışma koşullarını düzeltmek adına yapacakları sosyal uygunluk çalışmalarında onlara destek olmak yoluna gitmeli, özellikle uygunsuzlukları düzeltme niyetinde olan fabrikaları bu konu teşvik etmelidir. Yaptığımız araştırma göstermiştir ki, müşteri firmalar uygunsuzluk çıktığında siparişi keserek üreticiyi cezalandırmak yerine, bahsettiğimiz şekilde onlarla ortak çalışma yapma yoluna gitmektedir. Bu durum tedarik zinciri yönetimindeki kritik başarı faktörlerinden karşılıklı güven ve işbirliği konusu açısından da önemlidir. Perakendeciler tedarikçilerini birer çalışan olarak görerek,

onların gelişmesini kendi gelişmesi şeklinde değerlendirirse, tedarik zincirini yönetmede başarı sağlar.

Ayrıca, müşterileri tarafından belirtilen sosyal uygunluk düzeylerine ulaşmak için fabrikalar çeşitli maliyetlere de katlanmak durumundadır. Bunlar arasında iş güvenliği konusunda yaptıkları çalışmaların getirdiği maliyetleri, çalışanların sosyal haklarının verilmesinden kaynaklanan maliyetleri ve bunların yanında yapılan denetimlerin masraflarını sayabiliriz. Bu masrafların birçoğu zaten fabrikaların yasal zorunluluklara uyma konusunda karşılamaları gereken maliyetler olmasına rağmen, devlet denetimlerinin eksiklikleri nedeniyle çoğu normal şartlarda göz ardı edilen maliyetlerdir. Bu araştırmada maliyetle ilgili durum tespiti yapılmış ve maliyet konusunda firmaların çok değişken yanıtlar verdiği görülmüştür. Bunun nedeninin araştırılması için maliyete etki eden faktörlerin (firmanın çalışan sayısı, ne kadar zamandır sosyal uygunluk çalışması yaptığı, bu çalışmalara başlamadan önceki durumu vb.) daha kapsamlı bir çalışma ile incelenmesi gerekmektedir.

Etik ticaret yaklaşımı ve bu doğrultuda yapılan sosyal uygunluk çalışmaları, başarıyla yürütüldüğü takdirde ilk etapta konunun odağındaki insanlar olarak firmalarda çalışan işçiler üzerinde olumlu etkisi olacaktır. Daha iyi çalışma koşullarına kavuşan işçilerin artan motivasyonu ve şirket bağlılığı firmaların verimliliğinde olumlu etki yaratacaktır. Tedarik zincirindeki firmalarda etik şartları sağlayan perakendeciler, hem tedarikçileriyle daha yakın ilişki kurmaya başlayacak hem de bu konudaki riskleri minimize ederek olası kötü reklam ve haberlerin önünü keserek iş kaybını engellemiş olacaklar. Nihai müşteriler de satın aldıkları ürünlerin, işçilerin emeğinin sömürüldüğü kötü koşullarda üretim yapan yerlerden gelmediğini bilerek alışverişlerini gönül rahatlığıyla yapacaklardır.

Sonuç olarak, etik ticaret konusunda Etik Ticaret İnisiyatifi gibi ortak girişimler oluşturarak çeşitli çalışmalar yapan İngiliz perakendecilerine hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri tedarik eden İstanbullu firmalar içinden araştırmaya dahil olan firmaların etik ticaret konusunda geçirdikleri sosyal denetimlerin de etkisiyle belirli bir bilinç seviyesine ulaştıkları, konu hakkında bilgi sahibi oldukları, kendilerinde

çalışma saatleri, ücretler, iş güvenliği ve düzenli istihdam gibi konular haricinde ciddi problemler görmediklerini, kendilerine sunulan "temel kurallar" adı altındaki kuralları sendikalaşma konusu haricinde önemsediklerini, ancak gerçekte mal tedariki gerçekleştirdikleri perakendecilerin ve nihai müşterilerin bu konuyu kendileri kadar önemsemediğini düşündüklerini, bununla birlikte bu sosyal şartları sağlama konusundaki çalışmalarında onlardan destek alabildiklerini ve bunun kendi çalışanlarına da katkısı olduğunu düşündüklerini söyleyebiliriz.

