

T.C.
İstanbul Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı
Çalışma Ekonomisi Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ IŞIĞINDA
TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Yüksel YILDIZ

2501070055

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Hasan ŞENOCAK

İstanbul, 2012



YÜKSEK LİSANS

TEZ ONAYI

Adı ve Soyadı : YÜKSEL YILDIZ
Numarası : 2501070055
Anabilim/Bilim Dalı : ÇALIŞMA EKONOMİSİ
Danışman Öğretim Üyesi : YRD.DOÇ.DR.HASAN ŞENOCAK

Tez Savunma Tarihi : 09/02/2012
Tez Savunma Saati : 14:00
Tez Başlığı : "KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ İŞİĞİNDA TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK"

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 15. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABUL'NE** OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-PROF.DR.SÜLEYMAN ÖZDEMİR		Kabul
2- DOÇ.DR.NAİL YILMAZ		Kabul
3-DOÇ.DR.MELTEM DELEN		Kabul
4-YRD.DOÇ.DR.LEVENT ŞAHİN		Kabul
5-YRD.DOÇ.DR.HASAN ŞENOCAK		Kabul

KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ İŞİĞİNDA TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

YÜKSEL YILDIZ

ÖZ

Şimdilerde sorumluluk taleplerinin artmış olduğu öyle bir çağda yaşıyoruz ki, tüketiciler, satın alma ve yatırım kararlarının direkt olarak sosyal, çevre ve finansal değerleri nasıl etkilediklerinin bilincindedir. Sonuç olarak, iş piyasası liderlerinden şimdi sadece Kurumsal Sosyal Sorumluluk çağrılarına cevap vermelerini değil aynı zamanda bu süreç boyunca gösterdikleri çabaları raporlamaları beklenmektedir. Kazanç elde etmek artık tek başına yeterli değildir ve tüm değerleri koruma zamanıdır.

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeleri dünyadaki sürdürülebilir kalkınmaya katkısı olan en büyük gönüllü kurumsal vatandaşlık girişimi olmuştur. Günümüzde sürdürülebilir kalkınma, değişen yenedünya düzeni içinde büyük bir öneme sahiptir. Sürdürülebilirlik, gelecek kuşakların ihtiyaçlarını tehlikeye atmaksızın bugünün ihtiyaçlarını karşılamada kaynakların kullanılmasıdır. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi; şirketler için sosyal, çevresel ve etik sorumlulukları yerine getirmede başlangıç noktasını teşkil eden, insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele konularını kapsayan 10 ilkeden oluşan en büyük gönüllü girişimdir.

Bu çalışmada, Türkiye'den Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesine katılan şirket ve kurumların yayınladıkları İlerleme Bildirimi raporları, insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele konularından oluşan dört ana başlık altında incelenmiş ve bunlara yapılan atıfta bulunma sıklıkları değerlendirilmiş, analiz edilmiştir. İlerleme Bildirimi, bir şirket ya da kurumun Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ve ilkelerini uygulama çabaları hakkında paydaşlarını bilgilendirdiği yıllık bir açıklamadır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Küresel İlkeler Sözleşmesi, Küresel İlkeler İlerleme Bildirimi

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN TURKEY FROM PERSPECTIVE OF THE GLOBAL COMPACT

YÜKSEL YILDIZ

ABSTRACT

We are now living in an era that calls for an increased demand of responsibility. Consumers are more conscious of how their purchasing and investment decisions directly affect social, environmental and financial values. As a result, business leaders are now expected to not only answer to the call of Corporate Social Responsibility but also report their efforts performed throughout this process. Being profitable is no longer enough and it is time to care all values.

The United Nations Global Compact has become the largest voluntary corporate citizenship initiative that contributes to the sustainable development in the world. At the present day, sustainable development has a great importance within the changing new world order. Sustainability is using resources for satisfying today's needs without endangering next generation's needs. United Nations Global Compact is the largest volunteer initiative consisting of 10 principles covering issues of human rights, labour standards, environment and anti-corruption constitutes the starting point for companies in order to realize their social, environmental and ethical responsibilities.

In this study, Communication on Progress reports published by companies and institutions from Turkey who joined United Nations Global Compact are studied under the four main principles consisting of human rights, labour standards, environment and anti-corruption issues and referring frequencies to these are evaluated and analysed. The Communication on Progress is an annual disclosure which a company or institution informs stakeholders about its efforts in implementing the United Nations Global Compact and its principles.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Global Compact, Global Compact Communication on Progress

ÖNSÖZ

Son elli yıldır önemi giderek artan gönüllülük esasına dayalı kurumsal sosyal sorumluluk, bu dönem içerisinde çeşitli evrelerden geçerek günümüze kadar gelişerek gelmiş ve de kamuoyu, sivil toplum kuruluşları, küreselleşme baskısıyla mevcut şeklini almıştır. Güncel ve küresel bir konu olması itibariyle birçok bilim dalı tarafından ilgi gösterilmekte ve araştırılmaktadır. Ülkemizdeki araştırmaların da son on yıldır artarak devam etmekte olduğu fakat yeterli bir düzeye ulaşamadığı aşikârdır. Temelinde gönüllülük ve etik değerler olmasına rağmen, şeffaflık olgusu gereği ekonomik çıktılarının yanı sıra sosyal çıktılarının da zaman içinde zorunlu hale gelmesini sağlamıştır.

Bu konuyu seçmemde ilham kaynağı olan Sayın Prof. Dr. Halis Yunus Ersöz'e, çalışmam süresince değerli fikir ve yerinde katkıları ile benden vaktini esirgemeyen, yol gösteren, yerinde ve özverili yaklaşımıyla farklı konulara sapmadan tezimi geliştirmemi sağlayan danışman hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Hasan Şenocak'a, bölüme katıldığım ilk günden bugüne yıllar sonra farklı değerleri görmemde vesile olan sevgili hocalarım ve sınıf arkadaşlarıma sonsuz teşekkürler ederim. Çalışmamın tamamlanmasına katkılarıyla bu zorlu süreçte iş hayatımı benim için kolaylaştırmaya çabalayan değerli iş arkadaşlarım, dostlarım Tolga Özcan, İsmail Akça ve Alp Erginçan'a ne kadar teşekkür etsem azdır. Çalışmam süresince benden desteklerini esirgemeyen eşime, bunca yıl sonra böyle bir işe kalkışarak örnek olmaya çalıştığım sevgili oğlum Halil Utku'ya, beni yetiştiren değerli insan anneme ve kardeşlerime ayrıca teşekkür ederim. Son olarak bana destek olan güvenini esirgemeyen tüm dostlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışmamın ülkemizdeki yeterli kaynak oluşumuna katkı sağlayacağı ve çalışma sonucunda ortaya çıkan iyi örneklerin zaman içerisinde diğerleri tarafından geliştirilerek Türkiye'deki kurumların sosyal politikalarının mükemmel bir düzeye ulaşması ümidiyle...

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar	ix
ŞEKİLLER.....	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

1.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	6
1.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı	8
1.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi.....	12
1.1.2.1. 1950 Öncesi Kurumsal Sosyal Sorumluluk.....	13
1.1.2.2. 1950 Sonrası Kurumsal Sosyal Sorumluluk	15
1.1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi.....	21
1.1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Artış Nedenleri.....	23
1.1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hedefleri	24
1.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ	26
1.2.1. Sethi Kurumsal Sosyal Performans Modeli	27
1.2.2. Davis Sosyal Sorumluluk Modeli	28
1.2.3. Carroll Üç Boyutlu Kurumsal Sosyal Performans Modeli	30
1.2.3.1. Carroll Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	32
1.2.3.1.1. Ekonomik Sorumluluklar	35
1.2.3.1.2. Yasal Sorumluluklar	36
1.2.3.1.3. Etik Sorumluluklar	38
1.2.3.1.4. Hayırseverlik Sorumluluğu	40

1.2.4. Wartick ve Cochran Sosyal Performans Modeli.....	42
1.2.5. Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli.....	44
1.2.6. Swanson Kurumsal Sosyal Performans Modeli.....	47

2. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK GİRİŞİMLERİ VE KURUMSAL SOSYAL RAPORLAMA

2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK GİRİŞİMLERİ.....	51
2.1.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri.....	51
2.1.1.1 ILO Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi.....	54
2.1.1.2 OECD: Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi.....	55
2.1.1.3 Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact).....	58
2.1.1.4 Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) Finans Girişimi.....	64
2.1.1.5 Avrupa Birliği (Green Paper).....	67
2.1.2. Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri.....	70
2.1.2.1. CERES İlkeleri.....	73
2.1.2.2. Caux İlkeleri.....	74
2.1.2.3. Küresel Sullivan İlkeleri.....	78
2.1.2.4. Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative)....	80
2.1.2.5. SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı.....	82
2.1.2.6. AccountAbility 1000.....	86
2.1.2.7. Dünya Ekonomik Forumu: Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu.....	91
2.1.2.8. FTSE4GOOD İndeksi.....	93
2.2. KURUMSAL SOSYAL RAPORLAMA.....	95
2.2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının Tarihçesi.....	95
2.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması.....	97
2.2.3. İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlama Nedenleri ...	99

2.2.4. Raporlardaki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Göstergeleri.....	102
2.2.5. Üç Boyutlu Raporlama (Triple Bottom Line Reporting).....	103

3. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ UYGULAMALARI

3.1. TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	106
3.1.1. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihçesi.....	108
3.1.2. Türkiye’de Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırmaları..	111
3.1.3. Türkiye’deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Sorun ve Eğilimleri..	118
3.1.4. Türkiye’deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları.....	120
3.2. TÜRKİYE’DE KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ.....	124
3.2.1. Küresel İlkeler Sözleşmesi Türkiye İletişim Ağı	125
3.2.2. Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi	127
3.2.2.1. Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildiriminin Faydaları	129
3.2.2.1.1. İlerleme Bildiriminin İçsel Faydaları	129
3.2.2.1.2. İlerleme Bildiriminin Dışsal Faydaları.....	130
3.3. KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ TÜRKİYE İNCELEMESİ....	130
SONUÇ	139
KAYNAKÇA.....	142
EKLER.....	156
EK I. Küresel İlkeler Sözleşmesi Türkiye Katılımcıları.....	156
EK II. Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi Yayınlayan Aktif Türkiye Kurumları.....	163
EK III. Küresel İlkeler Sözleşmesi Ana İlkelerine Raporlarında En Fazla Atıfta Bulunan İlk 5 Kurum	165

TABLÖLAR

Tablo 1.	1970'lerin Başlarındaki Önemli KSS Olayları.....	19
Tablo 2.	Kurumsal Sosyal Performans Modeli	31
Tablo 3.	Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ekonomik Bileşenleri	35
Tablo 4.	Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yasal Bileşenleri.....	37
Tablo 5.	Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etik Bileşenleri	39
Tablo 6.	Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hayırseverlik Bileşenleri	40
Tablo 7.	Wartick ve Cochran Kurumsal Sosyal Performans Modeli	43
Tablo 8.	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Sosyal Tepkisellik Arasındaki Farklar.....	44
Tablo 9.	Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri.....	45
Tablo 10.	Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli.....	46
Tablo 11.	Swanson Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	50
Tablo 12.	Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan ve Sürdürölen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri ve Yayınlanan Bildirgeler	53
Tablo 13.	Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılım Tablosu.....	60
Tablo 14.	Küresel İlkeler Katılımcısı Şirketlerce Küresel Ekonomik Krizden Etkilenme Konusunda Verilen Cevaplar.....	62
Tablo 15.	Küresel İlkeleler Sözleşmesi Araştırmasına Bölgesel Katılım Oranları	63
Tablo 16.	Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılımda İlk 20 Ülke.....	64
Tablo 17.	Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimine Katılımım Coğrafi dağılımı	65
Tablo 18.	Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri.....	72
Tablo 19.	AccountAbility 1000 Süreci.....	89
Tablo 20.	FTSE4Good Küresel Endüstri Ağırlıkları.....	95
Tablo 21.	1998-2008 Yılları Arasındaki Küresel Rapor Çıkışları	97
Tablo 22.	Ülke Bazında En Fazla Rapor Yayınlayan Ülkeler.....	99
Tablo 23.	Yıllık Raporlarda kullanılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Göstergeleri	103

Tablo 24.	Üç Boyutlu Raporlama (Triple Bottom Line Reporting).....	104
Tablo 25.	Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Liderleri.....	112
Tablo 26.	Türkiye’de İş Dünyasınca Başarılı Bulunan Şirketler.....	113
Tablo 27.	Büyük Şirketlerin Toplumdaki Rolü.....	115
Tablo 28.	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kanunlarına İhtiyaç Vardır/Yoktur.....	116
Tablo 29.	Türkiye’de Alanlarına Göre Sosyal Girişim Uygulamaları	118
Tablo 30.	Türkiye’deki Başarılı KSS Projeleri	123
Tablo 31.	Küresel İlkeler Web Sitesinde Yayınlanan İlerleme Bildirimi (COP) Sayısı	128
Tablo 32.	Türkiye’den Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılım Sayıları.....	131
Tablo 33.	BMKİS Katılımcılarının Türlerine Göre Dağılımı.....	131
Tablo 34.	BMKİS Türkiye Katılım İletişim Durumu.....	132
Tablo 35.	BMKİS Ana ve Alt İfadeleri	133
Tablo 36.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde 4 Ana İlkeye Atıfta Bulunma Değerleri	134
Tablo 37.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde İnsan Hakları İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum.....	134
Tablo 38.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çalışma Standartları İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum.....	135
Tablo 39.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çevre İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum.....	135
Tablo 40.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Yolsuzlukla Mücadele İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum.....	135
Tablo 41.	BMKİS’ne En Fazla Atıfta Bulunan Kurumlar	136
Tablo 42.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde İnsan Hakları Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunulan 3 Alt İfade.....	136
Tablo 43.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çalışma Standartları Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunulan 3 Alt İfade.....	137
Tablo 44.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çevre Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunulan 3 Alt İfade.....	137
Tablo 45.	BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Yolsuzlukla Mücadele Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunulan 3 Alt İfade.....	138

ŞEKİLLER

Şekil 1.	Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Kavram Gelişmeleri	10
Şekil 2.	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	33
Şekil 3.	Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılımın Küresel Genişleme Haritası.....	61
Şekil 4.	AB KSS Gelişimi Politika ve İş Dünyası Yol Haritası.....	68
Şekil 5.	KSS Odaklı Üç Boyutlu Yaklaşım.....	105
Şekil 6.	Ülkelere Göre KSS Tanımları	117

KISALTMALAR LİSTESİ

a.e	Aynı Eser
a.g.e	Adı Geçen Eser
AA 1000	AccountAbility 1000
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BBC	British Broadcasting Corporation
BM	Birleşmiş Milletler
BMÇP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
BMKİS	Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi
BTSO	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
CD	Compact Disk
CERES	Coalition for Environmentally Responsible Economies
CIP	Corporate Involvement Program
COP	Communication on Progress
CSR	Corporate Social Responsibility
Çev.	Çeviren
EIRIS	Ethical Investment Research Service
ETI	Ethical Trading Initiative (Etik Ticaret Girişimi)
FG	Finans Girişimi
FTSE	Financial Times Stock Exchange
GATT	General Agreement on Tariff and Trade
GFK	Gesellschaft für Konsumforschung (Tüketici Araştırmaları Derneği)
GRI	Global Reporting Initiative
ILO	International Labour Organization
INSEAD	Institut Européen d'Administration des Affaires (European Institute for Business Administration)
IPRA	International Public Relations Association
ISAR	International Standards of Accounting and Reporting

ISEA	Institute of Social and Ethical Accountability (Sosyal ve Etik Sorumluluk Enstitüsü)
ISO	International Standardization Organization
İTO	İstanbul Ticaret Odası
KALDER	Türkiye Kalite Derneği
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletme
KPMG	Klynveld Peat Marwick Goerdeler
KS	Kurumsal Sorumluluk
KSD	Kurumsal Sosyal Duyarlılık
KSP	Kurumsal Sosyal Performans
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
KSSD	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği
KV	Kurumsal Vatandaşlık
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
RSM	Rotterdam School of Management
SA 8000	Social Accountability 8000
SAI	Social Accountability International
SEAAR	Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting (Sosyal ve Etik Muhasebe, Denetim ve Raporlama)
SPK	Sermaye Piyasaları Kurumu
SRI	Socially Responsible Investment
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
t.y	Tarih yok
TESEV	Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı
TİSK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜHİD	Türkiye Halkla İlişkiler Derneği
TÜSEV	Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UK	United Kingdom
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development

UNDP	United Nations Development Program
UNEP FI	United Nations Environment Program Finance Initiative
UNGC	United Nations Global Compact
UNICEF	United Nations Children's Fund
US	United States
y.y	Yayımlı yeri yok

GİRİŞ

Şirketlerin günümüzde toplumun gelişmesinde önemli bir rolü vardır. Çünkü toplum tarafından talep edilen ürün ve hizmetleri sunmakta aynı zamanda iş fırsatları yaratmaktadırlar. Şirketlerin değişen zamanla birlikte almak zorunda oldukları sorumluluk ve yükümlülükleri toplum içindeki rolleri her zaman tartışılmakta, fikir ve düşünce konusuna ilham olmaktadır. Günümüz toplumlarında, varlıklarını borçlu oldukları topluma karşı yerine getirmede ve kurumların sürdürülebilirliğini sağlayan sosyal sorumluluk tarihte farklı şekillerde kurumların karşısına çıkmıştır. Birlikte yaşama fikri ile ortaya çıkan kural ve gelenekler, yardımlaşma ve topluma katkıda bulunma düşüncesiyle ilk dönemlerden itibaren var olmuştur. Şüphesiz tüm birey ve kurumların içinde yaşadığı çevreye karşı ödev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk, esasen iş ahlakının gereğidir.

İş ahlakının gereği olan sosyal sorumluluk kavramı, 20. yüzyıl içerisinde kullanılmaya başlanmış, dünya savaşları ve ekonomik buhran sonrası değişim ve gelişmeler olmuş bunlar yeni ihtiyaçları ortaya koymuştur. İşletmeler ekonomik kurum kimliklerinin yanında sosyal nitelik ve sorumlulukları bulunan kurumlar olarak görülmeye başlanmıştır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun temelinde, toplumdan aldığını topluma verme anlayışı ile birlikte hedef kitlesi tüm paydaşlarına karşı sorumluluklarını yerine getirirken itibar, güven ve farklılık yaratmaktır. Bunu yaparken de, işletmelerin amacı sadece hissedarlara gelir, çalışanlara ücret, tüketiciler için ürün ve hizmetler sağlamak olmamalı, işletmeler sosyal ve çevresel sorunlara ve değerlere sahip çıkmalıdır. Artan sayıda birçok şirket kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerini, sosyal değişimlere, çevresel ve ekonomik baskılara tepki olarak geliştirmektedirler. Bu şekilde davranarak, şirketler geleceğine yatırım yapmakta ve uyguladıkları bu gönüllü davranışın kazançlarını arttıracaklarını ummaktadırlar.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramının gelişimine baktığımızda iş etiği, hayırseverlik ve yardım ile başlamış, iş ve işadammının sorumluluğu ile kurumsal sosyal sorumluluk ve duyarlılık aşaması sonrası kurumsal sosyal performansa dönüşmüştür. Sosyal performansı sırasıyla sürdürülebilir kalkınma, üçlü

raporlama ve nihai olarak kurumsal vatandaşlık takip etmiştir. Fakat günümüzde yaygın olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk temelinde kurumsal vatandaşlık ve sürdürülebilir kalkınma ile birlikte kullanılmaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun tarihine bakıldığında 1950 öncesinde çeşitli akademik ve iş çevreleri tarafından dile getirildiği görülür. Fakat KSS asıl olarak modern çağda 1953 yılında Bowen tarafından “İşadamının Sosyal Sorumluluğu” adlı kitapta dile getirilmiştir. Bu çalışma, günümüzde KSS’un başlangıcı olarak tüm çevrelerce kabul edilmektedir. Daha sonra bu tanım günümüze kadar gelişerek gelmiştir. Bir diğer göze çarpan yaklaşım Milton Friedman’ın “İşadamının tek ve yalnız bir sosyal sorumluluğu vardır. Oyunun kuralları içinde kaldığı sürece kazancını arttırmak için oluşturulmuş aktivitelere kaynaklarını kullanmalıdır. Açıkça söylemek gerekirse hile ve aldatma olmaksızın açık ve özgür rekabet içinde olmalıdır” yorumudur.

İlerleyen yıllarda Carroll kurumsal sosyal sorumluluğu kendi içinde dört alt başlığa ayırmıştır. Buna göre, şirketlerin yatırımcı ve tüketicilerine karşı ekonomik sorumlulukları, devlete kanunlara karşı hukuksal sorumlulukları, topluma karşı etik sorumlulukları ve içinde yaşadıkları topluma karşı hayırsever olma sorumlulukları bulunmaktadır.

90’lı yıllarda John Elkington tarafından ortaya atılan üç boyutlu yaklaşım ise sadece ekonomik değerlere değil, yanı sıra çevresel ve sosyal değerlere de odaklanması zorunluluğudur. 2000’li yıllarda ise uluslararası kuruluş ve organizasyonlar tarafından başlatılan KSS girişimleridir. Bunların en önemlisi ve hepsini içinde barındıran Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi’dir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun ortaya çıkma nedenleri arasında sosyal beklentilerin değişmesi, küreselleşme, şeffaflık gereksinimi, sürdürülebilirlik ve kamu sektörünün başarısızlığı sonucu şirketlere ve gönüllü organizasyonlara duyulan ihtiyaç sayılabilir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun gelişme sürecinde düşüncenin gelişip aksiyona geçildiği dönemde çeşitli modeller ortaya atılmıştır ve zamanla

geliştirilerek günümüzdeki girişimlerin temelini oluşturmuşlardır. Sırasıyla 70'li yıllarda Sethi, Davis ve sonrasında Carroll'ın üç boyutlu modeli, 80'li yıllara gelindiğinde Wartick ve Cochran tarafından geliştirilmeye devam edilmiş; 90'lı yıllarda ise Wood ve Swanson tarafından yeni KSS bakış açıları yaratılmıştır.

Günümüzde çeşitli hükümet, özel sektör ve organizasyonların başlatmış olduğu girişimler bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler bu alanda öncü kuruluş olup Kurumsal Sosyal Sorumluluğu ilgilendiren her konuda çeşitli girişimler yaratmış ve devam ettirmiştir. Bu girişimlere örnek verecek olursak, sırasıyla OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) Finans Girişimi, Birleşmiş Milletler Binyıl Kalkınma Hedefleri, Avrupa Birliği Green Paper, CERES İlkeleri, Caux İlkeleri, Küresel Sullivan İlkeleri, Küresel Raporlama Girişimi vb. verilebilir.

Kurumların finansal raporlarına ek ya da ayrı bir rapor şeklinde gönüllülük esasına dayalı sosyal ve çevresel rapor yayınlamaları sosyal sorumluluk hareketinin 1990 sonrasında göze çarpmaktadır. Başlangıçta bu tarz raporların kurumlarca önem arz etmediği, fakat izleyen yıllarda halk ve çevreci aktivistlerin baskısıyla geliştirilmeye başlandığı görülmektedir. Küresel şirketler her konuda olduğu gibi bu konuda da öncü olmuşlardır.

Global dünyanın ekonomik, politik ve mali dinamikleri her geçen gün değişmekte bu yüzden kurumların varlıkları sadece ekonomik göstergelerle değil aynı zamanda ve daha da önemlisi sosyal sorumlulukları ile ölçülmektedir. Şirketlerin iş yapma lisansları yanı sıra faaliyet gösterdikleri toplumdan sosyal lisans almaları gerekmektedir.

Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk bilinenin aksine uluslararası arenada başladığı zamana denk gelmektedir fakat uygulama ve mükemmellik konusunda henüz Avrupa ve Amerika'daki uygulamaların gerisindedir. Yine de uluslararası şirketlerin katkıları ile hızlı bir şekilde geliştiği, sonuçları Küresel İlkeler Sözleşmesine üye olan Türk şirket ve kurumların sayılarının ve ilerleme bildirim raporlarının sayı ve kalitesinin her geçen gün arttığı gözlenmektedir.

Türkiye’de dünyadaki eğilimin aksine hayırseverlik faaliyetleri ön plandadır. Bunun sonuçları ülkelere göre KSS tanımları araştırmasında görülmektedir. Türkiye’de hayırseverlik faaliyetlerinin öncülerinden olan Koç ve Sabancı aileleri halk tarafından sürekli bir şekilde Kurumsal Sosyal Sorumluluk liderleri olarak seçilmektedir.

Yerel ve küresel hesap verme sürecinde rapor hazırlama standartlarına önem ve özen gösterilmesi gerekliliği, Türkiye’deki şirketlerin iki küresel girişimi olan Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ve Küresel Raporlama Girişimi Sürdürülebilirlik Raporlaması, faaliyet raporlarında ekonomik sorumlulukların yanı sıra paydaşlara karşı diğer tüm sorumluluklarının da paylaşılmasını zorunlu kılmaktadır.

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeleri dünyadaki en büyük kurumsal vatandaşlık girişimi olmuş ve yerkürenin her köşesinden daha fazla katılımcının ilgisini çekmiştir. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi; şirketler için sosyal, çevresel ve etik sorumlulukları yerine getirmede başlangıç noktasını teşkil eden, insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele konularını kapsayan 10 ilkeden oluşan en büyük gönüllü girişimdir.

Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi (Communication On Progress) Küresel İlkeler sözleşmesi kapsamında zorunlu bir uygulama olmuştur. Katılımcı organizasyonun küresel ilkelerin, organizasyonun gereksinimleri doğrultusunda uygulamalarını nasıl icra ettiğini ortaya koymaktadır. Küresel İlkeler Sözleşmesine katılma gönüllüğünde olan şirket ve kurumlar, insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele konularını kapsayan 10 ilkeyi politikalarında, faaliyetlerinde ve kurumsal kültürlerine yerleştirmede taahhütte bulunmalıdırlar.

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi iş dünyasını, sivil toplum kuruluşlarını, ticaret birliklerini ve akademik çevreleri dört ana başlık altında standartlara uygun davranılması konusunda yönlendirir. Bunu yaparken de, ulusal iletişim ağlarını kullanır.

Türkiye’de Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesini imzalayan 207 katılımcıdan sadece 57’si Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi web sayfasında ilerleme bildiri altında kurumsal sosyal sorumluluk raporlarını yayınlamıştır. Araştırmada raporlarını yayınlamış olan 57 kurumun ilerleme bildiri raporları 4 ana başlık, 10 temel ilke ve alt başlıkları ile titizlikle incelenmiş, öne çıkan ilke, alt başlık ve kurumlar detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir.

1. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

1.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Günümüzde, varlıklarını borçlu oldukları topluma karşı yerine getirmeleri gereken ve kurumların sürdürülebilirliğini sağlayan sosyal sorumluluk her toplum için tarihin farklı zamanlarında farklı şekillerde kurumların karşısına çıkmıştır. Asıl amacı, yaşanılan topluma fayda sağlamak ve yardımlaşmak olan sosyal sorumluluğun ortaya çıkışı taş devrinin ilk dönemlerine dayanmaktadır. Bu devirde insan toplulukları klanlar, kabileler halinde yaşamaktaydı. Bu kabilelerinde belli kural ve gelenekleri vardı. Beraber yaşamak fikrinin oluşturduğu bu kural ve gelenekler, daha sonra yardımlaşma ve topluma katkıda bulunma fikrinde oluşacak gelişmelere ışık tutmaktadır. Günümüzde yaşayan bu sosyal gelenek, alışkanlık ve kurumlar verilen toprak parçasına ortak sahip olma ve bu toprak parçasını birlikte savunma duygusundan doğmaktadır. İnsan evriminin bir parçası olarak görülen yardımlaşma, insan ilişkilerinin de bir bölümünü oluşturmaktadır. Aslında günümüzdeki sosyal sorumluluğun temelleri insanların beraber yaşamaya başladıkları tarihin ilk dönemlerine dayanmaktadır.¹

İnsanların topluluklar halinde nasıl yaşamaları gerektiğinin, sosyal olaylarda nasıl tepkiler vermeleri ve etik davranış kurallarının neler olduğunun, örf, adet, gelenek, görenek ve özellikle din tarafından anlatıldığı ve düzenlendiğini görmekteyiz ve bu düzenlemeler birlikte yaşamının gerektirdiği sorumluluk temellerini oluşturmaktadır.²

Kurumsal sosyal sorumluluk, bir firmanın topluma karşı kabullendiği ve olumlu etkisini arttırmak, olumsuz etkisini azaltmak üzere şekillenen

¹ Ceyda Aydede, **Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, 2007, s. 15–16.

² Ali Samet Ulu, “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş, 2007, s. 7–8.

yükümlülüğüdür. Bu yükümlülük, ekonomik sorumluluk, hukuki sorumluluk ve yardımseverlik gibi kavramların yanı sıra ahlâk kavramını da içermektedir.³

Tüm birey ve kurumların içinde yaşadığı çevreye karşı görev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Örneğin, bir işletmenin kendi çalışanlarına, pay sahiplerine ve ortaklarına olduğu kadar, dış çevresini oluşturan devlete, doğaya, çevreye ve topluma karşı da sorumlulukları bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk, esasen iş ahlâkının gereğidir.⁴

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tarihine baktığımızda, 20.yüzyıl içerisinde kullanılmaya başlanmıştır. Mal ve hizmet üreten tüm işletme ve kurumların sadece kendi hedefleri doğrultusunda hareket etmeden, kararlarında sadece kendi hedeflerini ön planda tutmadan, bu amaçları dışında kalan bazı toplumsal boyutları faaliyetleri doğrultusunda ele almaları gerektiğini savunan sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasının birçok nedeni vardır. I. Dünya Savaşı, 1929 Ekonomik Buhranı ve özellikle II. Dünya Savaşından sonra bazı değişimler ve gelişmeler söz konusu olmuştur. Bütün bu değişiklikler yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarmış ve yeni bir yetki ve sorumluluk anlayışı geliştirmiştir. İşletmeler artık sadece teknik ve ekonomik bir kurum olarak değil aynı zamanda sosyal nitelikleri bulunan bir kurum olarak görülmeye başlanmıştır. Teknik ve ekonomik anlayış biçimine göre işletme belirli bir kazanç karşılığında mal ve hizmet üreten, bununla görev yükümlülükleri biten bir kurumdur. İşletmeyi sosyal bir kurum olarak kabul eden anlayış biçimine göre ise işletme toplumun sosyal, ekonomik ve politik gereksinimlerine cevap verme ile sosyal sorunların çözümüne yardımcı olma gibi çok geniş işlev ve görev yükümlülüğü altındadır.⁵

Geçmişten bugüne toplumlarda sosyal sorumluluğun en önemli sorumlusu ve takipçisi devlet ve hükümetler olmuştur. Özellikle devletin ekonomi üzerindeki hâkimiyetinin mutlak olduğu dönem veya ülkelerde, toplumsal refah ve huzurun sağlanması öncelikli olarak devletler tarafından yerine getirilmiştir. Bu nedenle

³ Sedat Murat, “İş Ahlakı ve İş Uygulamaları”, **İGIAD**, Yayın: 11, Sempozyum: 1, İstanbul, 2008, s. 77.

⁴ A.e.,

⁵ Yasemin Minareci, “**Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk, Otel İşletmelerinde Bir Uygulama**”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s. 67–68.

sosyal nitelikli birçok faaliyet devlet eliyle ve devlet kontrolünde gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Zamanla işletmeler ortaya çıkınca da devletler, çıkardıkları yasalar ve yaptıkları zorlayıcı düzenlemelerle sorumluluk ve takipçilik görevlerini sürdürmüşlerdir. Çıkarılan yasalar öncelikle iş yerlerindeki çalışma koşullarını iyileştirme, çalışma saatleri, ücretler ve çeşitli sosyal hakları düzenleme gibi işletmelere yönelik zorlayıcı düzenlemeler olmuştur.⁶

1.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Etimolojik olarak incelendiğinde “*Company*” sözcüğü çoğu modern İngiliz sözcüğünde olduğu gibi Latince kökenlidir. Ekmeği birlikte kırmak anlamına gelen “*Cum*” ve “*panis*” kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur.⁷ Bundan dolayıdır ki Türkçe tercümesi şirket olan “*company*” fikri sosyal ve toplumsal çağrışımlıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluğun temelinde, toplumdan aldığını topluma kazandırma anlayışı ile birlikte, kurumların, topluma ve elbette iç hedef kitlesi olan çalışanlarına karşı sorumluluklarını yerine getirme ve bu yolla da itibar yaratma bilinci yatmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kurumların pazarlama stratejilerini etkileyen ve aslında gönüllülük esasına dayanan bir kavramdır. Dünyanın önde gelen kurum ve kuruluşlarının büyük çoğunluğu sosyal sorumluluk konusundaki performansları konusunda hesap veren raporları düzenli olarak yayınlamakta ve bu yolla hedef kitleleri nezdinde “güven” yaratmaktadırlar.⁸

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, son yıllarda OECD ülkelerinde yaygın olarak kullanılmaya başlanmış ve bu ülke gündemlerinde önemli bir yere sahip olan güncel bir kavramdır. Ancak, kurumsal sosyal sorumluluk hala çeşitli gruplar, sektörler ve paydaşlar için farklı anlamlara gelmektedir. Üzerinde tüm taraflarca görüş birliği bulunan husus ise küresel ekonomide işletmelerin, istihdam ve refah yaratmanın ötesinde daha büyük bir rol oynamakta oldukları ve kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelerin sürdürülebilir kalkınmaya yardımı niteliği taşımasıdır.

⁶ Ender Yönet, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 8, No 13, Mayıs 2005, s.241.

⁷ J.J. Asangu, “The History of Corporate Social Responsibility”, **Journal of Business and Public Policy**, 2007, s. 2.

⁸ Ebru Özgen, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi”, Dicle Üniversitesi, **Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi** 8, 1–6 (2007), s. 2.

Kısacası, işletmelerin ana amacı sadece hissedarlara gelir, çalışanlara ücret, tüketiciler için ise ürün ve hizmetler sağlamak olmamalı, sosyal ve çevresel sorunlarla birlikte ortak değerlere de aynı ölçüde sahip çıkmak olmalıdır.⁹

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı bütünsel bir kavram olup, gelişim sürecinde çok farklı boyutları ortaya çıkmaktadır. Bu bütünsel yaklaşım topluma olduğu kadar işletmelere de fayda sağlamalı ve işletmeler, diğer ticari stratejilerinin bir parçası olarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini de yürütmelidir. Günümüzde işletmeler ekonomik gelişme perspektifine sahip oldukları kadar, çevreye ve topluma karşı sorumluluklarını gösteren üçlü raporlama (triple bottom line) ile karşı karşıyadırlar. Üstelik işletmelerin sosyal ve ekonomik gelişmenin sağlanmasındaki rolünün artarak süreceği görülmektedir.¹⁰

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı oldukça geniş bir çerçevede değerlendirilmelidir. Bu kavramın boyutları son yıllarda giderek genişlemekte ve insan hakları, çalışma koşulları ve çevreyi içine alarak gelişmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk özünde işletmenin kararlarını alırken ve politikalarını uygularken bunların paydaşlarına yani çalışanlarına, tedarikçilerine, müşterilerine ve toplumlara etkisini dikkate almasıdır. Dolayısıyla kurumsal sosyal sorumluluk alanı, çalışanlara ve müşterilere güven vermede, piyasada yer edinmede, piyasa şöhretini korumada ve örgütsel misyonu yeniden tanımlamada önemli bir işlev görmektedir.¹¹

Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunmasıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına önem veren şirketler üç ana tema üzerinde taahhütte bulunmaktadır:¹²

Her şeyden önce şirketlerin ticari faaliyetlerini yürütürken kanuna, ahlak standartlarına, insan haklarına tam anlamıyla uyumlu davranmaları ve faaliyetlerinin dünyanın her yerinde çevreye verebileceği zararı en aza

⁹ Halis Yunus Ersöz, **Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları**, İstanbul, İTO Yayın No: 2007–36, s.19.

¹⁰ A.e.

¹¹ Tekin Akgeyik, Neo-Liberal Çağda Sosyal Devletten Sorumlu Toplumsal İnisiyatif, **Çerçeve Dergisi**, Ocak 2009, s. 42.

¹² Yılmaz Argüden, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, ARGE Danışmanlık Yayınları, No: 03, 1. Baskı, Ekim, 2002, s. 9.

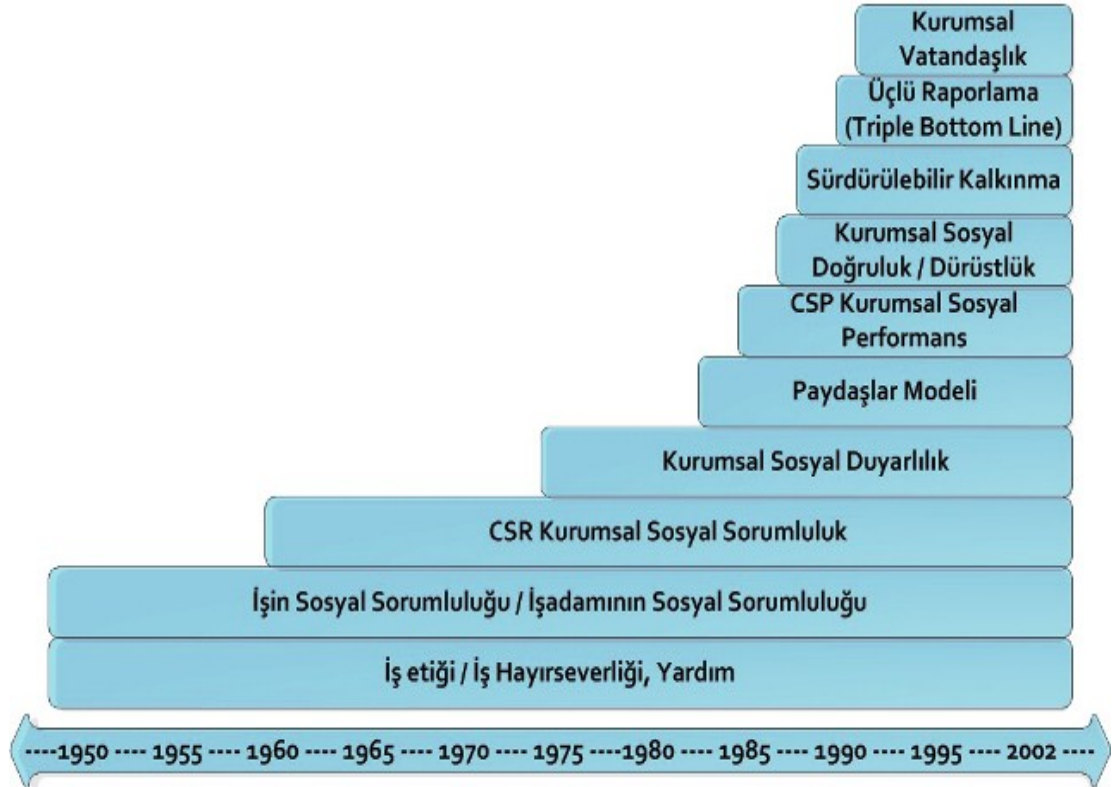
indirmek durumunda olduklarını kabul etmeleri ve buna uygun davranmaları,

Şirket faaliyetlerinin sadece şirketin içini değil, aynı zamanda piyasayı, tedarik piyasalarını, içinde yaşanılan yöreyi, sivil toplum örgütlerini ve kamu sektörünü de etkilediğinin ve tüm bu paydaşlar ile işbirliği içinde çalışma gereğinin bilincinde olmaları,

Bu sorumluluğun en başta şirket yönetim kurulları, yönetim kurulu başkanları ve genel müdürlüklerinin olduğunun kabul edilmesidir.

Diğer bir yandan kurumsal sosyal sorumluluk, kısaca işletmelerin topluma fayda sağlama yükümlülüğü olarak tanımlanmaktadır. İşletmelerin toplumdaki rollerini kâr yapmanın ötesinde görmesi olarak da açıklanmaktadır.¹³

Şekil 1. Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Kavramların Gelişimi



Kaynak: Frank G. A. De Bakker, Peter Groenewegen, Frank Den Hond, “A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance” Business & Society 2005; Vol. 44; p. 288.

¹³ William B. Werther, David Chandler, **Strategic Corporate Responsibility: Stakeholder in a Global Environment**, California, Sage Publications, 2006, p. 7.

Frederick, KSS düşüncesinde iki aşamalı gelişimi sosyal sorumluluk ve sosyal duyarlılık arasındaki ayrımı belirtmek için ilk aşamayı CSR₁ daha iyi bir sosyal çevre için çalışma yükümlülüğü olarak adlandırmıştır. 1970'ler civarında kurumsal sosyal duyarlılığa bir geçiş olmuş ve şirketlerin sosyal baskılara karşı cevap verebilme kapasitesini CSR₂ olarak adlandırmıştır. Daha sonra 1986 yılında bu analize üçüncü bir aşama ekleyerek, ifade edilen politikalarda ve uygulamalarda ahlaki doğruluk kavrayışını içeren kurumsal sosyal dürüstlüğü CSR₃ olarak adlandırmıştır. 1998 yılında ise “doğal bilim anlayışı ile zenginleştirilmiş yeni bir aşamaya ihtiyacın olduğunu belirterek CSR₄ ‘ten bahsetmiştir.¹⁴

Sürdürülebilir Kalkınma Dünya İş Konseyi, kurumsal sosyal sorumluluğu işletmelerin yasal ölçüt ve standartların ötesinde iş ve faaliyetleri olarak tanımlar. Dolayısıyla kurumsal sosyal sorumluluk yasal ve örgütsel gerekliliklerin üzerindeki tutum ve davranışları ifade etmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin işçileri için sağlık ve güvenlik düzenlemelerinden, çevrenin korunmasına ve birlikte yönetimine kadar çok çeşitli alanları kapsayan bir kavramdır. Bu bize kurumsal sosyal sorumluluğun oldukça geniş bir boyut ve kapsamı olduğunu göstermektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Dünya İş Konseyi ise yasaların üzerinde etkinlik yapılabilecek alanları şöyle sıralamıştır:

- Kurumsal yönetim ve ahlak,
- Sağlık ve güvenlik,
- Çevreye ait sorumluluklar,
- Temel çalışma standartların içeren insan hakları,
- İnsan kaynakları yönetimi,
- Toplumsal katılım, kalkınma ve yatırım,
- Yerel halka saygı ve kaynaşma,
- Kurumsal hayırseverlik ve çalışanların gönüllülüğü,
- Müşteri tatmini ve adil rekabet prensiplerine bağlılık,
- Rüşvet ve yozlaşmaya karşı önlemler,

¹⁴ Manuel Castelo Branco, Lucia Lima Rodriguez, “Positioning Stakeholder Theory Within the Debate on Corporate Social Responsibility”, **Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies**, Vol. 12, No. 1, 2007, p. 9.

- Hesap verebilirlik, şeffaflık ve performans raporlama,
- Ulusal ve uluslararası tedarikçilerle ilişkiler.

Yukarıda sıralanan kurumsal sosyal sorumluluk unsurlarını işletmelerin faaliyette buldukları yerleşim yerlerinde hayata geçirmeleri mümkündür.¹⁵

Avrupa komisyonu tarafından 2001 yılında hayata geçirilen “Green Paper” “Kurumsal Sosyal Sorumluluğu temelde şirketlerin, daha sağlıklı bir çevre ile daha iyi bir toplum için gönüllü olarak katkıda bulunmaya karar vermesidir” diye ifade etmiştir.

“Artan sayıda birçok şirket kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerini, sosyal değişimlere, çevresel ve ekonomik baskılara cevap olarak geliştirmektedirler. İlişkide oldukları çeşitli paydaşlara (çalışanlar, hissedarlar, yatırımcılar, tüketiciler, kamu otoriteleri ve sivil toplum kuruluşları) mesaj göndermeyi amaçlamaktadırlar. Bu şekilde davranarak, şirketler geleceğine yatırım yapmakta ve uyguladıkları bu gönüllü davranışın kazançlarını arttıracaklarını ummaktadırlar”.¹⁶

1.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramının uzun ve değişken bir tarihi vardır. İş piyasasının toplumla olan münasebetinin izlerini yüzyıllar geriye giderek sürmek mümkündür. Fakat sosyal sorumluluk üzerine resmi yazılar özellikle son 50 yılda olmak üzere büyük çoğunlukla 20. Yüzyılın bir ürünüdür. Kurumsal Sosyal Sorumluluk düşüncesinin ayak izlerini dünya çapında özellikle gelişmiş ülkelerde takip etmek mümkün olmasına rağmen, resmi kaynaklar çoğunlukla Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkmıştır.¹⁷

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimiyle ilgili olarak özellikle endüstri devrimi tüm çalışma alanlarında olduğu gibi önemli bir dönüm noktasıdır. Çünkü bu döneme kadar kurumların gerçekleştirmiş olduğu birçok faaliyetin sosyal ve çevresel anlamda çeşitli sorunlara neden olduğu fark edilmemiş ya da dikkate

¹⁵ Ersöz, a.g.e., s. 21.

¹⁶ Asyraf Wajdi Dusiki, Humayon Dar, **Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence from Malaysian Economy**, y.y, t.y, p. 392.

¹⁷ Archie B. Carroll, “Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct”, University of Georgia, Sage Publications, **Business & Society**, Vol. 38 No. 3, September 1999, p. 268.

alınmamıştır. Bu nedendir ki kurumların mevcut faaliyetleri ile ilgili olarak herhangi bir uyarı ya da yaptırım söz konusu olmamıştır. Oysa 20. yüzyılla birlikte kurumların büyümeleri ve buna paralel olarak üretimlerinde büyük artışların yaşanması sonucu, toplum tarafından kurumların neden olduğu sorunlar gözlemlenebilmiş ve bilgi sahibi olunmuştur. Toplumun artan bilinci sayesinde kurumların birtakım faaliyetleri de eleştirilmeye ve değerlendirilmeye başlanmıştır. Mevcut durum ise kurum ve kuruluşların toplumun baskısını üzerlerinde hissetmelerine neden olmuştur.¹⁸

Endüstrileşmenin üretimi artırmasıyla birlikte insanlar sadece kendi ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, ticaret hayatına atılarak başkalarının ihtiyaçlarını da karşılamaya başlamışlardır. 1800'lerin sonlarında yaşanan bu gelişmeler hem Avrupa'da hem de Amerika'da sosyal bilinç ve sorumluluk kavramını oluşturmaya başlamıştır. Sanayileşme ve büyük şirketlerin ortaya çıkması ile birlikte sosyal sorumluluk alanı daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır. Yine bu dönemlerde, baskı ya da uzlaşma ile verilen komisyonlar ve sabit fiyat anlaşmaları gibi anti rekabet uygulamaları da hükümetleri yasal reformlar düzenlemeye itmiştir. Bu firmalarla bağlantılı olarak gelişen ve artık kurumlarda bir kavram olarak kullanılmaya başlanan sosyal sorumluluk anlayışının başlangıcı ilk olarak Amerika'daki bazı şirketlerin haksız rekabete neden olmaları ve bundan dolayı suçlanmaları sonucunda ortaya çıktığı görülmektedir.¹⁹

1.1.2.1. 1950 Öncesi Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili yapılan çalışmaların tarihine bakıldığında Amerika Birleşik Devletleri'nde 19. yüzyılın sonlarının kayda değer bir dönem olduğu dikkat çekmektedir. Burada karşımıza Amerikalı sosyolog Small çıkmaktadır. 1895 yılında bu konuyla ilgili önem arzeden fikrini dile getirmesi yönüyle dikkate değerdir. Small'a göre dönemin aydınları ekonomik, siyasal ve toplumsal açıdan büyük güce sahip olan büyük sanayi işletmelerinin söz konusu güçlerinden büyük ölçüde endişe duymaktaydı. İşte bu noktada bu işletmelerin kâr elde etme gibi temel amaçlarının yanı sıra içinde buldukları topluma karşı da

¹⁸ Sabahat Bayrak, **İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, Beta Yayınları, 2001, s. 30.

¹⁹ Aydede, **a.g.e.**, s. 17.

çeşitli sorumluluklarının olduğunu düşünerek bu konuyla ilgili fikrini açığa vurmuştur. Bu açıdan bakıldığında büyük şirketler sadece kendi amaçlarını değil topluma karşı olan sorumluluklarını da yerine getirme misyonunu uygulamaya geçirme konusunda önemli bir adım atmışlardır. Bu gelişmelere paralel olarak 1890'lı yılların sonlarında ilk kez California Üniversitesi Ticaret Okulu'nda "ticaret etiği" bir ders programında yer almış, bu da kavramın gelişimine ve bilinirlik kazanması noktasında önemli bir gelişme sağlamıştır.²⁰

1916 gibi erken bir zamanda J. M. Clark, Journal of Political'daki yazısında iş çevrelerinde şeffaflığın önemi üzerinde durarak şöyle ifade etmiştir. "Eğer insanlar hareketlerinin bilinen sonuçlarından nasıl sorumluydu, iş çevreleri de kanunlar tarafından kabul edilsin ya da edilmesin hareketlerinden sorumludurlar"²¹

1930'ların başlarında, Profesör Theodore Kreps, ilk olarak "sosyal denetim" terimini şirketlerin sorumluluklarını raporlaması ile alakalı olarak kullanmıştır.²²

Kurumsal Sosyal Sorumluluk üzerine yapılan ilk açık tartışma 1931-1932 yıllarında Adolf A. Berle ve E. Merrick Dodd arasındaki kurum tarafından etkilenen paydaş ve diğer gruplara karşı yönetici ve direktörlerin borçlu oldukları sorumluluklar üzerineydi.²³

1939 yılında Hewlett Packard şirketinin kurucusu olan Dave Packard, şirketlerin basitçe para kazanmak için var olduklarını farz eden pek çok insanın yanlış düşüncede olduğunu ve bunun şirketlerin en önemli varoluş sebebi olmasına rağmen daha da derinlere giderek sebebinin bulunması gerektiğini ifade etmiştir. Bu varoluş sebebi derinlemesine araştırıldığında, insanların tek başlarına yapamayacakları şeyleri bir araya gelip müşterek olarak yapabilecekleri ve adına şirket denen kurumu oluşturduklarında topluma hizmet edeceklerini ifade etmiştir.²⁴

²⁰ Sibel Yamak, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi**, İstanbul, Beta Yayınları, 2007, s.15-16.

²¹ P. Katsoulakos, Y. Katsoulakos, "A multi-Dimensional Way of Corporate Responsibility", **The 4CR Strategic Approach to Corporate Responsibility**. 12 July 2006, p. 6.

²² A.e.

²³ Harwell Wells, The Cycles of Corporate Social Responsibility: A Historical Retrospective for The Twenty-First Century, **Kansas Law Review**, Vol. 51, 2002, pp.79-83.

²⁴ Charles Handy, "What's a Business for?" **Harvard Business Review**, December 2002, p.54.

1942 yılında Peter Drucker ikinci kitabı olan Endüstriyel İnsanın Geleceği adlı kitabında, şirketlerin ekonomik amaçları olduğu kadar sosyal boyutlarının da olduğunu vurgulayarak tartışmaya açmıştır.²⁵

1930'lar, 40'lar ve 50'ler iş dünyasının sosyal sorumluluklarının arttığı ve özellikle de çalışanlarının emeklilik, sigorta, sağlık, güvenlik, hastalık gibi durumlarında eskiye göre çok daha fazla özen gösterilmeye başladığı yıllar oldu. Rekabet, hükümet uygulamaları, artan sosyal değerler, çalışanlara karşı oluşan sorumluluklarla sanayide büyük değişimler ve gelişmeler yaşanmaya, sanayiler sosyal bilince kavuşmaya ve sosyal programlar uygulanmaya başlandı. Büyük bunalım döneminin aksine, II Dünya Savaşı ve onu takip eden süre içerisinde çok hızlı bir büyüme süreci yaşandı. İşletmelerdeki bu hızlı büyüme, yeni işletmelerin oluşumu ve piyasaya yeni girişimcilerin katılımıyla hem hükümetlerin hem şirketlerin sosyal bilinç ve sorumluluk konusunda gelişmeler kaydettiği gözlenmektedir. Bu sosyal olarak sorumlu olmaları gerektiği bilincinin oluşmasıyla birlikte rekabete karşı kendilerini korumaya çalışan işletmeler, işletme faaliyetlerine yeni sosyal sorumluluk özellikleri eklediler.²⁶

1.1.2.2. 1950 Sonrası Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramı modern çağda ilk olarak 1953 yılında *Howard Rothmann Bowen* tarafından yazılan “Social Responsibilities of the Businessman” adlı kitapta yer almıştır.²⁷ Bowen’a göre Kurumsal Sosyal Sorumluluk işadaminin karar alma, eylem planlarını izleme ve politikaları sürdürme uygulamalarındaki yükümlülüğünün, toplumumuzun hedef ve değerleri ışığında kabul göreceği şekilde olması gerektiğidir.²⁸

1960’lı yıllarda ise kavramsal açıdan büyük gelişmeler yaşandığı görülmüştür. 1964’te “İnsan Hakları Sözleşmesi”, 1969’da “Ulusal Çevre Politikası Sözleşmesi” ve 1972’de “Tüketici Ürünleri Güvenirlik Sözleşmesi” bu gelişmelerin en

²⁵ Katsoulakos, Katsoulakos, **a.g.e.**, p. 6.

²⁶ Aydede, **a.g.e.**, s.20–21.

²⁷ Archie B. Carroll, **A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance**, *Academy of Management Review*, 1979, Vol. 4, No 4, p. 497.

²⁸ “The Evolution of CSR” (Çevrimiçi) <http://thinkingshift.wordpress.com/2007/03/27/the-evolution-of-csr/>, 8 Aralık 2009.

