



SERMAYE PİYASASI KURULU

ORTAKLIKLAR FİNANSMANI DAİRESİ

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

YETERLİK ETÜDÜ

Erkan ÖZGÜÇ
Uzman Yardımcısı

KASIM 2005
ANKARA

YÖNETİCİ ÖZETİ

Son yıllarda kötü kurumsal yönetim nedeniyle yaşanan yolsuzluk skandalları ve bunun doğurduğu olumsuz sosyal sonuçların yanı sıra, şirketlerin çevreye karşı sorumsuz ve tedbirsiz davranışları nedeniyle dünyanın birçok yerinde çevresel sonuçları ağır olayların yaşanması ve küresel ısınma ve doğal kaynakların kirletilmesi nedeniyle dünyadaki yaşama dair risklerin ortaya çıkması sonrasında sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin endişeler önemli boyutlara ulaşmıştır. Bu endişeler çerçevesinde menfaat sahiplerinin baskıları ve BM, OECD, ILO gibi uluslararası kurumların çalışmaları şirketlerin mevcut finansal rollerine ilaveten çevresel ve sosyal roller de edinmeleri gerektiği anlayışını doğurmuştur.

Şirketlere geleneksel olarak adanan rolde değişikliğe yol açan bu anlayış kurumsal sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir. Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 2001 yılında hazırlanmış Yeşil Dosya'da kurumsal sosyal sorumluluk *“şirketlerin ekonomik aktivitelerine ve menfaat sahipleri ile olan ilişkilerine, gönüllülük esaslı çerçevesinde birtakım sosyal ve çevresel beklentileri/unsurları dahil etmeleri durumunu ifade eden bir kavram”* olarak tanımlanmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kapsamında şirketlerden ekonomik performans yanında sosyal ve çevresel performans da beklenmektedir. Daha somut olarak, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı iş yerinde çalışanlara fırsat eşitliği tanınmasını, ayrımcılık yapılmamasını, çalışan sağlığına ve iş yeri güvenliğine önem verilmesini, çalışanlara örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkının etkin bir şekilde tanınmasını, çocuk işgücünün kullanılmamasını, çevreyi kirleten gazların ve atıkların etkilerinin azaltılmasını, topluma katkıda bulunulmasını, yolsuzlukla mücadeleyi içeren davranış kodlarının geliştirilmesini, adil rekabete özen gösterilmesini, sürdürülebilir kalkınma ile ilgili girişimlere destek verilmesini ve iş ortaklıklarının kurulmasında ve tedarikçilerin seçilmesinde söz konusu sorumlulukların önemli bir kriter olarak uygulanmasını gerekli kılmaktadır.

Başta Avrupa'da olmak üzere dünyada son yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk iş yapma stratejisinin önemli bir parçası haline gelmiş, sosyal açıdan sorumlu şirketlere yatırım yapılması prensibi benimsenmiş, sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları kurulmuş, bu fonların büyüklüğü önemli tutarlara ulaşmış, birçok Avrupa ülkesinde kurumsal sosyal sorumluluk konusunda yasal düzenlemeler yapılmış, birçok şirket kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını sistematik olarak raporlamaya başlamış, bu raporlar bağımsız denetime tabi tutulmuş, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları derecelendirilmiş ve kurumsal sosyal sorumluluk endeksleri oluşturulmuştur.

Dünyada bu kavrama verilen önemin artması ile birlikte son birkaç yıldır bu kavram Türkiye'nin de gündemine girmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğun Türkiye'de bulunduğu aşamanın tespiti amacıyla İMKB-30 şirketleri üzerinde Kurumsal Yönetim Uyum Raporu (KYUR)nda verilen bilgiler dikkate alınmak suretiyle bir araştırma

çalışması yapılmıştır. Söz konusu çalışma neticesinde, İMKB–30 şirketlerinin çok büyük çoğunluğunun (%93) yaptıkları faaliyetin toplum ve çevre üzerindeki doğrudan etkileri üzerinde bir raporlama yapmadıkları ve ölçüme dayalı verileri kullanmadıkları, yine çok büyük bir çoğunluğunun (%97) faaliyetlerinin sosyal ve çevresel etkilerine ilişkin olarak olumsuz bir bilgi vermedikleri, insan hakları konusunda oldukça yetersiz açıklamalar yaptıkları, çalışanlarla ilişkiler ve çevre hakkında verilen bilgilerin uygulamadaki gerçekleri yansıtmaktan ziyade teorik yaklaşımları vurguladığı, çoğunlukla hayırseverlik faaliyetleri ile sınırlı olarak açıklama yaptıkları, açıklamalarda KYUR ile çizilmiş çerçevenin dışına çoğunlukla çıkmadıkları ve KYUR ile çizilmiş çerçevenin ise kurumsal sosyal sorumluluğun birçok yönünü kapsamadığı ve bu durumun yapılan açıklamaların çoğunun yetersiz kalmasına yol açtığı tespit edilmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun uluslararası anlamda iş yapma stratejisinin önemli bir parçası haline gelmiş olması ve AB yolunda ilerleyen bir Türkiye'nin kurumsal sosyal sorumluluk kriterleri karşısında yaşayabileceği olası zorluklar dikkate alınarak Türkiye'de de bu kavram dahilindeki uygulamaların daha iyi bir aşamaya ulaştırılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin ve uygulamalarının yaygınlaşması için;

1. Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin "Menfaat Sahipleri" başlıklı üçüncü bölümüne detayları bu çalışmanın "Genel Değerlendirme, Öneriler ve Sonuç" bölümünde verilen kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerinin ilave edilmesinin,

2. KYUR'nun 15, 16 ve 17'nci bölümlerinin, detayları çalışmanın "Genel Değerlendirme, Öneriler ve Sonuç" bölümünde belirtilen göstergeleri içerecek şekilde genişletilmesinin,

3. Sosyal sorumluluk raporlamasının daha ciddi olarak yapılmasını kolaylaştırmak ve şirketlere neyi, nasıl ve ne detayda açıklayacakları hususunda yardımcı olmak amacıyla Küresel Raporlama Girişimi (GRI) referans alınarak ve tavsiye niteliğinde olmak üzere bir "kurumsal sosyal sorumluluk rehber ilkeler kılavuzu" hazırlanmasının,

4. Şirketlerin ve menfaat sahiplerinin bilinçlenmesini ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının teşvik edilmesini sağlamak amacıyla ilgili sivil toplum kuruluşları ve iş dünyası ile ortak konferanslar, forumlar ve seminerler düzenlenmesinin, menfaat sahiplerinin şirketlerden olan beklentilerinin takip edilebilmesini teminen kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili araştırmaların ve anket çalışmalarının yapılmasının desteklenmesinin,

5. Menfaat sahiplerinin belirli bir bilince ulaşması sonrasında, sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarının, kurumsal sosyal sorumluluğun bağımsız denetiminin, derecelendirmesinin ve endeksinin oluşturulabilmesini teminen gerekli hukuki düzenlemelerin yapılmasının,

faydalı olacağı düşünülmektedir.