Etik ticaret anlayışı uzun soluklu bir süreçtir ve tedarik zinciri boyunca sürekliliğinin sağlanması esastır. Bu bağlamda, tedarikçilerin, ciddi boyutlarda olsun ya da olmasın kendilerinde gördükleri olumsuz çalışma koşullarını sürekli iyileştirmek için çaba göstermelidirler. Perakendeciler ise bu olumsuz koşulları düzeltmek niyetinde olan firmalarla ticari ilişkilerini sürdürerek onları bu süreçte desteklemelidirler, öte yandan bu kurallara uymamakta ısrar eden tedarikçilerini zincirin dışına çıkarmalıdırlar. Ayrıca tedarikçi firmalarda çalışan işçilerin kendilerine direkt olarak ulaşıp problemlerini aktarabilecekleri mekanizmalar geliştirmelidirler. Bu durum, örtülü kalmış olabilecek bazı problemlerin ortaya çıkarılması açısından da faydalı olacaktır. Nihai tüketiciler ise satın aldıkları ürünlerin etik değerler gözetilerek üretilip üretilmediği sorgulayarak bu sürecin işlemesine ve geliştirilmesine katkıda bulunmalıdırlar.

KAYNAKÇA

Alberada, Laura: "Corporate Responsibility, Governance and Accountability: From Self-regulation to Co-regulation", **Corporate Governance**, Vol:8, No.4, 2008, s:430-439

Alfalla-Luque, Rafaela, Carmen Medina-Lopez: "Supply Chain Management: Unheard of in the 1970s, core to today's company", **Business History**, Vol.51, No.2, March 2009, s:202-221

Ararat, Melsa: "Turkey in Training for CSR Goal", **Strategic Direction** , Vol. 24 no. 11 2008, s: 20-22

Balay, Refik: "Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim", Ankara Üniversitesi, **Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Yıl:2004, Cilt:37, Sayı:2, s:61-82

Barnet, Richard J., John Cavanagh: "Viewpoints; Just Undo It: Nike's Exploited Workers", **The New York Times,** sayfa:11, 13.02.1994 (çevrimiçi) http://www.hamline.edu/apakabar/basisdata/1994/02/15/0004.html, 17 Ağustos 2009

Barrientos, Stephanie, Sally Smith: "Do Workers Benefit from Ethical Trade? Assessing Codes of Labour Practice in Global Production Systems", **Third World Quarterly**, Vol. 28, No. 4, 2007, s:713-729

Berlan, Amanda: "Ethical Supply Chain Management: Lessons From the Field." **The Retail Digest**, Winter 2008, s:16-19

Blowfield, Michael E.: "Operations and Supply Chain Management Going Global: How to Identify and Manage Societal Expectations in Supply Chains (And the Consequences of Failure)", **Corporate Governance** 2005, vol. 5, no. 3, s:119-128

BSCI: "The Creation of the BSCI", (çevrimiçi) http://www.bsci-eu.org/index.php?id=2011, 11 Kasım 2009

Burns, Maggie, Mick Blowfield: "Approaches to Ethical Trade: Impact and Lessons Learnt", **Natural Resources Institute**, Project Report, s:8 (çevrimiçi) http://www.nri.org/projects/NRET/burns_final.pdf, 7 Ağustos 2009

Casey, Roseann: "Meaningful Change: Raising the Bar in Supply Chain Workplace Standards.", **Corporate Social Responsibility Initiative**, 2006, Working Paper No:29

Capell, Kerry: "Zara Thrives By Breaking All the Rules", **BusinessWeek**, 10/20/2008, Issue 4104, (çevrimiçi), http://www.businessweek.com/magazine/toc/08_42/B4104magazine.htm, 11 Kasım 2009

Clean Clothes Campaign: "What is the BSCI and How Does It Measure Up", **CCC Newsletter** 21, May 2006, (çevrimiçi) http://www.cleanclothes.org/component/content/article/393, 11 Kasım 2009

Clean Clothes Campaign: "Victory for Workers in Turkey: DESA and Deri Is Union Sign Protocol", 08.09.2009, (çevrimiçi) http://www.cleanclothes.org/victory-for-workers-in-turkey, 22 Eylül 2009

Egels-Zanden, Niklas, Evelina Wahlqvist: "Post-Partnership Strategies for Defining Corporate Responsibility: The Business Social Compliance Initiative", **Journal of Business Ethics** (2007) 70, s:175-189

ETI: "About ETI", (çevrimiçi) http://www.ethicaltrade.org/about-eti, 17 Ağustos 2009

ETI: "ETI Base Code", (çevrimiçi) http://www.ethicaltrade.org/resources/key-eti-resources/eti-base-code, 17 Ağustos 2009

ETI: "What is Ethical Trade", (çevrimiçi), http://www.ethicaltrade.org/about-eti, 7 Ağustos 2009