önemlileridir. Daha sonraki gelişmeler kurumlar açısından önemli bir noktada bulunan kâr ve hisse kavramları yerine paydaşlar, çalışanlar, müşteriler, komşular ve toplum kavramlarının daha çok kullanmasına neden olmuştur. 1980'lere gelindiğinde iş dünyası kâr etmenin ve sosyal konularda duyarlı davranmanın kurumlar için çakışan hedefler olmadığını gözlemleyerek iş dünyasının sosyal sorunlara stratejileri ve faaliyet alanları doğrultusunda daha çok dâhil olması gerektiğine inanmaya başladı. 1990 yılında yapılan bir araştırmada tüketicilerin yüzde 40'nın sosyal anlamda sorumlu davranmayan kurumları cezalandırdıkları ve yüzde 25'inin ise sosyal anlamda sorumlu olduğunu düşündükleri kurumların ürünlerinden satın alarak "ödüllendirmek" istediklerini ortaya koydu. Ünlü yönetim gurusu Peter Drucker'a göre geçtiğimiz 40-50 yılda ekonomik faktörler baskınken bundan sonraki 20-30 yılda sosyal faktörler baskın olacaktır.²⁹

1950 ve öncesi literatürde KSS tanımları yetersiz ve kısıtlı olmasına rağmen 1960'lı yıllar içinde KSS tanımları önemli gelişmeler göstermiş olup, Keith Davis sosyal sorumluluğu açıklarken "işadaminin karar ve eylemleri en azından şirketin doğrudan doğruya ekonomik ve teknik faaliyetlerinin ötesindedir" demiştir. 1967 yılında Keith Davis işadaminin topluma neyi borçlu olduğu sorusuna cevap ararken, KSS tanımını tekrar ziyaret ederek sosyal sorumluluğun temelini birisinin yapmış olduğu hareketlerin etik sonuçlarının diğerlerini etkilemesinden ortaya çıktığını ifade etmiştir.³⁰

Sosyal sorumluluk tanımına 1960'lı yıllarda önemli katkısı bulunan bir diğer isim ise 1963 yılında yazmış olduğu "*Business and Society*" adlı kitabıyla Joseph W. McGuire'dir. Kitabında sosyal sorumlulukla ilgili olarak kurumlardan ekonomik ve yasal beklentilerin olduğunu yanı sıra topluma karşı normalin ötesinde belirli sosyal sorumluluk beklentilerinden bahsetmiştir. McGuire kurumların toplumun refahı konusunda politika ile çalışanların çevresindekilerle birlikte tüm sosyal dünyanın mutluluğu ile ilgilenmeleridir demiştir.³¹

²⁹ Aydede, a.g.e., s. 23.

³⁰ Carroll, a.g.e., pp. 270-271.

³¹ Jorge Alexis Arevalo, "**Low Level of Commitment Phobia: An Empirical Study of the UN Global Compact's CSR Movement**", Yayınlanmamış Doktora Tezi, The State University of New Jersey, New Jersey, 2008, p.14.

Hayırseverlik 1960'lı yıllarda Kurumsal Sosyal Sorumluluğun en göze çarpanyıdı. Gerçekte Muirhead'in de açıkladığı gibi 1950'lerin ortalarından 1980 ortalarına kadar kurumsal katkının giderek arttığı bir dönem yaşanmıştır. 1960'ların sonlarına doğru iş çevresi uygulamaları hayırseverlik, çalışan gelişimi (çalışma koşulları, endüstriyel ilişkiler, personel politikaları), müşteri ilişkileri ve paydaş ilişkileri gibi konuları içeren sosyal sorumluluk olarak kategorize edilebilir. 1960'lı yıllarda KSS açısından aksiyondan daha çok laf vardı.³²

Clarence C. Walton 1967 yılında “*Kurumsal Sosyal Sorumluluklar*” adlı kitabında; sosyal sorumluluğu kurumlar ve toplum arasındaki ilişkinin, kurumlar ve ilgili grupların şahsi emellerini takip ederken üst yönetim tarafından göz önünde bulundurulması gerektiğini kısaca belirtmiştir.³³

1960'lı yıllarda; çalışan hakları, asgari ücret, çevreye duyarlı üretim, tüketici hakları, sigortalı çalışma vb. birçok konu ele alınmış ve bunlarla ilgili birçok öneri dile getirilmiştir. Ayrıca bu yıllarda sivil toplum örgütlerinin toplum içindeki rolü önem kazanmış, ırk ayrımı, kadın hakları gibi konularda önemli adımlar atılmıştır. 1960'lı yıllar boyunca yaşanan bu değişimlere seyirci kalmayan işletmeler de, bir takım uygulamalar geliştirerek kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmeye başlamışlardır. 1970'lerde işletmelerde görülen başlıca kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları; ortaklara bilgi sağlama, iş vermede adalet, kârı paylaşma, reklamların ahlaki olması, çevreyi koruma ve faaliyetlerin topluma yapacağı etkileri düşünerek eylemde bulunma başlıkları altında sıralanabilir.³⁴

1970'lerin KSS literatürü Milton Friedman'ın “minimalist” kurumsal sorumluluk görüşü ve 1970 yılında yaptığı o meşhur yorumuna dayanır. Bu yorumu burada tekrar vurgulamak yerinde olacaktır.³⁵

³² Andrew Crane, v.d. **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility**, New York, Oxford University Press, 2008, p. 28.

³³ Clarence C. Walton, **Corporate Social Responsibilities**, Belmont, CA: Wadsworth Publishing, 1967, p.18.

³⁴ **A.e.**

³⁵ Gail Thomas, Margaret Nowak, “Corporate Social Responsibility: A Definition”, **GBS Working Paper No. 62**, Graduate School of Business, Curtin University of Technology, Australia, December 2006, p. 5.

“İşadaminin tek ve yalnız bir sosyal sorumluluğu vardır. Oyunun kuralları içinde kaldığı sürece kazancını arttırmak için oluşturulmuş aktivitelere kaynaklarını kullanmalıdır. Açıkça söylemek gerekirse hile ve aldatma olmaksızın açık ve özgür rekabet içinde olmalıdır”.

Kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımını Adam Smith’in “*Ulusların Refahı*” adlı kitabındaki meşhur tanımını “görünmez el” fikrinden önce ele aldığı uzun dönemde büyüme sağlamak için etik davranışların sürdürülmesi gerekliliğini *Lectures on Jurisprudence*’ta (Hukuk Konferansları) ifade etmiştir. Bu konferansta Smith dürüstlüğün kazanç getirdiği fikrini ortaya koymuştur.³⁶

Milton Friedman’ın 1970 yılında yapmış olduğu o ünlü yorumu şöyledir. “İşin Sosyal Sorumluluğu” tartışması analitik gevşekliği ve kesin olmaması sebebiyle dikkate değerdir. “İşin” sosyal sorumluluklarının neler olduğunu söylemek ne demektir? Sadece insanların sorumlulukları olabilir. Kurumlar yapay varlıklar olup bu bağlamda yapay sorumlulukları vardır. Fakat “işin” bütünüyle bile bu yaklaşımla sorumlulukları vardır denilemez. İşin sosyal sorumluluk doktrinini incelerken açıklığa kavuşturma yolundaki ilk adım neyi kimin için ima ettiği. Zannederseniz, sorumlu olan bireyler işadaminin kendisi olup kurum yöneticileridir diyerek sorumluluğun tepe yöneticilerden başladığına dikkat çekmiştir.³⁷

1970’ler kavram olarak ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk boyutunda değişimler yaratmıştır. Bunlardan biri Kurumsal Sosyal Performans (KSP) diğer değişim ise Kurumsal Sosyal Duyarlılık (KSD) ve son olarak Kurumsal Vatandaşlıktır (KV). Bu on yıl KSS kadar Kurumsal Sosyal Performansa yapılan atıfların artmasına tanıklık etmiştir. Bir diğer büyük yazar S. Prakash Sethi, Sosyal Sorumluluk, Sosyal Zorunluluk ve Sosyal Duyarlılık olarak sınıflandırmıştır. 1975 yılındaki klasik makalesinde sosyal zorunluluğu, piyasa güçlerine ya da yasal engellere karşı kurumsal davranış olarak tarif etmiştir. Sethi üç aşamalı kendi modelinde sosyal duyarlılığı kurumsal davranışın sosyal ihtiyaçlara göre uyarlanması

³⁶ Inmaculada Carrasco, “**Moral Traits of Adam Smith’s Theories in Corporate Social Responsibility Evolution**”, Faculty of Economics and Management, University of Castilla -La Mancha, Spain, t.y. p. 5.

³⁷ Milton Friedman, The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits, **The New York Times Magazine**, September 13, 1970.

olarak ifade etmiş³⁸ ve bunları toplumsal zorunluluk (social obligation), toplumsal sorumluluk (social responsibility) ve toplumsal tepkisellik (social responsiveness) olarak ayırtmıştır.³⁹

Tablo 1. 1970’lerin Başlarındaki Önemli KSS Olayları

KSS AKTİVİTESİ	FİRMA YÜZDESİ
Azınlıkların Çalıştırılması	100
Ekoloji (Çevre İle Alakalı)	95
Azınlıkların Eğitimi	91
Eğitime Katkı	91
Sanata Katkı	83
Tutuklu Çalıştırma	79
Tutuklu Eğitimi	66
Şehir Düzenlemesi	62
İnsan Hakları	58

Kaynak: Henry Eilbirt, I. Robert Parket, “The Current Status of Corporate Social Responsibility”, **Business Horizons**, 16, August 1973, p. 7.

Tablo 1 bize 1970’lerde Kurumsal Sosyal Sorumluluğun şirketlerin gözünde neyi ifade ettiği hakkındaki görüşlerini vermektedir. Henry Eilbirt ve I. Robert Parket 1973 yılında “Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Mevcut Durumunu” tartışmaya açan iki yazar olup kurumsal sosyal sorumluluğu şöyle tanımlamışlardır. “ belki de sosyal sorumluluğu en iyi şekilde anlamanın yolu iyi komşuluktan geçmektedir” Kavram iki safhadan oluşmaktadır. Bir taraftan komşuluğa zarar vermeden bir şey yapmak diğer taraftan komşuluk problemlerinin çözümüne yardım etme yükümlülüğünün gönüllü varsayımı olarak ifade edilebilir.⁴⁰

İzleyen yıllarda benzer bir şekilde Carroll 3 boyutlu bir kurumsal sosyal performans modelini önermiştir. Modelin boyutları sırasıyla kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal konular ve sosyal tepkiselliktir. Bu model yazında kabul gören en geçerli model olup sonrasında ortaya çıkan tüm modellerinde temelini oluşturmaktadır. Carroll kurumsal sosyal sorumluluğu kendi içinde dört alt başlığa

³⁸ Arévalo, a.g.e., p. 15.

³⁹ Yamak, a.g.e., s. 47.

⁴⁰ Henry Eilbirt, I. Robert Parket, “The Current Status of Corporate Social Responsibility”, **Business Horizons**, 16, August 1973, p. 7.

ayırıştır. Buna göre, şirketlerin yatırımcı ve tüketicilerine karşı ekonomik sorumlulukları, devlete kanunlara karşı hukuksal sorumlulukları, topluma karşı etik sorumlulukları ve nihayet içinde yaşadıkları cemiyete karşı hayırsever olma sorumlulukları vardır.⁴¹ Carroll işadaminın sosyal sorumluluğunun, belirli bir zaman içerisinde toplumun ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik beklentilerini içerdiğini söylemiş ve bu tanımın kısa bir değerlendirmesini aşağıdaki gibi yapmıştır.⁴²

“Her şeyden önce kurumlar toplum içerisindeki en temel ekonomik birimlerdir. Toplumun talep ettiği mal ve hizmetleri üretip ve bunları satarak kâr etme sorumlulukları vardır. Diğer tüm iş rolleri bu temel varsayım üzerine dayanmaktadır”

1980’lerde ise; atıkları azaltma, geri dönüşüm, fakirlere maddi yardım, toplum sağlığına hizmet, daha iyi çalışma koşulları şeklinde sıralanabilir. Bu yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarından işletmelerin sağlayacağı faydaların net olarak ifade edilmemiş olması nedeniyle genelde işletmelerin ekonomik ve kanuni sorumluluklarını yerine getirmeye çalıştığı ek olarak bazı gönüllü faaliyetlerde bulunduğu gözlenmektedir. Günümüzde ise işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda bir plan dâhilinde hareket etmekte, stratejiler geliştirmektedirler.⁴³

1980 ve 1990’larda paydaşlar teorisi popüler olmuştur. Şirketin bu görüşünü desteklemek, kurumların hissedarlarının yanı sıra büyük çeşitlilikteki paydaşlara karşı ahlaki yükümlülükler dâhil yükümlülükleri olduğu inanışıdır ve meşruiyetleri karşılıklı ilişkilerine bağlıdır.⁴⁴

1990’lı yıllarda, artık toplum, kuruluşlardan “toplumsal olaylara ve toplumun bireylerine etik bir şekilde yaklaşması” beklentisi duymaya başladı. Bu yüzden bazı kuruluşlar bu beklentinin farkına vararak, aktivitelere katılmaya, kurumsal hayırseverliği desteklemeye ve toplumsal sorunlar ile ilgilenmeye başladı. Bunun nedenleri olarak artık toplumun kuruluşları birer vatandaş olarak görmeleri ve her

⁴¹ Yamak, **a.g.e.**, s. 48–49.

⁴² Carroll, **a.g.e.**, p. 283.

⁴³ Coşkun Can Aktan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, **İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, İgiad Yayınları, 2007, s. 25.

⁴⁴ Paul Tracey, Nelson Phillips, Helen Haugh, “Beyond Philanthropy: Community Enterprise as a Basis for Corporate Citizenship” **Journal of Business Ethics**, (2005) 58: p. 330.

vatandaşın yaptığı gibi etik davranmaları gerektiğini düşünmeleri; pazarlama faaliyetlerinin yetersiz kalması neticesinde tüketicilerin üreticilerden farklı beklentileri örnek gösterilebilir.⁴⁵

1990'ların ortalarında John Elkington "Triple Bottom Line" yaklaşımını şirketlerin sadece ekonomik değerlere değil aynı zamanda çevresel ve sosyal değerlere de odaklanması gerektiğini ortaya atmıştır. Bu üçlü yaklaşım ekonomik, çevre ve sosyal tanımlamanın yanında 3P (profit, planet ve people) olarak da bilinmektedir.⁴⁶

2000'li yıllara gelindiğinde ise Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusunda uluslararası alanda çeşitli organizasyonlar tarafından başlatılan ve günümüzde halen sürdürülen önemli küresel ölçekte girişimler ortaya çıkmıştır.

1.1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk önemli bir ticaret stratejisidir. Çünkü mümkün olduğu sürece tüketiciler güvendikleri şirketlerin ürünlerini almak, güvenebilecekleri şirketlerle ortaklık kurmak, çalışanlar saygı duyacakları şirketlerde çalışmak isterler. Ayrıca Sivil Toplum Kuruluşları (STK) gittikçe artan bir şekilde ortak ilgi alanlarında uygun çözüm ve yenilikler üreten şirketlerle birlikte çalışmak istemektedir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk günümüzde iş piyasalarında giderek artan ölçüde üç eğilim yüzünden önemlidir.⁴⁷ Bunlar sırasıyla,

Sosyal beklentilerin değişmesi: Tüketiciler ve toplum ürünlerini satın aldıkları şirketlerden daha fazlasını beklemektedirler. Bu yaklaşım kurumlara olan güvenle birlikte bu kuruluşların aşırılıklarını kontrol edecek birimlerin yetersizliklerine olan güven eksikliği son zamanlardaki şirket skandalları neticesinde daha da artmıştır.

Servetin artması: Bu gelişmiş toplumlar için geçerli olmasına rağmen yine de gelişmekte olan toplumlarla karşılaştırıldığında varlıklı tüketiciler satın aldıkları

⁴⁵ T.S. Pinkston, Archie B. Carroll, "A Retrospective Examination of CSR: Orientations: Have They Changed", **Journal of Business Ethics**, Vol. 15, No. 2, 1996, p. 199.

⁴⁶ Christoffer Nilsson, Shadi Rahmani, "**Global Considerations in Corporate Social Responsibility**", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Department of Business Administration and Social Sciences, Lulea University of Technology, 2008, p. 8.

⁴⁷ "A Guide to Corporate Social Responsibility", pp. 10–11, (Çevrimiçi) http://www6.miami.edu/ethics/pdf_files/csr_guide.pdf, 24 Mart 2010.

ürünleri seçebilmektedir. İşe ve yatırıma ihtiyacı olan toplumlarda ise katı düzenlemeleri uygulamak ve organizasyonları cezalandırmak, para ve işlerini başka yerlere taşıyabileceklerinden daha az olasıdır.

Küreselleşme: Medyanın artan etkisi göstermektedir ki, şirketler tarafından yapılan herhangi bir yanlış anında kamuoyuna sunulmaktadır. Ayrıca internet tüketiciler ve akıl grupları arasında bilgi akışı, mesajlarının iletilmesi ve kolektif hareketlerin başlatılmasına (Örnek: ürün boykotu) olanak sağlamaktadır.

Bu üç eğilimde şirket başarısının kurum ve tüketici arasındaki ilişkide değişim için marka ve marka değerlerinin artan önemini özellikle kurumlar ve paydaşlar arasındaki ilişkilerde birleştirmektedir. Bu karışımın sonucu olarak tüketiciler daha bilinçli ve isteklerini uygulamaya koymada daha güçlüdür. Kurumlar açısından bakıldığında piyasa parametreleri giderek artan bir şekilde şirketlerin faaliyette buldukları alanlarda ki temel kampanyalarla şekillenmektedir.⁴⁸

Firmaları sosyal sorumluluk çalışmalarına iten sebepler genelde iki türdür: ya firma yöneticileri sosyal sorumluluk taşımayı bir görev olarak algılamaktadır ve dolayısıyla bunun doğru bir adım olduğunu düşünerek sosyal sorumluluk çalışmaları yürütmektedir, ya da bunun finansal açıdan getirisi olduğuna kanaat getirdiklerinde sosyal sorumluluk kampanyalarına yönelmektedirler. Sosyal sorumluluk kampanyalarının finansal açıdan katkı sağlayan bir iş olduğunun en büyük göstergesi tüketicileri satın almaya yönlendirmesidir.⁴⁹

Keefe çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluğun önem kazanmasına ilişkin olarak beş gelişim (eğilim) sıralamaktadır: “saydamlık” “bilgi”, “sürdürülebilirlik”, “küreselleşme” ve “kamu sektörünün başarısızlığıdır.”⁵⁰

⁴⁸ A.e.

⁴⁹ Aypar Uslu, Ahmet Başçı, Vusal Gambarov, “Türkiye’de Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına Ve Sosyal Açıdan Sorumlu Şirketlere Karşı Tutumu”, **2008 Muhan Sosyal İşletmecilik Konferansı**, Eylül 2008

⁵⁰ Aktan, a.g.e., s.27–29.

1.1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Artış Nedenleri

Bilinçli tüketici ve yatırımcı profilinin oluşması, çevresel duyarlılığın artması, küreselleşmeyle birlikte uluslararası standartların şekillenmesi, devletin kimi zaman yetersiz kalması; içinde bulunduğumuz bilgi çağı toplumunun özel sektörden beklentilerini arttırmıştır. Bu da kurumları değiştirmeye zorlamaktadır.⁵¹ Sosyal sorumlulukların artışına neden olan faktörler aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

Toplumun beklentileri: 1960'lerden bu yana toplumun sosyal beklentileri artmış, ekonomik beklentilerin yanında sosyal beklentilerde gündeme gelmiştir. Daha da ötesi toplum sosyal yatırım yapan duyarlı firmaları tercih etmeye başlamıştır.

Uzun dönemli kârlar: Sosyal sorumluluğu kabul eden işletmeler, uzun dönemde daha kârlıdır. Yapılan çalışma ve değerlendirmeler göstermiştir ki sosyal alanlarda sorumlu davranan firmalar uzun vadede kârlarını arttırmaktadır. Bunun nedeni bu işletmelerin yarattığı olumlu imajın müşteriler üzerindeki etkisidir.

Etik zorunluluk: İşletme ve yöneticilerin etik bilince sahip olmaları gerekmektedir. Etik anlayış sosyal sorumluluğun en önemli temel unsurlarından biridir.

Olumlu İmaj: Kurumsal sosyal sorumluluk değerlerine önem gösterip uygulayan işletmeler toplum karşısında olumlu imaj yaratarak daha fazla müşteri elde eder, daha iyi çalışanlara sahip olur ve tercih edilirler.

Daha İyi Bir Çevre: İşletmelerin katılımı ve desteği ile toplum tarafından ihtiyaç duyulan, devletlerin yetersiz kaldığı sosyal sorunlar çözülebilir ve böylece daha kaliteli bir hayat ve yaşanabilir çevre yaratılabilir.

Devlet Müdahalesini Azaltma: İşletmelerin sosyal sorumluluklarının bilincinde olmaları ve bu faaliyetlere gönüllü olarak yönelmeleri devletin bazı alanlardaki yasal düzenlemelerinin azalmasına neden olabilecektir.

Sorumluluk ve Güç Dengesi: İşletmelerin sahip oldukları gücü aldıkları sorumluluklarla desteklemesi dengesizliğin yaratacağı olumsuz davranışları toplum nazarında azaltmalarını sağlayacaktır.

⁵¹ Derya Kelgökmen, "İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması", *Ege Akademik Bakış*, İzmir, 10(1) 2010, s. 307-308.

Hissedarların Çıkarı: Sosyal sorumlu şirketler uzun vadede işletmenin borsadaki değerini yükselterek hisse sahiplerinin kazançlarının artmasına neden olur. Bu da yatırım yapmayı düşünenlerin tercih etmelerini sağlar.

Kaynakların Sahipliği: İşletmeler sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yerine getirilmesi için gerekli olan finansal kaynaklara ve teknik/yönetimsel yeteneklere sahiptir.

Korunma: Sosyal sorunların daha fazla büyümeden çözümlenme gereği işletmeleri harekete geçirmektedir. Dolayısıyla KSS yaklaşımını benimseyen bir işletme bir yandan kendi ürünlerini satın alan müşterilerinin isteklerini tatmin ederken, diğer yandan işletme faaliyetleri tarafından etkilenen toplumun beklentilerini de karşılamaktadır.

1.1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hedefleri

Artık gerek kurumsal anlamda ve gerekse sunulan hizmetler açısından kuruluşlar ciddi bir rekabet ortamında hemen hemen birbirine yakın kalitede ürün ve hizmet sunmaktadırlar. Böyle bir ortamda diğer kuruluşların bir adım önünde olabilmenin koşulu hedef kitlenin ve toplumun gönlünü kazanmaktan geçmektedir. KSS faaliyetlerinin artık kurumun itibarını geliştirdiği, marka bilincini ve müşteri bağlılığını artırdığı, satışlara ivme kazandırdığı ve medyanın ilgisini çektiği herkesçe bilinen bir gerçektir.⁵²

KSS, kurumların iç paydaşlarına ve dış paydaşlarına yönelik olmalıdır. KSS kavramı altında paydaşın tanımı da genişletilmiş, hesap verilebilirlik artık hissedarların ötesini de kapsar hale gelmiştir. Kurum ve kuruluşların hesap vermek durumunda olduğu paydaşlar, gönüllü bile olsa çalışanlarını, çevreyi, ekonomiyi ve toplumu tümüyle içine almaktadır. Başka bir deyişle, KSS' ye göre paydaşların şirkete resmen bağlı olmaları gerekmiyor, ancak, yaşam kaliteleri doğrudan ya da dolaylı olarak, şirketlerin yürüttüğü politika ve uygulamalardan etkilenmektedir. Uygulamalar göstermektedir ki kurumlar, vizyonları ve misyonlarına uygun projeler ürettikçe ve bunları doğru iletişim kanallarını kullanarak toplumla paylaştıkça, toplum tarafından kabul ve sempati görmekteler. KSS uzun vadede, iş stratejisinin bir parçası olarak kuruma ve kurumun markalarına katma değer sağlamakta ve

⁵² Gürbüz Yılmaz, "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", (Çevrimiçi) <http://www.riskmed.com.tr> , 24 Ocak 2010.

manevi sermayesini artırmakta, dolayısıyla kârlılığa katkıda bulunmaktadır. Kazanımlar itibar, duygusal bağlılık ve güven ile oluşursa uzun vadeli ve kalıcı olacaktır. Bu amaçla kurumlar, gerçekleştirdikleri KSS projeleri ile gerek sosyal paydaşları, gerek toplum, gerekse de kendileri için sürdürülebilir kalkınmaya destek vermelidirler. Sürdürülebilir kalkınma anlayışı; su ve toprak ile ormanlar gibi yenilenebilir doğal kaynakların sürdürülebilir biçimde kullanılmasını, yenilenemeyen doğal kaynakların ise verimli ve planlı kullanımını esas almaktadır. Özet olarak sürdürülebilir kalkınma, bugünün ihtiyaçlarını gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün vermeden karşılayan kalkınma anlayışı ve uygulamalarıdır.⁵³

KSS, son yıllarda tüm dünyada ülkelerin gündemine girmiş durumdadır. Başta BM olmak üzere, AB, OECD, Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar KSS kavramına büyük önem vermekte ve çeşitli girişimlere dahil olup desteklemektedirler. Dünyada birçok kişi, bir şirkete yatırım yapmadan önce o şirketin toplumsal sorumluluk konusundaki performansını değerlendirmeye başlamıştır. Örneğin, Fortune Dergisi'nin her yıl yaptığı en beğenilen şirketler araştırmasında da "sosyal sorumluluk" ana kriterlerden biri haline gelmiştir. *Environic International* yönetiminde, 20 ülkede 21 anketle gerçekleştirilen bir araştırma, dünya kamuoyunun şirketlerden beklentisini, kâra odaklanmak yerine, standartlarını yükseltip daha iyi toplum için çalışması olarak ortaya koymuştur.⁵⁴

Tüketiciler arasında yapılan bir araştırma sonucuna göre; Fiyat ve kalite eşit olduğunda, tüketicilerin iyi bir sosyal amaçla ilişkili markaları tercih etme olasılığı % 76 çıkmıştır. Yine aynı araştırmanın sonucunda tüketicilerin % 64'ü sosyal amaçla ilişkili bir ürün için biraz daha fazla (ortalama % 5 daha fazla) ödemeye rıza göstermekte, nüfusun % 20'si doğru bir sosyal amaç için % 10 daha fazla ödemeye razı olduğunu beyan etmekte, tüketicilerin % 37'si ise üretici şirketi sevmediği için ürününü almayı her zaman reddetmektedir. Birçok tüketici; KSS'nin o şirkete yatırım yapılması açısından önemli olduğunu düşünüyor (%63). Genellikle bir şirketin KSS raporunu inceliyor (%52). Katılımcılar, beş seçenek arasında kendilerini bir markaya veya bir şirkete bağlayan en önemli şeyin % 34 ile KSS bilincine sahip olmak

⁵³ A.e.

⁵⁴ A.e.

olduğunu düşünmektedir. Ankete katılanlardan kendi kelimeleriyle KSS'yi tanımlamaları istendiğinde alınan cevapların şu şekilde olduğu görülmektedir. Şirketler, çalışanlarına sadık ve bağlı olmalı (%27), Şirketler, halka ve kamuoyuna ve genel olarak topluma bağlı kalmalı (%23), Şirketler, kaliteli ürün için kendilerini sorumlu tutmalı (%16), Şirketler, çevreye karşı sorumlu olmalıdır (%12).⁵⁵

1.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun kavramsal olarak ortaya çıkışı sonrası, 50 ve 60'lı yıllar bu düşüncenin olgunlaşması ve tanınması sürecini yaşamıştır. 1970'li yıllar artık laftan çok aksiyonun başladığı dönem olmuştur. 1970 dönemine gelindiğinde, 1975 yılında Sethi'nin Kurumsal Sosyal Performans ve Davis'in Sosyal Sorumluluk modeli sonrasında ise 1979 yılında Carroll kendi üç boyutlu KSS modelini ortaya atmış ve geliştirmiştir. Bu model halen kabul gören en geçerli KSS modelidir ve izleyen yıllarda geliştirilmiştir.

Muhtemelen Carroll (1979) tarafından ortaya atılan model, oluşturulmuş ve en çok kabul gören KSS modelidir. Kurumların topluma karşı olan sorumluluklarını dört boyutta sınıflandırmıştır. Bunlar, belirli zaman diliminde toplumun organizasyonlardan beklediği temel ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik yaklaşımlarıdır.⁵⁶

Wartick ve Cochran ise 1985 yılında kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal duyarlılık ve sosyal konuların bütünleşmesi ile ortaya çıkan kurumsal sosyal performans modelini geliştirerek ilkeler, süreçler ve politikalar başlıkları altında yeniden ele almışlardır.

1991 yılında ise Wood, Carroll tarafından 1979 yılında ve 1985 yılında Wartick ve Cochran tarafından geliştirilen modellerden yola çıkarak eksikleri belirleyerek çözüm önerileri ortaya atmış olup, Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri, Kurumsal Sosyal Tepkisellik Süreçleri ve Kurumsal Davranışın Sonuçları altında üç boyutlu olarak incelemiştir.

⁵⁵ A.e.

⁵⁶ Ramon Paz Vega, "Corporate Social Responsibility, Action, and Performance in International Settings: A Critical Realist Perspective", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Faculty of the Graduate School of Business and Leadership of the Institute Technological, Monterrey, 2008, p. 16.

1995 yılına gelindiğinde ise Swanson ekonomik ve görev yaklaşımını ekleyerek Kurumsal Sosyal Performans Modelini daha da geliştirerek katkıda bulunmuştur. Swanson üç tip KSS motivasyonu önermiştir. Bunlar sırasıyla; faydacı (performans hedeflerine ulaşmada yardım edecek enstrüman), negatif görev yaklaşımı (paydaşların gönlünü alacak sosyal sorumlu oluşumların uyarlanması yükümlülüğü) ve pozitif görev yaklaşımıdır (soysal baskılara bağlı kalmaksızın kendinden istekli kurumlar).⁵⁷

Özet olarak Kurumsal Sosyal Performans Modeli ilk olarak 1975 yılında ortaya atılmış, 1979’da Carroll tarafından genişletilmiş, 1985’te Wartick ve Cochran tarafından iyileştirilmiştir.⁵⁸ 1995 yılında ise Swanson Kurumsal Sosyal Performans modeline görev yaklaşımını ekleyerek katkıda bulunmuştur.

1.2.1. Sethi Kurumsal Sosyal Performans Modeli

1975 yılında, yönetim araştırmacısı ve yazarı olan S. Prakash Sethi üç aşamalı modelini ortaya çıkarmıştır. Bunlar sırasıyla Sosyal Zorunluluk, Sosyal Sorumluluk, Sosyal Duyarlılıktır.⁵⁹

İlk aşaması Sosyal zorunluluk olup kurumsal sosyal sorumluluk, yasal kısıtlar ya da piyasa güçleri ile uyumludur. Bu aşamada şirketler uyumlu olarak tanımlanırlar. Sosyal zorunluluk⁶⁰ piyasa güçleri ve yasal kısıtlara karşı şirket davranışdır. İkinci aşama olan sosyal sorumluluğa ulaşabilmek için şirket uyumluluğun ötesine geçip sosyal ve ekonomik (toplum ve üyeleri ile alakalı durumlarda) olarak işbirliği yapmalıdır. Sosyal gereksinimleri belirlemeli ve tatmin etmelidir. Bu aşamada şirketler duyarlı olarak tanımlanırlar. Üçüncü aşama olan sosyal duyarlılıkta organizasyon hâlihazırda ekonomik ve sosyal amaçları birleştirir fakat daha fazla proaktif yaklaşım gereklidir. Gelecekteki sosyal durumları önceden görebilmeyi ve paydaşları ile birlikte bunu önleyebilmek için aktif olarak çalışmayı

⁵⁷ Thomas, Nowak, **a.g.e.** p. 9.

⁵⁸ Philip L. Cochran, “The Evolution of Corporate Social Responsibility”, **Business Horizons**, 2007-50, Kelley School of Business, Indiana University, 2007, p. 450.

⁵⁹ Mark Esposito, **Put Your Corporate Social Responsibility Act Together**, Tate Publishing, Oklahoma, 2009, pp. 113–114.

⁶⁰ Marc J. Epstein, Kirk O. Hanson, **The Accountable Corporation: Corporate Social Responsibility**, 2006, p. 13.

arzular. Yöneticiler kurumun yükümlülüklerini azaltabilmek için yasalar gerektirsin ya da gerektirmesin daima sağduyulu davranırlar. Bu aşamada şirketler bağlı olarak tanımlanırlar.⁶¹

Sethi'nin modeli Kurumsal sosyal sorumluluk düşüncesinde büyük bir gelişme idi. Buna rağmen sosyal duyarlılığın kurumsal sosyal sorumluluğun yerini alacağını iddia etmekteydi. Bu görüş daha sonra 1979 yılında Carroll, 1985 yılında Wartick ve Cochran, 1991 yılında ise Wood tarafından reddedilmiştir.⁶²

1.2.2. Davis Sosyal Sorumluluk Modeli

Davis'e göre Kurumsal Sosyal Sorumluluk kanununun bittiği yerde başlar. Daha da ötesi kurumun üstlendiği tüm aktivitelerin topluma faydası vardır fakat yasal zorunlulukların ötesindedir.⁶³

Davis, işletmelerin sosyal sorumluluğuna ilişkin geliştirmiş olduğu modeli hem toplumun refahını, hem de işletme menfaatlerini koruyan ve yükselten önlemleri, işletmelerin niçin ve nasıl aldıklarını ve neden bağlı kalmak zorunda olduklarını beş ana varsayım ile açıklamaya çalışmıştır.⁶⁴

Bu beş ana varsayımın ilkinde sosyal sorumluluk işletmelere emanet edilen sosyal güçten kaynaklanmaktadır.⁶⁵

Keith Davis ve Robert Blomstrom'un 1975 yılında "Sorumluluğun Demir Kanunu" olarak ifade ettiği bu ilkesine göre, uzun dönemde topluma karşı sorumlu bir düşünce tarzıyla ellerindeki gücü toplumun ihtiyaçları doğrultusunda kullanmayan işletmelerin, bu güçlerini zaman içinde kaybetmeye mahkûm olacakları konusunda uyarılmaktadır. İşletmeler ekonomik girişimciliğin geleneksel rolüne ek sosyal olarak toplum tarafından güvenilir organizasyonlar olarak da yeni bir rol üstlenmektedirler. Toplumun kaynak ve yeteneklerini yöneten bu güvenilir organizasyonların temel rolü,

⁶¹ Esposito, a.g.e. p. 114.

⁶² A.e.

⁶³ Emilie Helmer, Karin Stahl, "How to Define Corporate Social Responsibility? A Case Study on a Service Company", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Jönköping University International Business School, 2009, p. 2.

⁶⁴ Seyfi Top, Akın Öner, "İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi", **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 4, Sayı 7, 2008, s.105-106.

⁶⁵ A.e.

sadece organizasyon sahiplerini, müşterileri, tedarikçileri veya çalışanları değil aynı zamanda toplumun bu konudaki bütün taraflarına da sosyal sorumluluk yükleyen bir davranış olarak görmesinden ileri gelmektedir.

Bu varsayımların ikincisi toplumsal faaliyetlere açık olunmasıdır.⁶⁶

İşletmeler, toplumdan girdi almaya açık olan ve toplum ile ilgili faaliyetleri nedeniyle faaliyetleri konusunda topluma bilgi veren iki ucu açık bir sistem olarak faaliyet gösteren organizasyonlardır. Bu nedenle işletmeler, toplumsal refahın sürdürülmesi veya iyileştirilmesi için yapılması gerekli olan faaliyetlerle ilgili olarak, toplumsal çevrenin temsilcilerini dinlemeye her zaman istekli olmalıdır. Toplumun sosyal ihtiyaç ve gereksinimlerine cevap verebilecek güce, bilgi ve beceriye sahip olan işletmeler, sosyal sorunlara hassasiyetle eğilmelidir.

Bu varsayımların üçüncüsü sosyal sorumlulukların oluşturacağı maliyetlerdir.⁶⁷

İşletmeler yaptıkları faaliyetler sonucu ortaya çıkardıkları ürün veya hizmetin kendilerine getirecekleri kazançlar ile birlikte, ortaya çıkaracakları sosyal problemlerinde maliyetlerini de her yönüyle hesaplayarak, gelecekleri hakkında uygulayacakları sosyal sorumluluk projeleri hakkında karar vermelidirler. İşletmeler sosyal sorumluluk yaklaşımlarını sergilemeden önce ayrıntılı bir maliyet/fayda analizini yaparak, öncelikli olarak devam edecek faaliyetleriyle bunu karşılamalıdır. Sosyal sorumluluk projeleri için karar verme-gerçekleştirme süreci, işletmeye biraz sosyal maliyeti de beraberinde getirecektir. Buradaki temel sorun, oluşan maliyetlerin sosyal bir faydadan daha ağır basıp basmayacağı konusudur.

Bu varsayımların dördüncüsünde sosyal sorumluluklar kullanıcılar tarafından karşılanır.⁶⁸

Bu görüş işletmenin yürüttüğü faaliyetlerden ötürü ortaya çıkacak sosyal maliyetlerin, ürün veya hizmetle ilişkili olarak dolaylı yoldan müşterilere yansıtılması düşüncesini savunmaktadır. İşletmeler sosyal olarak fayda getiren organizasyon olarak, ilave bir ekonomik fayda sağlamayacağını değerlendirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerini tümüyle finanse etmesinin de

⁶⁶ A.e.

⁶⁷ A.e.

⁶⁸ A.e.

gereksizliğini ifade etmektedir. Bu nedenle işletmelere, toplumsal açıdan yarar sağlayacak faaliyetlerin maliyetini, bu cazip faaliyetlerle doğrudan ilişkili olan ürün ve hizmetin fiyatına, dolayısıyla müşterilere yansıtılmasını ileri sürmektedir.

Bu varsayımların beşincisi ve sonuncusunda ise tüzel kişilik olarak işletmenin sosyal sorumluluklarıdır.⁶⁹

İşletmeler, kendileri ile doğrudan ilişkili olmayan bir sosyal sorunu çözmek için gerekli uzmanlara sahip olması halinde, o sosyal sorunu çözmek için topluma yardımcı olmalıdır. İşletmelerin problemleri çözmede birincil sorumluluğu olmadığı ifade edilmekle birlikte, tüzel kişilik olarak işletmelerin normal faaliyet alanlarının dışında kalan, belirli sosyal sorunlarla ilgilenme sorumluluğunun da bulunduğu belirtilmektedir. Böylece işletmeler, genel olarak sosyal refahı arttırılmış bir toplumdan zaman içerisinde toplumun bir bireyi olduğu için artan ölçüde fayda sağlamış olacaktır.

1.2.3. Carroll Üç Boyutlu Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Archie Carroll 1979 yılında sosyal sorumlulukların tüm boyutlarını, şirket kurum kültürüne ve karar verme sürecine entegre etmek için bir çerçeve geliştirmiştir. “Kurumsal (Organizasyonel) Sosyal Performans Modeli” üç boyuttan oluşan ve birbirleri ile kesişen üç boyutlu küp olarak görselleştirilebilir. Sorumluluk seviyesi iştirak edilen sosyal konulara ve bu konulardaki şirketin sosyal duyarlılığına karşı ölçülebilir.⁷⁰

Birinci boyut “Sosyal Sorumluluk” kategorisini içerir. Bu sorumluluklar şirketçe önem sırasına göre, ekonomik, yasal, etik ve hayırseverliktir. Şirketin ekonomik sorumluluğu, kazanç elde etmek için mal ve hizmet üretilmesidir. Ekonomik sorumluluklar yerine getirilirken toplumsal kanun ve düzenlemelere uyum şirketin yasal sorumluluğudur. Şirketin etik sorumluluğu, dürüst ve uygun davranışlar konusunda toplumun beklentilerini karşılamaktır. Carroll bu sorumluluğu geliştirirken, bu beklentilerin yasaları harfi harfine uygulamanın da ötesinde

⁶⁹ A.e.

⁷⁰ Brenda E. Joyner, Dinah Payne, “Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility”, **Journal of Business Ethics** 41, Kluwer Academic Publishers, 2002, p. 300.

yasaların ruhuna doğru gidilmesi gerektiğini söylemiştir. Son olarak şirketin hayırseverlik sorumluluğu toplumu daha da iyileştirmek için gönüllülük esasına göre sürdürülen görevleri kapsar. Benzer görevlerin şirketçe yapılması yasal sorumluluklar gibi zorunlu değildir ve bu aktivitelerde bulunulmadığında etik davranılmadığı düşünülemez. Fakat toplum üyelerine yapılan katkılar şirketin inisiyatifindedir.⁷¹

Tablo 2. Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Boyut 1	Boyut 2	Boyut 3
Sosyal Sorumluluk Kategorisi	Sosyal Duyarlılık Felsefesi	Sosyal Konular
Hayırseverlik Sorumlulukları Etik Sorumluluklar Yasal Sorumluluklar Ekonomik Sorumluluklar	Proaktif Uyumlaştırma Savuma Reaksiyon	Tüketicilik Çevre Ayrımcılık Ürün Güvenliği Hissedarlar

Kaynak: A. B. Carroll (1979), “A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance” Academy of Management Review 4. p.503’den uyarlanmıştır.

Carroll’un modelinin ikinci boyutu şirketin ‘Sosyal Duyarlılık Felsefesi’ ile temsil edilir. Bu felsefe organizasyonun sosyal konulara nasıl tepki göstereceğini yansıtır. Dört tip sosyal duyarlılık felsefesi vardır. İlk olarak, reaksiyon felsefesi yasal, düzenleyici ve sosyal baskılar gibi harici güçlerin uygulanmasının sonucu olarak şirketin sosyal konulara vurgu yapmasını gerektirir. Savunma felsefesi, harici güçler tarafından dâhil olunmak istenen durumlardan kaçınılmasına vurgu yapar. Duyarlılığın üçüncü felsefesi uyumlaştırma felsefesi olup bu şirketler var olan sosyal konulara vurgu yaparlar. Bu doğru olan bir şeyi şirketin ekonomik çıkarlarının ötesinde yapmayı vurgular. Bu durumda, harici güçler tarafından ortaya konmayan sosyal konularla ilgilenmeyi talep eder. fakat şirket, dış güçler tarafından zorlanmadan gönüllü olarak sosyal konularla ilgilenirler. Dördüncü son felsefe ise uyum felsefesinden de derine gider. Felsefe toplumla proaktif teşebbüs içinde

⁷¹ A.e.

olmaktır. Proaktif felsefe, önemli sosyal konuları önceden görerek geliştirme stratejileri oluşturur.⁷²

Bu modelin üçüncü boyutu ise sosyal konuların kendisidir. Carroll tarafından belirlenen, tüketim, çevrecilik, ayrımcılık konuları, ürün emniyeti, hissedar konuları gibi toplumumuzdaki konular ve paydaşların yeniden gözden geçirilmesidir. Ön görüldüğü gibi bu durumlar ve paydaşlar durağan değildir. Sosyal konular toplum kadar dinamiktir ve liste sadece açıklayıcı boyuttadır. Carroll'un modeli ışığında, etik kararların verilme sürecinde şirketin paydaşlarının önemi ve varlığı göz önüne alınmalıdır. Bu paydaşlar; çalışanlar, hissedarlar, müşteriler, tedarikçiler, toplum olup tamamen bunlarla sınırlı değildir.⁷³

Bu değer kavramları etik/ahlak ve KSS hep birlikte tek değildir aksine birbirine bağlı ve ilişkilidir. Değerler kurumun algılanan sosyal sorumluluk boyutuna etki eder ve sosyal aktiviteler, normlar ya da standartlardan etkilenirler. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun bir bağılısı da kurumun etik sorumluluğu olup toplumun değerlerinden etkilenir. Diğer bir deyişle, bir organizasyonun etik ve etik olmayan aktiviteleri toplumun üyelerince sahip olunan değerleri etkileyebilir. Kültür spirali sırasıyla değerleri, değerler inançları, inançlar davranışları, davranışlar kültürü etkileyerek şekillenmeye devam eder.⁷⁴

1.2.3.1. Carroll Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Dürüst bir işadamı tarafından kabul edilen Kurumsal Sosyal Sorumluluk tüm sorumlulukları içine alacak şekilde çerçevelenmelidir. Burada tavsiye edilen dört sosyal sorumluluk çeşidi toplam Kurumsal Sosyal Sorumluluğu oluşturmaktadır. Bunlar sırasıyla ekonomik, yasal, etik ve hayırseverliktir. Daha da ötesi bu dört çeşit KSS bağılısı piramit olarak resmedilecektir. Emin olmak gerekirse bu çeşit sorumluluklar bir şekilde hep vardı fakat etik ve hayırseverlik fonksiyonu önemli bir yer tutmaya başladı.⁷⁵

⁷² A.e.

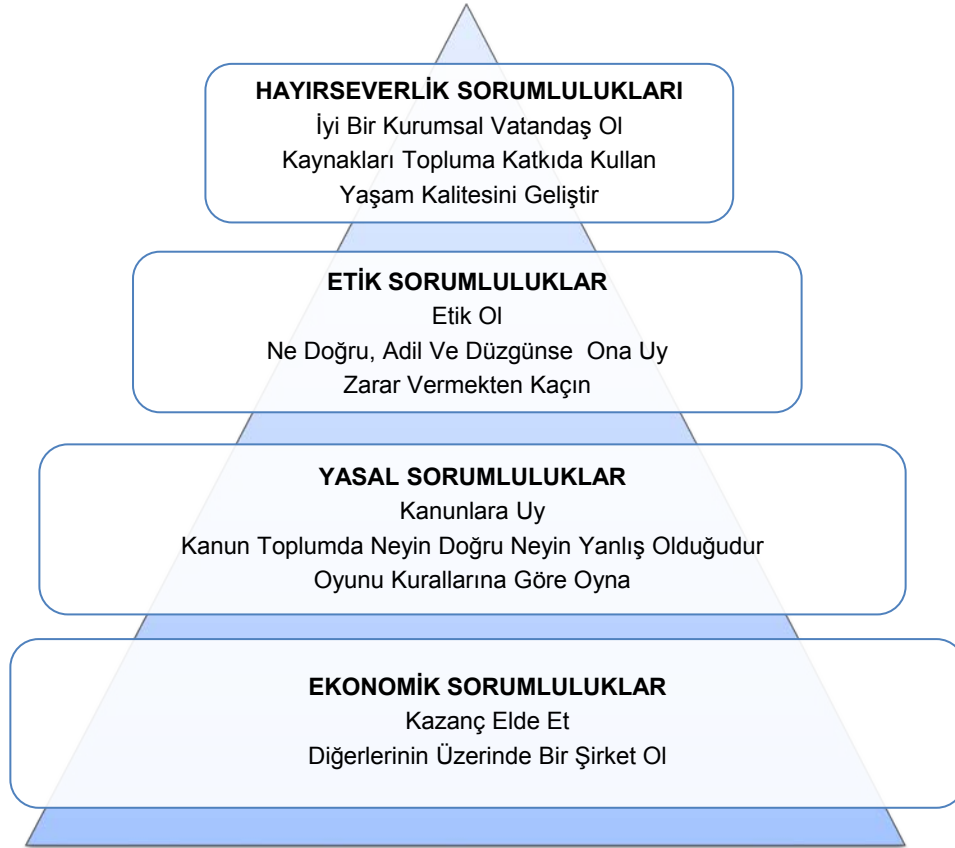
⁷³ A.e. s. 300-301.

⁷⁴ A.e.

⁷⁵ Archie B. Carroll, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder", **Business Horizon**, Vol. 34, No.4 July-August 1991, pp. 39-48.

Aupperle 1984 yılında Carroll'un çalışmasını ampirik bir araştırma ile hiyerarşik olarak doğrulamıştır. Amerikan yöneticileri en yüksek ağırlığı ekonomiye vermiş, bunu sırasıyla yasal, etik ve hayırseverlik boyutu izlemiştir. Pinkston ve Carroll Aupperle'nin çalışmasını 1996 yılında uluslararası örnekte ve zamanla değişip değişmediğini görmek için tekrarlamışlardır. Carroll'un 1979 yılındaki tanımını kullanarak aynı sonuçlara ulaşmışlardır. Fakat ekonomik ve yasal sorumluluk arasındaki aralık daralırken etik sorumluluklar artmış, hayırseverlik sorumluluğu azalmıştır.⁷⁶

Şekil 2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: Archie B. Carroll, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder", *Business Horizon*, Vol. 34, No.4 July-August 1991.

⁷⁶ Hela Sheth, Kathy M. Babiak, "Beyond the Game: Perceptions and Practices of Corporate Social Responsibility in the Professional Sport Industry", *Journal of Business Ethics*, 91, 2010, pp. 434–435.

Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk modeli belki de ortaya çıkan ilk modeller içinde en meşhur olan örneğidir. Bu model Şekil 2'de gördüğümüz gibi, ekonomik ve yasal olandan başlayıp daha sosyal merkezli olan etik ve hayırseverlik sorumluluklara geçerek hiyerarşik şekilde grafiksel biçimde gösterilmiştir.⁷⁷

KSS piramidi bir bütün olarak ele alınmalıdır. Bir KSS ve paydaş perspektifi piramide ve firmanın karar, hareket, politika ve uygulamalarında nasıl davranacağına, tüm bileşen parçalarını aynı anda karşılayacak şekilde odaklanmalıdır. Bu piramitten sosyal sorumlulukların temelden başlayarak bir sıra çerçevesinde uygulanacağı yorumlanmamalıdır. Aksine bir bütün olarak ele alınmalı ve birlikte uygulanmalıdır. Özet olarak, iş çevrelerinin toplam sosyal sorumlulukları firmanın ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumluluklarıdır.⁷⁸ Bu aşağıdaki gibi formüle edilebilir:

$$\begin{aligned} & \text{Ekonomik Sorumluluklar} + \text{Yasal Sorumluluklar} + \text{Etik Sorumluluklar} \\ & + \text{Hayırseverlik Sorumlulukları} \\ & = \text{Toplam Kurumsal Sosyal Sorumluluk} \end{aligned}$$

Yukarıda bahsedildiği üzere Carroll, Kurumsal Sosyal Sorumluluk için bunlardan birini seç ve uygula yaklaşımı olmadığını vurgulamıştır. Bu dört sorumlulukta eğer küresel bir kurum ya da şirket iseniz her ne şartta olursa olsun, birbirine bağlıdır ve karşılanmalıdır. Buna rağmen uzun dönemde, bir şirket alttaki üç seviyeyi hayırseverlik sorumluluğunu karşılamadan önce karşılamalıdır. Carroll, hayırseverlik sorumluluğunu kanunlar ya da genel olarak etik yaklaşımla iş çevrelerinden beklenen zorunlu yaklaşım olamayacağını açıklamaktadır. Doğaldır ki hayırseverlik sorumlulukları ile ilgili beklentiler ülkeden ülkeye değişmektedir. Bu Kurumsal Sosyal Sorumluluğa karşı küresel yaklaşım Mitsubishi Elektrik Kurumunun idari direktörü olan Tachi Kiuchi tarafından hoş bir şekilde özetlenmiştir.⁷⁹

⁷⁷ John Meehan, Karon Meehan, Adam Richards, "Corporate Social Responsibility: The 3C-SR Model", **International Journal of Social Economics**, Vol. 33, No. 5/6, 2006, p. 388.

⁷⁸ Archie B. Carroll, Ann K. Buchholtz, **Business and Society: Ethics and Stakeholder Management**, 7th Edition, United States of America, South Western Cengage Learning, 2008, p. 46.

⁷⁹ Robert Kreitner, **Management**, 10th Edition, United States of America, Houghton Mifflin Company, 2007, p.125.

“İnsanlar iş çevrelerinin sorumlu olmaları hakkında sanki her şeyin üstüne koymamız gereken yeni bir şeymiş gibi konuşmaktadırlar. Fakat işin tüm temeli sorumlu olmaktır. Benim felsefem; biz kurumları kazanç elde etmek için çalıştırmıyoruz. Şirketlerimizin eğer dünyaya ayak uyduracaklarsa anlamı ve amaca gereksinimleri vardır yoksa neden var olsunlar”.

1.2.3.1.1. Ekonomik Sorumluluklar

Tarihsel olarak ticari organizasyonlar, sosyal üyelerine mal ve hizmet sağlamak için dizayn edilmişlerdir. Kazanç motivasyonu girişimciler için ana teşvik olarak yerleşmiştir. Her şeyden ötesi, ticari organizasyonlar toplumumuzdaki temel ekonomik birimlerdir. Temel rolleri, tüketicilerin ihtiyacı olan mal ve hizmetleri üretmek ve bu süreçte kabul edilebilir ölçüde kazanç elde etmeyi talep etmektir. Bir noktada kazanç motivasyonu fikri maksimum kazanç düşüncesine dönüştü ve bu başından beri böyle süregelmektedir. Diğer tüm ticari sorumluluklar şirketin ekonomik sorumluluklarına dayandırılmaktadır. Zira ekonomik nedenler olmadan diğerleri kuramsal açıdan tartışılmalıdır.⁸⁰

Tablo 3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ekonomik Bileşenleri

EKONOMİK BİLEŞENLER (Sorumluluklar)
• Her hisse payına düşen kazanç miktarını arttıracak şekilde uygulamak önemlidir.
• Mümkün olduğunca kâr elde etmek önemlidir.
• Güçlü bir rekabetçi pozisyon sürdürmek önemlidir.
• Yüksek seviyede çalışma etkinliği sürdürmek önemlidir.
• Önemli olan şudur ki başarılı bir işletme sürekli kâr eden bir işletmedir.

Kaynak: Archie B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholder”, Business Horizon, Vol. 34, No.4 July-August 1991, p.40.

⁸⁰ Carroll, a.g.e., p. 40.

Toplumlar sosyal gereksinimler ve ekonomik gelişmeler arasındaki balansı yeniden düşündükçe, KSS önem ve karmaşıklık olarak var olacak ve bu karmaşıklık refah yaratma sularını bulandırmaya devam edecektir. Bu değişim beklentileri artan rekabet avantajı için potansiyeli elinde tutacaktır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ticarete ekonomik faydanın bir argümanıdır. KSS değer katar, şöyle ki çeşitli paydaş gruplarının ihtiyaç ve ilgilerinin yansıtılmasında şirketlere olanak sağlar. Böyle davranarak şirketler toplumsal varlığını korumuş olur ve uzun dönemli finansal görünürlüğünü maksimize eder. Basitçe yerine koymak gerekirse KSS, şirket operasyonlarıyla toplumsal değerleri, bu parametreler hızlıca değişebildiğinde birbirine uydurma yöntemidir.⁸¹

Şirketlerin, yatırımlarının karşılığında makul bir gelir elde etmek isteyen hissedarlarının yanında güven ve adil ücret isteyen çalışanları, uygun fiyata iyi kalitede ürün talep eden müşterileri vardır. Buradaki tanımından da anlaşılacağı gibi işletmelerin toplum içinde var olma nedenleri ve en öncelikli sorumluluğu ekonomik birim olarak uygun şekilde çalışmak ve kalıcı olmaktır.⁸²

1.2.3.1.2. Yasal Sorumluluklar

Toplum sadece kurumların kâr motivasyonuna göre hareket etmesini uygun görmez, aynı zamanda toplum, kurumların ekonomik amaçlarını yerine getirirken devletin yazılı olarak ortaya koyduğu yasal düzenlemelere uymalarını beklemektedir. Toplum ve kurum arasındaki “Sosyal Kontratın” kısmen yerine getirilmesi için ekonomik misyonlarını sürdürürken mevcut yasal çerçeveler içerisinde olunmalıdır.⁸³

Schwartz ve Caroll’un 2003 yılında yapmış oldukları çalışmaya göre hukuki bileşen üç genel kategori içerisinde incelenebilir. Bunlar uyum, kaçınma ve kanunu önceden gerçekleştirir. Uyum kategorisi de kendi içerisinde üç ayrı tipe ayrılır; pasiflik, sınırlayıcılık ve fırsatçılıktır. Pasiflik istemeden ortaya çıkan bir durumdur. Yani, kuruluşun isteği dışında, olayların yasaya uygun bir şekilde gelişmesidir.