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR CETVELİ	i
TABLolar CETVELİ	ii
GİRİŞ	1
I. BÖLÜM.....	2
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ TANIMI VE TEORİK ALTYAPISI.....	2
1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tanımı	2
1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Teorik Altyapısı	3
1.2.1. Menfaat Sahipleri (Sosyal Paydaşlar) Teorisi	3
1.2.2. Toplumsal Sözleşme Teorisi	4
1.2.3. Sosyal Adalet Teorisi	4
1.2.4. Haklar Teorisi	4
1.2.5. Deontolojik Teori	4
II. BÖLÜM	4
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ DOĞUŞUNA VE YAYGINLAŞMASINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER.....	4
2.1. Menfaat Sahiplerinin Şirketlerden Olan Beklentilerinin Değişmesi.....	5
2.2. Sürdürülebilir Kalkınma	7
2.3. Uluslararası Girişimler	8
2.3.1. Birleşmiş Milletler'in Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact)	8
2.3.2. ILO'nun Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politikalar Prensiplerine İlişkin Üçlü Deklarasyonu.....	9
2.3.3. OECD Çokuluslu Şirketler Rehberi	9
III. BÖLÜM.....	10
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ İÇSEL VE DIŞSAL BOYUTLARI VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARININ YARARLARI	10
3.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının İçsel ve Dışsal Boyutları.....	10
3.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İçsel Boyutları	10
3.1.1.1. İnsan Kaynakları Yönetimi	10
3.1.1.2. İşyerinde Sağlık ve Güvenlik.....	10
3.1.1.3. Değişime Uyum Sağlama.....	10
3.1.1.4. Çevresel Etkilerin ve Doğal Kaynakların Yönetimi	11
3.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Dışsal Boyutları.....	11
3.1.2.1. Yerel Toplum	11
3.1.2.2. İş Ortakları, Tedarikçiler ve Tüketiciler	11
3.1.2.3. İnsan Hakları.....	12
3.1.2.4. Global Düzeyde Çevresel Etkiler.....	12
3.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Yararları	12
IV. BÖLÜM.....	14
SOSYAL AÇIDAN SORUMLU YATIRIM	14
4.1 Sosyal Açıdan Sorumlu Yatırım Stratejileri	14
4.1.1. Gözetim.....	14
4.1.2. Aktif Hissedarlık	15
4.1.3. Sosyal Yatırım.....	15
4.2. Sosyal Açıdan Sorumlu Yatırım Fonları	15
4.3. Sosyal Açıdan Sorumlu Yatırımlarda Küresel Trendler	16
V. BÖLÜM.....	17
AVRUPA, KUZEY AMERİKA VE ASYA'DA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARININ DURUMU VE AVRUPA'DA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAPSAMINDA YAPILMIŞ DÜZENLEMELER.....	17
5.1. Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya'da Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Durumu	17
5.2. Avrupa'da Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Yapılmış Düzenlemeler	19
VI. BÖLÜM.....	19
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN RAPORLANMASI.....	19
6.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Raporlanmasının Doğuşuna Etki Eden Faktörler	19

6.2. Üçlü Raporlamanın Tanımı	21
6.3. Dünyada Üçlü Raporlama Uygulamaları.....	21
6.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Raporlanmasında Rehber İlkeler	22
6.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu Hazırlamanın Şirketlerin Yaptıkları İşe Olan Faydaları.....	22
6.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Bağımsız Denetimi	23
6.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derecelendirmesi ve Endeksi	24
VII. BÖLÜM	25
TÜRKİYEDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI	25
7.1. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Doğuşuna Etki Eden Faktörler ...	25
7.1.1. İçsel Faktörlerin Değerlendirilmesi	25
7.1.1.1. <i>Menfaat Sahiplerinin Etkinliği ve Ekonomik Çevrenin Girişimleri</i>	26
7.1.1.2. <i>Sermaye Piyasası Kurulu’nun Kurumsal Yönetim İlkelerini Yayınlaması ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporu Hazırlanmasını Zorunlu Kılması</i>	27
7.1.2. Dışsal Faktörlerin Değerlendirilmesi	28
7.1.2.1. <i>Ülkeye Gelen Uluslararası Sermaye Yatırımları</i>	28
7.1.2.2. <i>Uluslararası Örgütlerin Girişimleri</i>	28
7.2. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması Uygulamaları	29
7.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının Türkiye ve Türk Şirketleri İçin Önemi	32
7.4. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Bulunduğu Aşama.....	32
GENEL DEĞERLENDİRME, ÖNERİLER VE SONUÇ.....	34
KAYNAKÇA.....	42
EK DİZİNİ.....	i

KISALTMALAR CETVELİ

AB	:	Avrupa Birliği
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
BM	:	Birleşmiş Milletler
ÇL	:	Çalışanlarla İlgili Uygulamalar
ÇV	:	Çevresel Etkiler
EUROSIF	:	European Social Investment Forum
FEE	:	European Federation of Accountants
FTSE	:	Financial Times Stock Exchange
GRI	:	Global Reporting Initiative
ILO	:	International Labor Organisation
İH	:	İnsan Hakları
İMKB	:	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
OECD	:	Organisation for Economic Co-operation and Development
SPK	:	Sermaye Piyasası Kurulu
STK	:	Sivil Toplum Kuruluşu
TEDMER	:	Türkiye Etik Değerler Merkezi
TESEV	:	Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı
TOBB	:	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TP	:	Toplum
TÜSİAD	:	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UKSIF	:	The United Kingdom Social Investment Forum
USSIF	:	The United States Social Investment Forum
ÜS	:	Ürün Sorumluluğu
WCED	:	World Commision for Environment and Development

TABLÖLAR CETVELİ

Tablo 1. Toplumun Şirketlerden Olan Beklentileri (%).....	6
Tablo 2. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlkeleri.....	8
Tablo 3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İçsel Unsurları	17
Tablo 4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Dışsal Unsurları.....	18
Tablo 5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hesap Verebilirlik Unsurları	18
Tablo 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kurumsal Vatandaşlık Unsurları	18
Tablo 7. İMKB 30 Şirketlerinin Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu'nda Sosyal Sorumlulukları İle İlgili Olarak Verdikleri Bilgiler	30
Tablo 8. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Aşamaları.....	33

GİRİŞ

Son yıllarda iş çevrelerinde, akademik dünyada ve sivil toplum kuruluşlarında “kurumsal sosyal sorumluluk” hakkında önemli tartışmalar yapılmaktadır. Bu tartışmalarda, şirketlerden mal ve hizmet sunmaları, istihdam sağlamaları, vergi vermeleri, ortakların kar paylarını maksimize etmeleri gibi ticari amaçlar yanında çevreye ve insan haklarına özen göstermeleri, sürdürülebilir kalkınmaya ve genel olarak topluma katkıda bulunmaları gibi birtakım çevresel ve sosyal amaçları da gerçekleştirmelerinin beklendiği vurgulanmaktadır.

Şirketlerin ticari amaçlarına ulaşmasını etkileyebilen ve bu amaçlara ulaşılmasından etkilenen gruplardan, diğer bir ifadeyle menfaat sahiplerinden, kaynaklanan bu beklentilerin zamanla beklentiye aşarak güçlü baskılara dönüştüğü ve artan baskılar ile birlikte şirketlerin, ekonomik büyümelerini sağlamak yanında çevreyi koruma ve sosyal sorumluluklarını ilerletme konusunda daha aktif ve istekli davranmaya başladıkları gözlenmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk olarak adlandırılan bu güncel anlayış kapsamındaki uygulamaların şaşırtıcı bir hızla yayılması ve iş yapma stratejisinin önemli bir unsuru haline dönüşmesi bu kavramın ve boyutlarının incelenmesini ve geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışmanın amacı da Türkiye'nin henüz yeni tanıştığı bu kavramı birçok yönüyle tanıtmak ve bu kavram dahilindeki uygulamaların Türkiye'de de gelişmesine katkıda bulunabilecek birtakım önerilerde bulunmaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ne anlama geldiğinin ve hangi felsefi yaklaşımlarla desteklendiğinin açığa kavuşturulması amacıyla kavramın tanımı yapılmakta ve teorik alt yapısı hakkında çeşitli bilgiler verilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının doğuşuna ve yaygınlaşmasına etki eden başlıca faktörlerin analizi yapılmakta ve söz konusu faktörler hakkında birtakım bilimsel araştırmalarda ulaşılan sonuçlar verilmektedir.