Goolsby, Kathleen: "Trends in Factors Surrounding Achieving Cost Reduction by Outsourcing", **Outsourcing Journal**, May 2009, (çevrimçi), http://www.outsourcing-journal.com/may2009-awards.html, 7 Ağustos 2009

Göcenoğlu, Ceyhun, Işıl Onan: "**Turkey Corporate Social Responsibity Baseline Report**", 2008, Ankara

Hale, Angela: "Beyond The Barriers: New Forms Of Labour Internationalism", **Development in Practice**,Vol. 14, No. 1 & 2, February 2004, s:158-162

Hale, Angela:	"What Hope for Ethical Trade in Globalised Garment Industry?", **Antipode**, 32:4, 2000, s:349-356
Hale, Angela, Linda M. Shaw:	"Women Workers and the Promise of Ethical Trade in the Globalised Garment Industry: A Serious Beginning?", **Antipode** 2002, Vol:33, issue:3, s:510-527
Hughes, Alex:	"Learning to Trade Ethically: Knowledgeable Capitalism, Retailers and Contested Commodity Chains", **Geoforum** 37 (2006), s:1008-1020
Hughes, Alex, Martin Buttle, Neil Wrigley:	"Organisational Geographies of Corporate Responsibility: a UK–US Comparison of Retailers' Ethical Trading Initiatives", **Journal of Economic Geography** 7 (2007), s: 491-513
Hughes, Alex, Neil Wrigley, Martin Buttle:	"Global Production Networks, Ethical Campaigning, and the Embeddedness of Responsible Governance", **Journal of Economic Geography** 8 (2008) s:345-367
Husted, Bryan W.:	"Governance Choices for Corporate Social Responsibility: to Contribute, Collaborate or Internalize?", **Long Range Planning Journal**, 36 (2003), s:481-498
Hürriyet Gazetesi:	"Kot Taşlamada Kum Yasağı", 04.04.2009, (çevrimiçi) http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=11365791, 22 Eylül 2009
Ince, John F.:	"Supply Chain Management: Back To Basics", **Upside**, Jun 2001; 13; 6; Abi/Inform Global s:92-99
İTKİB:	"İstatistiklerle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, 2008, (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009
İTKİB:	"İTKİB Üye Listeleri", (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009
İTKİB:	"Tekstil ve Hazır Giyim Pazarı Olarak İngiltere", İTKİB Genel Sekreterliği Arge ve Mevzuat Şubesi, Aralık 2008, (çevrimiçi) http://www.itkib.org.tr, 15 Eylül 2009
İtler, H. Melih (Dr. Y. Müh):	"**Global Dışsal Tedarik**", İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:2002-31, İstanbul, 2002

Jespersen, Birgit Dam, Tage Scjott-Larsen:	"**Supply Chain Management - in Theory and Practice**", Copenhagen Business School Press, Denmark, 1. Edition 2005
Kolk, Ans, Rob Van Tulder:	"The Effectiveness of Selfregulation: Corporate Codes of Conduct and Child Labour," **European Management Journal** Vol. 20, No. 3, s: 260-271
Lummus, Rhonda R., Robert J. Vokurka:	"Defining Supply Chain Management: A Historical Perspective and Practical Guidelines", **Industrial Management & Data Systems** 99/1 (1999), s:11-17
McDougall, Dan:	"Child Sweatshop Shame Threatens Gap's Ethical Image", **The Observer**, 28.10.2007, sayfa:36 (çevrimiçi) http://www.guardian.co.uk/business/2007/oct/28/ethicalbusiness.india, 17 Ağustos 2009
Mehrjerdi, Yahia Zare:	"Excellent Supply Chain Management", **Assembly Automation**, Vol 29, No 1, 2009, s:52-60
Mentzer, John T., v.d.:	"Defining Supply Chain Management", **Journal Of Business Logistics**, Vol.22, No. 2, 2001, s:1-25
Narasimhan, Ram, Srinivas Talluri:	"Editorial / Perspectives On Risk Management In Supply Chains", **Journal of Operations Management**, 27 (2009), s:114-118
National Research Council Staff:	"**Monitoring International Labor Standards: Techniques and Sources of Information**", Washington, DC, USA: National Academies Press, 2004
Neef, Dale:	"**The Supply Chain Imperative: How to Ensure Ethical Behaviour in Your Global Suppliers**", New York, Amacom, 2004,
Oke, Adagoke, Mohan Gopalakrishnan:	"Managing Distributions in Supply Chains: A Case Study Of a Retail Supply Chain", **Int. J. Production Economics**, 118 (2009), s:168-174
Özçelik, Burcu:	"Sosyal Sorumluluk mu, Yoksa Pazarlama mı?, **Hürriyet İK**, 23.08.2009, sayı:724
Perry, Patsy, Neil Towers:	"Determining the Antecedents for a Strategy of Corporate Social Responsibility by Small and Medium-

sized Enterprises in the UK Fashion Apparel Indusrty", **Journal of Retailing and Consumer Services**, 16 (2009), s:377-385