⁸¹ Werther, Chandler, **a.g.e.**, pp. 13-18.

⁸² Andrew Crane, Dirk Matten, **Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization**, 2nd Edition, New York, Oxford University Press Inc., 2007, p. 49.

⁸³ Carroll, **a.g.e.**, p. 40.

Kuruluşlar için bir örnek geliştirmek istersek; eğer kuruluş belirli bir ürün için yasaların sınırlandırdığından daha ince şekilde bir güvenlik standardı belirlemiş ise bu pasiftir. Uyumun ikinci tipi olan sınırlayıcılık, bir kuruluşun yapmak istemediği bir şeyi yasa tarafından yapmaya zorlanmasında ortaya çıkar. Başka bir örnek olarak da vergiler, gümrükler vb. verilebilir. Kuruluş bunları daha fazla gelir için vermek istemezken ya da daha az vermek isterken, yasa kuruluşları bu konuda zorlayarak sınırlandırmıştır. Uyum kategorisinin son tipi de fırsatçılıktır. Fırsatçılık iki şekilde gerçekleştirilebilir. Bunlardan birincisi, yasadaki eksikliklerden yararlanarak bir faaliyeti gerçekleştirmek, diğeri ise yasaların daha hafif olduğu ülke/şehirlerde faaliyet göstermektir.⁸⁴

Tablo 4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yasal Bileşenleri

YASAL BİLEŞENLER (Sorumluluklar)
• Devletin ve yasaların beklentilerine uygun davranmak önemlidir.
• Çeşitli federal, eyalet ve yerel düzenlemelere uygun davranmak önemlidir.
• Bir kurum olarak yasalara uyan bir vatandaş olmak önemlidir.
• Başarılı bir işletme yasal gereklilikleri doğru ve zamanında yerine getirendir.
• En azından asgari yasal gereklilikleri karşılayan ürün ve hizmetlerin üretilmesi önemlidir.

Kaynak: Archie B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholder”, Business Horizon, Vol. 34, No.4 July-August 1991, p.40.

Schwartz ve Carroll’ın ortaya koyduğu ikinci genel hukuki kategori ise kaçınmadır. Kaçınma ile kastedilen, kuruluşun ileride mahkemelerde olası yargılanmasını gerektirecek faaliyetlerden kaçınmasıdır. Bu kategoriye örnek vermek gerekirse, toplumun zararına olacak kanunlarla yasaklanmış tehlikeli maddeler içeren

⁸⁴ Eyüp Bay, “İsteğe Bağlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bileşeninin Türkiye Kapsamında İncelenmesi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 41-42.

ürünleri üretmekten kaçınmak, hatalı ürünleri değiştirmek, çevreye zararlı faaliyetlerden uzak durmak vb. gibi sıralanabilir. Üçüncü ve son genel kategori ise, önceden gerçekleştirilmedi. Yasaların işlenmesi ve/veya değişmesi bazen uzun zaman alabilir. Yasalara uymaya dikkat eden kuruluşlar, yasalar değiştiği gibi ona uygun davranmak isteyebilir ve yasanın gerektirdiklerini, kanun çıkmadan önce gerçekleştirebilirler. Aynı zamanda faaliyet gösterdikleri alanda iyi birer örnek olurlar. Bu şekilde davranan kuruluşlar söz konusu kategoriye girerler.⁸⁵

Toplumu oluşturan bireyler ile kurum ve kuruluşların hak ve sorumlulukları değişik düzenlemelerle hukuk tarafından belirlenir. Dolayısıyla işletmelerin iç çevresi ve sosyal çevresindeki kişi ve kurumlarla kuracağı ilişkilerde ve işletme faaliyetlerinde bu hukuk kurallarını dikkate alması beklenir. Örneğin çalışanların sosyal hakları, ücretlerinin düzenlenmesi, tüketici ve çevrenin korunması, üretim standartlarının belirlenmesi gibi konuları içerir. Bunların yanında sakat ve mahkûmların istihdamı, iş kazalarının önlenmesine yönelik uygulamalar, çalışanların cinsel tacize karşı korunması, kadın ve çocuklara düşük ücret verilmemesine yönelik hukuki yaptırımlar da bu kategori içerisinde kendine yer bulur.⁸⁶

1.2.3.1.3. Etik Sorumluluklar

Ekonomik ve yasal sorumluluklar adalet ve dürüstlük konularında etik normları oluşturmaya rağmen, etik sorumluluklar bu her iki aktiviteyi de kucaklar ve kanunlarda yazılı olmayan, fakat toplum üyeleri tarafından yasaklanan ve beklenen sorumlulukları uygular. Etik sorumluluklar, tüketicilerin, hissedarların ve toplumca adil ve uygun kabul edilen ve paydaşların ahlaki haklarını koruma ya da saygı gösterme gibi değerleri yansıtan standartları, normlar ve diğer beklentileri oluşturur.⁸⁷

Diğer bir deyişle, değişen etik ve değerler kanunun oluşturulmasından önce ortaya çıkar ve kanun ile düzenlemelerin arkasındaki itici güç olurlar. Örnek olarak, çevre, sivil toplum ve tüketici hareketleri sosyal değerlerdeki temel değişimleri

⁸⁵ A.e.

⁸⁶ Aylin İbişoğlu, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2007, s. 9.

⁸⁷ Carroll, a.g.e., p. 42.

yansıtır ve böylece etik inanışlar, daha sonra kanun olarak ortaya çıkmasıyla sonuçlanacak olayın ön gölgesidir.⁸⁸

Etik sorumluluklar, toplum bireylerinin işletmeden umduğu ya da beklediği davranış ve faaliyetlerdir. Etik sorumluluklar; tüketicilerin çalışanların, hissedarların ve toplumun hak, adalete ve dürüstlüğe ilişkin algılamalarını içermektedir. Aslında sosyal sorumluluğun merkezi etik davranıştır. Paydaşların beklentileri doğrultusunda etik davranmak kurumların geleceği için bir zorunluluktur. Ekonomik davranışta yer alan farklılaşma ve rekabetçi pazar avantajına liderlik etme, riskin azaltılması, pazar tanınmışlığı, marka imajı, hissedar ilişkileri ve uzun dönem stratejik çıkarların ötesinde işletmeler kurumsal vatandaş gibi fayda yaratmaya hizmet etmeli karar almayı sağlamada etik davranmalıdır.⁸⁹

Tablo 5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etik Bileşenleri

ETİK BİLEŞENLER (Sorumluluklar)
• Toplumun gelenek ve etik kural beklentilerine uygun davranmak önemlidir.
• Toplum tarafından uygun görülmüş yeni ya da çıkmakta olan etik/ahlaki kurallara saygı gösterip tanımak önemlidir.
• Kurum hedeflerine ulaşılsın diye etik kuralların tehlikeye atılmasının önlenmesi önemlidir.
• Ahlaki ve etik olarak neyin yapılmasının beklendiği iyi bir kurumsal vatandaş olunması önemlidir.
• Kurumsal birlik ve etik davranışların kanun ve düzenlemelerle uyumlu olarak, ötesinde olduğunu tanımak önemlidir.

Kaynak: Archie B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholder”, Business Horizon, Vol. 34, No.4 July-August 1991, p.42.

⁸⁸ A.e.

⁸⁹ Şule Çerik, Emel Özarslan, “Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama”, Ege Akademik Bakış 8(2) 2008, s. 593.

1.2.3.1.4. Hayırseverlik Sorumluluğu

Gönüllü sorumluluklar; toplumda kabul görme açısından değerlendirildiğinde büyük öneme sahiptirler. Toplumsal sorunların çözümü için, çıkarsız ve gönüllü olarak yardımlarda bulunmak olarak da algılanabilir. Ayrıca, sosyal sorumluluk prensipleri; kurumsal, örgütsel ve bireysel seviyelerde şekillenmektedir. Sosyal sorumluluk süreci çevresel değerlendirmeye, paydaş yönetimiyle ve sorun çözümü ile gösterilmektedir. Bunların sonucunda da sosyal politikalar, programlar ve etkiler ortaya çıkar.⁹⁰

Tablo 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hayırseverlik Bileşenleri

HAYIRSEVERLİK BİLEŞENLERİ (Sorumluluklar)
• Toplumun hayırseverlik ve yardım beklentilerine uygun davranmak önemlidir.
• Sanata ve sanatçılara yardım etmek önemlidir.
• Yönetici ve çalışanların kendi yerel toplumlarında gönüllü olarak yardım aktivitelerine katılmaları önemlidir.
• Özel ve kamu eğitim enstitülerine yardım sağlamak önemlidir.
• Toplumun “yaşam kalitesini” yükseltecek projelere gönüllü olarak katılmak önemlidir.

Kaynak: Archie B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholder”, Business Horizon, Vol. 34, No.4 July-August 1991, p.42.

Gerçekte hayırseverlik yüksek derecede arzulanması ve ödüllendirilmesine rağmen diğer üç sosyal sorumluluk kategorisi içinde en az öneme sahip olanıdır.⁹¹

Hayırseverlik, toplumun iyi bir kurumsal vatandaş olma yolunda iş çevrelerinden beklentilerinin yansımaları oluşturur. Bu aktif olarak insan refahını ya da iyiliğini geliştirmede program ve aktivitelere katılmayı içerir. Hayırseverlik örnekleri sanata, eğitime ya da topluma yapılan finansal ya da zaman ayırarak

⁹⁰ İbişoğlu, a.g.e, s.11.

⁹¹ Carroll, a.g.e., p. 42.

yapılan katkıları içerir. Hayırseverlik ve etik sorumlulukları birbirinden ayıran en önemli özelliği hayırseverlikte etik ve ahlaki olarak yaklaşım beklenmemesidir. Toplumlar, şirketlerden para, tesis ve çalışan zamanlarının insani program ya da amaçlara katkıda bulunmasını arzularlar fakat arzulanın seviyede sağlamadıklarında ise şirketleri etik değil diye algılamazlar. Bundan dolayı, hayırseverlik diğerlerine nazaran daha fazla gönüllülük ve yardımseverliktir. Hayırseverlik ve etik sorumluluk arasındaki bir diğer kayda değer fark ise bazı firmalar toplum içinde sadece iyi birer vatandaş olarak sosyal sorumluluk içinde olduklarını hissederler.⁹²

Hayırseverliğin en çok bilinen anlamı, bir kurumun şirket kazançları dışında çeşitli eğitim, hayır işleri, dini, kültürel ve diğer toplum birimlerine gönüllü katkılarda bulunduğu aktif program politikası olduğu sürece ve genelde kurumlar refahı ve bağlı bulduklarına karşı hayırsever katkıları olduğunda sosyal olarak sorumlu oldukları düşünülür. Fakat bir zamanlar kurumlar için yeterli bir yaklaşım olduğu bilinen hayırseverlik günümüz sosyal problemlerin çözümünde tek başına yeterli değildir.⁹³

Avrupa ve ABD’de yapılan araştırmalar sonucunda, isteğe bağlı KSS bileşeninin artık var olmadığı sonucuna varılmıştır. Cochran ve Wood tarafından 1984, Macchiet ve Roy tarafından 1994, Pava ve Krausz tarafından 1996 yılında yapılan araştırmalar, isteğe bağlı KSS bileşeni kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerin, artık hayırseverlik amaçlı olmak yerine, daha fazla, uzun dönemde kâr getirdiğinden ekonomik amaçlar, toplumun beklentisi haline gelmesinden dolayı da etik nedenler haline geldiğini ortaya koymuştur. Schwartz ve Carroll 2003 yılında, bunlar ve benzeri ampirik araştırmalara dayanarak, isteğe bağlı KSS bileşenini ekonomik ve etik bileşen içerisine alarak ortadan kaldırmış ve “isteğe bağlı bileşen ekonomik fayda sağlar” diyerek bu konudaki tartışmalara noktayı koymayı amaçlamışlardır. Ardından gerçekleştirilen çalışmalar da, gelişmiş ülkelerde, bu sonucu doğrular biçimindedir. Brammer ve Millington 2005 yılında, İngiltere’de gerçekleştirdikleri araştırmada, isteğe bağlı KSS faaliyetlerinin birçok bakımdan

⁹² A.e.

⁹³ William Crittenden Frederick, **Corporation Be Good: The Story of Corporate Social Responsibility**, Indianapolis, Dog Ear Publishing, 2006, p. 30.

kuruluşlara fayda sağladığı ve uzun dönemde ün ve imaj kazandırdığı sonucuna ulaşmışlardır.⁹⁴

İsteğe bağlı KSS bileşeninin, Türkiye’de ise geçerliliğini halen sürdürdüğünü, kuruluşların gerçekleştirdiği isteğe bağlı KSS bileşeni kapsamındaki faaliyetlerin ağırlıklı olarak hayırseverlik amacı ile yapıldığını söyleyebiliriz. Globescan tarafından yapılan ülkelere göre kurumsal sosyal sorumluluk araştırması sonucunda, Türkiye’de toplumun büyük şirketlerden sosyal sorumlu olabilmeleri için hayırseverlik faaliyetinde bulunmaları beklentisinde olduğu çıkmıştır. Türkiye nüfusunun %90’dan fazlasının İslam dinine inanması önemli nedenlerden biridir. Smart, ihtiyacı olanlara yardım etme görevinin İslamiyet gibi büyük dinlerde yer almakta olduğunu, KSS faaliyetleri üzerindeki kültür etkisini ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır. Türk toplumunun da çok eskiye dayanan köklü gelenek ve görenekleri vardır. Yüzyıllar boyunca dinin de etkisi ile gelenek ve görenekler genişlemiş, hayırseverlik gibi bazı duygular da gelenek ve görenekler içine katılmıştır. Jenkins isteğe bağlı KSS faaliyetlerinin, toplum içerisinde yoksulluk giderici olduğu sonucuna varmıştır. Bu nedenle kuruluşların, ihtiyacı olan toplum kesimine yardım etmesi, geleneklerine ve dini duygularına uyarak çeşitli faaliyetler gerçekleştirmesi olağan olarak karşılanmalıdır.⁹⁵

1.2.4. Wartick ve Cochran Sosyal Performans Modeli

Seksenli yıllarda, kurumsal sosyal performans üzerine çalışmalar yoğunlaşmış ve bu konu kurumsal sosyal sorumluluğu da kapsayan bir model olarak öne çıkmıştır.⁹⁶ Wartick ve Cochran, ilk olarak 1979 yılında Carroll tarafından daha önce açıklanan, kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal duyarlılık ve sosyal konuların üç boyutlu bütünleşmesi ile ortaya çıkan kurumsal sosyal performans⁹⁷ modelini geliştirerek ilkeler, süreçler ve politikalar çerçevesinde yeniden ele almışlardır.⁹⁸

⁹⁴ Bay, **a.g.e.**, s.120

⁹⁵ Bay, **a.e.**, s.120–122.

⁹⁶ Yamak, **a.g.e.**, s.59.

⁹⁷ Steven L. Wartick, Philip L. Cochran, “The Evolution of the Corporate Social Performance Model”, **The Academy of Management Review**, Vol. 10, No. 4 1985, p. 758.

⁹⁸ Yamak, **a.g.e.**, s.59.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk bu modelde ilkeleri oluştururken, sosyal tepkisellik ise bu ilkelerin hayata geçirilmesini sağlayan süreçleri kapsamaktadır. Sosyal konuların yönetimi ise şirketin benimsediği politikalar çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu modelde Kurumsal Sosyal Sorumluluk iki temel kavrama dayandırılmaktadır. Bunlardan ilki iş dünyasının meşruiyetini sağlayan ve varsayılan haklar ve yükümlülüklerden oluşan toplumsal kontrat kavramıdır. Diğeri ise şirketlerin toplum içinde bir ahlaki vekil olarak yer aldığı savunulan yaklaşımdır. Şirketler karar alırken ahlaki kuralları kullanabilecekleri gibi faaliyetlerinin yanı sıra politika ve ilkelerini de toplumun değerlerine uygunluğu açısından denetleyebilirler.⁹⁹

Tablo 7. Wartick ve Cochran Kurumsal Sosyal Performans Modeli

İLKELER	SÜREÇLER	POLİTİKALAR
<p>Kurumsal Sosyal Sorumluluklar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekonomik • Hukuksal • Etik • Hayırseverlik 	<p>Kurumsal Sosyal Duyarlı</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tepkisel • Savunmacı • Uzlaşmacı • Girişimci 	<p>Sosyal konuların Yönelimi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konuların belirlenmesi • Konuların analizi • Yanıt geliştirilmesi
<p>Yönelim</p> <ul style="list-style-type: none"> • İşletmenin Toplumsal Kontrata • Ahlaki vekil (moral agent) olarak işletme 	<p>Yönelim</p> <ul style="list-style-type: none"> • Değişen toplumsal koşullara yanıt verebilme becerisi • Yanıt geliştirmek için yönetsel yaklaşımlar 	<p>Yönelim</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sürprizleri azaltmak • Etkin kurumsal sosyal politikalar belirlemek
<p>Felsefi Yönelim (Philosophical)</p>	<p>Kamusal Yönelim (Institutional)</p>	<p>Örgütsel Yönelim (Organizational)</p>

Kaynak: Sibel Yamak, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi, İstanbul, Beta Yayınları, 2007, s. 59. (Wartick ve Cochran, 1985:767'dan aktarma)

Wartick ve Cochran toplumun şirketten belediklerini kurumsal sosyal sorumluluk başlığı altında özetlerken, bunların temel ilkeleri oluşturduğuna dikkat çekmektedirler. Öte yandan süreçler başlığı altında yer alan sosyal tepkisellik ise şirketlerin değişen toplumsal beklentilere ve zorunluluklara nasıl yanıt geliştireceğini

⁹⁹ A.e. s. 60.

incelemektedir. Kısacası sosyal tepkisellik sosyal sorumluluğu gerçekleştirmek için araçtır. Bu modelin üçüncü boyutu olan ve toplumsal konuların yönetimini kapsayan politikalar sosyal tepkiselliği işlemleştirmek için tasarlanmışlardır. Wartick ve Cochran, sosyal sorumluluk ve sosyal tepkiselliğin temel yaklaşımlar, odak noktası, amaçlar gibi boyutlarda birbirlerinden farklılaştığını belirtmektedirler.¹⁰⁰

Tablo 8. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Sosyal Tepkisellik Arasındaki Farklar

	Sosyal Sorumluluk	Sosyal Tepkisellik
Temel yaklaşımlar	Etik	Pragmatik
Analiz birimi	Toplum	Şirket
Odak noktası	Sonuçlar	Araçlar
Amaç	Dışarıyı izlemek	İçeriye yansıtma
Vurgu	Yükümlülükler	Yanıtlar
Şirketin rolü	Ahlaki vekil	Mal ve Hizmet üreticisi
Karar kapsamı	Uzun vade	Orta ve Kısa vade

Kaynak: Sibel Yamak, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi, İstanbul, Beta Yayınları, 2007, s. 61.(Wartick ve Cochran, 1985:766'dan aktarma)

1.2.5. Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Wood tarafından geliştirilen kurumsal sosyal sorumluluk tanımı ve kurumsal sosyal performans modeli dikkat çekicidir. Wood daha önce Carroll tarafından 1979 yılında ve Wartick ve Cochran tarafından 1985 yılında geliştirilen tanımlar ve modellerden yola çıkarak bunlardaki eksiklikleri inceleyip, kendi çözüm önerilerini eklemiştir. Wood, kurumsal sosyal performans modelini yine 3 boyutta ele almakla birlikte, her boyutu kendi içinde farklılaştırmış ve performans ile ilişkilerini daha açık bir şekilde ortaya koymuştur. Modelin boyutları sırasıyla kurumsal sosyal sorumluluk ilkeleri, kurumsal sosyal tepkisellik süreçleri ve kurumsal davranışın sonuçlarıdır. Yeni modelde, Wood, kurumsal sosyal sorumluluk için Carroll tarafından önerilen boyutların sosyal sorumluluk alanlarından ibaret olduğu savunarak, bunları üç ayrı ilke olarak yeniden tanımlamıştır. Bunlar meşruiyet ilkesi,

¹⁰⁰ A.e. s. 60.

kamusal sorumluluk ilkesi ve yönetsel takdir ilkesidir.¹⁰¹ Meşruiyet ilkesi için Davis¹⁰², toplumun meşruiyeti ve iş yapan gücünü onayladığını ve uzun dönemde gücünü toplumun sorumluluk davranışlarının ötesinde kullananların kaybetmeye mahkûm olduğunu ifade etmiştir. Bu kurumsal ilke aynı zamanda “Davis’in sorumluluğun demir kanunu” olarak da bilinir.

Tablo 9. Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri

Meşruiyet İlkesi (principle of legitimacy): Toplum işletmelere meşruiyet ve güç verir. Uzun dönemde, gücünü sorumlu bir şekilde kullanmayanlar, gücünü kaybeder.	
Uygulama Seviye:	Kurumsal (institutional); işletmelerin kendi türlerine ait yükümlülüklerini temel olarak alır.
Odak Noktası:	Yükümlülükler ve yaptırımlar.
Önem:	Toplum ve işletme arasındaki kurumsal ilişkiyi tanımlar, işletmelerden ne beklendiğini belirler
Köken:	Davis (1973)
Kamusal Sorumluluk İlkesi (principle of public responsibility): İşletmeler birincil ve ikincil faaliyetlerinin sonuçlarından sorumludur.	
Uygulama Seviye:	Örgütsel (Organizational); şirketin çevresiyle ilişkileri ve kendi özel şartlarına bağlıdır.
Odak Noktası:	Örgütler için davranışsal parametreler.
Önem:	Şirketin sorumluluğunu faaliyet ve çıkarlarıyla ilgili sorunlarla sınırlar
Köken:	Preston ve Post (1975)
Yönetsel takdir ilkesi (principle of managerial discretion): Yöneticilerin ahlaki yönü vardır. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun her alanında, var olan karar verme yetkilerini ve takdirlerini sosyal sonuçlar almak üzere kullanmak zorundadırlar.	
Uygulama Seviye:	Kişisel (Individual); örgütün içindeki aktörlere bağlıdır.
Odak Noktası:	Seçim, fırsat, kişisel sorumluluk
Önem:	Yöneticilerin sorumluluğunu, ahlaklı bireyler olmak ve sosyal sorumluluklarını gözeterek tercih yapmak olarak tanımlar.
Köken:	Carroll (1979), Wood (1970)

Kaynak: Sibel Yamak, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi, İstanbul, Beta Yayınları, 2007, s. 72.

¹⁰¹ A.e. s. 70-71.

¹⁰² K. Davis, “The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities”, **Academy Of Management Journal**, 16, p. 314.

Bu modelde, kurumsal sosyal sorumluluk genel olarak şirketler seviyesi, şirketin yönelimi ve yöneticilerin yaklaşımı gibi farklı boyutlara ayrıştırılmış ve bunları ayrıntılı olarak içerecek bir şekilde ele alınmıştır. Model, içerdiği “yöneticinin takdiri” başlığında insan unsurunu yeniden ana değişkenlerden biri haline getirmiştir.

Tablo 10. Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Wood tarafından Yenilenmiş Kurumsal Sosyal Performans Modeli
Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri Kurumsal (<i>Institutional</i>) ilke: meşruiyet (<i>Legitimacy</i>) Örgütsel (<i>Organizational</i>) ilke: Kamusal Sorumluluk (<i>Public responsibility</i>) Kişisel (<i>Individual</i>) ilke:
Kurumsal Sosyal Tepkisellik Süreçleri Çevre değerlendirmesi (<i>Environmental assessment</i>) Paydaş yönetimi (<i>Stakeholder management</i>) Sosyal konuların yönetimi (<i>Issues management</i>)
Kurumsal Davranışın Sonuçları Sosyal Etkiler (<i>Social impacts</i>) Sosyal Programlar (<i>Social programs</i>) Sosyal Politikalar (<i>Social Policy</i>)

Kaynak: Sibel Yamak, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi, , İstanbul, Beta Yayınları, 2007, s. 73. (Wood 1991b:694’den aktarma)

Wood, kurumsal sosyal performans modelinin ikinci boyutu olarak belirlediği kurumsal sosyal tepkisellik süreçlerini de çevre değerlendirmesi, paydaş yönetimi ve sosyal konuların yönetimi gibi başlıklara ayırmıştır. Daha önceki modellerde yer alan tepkisel, savunmacı, uzlaşmacı ve girişimci gibi boyutların bir takım özelliklerini savunmuş ve Ackerman tarafından daha önce dile getirilmiş olan çevre değerlendirmesi, paydaş yönetimi ve sosyal konuların yönetimi gibi başlıkları ekleyerek bu eksikliği gidermeyi amaçlamıştır.¹⁰³

¹⁰³ Yamak, a.g.e., s. 72.

Son olarak model, şirket davranışının sonuçlarını diğer modellere nazaran daha kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Buna göre şirketlerin davranışı sonucunda sosyal etkiler, sosyal programlar ve politikalar ortaya çıkmaktadır. Wood tarafından önerilen bu modelde de daha önce 1979 yılında Carroll ve 1985 yılında Wartick ve Cochran tarafından geliştirilen kurumsal sosyal performans modellerinde olduğu gibi farklı kavramları bütünleştirme çabası görülmektedir.¹⁰⁴

Sadece ekonomik ve teknolojik değişkenlerle ilişkili geleneksel metotlarla eğitilen yöneticiler, küresel piyasada dezavantajlı pozisyonda olacaklardır. Buna rağmen sosyal yapıları analiz edebilen, paydaşlarını ve iştiraklerini planlayan ve şirketlerinin sosyal performanslarını değerlendirebilen diğerleri avantajlı konumda olacaklardır.¹⁰⁵

1995 yılına gelindiğinde Raymond E. Jones ve Wood kendi modelini paydaşlar çerçevesini ekleyerek mükemmelleştirmiştir. Bu yeni çerçeveye dâhili paydaş etkileri, harici paydaş etkileri ve harici kurum etkileri bir öncekinin yerini almıştır. Paydaşlar temelde kurumsal sosyal sorumluluğu talep eder, kurum davranışları oluşturur ve etkilerini tecrübe eder. Buda arzu edilen kurumsal sosyal performansa ulaşmayı sağlar.¹⁰⁶ Bu güncelleme tipik olarak stratejik KSS’luğun önemi ve 1990’ların ortaları itibariyle paydaşlara karşı artan ilginin yansımasıdır.

Witnick 1993 yılında Wood tarafından yapılan çalışmanın “kurumsal sosyal davranışı” anlamamızda çok önemli bir katkı yaptığını şöyle ifade etmiştir: onun çalışması şüphesiz daha önceki çalışmaları bütünleştiren en başarılı teşebbüstür.¹⁰⁷

1.2.6. Swanson Kurumsal Sosyal Performans Modeli

1995 yılında Swanson, şimdiye kadar entegre edilmemiş iki baskın değer yaklaşımı belirlemiştir. Bir yandan bireysel ve kurumsal otonomiye ve kişisel çıkarları kısıtlayan otorite ve ikna yöntemi altında sosyal kontrolü nasıl

¹⁰⁴ A.e. s. 73.

¹⁰⁵ Steven L. Wartick, Donna J. Wood, **International Business & Society**, Blackwell Publisher Inc., 2001, p. 17.

¹⁰⁶ Esposito, **a.g.e.**, p.121.

¹⁰⁷ James Weber, David M. Vasieleski, “Managing Corporate Stakeholders” **Journal of Corporate Citizenship**, Greenleaf Publishing Limited, Issue 9, Spring 2003, p. 137.

şekillendireceğine odaklanan ekonomik yaklaşım, diğer taraftan kişisel çıkarları sınırlayan hak ve adalet üzerine odaklanan görev yaklaşımıdır. Swanson'a göre Wood tarafından ortaya atılan model bu iki yaklaşımı içermemektedir. CSR₁ ilkeleri, kurumları ekonomik çıkarlar ve negatif görevler (Örnek; diğerlerine zarar verecek davranışları kısıtlayarak negatif hakları koruma görevi) arasında normatif zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır.¹⁰⁸

“Ağırlıklı olarak yönetim araştırmalarında kendini gösteren ekonomik yaklaşımın temel çıkış noktası, işletmenin verimli ve kârlı bir şekilde toplum için mal ve hizmet üretmesi gerektiğidir. Öte yandan, görev yaklaşımı ise iş etiği araştırmalarında yaygın olarak ortaya çıkar. Bu yaklaşımın temelinde ise şirketlerin ahlaklı davranmaları için zorunluluk ve görev olarak adlandırılan kurallar oluşturmaları yer almaktadır. Her iki yaklaşım da şirketlerin toplumsal olarak denetlenmesi konusunu içermekteyse de hedefledikleri sonuçlar açısından birbirlerinden farklılaşırlar. Şirketler faaliyetleri esnasında kârlılık ve olumsuz görev yüklenmenin yarattığı maliyet hesabını yaparak kazandıkları ve kaybettiklerini değerlendirme problemi yaşarlar. Olumlu görev şirketlerin gönüllü olarak diğer paydaşlara haklar tanımasıyken, olumsuz görev ise topluma zarar verebileceği kaygısıyla şirketlerin faaliyetlerine getirilen sınırlamalardır”¹⁰⁹

Swanson'un Kurumsal Sosyal Performans modelinde bir şirket yöneticisi diğer yönetici ve çalışanlarını hiyerarşik yapı zinciri içinde direktifleriyle, dâhili ve harici paydaşlar tarafından ifade edilen konulara karşı sorumluluk almada sorumlu kurum davranışına doğru yönlendirebilir. Bu konular çalışanlar için adil davranış, yatırımcılar için dürüst ve şeffaf finansal raporlar, tüketiciler için güvenli ürünler, sürdürülebilir iş uygulamaları konusunda sosyal aktivist baskılarıdır.¹¹⁰

Swanson'un yeniden değerlendirilmiş KSP modeli organizasyonlar içerisindeki sosyal süreçleri karakterize eden üç değer sürecinin öneminden bahseder.¹¹¹

¹⁰⁸ Marc Orlitzky, **Corporate Social Performance: Developing Effective Strategies**, the University of New South Wales, Australia, 2000, pp. 8–9.

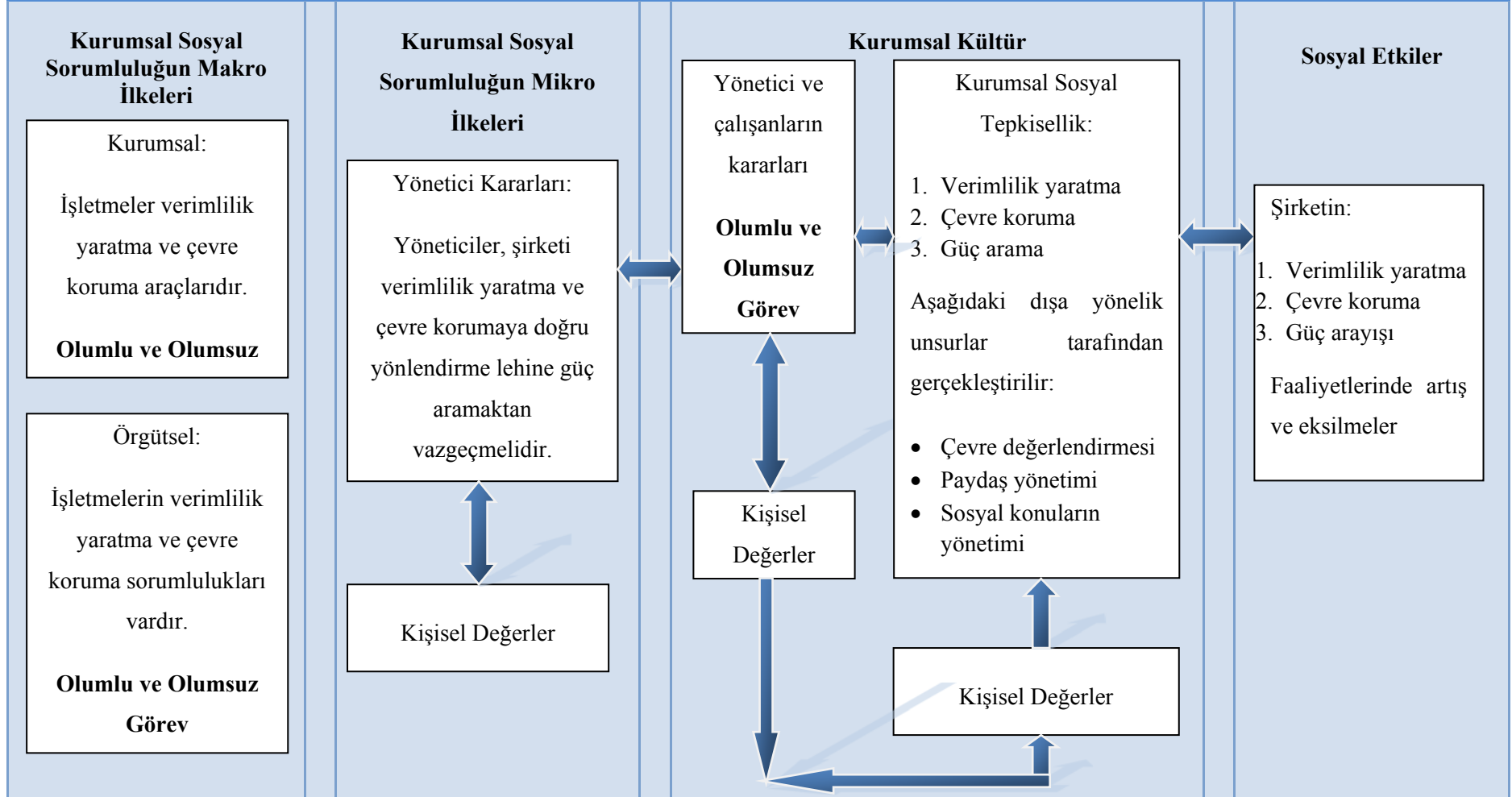
¹⁰⁹ Yamak, **a.g.e.**, s. 74–75.

¹¹⁰ Crane, **a.g.e.**, p. 233.

¹¹¹ Orlitzky, **a.g.e.**, p. 9.

(1) *Economizing*; şirketin rekabetçi davranış içinde girdileri etkin bir şekilde çıktılarına dönüştürebilme kabiliyetidir. (2) *Power Seeking*; Güç arayışı şirket içinde hiyerarşik düzenlemelerle zorlayıcı güç elde ederek kullanılacak merkezi davranış durumunu ifade eder. (3) *Ecologizing*; Çevre koruma ise organizasyonlar ve çevrelerinin yaşamı sürdürmede, arasındaki bütünleştirici bağlantıları ifade eder. Bu bağlantılar birlikte hareket etme ve işbirliği üzerine kuruludur. Diğer bir deyişle Swanson'un modeli sosyal süreçleri, kalıtımsal etik ve değer süreçleri ve tabii ki kişisel değerlerden etkilenerek izler.

Tablo 11. Swanson Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli



Kaynak: Sibel Yamak, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi, İstanbul, Beta Yayınları, 2007, s. 76.

2. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK GİRİŞİMLERİ VE KURUMSAL SOSYAL RAPORLAMA

2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK GİRİŞİMLERİ

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili olarak günümüzde hükümetlerin, bir kısım uluslararası organizasyonların, özel sektör kuruluşlarının ve sivil toplum kuruluşlarının başlattığı pek çok sosyal sorumluluk girişimi bulunmaktadır.¹

2.1.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

Uluslararası organizasyonlar tarafından başlatılan ve sürdürülen başlıca kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri ve yayınlanan bildireler Tablo 12’de detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 12’de belirtilenlerin yanı sıra Amerika’da gerçekleştirilen 55. Birleşmiş Milletler (BM) Genel Kurulu Toplantısı’na katılan 189 ülke, dünya genelindeki ekonomik, toplumsal ve kültürel sorunların çözümü için hazırlanan “Milenyum Deklarasyonunu” kabul ederek Binyıl Kalkınma Hedeflerini imzaladı. 2015 yılına kadar dünya genelindeki yoksulluk ve eşitsizliklerin azaltılmasını hedefleyen bu bildirmede yer alan 8 amaç aşağıda belirtilmiştir.²

- Amaç 1: Mutlak yoksulluk ve açlığı ortadan kaldırmak.
- Amaç 2: Tüm bireylerin temel eğitim almasını sağlamak.
- Amaç 3: Kadınların durumunu güçlendirmek ve toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak.
- Amaç 4: Çocuk ölümlerini azaltmak.
- Amaç 5: Anne sağlığını iyileştirmek.
- Amaç 6: HIV/AIDS, sıtma ve diğer salgın hastalıkların yayılımını durdurmak.
- Amaç 7: Çevresel sürdürülebilirliği sağlamak.
- Amaç 8: Kalkınma için küresel ortaklıklar geliştirmek.

¹ Coşkun Can Aktan, İstiklal Y. Vural, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler” **Çimento İşveren Dergisi**, Mayıs 2007, s. 4.

² “Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği”, **E-Haber Bülteni**, Mart-Nisan 2010, s. 28, (Çevrimiçi) <http://www.kssd.org>, 19 Temmuz 2010.

Yukarıda belirtilen bu 8 amaç için toplam 21 hedef ve 60 gösterge bulunmaktadır. Binyıl Kalkınma Hedeflerinin takibi iki şekilde yapılıyor. Bunlardan birincisi sözleşmeyi imzalayan ülkelerin kendileri için belirledikleri binyıl kalkınma hedefleri doğrultusunda ulusal raporlarını hazırlamalarıdır. Hazırlanan bu ulusal raporlar ülkede bulunan tüm sektörlerin konu hakkında bilgilenmesi ve bu çerçevede ortak politika belirlemeleri bakımından önemlidir. Küresel düzeyde takibi ise BM Genel Sekreteri'nin deklarasyonun uygulanma sürecini BM genel kuruluna sunduğu yıllık raporlarla yapılmaktadır. BM'nin son hazırladığı 2009 Binyıl Kalkınma Hedefleri raporuna göre, küresel ve ulusal mevcut politikalar değişmediği takdirde 2015 yılı için belirlenen bazı hedeflere ulaşamama olasılığı gündemdedir. Küresel sorunların başında gıda fiyatları yükselişinin olumsuz yönde etkilediği açlık ve yoksulluk geliyor. Bunun yanında birinci ve ikinci öğretimdeki okullaşma oranı ve cinsiyet eşitsizliği; sağlık ve yaşam koşullarının iyileştirilme hedefi de sosyal politikalar güçlendirilip, değiştirilmez ise istenilen hedeflere ulaşamama sebepleri arasında yer alıyor.³

Binyıl Kalkınma Hedefleri, insani kalkınmaya yönelik olarak yoksulluk ve açlığın ortadan kaldırılması, tüm bireyler için temel eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadının durumunun güçlendirilmesi, çocuk ölümlerinin azaltılması, anne sağlığının iyileştirilmesi, HIV/AIDS, sıtma ve diğer salgın hastalıklarla mücadele, çevresel sürdürülebilirlik ve kalkınma için küresel ortaklık konularını içermektedir.⁴

Uluslararası organizasyonlar tarafından çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk alanlarında başlatılan ve sürdürülen girişimler, ortak kültür oluşturma, farkındalık yaratma ve toplamda tüm dünyayı kapsayacak şekilde iyi uygulamaları ve bilgi/birikimleriyle örnek olmakta mevcut sosyal sorunların ortaya çıkmadan önlenmesine dayanak olmaktadır. Tüm bu girişimlerin temelini insan hakları, çalışma standartları ve çevre oluşturmaktadır.

³ A.e.

⁴ UNDP, DPT, Binyıl Kalkınma Hedefleri Raporu Türkiye 2005, s. 10.

Tablo 12. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan ve Sürdürülen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri ve Yayınlanan Bildirgeler

Girişimin Adı	Tarih	Girişimin Amacı ve Kapsamı
ILO Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi	Cenevre, Kasım 1977; Kasım 2000 revize Mart 2006 revize	Bu uluslararası belgede yer alan ilkeler çokuluslu şirketlere, hükümetlere, işçi ve işveren kuruluşlarına; istihdam, eğitim, çalışma ve yaşam koşulları ve işçi-işveren ilişkileri gibi alanlarda yol gösterici tavsiyeler içermektedir.
OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi	Paris, Haziran 2000	Bu uluslararası belgede çokuluslu şirketlerin yatırım yaptıkları ülkeye ve o ülkede yaşayan topluma karşı sorumlulukları ortaya konulmuştur.
Birleşmiş Milletler, Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact)	New York, Temmuz 2000	Bu sözleşme, şirketlerden etki alanları kapsamında insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında bir dizi esas değeri kabul etmeleri, desteklemeleri ve uygulamaya koymalarına ilişkin ilkeler içermektedir.
Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Finans Girişimi Mali Kurumlarda Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınmaya İlişkin UNEP Deklarasyonu	Paris, 1992, Mayıs 1997 revize	Bu bildiri dünyada finans hizmetleri sektörünün önde gelen kuruluşları tarafından imzalanmıştır ve çevrenin korunması yönünde sorumluluk ve işbirliği önermektedir.
Avrupa Birliği: Avrupa Toplulukları Komisyonu, “Green Paper” Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgili Bir Avrupa Çerçevesinin Geliştirilmesi”	Temmuz, 2001	Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından yayınlanan dokümanlarda kurumsal sosyal sorumluluğun önemi belirtilmiş ve işletmelerde gönüllü olarak sürdürülecek girişimlerin desteklenmesi talep edilmiştir.

Kaynak: Coşkun Can Aktan, İstiklal Y. Vural, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler” **Çimento İşveren Dergisi**, Cilt 21, Sayı 3, Mayıs 2007, s. 6. (güncellenmiştir)

2.1.1.1 ILO Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi

Uluslararası Çalışma Örgütü (International Labour Organization) tarafından bugüne kadar yayınlanan birçok bildiri doğrudan veya dolaylı olarak kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgilidir. ILO, çalışma koşulları ve endüstriyel ilişkiler alanlarında normlar geliştirmiştir. Bu standartlardan en önemlileri çalışma standartlarını (iş yerindeki temel insan hakları) kapsamaktadır. Bunlar; sendika özgürlüğü ve örgütlenme hakkının korunması (87), teşkilatlanma ve kolektif müzakere hakkı (98), eşit değerde iş için erkek ve kadın işçiler arasında ücret eşitliği (100), zorla çalıştırmanın kaldırılması (105), istihdama kabulde asgari çalışma yaşı (138) vs. bildirgelerden oluşmaktadır. Şüphesiz, ILO tarafından yayınlanan bu bildirgeler geniş anlamda kurumsal sosyal sorumluluk alanında çalışma standartlarının belirlenmesinde atılan adımlar olarak kabul edilebilir.⁵

Üçlü bildirge çokuluslu şirketlerin davranışları üzerine uluslararası uygulanabilir ilk anlaşmadır. Hazırlık çalışmaları Uluslararası Çalışma Örgütünün üçlü temsilcisini oluşturan hükümetler, işverenler ve işçiler ile aynı zamanda OECD'nin çalışmalarıyla oluşturulmuş ve daha sonraları 2000 yılında revize edilmiştir.⁶ 2006 yılında yeni bir düzenleme geçirmiştir.

Söz konusu bildirgenin amacı Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi başlığını taşıyan metin içerisinde şu şekilde belirtilmiştir.⁷

“Çokuluslu şirketler, birçok ülkenin ekonomisinde ve uluslararası ekonomik ilişkilerde önemli bir rol oynamaktadır. Bu konu, gerek hükümetlerin, gerekse işçi ve işveren kuruluşlarının giderek daha çok ilgisini çekmektedir. Bu tür girişimler doğrudan uluslararası yatırımlar ve diğer yollardan, sermayenin, teknolojinin ve emeğin daha etkin kullanımına katkıda bulunarak gerek geldikleri gerekse gittikleri ülkelere önemli yararlar sağlayabilirler. Hükümetlerin izledikleri kalkınma politikaları açısından bakıldığında bu şirketler ayrıca ekonomik ve sosyal refaha, yaşam standartlarının yükseltilmesine, temel gereksinimlerin karşılanmasına,

⁵ Aktan, Vural, , a.g.e., s. 6.

⁶ Phillip H. Rudolph, The Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprises, **Kluwer Law International**, 2005, p. 217.

⁷ Aktan, Vural, , a.g.e., s. 7.

doğrudan ya da dolaylı biçimde istihdam olanakları yaratılmasına, sendikalaşma özgürlüğü dâhil olmak üzere temel insan haklarının gerçekleşmesine tüm dünyada katkıda bulunabilirler. Bu Bildirgenin amacı, Birleşmiş Milletlerin yeni bir Uluslararası Ekonomik Düzen kurulmasını öngören kararları ışığında çokuluslu şirketlerin ekonomik ve sosyal gelişmeye olumlu katkılar yapmalarını özendirmek, çeşitli etkinliklerinin yol açabileceği güçlükleri asgariye indirmek ya da gidermektir.”

1977 yılında yürürlüğe giren Çokuluslu şirketleri ve Sosyal politikayı ilgilendiren Üçlü Bildirge Prensipleri direkt olarak şirketler, hükümetler, sendikalar ve işveren organizasyonlarına yöneltilmiştir. Fakat günümüzde diğer standartlar kadar olmasa bile yine de Kurumsal Sorumluluk (KS) kodları ve standartları alanında önemli bir öncü olmuştur. OECD Çokuluslu Şirketler Kılavuzu gibi 1970’lerdeki ilk kodlar ve Üçlü Bildirge Prensipleri şimdilerde yürürlükte olan Birleşmiş Milletler (BM) Küresel İlkeler Sözleşmesinin öncüsüdür.⁸

ILO, çokuluslu şirketlerin çalışanların yeterli eğitiminin sağlanması, çalışanların aileleri ile birlikte ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde minimum ücret ayarlamasını ve işyerinde güvenliği (üretilmekte olan ürünün tehlikelerine karşı çalışanlarla iletişim dâhil) ve yüksek sağlık standartlarını karşılamasını tavsiye etmektedir. Son olarak, ILO Çokuluslu şirketlere işten çıkaracakları işçiler için adil tazminat verilmesi için yerel hükümetlerle işbirliği içinde olmalarını tavsiye etmektedir.⁹

2.1.1.2 OECD: Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk OECD ülkelerinin politik ajandalarında önemli bir yer tutmaktadır. KSS, farklı grup, sektör ve paydaşlara farklı anlamlar verebilir. Fakat küresel ekonomi içinde genel ortak kanı, kurumların iş ve refah yaratmanın ötesinde daha büyük bir rol oynayarak sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunduğu dur. Sonuç olarak, kurumsal davranış sadece hissedarlara geri dönüş, çalışanlara maaş, tüketicilere ürün ve servis demek değil aynı zamanda sosyal ve

⁸ Deborah Leipziger, **The Corporate Responsibility Code Book**, Greenleaf Publishing Limited, Sheffield UK, 2003, pp. 137–138.

⁹ Jörg Andriof, Malcolm McIntosh, **Perspectives on Corporate Citizenship**, Greenleaf Publishing Limited, Sheffield UK, 2001, pp.133–134.

çevresel konular ile değerlere de cevap vermelidir. Kurumların sosyal ve ekonomik gelişmelerde ki rolü giderek büyümektedir.¹⁰

OECD Çokuluslu İşletmeler Genel İlkeleri ilk olarak 1976 yılında ortaya atılmış ve 2000 yılında revize edilerek hızlıca değişen küresel ekonomide yerini almıştır. Çokuluslu İşletmeler Genel İlkeleri 33 ülke tarafından çokuluslu işletmelere insan hakları ve çevre koruma gibi konularda verilen tavsiyelerden oluşur. Kurumsal şeffaflık ve sorumluluklarını geliştirmede gönüllülük temeline dayalı politikalardan meydana gelir.¹¹

Bir Sivil Toplum Kuruluşu (STK) katılımcısı toplumun beklentisi olduğu üç elementten bahsetmiştir.¹²

“Bugünkü rekabet sadece fiyatlar ya da teknik kaliteye değil aynı zamanda sosyal kaliteye dayalıdır”

OECD tarafından yayınlanan Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi’nde çokuluslu şirketlerin yatırım yaptıkları ve faaliyet gösterdikleri ülkeye ve o ülkede yaşayan topluma karşı sorumlulukları ortaya konulmuştur. Söz konusu bildirgeye göre çokuluslu işletmeler:¹³

- Sürdürülebilir bir kalkınma sağlanması amacıyla ekonomik, toplumsal ve çevresel ilerlemeye katkıda bulunmalıdır.
- Ev sahibi devletin uluslararası yükümlülük ve taahhütleriyle uyumlu olarak, faaliyetlerinden etkilenenlerin insan haklarına saygı göstermelidir.
- Sağlıklı bir ticari uygulama gereğiyle uyumlu olarak, işletmenin iç ve dış pazarlardaki faaliyetlerinin geliştirilmesinin yanı sıra, yerel toplumla yakın işbirliği yoluyla, ticari çıkarlar dâhil, yerel kapasite gelişimini teşvik etmelidir.
- Özellikle iş olanakları yaratarak ve çalışanlar için eğitim olanaklarına yardımcı olarak insan sermayesi oluşumunu teşvik etmelidir.

¹⁰ Shari Nourick, **Corporate Social Responsibility: Partners for Progress**, OECD, 2001, p. 13.

¹¹ A.e. pp. 15-16.

¹² OECD, **Foreign Direct Investment, Development and Corporate Responsibility**, 1999, p. 15

¹³ Aktan, Vural, , **a.g.e.**, s. 8.

- Çevre, sağlık, güvenlik, iş, vergi, mali teşvikler ve diğer konularla ilgili yasa ya da düzenlemeler çerçevesinde öngörülmeleyen istisnalar sağlamaktan ya da kabul etmekten kaçınmalıdır.
- İyi kurumsal yönetim ilkelerini destekleyip savunmalı ve iyi kurumsal yönetim uygulamaları geliştirip uygulamalıdır.
- İşletmeler ile bunların faaliyette buldukları toplumlar arasında karşılıklı güven ilişkisi geliştiren etkin öz-düzenleme uygulamaları ve yönetim sistemleri geliştirip uygulamalıdır.
- Şirket politikalarının, eğitim programları dâhil, çeşitli yollarla yaygınlaştırılarak çalışanlarca bilinmesini ve bunlara uyulmasını teşvik etmelidir.

OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi'nde çokuluslu şirketlerin başlıca sorumlulukları bir kaç ana başlık altında daha detaylı olarak sunulmuştur. Bunlar özetle aşağıdaki gibidir.¹⁴

İşletmeler, faaliyetleri, yapısı, finansal durumu ve performansı hakkında, zamanında, düzenli, güvenilir ve konu ile ilgili bilgilerin açıklanmasını şeffaf bir şekilde raporlamalı ve yayınlamalıdır. İstihdam ve İşçi-İşveren İlişkileri konusunda yürürlükteki yasa, yönetmelik ve geçerli işçi-işveren ilişkileri ve istihdam politikaları kapsamında, işletmeler, çalışanlarının temsil edilme hakkına saygı göstermeli ve çalışma koşulları üzerinde bu temsilcilerle bireysel olarak ya da işveren sendikaları aracılığıyla yapıcı görüşmeler gerçekleştirmelidir. Çevre konusunda işletmeler, faaliyette buldukları ülkelerdeki yasa, yönetmelik ve idari uygulamalar doğrultusunda ve ilgili uluslararası anlaşma, ilke, amaç ve standartları dikkate alarak, çevreyi, kamu sağlığı ve güvenliğini koruma ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunacak şekilde gerçekleştirmelidir. Rüşvetle mücadele konusunda işletmeler ve çalışanları iş ya da başka bir usulsüz avantaj elde etmek ya da devam ettirmek amacıyla, doğrudan ya da dolaylı olarak, rüşvet ya da başka bir haksız avantaj teklif, vaat ya da talep etmemelidir.

¹⁴ Coşkun Can Aktan, İstiklal Y. Vural, Çokuluslu Şirketler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk, **İgiad Yayınları**, İstanbul, 2007, s.143–144.

İşletmeler, tüketicilerle ilişkilerinde adil ticaret, pazarlama ve reklam uygulamalarına uygun hareket etmelidir. İşletmeler, faaliyetlerinin faaliyette buldukları ülkelerin bilim ve teknoloji politikalarına ve planlarına uygun olmasını ve duruma göre yerli ve ulusal yaratıcılık kapasitesinin gelişmesine katkıda bulunmasını sağlamalıdır. Rekabet konusunda işletmeler, yürürlükteki yasa ve yönetmelikler çerçevesinde, faaliyetlerini rekabetçi bir tarzda yürütmelidir. İşletmelerin vergi yükümlülüklerini zamanında ödeyerek ev sahibi ülkelerin kamu maliyesine katkıda bulunması önemlidir. İşletmeler, faaliyette buldukları bütün ülkelerdeki vergi yasa ve yönetmeliklerine uymalıdır.

2.1.1.3 Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact)

Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan 1999 yılında Davos'ta gerçekleştirilen Dünya Ekonomik Forumunda Küresel İlkeler fikrini ortaya atmıştır. Kofi Annan Birleşmiş Milletler tarihinde bu fikri ile yeni bir bölüm açmıştır. Organizasyon daha önce hiçbir şekilde uluslararası gelişme için iş çevreleriyle bağlantıya geçmede bu kadar istekli olmamıştır. Küresel piyasalara daha bir insansı yüz kazandırma tutkusu merkezli Küresel İlkeler Sözleşmesi Birleşmiş Milletlerin sürdürülebilir bir dünya ekonomisi için ana aracı olmuştur.¹⁵

Davos'ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu BM Genel Sekreteri Kofi Annan'ın iş dünyasının liderlerine seslendiği ve adeta kehanet niteliği taşıyan bir konuşmaya sahne oldu. Annan şaşkıncu bir öneziyle, sürdürülebilir bir küresel ekonominin inşası için sosyal sorumluluk temelini gereğine dikkat çekiyor ve bu temel atılmasında özel sektörün önde gelen isimlerini BM ve diğer küresel aktörlerle birlikte göreve davet ediyordu:¹⁶

“Ulusal piyasaları bir arada tutan şey ortak değerlerdir. Ekonomik dönüşüm ve güvensizlik ortamında insanlar, en kötü olasılık gerçekleştiği takdirde bile belli standartların korunacağına inanmak isterler. Oysa günümüz

¹⁵ Jean Philippe Thérien, Vincent Pouliot, The Global Compact: Shifting the Politics of International Development?, **Global Governance** 12, 2006, p. 55.