Üçüncü bölümde, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının içsel ve dışsal boyutları anlatılmaktadır. Bu yapılırken, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının gerçekleştiği alanlar, şirket baz alınarak, içsel ve dışsal olarak incelenmekte ve şirketin kendi bünyesi ile sınırlı alanda ortaya çıkan kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile kendi bünyesi dışındaki unsurlarla iletişimde olmasından kaynaklanan kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları hakkında bilgi verilmektedir. Bu bilgilerin verilmesi suretiyle çalışmanın ikinci bölümünde bahsedilen kurumsal sosyal sorumluluğun teorik yönünün kavramın pratik yönü ile bütünleştirilmesinin sağlanması hedeflenmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile bağlantılı olan ve uygulamada daha çok bireysel ve kurumsal yatırımcılar bazında bir sosyal sorumluluğu ifade ettiği gözlenen sosyal açıdan sorumlu yatırım ve sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları kavramları hakkında bilgiler verilmektedir.

Beşinci bölümde, Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya’da kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının durumu hakkında, karşılaştırmalı olarak ve bilimsel bir araştırmanın sonuçlarından destek alınmak suretiyle, bilgiler verilmekte ve Avrupa’da kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yapılmış düzenlemeler aktarılmaktadır.

Çalışmanın altıncı bölümünde, şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının raporlanması konusunda çeşitli bilgiler verilmektedir. Bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluğun raporlanmasının doğuşuna etki eden faktörler, başlıca raporlama uygulamaları, raporlama işleminin hangi rehber ilkeler doğrultusunda yapılabileceği, raporlamanın sağlayacağı faydalar, kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının bağımsız denetimi ve kurumsal sosyal sorumluluk derecelendirmesi ve endeksi hakkında bilgiler verilmektedir.

Çalışmanın yedinci bölümünde Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları incelenmektedir. Bu inceleme, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının Türkiye’de doğmasını ve yaygınlaşmasını sağlayan içsel ve dışsal faktörlerin değerlendirilmesi ile başlayıp, İMKB-30 şirketlerinin baz alınması suretiyle yapılan araştırma çalışması ile derinleştirilmekte ve bu araştırma çalışması neticesinde ulaşılan sonuçlar dikkate alınarak kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının Türkiye’de hangi aşamada olduğu yönünde bir tespit ile sonuçlandırılmaktadır.

Genel Değerlendirme, Öneriler ve Sonuç bölümünde ise, kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin bu çalışmanın genel hatları vurgulanarak Türkiye’deki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının geliştirilmesi için yapılabilecekler hakkında öneriler sunulmaktadır.

I. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ TANIMI VE TEORİK ALTYAPISI

1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tanımı

Kavram olarak kurumsal sosyal sorumluluk oldukça eskilere dayanmaktadır. Zira Nicholas Ebsenstadt’ın 1973 yılında yazılmış bir makalesinde kurumsal sosyal sorumluluğun tarihinin eski Yunan medeniyetine kadar uzandığı, eski Yunan medeniyetinde işadamları ve tacirler için davranış normlarının belirlenerek uygulandığı belirtilmektedir (Wilson: 2003). O zamandan bu yana şirketlerin toplumdaki rolleri tartışıla gelmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun modern çağı ise Howard Bowen tarafından 1953 yılında yazılan “İşadamların Sosyal Sorumlulukları” (Social Responsibilities of the Businessman) adlı kitabı ile başlamış ve bu tarihten itibaren birçok yazar bu konu hakkında yazmıştır (Valor: 2005). Söz konusu yazılar 1953 yılından 1980 yılına kadar şirket yöneticilerinin toplumun ihtiyaçlarını karşılamak gibi ahlaki bir sorumluluklarının

bulunup bulunmadığı üzerine yoğunlaşırken, 1980 yılından itibaren şirket yöneticilerinin böyle bir ahlaki sorumluluğunun bulunduğu genel olarak kabul edilmiş ve tartışmalar kurumsal sosyal sorumluluğun tanımı ve uygulamadaki şekli üzerine yoğunlaşmıştır (Wilson: 2003).

Bu çerçevede kurumsal sosyal sorumluluğun birçok tanımı yapılmıştır. Ancak bu tanımlardan en çok kabul göreni Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 2001 yılında hazırlanmış Yeşil Dosya (Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility)da yapılmıştır. Söz konusu Yeşil Dosya'da kurumsal sosyal sorumluluk "*şirketlerin ekonomik aktivitelerine ve menfaat sahipleri ile olan ilişkilerine, gönüllülük esası çerçevesinde birtakım sosyal ve çevresel beklentileri/unsurları dahil etmeleri durumunu ifade eden bir kavram*" olarak tanımlanmıştır.

1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Teorik Altyapısı

Şirketlerin neden sosyal sorumluluklarını bilerek faaliyette bulunmaları gerektiği sorusuna, ahlaki ve sosyal argümanlar geliştirmek suretiyle, kurumsal sosyal sorumluluk teorileri cevap vermektedir. Bu teorilerin başlıcaları; menfaat sahipleri teorisi, toplumsal sözleşme teorisi, sosyal adalet teorisi, haklar teorisi ve deontolojik teoridir.

1.2.1. Menfaat Sahipleri (Sosyal Paydaşlar) Teorisi

Menfaat sahipleri teorisi R. Edward Freeman tarafından 1984 yılında yayınlanan *Stratejik Yönetim: Bir Menfaat Sahipleri Yaklaşımı* (Strategic Management: A Stakeholder Approach) adlı kitap ile ilk kez ortaya konmuştur. Freeman, menfaat sahiplerini "*bir organizasyonun amaçlarına ulaşmasında söz konusu organizasyonu etkileyebilecek ya da organizasyonun bu amaca ulaşmasından etkilenebilecek herhangi bir grup ya da birey*" olarak tanımlamıştır (Wilson: 2003). Bir şirketin menfaat sahiplerini -her ne kadar tam bir uzlaşma olmasa da- esas olarak ortaklar, yatırımcılar, çalışanlar, müşteriler/tüketiciler, tedarikçiler, yerel toplum, sendikalar, düzenleyici otoriteler ve sivil toplum kuruluşları oluşturmaktadır.

Menfaat sahipleri teorisine göre bir şirketin dışarıda yer alan gruplarla ilişkisi ne kadar güçlü olursa o şirketin kurumsal amacına ulaşması o kadar kolay; bu ilişki ne kadar kötü olursa söz konusu amaca ulaşması o kadar zor olacaktır. Bu çerçevede, menfaat sahipleri teorisinin hedefi rekabet avantajı sağlamak amacıyla şirketlere menfaat sahipleri ile olan ilişkilerini güçlendirmek için yardımcı olmaktır.

Öte yandan, menfaat sahiplerinin her birisinin şirketlerden olan beklentilerinin farklılaşması menfaat sahipleri ile güçlü ilişkilerin kurulmasını zorlaştırmaktadır. Zira ortaklar ve yatırımcılar öncelikle yatırımlarından tatminkar bir getiri; çalışanlar güvenli bir iş yeri, iyi bir ücret ve iş güvenliği; müşteriler makul bir fiyatla birlikte kaliteli mal ve hizmet; yerel toplum birtakım sosyal yatırımlar, düzenleyici otoriteler ise düzenlemelere tam bir uyum beklemektedirler. Diğer yandan, ekonomik istikrar, çevrenin korunması ve sosyal adalet birçok menfaat grubu için ortak beklentiler olarak ifade edilebilecek isteklerdir. Bu çerçevede, menfaat sahipleri şirketlerin kurumsal sosyal sorumlulukları

olduğu hususunda ortak düşünmekte ve şirketlerden bu yönde faaliyette bulunmalarını beklemektedirler.