Pollin, Robert, Justin Burns, James Heintz: "Global Apparel Production And Sweatshop Labour: Can Raising Retailer Prices Finance Living Wages?", **Cambridge Journal of Economics**, 2004, 28, s:153-171

Powell, Benjamin, David Skarbek: "Sweatshops And Third World Living Standards: Are The Jobs Worth The Sweat?", **Journal of Labor Research** Vol 27, No 2, Spring 2006, s: 263-274

Rabet, Delphine: "Human Rights and Globalization: The Myth of Corporate Social Responsibility?", **Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences** (2009) Vol 1, No 2, s:463-475

Referans Gazetesi: "APS Tekstil'den Dünyaya 25 Milyon Dolarlık Pantolon İhracatı", Tekstil Gündemi Haberleri, (Referans Gazetesi), 08.07.2007, (çevrimiçi) http://www.kumasci.com, 22 Eylül 2009

Robinson, Carol J., Manoj K. Malhotra: "Defining the Concept of Supply Chain Quality Management and Its Relevance to Academic and Industrial Practice", **Int. J. Production Economics** 96 (2005), s:315-337

Ross, Robert J.S.: "No Sweat: Hard Lessons From Garment Industry History", **Dissent Magazine**, Fall 2006, s:50-56

SEDEX: "How Sedex Fıts In", (çevrimiçi) http://www.sedex.org.uk/sedex/go.asp?u=/WebSite/Home&pm=6&location=Hsedex, 11 Kasım 2009

Spekman, Robert E., John W. Kamauff Jr, Niklas Myhr: "An Empirical Investigation Into Supply Chain Management", **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, Vol. 28 No. 8, 1998, s:630-650

Stock, James R., Stefanie L. Boyer: "Developing a Consensus Definition of Supply Chain Management: A Qualitative Study", **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management** Vol. 39 No. 8, 2009, s: 690-711

Svensson, Göran, Hans Baath: "Supply Chain Management Ethics", **Supply Chain Management: An International Journal**, Vol 13, No 6, 2008, s: 398-405

Thorpe, Vic:	"**Jo-in Türkiye Projesi Nihai Rapor**", Ekim 2005-Aralık 2007, (çevrimiçi) http://www.jo-in.org/tr/report.html, 22 Eylül 2009
Townsend, Mark:	"Tesco in Row Over Foreign Workers", **The Observer**, 10.04.2005, s:8, (çevrimiçi) http://www.guardian.co.uk/uk/2005/apr/10/southafrica.supermarkets, 17 Ağustos 2009
Türkiye İhracatçılar Meclisi:	"2008 İhracat İstatistikleri", Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), (çevrimiçi) http://www.tim.org.tr, 15 Eylül 2009
Türköz, Özge:	"**Tedarik Zinciri Yönetiminde Dağıtım Gereksinim Planlaması**", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2007, İ.Ü. S.B.E.
Wagner, Stephan M., Christoph Bode:	"**Supply Chain Risk: A Handbook of Assessment, Management, and Performance (Chapter 17: Dominant Risks and Risk Management Practices in Supply Chains)**", Ed. George A. Zsidisin and Bob Ritchie Springer US, 2009
Waterman, Peter:	"**Place, Space And New Labour Internationalisms**", Blackwell, 2001
Welford, Richard, Peter Hills:	"**Global Practices of Corporate Social Responsibility: Chapter-9 People's Republic Of China**", Ed. S. O. Idowu & W. L. Filho, Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2009
Zadek, S, L Lingayah and M Forstater:	"Social Labels: Tools for Ethical Trade", **DGV. European Commission**, (1998) s:iii, (çevrimiçi) http://www.ilo.org/dyn/basi/docs/F126/social_labels_tools.pdf, 7 Ağustos 2009
Zsidisin, George A., Bob Ritchie:	"**Supply Chain Risk: A Handbook of Assessment, Management, and Performance (Chapter 1: Supply Chain Risk Management – Developments, Issues and Challenges)",** Springer US, 2009
Zutshi, Ambika, Andrew Creed, Amrik Sohal:	"Child Labour and Supply Chain: Profitability or (mis)Management, **European Business Review**, Vol. 21, No. 1, 2009, s:42-63