¹⁶ John G. Ruggie, **Küresel İlkeler Sözleşmesi: Sıradışı Bir Yolculuk**, Çev. Ayşegül Çetin Tekçe, 2004, s. 21

küresel pazarı henüz insanlara bu güveni vermiyor. Bu güven ortamı sağlanıncaya dek de küresel ekonomi Soğuk Savaş Sonrası dünyaya hâkim olan korumacılık, popülizm, milliyetçilik, etnik şovenizm, fanatizm ve terör gibi güçlerin saldırılarına karşı savunmasız kalmaya devam edecek.”

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, insan hakları, işgücü, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında on evrensel ilkeyi daha iyi konuma ulaştırmak amacıyla işletmeleri BM kurumları, işgücü, sivil toplum ve hükümetlerle bir araya getirmektedir. KİS, ortak hareketten doğan güç ile bu on ilkeyi dünya genelindeki iş etkinliklerinde temel uygulama haline getirmeyi ve Birleşmiş Milletler’in daha geniş çaplı hedeflerine destek olacak şekilde eylemlerini hızlandırmayı amaçlamaktadır.¹⁷

Küresel İlkeler Sözleşmesinin insan hakları, çalışma, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarındaki on ilkesi, başlıca bu bildirgelerden türetilmiştir:

- Uluslararası İnsan Hakları Beyannamesi,
- Uluslararası Çalışma Organizasyonu’nun Çalışmaya İlişkin Temel Haklar ve İlkeler Beyannamesi,
- Rio Çevre ve Kalkınma Deklarasyonu,
- Birleşmiş Milletler Yolsuzlukla Mücadele Grubu çalışmaları ve yayınlanan belge ve bildirgeler, Küresel sözleşme, şirketlerden etki alanları kapsamında insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında bir ilkeleri kabul etmeleri, desteklemeleri ve uygulamaya koymalarını talep etmektedir.¹⁸

Özetle Küresel İlkeler Sözleşmesi kurumları kendi etki alanları içinde, insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında temel bazı ilkeleri benimseme, destekleme ve hayata geçirmeye davet eder. Tüm taraflarca uygulanması ve desteklenmesi beklenen on temel ilke aşağıda belirtilmiştir.¹⁹

İnsan Hakları

İlke 1. İşletmeler uluslararası geçerliliğe sahip insan haklarına destek olmalı ve saygı göstermelidir ve

¹⁷ **Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi (COP) Konusunda Pratik Rehber**, Çev. Türkiye Kalite Derneği, Mart 2008, İstanbul, s. 2.

¹⁸ Aktan, Vural, , a.g.e., s. 10.

¹⁹ **İmzadan Sonra Birleşmiş Milletler Sözleşmesine Katılım Rehberi**, Çev. Ayşegül Hatay, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşme Ofisi, Mart 2007, s. 29.

İlke 2. İşletmeler insan hakları suçlarına ortak olmamak için gerekli tüm tedbirleri almalıdır.

Çalışma Standartları

İlke 3. İşletmeler sendika ve toplu iş sözleşmesi özgürlüğüne;

İlke 4. Zorla çalıştırma ve angaryanın her türünün ortadan kaldırılmasına;

İlke 5. Çocuk istihdamının tamamen ortadan kaldırılmasına ve

İlke 6. İşe alma ve meslek konusundaki ayrımcılığın ortadan kaldırılmasına azami önem vermelidir.

Çevre

İlke 7. İşletmeler çevresel zorluklarla ilgili olarak temkinli yaklaşımı desteklemeli;

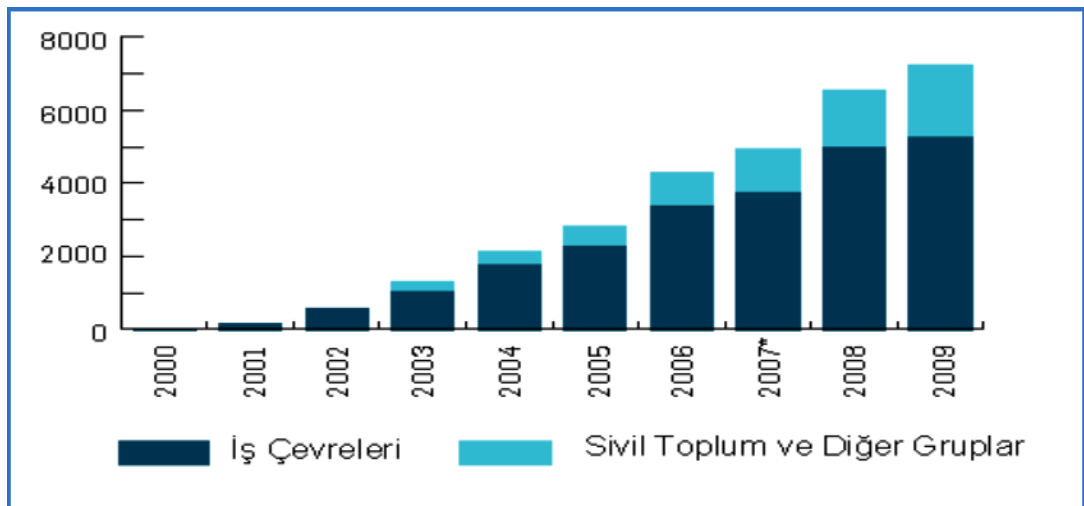
İlke 8. Çevresel sorumluluğu arttıracak her türlü faaliyete ve oluşuma destek vermeli ve

İlke 9. Çevre dostu teknolojilerin geliştirilmesini ve yaygınlaşmasını teşvik etmelidir.

Yolsuzlukla Mücadele

İlke 10. İşletmeler rüşvet ve haraç dâhil her türlü yolsuzlukla savaşmalıdır.

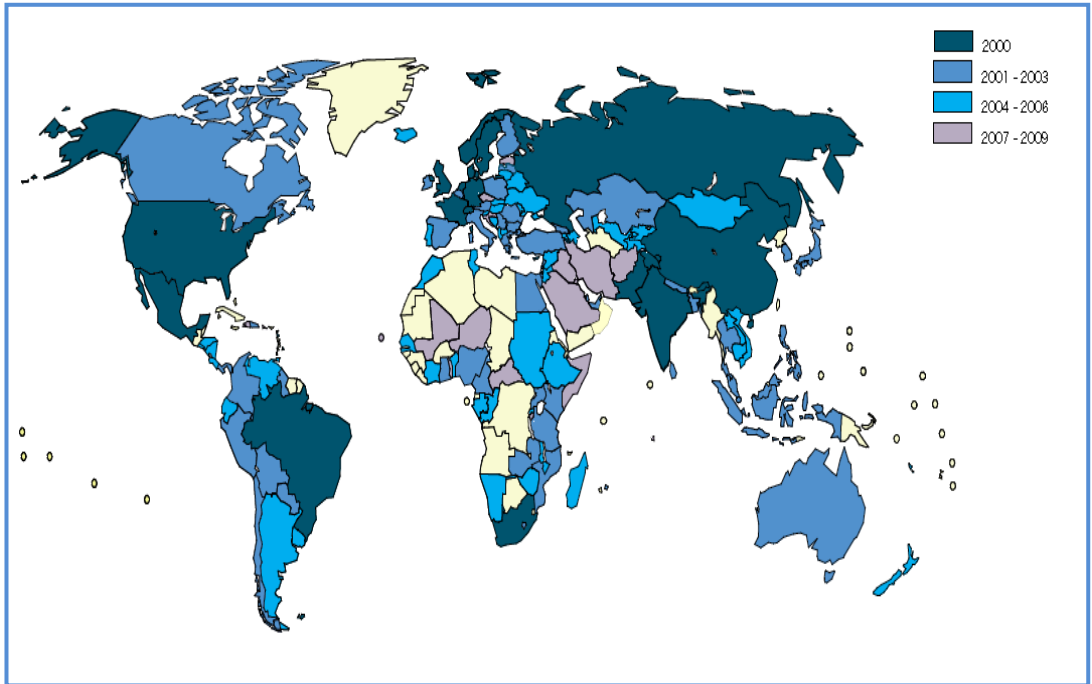
Tablo 13. Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılım Tablosu



Kaynak: United Nations Global Compact Annual Review, 10th Anniversary Edition, New York, June, 2010,p. 11

Küresel İlkeler Sözleşmesine, ilk yılında yaklaşık olarak 83 şirket katılmıştır. 2001 yılında sayı 200'e artmış ve 2002 yılında miktar 580'e ulaşmıştır. 2003 yılında ise sivil toplum çevrelerinin 240 kadar katılımı ortaya çıkmış, 2004 yılında 417, 2005 yılında 500, 2006 yılında 917, 2007 yılında 1200 ve 2008 yılında 1377 olmuştur. Benzer şekilde iş çevrelerinden katılımlar büyümeye devam etmiş 2003 yılında 1050, 2004 yılında 1749, 2005 yılında 2290, 2006 yılında 3332, 2007 yılında 3250 ve 21 Temmuz 2008 itibariyle 4433 olmuştur.²⁰ 1 Temmuz 2010 itibariyle 135'ten fazla ülkede 6000 şirket 2000 sivil toplum ve diğer grupların katılımı olmuştur.²¹ Bu sayı giderek artmakta ve gelişmektedir.

Şekil 3. Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılımın Küresel Genişleme Haritası



Kaynak: United Nations Global Compact Annual Review, 10th Anniversary Edition, New York, June, 2010, p.10.

Şekil 3'teki Küresel İlkeler Sözleşmesi genişleme haritası ülkelerin ilk katılım yılları referans alınarak kategorize edilmiş gösterimidir.

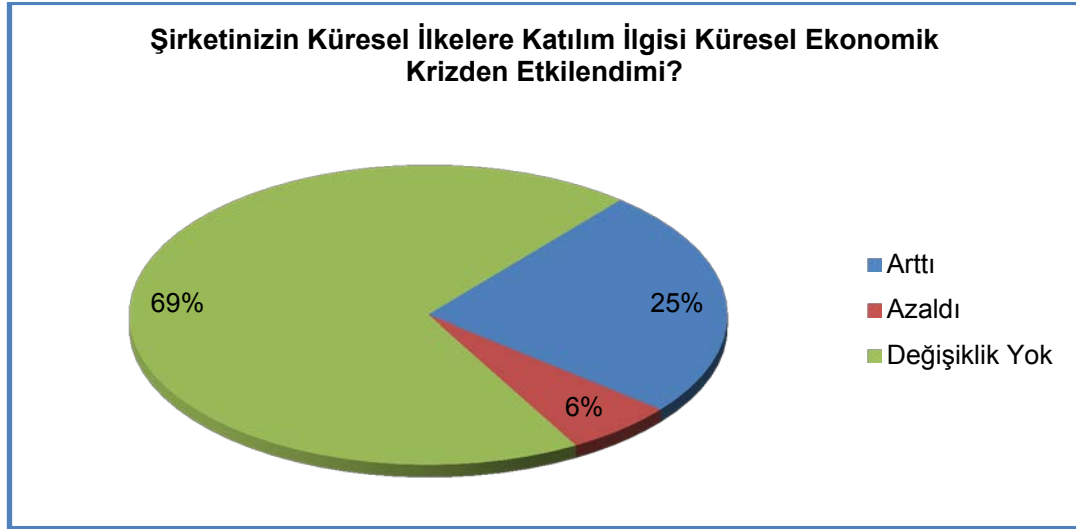
2009 yılı Küresel İlkeler ve Kurumsal Sorumluluk hareketi açısından geniş ölçüde kritik bir test olmuştur. Ekonomik darboğazın Küresel ilkeler Sözleşmesi

²⁰ Arevalo, a.g.e. p. 73.

²¹ UNGC, **United Nations Global Compact Annual Review** - 10th Anniversary Edition, New York, June, 2010, p. 9.

çalışmalarının geliştirme çalışmalarına engel olacağı korkularına rağmen, iş çevreleri ilkelerin yerleştirilmesi ve somut aksiyon çabalarına devam etmişlerdir. 2010 yılı yıllık gözden geçirme bulguları göstermektedir ki, bütünüyle 2008'den 2009'a kadar şirketler, insan hakları, işgücü, çevre ve yolsuzlukla mücadele ilkelerinin kendi operasyonlarında geliştirme çalışmalarını sürdürmüşlerdir. İşgücü ve çevre politikalarında mütevazı bir artış yaşanmış, ekonomik darboğazın ortasında iş ve işyerine odaklanılmış ve Aralık ayında Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı icra edilmiştir. Diğer bir deyişle insan hakları ve yolsuzlukla mücadele politikaları 2009 yılı içerisinde hafif bir düşüş yaşamışlardır.²² Ekonomik darboğazın etkileri kurumsal sorumluluk dikkate alınarak özellikle sorulduğunda yaklaşık olarak 94%'ü Küresel İlkelerle olan katılımın azalmadığını ve 25%'i ise önceki yıllara göre daha fazla düşündüklerini beyan etmişlerdir.

Tablo 14. Küresel İlkeler Katılımcısı Şirketlerce Küresel Ekonomik Krizden Etkilenme Konusunda Verilen Cevaplar



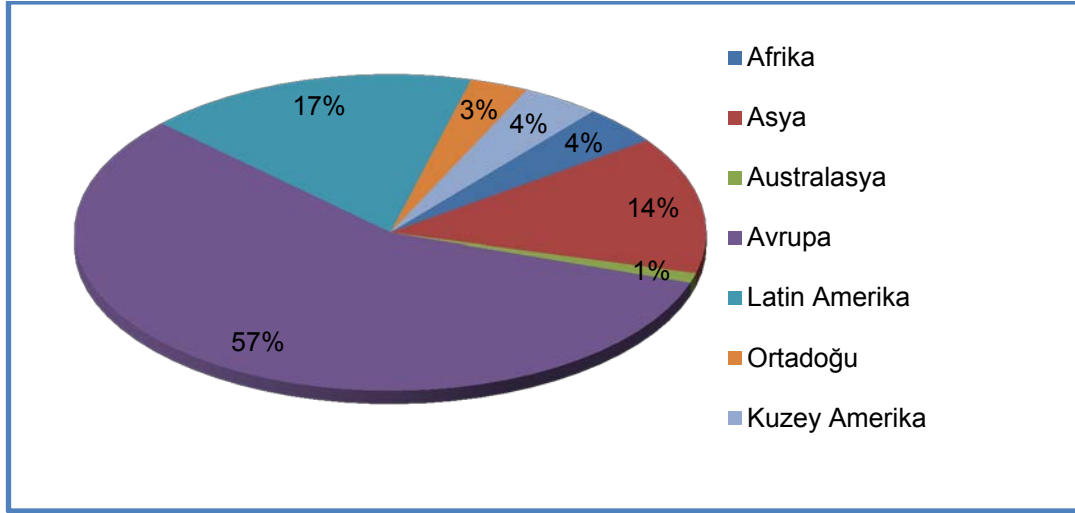
Kaynak: United Nations Global Compact Annual Review, 10th Anniversary Edition, New York, June, 2010, p.12.

2009 Küresel İlkeler uygulama araştırması 97 ülkeden 1044 cevap alarak, küresel kurumsal sorumluluk uygulama konusunda yapılmış en büyük ve en kapsamlı çalışma olmuştur. Uygulama araştırması yıllık olarak Küresel İlkelerin daha iyi anlaşılması ve kıyaslanması ve de tüm bölgelerden her ölçekteki kurumsal katılımcıların, sorumlu iş pratikleri ve gelişme hedeflerine katkıda bulunmada nasıl

²² A.e. p. 12.

hareket edecekleri konusunda yardımcı olmaktadır. Küçük ve Orta boy İşletmelerin (çalışan sayısının 250'den az olduğu şirketler) katılım oranında 2008 yılı verileri ile kıyaslandığında önemli bir artış yaşanmıştır. Küresel İlkeler katılımcılarının yarısının KOBİ'lerden oluşması nedeniyle araştırma sonuçları artan ölçüde girişimdeki pek çok küçük işletmenin yansımasıdır.²³

Tablo 15. Küresel İlkeler Sözleşmesi Araştırmasına Bölgesel Katılım Oranları



Kaynak: United Nations Global Compact Annual Review, 10th Anniversary Edition, New York, June, 2010, p.12.

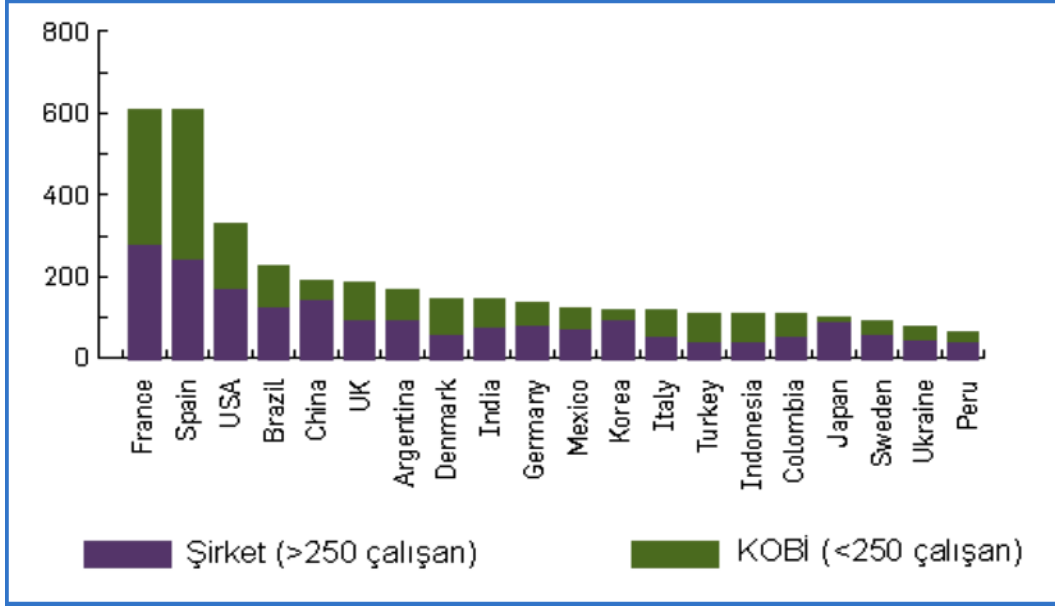
Daha öncede bahsedildiği üzere Birleşmiş Milletlerin ve iş çevrelerinin birlikte katılımıyla bir önceki BM Genel Sekreteri Kofi Annan tarafından tanıtılan ve küresel piyasalara, paylaşılan değerler ve ilkeler doğrultusunda insani bir yüz kazandırma çabası için yaptığı konuşmanın sonrasında 40 kadar şirketin katılımıyla başlamıştır. Küresel İlkeler girişimi giderek artarak günümüzde 8000'inin üzerinde katılımcıya ulaşmıştır.

Küresel İlkeler Sözleşmesinin nihai amacı daha fazla sürdürülebilir ve küresel ekonomiyi içine almaktır. Gönüllü bir program olmasına rağmen katılımcılar on adet ilkenin yerine getirilmesi konusunda çaba göstereceklerini kabul ederler. Web sitesinde şirketlerin deneyimlerini ve çabalarını göstereceği interaktif iletişimi sağlamaktadır. Periyodik toplantılar düzenleyerek akademi, hükümetler, iş çevreleri

²³ A.e.

ve kazanç elde etmeyen (STK) sektörlerden düşünce liderlerini, küresel ilkeleri imzalayan şirketlerin karşılaştıkları ana konuları tartışmak ve geliştirmek için bir araya getir.²⁴

Tablo 16. Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılımda İlk 20 Ülke



Kaynak: United Nations Global Compact Annual Review, 10th Anniversary Edition, New York, June, 2010, p.12.

Tablo Küresel İlkeler Sözleşmesine katılımında ilk 20 ülkeyi göstermektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler birlikte bu tabloyu oluşturmakta Türkiye ise katılımında on dördüncü sırada olup girişime bütünüyle önem verdiğini göstermektedir.

2.1.1.4 Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) Finans Girişimi

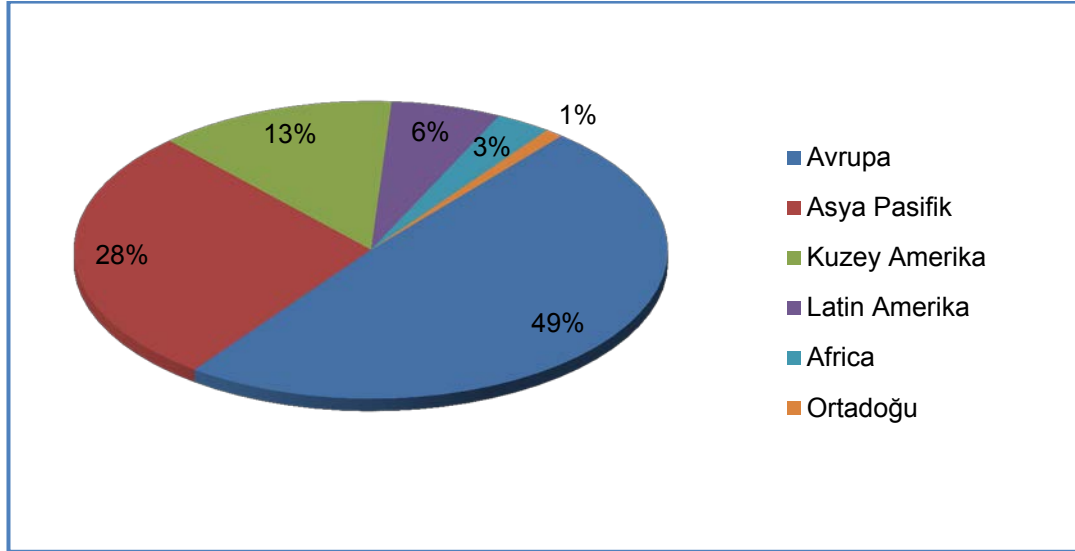
Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi (The United Nations Environment Program Finance Initiative, UNEP FI), UNEP ve özel finans sektörü işbirliği ile başlatılan bir girişimdir. UNEP'in öncülüğünde başlatılan girişime 160'ın üzerinde finans kurumu katılmıştır. (2010 yılı itibari ile 190'ın üzerine çıkmıştır) Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınmaya İlişkin UNEP Deklarasyonu (UNEP Statement by Financial Institutions on the Environment & Sustainable Development) Mayıs

²⁴ Donna J. Wood, v.d., **Global Business Citizenship: A Transformative Framework for Ethics and Sustainable Capitalism**, New York, 2006, p. 146.

1997 tarihinde imzalanmıştır. Söz konusu deklarasyonda vizyon, misyon ve kararlılık şu sözlerle ifade edilmiştir²⁵:

“Mali hizmetler endüstrisinin üyeleri olan bizler, sürdürülebilir kalkınma ile ekonomik ve sosyal kalkınma arasında bir pozitif etkileşimin olduğuna ve gelecek nesiller arasında denge kurmak için, çevrenin korunmasının önemini kabul etmekteyiz. Ayrıca, sürdürülebilir kalkınmayı devlet, iş çevresi ve kişilerin müşterek bir sorumluluğu olarak görmekteyiz. Piyasa mekanizmaları çerçevesinde, ortak çevre hedefleri için, bu sektörlerle işbirliği içinde çalışmaya söz verdik.”

Tablo 17. Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimine Katılımın Coğrafi dağılımı



Kaynak: UNEP FI 2008 Overview, p.3.

Tablo 17 Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans girişimine katılımın coğrafi dağılımına bakıldığında katılımın 49% ile Avrupa coğrafyasından olduğu gözlenmektedir. Bu da çevreye duyarlı ve dikkat çeken finans sektörünün büyük çoğunlukla bu coğrafyada konuşlandığını göstermektedir.

Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınmaya ilişkin finans sektörü girişimi Birleşmiş Milletler Çevre Programı (BMÇP) deklarasyonu Mayıs 1997 tarihinde yayınlanmış olup, BMÇP Finans Girişimine (FG) katılmak isteyen kurumlar, kendi iş alanları

²⁵ Aktan, Vural, , a.g.e., s. 11.

merkezinde BMÇP FG bildirgesinden birini imzalamak zorundadır. Bu bildirgenin maddeleri aşağıda üç başlık altında verilmiştir.²⁶

Sürdürülebilir Kalkınmaya Bağlılık

Sürdürülebilir kalkınmayı, sağlam bir iş idaresi için esas unsur olarak kabul etmekteyiz.

Bütün hükümetler, uzun dönemli ortak çevre öncelikleri ve değerlerini tespit etmek ve uygulamak için liderlik rolüne katkıda bulunmalıdırlar.

Mali hizmetler sektörünün, diğer ekonomik sektörlerle birlikte, sürdürülebilir kalkınmaya önemli ölçüde katkıda bulunduğunu kabul etmekteyiz.

Sürdürülebilir kalkınmayı iyi bir kurumsal yurttaşlık arayışımızın bir parçası olarak kabul etmekteyiz.

Çevre Yönetimi ve Mali Kurumlar

Çevre yönetiminde, potansiyel çevre tahribatlarına karşı önceden hazırlıklı olmak ve bunları önlemek için çaba gösteren ihtiyati yaklaşımı desteklemekteyiz.

Kendi iş ve hizmetlerimize uygulanabilir olan yerel, ulusal ve uluslararası çevre düzenlemelerine uymaya söz veriyoruz. Çevreyle ilgili hususları, bütün piyasalarda yaptığımız işlere ve diğer kararlara entegre etmek için çalışacağız.

Çevresel risklerin tanımlanması ve ölçülmesinin risk tahlili ve yönetimi sürecinin hem iç hem de uluslararası işlerde, bir parçası olması gerektiğini kabul etmekteyiz.

Enerjide verimlilik, atıkların yeniden işlenmesi ve atıkların azaltılması da dâhil olmak üzere, çevre yönetiminde en iyi uygulamaları sürdürmek için gayret göstereceğiz. Benzer çevre standartlarını uygulayan ortaklar, hizmet veya mal sağlayıcılar ve tedarikçilerle iş ilişkileri oluşturmaya çalışacağız.

Çevre yönetiminde uygulamalarımızı periyodik olarak güncelleştirmeyi ve endüstriyi bu ve bunlarla ilgili alanlarda araştırmalar yürütmek üzere teşvik etmeyi düşünmekteyiz.

Çevreyle ilgili iç eleştirileri periyodik tabanda yürütme ve çevre hedeflerimiz konusundaki faaliyetlerimizi ölçme konularındaki ihtiyacı fark etmekteyiz.

Mali hizmetler sektörünü çevre korumasına yardımcı olacak ürünler ve hizmetler geliştirmesi konusunda teşvik etmekteyiz.

Kamusal Farkındalık ve İletişim

Mali kurumların çevre politikalarına ilişkin aldığı mesafeleri periyodik olarak kamuoyu ile paylaşmalarını tavsiye etmekteyiz.

²⁶ Marcel Jeucken, **Sustainable Finance and Banking: The Financial Sector and the Future of the Planet**, Earthscan Publications Ltd., London, 2002, pp. 242–243., “UNEP FI Statements”, (Çevrimiçi), <http://www.unepfi.org/statements/fi/index.html>, 29 Temmuz 2010.

Çevresel riskleri kendi kapasitelerinde azaltmaları ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemeleri için müşterilerimizle uygun şekilde bilgi paylaşımında bulunacağız.

Çalışanlar, müşteriler, hükümetler ve toplum da dâhil olmak üzere ilgili paydaşlar ile çevre sorunlarına ilişkin açıklık ve diyalogu büyüteceğiz.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı'ndan kendi kapasitesi dâhilinde sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin ilgili bilgileri sağlayarak yardımcı olmasını talep etmekteyiz.

Diğer mali kurumları bu demeci desteklemeleri için teşvik edeceğiz. En iyi uygulamaları yaymak için onlarla deneyimlerimizi paylaşacağız.

UNEP ile bu deklarasyonun uygulanmasını gözden geçirmek için periyodik olarak çalışacağız ve uygun biçimde revize edeceğiz.

BMÇP FG stratejik çalışma programı mevcut ve ortaya çıkacak konularda, girişimi imzalayan kurumlarla işbirliği içinde finans ve sürdürülebilirlikle alakalı yenilikçi yaklaşımlar bulmaya çalışmaktadır. Bu konular sırasıyla; iklim değişikliği, sigorta, yatırım, mülk ve sürdürülebilirlik yönetimi ve raporlamanın yanı sıra biyoçeşitlilik, finans ve çatışma, insan hakları ve finans, su ve finans gibi diğer aktivitelerde bulunmaktadır.²⁷

2.1.1.5 Avrupa Birliği (Green Paper)

Avrupa Birliği'nde kurumsal sosyal sorumluluk yönünde ilk girişim Avrupa Toplulukları Komisyonu (Commission of the European Communities) tarafından Temmuz 2001 tarihinde "Green Paper" olarak bilinen dokümanın (*Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*)²⁸ sunulmasıyla başlamıştır.

Söz konusu dokümanın amacı ilk olarak, kurumsal sosyal sorumluluk konsepti üzerine bir tartışma yaratmak ve ikinci olarak da KSS'yi desteklemede Avrupa çerçevesinde gelişimi için nasıl bir ortaklık inşa edileceğini belirlemektir. "Green Paper", işletmelerin gönüllülük esasına dayalı olarak sosyal ve çevresel meselelerini,

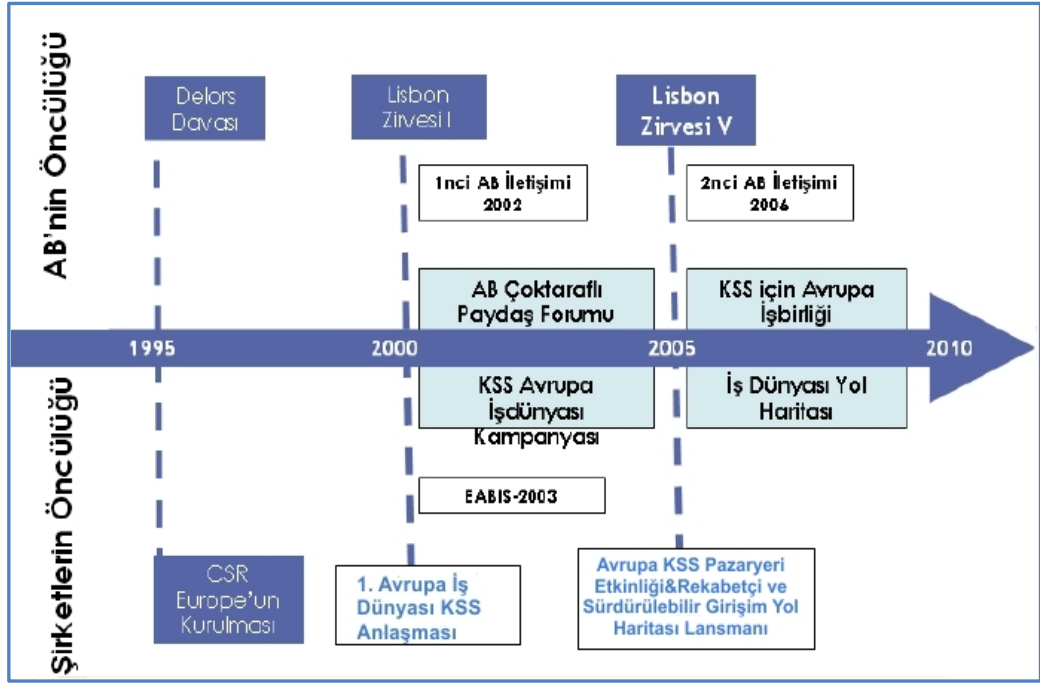
²⁷ "UNEP Finance Initiative Work Streams", (Çevrimiçi) http://www.unepfi.org/work_streams/index.html, 29 Temmuz 2010.

²⁸ Commission of the European Communities, **Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility**, Brussels, 2.7. 2002, COM (2002) 347 Final, pp. 1–32.

örgütsel faaliyetleriyle ve sosyal paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle bütünleştirebildiği bir kavram olarak tanımlanmıştır.²⁹

Temelleri, 1985-1994 yılları arasında Avrupa Komisyonu başkanlığı yapan “Toplumsal Göstergeler” kitabı yazarı Jacques Delors’un gündeme getirdiği ve komisyonun 2000 başlarındaki girişimleriyle Lizbon’da atılmıştır.

Şekil 4. AB KSS Gelişimi Politika ve İş Dünyası Yol Haritası



Kaynak: Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği Haber Bülteni, Temmuz 2009, s.5.

Avrupa Komisyonu, 2001 yılında yayımladığı raporla (Green Paper), kurumsal sosyal sorumluluk kavramının özellikleri ve içeriği konusunda bir tartışma ortamı yaratmıştır. İş dünyası, sendikalar, sivil toplum örgütleri ve üniversitelerin de katıldığı tartışmalarda, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, iş dünyasının önemli bir parçası olduğu ve ileriki yıllarda rekabette belirleyici rol oynayacağı konusunda uzlaşmıştır. Günümüzde teknoloji ve bilgiye kolay ulaşımın sonucunda ürün ve hizmet kalitelerinde çok küçük farklılıklar olduğu bilinmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile kurumlar fark yaratarak rekabette ve piyasa bilinirliğinde öne çıkmaktadır. 2002 yılında, Avrupa komisyonu, şirketleri, gönüllü

²⁹ Commission of the European Communities, **Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development**, Brussels, 2.7. 2002, COM (2002) 347 Final, p.3.

olarak sosyal sorumluluk kampanyalarını benimsemeleri yönünde teşvik etmiştir. 2003 yılında ise Avrupa konseyi, üye ülkelerin hükümetlerini şirketlerin sorumluluklarını üstlenmelerini sağlayacak girişimlerde bulunmaya davet etmiştir. İzleyen yılda, topluluk üyesi ülkelerden bazıları şirketlerin, kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki uygulamalarıyla ilgili kanunlar çıkarmışlardır. Kanunlar çerçevesinde, toplumsal, ekonomik ve çevresel konuların şirketin yönetimi tarafından göz önüne alınması gerektiği ifade edilmiştir. Avrupa komisyonunun bu konudaki temel stratejisi üç ana başlığı içermektedir. Bunlardan ilki, kurumsal sosyal sorumluluğu kavram olarak tanıtmak ve yaygınlaştırmak; ikincisi, şirketlerin beyanlarında şeffaflığı öne çıkararak inandırıcılığı gözetmektir. Sonuncu hedef ise, genel olarak toplumsal sorumluluk anlayışını ön plana çıkarmaktır.³⁰

Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından kurumsal sosyal sorumluluk konusunda belirlenmiş olan ilkeler şunlardır:³¹

Kurumsal sosyal sorumluluk gönüllü bir girişimdir,

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının şeffaf olarak yürütülmesi gereği vardır,

Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda ekonomik, sosyal, çevresel ve tüketici çıkarlarının korunmasına yönelik bütünsel bir perspektif benimsenmelidir,

Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda KOBİ'lerin özellikleri ve ihtiyaçları göz ardı edilmemelidir,

Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda uluslararası belgeler ve bildirgeler (ILO işgücü standartları, OECD'nin çok uluslu şirketler ile ilgili rehber ilkeleri vs.) dikkate alınmalı ve bu belge ve deklarasyonlardan yararlanılmalıdır.

Özetle kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllü bir girişim olduğu, şeffaf olunması gerektiği, tüm sorumluluk alanlarının korunmasına özen gösterilmesi ve bu konuda geçerli tüm standart ve rehberlerin dikkate alınması ile uygulanması Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından tavsiye edilmektedir.

³⁰ Yamak, , a.g.e., s.110–111.

³¹ Aktan, Vural, , a.g.e., s. 11.

Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından kurumsal sosyal sorumluluk konusunda hazırlanan rapor içerisinde aşağıda belirtilen strateji üzerinde de durulmuştur.³²

Kurumsal sosyal sorumluluğun özellikle gelişmekte olan ülkelerde iş dünyası ve tüm toplum üzerindeki pozitif etkileri dikkate alınarak kamuoyunun bilgilendirilmesi önem taşımaktadır,

Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda en iyi uygulamalardan yararlanılmalıdır,
Kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki girişimlerin başarısı için yönetim bilgi ve becerilerinin geliştirilmesine çalışılmalıdır,

Kurumsal sosyal sorumluluk çabalarının KOBİ'lerde yaygınlaştırılmasına destek olunmalıdır,

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ve sonuçlarının şeffaflık içerisinde yürütülmesi gerekir,

AB düzeyinde kurumsal sosyal sorumluluk alanının da bir Paydaşlar Forumu (Multi-Stakeholder Forum) oluşturulmalıdır,

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları Avrupa Birliği politikalarına entegre edilmelidir.

Özetle, Avrupa Toplulukları Komisyonu hazırlanan rapor, tüm çevreler üzerindeki pozitif etkiler konusunda kamuoyunun bilgilendirilmesi, iyi uygulamalardan faydalanılması, yaygınlaştırılması ve şeffaflık içerisinde yürütülmesi konusunda strateji belirlemiştir.

2.1.2. Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

Birleşmiş Milletler tanımıyla, STK, kâr amacı gütmeyen, yerel, ulusal ya da uluslararası seviyede örgütlenmiş ve kamu yararını hedefleyen vatandaşların gönüllü olarak oluşturduğu birliktir. Görev temelli ve ortak çıkarlara sahip insanlardan oluşan STK'lar, vatandaşların taleplerini devletlere ileterek, politikaları ve programların uygulamalarını izleyerek ve toplum seviyesinde sivil toplum menfaat sahiplerinin katılımını teşvik ederek çeşitli hizmetler ve insani fonksiyonları yerine getirmektedir. En önemlisi analizlerini ve tecrübelerini sunarak, erken uyarı sistemleri olarak görev

³² A.e., s. 12.

yapmakta ve uluslararası anlaşmaların uygulanması ve izlenmesine yardımcı olmaktadır. Bazıları insan hakları, çevre ve sağlık gibi belirli konularda organize olarak etkilerini arttırmışlardır.³³

STK'lar 1980'lerden itibaren Avrupa'da demokratikleşmenin ve katılımcı demokrasinin önemli ve gerekli koşulu olarak algılanmaktadır. Bu algılanma içinde sivil toplumun gelişimi de sadece ulusal ve bölgesel değil, küresel bir nitelik de kazanmıştır. Sivil toplum sadece bireysel hak ve özgürlüklerin yaşama geçirilmesi ve güvence altına alınması ya da siyasal sistemin demokratikleşmesi süreçlerinin değil, aynı zamanda bir ülkede devlet-toplum/birey ilişkilerinin "katılımcı demokrasi" temelinde kurulmasının da önemli bir aktörü olarak görülür.³⁴

Greenpeace ve Shell'in Brent Spar vakası, Uluslararası Af Örgütü ve Kanlı Elmaslar, STK'ların uluslararası düzeyde şirketlerin sosyal sorumlu davranışlar göstermeleri için nasıl etkili birer baskı grubu olabileceğini ortaya koymaktadır.

2007 yılında Rotterdam School of Management Erasmus Üniversitesi 200 büyük şirketi kapsayan, Avrupa'da kurumsal sosyal sorumluluk konulu araştırmasında, şirketlerin en fazla karşılaştıkları baskının STK'lardan geldiğini bunu sırasıyla hissedarlar, müşteriler, sendikalar, devlet ve tedarikçilerin takip ettiğini ortaya çıkarmıştır.³⁵

STK'lar toplum düzeyinde demokrasiyi teşvik etmede aktif olarak hareket ederler ve hükümetlerin yetersiz oldukları alanlarda birer kontrol mekanizması gibi hareket ederek mevcut sosyal sorunların tespiti ve giderilmesinde önemli rol oynarlar.

³³ Ertan Küçükyağcı, **Küreselleşme Sürecinde Ulus Devlet Kurumsal Sosyal Sorumluluk Örneğinde Durum Analizi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 36.

³⁴ E. Fuat Keyman, "Avrupa'da ve Türkiye'de Sivil Toplum" Koç Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, t.y, y.y, s. 8-10.

³⁵ Muel Kaptein, v.d., **2007 Report on European CSR Survey**, RSM Erasmus University, 2007, p.7.

Tablo 18. Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

Girişimin Adı	Tarih	Girişimin Amacı ve Kapsamı
CERES İlkeleri	ABD, 1989	CERES ilkeleri çevrenin korunması ve kirliliğin azaltılmasına ilişkin etik ilkeler içermektedir.
Caux İlkeleri	Minnesota, 1994	Caux ilkeleri, tüm paydaşların (stakeholders) toplumsal sorumluluğa katkıda bulunmasını öneren bir genel kurumsal sosyal sorumluluk girişimidir.
Küresel Sullivan İlkeleri	ABD, Kasım-1999	Küresel Sullivan İlkeleri; insan haklarının korunması ve gözetilmesi, çocuk işçi çalıştırılmasının ortadan kaldırılması, ayrımcılığa son verilmesi ve sosyal adaletin sağlanmasına yönelik ilkeleri içermektedir.
Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative) (GRI)	Boston, 1997; 2002 revize	İşletmelerin çalışma koşullarının, ürün ve hizmetlerinin ekonomik, çevresel ve sosyal standartlara uygun olduğunu beyan etmelerine imkân sağlayan bir raporlama girişimidir.
SA8000	Londra, 1998 (2002 revize)	SA8000, çocuk işçiliği, çalışma saatleri, iş sağlığı ve güvenliği gibi çalışma yaşamına yönelik konuları denetlemeyi amaçlayan bir kurumsal sosyal sorumluluk girişimidir.
AccountAbility1000	Londra, 1999 (2002 revize)	Bu standart işletmelerde meslek ahlakının ölçülmesi ve raporlanması için geliştirilmiştir.
Dünya Ekonomik Forumu: Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu	Davos, 2001	Bu deklarasyonda, iş dünyasının çevre, ahlak, emek ve insan hakları gibi konularda uluslararası standart ve değerlere saygı göstermesi ve bu konularda adımlar atılması talep edilmektedir.
FTSE4Good İndeksi	Londra, 1995	İşletmelerde sürdürülebilir çevresel konulara yönelik çalışmalar gerçekleştirmek, paydaşlar ile olumlu ilişkiler geliştirmek, evrensel insan haklarını desteklemek vs. konularını içeren bir sosyal sorumluluk yatırım endeksidir.

Kaynak: Coşkun Can Aktan, İstiklal Y. Vural, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler” **Çimento İşveren Dergisi**, Cilt 21, Sayı 3, Mayıs 2007, s. 6.

2.1.2.1. CERES İlkeleri

24 Mart 1989 tarihinde Alaska kıyılarında petrol yüklü Exxon Valdez tankerinin karaya oturması sonucu, taşıdığı 38.000 ton ham petrol yaklaşık 1.700 km boyunca sahile yayılmış ve çok büyük boyutlarda çevre kirliliğine neden olmuştur. Bu olay, sosyal sorumluluğa sahip yatırım firmalarıyla kamu emeklilik fonunca oluşturulmuş bir koalisyon ve CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) adındaki çevrecilerin katılımlarıyla “Valdez İlkeleri”nin geliştirilmesine yol açmıştır. Bu ilkeler daha sonra tekrar gözden geçirilmiş ve “CERES ilkeleri” olarak yeniden adlandırmıştır. Sunoco girişime katılan ilk Fortune 500 üyesi olmuştur.³⁶

1989 yılında Amerika Birleşik Devletleri Sosyal Yatırım Forumu tarafından oluşturulan CERES ilkeleri, kurumlar için çevresel pratiklerin en iyi ifade şeklidir. 10 maddeden oluşan CERES İlkeleri aşağıdadır.³⁷

1. *Biyosferin korunması:* Su, hava ve toprağa ya da üzerlerinde yaşayan canlılara zarar verebilecek herhangi bir maddenin salınmasını azaltacak girişimlerde bulunulacaktır. Çalışmalar nedeniyle etkilenen bütün habitatlar, açık alanlar, vahşi yaşam ve biyolojik çeşitlilik korunacaktır.

2. *Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı:* Su, toprak ve ormanlar gibi yenilenebilir doğal kaynaklar sürdürülebilir biçimde kullanılacaktır. Yenilenemeyen doğal kaynaklar verimli kullanım ve dikkatli planlama yoluyla korunacaktır.

3. *Atıkların azaltılması ve imha edilmesi:* Yeniden işleme (recycling) yöntemiyle atıklar azaltılacaktır. Bütün atıklar güvenilir yöntemlerle imha edilecektir.

4. *Enerjinin korunması:* Çevre açısından güvenli ve sürdürülebilir enerji kaynaklarını kullanmak için her türlü çaba gösterilecektir.

³⁶ Aktan, Vural, , a.e., s. 13.

³⁷ Russell Sparkes, **Socially Responsible Investment: A Global Revolution**, John Wiley&Sons, 2002, p. 148.

5. *Riskin azaltılması*: Güvenli teknolojiler, tesisler ve çalışma prosedürleriyle, acil durumlar için hazırlıklı olarak, çalışanlar ve işletmeler sağlık ve çevre risklerini minimize etmek için çabalayacaktır.

6. *Güvenli ürünler ve hizmetler*: Çevreye zarar verebilecek ya da sağlık veya güvenlik tehlikeleri ortaya çıkarabilecek ürünlerin ya da hizmetlerin kullanımı, üretimi veya satışı azaltılacak ve mümkün olan yerlerde son verilecektir. Müşteriler ürünlerin ya da hizmetlerin çevreye olan etkilerinden haberdar edilecek ve güvenli olmayan kullanımlar düzeltilmeye çalışılacaktır.

7. *Çevresel onarım*: Kişilere ya da çevreye verilen zararlar imkânlar çerçevesinde telafi edilecek, çevre onarılacaktır.

8. *Kamuyu bilgilendirme*: Sağlığı, güvenliği ya da çevreyi tehlikeye sokabilecek durumlardan etkilenme ihtimali olan herkes vaktinde haberdar edilecektir.

9. *İdare sorumluluğu*: Çevrenin korunması yönetimin sorumluluğundadır. Yönetim Kurulu'nun ve şirket genel müdürlerinin çevre politikasından tam anlamıyla sorumlu olmalarını sağlayan bir süreç işletilecektir. Yönetim Kurulu seçilirken, çevre konularına bağlılıkla ilgili faktörler göz önünde bulundurulacaktır.

10. *Denetlemeler ve raporlar*: Bu prensiplerin uygulanmasındaki gelişmeye dair yıllık bir öz-değerlendirme yapılacaktır. Genel olarak kabul edilmiş çevre denetimi prosedürlerinin zamanında oluşturulması desteklenecektir. CERES raporu, kamunun ulaşımına olanak tanıyacak şekilde yayınlanacaktır.

2.1.2.2. Caux İlkeleri

Caux ilkeleri, Caux Yuvarlak Masa (The Caux Round Table) adı verilen bir girişim tarafından geliştirilmiştir. Yuvarlak Masa, 1986 yılında, Philips Elektronik eski başkanı Frederic Philips ve INSEAD eski yönetim kurulu başkan yardımcısı Olivier Giscard d'Estaing tarafından oluşturulmuştur.³⁸ Dil ve şekil itibariyle

³⁸ Aktan, Vural, , a.g.e., s. 13.

Minnesota Kurumsal Sorumluluk Merkezi tarafından geliştirilen Minnesota İlkelerine borçludur.³⁹

Canon şirketi yönetim kurulu başkanı Ryuzaburo Kaku'nun önerisiyle, dünya barış ve düzenini olumsuz etkileyen toplumsal ve ekonomik saldırıların azaltılmasında, şirketlerin küresel sorumluluğu ön plana çıkarılmıştır.⁴⁰

Caux ilkelerinin kökleri iki temel etik ideal olan *kyosei* ve insanlık haysiyetine kadar uzanır. *Kyosei*, ortak fayda için işbirliği oluşturarak birlikte çalışmak ve yaşamak anlamına gelmektedir.⁴¹

Yuvarlak Masa, dünya barışı, sosyal istikrar, dayanışma, adalet gibi toplumsal amaçlar konusunda uluslararası işbirliğinin önemini vurgulayan bir sosyal sorumluluk girişimidir. Caux Yuvarlak Masası, Avrupa, Japon ve Kuzey Amerikan iş hayatının önde gelen liderleri tarafından oluşturulmuş ve 1994 yılında ilan edilmiştir. Caux ilkeleri, ticari faaliyetlerde, ahlaki ilkelerin önemini vurgulamaktadır. Bu kurallar olmadan, istikrarlı iş ilişkilerinin ve sürdürülebilir kalkınmanın varlığının imkânsız olduğu ifade edilmektedir. Söz konusu ilkeler Genel İlkeler ve Paydaşların İlkeleri olmak üzere iki başlıktan meydana gelmektedir.⁴²

- Genel İlkeler

Ticaretin sorumlulukları: Hissedarlığın ötesinde paydaşlığa doğru.

Bir ticari faaliyetin toplum için değeri, oluşturduğu zenginlik ve istihdam ve müşterilere makul bir ücret karşılığı sağladığı pazarlanabilir ürün ve hizmetlerdir. Ticari faaliyetler, yarattıkları zenginlikleri bütün müşterileri, çalışanları ve paydaşlarla paylaşarak, onların yaşamlarını geliştirmede rol sahibidir. Mal ve hizmet sağlayıcıları ile rakipler de ticari faaliyetlerin, dürüstlük içinde yürütülmesinden sorumludurlar.

³⁹ Wilfred Bockelman, **Culture of Corporate Citizenship**: Minnesota's Business Legacy for the Global Future, Galde Press Inc., Lakeville, Minnesota, 2000, p. 160.

⁴⁰ Güneş N. Berberoğlu, **Genel İşletme**, Anadolu Üniversitesi yayımları, Eskişehir, 2004, s.88.

⁴¹ Philip Sadler, **Building Tomorrow's Company**: A guide to Sustainable Business Success, Kogan Page Limited, 2002, p. 260.

⁴² Bockelman, **a.g.e.**, 161-167, Aktan, Vural, **a.g.e.**, s. 13-15., Stephen Young, **Moral Capitalism**: Reconciling Private Interest with the Public Good, Berret-Koehler Publishers, San Francisco, pp. 80-87.

Ticaretin ekonomik ve sosyal etkisi

İşletmeler, iş yaptıkları ülkelerde insan haklarına, eğitime, ülkenin refahı ve canlanmasına katkıda bulunmalıdır. Ticari faaliyetler yalnızca iş yaptıkları ülkelerin değil, geniş anlamda dünya topluluğunun da ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunmalıdır.

İş ahlakı: kanuni zorunluluğun ötesinde, güven anlayışına doğru.

Ticari işletmeler, ticari sırların yasallığını kabul ederken; dürüstlük, doğruluk, sözünü tutma ve şeffaflığın yalnızca kendi güvenilirliklerine ve itibarlarına değil, özellikle uluslararası düzeyde sorunsuz ve verimli yürümesine katkıda bulunacağını farkında olmalıdırlar.

Kurallara saygı

Anlaşmazlıkları önlemek ve rekabet için daha özgür ticaret koşullarını ve bütün katılımcılar için adil uygulamayı teşvik etmek için, işletmeler uluslararası ve yerel kurallara saygı göstermelidirler.

Çok taraflı ticarete destek

İşletmeler, GATT/Dünya Ticaret Örgütü'nün ve benzer uluslararası anlaşmaların çok taraflı ticaret sistemlerini desteklemelidirler.

Çevreye saygı

İşletmeler, çevreyi korumalı ve uygun olduğu yerlerde geliştirmeli, sürdürülebilir kalkınmayı desteklemeli ve doğal kaynakların ziyan edilmesini engellemelidir.

Kanuna aykırı işlerden kaçınmak

İşletmeler; rüşvet, para aklama veya diğer yolsuzluk faaliyetlerine iştirak etmemeli ya da göz yummamalıdır. İşletmeler, terörist faaliyetlerde kullanılan silahların ya da diğer maddelerin ticaretini yapmamalı, uyuşturucu madde ticareti veya diğer organize suçlarla bağlantılı faaliyetlerde bulunmamalıdır.

- Paydaşların İlkeleri

Müşterilere karşı

Ürünleri ya da hizmetleri doğrudan firmadan ya da piyasan satın almalarına bakmaksızın tüm müşterilere aşağıda belirtilen çerçevede değer verilmeli ve saygı gösterilmelidir:

Müşterilerin talepleriyle tutarlı olarak, en yüksek kalitede ürün ve hizmet sağlamak,

Müşterilere tüm ticari faaliyetlerde her açıdan adil davranmak,
Müşterilerin hem sunulan ürün ve hizmetlerle, çevre kalitelerini hem de güvenliklerini sağlayacak çabayı göstermek,
Sunulan, pazarlanan ve reklamı yapılan ürünlerde insan itibarına saygı gösterilmesini sağlamak;

Çalışanlara karşı

Her çalışanın itibarına ve çalışanların çıkarlarını ciddiye almanın gerektiğine olan inançla aşağıda sayılan ilkelere bağlı kalınmalıdır:

Çalışanların yaşam şartlarını iyileştirecek ücretler sağlamak,
Her çalışanın sağlık ve itibarına saygılı çalışma şartları sunmak,
Çalışanlarla ilişkilerde dürüst olmak,
Çalışanların önerileri, fikirleri, talep ve şikâyetlerini dinlemek ve uygun olduğu hallerde bu doğrultuda hareket etmek,
Çatışma halinde iyi niyete dayalı görüşmelerde bulunmak,
Ayrımcı uygulamalardan kaçınmak ve cinsiyet, yaş, ırk ve din gibi alanlarda eşit davranışı ve fırsatı garanti etmek,
Çalışanları işyerindeki olası yaralanma ve hastalıklardan korumak,
Bilgi ve beceri konularında çalışanları teşvik etmek ve onlara yardımcı olmak,

Hissedarlara / yatırımcılara karşı

Hissedarlar ve yatırımcılara karşı başlıca şu sorumluluklar önem taşımaktadır:

Hissedarların çıkarlarını korumak ve gözetmek,
Hissedarlar/yatırımcılarla ilgili bilgilerden yalnızca yasal hükümler ve rekabete dayalı zorunluluklara konu olanları ifşa etmek,
Hissedarların yatırımcıların taleplerine, önerilerine, şikâyet ve resmi tekliflerine uymak,

Mal veya hizmet sağlayıcılarına (tedarikçilere) karşı

Mal veya hizmet sağlayıcılar ve taşeronlarla olan ilişkilerin karşılıklı saygı üzerine kurulmasına olan inançla aşağıda sayılan ilkeler konusunda sorumluluk önem taşımaktadır:

Fiyatlandırma, ruhsatlandırma ve satış hakları da dâhil olmak üzere bütün faaliyetlerimizde adalet ve dürüstlük sağlamak;

Tedarikçilerle olan ilişkilerde uzun süreli istikrarı tesis etmek,
Mal veya hizmet sağlayıcılarla bilgi paylaşımında bulunmak ve onları
planlama süreçlerimize entegre etmek,
Mal veya hizmet sağlayıcılarına zamanında ve ticaretin üzerinde anlaşılması
olan koşulları çerçevesinde ödeme yapmak,

Rakiplere karşı

Adil ekonomik rekabetin ülkelerin refahını artırmak ve sonunda mal ve hizmetlerin
adil dağılımı için ana şartlardan biri olduğuna dair inançla aşağıda sayılan ilkeler
konusunda sorumluluk önem taşımaktadır:

Haksız ve yıkıcı rekabetten uzak durmak,
Fikri ve sınaî haklara saygı duymak ve korumak,
Endüstri casusluğu gibi dürüst ya da etik olmayan yollardan ticari bilgi
almayı reddetmek,

Anlaşıldığı üzere, Caux ilkeleri, tüm paydaşların toplumsal sorumluluğa katkıda
bulunmasını öneren bir genel kurumsal sosyal sorumluluk girişimidir.