Menfaat sahipleri teorisine göre, şirketler menfaat sahiplerinin ortak beklentilerine cevap verebilmelidir, zira şirketin ekonomik çıkarlarına ulaşabilmesi ancak menfaat sahipleri ile iyi ilişkiler kurabilmesi ile mümkün olacaktır.

1.2.2. Toplumsal Sözleşme Teorisi

Bu teoriye göre toplum bireyler, örgütler ve kurumlar arasında var olan gizli ve açık sözleşmelerden oluşmaktadır. Şirketler de toplumun diğer üyeler ile birlikte bu sözleşmelere dahil olmuş ve topluma karşı sorumlu davranış göstermek koşuluyla faaliyette bulunmak için toplumsal onay ve çeşitli kaynakları kullanma hakkı almışlardır. Bu teoriye göre, şirketlerin topluma karşı sorumsuz davranışlar sergilemeleri durumunda toplum şirketlere verdiği faaliyet lisansını geri alabilme yetkisine sahiptir. Dolayısıyla şirketler bu bilinç içerisinde faaliyette bulunmalıdırlar.

1.2.3. Sosyal Adalet Teorisi

Bu teori zenginlik ve güç gibi toplumsal olguların toplumun üyeleri arasında nasıl ve hangi ilkelere göre dağıtıldığı konusu üzerine yoğunlaşmaktadır. Sosyal adalet teorisine göre, sadece zengin ve güçlü olanların değil toplumun tüm üyelerinin ihtiyaçlarının dikkate alındığı bir toplum adil bir toplumdur. Bu çerçevede, şirketler toplumsal malların en uygun şekilde nasıl dağıtılacağı konusunu dikkate almalıdırlar.

1.2.4. Haklar Teorisi

Bu teori temel insan hakları ve mülkiyet hakları da dahil olmak üzere hakların anlamı üzerinde odaklanmaktadır. Bu teoriye göre, bir şirketin ortakları birtakım mülkiyet haklarına sahip olsa da bu hak onlara çalışanların, yerel toplum üyelerinin ve diğer menfaat sahiplerinin temel insani haklarını yok sayma yetkisi vermemektedir.

1.2.5. Deontolojik Teori

Deontolojik teoriye göre şirketler de dahil olmak üzere toplumun tüm üyeleri toplumda yer alan diğer herkesin ihtiyaçlarını gözetererek ve bunlara önem vererek davranmak durumundadır.

II. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ DOĞUŞUNA VE YAYGINLAŞMASINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Geçmişte, şirketlerden sadece mal ve hizmet sunmaları, istihdam sağlamaları, vergi vermeleri, ortakların kar paylarını maksimize etmeleri ve yasalara uymaları beklenirdi. Artık tüm bunlara ilaveten, çevreye ve insan haklarına özen göstermeleri, sürdürülebilir kalkınmaya ve genel olarak topluma katkıda bulunmaları da beklenmektedir.

Şirketlere adanan rolün yukarıda belirtilen şekilde değişikliğe uğramasında menfaat sahiplerinin şirketlerden olan beklentilerinin değişmesinin etkili olduğu ve yeni rolün yaygınlaşmasında ise Birleşmiş Milletler (BM), Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) gibi uluslararası kurumların yaklaşımlarının etkin rol oynadığı görülmektedir.

2.1. Menfaat Sahiplerinin Şirketlerden Olan Beklentilerinin Değişmesi

Ortaklar, yatırımcılar, çalışanlar, müşteriler (tüketiciler), tedarikçiler, yerel toplum, sendikalar ve sivil toplum kuruluşları gibi menfaat sahipleri şirketlerin faaliyetlerinin çevresel ve sosyal etkilerini ne derece ve nasıl yönettiklerini, bu etkilere yaklaşımlarının nasıl olduğunu merak etmekte ve bu konulara her geçen gün daha da önem vermektedirler.

Menfaat sahiplerinin sosyal ve çevresel beklentilerinin oluşmasında ve sonuç olarak şirketler üzerinde birtakım ahlaki ve yasal baskıların yapılmasında özellikle; kötü kurumsal yönetim nedeniyle ABD’de Enron ve WorldCom’da, İtalya’da ise Parmalat’ta önemli yolsuzluk skandallarının yaşanması; şirketlerin çevreye karşı sorumsuz ve tedbirsiz davranışları nedeniyle Hindistan’da Bhopal felaketine¹, ABD’nin Alaska eyaletinde Exxon Valdez kazasına² ve Ukrayna’da Çernobil nükleer kazasına³ sebebiyet verilmesi gibi çevresel sonuçları ağır olayların yaşanması; küresel ısınma, doğal kaynakların kirletilmesi, ozon tabakasının delinmesi ve bunlardan kaynaklanan dünyadaki yaşama dair risklerin ortaya çıkması etkili olmuştur. Özellikle şirketlerin ekonomik güçlerinin her geçen gün daha da artması⁴ faaliyetlerinin sosyal ve çevresel sonuçları hakkındaki endişeleri daha da derinleştirmektedir.

Toplumun şirketlerden olan beklentilerinin tespitine yönelik olarak Globescan tarafından 2001–2005 dönemini kapsamak üzere, aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 19 ülkede⁵ bir araştırma yapılmıştır. Söz konusu araştırmanın sonuçları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

¹ 2 Aralık 1984 tarihinde Hindistan’ın Bhopal kentinde bir tarım ilaçları fabrikasında ortaya çıkan gaz sızıntısı sonucu 5.000 kişi hayatını kaybetmiş, 150.000 kişi sakat kalmış ya da hastalanmıştır (<http://www.greenpeace.org/turkey/news/bhopal-de-yirmi-y-ld-r-sueren-t>).

² ABD’nin Alaska eyaletinde Exxon Valdez adlı bir tankerin 24 Mart 1989 tarihinde yaptığı kaza sonucu 306.000 varil petrol denize dökülmüş ve bunun neticesinde 5.500 su samuru, 675.000 deniz kuşu ölmüştür (http://www.biyoturk.com/grup_petrol.htm).

³ Ukrayna’da 1986 yılında, Çernobil Nükleer Santrali’nde meydana gelen kaza bugüne kadar binlerce kişinin kanserden ölümüne neden olmuştur (<http://www.gezeganimiz.com/NewsTopic.asp?KategoriAdi=%C3%87ernobil&idKategori=5>).

⁴ Dünyadaki en büyük 100 ekonominin yarısından fazlası (%51) ülkelerin değil şirketlerin elinde bulunmaktadır (Starck ve Kruckeberg: 2003)

⁵ Bu ülkeler: ABD, Almanya, Arjantin, Avustralya, Brezilya, Çin, Endonezya, Fransa, Güney Afrika Cumhuriyeti, Güney Kore, Hindistan, İngiltere, İspanya, İtalya, Kanada, Meksika, Rusya, Şili ve Türkiye.

Tablo 1. Toplumun Şirketlerden Olan Beklentileri (%)

Beklentiler	2001	2003	2005
Çevreye zarar verilmemesi	71	67	72
Tedarik zinciri boyunca sorumluluğun taşınması	n/a	62	71
Çalışanlara adil davranılması	66	65	70
Düşük fiyata kaliteli ürün ve hizmet sunulması	61	56	62
Faaliyette bulunulan her yerde aynı yüksek standardın sağlanması	53	54	57
Ekonomik istikrarın artırılması	41	38	47
Zengin ve fakir arasındaki refah farkının azaltılması	39	n/a	44
İnsan hakları ihlallerinin azaltılması	42	42	43
Sosyal problemlerin çözülmesi	37	29	41
İlerletici devlet politikalarının desteklenmesi	32	n/a	33

(*) Kaynak: Globescan (www.globescan.com), 2005.