EK-I: ULUSLAR ARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ TEMEL SÖZLEŞMELERİ[136]

No:29 Zorla Çalıştırma Sözleşmesi (1930):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi:	6 Haziran 1930
Kanun Tarih ve Sayısı:	23 Ocak 1998 / 4333
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	27 Ocak 1998 / 23243
Bakanlar Kurulu Kararı Tarih ve Sayısı:	25 Mayıs 1998 / 98 - 225
Resmi Gazete Yayım Tarih ve Sayısı:	23 Haziran 1998 / 23381

Sözleşme zorla ya da zorunlu çalıştırmanın her tür biçimine son verilmesini öngörmektedir. Ancak, askerlik hizmeti, mahkumların belirli bir denetime göre çalıştırılmaları, bu arada savaş, yangın ve deprem gibi olağanüstü durumlarda gerek duyulan çalıştırma biçimleri için istisna tanınmaktadır.

No: 87 Örgütlenme Özgürlüğü ve Örgütlenme Hakkının Korunması Sözleşmesi (1948):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi:	17 Haziran 1948
Kanun Tarih ve Sayısı:	25 Kasım 1992 / 3847
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	22 Aralık 1992 / 21432 mükerrer
Bakanlar Kurulu Kararı Tarih ve Sayısı:	8 Ocak 1993 / 93-3967
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	25 Şubat 1993 / 21507

[136] "Temel ILO Sözleşmeleri", (çevrimiçi) http://www.ilo.org/public/turkish/region/eurpro/ankara/about/ilo_tsoz.htm

Bütün işçi ve işverenlerin, önceden izin almaksızın ve serbestçe kendi örgütlerini kurma ve bu örgütlene katılma haklarını güvence altına almakta ve bu örgütlerin resmi görevlilerin müdahalelerinden bağımsız serbestçe işlev görebilmelerini sağlayacak güvenceler getirmektedir.

No:98 Örgütlenme ve Toplu Sözleşme Hakkı Sözleşmesi (1949):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi:	18 Haziran 1949
Kanun Tarih ve Sayısı:	8 Ağustos 1951 / 5834
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	14 Ağustos 1951 / 7884

Sendika ayrımcılığı gözetilmesine, farklı kesimlerin örgütlerinin birbirlerinin çalışmalarına müdahale etmelerine karşı ve toplu sözleşme düzeninin geliştirilmesine yönelik önlemler getirmektedir.

No:100 Eşit Ücret Sözleşmesi (1951):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi:	6 Haziran 1951
Kanun Tarih ve Sayısı:	13 Aralık 1966 / 810
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	22 Aralık 1966 / 12484
Bakanlar Kurulu Kararı Tarih ve Sayısı:	14 Nisan 1967 / 6-8036
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	13 Haziran 1967 / 12620
Ek Kararname	
Bakanlar Kurulu Kararı Tarih ve Sayısı:	2 Eylül 1967 / 6-8729
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	22 Eylül 1967 / 12706

Erkek ve kadınların, eşit işlerde eşit ücret ve sosyal haklara sahip olmalarını öngörmektedir.

No:105 Zorla Çalıştırmanın Yasaklanması Sözleşmesi (1957):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi:	5 Haziran 1957
Kanun Tarih ve Sayısı:	14.12.1960 / 162
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	21.12.1960 / 10686

Zorla ya da zorunlu çalıştırmanın herhangi bir biçiminin siyasal zorlama ve eğitme, siyasal ya da ideolojik görüşlerin açıklanması nedeniyle cezalandırma, işgücünü harekete geçirme, çalışma disiplinini sağlama, ayrımcılık ve grevi katılanları cezalandırma aracı olarak kullanılmasını yasaklamaktadır.

No:111 Ayrımcılık (İstihdam ve Meslek) Sözleşmesi (1958):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi:	4 Haziran 1958
Kanun Tarih ve Sayısı:	13.12.1966 / 811
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	22.12.1966 / 12484
Bakanlar Kurulu Kararı Tarih ve Sayısı:	2.9.1967 / 6-8730
Resmi Gazete Yayım Tarih ve Sayısı:	21.9.1967 / 12705

İş verme, eğitim ve çalışma koşullarının düzenlenmesinde ırk, renk, cinsiyet,din, siyasal görüş, ulusal kimlik ve sosyal köken temelinde ayrımcılık yapılmasının ulusal politikalarla önlenmesi, fırsat ve uygulama alanında eşitliği geliştirme çağrısında bulunmaktadır.