2.1.2.3. Küresel Sullivan İlkeleri

Küresel Sullivan İlkeleri, 1977 yılında Güney Afrika'da faaliyet gösteren
şirketlere gönüllü bir davranış kodu olarak Reverend Leon H. Sullivan tarafından
geliştirilmiştir. 1999 yılında bu prensipler tekrar gözden geçirilerek küresel olarak
uygulanabilir hale getirilmiştir. Küresel İlkeler Sözleşmesine benzer şekilde,
şirketleri insan hakları, sosyal adalet ve ekonomik fırsatlar konusunda ortak amaçlara
davet etmektedir.⁴³

Başlangıçta, ayrılıkçı rejimin baskısı altında bunalan ve Güney Afrika'dan
çekilmeye niyetli 12 uluslararası büyük şirket tarafından bu prensipler imzalanmıştır.⁴⁴
1977-1982 arasında ilkeleri uygulayan şirket sayısı 12'den yaklaşık olarak 150'ye
artmıştır. 2002 itibariyle; Coca-Cola, Ford Motor Company, Pfizer gibi büyük
üreticiler yanı sıra hizmet sektöründeki British Airways, Kentucky Fried Chicken

⁴³ Dale Neef, **Managing Corporate Reputation and Risk: A Strategic Approach Using Knowledge Management**, Butterworth-Heinemann, 2003, p. 213.

⁴⁴ Leslie Simone Byrd, **Collaborative Corporate Social Responsibility: A Case Study Examination Of The International Public Relations Agency Involvement In The United Nations Global Compact**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Howard University, Washington, 2008, p. 80.

gibi yaklaşık 300 organizasyon bu ilkeleri onaylamışlardır.⁴⁵ Bu süre zarfında, Güney Afrika'daki şirket yöneticileri siyah Afrikalılara burs imkânları, şirketlerindeki beyaz-olmayan üst denetçi ve müdürlerin sayısını arttırmış ve sağlık, eğitim, konut projelerine fon sağlamışlardır.⁴⁶

İlkeler tüm sektörlerdeki ve her boyuttaki şirket ve organizasyonu, işlerini yürütürken ekonomik, sosyal ve politik adalet, insan hakları, ırk ve cinsiyet eşitliği konularında saygılı ve farkında olmaları için gelişme çerçevesi ortaya koymaktadır.⁴⁷

Küresel Sullivan İlkeleri istihdamdaki ırk ayrımcılığını azaltmanın yollarını arayan ve bir seviyede firmaların isteğine bağlı olarak yerleştirilen gönüllülük esasına dayalı, Birleşik Krallık (UK) ve Birleşik Devletler'deki (US) artan sayıda kurumsal yatırımcı portföylerini göstermede bu ilkeleri kullanmaktadırlar. Emeklilik fonlarının göstergeleri ve diğer yatırım akışları göstermektedir ki, şirketlerin bu konudaki hassasiyeti artmaktadır.⁴⁸

Küresel Sullivan İlkeleri iş gücü, iş ahlakı ve çevresel uygulamalar konularında sekiz ilkeden oluşmaktadır.⁴⁹

1. İşletmeler, evrensel insan haklarına saygı göstermeli, özellikle çalışanların ve iş yaptıkları gruplardaki çalışanların haklarının korunmasına desteklerini göstermelidirler.
2. İşletmeler, her seviyedeki çalışanların renk, ırk, cinsiyet, yaş, etnik ya da dini inanç bakımından ayrımcılığa maruz kalmamasını temin etmeli ve fırsat eşitliğini teşvik etmelidir. İşletmeler, çocuk istismarı, fiziksel cezalandırma, kadın istismarı, istek dışında çalıştırma gibi kabul edilemez davranış ve eylemlere izin vermemelidirler.
3. İşletmeler, çalışanların isteğe bağlı örgütlenme hakkına saygı duymalıdır.

⁴⁵ Debra Johnson, Colin Turner, **International Business: Themes and Issues in the Modern Global Economy**, Routledge, New York, 2003, p. 215.

⁴⁶ Ramon Mullerat, Daniel Brennan, **Corporate Social Responsibility: Corporate Governance of the 21st Century**, Kluwer Law International, Netherland, 2005, p. 222.

⁴⁷ Joint Working Group of the Foundations and the European Foundation Centre, **Principles of Accountability for International Philanthropy**, April 2007, p. 25.

⁴⁸ Tracey, Phillips, Haugh, **a.g.e.**, p. 329.

⁴⁹ Stephen Tully, **International Documents on Corporate Responsibility**, Edward Elgar Publishing Inc., Massachusetts, USA, 2005, pp. 174-175., "Global Sullivan Principles", (Çevrimiçi) <http://www.thesullivanfoundation.org/about/globalsullivanprinciples> ,14 Ağustos 2010.

4. İşletmeler, çalışanlara en az temel ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde ödeme yapmalı ve sosyal ve ekonomik fırsatlarını arttırmaları için beceri ve yeteneklerini geliştirmelerine imkân sağlamalıdır.

5. İşletmeler, güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı yaratmalı, insan sağlığını ve çevreyi koruyacak önlemler almalı ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemelidirler.

6. İşletmeler, adil rekabeti desteklemeli, fikri ve sınaî haklara saygı göstermeli ve asla ödeme ya da rüşvet teklif etmemelidirler.

7. İşletmeler, hükümetlerle ve iş yaptıkları yerlerdeki toplulukların yaşam kalitesini bunların eğitim, sağlık, kültürel, ekonomik ve soysal refahın iyileştirilmesi yönünde işbirliği içerisinde olmalı ve dezavantajlı geçmişe sahip işçilere eğitim ve fırsatlar sağlamalıdır.

8. İşletmeler, iş yaptıkları kişi, grup ve kurumlar yoluyla, bu ilkelerin uygulanmasını teşvik etmelidirler. Bu ilkelerin uygulanmasında şeffaf olunmalı aynı zamanda açıkça yükümlülüklerin yerine getirildiği kamuya gösterilmelidir.

2.1.2.4. Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative)

Küresel Raporlama Girişimi (GRI) 1997 yılında, Birleşik devletler STK'ları, CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ortak girişimi ile başlamıştır. GRI'in amacı sürdürülebilirlik raporlamasının engellerini ortadan kaldırmak, kalitesini geliştirmektir. Haziran 2000'de ilk raporlama kılavuzlarını yayınladı. 2002 yılında yeni kılavuz yayınlanmış 2006 itibariyle üçüncü sürüm kılavuz yayınlanmıştır.⁵⁰ Bu kılavuzların uygulanması tüm Kurumsal Sosyal Sorumluluk girişimleri gibi gönüllülük esasına dayalıdır.

Misyonu, küresel olarak uygulanabilir bir "Sürdürülebilirlik Raporlaması Rehberi" geliştirmek ve finansal raporlama gibi rutin ve karşılaştırılabilir hale getirerek yaygınlaştırmaktır. Bu rehber, şirketlerin kendi istekleriyle hazırlayacakları, sürdürülebilirlik ile ilgili çevresel, ekonomik ve sosyal faaliyetlerini ve bu

⁵⁰ Luisa Robertson, **Financial Management**, CIMA Publishing, 2009, p. 432.

faaliyetlerin sonuçlarını raporlayabilecekleri bir çerçeve sunmaktadır.⁵¹ GRI, tüm dünyadan, iş dünyası, finans, yatırım, çevre, insan hakları, araştırma ve çalışma konularında faaliyet gösteren organizasyonların aktif katılımına sahiptir.

Küresel Raporlama Girişimi bilinen en iyi standartlardan bir tanesidir. Uzun-dönemli çoklu-paydaşlı uluslararası bir girişim olan Küresel Raporlama Girişiminin misyonu, faaliyet, ürün ve hizmetlerinin sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarının raporlanmasında organizasyonların gönüllü kullanımıyla küresel olarak kabul edilebilir sürdürülebilirlik raporlamasını yaymak ve geliştirmektir. Kılavuz raporlama için beş bölümden oluşmaktadır.⁵² Bu bölümler aşağıda açıklanmaktadır.⁵³

1. *Vizyon ve Strateji:* CEO'dan bir açıklamayı da içeren rapor, hazırlayan kuruluşun sürdürülebilirliğe yönelik stratejisinin açıklanması.

2. *Profil:* Raporda anlatılan kuruluşun yapısı ve işletmesi hakkında genel bilgi ve raporun kapsamının açıklanması.

3. *İdari Yapı ve Yönetim Sistemi:*

Kuruluşun yapısının, politikalarının yönetim sisteminin, paydaşların katılımını sağlama çabalarıyla birlikte tanımlanması.

4. *GRI içerik Endeksi:* GRI'nin rapor önerilerinde yer alan konuların, kuruluş raporunda nerelerde bulunduğu karşılaştırılabilmesinin sağlanması için raporu hazırlayan kuruluşun bir tablo hazırlaması.

5. *Performans Göstergeleri:* Rapor hazırlayan kuruluş üzerinde etki ve tesir yaratan büyüklüklerin ekonomik, çevresel ve sosyal performans göstergelerinde yer alması. GRI içeriğinde, performans göstergelerinin nicel veya nitel olabildiğine dikkat edilmelidir. Nicel ve sayısal ölçümler, pek çok artı sağlasa da; güvenilir olmayabilir, eksik bırakılmış ve bazı durumlarda da ölçme yapılmasına olanak vermeyecek derecede büyük olabilirler. GRI nitel göstergeleri de dikkate alır. Nitel göstergeler, bir metin haline getirilerek bir kuruluşun ekonomik, çevresel ve sosyal performansının tam olarak sunulmasında temel ve tamamlayıcı bir rol oynar.

⁵¹ "Global Reporting Initiative Nedir?", (Çevrimiçi) <http://www.sercomconsulting.com/grih.html>, 15 Ağustos 2010.

⁵² Adrian Henriques, Julie Richardson, **The Triple Bottom Line Does It All Add Up?:** Assessing The Sustainability of Business and CSR, Earthscan, London, 2004, p. 139.

⁵³ Argüden, **a.g.e.**, s. 35.

Kuruluşun ekonomik, çevresel ve sosyal koşullara yaptığı olumlu veya olumsuz katkılarının ölçülmesine imkân olmayan, çok karmaşık bir ekonomik veya sosyal sistem söz konusu olduğunda, nitel büyüklükler daha uygun olmaktadır. Nitel yaklaşım sisteme aynı zamanda etki yapan çok sayıda benzer kuruluştan biri ele alındığında kurumun katkılarının ölçülmesi açısından daha uygun düşmektedir. Genel tanımların yapıldığı açıklamaların tersine, bir ölçeğe göre bir skala üzerinde açıklama olanağı veren nicel performans göstergeleri de mümkün olan yerlerde, ilgililerin dikkatini çekerek onları teşvik etmek amacıyla kullanılmaktadır.

Gerçekte dünya çapında geçerli gönüllü raporlama sistemi yerleştirmek zor bir görev olmasına rağmen CERES ve GRI ulusal sınırları aşan ve modern kurumlarda çeşitli paydaşları bir araya getiren sosyal ve çevresel verilerin açıklanması gereğini açıkça ortaya koymuştur.⁵⁴

2.1.2.5. SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı

İşletmelerin sosyal sorumluluğu çerçevesinde ele alınabilecek bir başka unsurda standart oluşturma çalışmalarıdır. Aslında işletmelerin müşterilerine “daha kaliteli ve güvenilir ürünler sunma” sorumluluğunu vurgulayan ISO 9000 ve doğal çevreye karşı olan sorumluluklarını düzenleyen ISO 14000 serileri gibi standartların varlığı öteden beri bilinmektedir.⁵⁵ Fakat burada bizim konumuz işletmelerin çalışma standartlarına ilişkin sosyal sorumluluklarını yerine getirmelerinde kılavuzluk etmesi amacıyla geliştirilen “Sosyal Sorumluluk 8000 Standardıdır”. SA 8000, ISO 9001 ve ISO 14001’i örnek alan, performans koşulları kadar prosedür ve sistem koşullarını da önemseyen, yönetim sistemi ile yürütme ilkelerinin bileşimi bir standarttır.

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ilk olarak 1997 yılı Ekim ayında, çalışanların temel haklarını garanti altına almayı amaçlayarak yayınlanmıştır. SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı tüm çalışanların çalışma koşullarının iyi düzeyde olmasını sağlamak amacıyla bazı ILO sözleşmeleri, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ve Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi temel

⁵⁴ Steven Lydenberg, **Corporations and The Public Interest: Guiding the Invisible Hand**, Berrett-Koehler Publishers, California, 2005, p. 65.

⁵⁵ Faruk Sapançalı, “Küreselleşme Bağlamında Çocuk İstihdamının Önlenmesine Yönelik Çalışmalar”, **ÇMİŞ**, t.y., s. 27.

alınarak işçi sendikaları, insan hakları ve çocuk hakları örgütleri, akademisyenler ve işverenlerin oluşturduğu bir çalışma grubu tarafından hazırlanmıştır.⁵⁶

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının amacı, mal ve hizmet üretiminin, çalışma ilişkileri bağlamında “ahlaki” boyutunu güvence altına almaktır. Küreselleşme sürecinde işletmelerin taşeron ve tedarikçi seçiminde dünyadaki ilk evrensel ahlak standardı olma özelliğine sahip olan, SA 8000’in küresel işletmelerin taşeron ve tedarikçilerinden, ISO belgelerinin yanı sıra isteyeceği önemli bir standart olacağına inanılmaktadır.⁵⁷

SA 8000, dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm standardın “amaç ve kapsamını” tanımlamakta, ikinci bölümde, bir işletmenin belge almaya hak kazanabilmesi için standarda ek olarak uymak zorunda olduğu yerel yasaları, Uluslararası Çalışma Örgütü’nün temel düzenlemelerini ve Birleşmiş Milletler Anayasasını belirtmekte; üçüncü bölüm, standartla ilgili “işletme”, “tedarikçi”, “çocuk işgören” ve “zorla çalıştırılan işgören” gibi kavramları tanımlamakta, son bölüm ise, işletmenin yönetim sistemini uygularken ve belge alırken uymak zorunda olduğu genel koşulları açıklamaktadır.⁵⁸

SA 8000, kurumlar ve Sosyal Sorumlu Yatırımcılar tarafından birlikte faydalı şekilde uyarlanarak kullanabileceği iyi düşünülmüş ve oluşturulmuş bir standarttır. Kısaltılmış versiyonu aşağıdaki gibidir:⁵⁹

Çocuk İşçi: Şirket çocuk işçi kullanımında destek ve iştirak içinde olmayacaktır. Çocuk işçi tanımına giren çalışmakta olan çocuklar için politika ve prosedürler oluşturacaktır.

Zorla Çalıştırma: Zorunlu çalıştırma yoktur, buna mahkûm, borç karşılığı çalıştırma ve kölelik de dâhildir, çalışanların kimliklerini veya belli bir depoziti işletmeye bırakması istenemez.

⁵⁶ Birgül Çakır, “SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık Ve İş Doyumuna Olan Etkileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006, s. 17–18.

⁵⁷ Sapancalı, a.g.e., s. 27.

⁵⁸ Şilan Karahan, “Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerine Etkisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006, s. 40.

⁵⁹ Sparkes, a.g.e., pp. 202–204.

Sağlık ve Güvenlik: Yaralanmaları önlemek için tedbirler alınmalı, güvenli ve sağlıklı bir iş çevresi sağlanmalı, düzenli sağlık ve güvenlik eğitimleri verilmeli, temiz sağlık tesisleri ve içilebilir su sağlanmalıdır.

Toplu sözleşme ve Birlik Oluşturma Hakkı: Ticari birlikler ve toplu sözleşmeye katılma ve oluşturma hakkına uyum; kanunların bu özgürlüğü yasakladığı yerlerde birleşme ve sözleşme bakımından paralel çalışmak.

Ayrımcılık: Irk, sınıf, orijin, din, engel, cinsiyet, birlik veya politik üyelik veya yaşa dayalı ayrımcılık yoktur; cinsel taciz yoktur.

Disiplin: Bedensel cezalandırma, ruhsal veya fiziksel baskı veya sözlü hakaret yoktur.

Çalışma Saatleri: Uygulanabilir kanuna uygun olarak, ancak her durumda, her yedi günlük periyot için en az bir boş gün ile haftada 48 saatten fazla olmamalı; gönüllü fazla mesai için uygun oranda prim ödenmeli ve bunlar da düzenli bir temelde haftada 12 saati aşmamalı; eğer bir toplu sözleşmenin parçasıysa fazla mesai zorunlu olabilir.

Tazminatlar: Standart bir hafta çalışması için ödenen ücretler, yasal ve endüstri standartlarını karşılamalı ve işçilerin ve ailelerinin temel ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli olmalıdır; disiplin kesintisi yoktur.

Yönetim Sistemleri: Sertifikasyon kazanmak ve sürdürmeye çalışılan tesisler, yönetim sistemleri ve uygulamaları bakımından standartla bütünleşmek için basit uygunluktan öteye gitmelidir.

Kurumların SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardını nasıl uygulayacağı konusunda iki opsiyon mevcuttur: SA 8000 ile uyumlu sertifikalandırma ve Kurum İştirak programıdır.⁶⁰

1. *SA 8000 İle Uyumlu Sertifikalandırma:* kendi üretim tesislerinde faaliyet gösteren kurumlara, SAI (Social Accountability International) tarafından akredite edilmiş sertifikalandırma kuruluşlarınca denetlenerek SA 8000 sertifikası verilir.

2. *Kurum İştirak Programı(CIP):* program şirketlere, özellikle perakendecilere, marka şirketlerine, toptancılara ve kaynak ajanslarına

⁶⁰ Christopher Cowton, Michaela Haase, **Trends in Business and Economic Ethics**, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008, p. 184.

tedarikçilerinden SA 8000 standardı isteyerek, düzgün çalışma şartlarında üretilmiş ürünler olduğu konusunda emin olmalarına yardımcı olur.

İşletmelerin tek başlarına standarda uymaları yeterli olmayıp, birlikte çalıştıkları üretici ve tedarikçi işletmelerin de uyması gerekmektedir.

SA 8000 belgelendirme süreci planlama, uygulama, kontrol, periyodik kontrol olmak üzere dört aşamadan oluşmaktadır.⁶¹

Planlama Aşaması: Yönetim sistemleri denetimi konusunda bilgili, deneyimli ve üst yönetimin desteğine sahip bir yönetici, belgelendirilme süreci için görevlendirilmelidir. Bu konuda danışman şirketlerden de yararlanılabilir.

Uygulama Aşaması: SA 8000 standardı maddelerinin uygulandığına dair kayıtlar tutulur.

Kontrol Aşaması: Kesin başvuru öncesi bir öndenetim yararlı olabilir. Ön denetimin belgelendirme açısından olumsuz bir etkisi yoktur. Koşulların yerine getirildiğine inanılıyorsa, doğrudan gerçek denetim için de başvurulabilir. Denetimler sonucunda bir eksiklik görülmüşse, düzeltme istenecektir.

Periyodik Kontrol Aşaması: Belgeler 3 yıl için geçerli olup, standarda uyulup uyulmadığı belli aralıklarla kontrol edilmektedir. Bu tür kontrollerle, sistemin sürekli geliştirilmesi ve işletmelerin standarda uyma konusunda mükemmelleşmeleri hedeflenmektedir.

SA 8000, ürünlerin üretilmesi ve sunulması sırasında çalışma standartları konusunda etik unsurları garanti altına alan bir standarttır. Doğal maddeleri işleyen endüstrilerde ve ev işçiliği dışındaki tüm sanayi kollarında, çalışma hayatına ait uygulamalarla ilgili sosyal sorumluluklarını yerine getirdiklerini kanıtlamak isteyen her büyüklükteki işletmeye uygulanabilmektedir. SA 8000'in işlevinin, tüm kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında olduğu gibi işletmenin imajını korumak, çalışanların verimliliğini artırmak, tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak, rekabette üstünlük sağlamak, çalışan ve yönetim arasındaki iletişimi iki

⁶¹ Sait Kaya, İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve SA 8000 (Social Accountability) Standardı, AR&GE, Temmuz 2008, s. 20.

yönlü kılmak, ürün kalitesini iyileştirmek, tedarikçilerle uzun süreli sözleşmeler yapılmasını sağlamak, tüketici güvenini artırmak olduğu görülmektedir.⁶²

2.1.2.6. AccountAbility 1000

Sosyal sorumluluk ile ilgili olarak oluşturulan diğer bir standart ise AA 1000'dir. Bu standart 1996 yılında Sosyal ve Etik Sorumluluk Enstitüsü (Institute of Social and Ethical Accountability) tarafından İngiltere'de geliştirilmiştir. Bu enstitü sosyal sorumluluk ve etik davranışların iş dünyasında ve kâr amacı gütmeyen organizasyonlarda gelişmesine güvenilirliklerinin artmasına yardım etmek için oluşturulmuştur.⁶³

AA 1000'in temel amacı "paydaşların katılımıdır", paydaşların katılımıyla AA 1000 güven ve iyi bir izlenim yaratmak için gerekli ön isterleri oluşturur.⁶⁴

Enstitü İngiltere'de sosyal denetim sürecinin uluslararası merkezi ve sosyal muhasebenin uluslararası sesi olarak örgütlenmiştir. 1970'li yıllarda şirket sosyal sorumluluğuna yönelik kamu ilgisinin artmasıyla beraber sosyal performans yöntemi geliştirmek son derece önemli bir konu olarak gündeme gelmiştir. Enstitünün 1996 yılında oluşumu ile profesyonel çerçevede standartlar oluşmuş, iyi uygulamalar yaygınlaşmış ve sosyal denetim alanında eğitim imkânı sağlanmıştır. Enstitü sosyal denetimin pratikte uygulanmasına yönelik bir uzlaşma sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Enstitü tarafından 1999 yılının sonlarında yayımlanan AccountAbility 1000 (AA1000) standardı, Sosyal ve Etiksel Muhasebe, Denetim ve Raporlama (Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting SEEAR) uygulamalarını geliştirmek amacıyla oluşturulmuş olup sosyal denetim sürecini ortaya koymaktadır. AA1000 standardı, Sosyal ve Etiksel Muhasebe, Denetim ve Raporlama (SEEAR) için geniş bir yönetim çerçevesi çizmektedir. Bu çerçeve

⁶² Beril Berker, "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2008, s. 41.

⁶³ Özkan Tütüncü, "SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ve İş Yaşamı Kalitesi Arasındaki İlişki", **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, Cilt 10, Sayı: 2, 2008, s. 171.

⁶⁴ Chris Carter, v.d., **Business Ethics as Practice: Representation, Reflexivity and Performance**, Edward Elgar Publishing, UK, 2007, p. 95.

ilkelere ve sürece rehberlik ederek işlerin ve organizasyonun performansının ölçümü, yönetimi ve bildirimini sağlamaktadır.⁶⁵

AA1000 standartları; organizasyonun raporlama sürekliliğini, güvenilirliğini ve kalitesini değerlendirmekte ve çeşitli standartlarla karşılaştırılmasına olanak sağlamaktadır. Bu standartlar sosyal muhasebe sürecinde yüksek kalite standartlarının sürdürülmesini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca AA1000 standartları işletmenin performansının artırılmasında, sosyal ve etiksel sorumluluğun geliştirilmesinde, bireysel yeteneklerin ortaya çıkarılmasında ve sürekli gelişimin sağlanmasında önemli roller oynamaktadır. Sosyal ve Etiksel Muhasebe, Denetim ve Raporlama (SEEAR) uygulamalarında; içsel verilerin toplanması ve analiz edilmesi süreci sosyal muhasebe sürecini, sonuçların bağımsız denetiminin gerçekleştirilmesi sosyal denetim sürecini ve sonuçların geniş kitlelere ulaştırılması sosyal raporlama sürecini ifade etmektedir.⁶⁶

AA1000 modelinin kullanılması şu alanlarda kuruma faydalı olacaktır:⁶⁷

Hesap sorulabilirlik ve performans: AA1000 çerçevesi bir kurumun değerlerinin tanımlanması ve içselleştirilmesi süreciyle performans hedeflerinin belirlenmesi, kurumsal performansın değerlendirilmesi ve bildirilmesi arasında ilişki kurar. Kurumun paydaşlarıyla ilişkisine odaklanarak sosyal ve etik unsurların kurumun stratejik yönetiminde ve operasyonlarında yer almasını sağlar.

Performans artışı: AA1000 çerçevesi, kurumsal hesap sorulabilirliğin ve kurumsal performansın artırılmasında pek çok şekilde kullanılabilir. Aşağıdaki listede AA1000'in kurum ve paydaşları için sağlayabileceği faydaların bazılarını görebilirsiniz:

Ölçme: AA1000 çerçevesi, çekirdek performans göstergelerinin paydaşlara danışarak tanımlandığı bir süreç sunar.

Kalite yönetimi: Sosyal ve etik performansın ölçülmesi, bildirilmesi ve bu konuda geri bildirim alınması, kurumun paydaşlarının ihtiyaçlarını daha iyi anlamasına ve bu beklentilere de hitap eden hedefler belirlemesine yardımcı olur.

⁶⁵ Hasan Abdioğlu, CebraİL Meydan, "Sosyal Denetim Süreci Modelleri ve Raporlama Yaklaşımları", **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Güz 2006, Cilt:3, Yıl:2, Sayı:2, s. 47.

⁶⁶ A.e.

⁶⁷ Ruggie, a.g.e. s. 322–323.

Dış paydaşlarla işbirliği: AA1000 çerçevesi, bir kurumun dış paydaşlarıyla ilişki kurmasında köprü işlevi görür. Bu, kurumun karar alma sürecine temel oluşturacak doğru bilgiye ulaşmasını ve bu kararları uygulama aşamasında gerekli olan güven ortamının oluşmasını sağlar.

Ortaklık: AA1000 çerçevesi bir kurumun tedarik zincirinde ve diğer ortaklık süreçlerinde değer tabanlı ilişkilerin güçlenmesini sağlar.

Risk yönetimi: AA1000 çerçevesi bir kurumun kendi etkilerinin ve paydaşlarla ilişkilerinin yarattığı riskleri tanımlamasına, değerlendirmesine ve daha iyi yönetmesine yardımcı olur. Bu riskler arasında kurum itibarının ve markanın zedelenmesi, müşteri ve çalışanların güvenilirliğine ilişkin sorunlar sayılabilir.

Yatırımcılar: AA1000 çerçevesi kurumun sosyal ve çevresel performansına, paydaşların algılama biçimlerine ve beklentilerine ilişkin açık ve doğrulanabilir bilgi sunar. Bu durum yatırımcıların kurumun yönetim kalitesine ve pazardaki konumuna ilişkin değerlendirmelerinde önemli bir rol oynar.

Yönetişim: AA1000 çerçevesi, kurumun değerleri ve stratejisiyle davranış ve davranışlarından doğan sonuçlar arasında tutarlılık sağlar. Böylelikle kurumun kontrol süreçlerini daha etkili hale getirir.

Devlet ve öz denetim ilişkileri: Özel sektör kurumlarının AA1000 çerçevesini benimseyerek hesap sorulabilirliklerini ve performanslarını artırmaları, devlet kurumlarının da öz denetim süreçlerine yönelmelerini sağlayabilir.

Eğitim: AA1000 çerçevesi kalifiye ve deneyimli hizmet sağlayıcıların tanımlanması ve eğitimi aşamalarında yardımcı olur.

AA1000 Güvence Standardı, paydaş taahhüdü ile gelen öğrenme yoluyla hesap verebilirliği ve performansı iyileştirmek amacıyla tasarlanmıştır. Örnek olarak, bir erken uyarı sistemi gibi çalışarak risk yönetimi sağlayabilirken, yeni pazar fırsatlarının sinyalini vererek performansı iyileştirebilir. AA1000 Güvence Standardı, güvence sürecinin anahtar öğeleri konusunda rehberlik sağlamaktadır.⁶⁸

AA 1000; on üç alt gruba dağılmış beş elementten oluşan sürecin bir parçasıdır. Bu sürecin açıklaması Tablo 19'da verilmiştir.

⁶⁸ A.e. s. 324–325

Tablo 19. AccountAbility 1000 Süreci

ANA SÜREÇ	ALT SÜREÇ
Planlama	Yükümlülük ve Yönetim Süreçlerini Oluşturma Paydaşları Tanımla Değerleri gözden geçir/tanımla
Hesap verme	Konuları belirle Süreç kapsamını belirle Göstergeleri tanımla Bilgi topla Bilgileri analiz et, hedefleri belirle ve ilerleme planları geliştir.
Denetim ve Raporlama	Raporları hazırla Raporları denetle
Yerleştirme	Sistem oluştur ve yerleştir
Paydaş katılımı	Diyalog kur

Kaynak: Chris Carter, v.d., Business Ethics as Practice: Representation, Reflexivity and Performance, Edward Elgar Publishing, UK, 2007, p. 96.

AA1000 çerçevesi mevcut yönetim sistemleriyle birlikte kullanılmasının yanı sıra diğer sosyal hesap sorulabilirlik araçlarıyla da birlikte kullanılacak bir süreç standardı aracı olarak tasarlanmıştır. Elbette hiçbir sosyal hesap sorulabilirlik aracı bu konuyu bütünüyle kapsamaz. AA1000 çerçevesi çoğunlukla başka standartlarla bir arada kullanılır. Kurumlar AA1000'in kendi ihtiyaçlarına cevap veren kısımlarından faydalanır ve açıkları başka sistemlerle kapatırlar. ISO 14001 ve OECD Çokuluslu İşletmeler Genel İlkeleri AA1000 ile birlikte kullanılan araçlar arasındadır. Ancak AA1000 ile birlikte en sık kullanılan araçlar GRI araçlarıdır. Ayrıca AA1000 çerçevesiyle birlikte Social Accountability Etik Ticaret Girişimi (ETI) ve KİS ilkeleriyle de uyumlu olan OECD Rehberi de kullanılmaktadır.⁶⁹

AA1000 ilkeleri şunlardır.⁷⁰

Önem derecesi: Kurumunuz ve paydaşlarınız için neyin önemli olduğunu bilmek.

⁶⁹ A.e. s. 323

⁷⁰ Leipziger, a.g.e. p. 378.

Bütünlük: Çevrenizde yarattığınız etkinin ve insanların kurumunuz hakkındaki düşüncelerinin farkında olmak.

Duyarlılık: İnsanların beklentilerine ve ihtiyaçlarına karşı duyarlı bir yaklaşım sergilemek.

AA 1000 Güvence Standardının başlıca özellikleri şunlardır:

- Kurumsal performansın tüm yönlerini kapsar. (Örnek: Sürdürülebilirlik Performansı)
- İçeriğin paydaşlar için önem derecesine ve doğruluğuna odaklanır.
- Kurumun kendi performansını, etkilerini ve ilgili paydaşların görüşlerini derinlemesine anlamasını hedefler.
- Rapor veren kurumun paydaşlarına karşı duyarlılığını değerlendirir ve rapor verme sürecini paydaşlarla ilişkinin devamı olarak görür.
- Bir kurumun ortaya koyduğu politikaları ve hedeflerini ne ölçüde gerçekleştirebileceğini, gelecekteki standart ve beklentilere ne ölçüde uyum sağlayabileceğini uzun vadeli bir bakış açısıyla değerlendirme imkânı sunar.
- Kamuya yapılan açıklamalar için bir taban oluşturur ve kamuya sunulan sürdürülebilirlik raporlarının güvenilirliğini pekiştirir.
- GRI ve KİS ile uyumluluk koşullarını da içeren çok çeşitli yaklaşımlar ve standartlar aracılığıyla rapor doğrulama sürecine destek verir.
- Her tür ve ölçekteki kurumlar, farklı coğrafi, kültürel veya sosyal çevrelerden teminat sağlayıcılar tarafından kullanılabilir.
- Teminat sağlayıcıların uygunluğunu ve rapor veren kurumla ilişkisinin de açıklanmasını gerektirir.

AA1000 Güvence Standardı öncelikli olarak teminat veren kurumların teminat süreçlerini tasarlama ve uygulamalarına yardımcı olmak amacıyla hazırlanmıştır. AA 1000 Güvence Standardı şunları sağlar:

- Rapor veren kurumlar teminatı değerlendirir, planlar, tanımlar ve uygulamasını (İç teminat da dâhil olmak üzere) gerçekleştirir, yöneticilere ve yönetim kurullarına finans dışı konularda yapılacak açıklamalarda rehberlik eder.
- Rapor veren kurumların paydaşları teminatın ve raporun kalitesini sorgular ve değerlendirir.

- Standart kuruluşları ve politika yapıcılar özel sektöre ilişkin gönüllü standartlar geliştirmelerinin yanı sıra kurumsal hesap sorulabilirliğin yasal zorunluluk içeren veya gönüllü alanlarında, özellikle rapor verme ve güvence alanlarında da faaliyet gösterirler.
- Mesleki gelişim ve mesleki eğitim alanında çalışanlar teminat ve kurumsal hesap sorulabilirlik alanında profesyonel yeterlilik edinirler.

2.1.2.7. Dünya Ekonomik Forumu: Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu

Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu, 2001 yılında İsviçre'nin Davos kasabasında dünyanın önde gelen 18 sektörünü temsilen yaklaşık 40 şirket üst yöneticisinin katılımı ile ilan edilmiştir.⁷¹

1. *Her şeyden önce, herkes kendi iş alanında, küresel kurumsal vatandaşlığa bağlı kalmalı.*

Gelişim için yapılabilecek en önemli katkı, işimizi yaparken yasalara uygun davranmak, güvenli üretim yapmak, maliyet-verimlilik ölçüsünü tutturmak, yeni iş ve kazanç alanları yaratmak, eğitim ve teknoloji alanlarında destek sağlamak, çevre, ahlak, emek ve insan hakları gibi konularda uluslararası standart ve değerleri yansıtmaktır. Yatırım yaptığımız ve işlettiğimiz her yerde etkinliklerimizin olumlu katkılarını güçlendirmenin yanı sıra, insan ve çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmeliyiz. Bunu yapabilmemizin anahtarı ise; sorumlu bir iş yaşamı için uygulayacağımız ana çerçevenin insan sevgisine dayandırılması ve temel iş stratejimizin ve uygulamalarımızın temeline bu ilkenin yerleştirilmesidir.

2. *Paydaşlarımızla olan ilişkilerimiz, şirket içi ve şirket dışı başarımızın temelini oluşturur.*

Küresel kurumsal vatandaş olmak, ana etki alanımızdaki paydaşlarımızı belirlememizi ve onlarla birlikte çalışmamızı gerektirir. Örneğin iş yerimizde, pazarlama alanımızda, tedarik zinciri sürecinde, toplumsal alanda ve genel siyasi yapıda bu tespitleri ve işbirliğini gerçekleştirmemiz gerekir. Kilit paydaşlarımız,

⁷¹Aktan, a.g.e., s. 17; Radu Mares (editör), "The World Economic Forum: Global Corporate Citizenship Initiative **Business and Human Rights: A Compilation of Documents**, Brill Academic Publishers, 2004, p. 301.; David Sadler, Stuart Lloyd, "Neo-Liberalizing Corporate Social Responsibility: A Political Economy Of Corporate Citizenship", **Geoforum** 40 2009, p. 617.

bizim özel koşullarımıza bağlı olarak değişebilirler. Çoğu şirket için çalışanları, müşterileri, hissedarları, hükümet ve çok sayıdaki değişik sivil toplum kuruluşları temel bir öneme sahiptir.

3. *Kurumsal vatandaşlığın asıl liderleri, yönetim kurulu başkanı ve üyeleri ile üst yönetimdir.*

Her ne kadar günlük çalışma ortamında yöneticilere sorumluluklar, kaynaklar ve liderlik rolleri delege ediliyorsa da asıl sorumluluk üst yönetimindir. Hangi sektörde çalışıldığına, işletmenin konumuna, şirketin tipine ve büyüklüğüne bağlı olarak özel tanımlamalar, farklı yaklaşım ve temalar söz konusu olsa bile, “Hareket Planı” bütün sektörlerde ve her ülkede geçerli olan temel bir “liderlik” kavramını net olarak tanımlamamıza olanak verir. Bazılarımız kurumsal vatandaşlık deyimini kullanırken, diğerlerimiz kurumsal sosyal sorumluluk, etik veya sürdürülebilir gelişim deyimlerini kullanıyoruz. Ama hepsinde ana ilkeler ve hareketler aynıdır. İlk olarak liderliği sağla, ikinci olarak liderliğin kendi şirketin için ne anlama geldiğini tanımla, üçüncüsü bunu gerçekleştir, dördüncüsü bu konuda şeffaf ol.

Küresel Kurumsal Vatandaşlık Girişiminin “hareket planı” aşağıda verilmiştir.⁷²

1. *Liderliği Sağla:* Şirketinizde kurumsal vatandaşlık için stratejik yönü belirleyin ve gelişmedeki iş katkısının rolü ile küreselleşme konusundaki tartışmalara daha kapsamlı iştirak edin.

- Amaç, ilke ve değerleri içsel ve dışsal olarak açıkça belirleyin.
- İçsel olarak olabilirliğini teşvik edin.
- Finansal sektöre iştirak edin.
- Gelişmedeki iş katkısının rolü ve küreselleşme konulu tartışmalara girin.

2. *Şirketiniz için ne anlama geldiğini tanımla:* Şirketiniz ve endüstrinizdeki kurumsal vatandaşlıkla alakalı ana konuları, paydaşları ve etki alanını belirleyin.

- Konuları belirleyin.
- Şirketin etki alanı üzerinde mutabakata varın.
- Ana paydaşları tanımlayın.

⁷² World Economic Forum, **Global Corporate Citizenship: The Leadership Challenge for CEOs and Boards**, 2002, p. 4.

3. *Bunu gerçekleştir:* Şirketin strateji ve operasyonlarına kurumsal vatandaşlığı yerleştirmek için ana paydaşlarla ortaklık ve diyalog içinde olup uygun politika ve prosedürler yerleştirin.

- Kurumsal vatandaşlığı yönetim kurulu ajandasına koyun.
- İçsel performans, iletişim, teşvik ve ölçme sistemleri oluşturun.
- Diyalog ve ortaklıklara katılın.
- Yenilik ve yaratıcılığı cesaretlendirin.
- Gelecek nesil iş liderlerini oluşturun.

4. *Bu konuda şeffaf ol:* Şirketin prensipleri, politika ve uygulamaları hakkında ticari sınırlar sınırlarında şeffaf bir yaklaşımla farklı paydaşlarla sürekli iletişimde bulunarak güven inşa edin.

- Ne ve nasıl ölçüleceğini kararlaştırın.
- Dışsal raporlama için program geliştirin.
- Gerçekçi olun.

2.1.2.8. FTSE4GOOD İndeksi

FTSE4Good dünyanın önde gelen indeks sağlayıcılarından, FTSE (Financial Times Stock Exchange) tarafından tasarlanmış, sosyal sorumluluk yatırım indeksidir. FTSE4Good, sosyal sorumluluk sahibi şirketlerde yatırım kararlarında yardımcı olacak ve kolaylaştıracak bir takım kıyaslamalar ve ticari endeksler içermektedir. İndeks serilerinin amacı, sosyal sorumluluk sahibi şirketlerde performansı ölçmek ve yatırımları kolaylaştırmaktır. Sosyal sorumluluk yatırımı, yoruma açık subjektif bir konudur ve bu nedenle FTSE4Good bağımsız olarak tanımlanmıştır. Herhangi bir özel fonu veya yatırım ürününü desteklemek için üretilmemiştir. İndeksler uluslararası kabul görmüş yönetim kurallarına ve FTSE'nin şeffaf ve kabul görmüş endeks hesaplama metodolojisine dayandırılmıştır.⁷³

FTSE, Sosyal olarak sorumlu yatırımcı indekslerinden en çok bilineni ve etkilisi olan FTSE4Good Global 100, FTSE4Good US 100, FTSE4Good Europe 50 ve FTSE4Good UK 50'yi geliştirmiştir. Her bir durumda da indeks, dünyanın ilgili alanlarında sosyal olarak sorumlu büyük şirketlerin performanslarını izler.

⁷³ Argüden, a.g.e., s.57.

FTSE4Good indeksi kapsamına alınan şirketlerin performanslarını üç ana alanda gösterir:⁷⁴

- Çevresel sürdürülebilirlik konusunda çalışma
- Paydaşlarla pozitif ilişkiler geliştirme
- Evrensel insan haklarını destekleme ve uygulama

Çevresel Sürdürülebilirlik: Şirketlerin performansı değerlendirilirken her bir şirketin, çevresel uygulamaları ve sözleşmeleri, çevre yönetim sistemleri ve son üç yıl içinde hazırladıkları çevreyle ilgili raporlar, olabilecek en iyi şekilleriyle kıyaslanacaktır.

Paydaş İlişkileri: Şirketlerin değerlendirilmesi, yıllık raporların, web sitelerinin veya EIRIS (Ethical Investment Research Services) sorularına cevaben verdikleri bilgilerin gösterdiği ölçüde, hissedarları ile ilişkilerinin ve geniş tabanda sosyal etkinliğin hesaba katılmasıyla yapılır. Bu değerlendirme, her şirketin politikalarını, yönetim sistemlerini ve bunlara göre yürüttüğü uygulama/performans durumlarını kapsar.

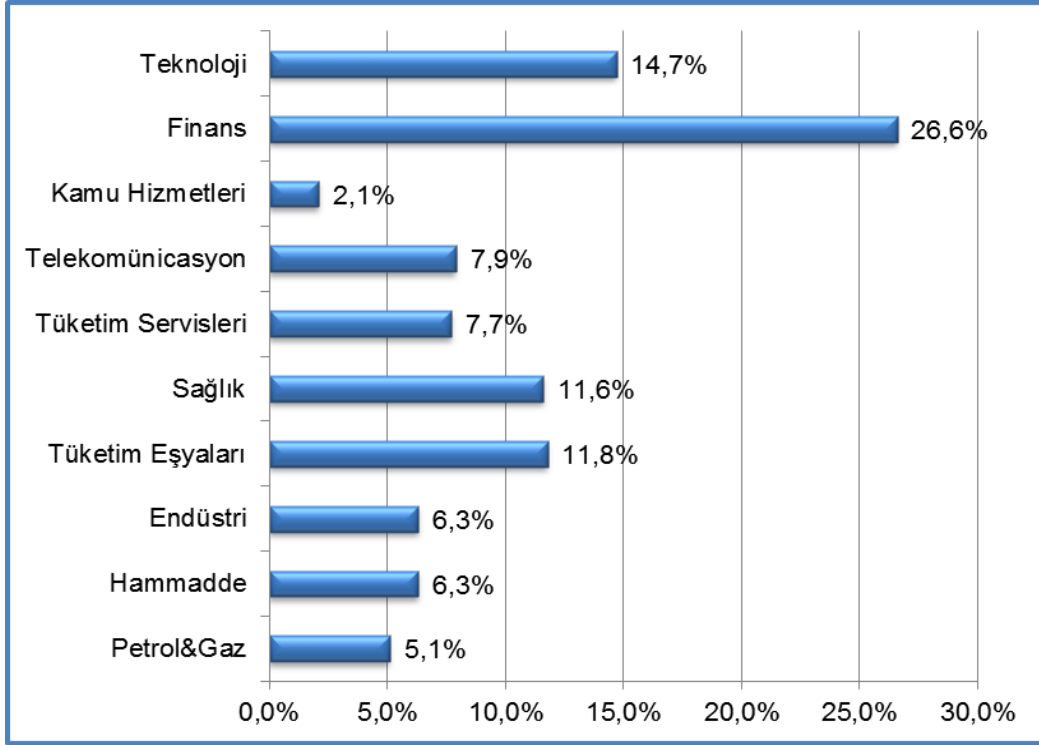
İnsan Hakları: Bu konuda insan haklarının korunmasında en büyük sorumluluğu taşıyan şirketler, etkisi yüksek insan hakları kayıtlarının en kötü olduğu ülkelerde stratejik önemi olan iş sahalarında faaliyet gösteren şirketler olarak tarif edilmiştir. FTSE4Good bu alanda sadece etkisi yüksek şirketleri değerlendirir. Bu kategoriye girmeyen bütün şirketler insan hakları kriterlerini yerine getirmiş olarak görülürler.⁷⁵

Tütün, silah ve nükleer güç üreten sektörler FTSE4Good serilerinden hariç tutulmuşlardır. Dünyada birçok fon, bir şirkete yatırım yapmadan önce, o şirketin toplumsal sorumluluk konusundaki performansını değerlendirmeye başlamıştır. Bu şirketler için FTSE4Good ve Dow Jones Sustainability Index iyi birer referans olmaktadır.

⁷⁴ David Crowther, Lez Rayman-Bacchus,(Editör), **Perspective on Corporate Social Responsibility**, Ashgate Publishing Limited, England, 2004, p.180.

⁷⁵ Argüden, **a.g.e.**, s.60–63.

Tablo 20. FTSE4Good Küresel Endüstri Ağırlıkları



Kaynak: FTSE4Good Markets Performance Report 2010 Q3, p.3. (Uyarlanmıştır)

Tablo 20’de FTSE4Good Küresel Endüstri Ağırlık yüzdeleri 2010 yılı üçüncü çeyrek değerleri verilmiştir.

2.2. KURUMSAL SOSYAL RAPORLAMA

Gönüllü raporlama ve açıklama, 1990’ların ikinci yarısından sonra kurumsal sosyal sorumluluk hareketinin göze çarpan bir özelliği olmuştur.⁷⁶ Kurumsal sosyal raporlama, kuruluşların, toplumsal hareketlerini raporlayarak, birbirinden farklı paydaşlarını memnun etmek için kullandığı takdim ve etki yönetimi metodudur.⁷⁷

2.2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının Tarihçesi

Sosyal sorumlu şirketlerin sosyal ve etik denetimi yerleştirmede öncü çabaları olmuştur. İsviçre’deki perakende grubu Migros 1960’larda bu oluşumun içinde

⁷⁶ Michael Urminsky, “Corporate Public Reporting on Labour and Employment Issues” **Labour Education** 2003/1 No: 130, p. 55.

⁷⁷ Bay, a.g.e. s. 51.

olmuştur. Birleşik Devletlerdeki ilk örneklerinden biriside araştırma ve danışma hizmeti veren Abt&Associates'in yıllık finansal durum raporlarına 1972 yılında çevre raporunu eklemesidir.⁷⁸

1970'lerde bir dizi ülke çevresel ve sosyal raporlamayı desteklemiştir. Fransa bu konuda öncü olmuş ve 1977 yılında çıkarılan "Bilan Social" kanunu 300'den fazla çalışanı olan şirketin çalışma ve istihdam göstergelerini içeren çalışan raporu oluşturmasını zorunlu kılmıştır. Daha önemlisi, rapor sürecinin özellikle işçi temsilcileri ile bir diyalog gerektirecek şekilde belirlenmiş olmasıdır. İşletmeler tarafından yıllık olarak hazırlanan bu raporlar işçi temsilcileri ve yöneticilerden oluşan bir komitede tartışılmakta ve onaylanmaktadır.⁷⁹

1980'lerde birçok şirket kalite sistemleri ve sonrasında çevresel yönetim sistemlerinin bir gereklilik olduğunu düşünmüşlerdir. Temelde finansal olmayan raporlar kurum performansı ile ilişkilendirilmemiş ve önem arz etmediği için eleştirilmiştir. Avrupa bu dönemde işçi ilişkilerinde standardizasyon/etki ölçümü üzerine yoğunlaşmıştır. 1980'lerin sonlarında Birleşik Devletlerde zehirli atıklarla ilgili 1987 "bilgi edinme hakkı" kanunu daha sonra 1990 Kirliliği önleme kanunu olarak genişletilmiş buna cevap olarak halk baskısıyla raporlama gelişmeye başlamıştır.

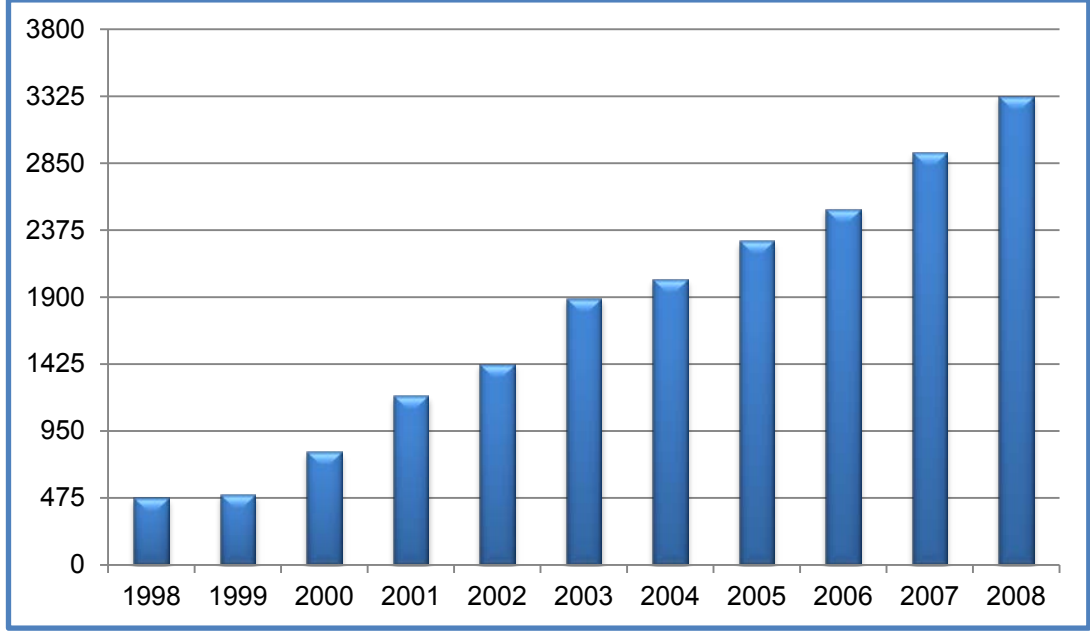
1990'ların sonunda KSS ile ilgili raporlamalar çevresel raporlar tarafından etki altına alınmıştır. 2000 yılında kurumsal sorumluluk raporlaması 1% ve sürdürülebilirlik raporlaması ise 5% seviyesindeydi. Kurumsal Sürdürülebilirlik üzerine KPMG tarafından 2002 yılında yapılan araştırma göstermektedir ki Global Fortune ilk 250 şirketin 45%'i bir rapor yayınlamaktadır. Bu raporların odak noktası sadece çevresel olmanın ötesinde yavaşça çevre, sosyal ve ekonomik raporların birleşiminden oluşmaktadır. Araştırmalar göstermektedir ki sürdürülebilirlik raporları 2000 ile 2002 arasında 5%'den 15%'ye aynı dönemde kurumsal sorumluluk raporları ise 1%'den 7%'ye çıkmıştır.

⁷⁸ "Corporate Social Responsibility Reporting History", (Çevrimiçi) <http://www.csrquest.net>, 21Ekim 2010.

⁷⁹ Deniz Kağnıcıoğlu, "Sosyal Sorumluluk Raporlarında Çalışma ve İstihdam Göstergeleri", **Sosyal Siyaset Konferansları 57. Kitap**, Mart 2010, s. 161.

KPMG tarafından dünyanın en büyük 250 şirketi üzerine 2008 yılında gerçekleştirilen Sürdürülebilirlik raporlaması araştırmasında 79%'unun sürdürülebilirlik raporlarını yayınladığını ve 4%'ünde sürdürülebilirlik bilgilerini finansal raporlarına eklediklerini göstermektedir.⁸⁰

Tablo 21. 1998-2008 Yılları Arasındaki Küresel Rapor Çıktıları



Kaynak: Andrea Moffat, vd., The 21. Century Corporation: The Ceres Roadmap for Sustainability, CERES, March 2010, p. 34.

2.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması

Günümüzde Avrupa'da, Asya'da ve Amerika'da faaliyet gösteren yüzlerce şirket, kendi sosyal sorumluluk faaliyetlerini açıkladıkları düzenli raporlar yayınlamaktadırlar. Finansal raporlamanın doğal bir uzantısı olarak sosyal sorumluluk raporları işletmenin çevresel, ekonomik ve sosyal performansını kamuoyuna açıklamada işletme raporlamasının kapsamını genişletmektedir.⁸¹

Sosyal sorumluluk raporları, yıllık faaliyet raporlarında ya da ayrı raporlarda işletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetlerinin boyutlarının gösterildiği

⁸⁰ Andrea Moffat, vd., **The 21. Century Corporation: The Ceres Roadmap for Sustainability**, CERES, March 2010, p. 34.