Yukarıdaki tablodan anlaşıldığı üzere, toplumun şirketlerden en önde gelen beklentisi, çevreye zarar vermemeleridir. Katılımcıların %72'si bu görüştedir. İkinci ve üçüncü beklentiler ise sırasıyla, tedarik zinciri boyunca sorumlu tedarikçilerle çalışılması ve çalışanlara adil davranılmasıdır. Diğer yandan söz konusu tablo incelendiğinde, 2001-2005 döneminde, toplumun şirketlerden olan beklentilerindeki en yüksek oransal artışın “şirketlerin ekonomik istikrardan sorumlu görülmeleri”nde gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla, bu araştırmaya göre şirketler çevresel ve sosyal olarak sorumlu görüldükleri gibi, ülkenin ekonomik istikrarı için de sorumlu görülmektedirler.

Diğer yandan, tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk karşısındaki eğilimlerinin tespiti için 2004 yılında İngiltere’de 130.000 katılımcı dahil edilerek yapılan bir araştırmaya göre ise tüketicilerin %66’sı şirketlerin etik ve çevresel davranışlarını etkileyebileceklerini düşünmekte, %53’ü ise bu amacın sağlanması için daha fazla ödemeye hazır bulunmaktadır (Williams: 2005).

Globescan tarafından yapılmış bir araştırmaya⁶ göre ise, dünyadaki her beş tüketiciden biri, şirketleri, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını dikkate alarak “ödüllendirmekte” ya da “cezalandırmakta”dır⁷.

Diğer yandan, 2003 yılında Corporate Social Responsibility Europe, Deloitte Touche Tohmatsu ve Euronext tarafından 9 Avrupa ülkesinden 450 profesyonel yatırımcı ve analist üzerinde yapılan bir araştırmaya göre ise, katılımcıların %61’i son iki yıl içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk yatırımları üzerindeki ilgilerinin arttığını, %52’si gelecek iki yıl içerisinde sosyal ve çevresel kriterlerin temel yatırım kararlarının alınmasında önemli bir etken olacağını düşündüğünü ifade etmiştir (Business and the Environment: 2003).

6 Bu araştırma dünya çapında yapılmış ve Türkiye’deki bölümü Yöntem Araştırma Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından yürütülmüştür.

⁷ <http://www.mori.com/polls/1999/millpoll.shtml>

Şirketlere adanan rolün evriminde menfaat sahiplerinin baskılarının etkili olduğunu gösteren diğer bir araştırma da 2005 yılında Avrupa şirketleri dikkate alınarak yapılmıştır. Bu araştırmaya göre, her ne kadar şirketler çevre hakkında endişeler taşıyorsa da, şirketleri çevre hakkında dikkatli ve sorumlu davranmaya iten esas faktör bu endişeden ziyade menfaat sahiplerinden gelen baskılardır (Saha ve Darnton: 2005).

Tüm bu araştırma sonuçları dikkate alındığında, menfaat sahiplerinin sosyal açıdan sorumlu yatırımları destekledikleri ve bu çerçevede şirketler üzerine kurdukları baskılar ile şirketlerin faaliyet anlayışlarını yönlendirdikleri anlaşılmaktadır.

2.2. Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilir kalkınma kavramı ekonomik büyüme ile çevrenin korunması ve sosyal eşitlik ihtiyaçlarının dengelenmesi gereğini ifade eden ve sosyal adalet, çevre bilimi ve yönetimi, işletme, politika ve hukukun ilişkilendirildiği geniş bir kavramdır. Sürdürülebilir kalkınma genel olarak gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerini sınırlandırmadan mevcut neslin kendi ihtiyaçlarını karşılamasını sağlayabilen kalkınma olarak tanımlanmaktadır⁸.

Bu kavram ilk kez 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından yayınlanan “Ortak Geleceğimiz” (Our Common Future) adlı kitapla birlikte popülerite kazanmış olup, adı geçen kitapta sürdürülebilir kalkınma, “*kaynakların tüketiminin, yatırımların yönünün, teknolojik gelişmenin ve kurumsal değişimin bir uyum içinde gerçekleştiği ve insan ihtiyaçlarının ve isteklerinin şimdi ve gelecekte karşılanabilme potansiyelinin yükseltildiği değişim süreci*” olarak ifade edilmiştir. Adı geçen kitapta, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasının sadece hükümet gibi düzenleyici bir otoriteye bırakılamayacağı, iş dünyasının bunun sağlanmasında önemli bir role sahip olduğu, zira sürdürülebilir kalkınma problemini doğuran birtakım sorunların endüstri kaynaklı olduğu ve bu sorunlar ile bağlantılı doğal kaynaklara da ancak şirketlerin ulaşabildikleri ifade edilerek, bu sebeplerden ötürü şirketlerin ekonomik kalkınma fonksiyonu ile sosyal adalet ve çevrenin korunması hususlarının dengelenmesinde öncü bir rol oynamaları gerektiği vurgulanmıştır (Wilson: 2003). WCED’nin söz konusu tespitlerine yönelik olarak zaman içerisinde iş dünyasından da destek gelmiş ve sürdürülebilir kalkınmada şirketlerin rolü tartışılmaya başlanmıştır.

Sürdürülebilir kalkınma kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimine iki açıdan katkıda bulunmuştur: Birinci olarak, şirketlerin hangi alanlarda (çevresel, sosyal ve ekonomik alanlar) yoğunlaşması gerektiğini belirlemiştir. İkinci olarak, şirketler, hükümetler ve sivil toplum için ortak bir hedef (ekolojik, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik) ortaya koymuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk bu noktadan itibaren şirketlerin neden bu konuları önemsemesi gerektiğini açığa kavuşturmaya çalışmaktadır.

⁸ <http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?MenuID=1>

2.3. Uluslararası Girişimler

Başta BM olmak üzere ILO ve OECD gibi uluslararası girişimler ekonomik büyümenin, küresel rekabetin ve pazar koşullarının çevreye veya insanlara yapabilecekleri olası tahribatları dengeleme ve hatta dünya üzerinde çalışma şartlarından, temel hak ve özgürlüklere kadar bir çok alanda dünya vatandaşlarını eşitleme nihai hedefi üzerinde çalışmakta ve kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanmasında somut ilkeler sunarak söz konusu kavramın kabul görmesinde ve yaygınlaşmasında etkili olmaktadır.

2.3.1. Birleşmiş Milletler'in Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact)

BM Küresel İlkeler Sözleşmesi BM genel sekreteri Kofi ANNAN tarafından 2000 yılında açıklanan büyük şirketler için tasarlanmış bir davranış kodudur. Bu kod çokuluslu şirketler için insan hakları, çalışan hakları, çevre ve yolsuzlukla mücadele ile ilgili 10 adet prensipten oluşmaktadır. Bu prensipler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 2. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlkeleri

İnsan Hakları
Şirketler; İlke 1: Evrensel olarak kabul görmüş insan haklarının korunmasını desteklemeli ve bu haklara saygı göstermelidir. İlke 2: İnsan haklarını ihlal edici davranışlarda bulunmamalıdır.
Çalışma Koşulları
Şirketler; İlke 3: Örgütlenme özgürlüğüne izin vermeli ve toplu sözleşme haklarını etkin bir şekilde tanımalıdırlar. İlke 4: Her türlü zorlayıcı ve baskı altında çalıştırmayı engellemelidirler. İlke 5: Çocuk iş gücü kullanımının önüne etkin bir şekilde geçmelidirler. İlke 6: İşe alma ve çalışma süreçlerinde ayrımcılığı önlemelidirler.
Çevre
Şirketler; İlke 7: Çevre ile ilgili konularda, zarar oluşmadan önleyici yaklaşımı desteklemelidirler. İlke 8: Daha etkin bir çevre sorumluluğunun yaygınlaştırılması için girişimde bulunmalıdırlar. İlke 9: Çevre dostu teknolojilerin geliştirilmesini ve yaygınlaştırılmasını teşvik etmelidirler.
Yolsuzlukla Mücadele
İlke 10: Şirketler, gasp ve rüşvet dahil her türlü yolsuzluğa karşı çalışmalıdırlar (Bu ilke 2004 yılında eklenmiştir).