No: 138 Asgari Yaş Sözleşmesi (1973):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi:	6 Haziran 1973
Kanun Tarih ve Sayısı:	23 Ocak 1998 / 4334
Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı:	27 Ocak 1998 / 23243
Bakanlar Kurulu Kararı Tarih ve Sayısı:	5 Mayıs 1998 / 98-11184

Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı: 21 Haziran 1998 / 23379

İşe kabulde asgari yaşın zorunlu temel eğitimin tamamlandığı yaştan daha düşük olamayacağını öngörerek çocuk işçiliğinin ortadan kaldırılmasını amaçlamaktadır.

No:182 Çocuk İşçiliğinin En kötü Biçimleri Sözleşmesi (1999):

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Kabul Tarihi: 17 Haziran 1999

Kanun Tarih ve Sayısı: 25 Ocak 2001 / 4623

Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı: 3 Şubat 2001 / 24307

Bakanlar Kurulu Kararı Tarih ve Sayısı: 18 Mayıs 2001 / 2001/2528

Resmi Gazete Yayım Tarihi ve Sayısı: 27 Haziran 2001 / 24445

Çocuk işçiliğinin en kötü biçimlerinin acilen ve etkili biçimde ortadan kaldırılmasını sağlayacak önlemlerin alınmasını öngörmektedir. Çocuk işçiliğinin en kötü biçimleri arasında kölelik ve benzeri koşullarda çalıştırılma, silahlı çatışmalarda kullanılmak üzere zorla askere alınma, fuhuş ve pornografi amaçlarıyla ve yasa dışı işlerde kullanılma ve bu arada çocukların sağlığına, güvenliğine ve ahlaki değerlerine zarar verecek işler yer almaktadır.

EK-II: ETİK TİCARETTEKİ GELİŞMELERİN KRONOLOJİK SIRASI[137]

1930: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Zorla Çalıştırma Sözleşmesi yayınlandı.

1948: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Örgütlenme Özgürlüğü ve Örgütlenme Hakkının Korunması Sözleşmesi yayınlandı.

1949: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Örgütlenme ve Toplu Sözleşme Hakkı Sözleşmesi yayınlandı.

1951: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Eşit Ücret Sözleşmesi yayınlandı.

1957: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Zorla Çalıştırmanın Yasaklanması Sözleşmesi yayınlandı.

1958: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Ayrımcılık Sözleşmesi yayınlandı.

1973: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Asgari Yaş Sözleşmesi yayınlandı.

1975: "The Internation Council of Toy Industries" (ICTI) kuruldu.

1977: Çok uluslu şirketleri ve sosyal politikaları içeren Uluslar Arası Çalışma Örgütü Üçlü Bildirisi yayınlandı.

1988: Reebok İnsan Hakları Ödülü Programı'nı başlattı.

1990: Kötü şartlarda insan çalıştıran yerler hakkında küresel dikkat artışı yaşandı.

1991: Levi Strauss "Çalışma Kuralları"nı yayınladı. Yayınlanan ilk davranış kuralları oldu.

1992: Diğer markalar ve perakendeciler davranış kuralları geliştirmeye başladı.

1995: ICTI İş Kuralları yayınlandı.

1997: Tedarik zinciriyle ilgili medya ve tüketici ilgili arttı, büyük markalar hedef alındı.

SA8000 Akreditasyon Sistemi yayınlandı

Küresel Raporlama İnisiyatifi kuruldu

1998: Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) kuruldu.

---

[137] Roseann Casey, "Meaningful Change: Raising the Bar in Supply Chain Workplace Standards.", **Corporate Social Responsibility Initiative**, 2006, Working Paper No:29, s:17

Uluslar Arası Af Örgütü "Şirketler İçin İnsan Hakları Prensipleri"ni yayınlandı.

1999: Uluslar Arası Çalışma Örgütü Çocuk İşçiliğinin En kötü Biçimleri Sözleşmesi yayınlandı.

Uluslar Arası Çalışma Örgütü Genel Direktörlüğü "Dürüst İş" Raporu yayınlandı.

"Fair Labour Association" kuruldu.

SA8000 Corporate Involvement Program başlatıldı.

"Fair Wear Foundation" (Hollanda) kuruldu.

2000: Çokuluslu şirketler için OECD rehberi yayınlandı.

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi yayınlandı.

"Worldwide Responsible Apparel Production" (WRAP) kuruldu.

Uluslar Arası Çalışma Örgütü tarafından 1977'de yayınlanan bildiriye ek yapıldı.

2002: HP Sosyal ve Çevresel Sorumluluk Politika ve Davranış Kuralları'nı oluşturdu.