⁸¹ A. Banu Başar, Mehmet Başar, "Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Türkiye'deki Durumu" **Sosyal Bilimler Dergisi** 2006/2, s. 214.

işletme içi ve işletme dışı menfaat sahiplerine finansal ve finansal olmayan bilgi sunan raporlardır. Günümüzde çok uluslu şirketlerin büyük çoğunluğunun kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının, refahın küresel düzeyde korunması ve gelecek nesillere aktarılabilmesi somut hedefini içeren sürdürülebilir kalkınmayı desteklediği görülmektedir. Bu nedenle sosyal sorumluluk raporlaması genellikle sürdürülebilirlik raporlaması olarak da adlandırılmaktadır. Bu ifadelerden de anlaşılacağı gibi sosyal sorumluluk raporlaması geleneksel finansal raporlamaların kapsamını toplumsal sosyal fayda yönünde genişletmekte ve aynı zamanda menfaat sahiplerine finansal konularda hesap verme şeklinde ifade edilebilecek geleneksel rolün ötesinde işletme sorumluluklarının genişletilmesi anlamını taşımaktadır.⁸²

Son zamanlarda sosyal sorumluluk performansı ile ilgili bilgiler işletmelerin yıllık faaliyet raporlarında yer almaya başlamıştır. Dünyada önde gelen şirketlerin bazıları da sosyal sorumluluk raporları ile finansal raporlarını tek bir faaliyet raporunda birleştirmektedirler. Bu durum ekonomik, çevresel ve sosyal performans göstergelerinin finansal değer ölçülerine çevrilmesini kolaylaştırmaktadır. Ancak birçok sosyal sorumluluk ölçütü nitelikseldir ve kolayca finansal değerler ile gösterilemezler. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ile finansal raporlar ile sosyal raporların birleştirilmesini aynı zamanda ölçülebilir olmasını desteklemektedir. Diğer bir anlatımla sosyal sorumluluk raporlarının finansal verilerle birleştirilmesi konusu ön plana çıkmaktadır. Bu durum ise muhasebe standartları ile yönlendirilen geleneksel finansal bilgi ve sosyal sorumluluk raporlaması ile ilave edilen bilgiyi destekleyecek yeni bir yaklaşıma gereksinim duyulduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal sorumluluk raporlaması işletme ve menfaat sahipleri arasındaki iletişim, öğrenme ve karar alma sürecinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu nedenle de menfaat sahiplerine kendi ilgi konularının dikkate alınıp alınmadığını görmelerine olanak sağlamaktadır.⁸³

Artık şirketler iş yapma lisansı sahibi olsalar da toplumdan “sosyal lisans” da almalılar! Artık iş yapmak yalnızca kârı artırmaya yönelik bir uygulamadan ibaret

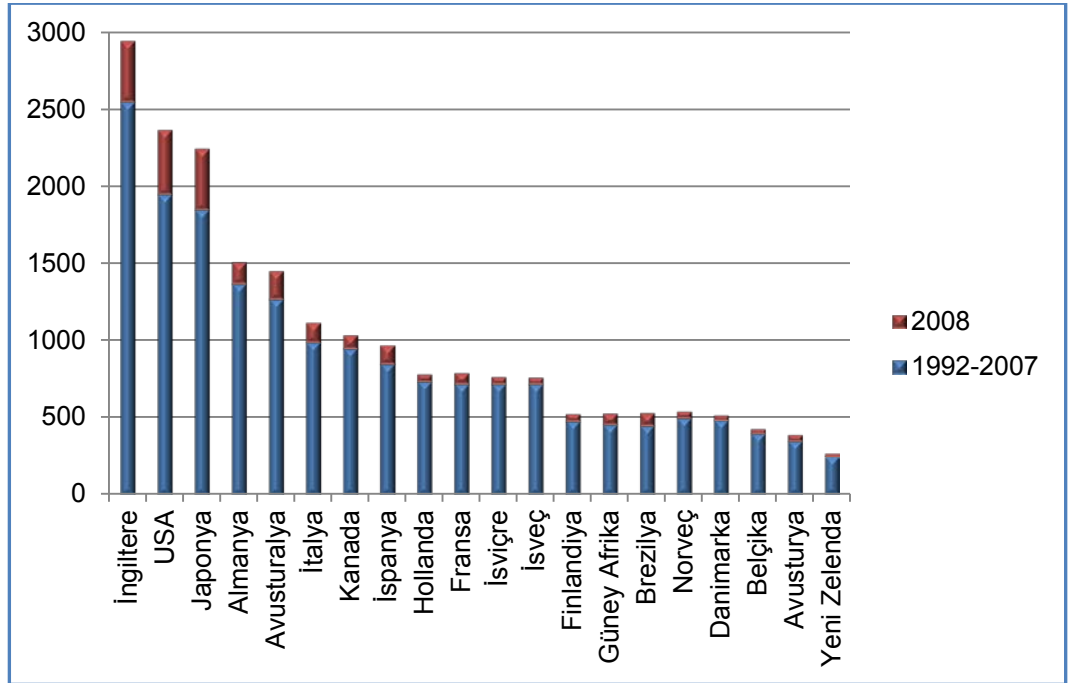
⁸² A.e. s. 214-215.

⁸³ A.e. s. 215.

değil, artık sosyal yaklaşımlar, çalışanlara, paydaşlara yaklaşım, onların iş süreçlerine katılımları, etik şeffaf-hesap verebilir tutumlar gerektiriyor.⁸⁴

Tablo 22’de dünya çapında en yüksek sayıda KSS raporu yayınlayan 20 ülkenin tüm endüstri sektörlerini içeren ayrıntılı rapor yayınlama grafiği verilmiştir. Veriler iki seriye bölünmüş büyük toplam 1992-2007 yıllarını, ikincisi ise 2008 yılı toplamını göstermektedir.⁸⁵ Gelişmeler sadece KSS raporlarının sayısında değil aynı zamanda kalitelerinde de yaşanmıştır.

Tablo 22. Ülke Bazında En Fazla Rapor Yayınlayan Ülkeler



Kaynak: Steve Lydenberg, David Wood, “How to Read a Corporate Social Responsibility Report” Boston College Center for Corporate Citizenship, 2010, p. 7. (Uyarlanmıştır)

2.2.3. İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlama Nedenleri

İşletmeler, çok uzun yıllardan beri özellikle finansal durumlarını açıklayan raporları kamuoyuna sunmakta ve hissedarlarını bu konuda bilgilendirmektedirler.

⁸⁴ Serra Titz, “Neden Sürdürülebilirlik Raporlaması”, (Çevrimiçi) <http://www.mikadoconsulting.com>, 25. Ekim 2010.

⁸⁵ Steve Lydenberg, David Wood, “How to Read a Corporate Social Responsibility Report” Boston College Center for Corporate Citizenship, 2010, p. 7.

Ancak işletmelerin sosyal faaliyetlerini raporlamaları oldukça yenidir. İşletmeler, çalışma ve istihdam faaliyetlerini sosyal rapor ya da sosyal sorumluluk raporu adı verilen raporlarda ortaya koymaktadırlar. Bu raporlar, işletmelerin kamuoyundaki imajı açısından olduğu kadar, rekabet açısından da önem taşımaktadır. İşletmeler genellikle web sitelerinde yayınlanan ve herkes tarafından ulaşılabilen bilgilerle, bu konularda şeffaf bir görüntü sergilemektedirler. Ayrıca bu raporlar, yürütme ilkelerine uyulup uyulmadığını ortaya koyan denetim sürecinin de bir parçasını oluşturmaktadırlar.⁸⁶

İşletmelerin gönüllü olarak çevresel ve sosyal etki ve performanslarını raporlamayı teşvik eden birçok faktör söz konusudur. Bu faktörler aşağıda kısaca açıklanan üç teori ile yakından ilişkilidir.⁸⁷

Bunlardan birincisi, meşruluk teorisidir. Bu teori, işletmelerin sosyal ve çevresel konularını raporlamalarının bu işletmelerin menfaat sahiplerinin gözünde faaliyetlerini meşrulaştırdıkları ya da menfaat sahiplerinin algılarını değiştirdiklerini ifade etmektedir.

İkincisi, kararın faydalılığı teorisidir. Bu teori, farklı menfaat sahiplerinin finansal raporlarda ve diğer şirket raporlarında bulunan bilgilere ilave bilgiye gereksinim duyduklarından dolayı çevresel ve sosyal raporlamanın yapıldığını varsaymaktadır.

Üçüncüsü ise şirket pazarlama ve iletişim teorisidir. Bu teori, yönetimin etkisi ve imaj geliştirme ile ilgilidir. Bu yaklaşım şirket imajının ve itibarının işletmenin önemli varlığı olduğunu vurgulamaktadır ve bu itibarı koruyacak ve arttıracak sosyal ve çevresel performans raporlamasını içeren iletişim stratejileri aracılığıyla şirket kimliğinin nasıl geliştirileceği üzerinde odaklanmaktadır.

⁸⁶ Kağmıoğlu, **a.g.e.**, s. 161.

⁸⁷ Başar, Başar, **a.g.e.**, s.216.

Dünyada birçok işletme sosyal sorumluluk raporu ya da diğer adıyla sürdürülebilirlik raporu hazırlamaktadır. İşletmelerin bu raporları hazırlama nedenleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilir;⁸⁸

- Belirli hedeflere doğru ilerlemeyi izleme olanağını arttırması,
- Çevresel stratejilerin uygulanmasını kolaylaştırması,
- İşletme içinde çevresel konularda daha fazla bilinçlenmenin sağlanması,
- İşletme mesajının işletme içinde ve dışında açık olarak ifade edilebilmesi,
- Şeffaflıktan dolayı kredi değerliliğinin artması,
- Maliyet tasarruflarının ve verimlilik artışının sağlanması; çalışan moralinin, işletmenin itibarının ve iş geliştirme fırsatlarının artması.

İşletmelerin sosyal sorumluluk raporu hazırlamama nedenleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- İşletmeye sağlayacağı faydalar hakkında kuşku duyulması,
- Rakiplerin raporlama yapmaması,
- Doğrudan satışlara ve kâra yansımaması,
- İşletmenin hali hazırda çevresel performansı ile ilgili iyi bir itibarının olması,
- Çevresel konular ile ilgili birçok iletişim yolunun bulunması,
- Çok pahalı olması,
- Doğru kriterleri seçmenin ve bütün işlemler ile ilgili tutarlı verileri bir araya getirmenin zor olması,
- İşletmenin itibarına zarar vereceği düşüncesinin bulunması,

⁸⁸ A.e., s.216.

2.2.4. Raporlardaki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Göstergeleri

Mevcut finansal raporların çerçevesine paralel olarak, kurumsal sorumluluk raporlamasının geniş ölçekteki kullanıcıları tarafından, genel ihtiyaçları karşılayacak göstergeleri seçerken göz önüne alacağı kalite kriterleri aşağıdadır.⁸⁹

- *Karşılaştırılabilirlik*; kullanıcılar, politika ve yönetimdeki değişimlerin çıktılarını analiz etme ve belirlemede onları etkin kılacak göstergeleri zaman ve kurumlar arasında karşılaştırabilmelidirler. Zaman temelinde karşılaştırma yapabilmek için önceki periyoddaki ilgili bilgileri açıklamak önemlidir.
- *Alakalı olma ve gereklilik*; faydalı olması için bilgiler, bir fikir ya da karar şekillendirmede kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde alakalı olmalıdır.
- *Anlaşılabilirlik*; kurumsal sorumluluk raporunda verilen bilgiler, okuyucu tarafından anlaşılabilir olmalıdır. Bunun anlamı, sunumun içeriği kullanıcının tecrübesi ve bilgisi dâhilinde olması ve şunları içermelidir, iyi bir dizayn, başlık ve göstergelerin sistematik sınıflandırması, özlü bir dil kullanılması ve bilinmeyen terimlerin açıklaması ya da anlaşılabilirliğin artırılması için sözlük eklenmesidir.
- *Güvenilirlik ve doğrulanabilirlik*; bilgi eğer maddesel hatalardan arındırılmışsa ve gerçek durumu doğru, gerçek ve dengeli bir şekilde verebiliyorsa güvenilirlik kalitesine sahiptir. Bilgi, gerçek durumun pozitif ve negatif yanları ile iyice dengelenmiş yansıması olmalıdır. Seçilen gösterge dâhili ve harici doğrulamaya müsaade etmeli ve kanıtların karşılaştırılmasına olanak sağlamalıdır.

ISAR (International Standards of Accounting and Reporting) tarafından açıklanmış şirketlerin yıllık raporlarında olması gerekli kurumsal sosyal sorumluluk göstergelerini Tablo 23 aşağıda göstermektedir.

⁸⁹ UNCTAD, **Guidance on Corporate Social Responsibility Indicators in Annual Reports**, United Nations, New York and Geneva, 2008, p. 11–14.

Tablo 23. Yıllık Raporlarda kullanılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Göstergeleri

GRUP	GÖSTERGE
Ticaret, Yatırım ve Bağlıları	1. Toplam Gelirler 2. İhracat ve İthalatın Değeri 3. Toplam yeni yatırımlar 4. Yerel alımlar
İstihdam Yaratma ve İş Pratikleri	5. Çalışan tipi, çalışan cinsiyeti ve kontratı olarak sınıflandırılmış toplam işgücü 6. Çalışan tip ve cinsiyetine göre sınıflandırılmış maaş ve menfaatleri 7. Cinsiyete göre sınıflandırılmış çalışan devrinin toplam sayısı ve oranı 8. Toplu anlaşmalarla kapsanan çalışan yüzdesi
Teknoloji ve İnsan Kaynakları Gelişimi	9. Araştırma ve geliştirme harcamaları 10. Çalışan kategorisine göre belirlenmiş her çalışan için her yıl verilen ortalama eğitim saati
Sağlık ve Emniyet	11. Çalışan sağlık ve emniyet maliyeti 12. Kazalar, yaralanma ve hastalık yüzünden kaybedilen iş günleri
Hükümet ve Topluma Yapılan Katkılar	13. Hükümete yapılan ödemeler 14. Sivil topluma yapılan gönüllü katkılar
Yolsuzluk	15. Kanun ya da düzenlemeleri ihlal etme ve ödenen/ödenecek cezaların sayısı

Kaynak: UNCTAD, Guidance on Corporate Social Responsibility Indicators in Annual Reports, United Nations, New York and Geneva, 2008, p. 17–18.

2.2.5. Üç Boyutlu Raporlama (Triple Bottom Line Reporting)

Yazında “Üç Boyutlu Raporlama” (Triple Bottom Line Reporting) kavramının 1990’ların ortalarına kadar uzandığı ve bu kavramın, John ELKINGTON’un “21. Yüzyıl Ticari Faaliyetlerinin Üçlü Raporlanması” başlıklı kitabı ile ünlendiği ifade edilmektedir.⁹⁰ Üç Boyutlu Raporlama Modeli, sürdürülebilir raporlama rehberi oluşturmayı amaçlayan bağımsız bir kuruluş olan Küresel Raporlama Girişimi

⁹⁰ Barış Angay, **Halka Açık Şirketlerde Sosyal Raporlama ve Türkiye uygulaması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 47.

(Global Reporting Initiative-GRI) tarafından da önerilmekte ve en az 500 çalışmanı bulunan şirketlerin yıllık raporlarında ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan başarımlarını ölçen Üç Boyutlu Raporlama Modelini kullanmaları tavsiye edilmektedir.

Yıllar boyu işletmelerin yıllık raporları sadece finansal durumlarını ortaya koyacakları bir şekilde hazırlanmış, ancak bu işletmelerin çevreye verdikleri zarardan, bu üretim sırasında çevreden ne kullandıklarından, çevreyi daha iyi hale getirmek için ne harcadıklarından ya da işçilerinin sosyal hayatını iyileştirmek için neler yaptıklarından bahsedilmemiştir. Diğer bir deyişle yıllar boyunca işletmeler tarafından hazırlanan raporlar yalnızca finansal raporlar olmuş, ancak işletmelerin faaliyetlerinin çevre ve sosyal adalet üzerindeki etkileri hiç raporlanmamıştır. Üç Boyutlu Raporlama kavramı tam da bu noktada devreye girmektedir.

Üç boyutlu raporlama halen şirketlerin toplum ve hissedarlarına değer yaratıp yaratmadığını gösteren sayılar ve kelimelerden oluşan skor tablosudur.⁹¹ Tablo 24 üç boyutlu raporlamanın basitleştirilmiş bir şeklini vermektedir.

Tablo 24. Üç Boyutlu Raporlama (Triple Bottom Line Reporting)

Tipik Ölçümler	EKONOMİK	ÇEVRE	SOSYAL
	Satışlar, Kazançlar	Hava Kalitesi	Çalışma Pratikleri
	Ödenen Vergiler	Su Kalitesi	Toplum Etkileri
	Parasal Akışlar	Enerji Kullanımı	İnsan Hakları
	Yaratılan İşler	Üretilen Atık	Ürün Sorumluluğu
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM

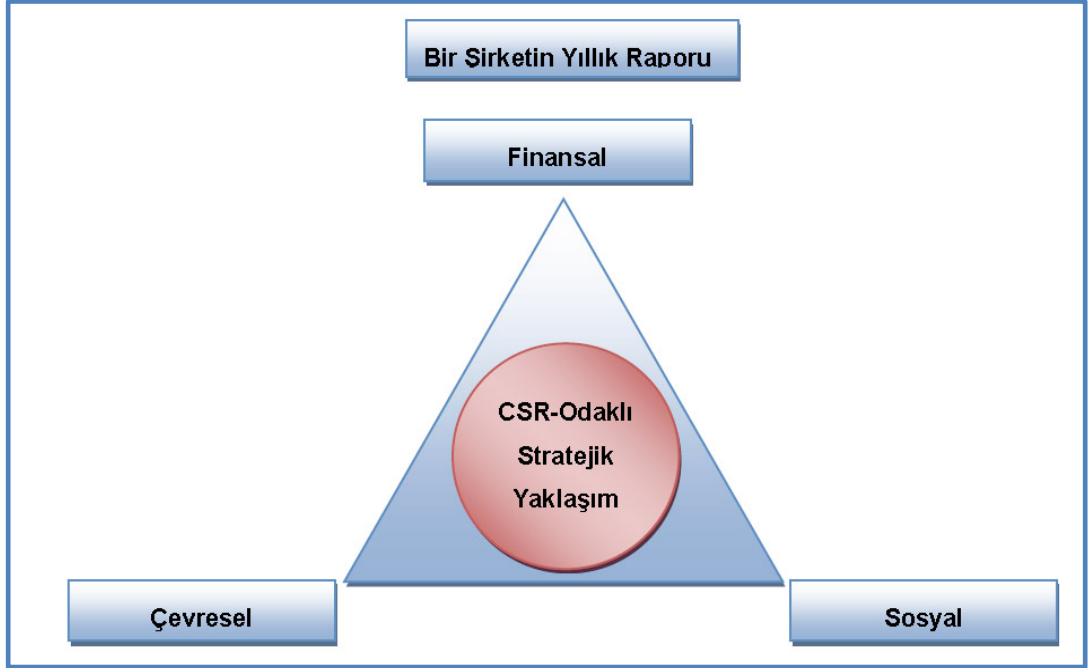
Kaynak: Andrew W. Savitz, Karl Weber, Triple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies Are Achieving Economic, Social and Environmental Success, John Wiley & Sons, 2006, p. XIII.

Şeffaf ve tüm paydaşlarına karşı sorumlu olmak isteyen bir şirket yıllık raporlarının kapsamını genişletmek ve yıllık raporlarına entegre etmek için şirketin

⁹¹ Andrew W. Savitz, Karl Weber, **Triple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies Are Achieving Economic, Social and Environmental Success**, John Wiley & Sons, 2006, p. XIII.

finansal, çevresel ve sosyal performanslarını göz önüne alarak **triple-bottom line** yaklaşımını uygulamalıdır.⁹²

Şekil 5. KSS Odaklı Üç Boyutlu Yaklaşım



Kaynak: William B. Werther, David Chandler, Strategic Corporate Responsibility: Stakeholder in a Global Environment, p. 73

⁹² Werther, Chandler, a.g.e., p. 73.

3. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ UYGULAMALARI

3.1. TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Türkiye’deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramı Avrupa Birliği tarafından sağlanan fon ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Fonu ile ortaklaşa yürütülen “Yeni AB Üyesi ve Aday Ülkelerde Uyum, Rekabet ve Sosyal Birlik Aracı Olarak KSS Uygulamaları ile 2008 yılı itibariyle incelenmiş olup yapılan değerlendirmeler kısaca aşağıda verilmiştir.¹

İş çevrelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) tanımı ile ilgili bir karmaşa mevcuttur ve bu karmaşa kendini KSS uygulamalarında da göstermektedir. Buna karşın, yine iş çevrelerinde hem kendi iş faaliyetlerini, hem de toplumu geliştirebilmek için güçlü bir çaba sergilendiği de gözlenmiştir. Bu çabalar arasında sponsorluk aktiviteleri ve çeşitli sivil toplum kuruluşları (STK’lar) ile ortak yürütülen toplumsal projeler ilk sıralarda yer almaktadır. Bu çerçevede KSS’nin daha etkin bir şekilde hayata geçirilebilmesi için, tanımının, hedef ve çıktılarının diğer sosyal aktörlerle, iş dünyasının da geniş katılımı ile ayrıntılı şekilde tartışılması ve paylaşılması gerekmektedir.

Özel ve kişisel liderlik, Türkiye’de KSS’yi tetikleyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayrettin Karaca ve İbrahim Betil gibi STK liderleri iş dünyasından geliyor olmalarının yarattığı güvenin de etkisiyle iş dünyası liderlerinin büyük desteğini kazanmışlardır.

Paydaşların katılımı STK’larla kurulan çeşitli ortaklıklar ve ortak projelerle sınırlı kalmaktadır.

¹ Ceyhun Göcenoğlu, Işıl Onan, **Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu**, UNDP, Mart 2008, s. 3

Genel olarak şirketler daha basit sosyal ve çevresel konulara ılımlı yaklaşmaktadırlar. Buna karşılık, insan hakları, çalışan hakları ve çalışanların karar süreçlerine katılımı gibi konuların geliştirilmesine halen ihtiyaç duyulmaktadır.

Çok uluslu şirketler ülkedeki KSS uygulamalarını olumlu yönde etkilemektedir. Çok uluslu şirketlerin yerel uzantılarına ve tedarikçilerine KSS uygulamaları için pozitif baskı uygulamaları diğer Türk şirketleri için de bir itici güç olmaktadır. Örneğin, özellikle tekstil sektöründeki tedarik zinciri konuları uluslararası çalışma standartlarının uygulanmaya başlanmasında önemli bir etken olmuştur. Her şeye rağmen, çokuluslu şirketlerin Türkiye'deki uzantılarının faaliyetleri genel merkezlerinin çok gerisinde kalmakta ve genellikle proje bazlı faaliyetler olmaktan öteye gidememektedir.

Türkiye'de KSS aynı zamanda uluslararası kuruluş ve STK'ların itici gücüyle ivme kazanmaktadır. Tüketiciler ve yerel STK'lar gibi yerli inisiyatifler de şirketler üzerinde etkili birer güç oluşturmak yönünde teşvik edilmelidir.

Sermaye Piyasaları Kurumu (SPK) tarafından beyan edilen "Kurumsal Yönetim İlkeleri" paydaş politikalarının raporlanması ve dolayısıyla KSS uygulamaları hakkında bir miktar farkındalık ve anlayış yaratmıştır. Ancak, raporlama ve güvence sistemlerinin halen tam ve işlevsel olmaktan çok uzak oluşu göz önüne alındığında, KSS kavramının doğru uygulanabilmesi için daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple, uygulama araçları Türkiye'de özel sektör için halen temel ve çok önemli ihtiyaçlardan biri durumundadır.

Son olarak, KSS daha çok pazarlama ve kurumsal itibar yaratmak için bir araç olarak algılanmaktadır. Sponsorluk projeleriyle pek çok şirket ve sosyal paydaş grupları bu sürece dâhil olmaya ve süreci şekillendirmeye çalışmaktadır.

KSS konusu Türkiye temelinde incelendiğinde hemen hemen tüm yazında benzer ifadeler mevcuttur fakat Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluğun tarihi incelendiğinde ortaya çıkışı, akademik olarak uluslararası arenada başladığı tarihlere denk gelmektedir.

Son yıllarda artık tek hedef üretim, satış ve kâr elde etmek değildir. İşin sosyal ve toplumsal tarafı da önemlidir. Türk şirketleri de bunun farkındadırlar. Ancak uzun yıllardır KSS kavramı hayır işleriyle özdeş tutulmaktadır. Cumhuriyetin ilk sanayicileri olan Vehbi Koç, Hacı Ömer Sabancı gibi iş adamları “toplumdan aldığı topluma geri verme” felsefesiyle hareket eden ilk liderlerdendir. Bu nedenle halkın gözünde bu liderler ve kurdukları şirketler hayırsever olarak adlandırılmıştır.²

Türkiye’de geleneksel olarak şirketler yardımseverlik kapsamı çerçevesinde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını uzun yıllardır sürdürmektedirler. Nitekim birçok işletme öğrencilere burs vermek, spor ve sanatsal aktivitelere sponsorluk yapmak gibi çeşitli projelerle bu yöndeki politikalarını somutlaştırmaktadırlar. Özel sektörde sosyal sorumluluk programları, dünyadaki kadar hızlı gelişme de ülkemizde de son zamanlarda farklı bir konuma gelmiştir. Özellikle 1990’lı yıllarda hızla gelişen sivil toplum kuruluşları, eğitim başta olmak üzere çeşitli sosyal alanlarda şirketlerin desteklerini daha somut bir zeminde ve sürekliliği olan projelere yönlendirmektedirler.³

Aşçıgil’in TESEV için Carroll ve Aupperle’nin anketini kullanarak yapmış olduğu Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğa karşı yönetim yaklaşımını ortaya çıkarma araştırması göstermiştir ki araştırmaya katılan yöneticilerin 75%’i karar verirken ekonomik kriterlere öncelik vermiş olmasına rağmen 19,1%’i etik kriterlere ve 6%’i ise yasal kriterlere öncelik vermektedirler. Sonuçlardan elde edilen yapısal analizle Türk yöneticiler yasal ve ekonomik kriterler arasında bir fark görmemektedirler.⁴

3.1.1. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihçesi

Sosyal Sorumluluk anlamındaki ilk sistemli çalışmaların Tanzimat öncesinde Selçuklular döneminde “Ahi”, Osmanlı döneminde “Lonca” olarak adlandırılan meslek örgütleri tarafından yapıldığı bilinmektedir. Bu teşkilatlar, bugünkü anlamda

² Belgin Aydıntan, “Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılan Türk Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Karşılaştırmalı Analizi”, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, 2008, s. 3.

³ Tekin Akgeyik, “İnsan Kaynakları Boyutuyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk: (Bir Alan Araştırması)”, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, Sayı 52, 2007, s. 81–82.

⁴ André Habisch v.d, *Corporate Social Responsibility Across Europe*, Springer Berlin, 2005, p. 253.

mesleki eğitim esaslarını düzenleme, halkın esnaf üzerinde haklarını belirleme, esnafı denetleme görevlerini üstlenmekteydi. Özellikle, Osmanlı Devleti döneminde, eğitim, sağlık, belediye, bayındırlık, sosyal yardım, şehircilik gibi hizmetler vakıflar tarafından yapılmıştır.⁵ Bugün Türkiye’deki pek çok aile holdingi bir vakfa sahiptir. Bu bağlamda, toplumun şirketlerden beklentisi de tarihsel vakıf felsefesi etrafında şekillenmekte ve sosyal sorumluluk, şirketlerin bağışları ve hayırseverlik faaliyetleri ile eşdeğer algılanmaktadır. Yapılan bağışların miktarı ise genellikle gizli tutulduğundan etkilerin değerlendirilebilmesi genellikle tam anlamıyla mümkün olamamaktadır.

Yamak tarafından yapılan araştırmada, Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusunda yapılan çalışmaların başlangıç noktasını, bir akademisyen olan Atilla Gönenli tarafından 1967 yılında Sevk ve İdare dergisinde yayımlanan “Yöneticinin amacı sadece kâr mıdır?” başlıklı makalesi olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bunu 1971 yılında yayımlanan çeşitli makaleler izlemektedir. Örneğin Bayrak Dergisi’nde “Günümüzün İş Adamı” başlığını taşıyan, yazarı belirtilmemiş olan bir makalede sosyal sorumluluklarının bilincinde bir işadamı tanımlanmaktadır. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi’nin ilk sayısında yer alan “Modern eğilimler ve iş hayatının sosyal sorumlulukları” başlıklı makale bu alanda akademik bir dergide yayımlanmış ilk çalışma olarak belirlenmiştir.⁶ Verilen bilgiler ışığında Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğun dünyayla paralel tartışılmaya başlandığı ve akademik olarak ilgi gösterildiği günümüzde ortak kanı olan henüz başlangıç aşamasında olduğu değerlendirmelerinin aksini ortaya koymaktadır. Fakat uygulama aşamasında halen uluslararası dinamikleri biraz geriden takip etmektedir.

İzleyen yıllarda Sevk ve İdare Derneği tarafından 1971 yılında düzenlenen bir seminerin ardından, sosyal sorumluluk derginin 1973 yılındaki bir sayısının ana teması olmuştur. İşletme İktisadı Enstitüsü tarafından yayımlanmaya başlanan yönetim dergisi, 1979 yılında sosyal sorumluluk üzerine özel bir sayı çıkarmıştır.⁷

⁵ İlker Hüseyin Çarıkçı v.d, “Türk Yönetim Kültürü Bağlamında Sosyal Sorumluluk”, t.y, s. 6–8.

⁶ Yamak, a.g.e., s. 164–165.

⁷ A.e., s. 166.

1978 yılında TUSİAD genel sekreteri sosyal sorumluluğu “topluma aldığından fazla vermek” olarak tanımlamıştır.⁸

Seksenli yıllarda sosyal sorumluluk alanında yapılan çalışmaların sayısının ve çeşitliliğinin önemli boyutta azaldığı izlenmektedir. Seksenli yıllardaki çalışmaların çeşitliliğinin de belirgin şekilde azaldığı görülmektedir. Yetmişli yıllarda şirketlerin ve işadamlarının sorumluluğu, çalışanlara karşı sorumluluklar, tüketicilere ve çevreye yönelik yükümlülükler, iş etiği gibi konulara rastlanırken, seksenlerde yazılan makalelerin büyük çoğunluğu işletmelerin sosyal sorumluluklarını tanımlamayı hedeflemektedir. Bu dönemdeki makalelerde de genellikle Amerikan kaynaklarından ve uygulamalarından faydalanılmıştır. Mühendislik ile işletme ve iktisat öğrencileri arasında yapılan çalışmada, öğrencilerin, işletmelerin temel sorumluluğunu kaliteli mal ve hizmeti verimli bir şekilde üretebilmek olarak tanımladığı ve işletmelerin kâr etme amacı dışında bir amacı olabileceğine inanmamaktadırlar.

Doksanlı yıllarda, sosyal sorumluluk ve iş ahlakı konusunu ele alan çalışmalar olsa da etik konusu akademik dergilerde ön plana belirgin bir şekilde çıkmaktadır. Öte yandan yetmişli yıllarda ele alınan işletmelerin tüketicilere yönelik sorumlulukları konusunda yeni çalışmalar yapılmıştır. İşletmeler yeni yeni tüketicinin farkına varmış sınırlı olsa da işletmelerin çevre ile ilgili sorumlulukları göz önüne çıkmıştır.

İki binli yıllarda çalışmalar ağırlıklı olarak etik değerler üzerine odaklanmayı sürdürmüştür. Kamu baskısı sonucu gelişen sosyal sorumluluk anlayışı, iyi ahlakın iyi işle özdeşleştirilmesi, çeşitli çıkar gruplarının beklenti ve menfaatlerini dengeleme gereksinimi gibi sebepler sonucunda iş ahlakı önem kazanmıştır. 188 KOBİ yöneticisi ile yapılan bir araştırmada genç firmaların yöneticilerinin yaşlı firmaların yöneticilerine kıyasla daha etik davrandıkları ortaya çıkmıştır. Bu yıllarda uluslararası yazında da mevcut olan kurumsal vatandaşlık gibi kavramlar Türkiye’de de ele alınmaya başlamıştır. Örnek olarak, Doğu Grup 2007 yılı itibariyle kurumsal vatandaşlık raporu yayınlamaktadır. Örneğin, Avustralya ve Türkiye’deki büyük

⁸ Yamak, a.e., s. 174–194.

şirketlerin kurumsal vatandaşlık boyutunda karşılaştırıldığı bir çalışmada, Türk şirketlerinin Avustralyalı şirketlere nazaran kanunlara uyma olasılığı daha düşük çıkarken, isteğe bağlı hayırseverlik faaliyetlerine girişme oranı daha yüksek çıkmıştır. Araştırmacılar, isteğe bağlı hayırseverlik faaliyetlerindeki farkı vergi hukukundaki düzenlemelerin yanı sıra, ülkenin uzun tarihi ve güçlü gelenekleri ile açıklamışlardır.

İşletmelerin doğal çevreye yönelik sorumluluklarını ele alan çalışmalar bu dönemde artış göstermiş ve yapılan bir çalışmada yeşil yönetim uygulamalarının nedenleri ve sonuçları araştırılmıştır. ISO 14001 belgesi edinmelerinin ardındaki en önemli nedenlerinin çevreyi korumak, firma imajını iyileştirmek, sosyal sorumluluk sahibi olmak, rekabet avantajı sağlamak ve tüketiciyi memnun etmek olduğu bulunmuştur.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının çeşitli ortamlardaki gelişim süreci incelendiğinde yatırımcılar, çalışanlar, sivil toplum kuruluşları gibi çeşitli çıkar paydaşlarının şirketleri sorumlu olmaya zorladığı görülmektedir. Türkiye’de ise çıkar paydaşlarının gelişmiş ülkelerdeki benzerlerine kıyasla çok sınırlı güce sahip olduğu bilinmektedir. Bu yüzden konunun Türkiye’deki gelişimi yavaş ve cılız olmuştur.

3.1.2. Türkiye’de Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırmaları

Türkiye’de özel sektörün KSS’ye yönelik anlayışını ortaya koymaya yönelik bir çalışma TÜSEV tarafından Sivil Toplum Endeksi Projesi kapsamında 2002-2003 yılları arasında gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma Türkiye’de şirketlerin STK’larla olan ilişkilerinin niteliğini, özel sektörün topluma karşı sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirdiğini ve özel sektörün KSS anlayışını ne oranda benimsediğini değerlendirmeyi hedeflemektedir. Çalışmada 2002 mali raporlarına göre ilk 10’da yer alan şirketlerin mali raporları, şirketlerin kurumsal iletişim birimleriyle geçilen iletişim sonucunda ulaşılabildiği kadarıyla KSS faaliyetleri özet bilgileri ve şirketlerle telefonda yapılan görüşmeler değerlendirilmiştir. Çalışmada varılan sonuç, Türkiye’de şirketlerin KSS faaliyetlerine artan bir önem vermesine karşın, KSS’nin hala şirket kültürü olarak benimsenmediği yönündedir. Bununla birlikte, raporda, Türkiye’deki şirketlerin KSS

faaliyetlerini ‘bir zorunluluğu yerine getirmek’, ‘sivil toplum kuruluşlarıyla faaliyetler gerçekleştirme’ ve halkla ilişkiler faaliyeti olarak ‘sponsorluk’ olarak algıladığı belirtilmektedir.⁹

Capital dergisinin GFK ile birlikte 2005 yılından bu yana gerçekleştirdiği ‘‘Sosyal Sorumluluk Liderleri’’ araştırması halk ve iş dünyasının gözünde Türkiye’deki şirketlerin performansını düzenli olarak ortaya koymaktadır. Son yıllarda CEO ve patronların bizzat liderlik ettiği, markalaşmaya giden ve iletişim düzeyi yükseltile projelerin sayısının artmasıyla birlikte hızlı değişimler yaşanıyor. Araştırma, sadece şirketleri değil, iş insanlarını ve projelerini de değerlendirip, son durumu gözler önüne seriyor.

Tablo 25’te görüldüğü üzere, 2010’da halk gözünde KSS bakımından en başarılı bulunan ilk 20 şirketin 17’si 2009 yılında da aynı sıralamanın içerisinde. Bu da bu işletmelerin KSS anlayışını kurumun temel ve devamlı bir felsefesi olarak benimsediklerini göstermektedir.

Tablo 25. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Liderleri

(Halk gözünde KSS liderleri)			
2010 sıralaması		2009 sıralaması	
Şirket	Katılımcılara tercih oranı (%)	Şirket	Katılımcılara tercih oranı (%)
1 Sabancı Holding	60,8	1 Sabancı Holding	50,1
2 Turkcell	53,4	2 Koç Holding	45,9
3 Koç Holding	49,0	3 Turkcell	21,3
4 Ülker	34,4	4 Ülker	19,7
5 Arçelik	30,1	5 Arçelik	14,5
6 Eczacıbaşı Holding	15,0	6 Eczacıbaşı Holding	10,1
7 Avea	10,3	7 Akbank	9,4
8 Coca-Cola	7,6	8 Doğan Holding	6,6
9 Doğan Holding	7,3	9 İş Bankası	5,8
10 Garanti Bankası	7,0	10 Efes Pilsen	5,3
11 İş Bankası	6,8	11 Beko	4,6
12 Doğu Holding	5,9	12 Avea	4,5
13 Vestel	5,8	13 Anadolu Hayat Emeklilik	4,1
14 Anadolu Hayat Emeklilik	5,6	14 Doğu Holding	3,8
15 Zorlu Holding	4,6	15 Hürriyet	3,5
16 Türk Telekom/ Hürriyet	4,1	16 Vestel	3,3
17 Efes Pilsen	3,7	17 Zorlu Holding	3,2
18 Milliyet	3,3	18 Garanti Bankası	3,1
19 Sanko Holding	3,0	19 Coca-Cola	2,8
20 Eti / Aygaz	2,9	20 Milliyet	2,6

Kaynak: www.capital.com.tr (20. 11. 2011)

⁹ Seçil Deren van Het Hof, Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üçgeni: Şirketler, Toplum ve Toplum Kuruluşları, Tübitak, Şubat 2009, s. 22.

“Türkiye’nin Sosyal Sorumluluk Liderleri” araştırmasında, halkın kurumlardan yatırım yapmalarını beklediği en önemli alanlar arasında geçen yıllarda olduğu gibi yine eğitim ve öğretim başta geliyor. Sağlık ve sağlık hizmetlerine katkı, çevre ve doğanın korunmasına destek, hayır işleri yapılması eğitimi takip eden konular arasında yer alıyor. Halkın ve iş dünyasının özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki yeterlilikleri konusundaki görüşleri bu konuda özel sektörden beklentilerin hala çok yüksek olduğunu gösteriyor.

Tablo 26 iş dünyasının sosyal sorumlulukta hangi şirketi daha başarılı bulduğu konusunda 2011 yılı için yapılan araştırmada ortaya çıkan sonuçları vermektedir.

Tablo 26. Türkiye’de İş Dünyasınca Başarılı Bulunan Şirketler

(İş dünyasına göre KSS liderleri)			
Sıralama	Sıralama		İndeks puanı (%)
	2011	2010	
1	1	Turkcell	19,05
2	3	Koç Holding	7,79
3	5	Sabancı Holding	6,35
4	2	Eczacıbaşı Topluluğu	5,16
5	4	Garanti Bankası	4,56
6	6	Coca-Cola	4,41
7	7	Akbank	4,17
8	8	İş Bankası	3,37
9	9	Borusan Holding	2,03
10	14	Efes Pilsen	1,59
11	9	Türk Telekom	1,54
12	10	Yıldız Holding	1,33
13	14	Vodafone	1,28
14	*	Anadolu Grubu	1,09
15	*	Opet	1,04
16	*	Procter & Gamble	0,79
17	11	Milliyet	0,69
18	*	Eti	0,59
19	12/ *	Unilever/ Aygaz	0,54
20	13	Doğuş Holding	0,49

(*) Geçen yıl sıralamaya girmemiştir.

Kaynak: www.capital.com.tr (20. 11. 2011)

Türkiye'nin sorumlu şirketleri liginde üst sıralarda yer alan pek çok şirketin CEO'su, KSS projelerinin büyümeye, gelişmeye ve rekabet gücüne katkı sağladığını düşünüyor. Bu konunun işe etkisinin farkında olan şirketler, KSS projelerini de

"yardım" veya "sosyal destek" gibi görmüyor, çok profesyonel bir yaklaşımla ele alıyorlar.¹⁰

Halk tarafında iş dünyası tarafından çevre ve doğanın korunmasına destek verilmesi, toplum gelişimine katkıda bulunmak üzere sivil topluma destek olunması ülkede yatırım yapılması gerekli görülen diğer öncelikli sorunlar olarak belirtiliyor.

Seçil Deren van Het Hof tarafından TÜBİTAK projesi olarak yapılan araştırmada Şirketlerin topluma karşı sorumluluklarının başında ürün-hizmet ile ilgili sorumlulukların, sosyal sorumlulukların ve yasal sorumlulukların geldiği düşünülmektedir. Açık uçlu bir şekilde yöneltilen “Sizce şirketlerin topluma karşı ne gibi sorumlulukları vardır” sorusu, şirketlerden bir sorumluluk olarak öncelikle kalitenin beklendiğini ortaya çıkarmaktadır. Önemli şirket sorumlulukları içinde toplumsal içerikli faaliyetlerin altını çizenler de önemli bir yüzdelik dilimi kapsamaktadır. Kaliteli ürün/hizmet üretmeyi önde gelen bir şirket sorumluluğu olarak düşünenlerin oranı %30,25 iken “toplumsal içerikli faaliyetleri” sorumluluk olarak adlandıranların oranı %17,84 olarak görünmektedir. Öte yandan, yasalara uygun olarak üretimin yapılması da katılımcıların %11,03’ü için en önemli şirket sorumluluğu olarak düşünülmektedir.¹¹

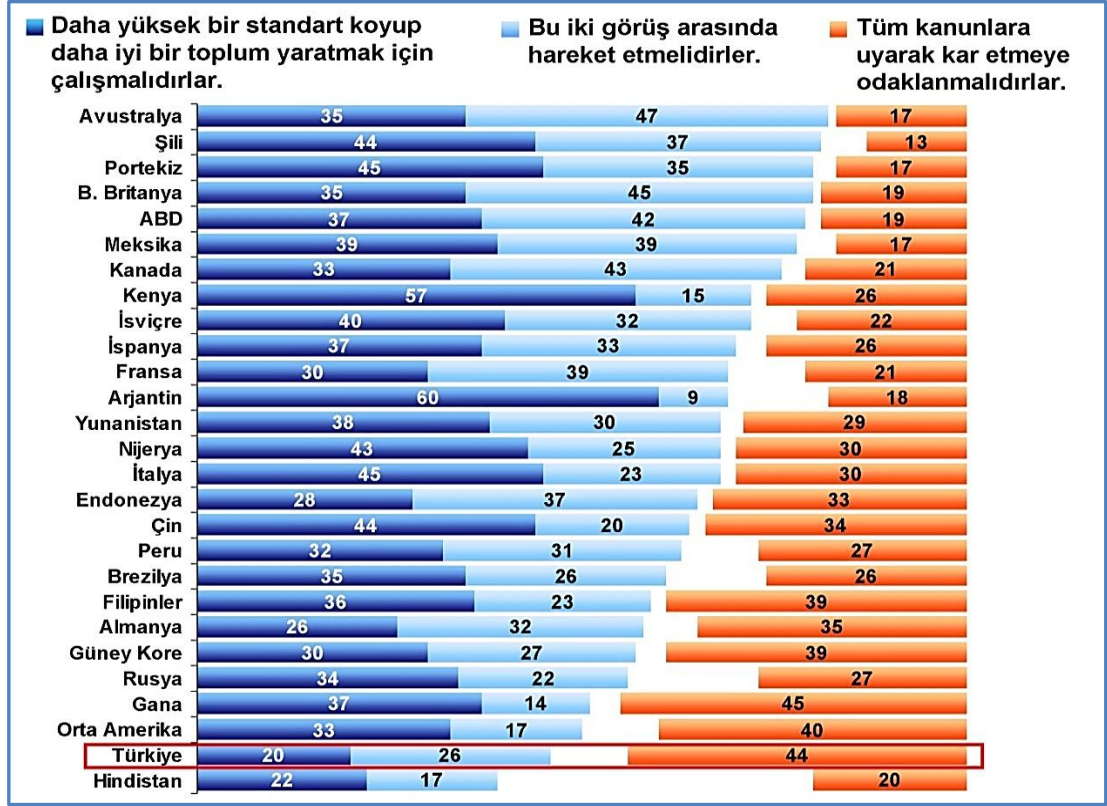
Türkiye dâhil edilerek yapılan bir diğer araştırma ise Kanada merkezli Globescan tarafından yönetilen, Türkiye halkasını Yöntem araştırmanın oluşturduğu projenin temel amacı küresel bağlamda ortaya çıkan ve süregiden sosyal trendleri yakalayarak şirketlerin geliştireceği KSS politikalarına yardımcı olmak ve kurumsal sorumluluk alanındaki itibarlarını karşılaştırmalı izlemektir.¹² Çünkü küreselleşerek değişen dünyada tüketiciler ya da yurttaşlar, şirketleri sadece ekonomiye olan katkıları ya da ürünlerinin özellikleri bakımından değil, topluma karşı gösterdikleri sosyal sorumlulukları bakımından da değerlendirip karşılaştırmaktadır.

¹⁰ “Yeni Sosyal Sorumluluk Gerçekleri”, (Çevrimiçi) www.capital.com.tr, 20. 11. 2011.

¹¹ Seçil Deren van Het Hof, **a.g.e.**, s. 31–32.

¹² Globescan Incorporated, Yöntem Araştırma Danışmanlık, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırması**, CSR Monitor 2008, p. 2.

Tablo 27. Büyük Şirketlerin Toplumdaki Rolü



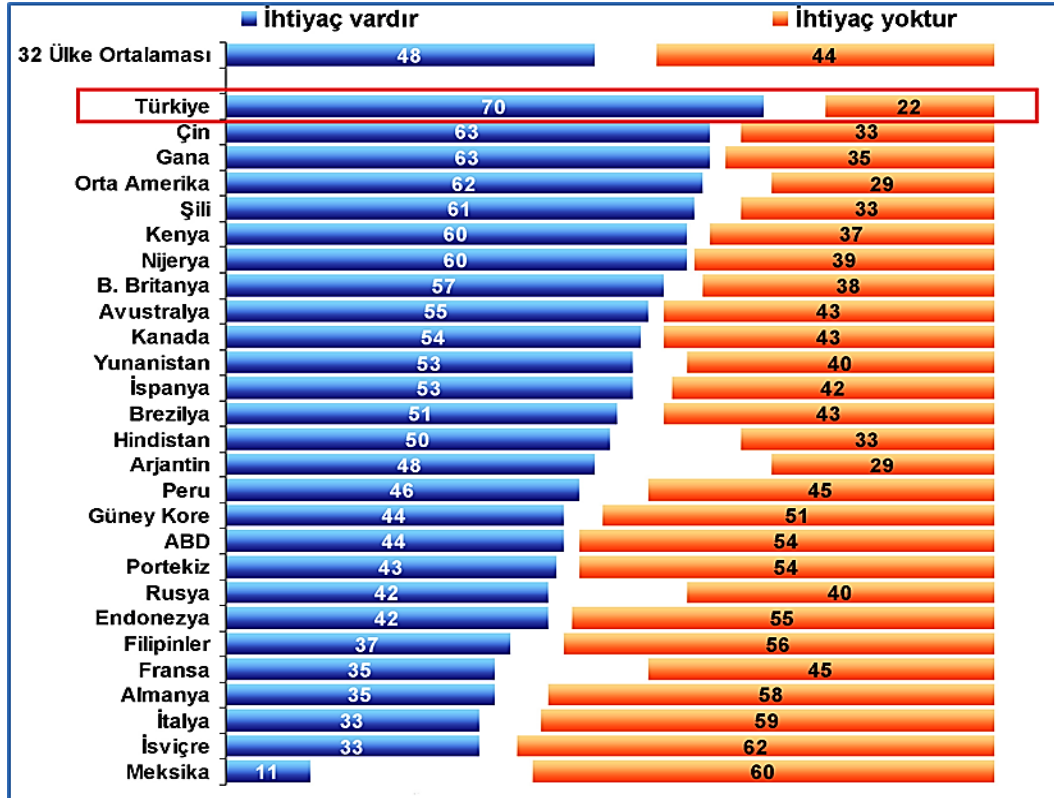
Bu tablodaki beyaz alanlar şirketlerden “Hiçbir beklentim yok/çok az beklentim var”, “Diğer” ve Cevap yok/Bilmiyorum cevaplarını temsil eder.

Kaynak: Globescan Incorporated, Yöntem Araştırma Danışmanlık, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırması, CSR Monitor 2008, p. 7.

CSR Monitör 2008, 32 ülkede 31.996 kişiyle kantitatif anlamda yüz yüze ya da telefonla görüşülerek gerçekleştirilmiş olup Türkiye örnek büyüklüğü 1000 kişidir. Tablo 27’de büyük şirketlerin toplumdaki rolü ülkeler bazında karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Yapılan araştırma sonucunda “kurumsal sosyal sorumluluk kanunlarına ihtiyaç vardır/yoktur” sorusuna Türkiye’deki örneklerin vermiş olduğu cevap, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında büyük çoğunluğun ihtiyaç vardır cevabı vermesiyle en yüksek değer olarak ortaya çıkması kurumsal sorumluluğun gönüllülük esasına göre değil çeşitli kanunlarla zorunlu olarak ortaya konması gerektiği düşüncesini vermektedir.

Tablo 28. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kanunlarına İhtiyaç Vardır/Yoktur



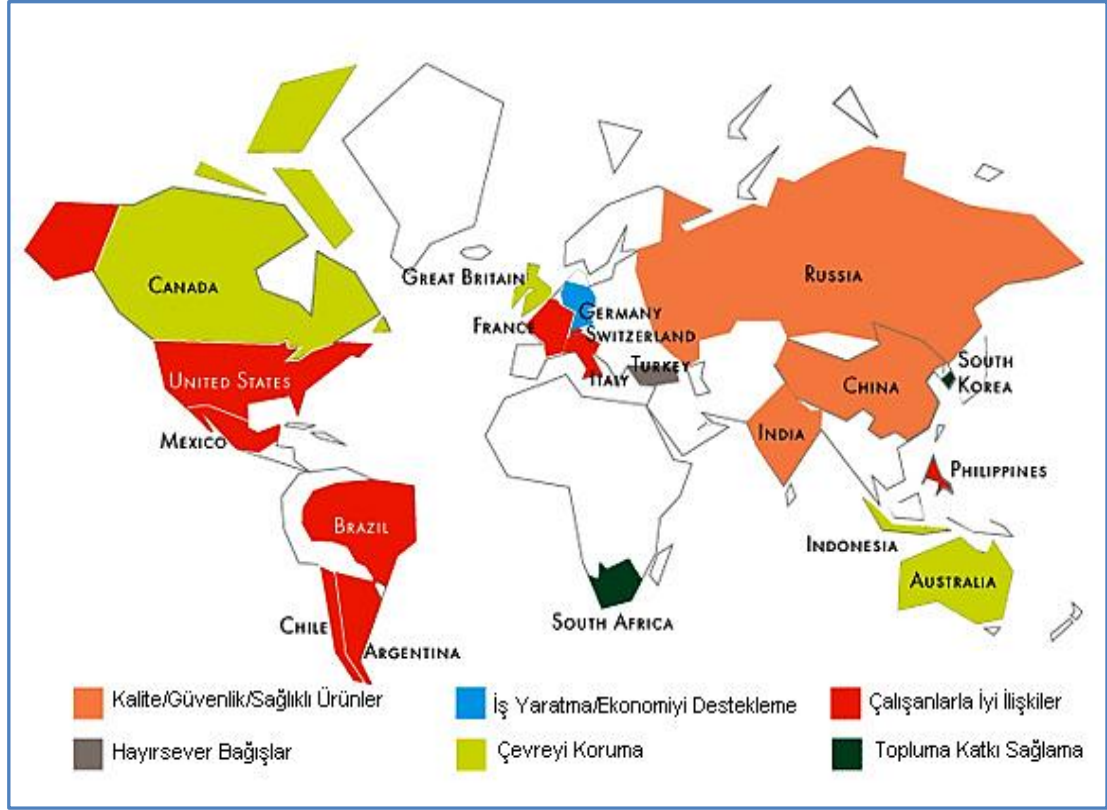
Bu tablodaki beyaz alanlar “Değişir/Ne katılıyorum ne katılmıyorum” ve Cevap yok/Bilmiyorum cevaplarını temsil eder.

Kaynak: Globescan Incorporated, Yöntem Araştırma Danışmanlık, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırması, CSR Monitor 2008, p. 10.

Globescan tarafından yapılan araştırmanın en göze çarpan sonucu ise ülkelere göre büyük şirketlerin sosyal olarak sorumlu olabilmesi için neler yapması gerektiği sorulduğunda sadece Türkiye’de hayırsever bağışlar olarak değerlendirilmiştir. Genel olarak bakıldığında en önemli tanımlayıcının, Birleşik Devletler, Fransa, İsviçre, İtalya, Filipinler ve araştırmaya katılan tüm Latin Amerika ülkelerinde çalışanlarla iyi ilişkiler olduğu, çevreyi korumanın ise Kanada, İngiltere, Avustralya ve Endonezya’da, Güney Afrika ve Güney Kore’de ise şirketlerin sorumlu olduğunu gösterebilmesi için topluma geri vermeleri gerektiği, Rusya, Çin ve Hindistan’da ise klasik sosyal sorumluluk yaklaşımı ile kalite ve ürün güvenliği olması gerektiği ortaya çıkmıştır.¹³

¹³ Globescan, “Definition of CSR in Different Countries”, (Çevrimiçi) http://www.globescan.com/rf_csr_definition_02.htm , 04.Aralık.2010.

Şekil 6. Ülkelere Göre KSS Tanımları



Kaynak: http://www.globescan.com/rf_csr_definition_02.htm (04 Aralık 2010)

Diğer bir araştırma yine GFK'nın yürüttüğü “Şirketler Ne Diyor” araştırmasıdır. Eylül 2007’de gerçekleştirilen araştırmada daha çok sponsorluklar göz önünde bulundurulmuştur. İş dünyasının sponsorluk tanımlamasına bakıldığında, araştırmaya katılanların sadece %44’ü sponsorluğu bir pazarlama aracı olarak gördüklerini belirtirken, %22’si bunu bir sosyal sorumluluk olarak tanımlamış ve %34’ü sponsorluğun her iki amaca da hizmet ettiği görüşünü savunmuştur. Tüm grubun %89’u sosyal içerikli projelerin (eğitim, sağlık, çevre, arkeoloji konulu projeler) en başarılı projeler olduğu inancına sahiptir.¹⁴

Sosyal girişimlerin alanlara göre dağılımına baktığımızda büyük bir farkla, kültür-sanat (% 32,7) ve eğitim (% 32,4) alanlarına öncelik verildiği görülmektedir. Onları çevre alanındaki (% 12,9) çalışmalar izlemektedir. Topluma yönelik

¹⁴ Göcenoğlu, Onan, , a.g.e., s. 31.

çalışmaların yüzdesel dağılımı % 10,7 şeklindedir. Spor ve sağlık alanlarında düşük oranda da olsa çalışmalara rastlanmıştır (% 10,4).¹⁵

Tablo 29. Türkiye’de Alanlarına Göre Sosyal Girişim Uygulamaları

Alan	Sayı	Yüzde
Kültür Sanat	89	32,7
Eğitim	88	32,4
Çevre	35	12,9
Toplum	31	11,4
Spor	16	5,9
Sağlık	13	4,8
Toplam	272	100

Kaynak: Mesude Canan Öztürk, Mine Ayman, Türkiye’de Özel Sektör ve Sosyal Sorumluluk Projeleri, s. 155.