(*) Kaynak: www.unglobalcompact.org

Küresel İlkeler Sözleşmesinde yer alan kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili bu evrensel ilkelerin yaygınlaşması ile birlikte şirketler, sivil toplum kuruluşları, işçi örgütleri ve BM örgütü arasında daha etkili bir kurumsal vatandaşlığın nasıl oluşturulabileceğine yönelik fikirlerin paylaşıldığı bir iletişim ağı kurulmuştur. Eylül 2004 itibariyle 1.800 şirket bu sözleşmeyi imzalamıştır (Blair ve başkaları: 2004).

Küresel ilkeler sözleşmesini benimseyen şirketler dikkate alınmak suretiyle yapılan bir araştırmaya göre, küresel ilkeler sözleşmesi kurumsal sosyal sorumluluğun en önemli dinamiklerinden biri haline gelmiştir (Blair ve başkaları: 2004). Zira birçok şirket kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında davranış kodunu belirlerken küresel ilkeler sözleşmesinin ilkelerini referans almaktadır.

2.3.2. ILO'nun Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politikalar Prensiplerine İlişkin Üçlü Deklarasyonu (Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprises and Social Policy 1977-2000)

ILO tarafından geliştirilen Üçlü Deklarasyon'un amacı çokuluslu şirketlerin ekonomik ve sosyal gelişmeye katkıda bulunmalarını sağlamak amacıyla gönüllü olarak uygulanacak ilkeler geliştirmektir.

Temelde ILO'nun konvansiyonlarına ve tavsiyelerine dayalı olan bu ilkeler; çalışma ilişkileri (çalışanların terfisi, fırsat eşitliği ve eşit yaklaşım, çalışma güvenliği, meslek içi eğitim), çalışma ve yaşam koşulları (ücretler, sağlanan faydalar, işyeri güvenliği ve sağlık) ve endüstriyel ilişkiler (örgütlenme özgürlüğü, toplu sözleşme hakkı ve her türlü zorlayıcı ve baskı altında çalıştırmanın engellenmesi) konularında rehber ilkeler sunmaktadır⁹.

Hükümetleri, örgüt üyelerini, işveren ve işçi örgütlerini ve çokuluslu şirketleri kapsamak üzere geliştirilen üçlü deklarasyon, çalışanlar ile ilgili uygulamalarda evrensel olarak kabul gören standartların sağlanmasında en önemli rolü oynamakta ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında söz konusu konular hakkında referans olarak kabul edilmektedir.

2.3.3. OECD Çokuluslu Şirketler Rehberi (OECD Guidelines for Multinational Enterprises-2000)

OECD Çokuluslu Şirketler Rehberi, kurumsal faaliyetlerin sosyal sorumluluk çerçevesinde yürütülmesini sağlamak için çokuluslu kuruluşlara yapılan tavsiyelerden oluşan bir rehberdir.

Söz konusu Rehber'de istihdam ve endüstri ilişkileri, çevre, yolsuzlukla mücadele, tüketici hakları, bilim ve teknoloji, rekabet ve vergilendirme konuları hakkında ilke niteliğinde tavsiyeler yer almaktadır¹⁰. Rehber'deki tavsiyeler, asıl olarak Rehber'e uyan ülkelerde bulunan kuruluşlara yönelik olmakla beraber, işletmelerin dünya çapındaki faaliyetlerine de uygulanmak suretiyle kurumsal sosyal sorumluluğun gelişmesinde katkıda bulunmaktadır.

⁹ <http://www.ilo.org/public/english/standards/norm/sources/mne.htm>

¹⁰ www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf

III. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ İÇSEL VE DIŞSAL BOYUTLARI VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARININ YARARLARI

3.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının İçsel ve Dışsal Boyutları

Avrupa Birliği Komisyonu'nun 2001 tarihli Yeşil Dosyasında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının boyutları (uygulanma alanları) içsel ve dışsal olarak tanımlanmıştır. Şirketlerin kendi bünyesi içerisinde uygulanabilecek nitelikteki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları içsel, kendi bünyesi dışında uygulanabilecek niteliktekiler ise dışsal boyut olarak ifade edilmektedir.

3.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İçsel Boyutları

Kurumsal sosyal sorumluluğun içsel boyutları; insan kaynakları yönetimini (çalışanlara ve beşeri sermayeye yatırım), iş yerinde sağlık ve güvenliği, değişime uyum sağlamayı ve üretimde kullanılan doğal kaynakların ve üretim nedeniyle oluşan çevresel etkilerin yönetimini kapsamaktadır.

3.1.1.1. İnsan Kaynakları Yönetimi

Günümüzde kalifiye işgücünü çekmek ve elinde tutmak şirketler için daha zor olmaya başlamıştır. Bunu başarabilmek için şirketler yaşam boyu öğrenme, çalışanlara daha çok inisiyatif tanınması, çalışanların enformasyonu, iş yaşamı ve özel yaşam arasında daha iyi bir dengenin kurulması, daha çok işgücü çeşitliliği, kadınlar için eşit ücret ve kariyer olanaklarının sunulması, iş güvenliği ve eşitlik bazlı terfi gibi insan kaynakları yönetimi kapsamında değerlendirilebilecek konularda birtakım sosyal tedbirler almaya başlamışlardır.

Bu tedbirler insan kaynakları yönetiminde sosyal açıdan sorumlu yaklaşımları doğurarak ekonomik performans ile sosyal performansı beraber gerçekleştirme olanağı sunmaktadır.

3.1.1.2. İşyerinde Sağlık ve Güvenlik

İşyerinde sağlık ve güvenlik konusu geleneksel olarak yasal zorunluluklar çerçevesinde dikkate alınmaktayken, şirketlerin sağlık ve güvenlik konusunu gerek tedarikçilerinden ürün ve hizmet alımında bir satın alma kriteri olarak gerekse de ürettiği mal ve hizmetlerin satılmasında bir pazarlama/reklam unsuru olarak kullanmaya başlaması çalışan sağlığı ve işyeri güvenliği konularının bir kurumsal sosyal sorumluluk boyutu olarak önemini artırmıştır.

3.1.1.3. Değişime Uyum Sağlama

Şirketler özellikle ekonomik krizlerin, durgunluğun ve mali sorunların olduğu, şirket birleşme ve bölünmelerinin yaşandığı durumlarda maliyet azaltma, verimlilik artırma, hizmet ve üründe kalite yükseltme gibi amaçlarla yeniden yapılanma içerisine

girebilmektedirler. Bu tür durumlarda şirketler, değişime uyum sağlama çabaları çerçevesinde alınacak önlemlerden etkilenecek kişi ve grupların endişe ve çıkarlarını dikkate almak gibi sosyal açıdan sorumluluk doğuran bir durumla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu nedenle sosyal sonuçları olan bu tür durumlarda şirketler önemli risklerin, doğrudan ve dolaylı maliyetlerin, alternatif politikaların ve gereksiz işten çıkarmaların değerlendirmesini en iyi şekilde yaparak yeniden yapılanmanın doğurduğu sosyal sorumlulukları yönetmeye gayret ederler. Dolayısıyla şirketlerin değişen koşullara uyum sağlama çabaları, sonuçları itibariyle, kurumsal sosyal sorumluluğun diğer bir içsel boyutunu oluşturmaktadır.