2004: Elektronik Sanayi Davranış Kuralları (EICC) versiyon 1.0 yayınlandı.

2005: EICC versiyon 1.1 ve 2.0 yayınlandı.

EK-III: ETİK TİCARET İNİSİYATİFİ ÜYE LİSTESİ[138]

Üye Firmalar:

888 Solutions
Adolfo Dominguez
Arco
Asda
Asos
Associated British Foods (Primark)
Boden
Brett Landscaping
BTC Group
C & S Productions
Chiquita Brands International
Co-operative Retail
Debenhams Retail
Dewhirst Group
Dimensions Clothing
Ethical Tea Partnership [Note 1]
Fat Face
Flamingo Holdings
Fyffes Group
Gap Inc
Grabal Alok UK
Greencell
Icon Live
Inditex
Jaeger
Jenclare Brands
Kammac Plc
Le Fruit
London Stone Paving Ltd
London Underground
Mackays
Madison Hosiery
Marks & Spencer
Marshalls
Monsoon Accessorize
Mothercare
New Look Retailers
Next Retail
Pacific Brands
Pavestone

[138] "Our Members", (çevrimiçi) http://www.ethicaltrade.org/about-eti/our-members

Pentland Group
Premier Foods
Ringtons
River Island
Rohan Designs
Ruia Group
Sainsbury's
Stone Masters Ltd
Supremia
Tesco
The Body Shop International
Typhoo Tea
Union Hand-Roasted
WH Smith
William Lamb Footwear
Winfresh (UK) Ltd
World Flowers

Üye Sendikalar:

Trade Union Congress (TUC)
International Trade Union Confederation (ITUC)
Council of Global Unions:
- Building and Wood Workers' International (BWI)
- Education International (EI)
- International Federation of Chemical, Energy, Mine and General Workers' Unions (ICEM)
- International Federation of Journalists (IFJ)
- International Transport Workers' Federation (ITF)
- International Textile, Garment and Leather Workers' Federation (ITGLWF)
- International Union of Food Workers (IUF)
- Public Services International (PSI)
- UNI

Üye Sivil Toplum Kuruluşları:

Africa Now
Anti-Slavery International
CAFOD
CARE International UK
Christian Aid
Dalit Solidarity Network UK
HomeWorkers Worldwide
Oxfam GB
Quaker Peace and Social Witness (Religious Society of Friends)
Save the Children
The Fairtrade Foundation

Traidcraft Exchange
TWIN Trading
Women in Informal Employment: Globalising and Organising (WIEGO)
Women Working Worldwide (WWW)

EK-IV: ANKET SORULARI

1. Hangi İngiliz markaları ile çalışıyorsunuz? Belirtiniz

2. Etik Ticaret İnisiyatifi Temel Kuralları'nı (ETI Base Code) daha önce duydunuz mu?

☐ Evet ☐ Hayır

3. Cevabınız evet ise, kaç senedir biliyorsunuz?

☐ 1 seneden az
☐ 1-2 sene arası
☐ 2-3 sene arası
☐ 3-4 sene arası
☐ 4 seneden fazla zamandır

4. Daha önce İngiliz müşterileriniz adına sosyal denetim geçirdiniz mi?

☐ Evet ☐ Hayır

Cevabınız evet ise lütfen aşağıdaki soruları cevaplayınız:

5. Denetimler, müşterinin kendisi tarafından mı, yoksa bir denetim şirketi tarafından mı gerçekleştirildi?

☐ Müşteri tarafından
☐ Denetim şirketi tarafından
☐ Her ikisi tarafından

6. Sosyal uygunluk çalışmalarının firmanıza maliyeti şimdiye kadar ne kadar oldu? (Sosyal Uygunluk Gereksinimleri Olmasaydı Yapılmayacak Bazı Yasal Gereksinimlerin Maliyetlerini de Ekleyerek)

☐ 2500 TL'den az
☐ 2500-5000 TL arası
☐ 5000-7500 TL arası
☐ 7500-10.000 TL arası
☐ 10.000 TL'den fazla

7. Sosyal uygunluk çalışmalarının firmanıza her yıl ne kadar maliyeti vardır? (Periyodik Harcamalar, Denetim Masrafları, İş Güvenliği Harcamaları vs.)

☐ 500 TL'den az
☐ 500-1000 TL arası
☐ 1000-1500 TL arası
☐ 1500-2000 TL arası
☐ 2000 TL'den fazla

8. Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) Temel Kuralları'ndan en çok hangisinin uygulanmasında sorun yaşadınız?