Sosyal girişim uygulamalarının, toplumsal sorunların alanlarına göre bir öncelik sıralaması göstermesi beklenmektedir. Ancak analize konu olan işletmelere ait sosyal girişim uygulamalarının, alanlarına göre dağılımlarını değerlendirdiğimizde Türkiye’nin en büyük sorunu olarak ifade edilen eğitim alanının kültür/sanat alanıyla aynı oranda olduğu görülmektedir. Küresel ısınma sorunu nedeniyle özellikle gelişmiş ülkelerde en büyük uygulama alanı olarak çevre ele alınırken, analiz kapsamındaki özel işletmelerin çevre alanında uygulamaya çok az (yaklaşık olarak %13) yer vermesi dikkat çekicidir.¹⁶

3.1.3. Türkiye’deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Sorun ve Eğilimleri¹⁷

Türkiye’de şirketler KSS konusunda pek çok farklı sıkıntıyla karşılaşmaktadır. Bunlardan bazıları yasal zorunluluklarken, diğerleri tedarik kurallarına, yerel ve küresel standartlara uyumla ilgili sorunlar olabilmektedir.

¹⁵ Mesude Canan Öztürk, Mine Ayman, “Türkiye’de Özel Sektör Ve Sosyal Sorumluluk Projeleri”, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, t.y, s. 155.

¹⁶ Öztürk, Ayman, a.e., s.161.

¹⁷ KSSD, CSR Netherlands, CSR Consulting Turkey, **Uluslararası Ticarete Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri**, 2010, s. 16-17.

İşgücü uygulamalarında, özellikle ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) konvansiyonlarına ve SA8000 Standardı gibi gönüllülük esaslı önlemlere uygun şekilde, daha yüksek standartları hayata geçirmek gerekmektedir. Bu standartlar, pek çok özelliklerinin yanı sıra, eşit ve eşdeğerdeki iş için erkek ve kadın çalışanlara eşit ücret ödenmesi, işyerinde ayrımcılık yapılmaması, örgütlenme ve toplu sözleşme hakkı, mesai saatleri, sağlık ve güvenlik gibi konuları da kapsamaktadır.

Çocuk işçiliği sorunu, özellikle tarım gibi daha geleneksel sektörlerde hâlâ etkili bir şekilde ele alınmış değildir. Yolsuzluk ve rüşvetle mücadeleye her zamankinden daha çok özen gösterilmektedir; fakat bu ilkelere uyumun hem kurumlar hem de devlet düzeyinde daha etkili yöntemlerle takip edilmesi gerekmektedir.

Çevre sorunları açısından şirketler enerji, su ve hammadde tüketimlerini azaltırken, etkin üretim yöntemleriyle de giderek daha yakından tanışmaktadırlar. Verimlilikteki bu artışın temel itici güçlerini yüksek enerji fiyatları, “iklim değişikliği/karbon yasası” ile ilişkili kaygılar, bazı bölgelerde artan su sıkıntısı gibi unsurlar oluşturmaktadır. Devletin çevre kalite standartlarını Avrupa’daki yönetmeliklere uygun şekilde yükseltme çabaları da son dönemlerde artış göstermekte ve şirketlerin sorumluluk anlayışı içinde faaliyet göstermelerini teşvik etmektedir.

Yerel ve küresel hesap verebilirlik ve şeffaflık girişim ve uygulamaları Türk şirketlerini daha fazla sorumluluk üstlenerek iş yapmaya yönlendirirken, aynı zamanda raporlama standartlarına da özen göstermelerini sağlamaktadır. Türkiye’deki şirketler arasında iki küresel girişim uygulaması olan Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ve Küresel Raporlama Girişimi (GRI) Sürdürülebilirlik Raporlaması İlkeleri gittikçe daha fazla yaygınlık kazanmaktadır. Ayrıca, Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu'nun 2003'te yayımladığı Kurumsal Yönetişim İlkeleri de İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'na kayıtlı şirketlerin yıllık kurumsal raporlarını bu ilkelere uygun şekilde hazırlamalarını zorunlu tutmaktadır. Dolayısıyla kurumsal faaliyet raporları hazırlanırken insan kaynakları politikası,

müşterilere karşı sorumluluklar, tedarikçiler ve diğer paydaşlar, etik kurallar ve sosyal sorumluluk konularının da ele alınması gerekmektedir.

3.1.4. Türkiye’deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları

1. Solo İlköğretim Okulları Kişisel Hijyen Eğitimi¹⁸

İpek Kâğıt’ın, Milli Eğitim Bakanlığı işbirliğiyle yürüttüğü “Solo İlköğretim Okulları Kişisel Hijyen Eğitimi” projesi, öğrencileri “kişisel temizlik” konusunda bilgilendirmeyi ve temizlik kâğıdı kullanımının sağlık açısından önemi konusunda bilinçlendirmeyi amaçlıyor. Projenin başladığı 2002 yılından bu yana, 44 ildeki 7.350 okulda yaklaşık 5,8 milyon öğrenciye eğitim verildi.

Proje, Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen “Binyıl Kalkınma Hedefleri”ne ulaşılmasına en çok katkıda bulunan 10 projeden biri seçilerek, “2006 Uluslararası Özel Sektör Ödülü”nü kazandı. Ayrıca, Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan “İnsan Haklarını İş Dünyasına Entegre Etmek” (Embedding Human Rights into Business Practice) adlı kitapta yayımlandı. Proje, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın “2006 Geleneksel Tüketici Ödülleri” kapsamında “Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma” ve TÜHİD’in “Altın Pusula Halkla İlişkiler Ödülleri” kapsamında “2006 Jüri Özel Ödülü”nü de aldı.

2. Türkcell “Kardelenler” Projesi¹⁹

"Kardelenler" projesinde, ailelerinin maddi yetersizliği nedeniyle öğrenimlerine devam edemeyen kız çocuklara eğitimde fırsat eşitliği sağlanması ve kızlarımızın meslek sahibi, ufku açık "birey"ler haline gelmeleri amaçlanmaktadır.

28 Ağustos 2000 tarihinde Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlığı, Türkcell ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği tarafından düzenlenen bir basın toplantısıyla kamuoyuna duyurulan proje o yıllarda, Türkiye genelinde, okuma azmi ve kararlılığı gösteren 5.000 kız öğrenciyi kapsıyordu.

¹⁸ (Çevrimiçi) <http://www.eczacibasi.com.tr/channels/1.asp?id=623>, 15 Aralık 2010.

¹⁹ (Çevrimiçi) <http://kardelenler.turkcell.com.tr/tarihce.html>, 17 Aralık 2010.

Kardelenler Projesi'nin 7. yılında, Türkcell tarafından artık her yıl 10 bin kıza Kardelen bursu verileceği açıklandı. Bu sürpriz açıklama 14 Haziran 2007'de Kardelenler 7. Yıl davetinde Türkcell Genel Müdürü Süreyya Ciliv tarafından yapıldı. Her yıl 5000 kız öğrenciye verilen Kardelen bursu 2007 yılı itibariyle ikiye katlanmış oldu. Proje yurtdışı ve yurtiçi olmak üzere çeşitli ödüller almıştır.

2000 yılından itibaren proje dâhilinde yaklaşık;

- 20.000 öğrenciye Türkcell bursu verildi,
- 8.666 Kardelen liseden mezun oldu,
- 2707 Kardelen üniversiteyi kazandı,
- 755'i üniversiteden mezun oldu,

3. Sunjut “Rüzgâr Enerjisi Projesi”

Sunjut, 1968’den bu yana İstanbul’ da faaliyet gösteren ve özellikle teknik tekstil üretimi yapan bir şirkettir. Şirket yönetimi, ulusal ve uluslararası pazarda konumunu güçlendirmek için kullanılan elektrik enerjisinin bir bölümünü rüzgârdan sağlama kararı almıştır. Şirket bu proje ile ‘yenilenebilir kaynak kullanımı kurulumu sahipliği’ kategorisinde, endüstriyel üretim yapan bir şirkette ilk özel rüzgâr gücü tesisatı sıfatı ile Eurosolar tarafından ödüle layık görülmüştür. Toplam 12 Mw rüzgâr gücü santrali, üretimin enerji ihtiyacının büyük bir çoğunluğunu karşılamaktadır. Bu proje bir fabrika bahçesine kurulan ilk rüzgâr tarlası olduğundan Sunjut bundan sonra doğabilecek bürokratik engellerin aşılmasında da önemli bir rol oynamıştır. Böylece, Sunjut’tan sonra aynı uygulamayı yapmak isteyecek olan diğer şirketler için de yol açılmıştır.²⁰

4. Aygaz “Dikkatli Çocuk Bilinçlendirme Kampanyası”²¹

1998 yılında başlayan “Aygaz Ev Kazalarına Karşı Uyarıyor” kampanyasıyla, 400 bin ev kadınına eğitim veren Aygaz, 2002 yılında bu kampanyanın yön değiştirmesine karar vermiş ve çocuklara da eğitim verilmesi gerektiğini düşünerek “Dikkatli Çocuk Bilinçlendirme” kampanyasını başlatmıştır.

²⁰ Göcenoğlu, Onan, , a.g.e., s. 9.

²¹ (Çevrimiçi) <http://www.aygaz.com.tr/tr-TR/SosyalSorumluluk/SosyalSorumlulukProje>, 23 Aralık 2010.

Aygaz, Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası'nı 2002 yılında yangın, ilkyardım, trafik, deprem, ev ve okul kazaları konularında ilköğretim öğrencilerini bilinçlendirmek ve bilgilendirmek amacıyla başlatmıştır.²² Yapmış olduğu post-testler sonucunda, 2007 yılı sonunda kampanyanın şekil değiştirmesine ve içeriğinin yenilenmesine karar verilmiştir. 2007 yılı sonu itibariyle kampanya konuları güvenlik, sağlık ve çevre-tasarruf olarak şekillendirilerek kampanya Dikkatli Çocuk Bilinçlendirme Kampanyası'na dönüştürülmüştür.

2008 Türkiye turu, Orta Anadolu ve Karadeniz Bölge illerini kapsamıştır. Toplam 11 il, 40'tan fazla okulu ziyaret eden ekip, yaklaşık 13.000 ilköğretim öğrencisinin Dikkatli Çocuk olmasını sağlamıştır. Eğitimler sırasında Aycan hem çocuklara verilen eğitime destek vermiş, hem de onlarla oyunlar oynayarak hediyeler dağıtmıştır. Projeye özel hazırlanan filmlerin ve şarkıların bulunduğu CD, çizgi roman ve Aycan kumbarası öğrencilere hediye edilmiştir. 2002 yılında hayata geçirilen proje ile şu ana kadar 347 bin çocuğa ulaşılmıştır.

5. Milliyet "Baba Beni Okula Gönder"²³

Milliyet gazetesi, Türkiye'nin en önemli sorunlarından birinin eğitim olduğu ve özellikle kız çocuklarının eğitimden mahrum kaldığı gerçeğinden yola çıkarak, 2005 yılında gelecek nesillerin yetişmesi konusunda birincil rol üstlenecek olan kız çocuklarının eğitimine yönelik "Baba Beni Okula Gönder" sosyal sorumluluk projesini hayata geçirdi. Projenin amacı Türkiye'nin refah seviyesinin yükseltilmesinde nüfusun yarısını oluşturan kızların, üretken bireyler olarak topluma kazandırılmasına katkıda bulunmaktır.

23 Nisan 2005 tarihinde başlayan kampanya kapsamında şimdiye kadar 10.000'e yakın kız çocuğuna üç yıllık eğitim bursu sağlandı, 32 yurdun ve 11 ilköğretim okulunun yapımı üstlenildi. Tüm kız öğrenci yurtlarının kütüphanelerine

²² Aylin Göztaş, E. Pelin Baytekin, "Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Çocukların Bilinçlendirilmesi Ve Eğitimi Türkiye'den Bir Uygulama Örneği: Aygaz 'Dikkatli Çocuk' Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası", **Journal of Yaşar University**, 4(13), t.y, s.2010.

²³ (Çevrimiçi) <http://www.doganholding.com.tr/kurumsal-sosyal-sorumluk/baba-beni-okula-gonder.aspx>, 23 Aralık 2010.

ve talebini ulaştıran diğer köy okullarına toplamda 20.000'e yakın kitap dağıtıldı. Çeşitli eğitimler, sosyal faaliyetler gerçekleştirildi.

Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği ile Milliyet gazetesinin birlikte yürüttüğü Baba Beni Okula Gönder, 23 Nisan 2005'te yola çıkıldığından bu yana, 110 binin üzerinde destekçi tarafından 30 milyon TL'ye yaklaşan bir kaynak sağladı.²⁴

"Baba Beni Okula Gönder" projesi bugüne kadar aralarında IPRA Birleşmiş Milletler zel dl ve üç yıl st üste Capital dergisi tarafından yapılan anket sonucu verilen En Beğenilen Sosyal Sorumluluk Projesi dl'nün de yer aldığı 19 ödül kazanmıştır.

Tablo 30. Türkiye'deki Başarılı KSS Projeleri

Halkın gözünden başarılı KSS projeleri							
(Halk genelinde en başarılı sosyal sorumluluk projeleri)							
2010 sıralaması			2009 sıralaması				
Kampanya	Kampanyayı başlatan şirket	Katılımcılara tercih oranı (%)	Kampanya	Kampanyayı başlatan şirket	Katılımcılara tercih oranı (%)		
1	Baba Beni Okula Gönder	Milliyet	23,5	1	Baba Beni Okula Gönder	Milliyet	21,1
2	Haydi Kızlar Okula	Unicef	12,2	2	Haydi Kızlar Okula	Unicef	15,7
3	Aile İçi Őiddete Son	Hürriyet	7,1	3	Aile İçi Őiddete Son	Hürriyet	11,4
4	Yaşasın Okulumuz	Show TV	3,5	4	Türkiye l Olmasın	Tema	5,2
5	Eğitimde Gönül Birliği	Arçelik	3,0	5	Eğitime Yüzde 100 Destek	Türk Telekom	3,3
6	Hayata Artı Gençlik Programı	Coca-Cola	2,6	6	Geleceğimiz Erimesin	Tema	2,2
7	Kardelenler-ağdaş Türkiye'nin ağdaş Kızları	Turkcell	2,0	7	Kardelenler-ağdaş Türkiye'nin ağdaş Kızları	Turkcell	1,9
8	Osteoporozdan Korunmak İçin Sağlık İçin Sağlıklı Süt İçin	Tetrapak	1,6	8	Burs Takviyeleri	Sabancı Vakfı	1,7
9	Geleceğimiz Erimesin	Tema	1,4	9	Eğitimde Gönül Birliği	Arçelik	1,3
10	Güneydoğu Anadolu B, Yaz Anaokulları ve Aile Destek Projesi	Vodafone Vakfı ve AÇEV	1,3	10	İnsana Saygı Trafikte Saygı	ToyotoSa	1,2

Kaynak: www.capital.com.tr (20. 11. 2011)

Tablo 30 incelendiğinde bize halkın en başarılı bulduğu kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin öncelikle eğitime destek projeleri olduğu görülüyor. Bu kapsamda halk genelinde en başarılı sosyal sorumluluk projeleri sıralamasında Milliyet'in 'Baba Beni Okula Gönder' projesi 1'inci, Unicef'in 'Haydi Kızlar Okula' projesi 2'nci, Hürriyet'in 'Aile İçi Őiddete Son' kampanyası ise 3'nc sırayı almış durumdadır. Bunları sırasıyla 2010 yılı sonuçlarına göre, Yaşasın Okulumuz,

²⁴ KSSD, Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği Eylül Haber Bülteni, Cilt 2, Sayı 9, 2010, s. 9.

Eğitimde Gönül Birliği, Hayata Artı, Kardelenler, Sağlık İçin Süt İçin, Geleceğiniz Erimesin ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Yaz Anaokulları ve Aile Destek Projeleri takip etmektedir.

3.2. TÜRKİYE’DE KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ

Küresel pazarı ortak toplumsal değerler ve kurumsal uygulamalar örgüsüne eklemek, bir anlamda tarihe yön verecek bir adımdır. Zira ulusal düzeyde kamu yararını gözeten hükümetler varsa da, küresel düzeyde bu işlevi gören bir kurum mevcut değil ve uluslararası örgütler bu açığı kapatmakta yetersiz kalmaktalar. Annan, bu alanda özel sektörün kilit rolü oynayabileceğine inanıyordu; çünkü istikrarlı ve sürdürülebilir bir küresel ekonominin sağlanamaması halinde sadece çokuluslu dev şirketlerin değil, daha küçük çaplı ulusal ve yerel şirketlerin de kaybedeceği çok fazla şey vardı. Dahası, özel sektör diğer toplumsal aktörlerin elinde olmayan bir kapasiteye sahipti: Uluslar üstü şirketler ve tedarik zincirleri sayesinde dünyanın dört bir yanına ulaşıyor; faaliyet gösterdiği toplulukları doğrudan etkileyebiliyor ve hiçbir hükümetin ya da uluslararası örgütün erişemeyeceği bir hızda hareket edebiliyordu.²⁵

Kofi Annan, özel sektörü İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, Çalışmaya İlişkin Temel Haklar ve İlkeler ILO Bildirgesi, Rio Çevre ve Kalkınma Bildirgesi ve Birleşmiş Milletler Yolsuzluk Karştı Toplantısı’ndan derlenmiş²⁶ Küresel İlkeleri benimsemeye 1999 yılında davet etmiştir. Türkiye tarafından ilk katılım ARGE DANIŞMA ve KALDER’in 2002 yılında başvurusu ile başlamış Kasım 2010 itibariyle Erva İnşaat Taah. San. ve Tic. AŞ.’nin başvurusuyla 207 katılımcıya ulaşmıştır.²⁷

UNDP Küresel İlkeler Sözleşmesi’nin tanıtımını ilk olarak 2002 yılının Mart ayında geniş özel sektör katılımlı Forum İstanbul “2023’e doğru” toplantısında yapmıştır. Aynı şekilde, Binyıl Kalkınma Hedefleri’nin tanıtımı da Mart 2004 tarihli

²⁵ John G. Ruggie, **a.g.e.**, s.22.

²⁶ Ursula Wynhoven, **Global Compact Performance Model**, Editör: Jan Jonker, Marinus Cornelis de Witte, Management Models for Corporate Social Responsibility, Springer Berlin, 2006, p.63.

²⁷ “United Nations Global Compact Participants & Stakeholders”. (Çevrimiçi), <http://www.unglobalcompact.org/participants/search> 10 Aralık 2010.

Forum İstanbul toplantısında gerçekleşmiştir. UNDP İstanbul proje ofisinin Eylül 2005'te açılışı KİS sürecini hızlandıran önemli bir dönüm noktası olmuştur. Özel Sektör İşbirliği Projesi özel sektörün kalkınma sürecine entegre edilmesi ve Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin teşvik edilmesi için önemli bir adım olmuştur. UNDP'nin 2006 yılında yürüttüğü KİS destekleme stratejisinin de katkısıyla, KİS katılımcılarının sayısı hızla artmıştır.²⁸

3.2.1 Küresel İlkeler Sözleşmesi Türkiye İletişim Ağı

Küresel İlkeler Sözleşmesi Türkiye iletişim ağı en büyük on ağdan bir tanesi olup 2002 yılında kurulmuştur.²⁹ Türkiye iletişim ağı 2009 yılında İstanbul'da yapılan yıllık yerel ağlar forumuna ev sahipliği yapmıştır.

Yerel İletişim Ağları katılımcıların gruplar halinde bir araya gelerek belirli bir coğrafya ya da sektör kapsamında KİS ve ilkelerinin yaygınlaştırılması amacıyla bağımsız koordinasyon ve yönetim yapıları oluşturmalarıdır. Yerel İletişim Ağları'nın farklı ulusal, kültürel alanlarda KİS'nin benimsenmesi ve ayrıca KİS'nin hızla yayılmasının yapısal sonuçlarını yönetmeye yardımcı olması nedeniyle artan bir önemi vardır. Yerel İletişim Ağları'nın rolü temelde KİS'ye katılan kurumların (hem yerel şirketlerin, hem de yabancı şirketlerin yan kuruluşlarının) çoklu paydaş katılımı ve ortak bir eylemi gerçekleştirmeleri için fırsatlar yaratırken on ilkenin uygulanmasıyla ilgili ilerleme sağlamalarını da kolaylaştırmaktır. Ayrıca, iletişim ağları katılımcıların kendi etkinlikleri ve faaliyetleri aracılığıyla öğrenme deneyimlerini derinleştirirken yaygın BM hedeflerinin desteğinde gerçekleşen eylemleri de teşvik etmektedir.³⁰ Yerel İletişim Ağları aynı zamanda küresel ilkeler sözleşmesi katılımcılarına yıllık ilerleme bildirimlerinin hazırlanmasında yardımcı olurlar.³¹

KİS Türkiye İletişim Ağı temsilcisi Yılmaz Argüden'dir. Yürütme kurulu ise Aksa Akriyelik, ARGE Danışmanlık, Coca Cola, Koç Holding, Sabancı Holding,

²⁸ Göcenoğlu, Onan, , a.g.e., s. 20.

²⁹ Yılmaz Argüden, "A Sector Specific Approach to Deployment of Global Compact", **Global Compact Network Turkey**, t.y, s. 2.

³⁰ UNGC, a.g.e., s.20.

³¹ UNGC, **After the Signature**, A Guide to Engagement in the United Nations Global Compact, 2009, p. 24.

TİSK, TÜSiAD ve ZED Tanıtım'ın temsilcilerinden oluşmaktadır.³² Yürütme kurulu KİS Ulusal Ağını geliştirmede dört ana başlık belirlemiştir;³³

1. *Pazarlama & İletişim*

- Çabaların İzlenmesi,
- Etkin bir iletişim ağı olabilmek için kültür paylaşımının artırılması,
- Birleşmiş Milletler'den gelen bilgilerin paylaşımı,
- Ağ katılımcılarıyla son gelişmeleri paylaşma ve bilgilerin aktarılması için toplantı, seminerler organize edilmesi,
- Küresel ilkeler ve Türkiye Ağı bilinirliğini arttırmak için aktiviteler oluşturmak.

2. *Raporlama Performansının Geliştirilmesi*

- İlerleme Bildirimi (COP) izleme/yönlendirme,
- İlerleme Bildirimi (COP) standartlarını geliştirmek için faaliyetler düzenlemek,
- Türkiye'den dikkate değer İlerleme Bildirimlerinin (COP) sayısını arttırmak.

3. *İçerik Geliştirme (Bilgi Yaratma)*

- Katılımcıların etik ve temel değerler içerisinde çalışmalarını teşvik edecek mekanizmalar geliştirmek (Ödül süreci geliştirme),
- Düzenli yayınlar oluşturmak, Türkçe literatürü geliştirmek,
- Yeni gelişmeleri, araştırma kurumlarının desteği ve akademik çalışmaları tarayarak iletişim ağı için standartların gelişmesinde aktif rol almak.

4. *İletişim Ağının Geliştirilmesi*

- Katılımcıların sayısını arttırmak,
- İletişimde olmayan katılımcıların sayısını azaltmak.

Türkiye'nin en çok vergi veren ilk 15 şirketinin 6'sı, en büyük 20 şirketler grubunun 12'si, en büyük sanayi ve ticaret odalarından 2'si KİS katılımcısıdır.³⁴

³² Yılmaz Argüden, Turkish Global Compact Network Introduces an Innovative Sectoral Approach, **Global Compact Network Turkey**, İstanbul 2010, s. 8.

³³ Deniz Öztürk, The UNGC Local Network Türkiye Activities Report 2009, **Global Compact Network Turkey**, p. 6.

2009 yılında şirketler, yerel iletişim ağlarının da yardımıyla yıllık ilerleme bildirimini hazırlanmasında 2008'deki %50 değerinden %57'ye çıkarmıştır. Diğer şirketlerle iletişim ve ilkelerin uygulanmasında yardım, şirketlerin ağlara katılımının en bilinen sebebidir.³⁵

3.2.2. Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi

Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi (COP) 2005 yılında standart bir uygulama olmuştur. Bu bildirim zorunlu olup, katılımcı organizasyonun küresel ilkeleri, organizasyonun gereksinimleri doğrultusunda uygulamaları ve görevlerini geliştirmede nasıl icra ettiğini ortaya koymaktadır. Küresel ilkelerin organizasyonun fonksiyonlarını nasıl etkilediği temel bilgilerinin yanı sıra girişime bağlılığı korumaya yardım eder.³⁶

Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne katılmak isteyen şirketlerin Girişim 'in insan hakları, işgücü, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarındaki on ilkesini şirket politikalarında, operasyonlarda ve kurumsal kültürde hayata geçirme hususunda açık bir taahhütte bulunması gerekmektedir. Gönüllülük esasına dayalı bir girişim olmakla birlikte, Küresel İlkeler Sözleşmesi katılımcıların yaptıkları taahhütleri eyleme geçirmesini beklemekte, bu nedenle katılımcılarının kurumsal sorumluluk alanındaki çabalarını her yıl rapor etmesi şartı koşmaktadır. Bu raporlama sürecine "İlerleme Bildirimi" (COP) adı verilmektedir.³⁷

COP, Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin on ilkesinin uygulanmasında ve mümkün ise BM hedeflerinin ortaklıklar aracılığıyla desteklenmesinde kaydedilen ilerlemeler konusunda paydaşlara (tüketiciler, çalışanlar, sendikalar, hissedarlar, medya, devlet) yapılan bildirimdir.

³⁴ Yılmaz Argüden, "Understanding the COP Process", **Global Compact Network Turkey**, İstanbul 2009, s. 3.

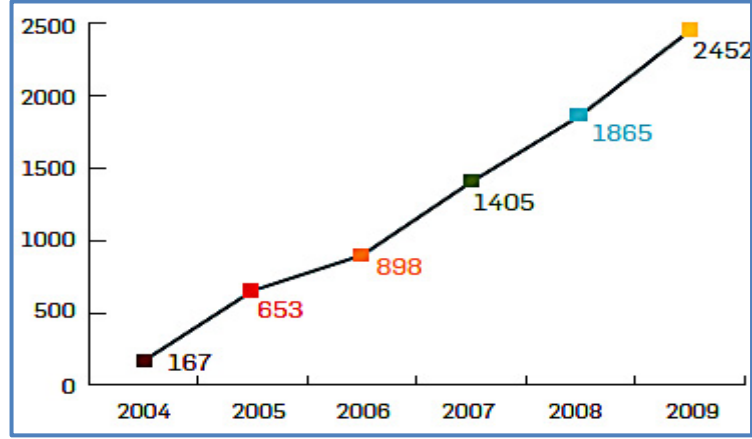
³⁵ UNGC, United Nations Global Compact Annual Review, Anniversary Edition, New York June 2010, p. 26.

³⁶ Byrd, , **a.g.e.**, p. 74.

³⁷ UNGC, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi Konusunda Pratik Rehber, Mart 2008, s. 8.

Tablo 31 yıllar itibariyle Küresel İlkeler Sözleşmesi web sitesinde yayınlanan İlerleme bildirimleri sayıları vermektedir. Tablodan yıllar itibariyle katılımın giderek hızla arttığı gözlenmektedir.³⁸

Tablo 31. Küresel İlkeler Web Sitesinde Yayınlanan İlerleme Bildirimi (COP) Sayısı



Kaynak: UNGC, United Nations Global Compact Annual Review, Anniversary Edition, New York June 2010, p.68.

Tablo 31’da görüldüğü üzere 2008 yılına kıyasla 2009 yılında %32’lik bir artış göstermektedir. 5000’in üzerinde şirket katılımına rağmen %47’si yıllık olarak rapor sunmaktadır. Bu da katılımcıların yaklaşık olarak yarısının aktif statüsünü sürdürmekte güçlük yaşadığını göstermektedir.

Şirketler ilk ilerleme bildirimlerini Küresel İlkeler Sözleşmesi’ne katılımı izleyen iki yıllık süre içerisinde ve bunun sonrasında her yıl bir kere teslim ederler. Bir şirketin Küresel İlkeler Sözleşmesi girişiminin “aktif” katılımcısı olarak kalabilmesi için COP politikasının gereklerini yerine getirmesi gerekmektedir. Şirketler İlerleme Bildirimlerini yıllık mali rapor ya da Sürdürülebilirlik Raporu gibi mevcut raporlama mekanizmalarıyla bütünleştirmeye teşvik edilmektedir.

COP politikası, kamuoyuna karşı sorumluluk, şeffaflık ve sürekli iyileştirme kavramlarına dayanmaktadır. Bu politika, şirketin Küresel İlkeler Sözleşmesi’ne katılımını inanılır bir hale getirmeye yardımcı olmak, kurumsal sorumluluk uygulamaları alanında şirketler ve paydaşlar tarafından öğrenme ve analiz için

³⁸ UNGC, a.g.e., p. 68.

kullanılabilecek bir veri havuzu sağlamak ve Küresel İlkeler Sözleşmesi girişiminin bütünlüğünü korumak da dâhil olmak üzere birçok önemli amaca hizmet etmektedir.

3.2.2.1. Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildiriminin Faydaları

İlerleme Bildirimi, Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne iştirak edildiğini göstermekten çok daha faydalı olabilir. İlerleme Bildirimine dâhil edilen bilgiler, çalışanlar, yerel halk, yatırımcılar, sivil toplum ve iş ortakları da dâhil olmak üzere geniş bir yelpazeye yayılan paydaşların finansal raporların dışındaki bilgi ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılayabilir.³⁹ Aşağıda şirket içi ve dışarıya dönük faydaları verilmiştir.

3.2.2.1.1. İlerleme Bildiriminin İçsel Faydaları

Şirketi bir sürdürülebilirlik vizyonu ve stratejisini tanımlama ve hayata geçirme hedefi doğrultusunda motive eder,

Şirketi kurumsal vatandaşlık etkinliklerini çekirdek niteliğindeki iş operasyonlarıyla bütünleştirmeye ve değer zincirinin olumlu sosyal etkilerini artırmaya motive eder,

CEO'nun kurumsal yönetime ve liderliğe olan bağlılığını artırır ve raporun hazırlanması, gözden geçirilmesi ve onaylanması aşamaları ile üst düzey yönetimin katılımını geliştirir,

İş hayatındaki risk ve fırsatların belirlenmesine yönelik çabaları destekler,

Farklı kurumsal departmanları (ör. İnsan kaynakları, İletişim, Çevre, Sağlık ve Güvenlik, Operasyon, Halkla İlişkiler) birbirine bağlanmak suretiyle şirket içi bilgi paylaşımını ve öğrenmeyi teşvik eder,

İlerlemenin değerlendirilmesine yönelik şirket içi uygulamaları harekete geçirir ve sürekli performans iyileşmesine katkı sağlar ve

Üst düzey yönetimin çevre, toplum ve yönetim konularına olan bağlılığını çalışanların gözünde vurgular ve netleştirir.

³⁹ UNGC, **a.g.e.**, s. 18.

3.2.2.1.2. İlerleme Bildiriminin Dışsal Faydaları

Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne aktif şekilde iştirak edildiği gösterir ve ilkeleri iş stratejisi ve operasyonlarla bütünleştirmek amacıyla ilgili eylemleri açıklar,

Daha fazla şeffaflık ve güven yaratımı sayesinde şirketin itibarını ve marka değerini artırır;

Bir sürdürülebilirlik vizyonunu, stratejisini ve uygulama planını dillendirmek suretiyle paydaş ilişkilerini geliştirir;

İşbirliği sayesinde paydaşlara önemli öğrenme olanakları sağlar;

Sosyal sorumluluk yönü olan yatırım fonu ya da endekslerine katılım olasılığı artırır ve

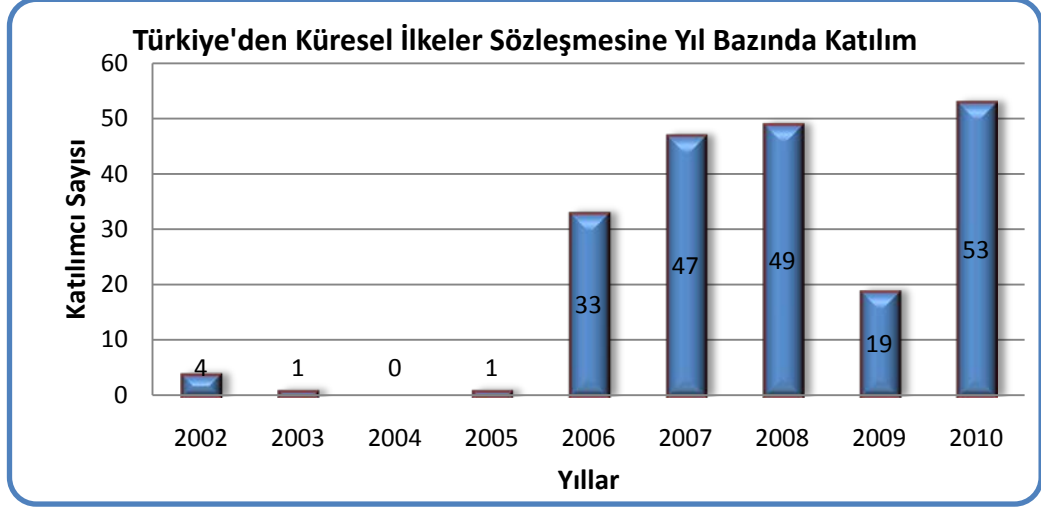
Şirketin Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne iştirakinin halkla ilişkiler çalışmasından ibaret olmadığını gösterir.

3.3. Küresel İlkeler Sözleşmesi Türkiye İncelemesi

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi iş dünyasını, sivil toplum kuruluşları, ticaret birliklerini ve akademik çevreleri dört ana başlık altında standartlara uygun davranılması konusunda yönlendirir. Bunlar sırasıyla insan hakları çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadeledir. Türkiye'den iş dünyası ile birlikte sivil toplum kuruluşları, ticaret odaları ve akademik çevreler her geçen gün artan bir şekilde Küresel İlkeler Sözleşmesini imzalamaktadır.

Bu araştırmada kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesini imzalayan 207 katılımcıdan Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi web sayfasında ilerleme bildirimini altında kurumsal sosyal sorumluluk raporlarını yayınlamış olan sadece 57 kurum kullanılmıştır. Fakat yıllar içerisinde en fazla katılım 2010 yılında gerçekleşmiş ve bu 53 katılımcının ilk raporlarının yayınlanması 2011 yılı içerisinde gerçekleşeceğinden kesin sayı vermek biraz güçtür. Tablo 32 Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesine yıllara göre katılım sayısı göstermektedir.

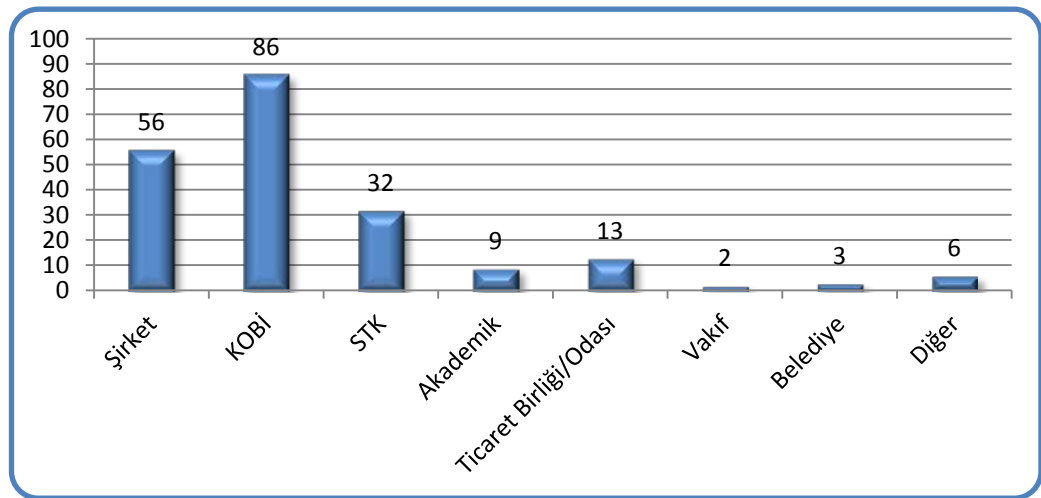
Tablo 32. Türkiye'den Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılım Sayıları



Katılımcı türleri göz önüne alındığında sırasıyla; 56 adet şirket, 86 adet KOBİ, 32 adet Sivil Toplum Kuruluşu, 9 adet akademik çevreden katılım (çoğunlukla üniversiteler), 13 adet ticaret birliği ve oda, 2 adet vakıf, 3 adet belediye ve diğerlerinden oluşmaktadır.

Öne çıkan katılımcılardan ikisi en büyük ticaret odaları olan İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'dır (BTSO). İTO Türkiye'nin gayrisafi milli hasılasının %27'sini temsil ederken, BTSO ise 30.000'in üzerindeki KOBİ'yi temsil etmektedir.⁴⁰

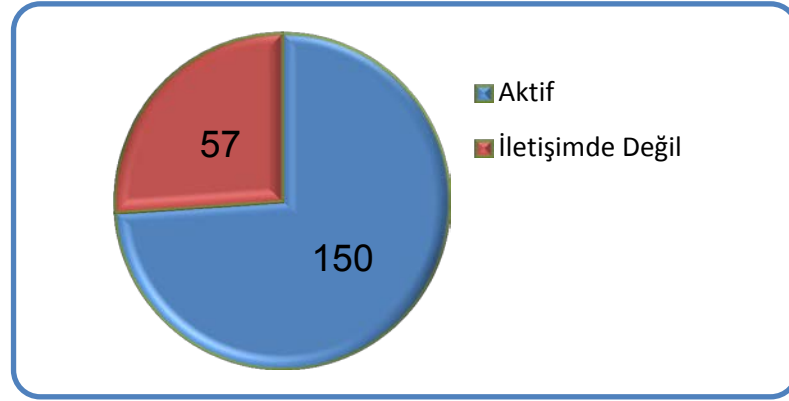
Tablo 33. BMKİS Katılımcılarının Türlerine Göre Dağılımı



⁴⁰ Öztürk, a.g.e., s. 3.

Tablo 34 ise BMKİS’ni imzalamış olan Türk katılımcıların iletişim durumlarını göstermektedir. Bilindiği üzere yeni katılımcılar izleyen ilk iki yıl içerisinde, diğerleri ise her yıl girişime olan desteklerinin sürdüğünü belgelemek için ilerleme bildirimlerini yayınlamak zorundadırlar. İlerleme bildirimini yayınlamayan kurumlar izleyen yıl içerisinde iletişimde değil olarak sınıflandırılır ve sonrasında katılımdan çıkarılırlar. İlerleme bildirimi yayınlamakta geciken kurumlar niyet mektubu göndererek ek süre talep edebilmektedir.

Tablo 34. BMKİS Türkiye Katılım İletişim Durumu



Araştırmanın amacı, kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesini imzalayan 207 adet Türkiye’den katılımcı kurumun “Küresel İlkeler Sözleşmesi” web sitesinde yayınlanan raporlarının içerik açısından karşılaştırmalı olarak incelenmesidir. Raporların incelenmesi Aydınant tarafından yapılan çalışmada kullanılan BMKİS 4 ana ve 42 alt ifade temel alınarak yapılmıştır.

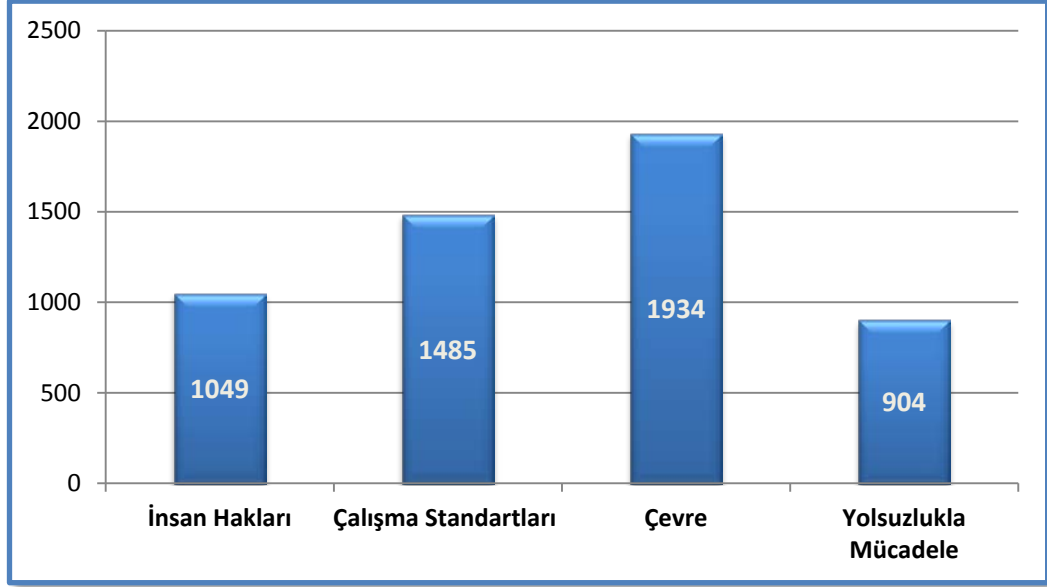
Tablo 35. BMKİS Ana ve Alt İfadeleri

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi Ana İlkeler ve Alt İfadeler			
İnsan Hakları	Çalışma Standartları	Çevre	Yolsuzlukla Mücadele
1. Ayrımcılığa gitmeme	1. Örgütlenme özgürlüğü	1. Çevreyi koruma	1. Haraç, tehdit ve rüşvete izin vermeme
2. Çalışanlara eşit davranma ve eşit çalışma şartları	2. Toplu sözleşme hakkı	2. Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak	2. Kuruluşun adına ve ürettiği ürünlerin markasına zarar getirmeme
3. Fikirleri özgürce ifade edebilme	3. Zorla ve istemeden çalıştırmama	3. Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma (Örn: kampanyalar düzenlemek, tüm çalışanların katılımını sağlamak vb.)	3. Şeffaf olma
4. Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama	4. Çocuk işçi çalıştırmama	4. Atıkların geri dönüşümü	4. Güven duygusu uyandırma
5. Çalışan refahı	5. Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)	5. Doğal kaynakların tutumlu kullanılması	5. Ahlaka uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma
6. İnsana değer verme	6. Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme	6. Geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanma	6. Doğru ve dürüst davranışlar sergileme
7. Farklıklara saygı duyma	7. Çocuk işçi çalıştıran şirketlerle iş yapmama	7. Çevreyle dost teknolojileri kullanma	7. Tüketici tatmini
8. Eğitime destek, okullarda kampanyalar	8. Çalışanlara fikirlerini yazılı ya da sözlü olarak ifade etme özgürlüğü	8. Bilimsel araştırmaları ve teknolojik gelişmeleri takip ederek çevresel kirlenmeyi önleme	8. Çalışanların işgal ettikleri mevkileri kişisel ya da kurumsal çıkarları için kullanmamaları ve yasal olmayan ödeme tekliflerini reddetmeleri
9. İnsan hakları suçu işlememek	9. Sözleşme ve sosyal güvenlik	9. Enerji, elektrik, su ve doğalgaz tasarrufu	
	10. Çalışanların kararlara katılımı		
	11. Ücretlerin ve sosyal hakların adil dağıtımı		
	12. İşe almada, seçmede ve yükselmede eşit haklar sağlanması		
	13. Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı		
	14. Uygun çalışma saatleri		
	15. Nitelikli insan kaynağının işletmede tutulabilme ve geliştirme		
	16. Eşit çalışma fırsatları		

Kaynak: Belgin Aydıntan, 'Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılan Türk Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Karşılaştırmalı Analizi', y.y, 2008,s. 9.

Tablo 35 BMKİS'nin belirlemiş olduğu 4 ana ilke; insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele başlıkları altındaki 10 temel ilke ve ana ilkelerin altındaki 42 alt ifadeye yer vermektedir.

Tablo 36. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde 4 Ana İlkeye Atıfta Bulunma Değerleri



Tablo 36’da açıkça görüldüğü gibi çevre ilkesine yapılan atıflar ilk sırayı almaktadır, sırasıyla çalışma standartları, insan hakları ve son olarak yolsuzlukla mücadele olmuştur. Aydın’tan tarafından 2008 yılında yapılan çalışmada en fazla atıf çalışma standartlarına yapılmaktaydı. Zamanla birlikte çevre ilkesinin önem kazandığı değerlendirilmektedir. İnsan hakları ve yolsuzlukla mücadele sırasında değişiklik olmamıştır.

Tablo 37. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde İnsan Hakları İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum

İnsan Hakları	
1	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş.
2	Doğuş Grup
3	Türkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
4	Coca-Cola İçecek
5	Koç Holding

Tablo 37 BMKİS katılmış olan 207 kurumdan ilerleme bildirimini yayınlayan 57 kurum içerisinde insan haklarına en fazla atıfta bulunan ilk 5 kurumu vermektedir. Tablo 36’da görüldüğü üzere ön sıralarda çıkan bu 5 kurumdan 4 tanesi Türkiye’de iş

dünyasınca başarılı bulunan şirketler araştırmasında ilk 20 içerisinde yer almaktadır.(Bkz. Tablo 26). Açıkça görüldüğü üzere başarılarının tesadüf olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 38. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çalışma Standartları İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum

Çalışma Standartları	
1	Coca-Cola İçecek
2	Doğuş Grup
3	Akkök Sanayi ve Geliştirme A.Ş.
4	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş.
5	Koç Holding

Tablo 39. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çevre İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum

Çevre	
1	Zorlu Holding A.Ş.
2	Coca-Cola İçecek
3	Borusan Holding A.Ş.
4	Doğuş Grup
5	Koç Holding

Tablo 40. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Yolsuzlukla Mücadele İlkesine En Fazla Atıfta Bulunan 5 Kurum

Yolsuzlukla Mücadele	
1	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş.
2	Doğuş Grup
3	Akkök Sanayi ve Geliştirme A.Ş.
4	Aksa Akrilik Kimya Sanayi A.Ş.
5	Akbank T.A.Ş.

Tablo 41. BMKİS’ne En Fazla Atıfta Bulunan Kurumlar

SIRA	KATILIMCI	İnsan Hakları	Çalışma Standartları	Çevre	Yolsuzlukla Mücadele
1	Doğuş Grup	x	x	x	x
2	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş.	x	x		x
3	Coca-Cola İçecek	x	x	x	
4	Koç Holding	x	x	x	
5	Akkök Sanayi ve Geliştirme A.Ş.		x		x

Tablo 41 incelendiğinde Doğuş Grubunun 4 ana ilkede ilk beş kurum içinde yer aldığı, sırasıyla AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş., Coca-Cola İçecek ve Koç Holding’in 3 ana ilkede ilk beş kurum içinde yer aldığı, Akkök Sanayi ve Geliştirme A.Ş.’nin ise 2 ana ilkede ilk beş kurum içerisinde olduğu görülmektedir.

Tablo 42. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde İnsan Hakları Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunulan 3 Alt İfade

İnsan Hakları	
1	Eğitime destek, okullarda kampanyalar
2	İnsana değer verme
3	Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama

Tablo 42 insan hakları temel ilkesi başlığı altında en fazla atıfta bulunulan alt ifadelerden, “Eğitime destek ve okullarda kampanyalar” ifadesine (% 29,8), “İnsana değer verme” ifadesine (%16,3), “Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama” ifadesine (%15,5) oranlarında atıfta bulunulduğunu göstermektedir. İnsan hakları temel ilkesinde en az atıfta bulunulan alt ifade “farklılıklara saygı duyma” (% 3,1) olarak belirlenmiş ve sonucunda kurumların bu konu üzerine eğilmeleri gerektiği değerlendirilmiştir.

Yapılan değerlendirmeler neticesinde çalışma kapsamındaki 57 adet kurumun insan hakları temel ilkesinde en fazla atıfta bulunduğu başlık eğitime destek, okullarda kampanyalar olarak çıkmıştır. “Türkiye’nin Sosyal Sorumluluk Liderleri” araştırmasında ortaya çıkan sonuçlara göre, toplumun kurumlardan yatırım

yapmalarını beklediği alanların başında eğitim ve öğretimin gelmesi ve kurumların en fazla atıfta buldukları başlık olmasına rağmen toplumun mevcut beklentisini karşılayamadıklarını göstermektedir. Sonuç olarak toplum kurumlardan daha fazlasını beklemektedir.

Tablo 43. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çalışma Standartları Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunulan 3 Alt İfade

Çalışma Standartları	
1	Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme
2	Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı
3	Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)

Tablo 43 çalışma standartları temel ilkesinde en fazla atıfta bulunulan alt ifadelerden, “Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme” ifadesine (% 18,0), “Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı” ifadesine (%13,1), “Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)” ifadesine (%10,9) oranlarında atıfta bulunulduğunu göstermektedir. Çalışma standartları temel ilkesinde en az atıfta bulunulan alt ifade “Uygun çalışma saatleri” (% 1,5) olarak belirlenmiştir.

Tablo 44. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Çevre Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunulan 3 Alt İfade

Çevre	
1	Çevreyi koruma
2	Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma (Örnek: kampanyalar düzenlemek, tüm çalışanların katılımını sağlamak vb.)
3	Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak

Tablo 44 çevre temel ilkesinde en fazla atıfta bulunulan alt ifadelerden, “Çevreyi koruma” ifadesine (% 19,8), “Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma ” ifadesine (%13,4), “Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak” ifadesine (%11,8) oranlarında atıfta bulunulduğunu

göstermektedir. Çalışma standartları temel ilkesinde en az atıfta bulunulan alt ifade “*Geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanma*” (% 5,1) olarak belirlenmiş ve sonucunda kurumların bu konu üzerine eğilerek geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanarak sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaları gerektiği ortaya çıkmıştır.

Tablo 45. BMKİS Türkiye İlerleme Bildirimlerinde Yolsuzlukla Mücadele Temel İlkesinde En Fazla Atıfta Bulunan 3 Alt İfade

Yolsuzlukla Mücadele	
1	Şeffaf olma
2	Güven duygusu uyandırma
3	Ahlaka uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma

Tablo 45 yolsuzlukla mücadele temel ilkesinde en fazla atıfta bulunulan alt ifadelerden, “*Şeffaf olma*” ifadesine (% 19,8), “*Güven duygusu uyandırma*” ifadesine (%13,4), “*Ahlaka uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma*” ifadesine (%11,8) oranlarında atıfta bulunulduğunu göstermektedir. Yolsuzlukla mücadele temel ilkesinde en az atıfta bulunulan alt ifade “*Çalışanların işgal ettikleri mevkileri kişisel ya da kurumsal çıkarları için kullanmamaları ve yasal olmayan ödeme tekliflerini reddetmeleri*” (% 5,1) olarak belirlenmiştir.

SONUÇ

“Bir an için dünyanın geleceği hayal edildiğinde, geçmiş davranış ve alışkanlıklar aynen devam edecekse, oldukça karamsar bir tablo ortaya çıkacaktır. Bir taraftan dünyadaki nüfus patlamasıyla sürekli artan yoksulluk ve uluslararası eşitsizlik, diğer taraftan doğal kaynakları dengesizce tüketilen ve giderek kirlenen bir dünya, tüm insanlığı ürkütücü bir geleceğin eşiğine sürüklemektedir. Ekonomik, sosyal ve çevresel dengelerin bozulmasıyla sergilenen bu korkutucu gelecek için şimdiden önlem alınması yaşamsal bir zorunluluktur. Bu nedenle küresel ısınma, ozon tabakasının aşınması, ormansızlaşma, asit yağmurları, çölleşme ve erozyon gibi çevresel sorunlar, 20. yüzyılın son çeyreğinde tüm dünyada gündemin üst sıralarında yer almaya başlamıştır. Artık tüm insanlık için köklü bir rota değişikliği kaçınılmazdır”. Türkiye Kalite Derneği yönetim kurulu başkanı Ali Rıza Kaylan’ın sürdürülebilirlik raporunun giriş kısmında vurguladığı üzere gelecek kuşakları tehlikeye atmadan, bozulan dengeleri düzeltmede kurumlar ve bireylerde sorumluluk yüklenmelidir. Kurumlar faaliyet gösterirken sürdürülebilir kalkınmayı idame ettirmek ve şeffaf olabilmek için düzenli olarak sorumluluk raporları yayınlamak ve paylaşmak zorundadırlar.

Tüm dünyada insanlığın ortak ve paylaşımcı bir kalkınma kültürü oluşturması fikri, Küresel İlkeler Sözleşmesi’nin başlıca dayanak noktasıdır. Bu amaçla evrensel ilkeler sunan ve tümüyle gönüllülük üzerine kurulu yepyeni bir kurumsal sorumluluk yaklaşımı tanımlayan Sözleşme, toplumsal ve çevresel açıdan kalkınmanın sürdürülebilir olması gerekliliğine vurgu yapmakta; kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarına kurumsal vatandaşlık ağı içinde, ortak bir ideal etrafında buluşma fırsatı yaratmaktadır. Küresel İlkeler Sözleşmesi, bu sürece dikkat çeken BM’nin küresel ekonomiyi sürdürülebilir kılmak, gerekli olan çevresel ve sosyal dayanakların oluşturulmasına destek olmak ve tüm dünya halkları için küresel yatırımlar yapmak için iş dünyası liderlerine yönelik çağrısıdır.

Günümüzde ekonomik, politik ve mali dinamikler her geçen gün değişmekte bu yüzden kurumların varlıkları sadece ekonomik göstergelerle değil aynı zamanda ve daha da önemli olarak sosyal sorumlulukları ile ölçülmektedir. Çevreye saygılı ve

yeşil yaşam destekli ürünlerin tüketiciler tarafından tercih edilmesi, mal ve hizmet üretirken çevreye ve doğaya zarar veren kurumların satışlarında büyük düşüşlere yol açmıştır. Tüketicilerin tercihleri çevreye saygılı ürünlerin yanı sıra insan haklarına, çalışma standartlarına ve etik değerlere önem veren şirket ve kurumlara doğru kaydığından Küresel İlkeler Sözleşmesi ve benzeri girişimler rekabet, tercih edilme, itibar, marka bilinirliği ve değeri konusunda fark yaratmakta ve saygınlık kazandırmaktadır. Bu tercihler kurumların temel ilkelere uymalarını kaçınılmaz kılmaktadır.

Global Reporting Initiative (GRI) 2015 yılına kadar OECD ülkeleri ve hızla gelişmekte olan ekonomilerdeki tüm büyük ve orta ölçekli şirketlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk performanslarının kamuya açıklanmasını; şayet açıklanmıyor ise nedenlerinin belirtilmesi gerektiğini savunmaktadır. Anlaşılabilir sonuçların gösterilmesi ve sürdürülebilirlik konusunda daha çok çalışma arzusu kesinlikle öncesinden daha önemli hale gelmiştir. 28 Mayıs 2010 tarihinde GRI ve Küresel İlkeler girişimi Küresel İlkeler Sözleşmesine katılmış şirketlere girişimin aynı zamanda ilerleme bildirimi olarak da bilinen zorunlu yıllık açıklama gereksinimlerinde raporlama ilkeleri ve göstergeleri konusunda açık bir set oluşturmak için ortak bir anlaşmaya varmışlardır.