3.1.1.4. Çevresel Etkilerin ve Doğal Kaynakların Yönetimi

Şirketler üretim faaliyetlerini gerçekleştirirken doğal kaynaklar ve çevre üzerinde birtakım olumsuz etkiler yaratabilmektedirler. Bu durum şirketler için içsel yönlü bir sosyal sorumluluk alanı doğurmaktadır, zira üretim aşamasında kaynakların tüketiminin azaltılması ya da çevreyi kirleten gazların ve atıkların azaltılması olumsuz çevresel etkileri azaltmaktadır. Öte yandan böyle bir uygulama sayesinde şirketin enerji sarfiyatı ve atıklar nedeniyle katlandığı maliyetler de azalmaktadır. Bu çerçevede geliştirilecek programlar hem şirket hem de çevre için karşılıklı kazanç sağlayacaktır.

3.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Dışsal Boyutları

Kurumsal sosyal sorumluluğun boyutları şirket sınırlarını aşarak yerel ve global topluma kadar uzanmakta ve çalışanlar ve paydaşlar yanında iş ortakları ve tedarikçiler, müşteriler, kamu otoriteleri ve sivil toplum kuruluşları gibi menfaat sahiplerini de içermektedir.

3.1.2.1. Yerel Toplum

Kurumsal sosyal sorumluluğun şirketlerin yerel toplum ile entegrasyonu boyutu da bulunmaktadır. Şirketler faaliyette buldukları topluma istihdam, ücret, vergi ve çeşitli faydalar sunarak katkıda bulunurken, faaliyette buldukları toplumun işgücünden, doğal kaynaklarından, temiz hava, su ve çevresinden yararlanmaktadır. Bu ilişkide, şirketin itibarı, bir işveren ve üretici sıfatıyla sahip olduğu toplumsal imaj şirketin pazardaki rekabet gücünü etkilemektedir. Bu nedenle şirketler açısından, faaliyette buldukları yerel toplumdaki itibarlarının korunması ve yükseltilmesi önem arz etmektedir. Şirketler itibarlarını koruyabilmek için yerel toplum ile pozitif ilişkiler kurmaya çalışmakta bunu başarabilmek için de hem faaliyette buldukları yerel toplumda sebep olabilecekleri çevresel sorunları en aza indirmeye gayret etmekte hem de topluma katkıda bulunmaya çalışmaktadırlar.

3.1.2.2. İş Ortakları, Tedarikçiler ve Tüketiciler

Şirketlerin kendi sosyal performansları, tedarik zinciri nedeniyle, iş ortaklarının ya da tedarikçilerinin uygulamalarından da etkilenmektedir. Özellikle üretiminin bir kısmını dış kaynak kullanarak gerçekleştiren diğer bir ifadeyle taşeron kullanarak yaptıran şirketler taşeronlarından ya da tedarikçilerinden kaynaklanan ilave kurumsal

sosyal sorumluluğu da taşımak durumundadırlar. Dolayısıyla bir şirketin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin boyutu sadece kendisi ile sınırlı kalmayarak iş ortaklarını ve tedarikçilerini de kapsamaktadır.

Diğer yandan, kurumsal sosyal sorumluluklarının bir parçası olarak şirketlerden tüketicilerin talep ettiği şekilde etik ve çevresel sorumluluk bilinci içerisinde mal ve hizmet üretimi yapmaları da beklenmektedir. Sonuç olarak, sosyal sorumluluk konsepti, işletmelerin ortaklarının seçiminde, tedarikçiler ile olan ticari süreçte ve tüketici diyalogunda çevre, sağlık, kalite ve teknik emniyet konularında bazı temel kriterlerin aranması sonucunu doğurmuştur.

3.1.2.3. İnsan Hakları

Kurumsal sosyal sorumluluk, özellikle uluslararası faaliyetler ve küresel tedarik zinciri ile bağlantılı durumlarda, önemli derecede insan hakları boyutuna sahiptir, ki bu durum ILO'nun Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politikalar Prensiplerine İlişkin Üçlü Deklarasyonu'nda ve OECD'nin Çokuluslu Şirketler Rehberi'nde yer alan ilkelere ortaya konulmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluğun bir dışsal boyutu olarak insan hakları menfaat sahiplerinin temel insani haklarının korunmasını, geliştirilmesini, bu kapsamda davranış kodlarının¹¹ oluşturulmasını ve yapılan çalışmaların bağımsız dış denetimini içermekte ve evrensel insan hakları konusunda ILO'nun ve OECD'nin düzenlemelerini referans almaktadır. Özellikle, yolsuzlukla mücadele, tedarik zincirinde yer alan çalışanlara ilişkin olarak ücret, çalışma saatleri ve diğer çalışma koşullarına ilişkin standartlarının yükseltilmesi, çalışanların eğitimi ve çocuk işgücü kullanılmaması kurumsal sosyal sorumluluğun insan hakları boyutuna ilişkin önde gelen hususlardır.

3.1.2.4. Global Düzeyde Çevresel Etkiler

Şirketler, sınır ötesi faaliyetleri ile bağlantılı çevresel problemler ve dünyanın dört bir yanındaki kaynakların tüketilmesi nedeniyle global çevresel etkiler bakımından da kritik bir pozisyondadırlar. Bu nedenle sürdürülebilir kalkınmanın elde edilmesinde şirketlerin rolü hakkındaki tartışmalar küresel düzeyde daha da önem kazanmıştır. Örneğin, BM Küresel İlkeler Sözleşmesi şirketleri küresel düzeyde sosyal ve çevresel gelişmelerin sağlanmasında önemli bir aktör olarak görmekte ve OECD'nin Çokuluslu Şirketler Rehberi ise çokuluslu şirketlere konu hakkında tavsiyelerde bulunmaktadır.

3.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Yararları

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları şirketlere genel olarak aşağıda belirtilen faydaları sağlamaktadır:

i. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları çalışanların şirkete olan sadakatini ve işlerine verdikleri önemi artırmaktadır. Bu da beraberinde daha güçlü bir motivasyon,

¹¹ Davranış kodu çalışma koşulları, insan hakları ve çevresel konularda yasalarca belirlenen minimum standartların daha ileri düzeyde uygulanmasını öngörmektedir.

yüksek üretkenlik, kaliteli mal ve hizmet üretilmesini ve gerekli yenilik ve değişikliklerin daha hızlı gerçekleştirilmesini sağlamaktadır (Khandwalla: 2004).

ABD’de bulunan Kurumsal Vatandaşlık Merkezi’nin yaptığı bir araştırmada, çalışanların %84’ünün şirket itibarının önemli olduğunu düşündüğü ve şirket sosyal sorumluluk çalışmalarının çalışan sadakatini artırdığı tespit edilmiştir (Javier: 2005)

ii. Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile mali performansı arasında genellikle olumlu bir ilişki bulunmaktadır. Örneğin, 385 Amerikan bankası üzerinde yapılan bir araştırmaya göre bankaların sosyal performansı ile mali performansı arasında yüksek derecede olumlu bir ilişki tespit edilmiştir (Khandwalla: 2004).

Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile mali performansı arasındaki ilişkiyi tespit amacıyla 2004 yılında Oekom Araştırma tarafından “Morgan Stanley Capital International World Index”inde bulunan Oekom’un kurumsal sorumluluk derecelendirmesi yaptığı 602 şirket üzerinde yapılan bir araştırmaya göre, Ocak 2000-Ekim 2003 döneminde, kurumsal sosyal sorumluluk sırası en yüksek 186 şirketin kalan 416 şirkete göre mali performanslarının %23,4 oranında daha iyi olduğu saptanmıştır (Fraser: 2005).

iii. Kurumsal sosyal sorumluluğun şirketin risk durumunu azalttığı, yatırım getirisini artırması ve riski azaltması suretiyle şirketin piyasa değerini yükselttiği ve bu çerçevede yatırımcıların zenginliklerini maksimize ettiği saptanmıştır (Khandwalla: 2004).

iv. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları olan şirketler bu tür uygulamaları olmayan şirketlere nazaran tüketiciler tarafından öncelikle tercih edilmektedir. ABD’de yapılan bir tüketici araştırması, katılımcıların yaklaşık %50’sinin, diğer şartlar eşit olmak üzere, kurumsal sosyal sorumluluk performansı olan şirketlerin ürünlerini tercih ettiklerini ve yine katılımcıların %70’inin sosyal açıdan sorumsuz olan bir şirketle, fiyat ne olursa olsun, bir ticari ilişkiye girmeyeceklerini belirtmektedir (Khandwalla: 2004).