☐ İstihdam İsteğe Bağlıdır
☐ Sendika Kurma ve Toplu Sözleşme Hakkına Saygı Duyulur
☐ Çalışma Ortamı Güvenli ve Sağlığa Uygun Olmalıdır
☐ Çocuk İşçi Çalıştırılamaz
☐ Yaşam Standartlarına Uygun Ücret Ödenecektir
☐ Çalışma Saatleri Aşırı Olamaz
☐ Ayrımcılık Yoktur
☐ Düzenli İş Olanağı Sağlanır
☐ Kaba Davranış veya İnsanlık Dışı Muameleye İzin Verilemez

9. Sosyal denetimler sırasında en çok hangi Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) unsurundan uygunsuzluk bulundu?

☐ İstihdam İsteğe Bağlıdır
☐ Sendika Kurma ve Toplu Sözleşme Hakkına Saygı Duyulur
☐ Çalışma Ortamı Güvenli ve Sağlığa Uygun Olmalıdır
☐ Çocuk İşçi Çalıştırılamaz
☐ Yaşam Standartlarına Uygun Ücret Ödenecektir
☐ Çalışma Saatleri Aşırı Olamaz
☐ Ayrımcılık Yoktur
☐ Düzenli İş Olanağı Sağlanır
☐ Kaba Davranış veya İnsanlık Dışı Muameleye İzin Verilemez

10. Şu anda hangi unsurlarda eksik olduğunuzu düşünüyorsunuz?

☐ İstihdam İsteğe Bağlıdır
☐ Sendika Kurma ve Toplu Sözleşme Hakkına Saygı Duyulur
☐ Çalışma Ortamı Güvenli ve Sağlığa Uygun Olmalıdır
☐ Çocuk İşçi Çalıştırılamaz
☐ Yaşam Standartlarına Uygun Ücret Ödenecektir
☐ Çalışma Saatleri Aşırı Olamaz
☐ Ayrımcılık Yoktur
☐ Düzenli İş Olanağı Sağlanır
☐ Kaba Davranış veya İnsanlık Dışı Muameleye İzin Verilemez

11. Aşağıdaki her bir Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) temel unsurlarının size göre önem derecesini sağdaki ilgili kutucuğu işaretleyerek belirtiniz.

	Hiç önemli değil	Önemli değil	Ne önemli ne önemsiz	Önemli	Çok önemli
a) İstihdam İsteğe Bağlıdır	☐	☐	☐	☐	☐
b) Sendika Kurma ve Toplu Sözleşme Hakkına Saygı Duyulur	☐	☐	☐	☐	☐
c) Çalışma Ortamı Güvenli ve Sağlığa Uygun Olmalıdır	☐	☐	☐	☐	☐
d) Çocuk İşçi Çalıştırılamaz	☐	☐	☐	☐	☐
e) Yaşam Standartlarına Uygun Ücret Ödenecektir	☐	☐	☐	☐	☐
f) Çalışma Saatleri Aşırı Olamaz	☐	☐	☐	☐	☐
g) Ayrımcılık Yoktur	☐	☐	☐	☐	☐
h) Düzenli İş Olanağı Sağlanır	☐	☐	☐	☐	☐
i) Kaba Davranış veya İnsanlık Dışı Muameleye İzin Verilemez	☐	☐	☐	☐	☐

12. – 19. Lütfen, aşağıdaki her bir ifadeye katılma derecenizi sağdaki ilgili kutucuğu işaretleyerek belirtiniz.

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
12. Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) Temel Kuralları sosyal uygunluk açısından yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
13. Etik Ticaret İnisiyatifi (ETI) Temel Kuralları fabrikalarda etkin olarak uygulanmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
14. Sosyal denetimler fabrikalarda etkin şekilde yapılmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
15. Sosyal sorumluluk ve etik ticaret bizim için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
16. Sosyal sorumluluk ve etik ticaret ana müşteriler (perakendeciler) açısından önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
17. Sosyal sorumluluk ve etik ticaret nihai müşteri açısından önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
18. Sosyal uygunluk çalışmaları, çalışan memnuniyetini arttırmada önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
19. Fabrikaların sosyal uygunluk düzeyi, müşterilerin sipariş kararında etkilidir.	☐	☐	☐	☐	☐

20. Şu ana kadar sosyal gereksinimlerin bir ya da birkaçını sağlayamama gerekçesiyle müşteri tarafından sipariş kesilmesiyle karşılaştınız mı?

☐ Evet ☐ Hayır

21. Sosyal uygunluk konusundaki eksikliklerin giderilmesi aşamasında, müşterinizden destek alabiliyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır

Görüşleriniz:

TEŞEKKÜR EDERİZ