İşte bu tür fayda ve avantajlarından dolayı tüm kurumlarca benzer girişimlere ekonomik kriz dönemleri hariç gönüllü katılımlar hızla gerçekleşmekte fakat izleyen yıllarda gönüllü katılım olmasına rağmen, girişimin gereklerini yerine getirmede aksaklıklar ve gecikmeler yaşanmaktadır. Türkiye’den katılımın araştırma tarihinde 207 kurum tarafından yapılmış olması fakat sadece 57 kurumun gerekleri yerine getirmesi daha alınması gereken uzun bir yol olduğunun göstergesidir. Pozitif yaklaşımla geçmiş yıllardaki çıktılar ile karşılaştırıldığında yine de önemli ilerlemeler yaşanmış, yayınlanan raporların sayısı ve kalitesinde artışlar olmuştur. Araştırmada belirtildiği üzere 2010 yılı içerisinde gerçekleşen çok sayıdaki katılımın rapor çıktılarının gelecek yıl içerisinde yayınlanacağından sayı bazında olumlu gelişmeler olacağı beklenmektedir. KİS Türkiye İletişim Ağının yardımıyla 2015 yılına kadar oluşturulması düşünülen raporlama ilkelerinin uygulanması ile standart oluşturulduğunda daha ayrıntılı değerlendirme ve karşılaştırma yapılabilecektir.

Çalışmada en çok atıfta bulunulan ana ilkeler, tüm raporlar titizlikle taranarak değerlendirilmiş en fazla çevre konusuna, sırasıyla çalışma standartları, insan haklarına atıfta bulunulduğu tespit edilmiştir. 4 ana ilkeye en fazla atıfta bulunan ilk 5 kurum belirlenmiştir. Benzer raporların hazırlanmasında bu kurumların birer iyi örnek olan raporlarının incelenip referans alınmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir. Yine en fazla atıfta bulunulan alt ifadeler belirlenmiş, sonucunda sonraki raporlama süreçlerinde önem verilmesi gereken alt ifadeler göz önüne çıkarılmıştır.

Çeşitli organizasyonlar tarafından kurumsal sosyal sorumluluk alanlarında başlatılan ve sürdürülen girişimler, ortak kültür oluşturma, farkındalık yaratma ve toplumda tüm dünyayı kapsayacak şekilde iyi uygulamaları ve bilgi/birikimleriyle örnek olarak mevcut sosyal sorunların ortaya çıkmadan önlenmesine dayanak olmaya devam edeceklerdir.

Sonuç olarak artık tek hedefin üretim, satış ve kâr elde etmek olmadığı, işin sosyal ve toplumsal tarafının da olduğu ve bu nedenle ortak fayda ve gelecek için işbirliği içerisinde çalışmak, yaşamak gerektiğinden şirketler öncelikle faaliyet gösterdikleri alanda toplumdan “sosyal lisans” almalıdır.

KAYNAKÇA

- Abdioğlu, Hasan,
Cebrazil Meydan: “Sosyal Denetim Süreci Modelleri ve Raporlama Yaklaşımları”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Güz 2006, Cilt:3, Yıl:2, Sayı:2, s. 47.
- Akgeyik, Tekin: “İnsan Kaynakları Boyutuyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk: (Bir Alan Araştırması)”, **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, Sayı 52, 2007, s. 81-82.
- Akgeyik, Tekin: Neo-Liberal Çağda Sosyal Devletten Sorumlu Toplumsal İnişiyatife, **Çerçeve Dergisi**, Ocak 2009, s. 42.
- Aktan, Coşkun
Can, İstiklal Y.
Vural: “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler” **Çimento İşveren Dergisi**, Mayıs 2007, s. 4.
- Aktan, Coşkun
Can, İstiklal Y.
Vural: Çokuluslu Şirketler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk, **İgiad Yayınları**, İstanbul, 2007, s.143-144.
- Aktan, Coşkun
Can: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, **İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, İgiad Yayınları, 2007, s.25.
- Andriof, Jörg,
Malcolm
McIntosh: **Perspectives on Corporate Citizenship**, Greenleaf Publishing Limited, Sheffield UK, 2001.
- Angay, Barış: **Halka Açık Şirketlerde Sosyal Raporlama ve Türkiye uygulaması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 47.
- Arevalo, Jorge
Alexis: “**Low Level of Commitment Phobia: An Empirical Study of the UN Global Compact’s CSR Movement**”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, The State University Of New Jersey, New Jersey, 2008, p.14.
- Argüden, Yılmaz: “A Sector Specific Approach to Deployment of Global Compact”, **Global Compact Network Turkey**, t.y, s. 2.

- Argüden, Yılmaz: “Understanding the COP Process”, **Global Compact Network Turkey**, İstanbul 2009, s. 3.
- Argüden, Yılmaz: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, ARGE Danışmanlık Yayınları, No: 03, 1. Baskı, Ekim, 2002, s. 9.
- Argüden, Yılmaz: Turkish Global Compact Network Introduces an Innovative Sectorial Approach, **Global Compact Network Turkey**, İstanbul 2010, s. 8.
- Asangu, J.J.: “The History of Corporate Social Responsibility”, **Journal of Business and Public Policy**, 2007, s. 2.
- Aydede, Ceyda: **Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, 2007.
- Aydıntan, Belgin: “Küresel İlkeler Sözleşmesine Katılan Türk Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Karşılaştırmalı Analizi”, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, 2008, s. 3.
- Başar, A. Banu, Mehmet Başar: “Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Türkiye’deki Durumu” **Sosyal Bilimler Dergisi** 2006/2, s. 214-215.
- Bay, Eyüp: “**İsteğe Bağlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bileşeninin Türkiye Kapsamında İncelenmesi**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 41–42.
- Bayrak, Sabahat: **İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, Beta Yayınları, 2001.
- Berberoğlu, Güneş N.: **Genel İşletme**, Anadolu Üniversitesi yayınları, Eskişehir, 2004, s.88.
- Berker, Beril: “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Kurumsal ve Uygulamalı Bir Çalışma**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2008, s. 41.

- Bockelman, Wilfred: **Culture of Corporate Citizenship: Minnesota's Business Legacy for the Global Future**, Galde Press Inc., Lakeville, Minnesota, 2000, p. 160.
- Branco, Manuel Castelo, Lucia Lima Rodríguez: "Positioning Stakeholder Theory Within the Debate on Corporate Social Responsibility", **Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies**, Vol. 12, No. 1, 2007, p. 9.
- Byrd, Leslie Simone: **Collaborative Corporate Social Responsibility: A Case Study Examination Of The International Public Relations Agency Involvement In The United Nations Global Compact**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Howard University, Washington, 2008, p. 80
- Carrasco, Inmaculada: "**Moral Traits of Adam Smith's Theories in Corporate Social Responsibility Evolution**", Faculty of Economics and Management, University of Castilla -La Mancha, Spain, t.y. p. 5.
- Carroll, Archie B., Ann K. Buchholtz: **Business and Society: Ethics and Stakeholder Management**, 7th Edition, United States of America, South Western Cengage Learning, 2008, p. 46.
- Carroll, Archie B.: "Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct", University of Georgia, Sage Publications, **Business & Society**, Vol. 38 No. 3, September 1999, p. 268.
- Carroll, Archie B.: "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder", **Business Horizon**, Vol. 34, No.4 July-August 1991, pp. 39-48.
- Carroll, Archie B.: **A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance**, Academy of Management Review, 1979, Vol. 4, No 4, p. 497.
- Carter, Chris, v.d.: **Business Ethics as Practice: Representation, Reflexivity and Performance**, Edward Elgar Publishing, UK, 2007.
- Cochran, Philip L.: "The Evolution of Corporate Social Responsibility", **Business Horizons**, 2007-50, Kelley School of Business, Indiana University, 2007, p. 450.

- Commission of the European Communities: **Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development**, Brussels, 2.7. 2002, COM (2002) 347 Final, p.3.
- Commission of the European Communities: **Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility**, Brussels, 2.7. 2002, COM (2002) 347 Final, pp. 1-32.
- Cowton, Christopher, Michaela Haase: **Trends in Business and Economic Ethics**, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008.
- Crane, Andrew, Dirk Matten: **Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization**, 2nd Edition, New York, Oxford University Press Inc., 2007.
- Crane, Andrew, v.d.: **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility**, New York, Oxford University Press, 2008.
- Crowther, David, Lez Rayman Bacchus (Editor): **Perspective on Corporate Social Responsibility**, Ashgate Publishing Limited, England, 2004.
- Çakır, Birgül: **“SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık Ve İş Doyumuna Olan Etkileri”**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006, s. 17–18.
- Çarıkcı, İlker Hüseyin v.d.: **“Türk Yönetim Kültürü Bağlamında Sosyal Sorumluluk”**, t.y, y.y, s. 6-8.
- Çerik, Şule, Emel Özarslan: **“Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama”**, **Ege Akademik Bakış** 8(2) 2008, s.593.
- Davis, K.: **“The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities”**, **Academy Of Management Journal**, 16, p. 314.

- Dusiki, Asyraf
Wajdi, Humayon
Dar: **Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence from Malaysian Economy**, y.y, t.y, p. 392.
- Eilbirt, Henry, I.
Robert Parket: "The Current Status of Corporate Social Responsibility", **Business Horizons**, 16, August 1973, p. 7.
- Epstein, Marc J.,
Kirk O. Hanson: **The Accountable Corporation: Corporate Social Responsibility**, 2006.
- Ersöz, Halis
Yunus: **Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları**, İstanbul, İTO Yayın No: 2007-36.
- Esposito, Mark: **Put Your Corporate Social Responsibility Act Together**, Tate Publishing, Oklahoma, 2009.
- Frederick, William
Crittenden: **Corporation Be Good: The Story of Corporate Social Responsibility**, Indianapolis, Dog Ear Publishing, 2006.
- Friedman, Milton: The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits, **The New York Times Magazine**, September 13, 1970.
- Global Sullivan
Principles: (Çevrimiçi) <http://www.thesullivanfoundation.org>
- Globescan
Incorporated,
Yöntem Araştırma
Danışmanlık: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırması**, CSR Monitor 2008, p. 2.
- Globescan: "Definition of CSR in Different Countries", (Çevrimiçi) http://www.globescan.com/rf_csr_definition_02.htm, 04.Aralık.2010.
- Göçenoğlu,
Ceyhun, Işıl Onan: **Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu**, UNDP, Mart 2008, s. 3

- Göztaş, Aylin, E. Pelin Baytekin: “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Çocukların Bilinçlendirilmesi Ve Eğitimi Türkiye’den Bir Uygulama Örneği: Aygaz ‘Dikkatli Çocuk’ Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası”, **Journal of Yaşar University**, 4(13), t.y, s.2010.
- GRI, (Çevrimiçi) The Amsterdam Global Conference on Sustainability and Transparency
<http://www.amsterdamgriconference.org/index.php?id=39&item=37>, 26.08.2011.
- Habisch, André, v.d.: **Corporate Social Responsibility Across Europe**, Springer Berlin, 2005, p.253.
- Handy, Charles: “What’s a Business For?” **Harvard Business Review**, December 2002, p.54.
- Helmer, Emilie, Karin Stahl: “**How to Define Corporate Social Responsibility? A Case Study on a Service Company**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Jönköping University International Business School, 2009, p. 2.
- Henriques, Adrian, Julie Richardson: **The Triple Bottom Line Does It All Add Up?: Assessing The Sustainability of Business and CSR**, Earthscan, London, 2004.
- İbişoğlu, Aylin: “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2007, s. 9.
- Jeucken, Marcel: **Sustainable Finance and Banking: The Financial Sector and the Future of the Planet**, Earthscan Publications Ltd., London, 2002, pp. 242-243.
- Johnson, Debra, Colin Turner: **International Business: Themes and Issues in the Modern Global Economy**, Routledge, New York, 2003.
- Joint Working Group of the Foundations and the European Foundation Centre: **Principles of Accountability for International Philanthropy**, April 2007, p. 25.

- Joyner, Brenda E.,
Dinah Payne: “Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility”, **Journal of Business Ethics** 41, Kluwer Academic Publishers, 2002, p. 300.
- Kağnıcıoğlu,
Deniz: “Sosyal Sorumluluk Raporlarında Çalışma ve İstihdam Göstergeleri”, **Sosyal Siyaset Konferansları 57. Kitap**, Mart 2010, s. 161.
- Kalder: **Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi (COP) Konusunda Pratik Rehber**, Çev. Türkiye Kalite Derneği, Mart 2008, İstanbul, s. 2.
- Kaptein, Muel,
v.d.: **2007 Report on European CSR Survey**, RSM Erasmus University, 2007, p.7.
- Karahan, Şilan: “**Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerine Etkisi**”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006, s. 40.
- Katsoulakos, P,
Y. Katsoulakos: “A multi-Dimensional Way of Corporate Responsibility”, **The 4CR Strategic Approach to Corporate Responsibility**. 12 July 2006, p. 6.
- Kaya, Sait: İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve SA 8000 (Social Accountability) Standardı, **AR&GE**, Temmuz 2008, s. 20.
- Kaylan, Ali Rıza: **Türkiye Kalite Derneği Sürdürülebilirlik Raporu**, 2008, s. 2.
- Kelgökmen,
Derya: “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması”, **Ege Akademik Bakış**, İzmir, 10(1) 2010, s. 307-308.
- Keyman, E. Fuat: “**Avrupa’da ve Türkiye’de Sivil Toplum**” Koç Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, t.y, y.y, s. 8-10.
- Kreitner, Robert: **Management**, 10th Edition, United States of America, Houghton Mifflin Company, 2007, p.125.

- KSSD, CSR Netherlands: CSR Consulting Turkey, **Uluslararası Ticarete Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri**, 2010, s. 16-17.
- KSSD: “Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği”, **E-Haber Bülteni**, Mart-Nisan 2010, s. 28, (Çevrimiçi) <http://www.kssd.org>, 19 Temmuz 2010.
- KSSD: Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği Eylül Haber Bülteni, Cilt 2, Sayı 9, 2010, s. 9.
- Küçükyalçın, Ertan: **Küreselleşme Sürecinde Ulus Devlet Kurumsal Sosyal Sorumluluk Örneğinde Durum Analizi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 36.
- Leipziger, Deborah: **The Corporate Responsibility Code Book**, Greenleaf Publishing Limited, Sheffield UK, 2003.
- Lydenberg, Steve, David Wood: **“How to Read a Corporate Social Responsibility Report”** Boston College Center for Corporate Citizenship, 2010.
- Lydenberg, Steven: **Corporations and The Public Interest: Guiding the Invisible Hand**, Berrett-Koehler Publishers, California, 2005.
- Mares, Radu (editör): “The World Economic Forum: Global Corporate Citizenship Initiative **Business and Human Rights: A Compilation of Documents**, Brill Academic Publishers, 2004, p. 301.
- Meehan, John, Karon Meehan, Adam Richards: “Corporate Social Responsibility: The 3C-SR Model”, **International Journal of Social Economics**, Vol. 33, No. 5/6, 2006, p. 388.
- Minareci, Yasemin: **“Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk, Otel İşletmelerinde Bir Uygulama”**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s. 67–68.
- Moffat, Andrea, vd.: **The 21. Century Corporation: The Ceres Roadmap for Sustainability**, CERES, March 2010, p.34.

- Mullerat, Ramon, Daniel Brennan: **Corporate Social Responsibility: Corporate Governance of the 21st Century**, Kluwer Law International, Netherland, 2005.
- Murat, Sedat: “İş Ahlakı ve İş Uygulamaları”, **İGIAD**, Yayın: 11, Sempozyum: 1, İstanbul, 2008, s.77.
- Neef, Dale: **Managing Corporate Reputation and Risk: A Strategic Approach Using Knowledge Management**, Butterworth-Heinemann, 2003.
- Nilsson, Christoffer Shadi Rahmani: **“Global Considerations in Corporate Social Responsibility”**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Department of Business Administration and Social Sciences, Lulea University of Technology, 2008, p. 8.
- Nourick, Shari: **Corporate Social Responsibility: Partners for Progress**, OECD, 2001, p. 13.
- OECD: **Foreign Direct Investment, Development and Corporate Responsibility**, 1999, p. 15
- Orlitzky, Marc: **Corporate Social Performance: Developing Effective Strategies**, the University of New South Wales, Australia, 2000.
- Özgen, Ebru: “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi”, Dicle Üniversitesi, **Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi** 8, 1-6 (2007), s. 2.
- Öztürk, Deniz: **The UNGC Local Network Turkey Activities Report 2009, Global Compact Network Turkey**, p. 6.
- Öztürk, Mesude Canan, Mine Ayman: “Türkiye’de Özel Sektör Ve Sosyal Sorumluluk Projeleri”, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, t.y, s. 155.
- Paz Vega, Ramon: **“Corporate Social Responsibility, Action, and Performance in International Settings: A Critical Realist Perspective”**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Faculty of the Graduate School of Business and Leadership of the Institute Technological, Monterrey, 2008, p. 16.

- Philippe, Jean
Thérien, Vincent
Pouliot : The Global Compact: Shifting the Politics of International Development?, **Global Governance** 12, 2006, p. 55.
- Pinkston, T.S.,
Archie B. Carroll: “A Retrospective Examination of CSR: Orientations: Have They Changed”, **Journal of Business Ethics**, Vol. 15, No. 2, 1996, p. 199.
- Robertson, Luisa: **Financial Management**, CIMA Publishing, 2009.
- Rudolph, Phillip
H.: The Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprises, **Kluwer Law International**, 2005, p. 217.
- Ruggie, John G.: **Küresel İlkeler Sözleşmesi: Sıradışı Bir Yolculuk**, Çev. Ayşegül Çetin Tekçe, 2004, s. 21
- Sadler, David,
Stuart Lloyd: “Neo-Liberalizing Corporate Social Responsibility: A Political Economy Of Corporate Citizenship”, **Geoforum** 40 2009, p. 617.
- Sadler, Philip: **Building Tomorrow’s Company: A guide to Sustainable Business Success**, Kogan Page Limited, 2002, p. 260.
- Sapançalı, Faruk: “Küreselleşme Bağlamında Çocuk İstihdamının Önlenmesine Yönelik Çalışmalar”, **ÇMİŞ**, t.y., s. 27.
- Savitz, Andrew W,
Karl Weber: **Triple Bottom Line: How Today’s Best-Run Companies Are Achieving Economic, Social and Environmental Success**, John Wiley & Sons, 2006, p. XIII.
- Sheth, Hela, Kathy
M. Babiak: “Beyond the Game: Perceptions and Practices of Corporate Social Responsibility in the Professional Sport Industry”, **Journal of Business Ethics**, 91, 2010, pp. 434-435.
- Sparkes, Russell: **Socially Responsible Investment: A Global Revolution**, John Wiley&Sons, 2002.
- Thomas, Gail,
Margaret Nowak: “Corporate Social Responsibility: A Definition”, **GBS Working Paper No. 62**, Graduate School of Business, Curtin University of Technology, Australia, December 2006, p. 5.

- Titiz, Serra: “Neden Sürdürülebilirlik Raporlaması”, (Çevrimiçi) <http://www.mikadoconsulting.com>, 25. Ekim 2010.
- Top, Seyfi, Akın Öner: “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 4, Sayı 7, 2008, s.105-106.
- Tracey, Paul, Nelson Phillips, Helen Haugh: “Beyond Philanthropy: Community Enterprise as a Basis for Corporate Citizenship” **Journal of Business Ethics**, (2005) 58: p. 330.
- Tully, Stephen: **International Documents on Corporate Responsibility**, Edward Elgar Publishing Inc., Massachusetts, USA, 2005.
- Tütüncü, Özkan: “SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ve İş Yaşamı Kalitesi Arasındaki İlişki”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, Cilt 10, Sayı:2, 2008, s. 171.
- Ulu, Ali Samet: “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş, 2007, s. 7–8.
- UNCTAD: **Guidance on Corporate Social Responsibility Indicators In Annual Reports**, United Nations, New York and Geneva, 2008, p. 11-14.
- UNDP, DPT: Binyıl Kalkınma Hedefleri Raporu Türkiye 2005, s. 10.
- UNEP FI: “UNEP FI Statements”, (Çevrimiçi), <http://www.unepfi.org/statements/fi/index.html>, 29 Temmuz 2010.
- UNEP FI: “UNEP Finance Initiative Work Streams”, (Çevrimiçi) http://www.unepfi.org/work_streams/index.html, 29. Temmuz 2010.
- UNGC: “United Nations Global Compact Participants & Stakeholders”. (Çevrimiçi), <http://www.unglobalcompact.org/participants/search> 10 Aralık 2010.

- UNGC: Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi Konusunda Pratik Rehber, Mart 2008, s. 8.
- UNGC: **İmzadan Sonra Birleşmiş Milletler Sözleşmesine Katılım Rehberi**, Çev. Ayşegül Hatay, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşme Ofisi, Mart 2007, s. 29.
- UNGC: **United Nations Global Compact Annual Review - 10th Anniversary Edition**, New York, June, 2010, p. 9.
- UNGC: United Nations Global Compact Annual Review, Anniversary Edition, New York June 2010, p.26.
- Urminsky, Michael: “Corporate Public Reporting on Labour and Employment Issues” **Labour Education 2003/1 No: 130**, p.55.
- Uslu, Aypar, Ahmet Başçı, Vusal Gambarov: “Türkiye’de Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına Ve Sosyal Açından Sorumlu Şirketlere Karşı Tutumu”, **2008 Muhan Sosyal İşletmecilik Konferansı**, Eylül 2008
- Van Het Hof, Seçil Deren: **Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üçgeni: Sirketler, Toplum ve Toplum Kuruluşları**, Tübitak, Şubat 2009, s. 22.
- Walton, Clarence C.: **Corporate Social Responsibilities**, Belmont, CA: Wadsworth Publishing, 1967.
- Wartick, Steven L., Donna J. Wood: **International Business & Society**, Blackwell Publisher Inc., 2001.
- Wartick, Steven L., Philip L. Cochran: “The Evolution of the Corporate Social Performance Model”, **The Academy of Management Review**, Vol. 10, No. 4 1985, p. 758.
- Weber, James, David M. Vasielleski: “Managing Corporate Stakeholders” **Journal of Corporate Citizenship**, Greenleaf Publishing Limited, Issue 9, Spring 2003, p. 137.
- Wells, Harwell: The Cycles of Corporate Social Responsibility: A Historical Retrospective For The Twenty-First Century, **Kansas Law Review**, Vol. 51, 2002, pp.79-83.

- Werther, William B., David Chandler: **Strategic Corporate Responsibility: Stakeholder in a Global Environment**, California, Sage Publications, 2006.
- Wood, Donna J. v.d.: **Global Business Citizenship: A Transformative Framework for Ethics and Sustainable Capitalism**, New York, 2006.
- World Economic Forum: **Global Corporate Citizenship: The Leadership Challenge for CEOs and Boards**, 2002, p. 4.
- Wynhoven, Ursula: **Global Compact Performance Model**, Editör: Jan Jonker, Marinus Cornelis de Witte, Management Models for Corporate Social Responsibility, Springer Berlin, 2006, p.63.
- Yamak, Sibel: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi**, İstanbul, Beta Yayınları,2007.
- Yılmaz, Gürbüz: “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, (Çevrimiçi) <http://www.riskmed.com.tr> , 24 Ocak 2010.
- Young, Stephen: **Moral Capitalism: Reconciling Private Interest with the Public Good**, Berret-Koehler Publishers, San Francisco.
- Yönet, Ender: “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 8, No 13, Mayıs 2005, s. 241.
- (Çevrimiçi) “A Guide to Corporate Social Responsibility”, pp. 10-11, http://www6.miami.edu/ethics/pdf_files/csr_guide.pdf, 24 Mart 2010.
- (Çevrimiçi) “Global Reporting Initiative Nedir?” <http://www.sercomconsulting.com/grih.html>, 15 Ağustos 2010.
- (Çevrimiçi) “Corporate Social Responsibility Reporting History”, <http://www.csrquest.net>, 21Ekim 2010.
- (Çevrimiçi) <http://kardelenler.turkcell.com.tr/tarihce.html>, 17 Aralık 2010.

- (Çevrimiçi) <http://thinkingshift.wordpress.com/2007/03/27/the-evolution-of-csr/>, 8 Aralık 2009.
- (Çevrimiçi) <http://www.aygaz.com.tr/tr-TR/SosyalSorumluluk/SosyalSorumlulukProje>, 23 Aralık 2010.
- (Çevrimiçi) http://www.csreurope.org/news.php?type=&action=show_news&news_id=3397 23.08.2011.
- (Çevrimiçi) <http://www.doganholding.com.tr/kurumsal-sosyal-sorumluk/baba-beni-okula-gonder.aspx>, 23 Aralık 2010.
- (Çevrimiçi) <http://www.eczacibasi.com.tr/channels/1.asp?id=623>, 15 Aralık 2010.
- (Çevrimiçi) <http://www.world-exchanges.org/news-views/views/integrated-reports-voluntary-filing>, 23.08.2011.
- (Çevrimiçi) “Yeni Sosyal Sorumluluk Gerçekleri”
<http://www.capital.com.tr>. 20. 11. 2011.

EKLER

EK I. Küresel İlkeler Sözleşmesi Türkiye Katılımcıları

SIRA NO	KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ TÜRKİYE KATILIMCILARI	KATILIM TARİHİ
1	AIK Türkiye - AIK Holding Anonim Şirketi ve İştirakleri	26.04.2010
2	AK Emeklilik	03.02.2006
3	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş.	18.12.2007
4	AN-EL Anahtar ve Elektrikli Ev Aletleri A.S	28.10.2010
5	AKUT Search and Rescue Association	18.07.2007
6	ARGE Consulting	29.05.2002
7	ARI Movement	16.11.2006
8	AVV İthalat İhracat Ticaret Ltd. Şti.	24.10.2008
9	Abdi İbrahim İlaç Sanayi ve Tic. AS	16.09.2010
10	Açık Radyo - Anafor Radyo Yayıncılık A.Ş.	12.06.2006
11	Acity Outlet Center (A1 Group)	07.05.2010
12	Actavis Turkey Pharmaceuticals	24.05.2010
13	Adeka İlaç San. ve Tic. A.Ş.	26.05.2010
14	Ajans Press Medya Takip Merkezi A.Ş.	28.09.2008
15	Ak-Kim Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.	13.12.2007
16	Akar Makina Sanayi	09.06.2008
17	Akbank T.A.Ş.	11.01.2008
18	Akfen Holding Co. Inc.	02.07.2002
19	Akkök Sanayi ve Geliştirme A.Ş.	13.12.2007
20	Aksa Akrilik Kimya Sanayi A.Ş.	19.06.2006
21	Ali Raif İlaç Sanayii A.Ş.	15.07.2010
22	Alsiad	22.06.2007
23	Alternative Life Association	05.06.2006
24	Ankara Kale Rotary Club	14.08.2008
25	Ankon Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.	24.03.2010
26	Anksan Besicilik A.S	19.11.2008
27	Ar Elektronik Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi	05.05.2008
28	Art Grup Tanıtım Hizmetleri Ltd. Şti.	11.01.2008
29	AvivaSA Emeklilik ve Hayat AS	10.01.2007

30	BUTEK Makine San. ve Tic. A.Ş.	12.06.2006
31	Balnak Logistics Group	13.12.2007
32	Barişkent Gayrimenkul Projeleri Yatırım Yönetimi	14.07.2010
33	Barsan Global Lojistik A.Ş.	13.12.2007
34	Bartın Chamber of Commerce Industry	30.04.2010
35	Belka Kauçuk Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.	02.07.2008
36	Berko Pharmaceuticals and Chemicals Ind. Inc.	24.05.2010
37	Bersay Communication Group	13.12.2007
38	Beyoğlu Municipality	09.01.2008
39	Bilim Pharmaceuticals	30.04.2010
40	Bimeks Logistics Ltd.	09.01.2008
41	Birlik Oto Yan San. ve Tic. Ltd. Şti.	08.05.2008
42	Bolu Çimento Sanayi A.Ş.	12.12.2007
43	Borusan Holding A.Ş.	03.10.2006
44	Bozcaada Derneği	26.12.2008
45	Bursa Chamber of Commerce And Industry	04.06.2009
46	C Faktoring A.Ş.	12.12.2007
47	CAMP34 A.Ş.	28.08.2006
48	Cadbury Kent	18.12.2007
49	Cafer Sadık Abalıoğlu Holding A.Ş.	12.12.2007
50	Çelikiş Gear Factory	09.05.2008
51	Cem Botanik Ltd. Şti.	08.09.2008
52	Cement Industry Employers Association	12.12.2007
53	Centurion Pharma İlaç Ltd. Şti.	15.07.2010
54	Civil Society Development Centre - STGM	06.08.2007
55	Coca-Cola İçecek	22.10.2009
56	Coca-Cola Meşrubat Pazarlama ve Danışmanlık	28.07.2006
57	Corporate Governance Association of Turkey	05.06.2006
58	Corporate Social Responsibility Association of Turkey	12.06.2006
59	Corporate Volunteer Association	27.11.2007
60	D and D Law Office	25.08.2006
61	Darty Turkey	27.07.2010
62	Deloitte Touche Tohmatsu Turkey	18.12.2007
63	Demirayak Şirketler Grubu (Dempas A.Ş.)	18.06.2008

64	Deniz Su Ve Atıksu Arıtım İnş Tic. ve San. A.Ş.	05.02.2010
65	Deniztemiz / Turmepa	10.03.2008
66	Doğa Derneği	15.08.2006
67	Doğuş Group	15.03.2007
68	Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret AS	16.03.2010
69	Dr F Frik Pharmaceuticals	01.06.2010
70	EDAK Pharmacists Production	04.08.2010
71	EGEGUR-Otomotive Alüminyum Dokum ve Kalıp San. Ltd.	02.05.2008
72	EKO CED Çevre Danışmanlık Muh. Hizm. Ltd.Şti.	02.03.2009
73	ER-VA Construction Contracting Industry and Trade Co. Inc.	22.11.2010
74	ESPM Eser Project and Engineering Co. Inc.	06.09.2007
75	ETS ESER Contracting and Industry Co., Inc.	03.10.2007
76	EU Policies Institute	08.01.2010
77	Eczacıbaşı Holding Co.	26.05.2006
78	Educational Volunteers Foundation of Turkey - TEGV	03.10.2007
79	Ekol Logistics Co. Inc.	18.12.2007
80	Elvin Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	20.03.2007
81	Engelsiz Sanat Derneği	18.08.2010
82	Erge Electric-Electronics Industry and Incorporated	04.12.2008
83	Ethics and Reputation Society (TEID)	06.07.2010
84	Euroil Can Aslan Petrolcülük San. A.Ş.	27.10.2008
85	European University of Lefke	19.02.2008
86	Experiential Training Center	16.03.2010
87	Eybek Sağlık Hizmetleri Ltd.	24.03.2010
88	Eyüp Sabri Tuncer Kozmetik Sanayi A.Ş.	11.02.2010
89	FABRO Construction and Trade Co. Ltd.	18.05.2010
90	Feyziye Mektepleri Vakfı Işık Okulları	12.06.2006
91	Finar Kurumsal	26.10.2009
92	Galata Taşımacılık ve Ticaret A.Ş.	16.10.2008
93	Gebze Organized Industrial Zone	16.12.2008
94	Gençtur Tourism and Travel Agency Ltd.	04.01.2007
95	Genesis İlaç ve Sağlık Ürünleri A.Ş.	29.06.2010
96	Genzyme Turkey	22.07.2010
97	Global Tanıtım	19.11.2002

98	Goldas Jewellery Industry Import Export Inc.	30.10.2006
99	H.O. Sabancı Holding A.S	18.12.2007
100	HUNT Aviation Space Nano Technologies Manufacturing	10.11.2008
101	Has Vida	10.06.2008
102	Hayal Ortakları Derneği	18.08.2009
103	IPEK Yönetim Ltd.	21.05.2003
104	İltek İletişim ve Tanıtım Hizmetleri As.	07.03.2008
105	İndeks Content-Communication Consultancy	10.02.2009
106	Inkur English Institute	19.12.2007
107	Int. Blue Crescent Humanitarian Relief and Development	01.11.2006
108	International Transporters Association of Turkey	10.01.2008
109	Irenbe Women's Health And Ivf Centre	03.09.2008
110	Iskenderun Rotary Club	20.12.2006
111	Istanbul Aydın University	07.11.2007
112	Istanbul Bilgi University	23.06.2009
113	Istanbul Chamber of Commerce	27.02.2009
114	Istanbul Stock Exchange	26.10.2005
115	İzmir Kalıp San Tic. Ltd.	02.05.2008
116	JCI Turkey	16.09.2010
117	Keymen İlaç Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.	25.05.2010
118	KFI Kartal FCMP Otomotiv San. Tic. A.Ş.	01.07.2008
119	Kadir Has University	29.07.2009
120	Kalite Sistem Laboratories Group	29.11.2007
121	Kamil Koç Otobüsleri A.Ş.	15.01.2008
122	Kansku Laboratuvarı Sanayi ve Ticaret A.Ş.	26.05.2010
123	Karınca Logistics	19.11.2007
124	Kilicfms Elektronik Sanayi ve Dış Tic. A.Ş.	11.12.2008
125	Koç Holding	05.04.2006
126	Koç University	19.12.2007
127	Kocaeli Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi	09.12.2008
128	Kocaeli Chamber of Industry	01.11.2006
129	Laspar Sızdırmazlık Elemanları San. Ve Tic. Ltd. Şti.	02.05.2008
130	Liba Laboratuvarları AS	29.07.2010
131	Mesa Makina Dokum A.Ş.	03.06.2010

132	MPR Marketing Public Relations	29.05.2008
133	MRK Baskı Ltd.	14.04.2010
134	Marenostro Foreign Trade & Marketing Corporation	27.12.2007
135	Medicana International Ankara Hospital	14.01.2010
136	Mega Print Inc.	09.07.2010
137	Mehmet Gökdemir İnşaat Sanayi Ticaret Limited Şirketi	26.05.2010
138	Mercan End. Tas. Mak. San. Ltd. Şti.	15.05.2008
139	Merkez Laboratuvarı İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.	31.08.2010
140	Mobil Şans Oyunları Anonim Şirketi	11.02.2010
141	Mother Child Education Foundation	11.08.2008
142	Municipality of Beşiktaş	10.01.2007
143	Mustafa Nevzat İlaç Sanayii A.Ş.	26.05.2010
144	NMT Consulting and Training Center	29.12.2009
145	Nobel İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.	27.05.2010
146	NPR Communication	15.12.2006
147	Netron Technology Inc.	23.03.2006
148	Nilüfer Municipality	10.01.2007
149	Otokoç Otomotiv A.Ş.	11.05.2010
150	Özka Tyre and Rubber Co.	19.12.2007
151	PTS Worldwide Express (Paket Taşımacılık Sistemleri A.Ş.)	20.03.2006
152	Pamuk Finansal Kiralama A.Ş.	18.12.2007
153	PharmaVision Sanayi ve Ticaret A.Ş.	24.05.2010
154	Pharmaceutical Manufacturers Association of Turkey	20.05.2010
155	Politek Elektromekanik ve Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.	29.05.2008
156	Promena Elektronik Tic. A.Ş.	26.02.2009
157	Renault Mais A.Ş.	19.12.2007
158	Renkler Makina ve Yedek Parça San. ve Tic. Ltd. Şti.	02.05.2008
159	SEDEFED - Federation of Industrial Associations	01.07.2009
160	Solares İth.&İhr. San. Tic. Ltd. Şti.	05.01.2009
161	STEPPEN (Step Otomotiv ve Kalıp San. Tic. Ltd. Şti.)	08.10.2008
162	SU CSR Turkey Co. Ltd	15.07.2007
163	Sabancı University	29.01.2007
164	Sampas Information and Communication Inc.	19.12.2007
165	Sandoz İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.	10.08.2010

166	Santa Farma	26.05.2010
167	Sarkuysan Elektrolitik Bakır Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	05.05.2008
168	Schneider Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	18.12.2007
169	Selamoğlu International Transport	10.01.2008
170	Ser-Tur Plastik Ltd.	15.05.2008
171	Serka İnşaat ve Ticaret A.Ş.	01.02.2010
172	Sertrans Holding A.Ş.	25.01.2008
173	Sigma Consultancy and Application Center	20.06.2007
174	Soley Biotechnology Institute	03.08.2009
175	TEDMER Turkish Ethical Values Center Foundation	14.09.2006
176	TEKB Association of all Pharmacists Cooperatives	27.08.2010
177	TEMA Foundation	19.03.2008
178	Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (TSKB)	19.05.2010
179	Tayburn Kurumsal	03.08.2009
180	Teknikel	17.06.2008
181	The Health Foundation of Turkey	04.11.2010
182	The Union of Chambers and Commodity	19.12.2007
183	Toplum Gönüllüleri Vakfı Community Volunteers Foundation	17.07.2006
184	Tümser A.Ş.	08.05.2008
185	Türkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.	18.12.2007
186	Turkish Education Association - TED	11.07.2006
187	Turkish Industrialists and Businessmen Association TUSIAD	19.12.2007
188	Turkish Insurance Institute	12.03.2009
189	Turkish Public Health Association - T.HASAK	21.11.2006
190	Turkish Public Relations Association	21.04.2008
191	Turkish Society for Quality	29.05.2002
192	UFUK University	06.02.2006
193	Universal Kimya	16.09.2010
194	University of Namık Kemal	31.07.2007
195	User Dış Ticaret A.Ş.	17.02.2009
196	VIP Tourism Inc.	18.10.2007
197	Yaşama Dair Vakıf (Ya Da Foundation)	21.08.2006
198	Yaşar Holding Co.	11.01.2008
199	Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.	28.09.2006

200	Yilbak Ticaret A.Ş.	03.06.2010
201	Yönetim Danışmanları Derneği	26.12.2008
202	Young Guru Academy	03.09.2009
203	Youth Association for Habitat	13.06.2006
204	Yüksel Holding A.Ş. - Yüksel Holding Co. Inc.	28.07.2006
205	ZED Event Management and Consultancy	31.05.2006
206	Zentiva Sağlık Ürünleri Sanayi ve TIC. A.Ş.	23.07.2010
207	Zorlu Holding A/S	19.12.2007

Not: Kurum sıralaması alfabetik olarak verilmiştir.

**EK II. Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi
Yayınlayan Aktif Türkiye Kurumları**

SIRA NO	İLERLEME BİLDİRİMİ YAYINLAYAN KURUMLAR	KATILIM TARİHİ
1	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş.	18.12.2007
2	ARGE Consulting	29.05.2002
3	Akbank T.A.Ş.	11.01.2008
4	Akfen Holding Co. Inc.	02.07.2002
5	Akkök Sanayi ve Geliştirme A.Ş.	13.12.2007
6	Aksa Akrilik Kimya Sanayi A.Ş.	19.06.2006
7	AvivaSA Emeklilik ve Hayat A.Ş.	10.01.2007
8	BUTEK Makine San. ve Tic. A.Ş.	12.06.2006
9	Balnak Logistics Group	13.12.2007
10	Bolu Çimento Sanayi A.Ş.	12.12.2007
11	Borusan Holding A.Ş.	03.10.2006
12	CAMP34 A.Ş.	28.08.2006
13	Cafer Sadık Abaloğlu Holding A.S.	12.12.2007
14	Cement Industry Employers Association	12.12.2007
15	Coca-Cola İçecek	22.10.2009
16	Coca-Cola Meşrubat Pazarlama ve Danışmanlık	28.07.2006
17	Corporate Governance Association of Turkey	05.06.2006
18	Corporate Social Responsibility Association of Turkey	12.06.2006
19	Deloitte Touché Tohmatsu Turkey	18.12.2007
20	Demirayak Şirketler Grubu (Dempas A.Ş.)	18.06.2008
21	Doğuş Group	15.03.2007
22	Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.	16.03.2010
23	ESPM Eser Project and Engineering Co. Inc.	06.09.2007
24	ETS ESER Contracting and Industry Co. Inc.	03.10.2007
25	Eczacıbaşı Holding Co.	26.05.2006
26	Educational Volunteers Foundation of Turkey - TEGV	03.10.2007
27	Elvin Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	20.03.2007
28	Finar Kurumsal	26.10.2009
29	Global Tanıtım	19.11.2002

30	Goldaş Jewelry Industry Import Export Inc.	30.10.2006
31	H.Ö. Sabancı Holding A.Ş	18.12.2007
32	Istanbul Stock Exchange	26.10.2005
33	Kalite Sistem Laboratories Group	29.11.2007
34	Koç Holding	05.04.2006
35	Kocaeli Chamber of Industry	01.11.2006
36	MPR Marketing Public Relations	29.05.2008
37	NMT Consulting and Training Center	29.12.2009
38	NPR Communication	15.12.2006
39	Netron Technology Inc.	23.03.2006
40	Nilüfer Municipality	10.01.2007
41	Özka Tyre and Rubber Co.	19.12.2007
42	PTS Worldwide Express (Paket Taşımacılık Sistemleri A.Ş.)	20.03.2006
43	SU CSR Turkey Co. Ltd	15.07.2007
44	Sampas Information and Communication Inc.	19.12.2007
45	Sigma Consultancy and Application Center	20.06.2007
46	Tayburn Kurumsal	03.08.2009
47	Türkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.	18.12.2007
48	Turkish Industrialists and Businessmen Association TÜSİAD	19.12.2007
49	Turkish Public Health Association - T.HASAK	21.11.2006
50	Turkish Society for Quality	29.05.2002
51	VIP Tourism Inc.	18.10.2007
52	Yaşar Holding Co.	11.01.2008
53	Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.S.	28.09.2006
54	Youth Association for Habitat	13.06.2006
55	Yüksel Holding A.S. - Yüksel Holding Co., Inc.	28.07.2006
56	ZED Event Management and Consultancy	31.05.2006
57	Zorlu Holding A/S	19.12.2007

Not: Kurum sıralaması alfabetik olarak verilmiştir.

EK III. Küresel İlkeler Sözleşmesi Ana İlkelerine Raporlarında En Fazla Atıfta Bulunan İlk 5 Kurum

SIRA	KATILIMCI	İnsan Hakları	Çalışma Standartları	Çevre	Yolsuzlukla Mücadele
1	Doğuş Grup	1. Ayrımcılığa gitmeme	1. Örgütlenme özgürlüğü	3. Çevreyi koruma	27. Haraç, tehdit ve rüşvete izin vermeme
		2. Çalışanlara eşit davranma ve eşit çalışma şartları	2. Toplu sözleşme hakkı	2. Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak	2. Kuruluşun adına ve ürettiği ürünlerin markasına zarar getirmeme
		3. Fikirleri özgürce ifade edebilme	3. Zorla ve istemeden çalıştırmama	3. Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma (Örn: kampanyalar düzenlemek, tüm çalışanların katılımını sağlamak vb.)	3. Şeffaf olma
		4. Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama	4. Çocuk işçi çalıştırmama	4. Atıkların geri dönüşümü	4. Güven duygusu uyandırma
		5. Çalışan refahı	5. Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)	5. Doğal kaynakların tutumlu kullanılması	5. Ahlak uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma
		6. İnsana değer verme	6. Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme	6. Geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanma	6. Doğru ve dürüst davranışlar sergileme
		7. Fartlıklara saygı duyma	7. Çocuk işçi çalıştıran şirketlerle iş yapmama	7. Çevreyle dost teknolojileri kullanma	7. Tüketici tatmini
		8. Eğitime destek, okullarda kampanyalar	8. Çalışanlara fikirlerini yazılı ya da sözlü olarak ifade etme özgürlüğü	8. Bilimsel araştırmaları ve teknolojik gelişmeleri takip ederek çevresel kirlenmeyi önleme	8. Çalışanların işgal ettikleri mevkileri kişisel ya da kurumsal çıkarları için kullanılmaları ve yasal olmayan ödeme tekliflerini reddetmeleri
		9. İnsan hakları suçu işlememek	9. Sözleşme ve sosyal güvenlik	9. Enerji, elektrik, su ve doğalgaz tasarrufu	
			10. Çalışanların kararlara katılımı		
			11. Ücretlerin ve sosyal hakların adil dağıtım		
			12. İşe almada, seçmede ve yükselmede eşit haklar sağlanması		
			13. Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı		
			14. Uygun çalışma saatleri		
			15. Nitelikli insan kaynağının işletmede tutulabilme ve geliştirme		
			16. Eşit çalışma fırsatları		

SIRA	KATILIMCI	İnsan Hakları	Çalışma Standartları	Çevre	Yolsuzlukla Mücadele
2	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik A.Ş.	1. Ayrımcılığa gitmeme	7. Örgütlenme özgürlüğü	2. Çevreyi koruma	3. Haraç, tehdit ve rüşvete izin vermeme
		2. Çalışanlara eşit davranma ve eşit çalışma şartları	5. Toplu sözleşme hakkı	2. Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak	2. Kuruluşun adına ve ürettiği ürünlerin markasına zarar getirmeme
		3. Fikirleri özgürce ifade edebilme	6. Zorla ve istemeden çalıştırmama	3. Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma (Örn: kampanyalar düzenlemek, tüm çalışanların katılımını sağlamak vb.)	3. Şeffaf olma
		4. Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama	4. Çocuk işçi çalıştırmama	4. Atıkların geri dönüşümü	4. Güven duygusu uyandırma
		5. Çalışan refahı	5. Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)	5. Doğal kaynakların tutumlu kullanılması	5. Ahlak uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma
		6. İnsana değer verme	6. Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme	6. Geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanma	6. Doğru ve dürüst davranışlar sergileme
		7. Fartlıklara saygı duyma	7. Çocuk işçi çalıştıran şirketlerle iş yapmama	7. Çevreyle dost teknolojileri kullanma	7. Tüketici tatmini
		8. Eğitime destek, okullarda kampanyalar	8. Çalışanlara fikirlerini yazılı ya da sözlü olarak ifade etme özgürlüğü	8. Bilimsel araştırmaları ve teknolojik gelişmeleri takip ederek çevresel kirlenmeyi önleme	8. Çalışanların işgal ettikleri mevkileri kişisel ya da kurumsal çıkarları için kullanılmaları ve yasal olmayan ödeme tekliflerini reddetmeleri
		9. İnsan hakları suçu işlememek	9. Sözleşme ve sosyal güvenlik	9. Enerji, elektrik, su ve doğalgaz tasarrufu	
			10. Çalışanların kararlara katılımı		
			11. Ücretlerin ve sosyal hakların adil dağıtım		
			12. İşe almada, seçmede ve yükselmede eşit haklar sağlanması		
			13. Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı		
			14. Uygun çalışma saatleri		
			15. Nitelikli insan kaynağının işletmede tutulabilme ve geliştirme		
			16. Eşit çalışma fırsatları		

SIRA	KATILIMCI	İnsan Hakları	Çalışma Standartları	Çevre	Yolsuzlukla Mücadele	
3	Coca-Cola İçecek	1. Ayrımcılığa gitmeme	4 1. Örgütlenme özgürlüğü	2 1. Çevreyi koruma	28 1. Haraç, tehdit ve rüşvete izin vermeme	1
		2. Çalışanlara eşit davranma ve eşit çalışma şartları	2 2. Toplu sözleşme hakkı	2 2. Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak	7 2. Kuruluşun adına ve ürettiği ürünlerin markasına zarar getirmeme	2
		3. Fikirleri özgürce ifade edebilme	3 3. Zorla ve istemeden çalıştırmama	3 3. Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma (Örn: kampanyalar düzenlemek, tüm çalışanların katılımını sağlamak vb.)	11 3. Şeffaf olma	7
		4. Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama	11 4. Çocuk işçi çalıştırmama	4 4. Atıkların geri dönüşümü	14 4. Güven duygusu uyandırma	6
		5. Çalışan refahı	1 5. Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)	6 5. Doğal kaynakların tutumlu kullanılması	15 5. Ahlaka uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma	2
		6. İnsana değer verme	6 6. Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme	17 6. Geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanma	1 6. Doğru ve dürüst davranışlar sergileme	4
		7. Farklılıklara saygı duyma	1 7. Çocuk işçi çalıştıran şirketlerle iş yapmama	2 7. Çevreyle dost teknolojileri kullanma	9 7. Tüketici tatmini	7
		8. Eğitime destek, okullarda kampanyalar	9 8. Çalışanlara fikirlerini yazılı ya da sözlü olarak ifade etme özgürlüğü	5 8. Bilimsel araştırmaları ve teknolojik gelişmeleri takip ederek çevresel kirlenmeyi önleme	7 8. Çalışanların işgal ettikleri mevkileri kişisel ya da kurumsal çıkarları için kullanılmaları ve yasal olmayan ödeme tekliflerini reddetmeleri	1
		9. İnsan hakları suçu işlememek	4 9. Sözleşme ve sosyal güvenlik	1 9. Enerji, elektrik, su ve doğalgaz tasarrufu	18	
				10. Çalışanların kararlara katılımı		
				11. Ücretlerin ve sosyal hakların adil dağıtımı	3	
				12. İşe almada, seçmede ve yükselmede eşit haklar sağlanması	1	
				13. Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı	17	
				14. Uygun çalışma saatleri	2	
				15. Nitelikli insan kaynağının işletmede tutulabilme ve geliştirme	3	
				16. Eşit çalışma fırsatları	1	

SIRA	KATILIMCI	İnsan Hakları	Çalışma Standartları	Çevre	Yolsuzlukla Mücadele	
4	Koç Holding	1. Ayrımcılığa gitmeme	1 1. Örgütlenme özgürlüğü	4 1. Çevreyi koruma	18 1. Haraç, tehdit ve rüşvete izin vermeme	3
		2. Çalışanlara eşit davranma ve eşit çalışma şartları	2 2. Toplu sözleşme hakkı	3 2. Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak	9 2. Kuruluşun adına ve ürettiği ürünlerin markasına zarar getirmeme	2
		3. Fikirleri özgürce ifade edebilme	1 3. Zorla ve istemeden çalıştırmama	4 3. Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma (Örn: kampanyalar düzenlemek, tüm çalışanların katılımını sağlamak vb.)	17 3. Şeffaf olma	7
		4. Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama	6 4. Çocuk işçi çalıştırmama	2 4. Atıkların geri dönüşümü	8 4. Güven duygusu uyandırma	5
		5. Çalışan refahı	1 5. Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)	3 5. Doğal kaynakların tutumlu kullanılması	14 5. Ahlaka uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma	3
		6. İnsana değer verme	3 6. Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme	11 6. Geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanma	2 6. Doğru ve dürüst davranışlar sergileme	2
		7. Farklılıklara saygı duyma	7 7. Çocuk işçi çalıştıran şirketlerle iş yapmama	1 7. Çevreyle dost teknolojileri kullanma	7 7. Tüketici tatmini	1
		8. Eğitime destek, okullarda kampanyalar	23 8. Çalışanlara fikirlerini yazılı ya da sözlü olarak ifade etme özgürlüğü	3 8. Bilimsel araştırmaları ve teknolojik gelişmeleri takip ederek çevresel kirlenmeyi önleme	8 8. Çalışanların işgal ettikleri mevkileri kişisel ya da kurumsal çıkarları için kullanılmaları ve yasal olmayan ödeme tekliflerini reddetmeleri	
		9. İnsan hakları suçu işlememek	2 9. Sözleşme ve sosyal güvenlik	1 9. Enerji, elektrik, su ve doğalgaz tasarrufu	14	
				10. Çalışanların kararlara katılımı		
				11. Ücretlerin ve sosyal hakların adil dağıtımı	7	
				12. İşe almada, seçmede ve yükselmede eşit haklar sağlanması	3	
				13. Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı	7	
				14. Uygun çalışma saatleri	1	
				15. Nitelikli insan kaynağının işletmede tutulabilme ve geliştirme	7	
				16. Eşit çalışma fırsatları	2	

SIRA	KATILIMCI	İnsan Hakları	Çalışma	Çevre	Yolsuzlukla Mücadele	
5	Akkök Sanayi ve Geliştirme A.Ş.	1. Ayrımcılığa gitmeme	2 1. Örgütlenme özgürlüğü	1 1. Çevreyi koruma	16 1. Haraç, tehdit ve rüşvete izin vermeme	3
		2. Çalışanlara eşit davranma ve eşit çalışma şartları	3 2. Toplu sözleşme hakkı	2 2. Çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacak durumları önlemek ve azaltmak	9 2. Kuruluşun adına ve ürettiği ürünlerin markasına zarar getirmeme	4
		3. Fikirleri özgürce ifade edebilme	4 3. Zorla ve istemeden çalıştırmama	2 3. Çevre sorumluluğunu geliştirici girişimlerde bulunma (Örn: kampanyalar düzenlemek, tüm çalışanların katılımını sağlamak vb.)	18 3. Şeffaf olma	11
		4. Güvenli ve sağlıklı iş ortamı sağlama	6 4. Çocuk işçi çalıştırmama	2 4. Atıkların geri dönüşümü	7 4. Güven duygusu uyandırma	6
		5. Çalışan refahı	2 5. Ayrımcılık yapmama (yaş, cinsiyet, politik görüş, medeni durum, milliyet vb.)	4 5. Doğal kaynakların tutumlu kullanılması	6 5. Ahlaka uyan davranışlarda ve uygulamalarda bulunma	6
		6. İnsana değer verme	5 6. Çalışanları eğitime, geliştirme ve destekleme	13 6. Geri dönüşümlü kâğıt, pil, toner ve kartuş kullanma	7 6. Doğru ve dürüst davranışlar sergileme	7
		7. Farılıklara saygı duyma	1 7. Çocuk işçi çalıştıran şirketlerle iş yapmama	7 7. Çevreyle dost teknolojileri kullanma	8 7. Tüketici tatmini	
		8. Eğitime destek, okullarda kampanyalar	10 8. Çalışanlara fikirlerini yazılı ya da sözlü olarak ifade etme özgürlüğü	4 8. Bilimsel araştırmaları ve teknolojik gelişmeleri takip ederek çevresel kirlenmeyi önleme	7 8. Çalışanların işgal ettikleri mevkileri kişisel ya da kurumsal çıkarları için kullanılmaları ve yasal olmayan ödeme tekliflerini reddetmeleri	2
		9. İnsan hakları suçu işlememek	5 9. Sözleşme ve sosyal güvenlik	3 9. Enerji, elektrik, su ve doğalgaz tasarrufu	7	
				10. Çalışanların kararlara katılımı	2	
				11. Ücretlerin ve sosyal hakların adil dağıtımı	7	
				12. İşe almada, seçmede ve yükselmede eşit haklar sağlanması	4	
				13. Çalışanlara güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı	6	
				14. Uygun çalışma saatleri		
				15. Nitelikli insan kaynağının işletmede tutulabilme ve geliştirme	8	
				16. Eşit çalışma fırsatları	4	