ABD’de yapılan Cone Kurumsal Vatandaşlık Araştırması’na göre ise her 10 Amerikan vatandaşından 8’i kurumsal vatandaşlık uygulamaları bulunan şirketlere daha çok güvenmektedir (Fraser: 2005).

v. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları olan şirketler bu tür uygulamaları olmayan şirketlere nazaran çalışanlar tarafından öncelikle tercih edilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları şirkete itibar kazandırmakta ve itibarı yüksek bir şirkette çalışmanın çalışanların yaptığı işe de itibar kazandırdığı düşünülmektedir. Bu çerçevede ABD’de yapılan bir istihdam araştırmasına göre kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile şirketlerin çalışanlar tarafından öncelikle tercih edilmesi arasında güçlü bir pozitif korelasyon tespit edilmiştir (Khandwalla: 2004).

IV. BÖLÜM

SOSYAL AÇIDAN SORUMLU YATIRIM

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile bağlantılı diğer bir kavram da sosyal açıdan sorumlu yatırım (Socially Responsible Investment) kavramıdır. Sosyal açıdan sorumlu yatırım genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında faaliyette bulunan şirketlere, sosyal sorumluluk kriterleri dikkate alınmak suretiyle, bireysel ve kurumsal yatırımcılardan fon aktarımını ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle kurumsal sosyal sorumluluk şirket bazında bir sorumluluğu ifade ederken, sosyal açıdan sorumlu yatırım uygulamada daha çok bireysel ve kurumsal yatırımcılar bazında bir sosyal sorumluluğu ifade etmektedir.

Sosyal açıdan sorumlu yatırım, sosyal yatırım, sosyal farkındalık içeren yatırım, etik yatırım ve değer yargılı yatırım terimleri aşağı yukarı aynı anlama gelmektedir. Bu kavramlar birbirleri yerine ve kişisel değerler ile sosyal değerleri birleştiren yatırımları tanımlamak için kullanılmaktadır. Sosyal açıdan sorumlu yatırımın muhtelif tanımları bulunmaktadır. Örneğin, sosyal açıdan sorumlu yatırım, yatırım kararları verilirken mali analizler yanında yatırımların çevresel ve sosyal sonuçlarını da dikkate alma işlemi olarak tanımlanabildiği gibi, sosyal açıdan sorumlu yatırım standartlarını sağlayabilen şirketlere yatırım yapma şeklinde de tanımlanabilmektedir. İngiltere Sosyal Yatırım Forumu (UKSIF) bu kavramı “*yatırımcıların sosyal adalet, ekonomik kalkınma ve çevre alanlarında finansal hedefleri ile sosyal değerlerinin birlikte gerçekleştirilmesini sağlayan yatırımlar*” olarak tanımlamıştır (Munoz-Torres ve başkaları: 2004) ki bu tanım kapsamlı ve fonksiyonel bir tanımdır.

Sosyal açıdan sorumlu yatırımın tarihi aslında çok eskilere, Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslamiyet’in ilk dönemlerine kadar uzanmaktadır. Yüzyıllar boyunca birçok dini eğilimi yüksek yatırımcılar alkol, tütün ve kumar kaynaklı ürünleri üreterek kazanç sağlayan işletmelere yatırım yapmaktan uzak durmuşlardır. Sosyal açıdan sorumlu yatırımın modern kökleri ise 20. yüzyılda oluşmuştur. Özellikle 1960’lı yılların politik iklimi bunda etkili olmuştur. 1960’larda bir dizi önemli sosyal ve çevresel hareketler ki bunlar sivil haklardan ve kadın haklarından başlayıp savaş ve atom bombası karşıtlığına kadar uzanmaktadır, sosyal sorumluluk yatırımları konusundaki bilinci artırmıştır (USSIF Report: 2003).

4.1 Sosyal Açıdan Sorumlu Yatırım Stratejileri

Sosyal açıdan sorumlu yatırım, sosyal ve çevresel açıdan sorumluluk işlevine sahip ve sonuçta yaşam standardının ve kalitesinin geliştirilmesi amacıyla katkıda bulunan üç stratejiyi içermektedir. Bunlar; “gözetim”, “aktif hissedarlık” ve “sosyal yatırım”dır.

4.1.1. Gözetim (Screening)

Gözetim sosyal ve çevresel kriterlere dayalı menkul kıymetlerin alınması, satılması ya da değerlendirilmesi işlemidir. Genelde sosyal yatırımcılar topluma katkıda

bulunan karlı şirketlerin hisselerini satın almak isterler. Bu çerçevede, alım listesinde yer alan şirketler çoğunlukla işveren-çalışan ilişkilerini sosyal sorumluluk çerçevesinde değerlendiren, yoğun çevresel faaliyetlerde bulunan, sağlık ve güvenlik yönü yüksek ürünler üreten ve insan haklarına saygılı faaliyetler içinde bulunan şirketlerden oluşmaktadır.

4.1.2. Aktif Hissedarlık (Shareholder Activism)

Sosyal açıdan sorumlu yatırımcıların yatırım yaptıkları firmaların sahipleriymiş gibi davranmalarına ve şirket yönetimine aktif olarak katılmalarına aktif hissedarlık denilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde aktif hissedarlık, çeşitli konularda şirket ile diyalog içinde olmayı, kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal yönetim konularında (vekalet düzenlemeleri ile) kurum davranışını sorumlu davranış seviyesine yükseltmeyi ve şirket yönetiminin yakından takip edilerek mali performans yanında menfaat sahiplerinin çıkarlarını da gözetmeyi içermektedir.

4.1.3. Sosyal Yatırım (Community Investing)

Sosyal yatırım bir ülkede mali, sosyal ve çevresel konularda yeterli hizmet göremeyen kesimlere fon aktarmak suretiyle yatırım yapmayı ifade etmektedir. Bu kavram dahilinde yapılan uygulamalar ile yerel kurumlar düşük gelirli bireylere mali hizmet sunabilmekte, KOBİ türü işletmelere ve önemli sosyal hizmetlere sermaye sağlayabilmektedir. Sosyal yatırım stratejisi dünyada özellikle ABD’de de yaygın olarak uygulanmaktadır.

4.2. Sosyal Açıdan Sorumlu Yatırım Fonları (Socially Responsible Investment Funds)

Sosyal açıdan sorumlu yatırım bireysel ya da kurumsal olarak gerçekleştirilebilmektedir. Bireysel yatırım bireylerin kendi başlarına yaptıkları yatırımları ifade ederken, kurumsal yatırım başta yatırım fonları olmak üzere, vakıflar, dernekler, dini kuruluşlar gibi kurum kimliği taşıyan unsurlar tarafından yapılan yatırımları ifade etmektedir.

Kurumsal yatırımcılardan en önemli olanı yatırım fonlarıdır. Yatırım yapacakları şirketleri seçerken şirketlerin sosyal ve çevresel performanslarını dikkate alan, kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerini uygulayan şirketlere yatırım yapan fonlara “sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları” ya da “etik fonlar” denilmektedir. Tütün, tütün mamulü ve alkollü içecekler üreten, nükleer santrallerinden enerji temin eden, silah ya da silah parçaları üretiminden kazanç sağlayan, ana faaliyeti kumar oyunlarına dayanan, yönetim kurulunda çeşitliliğe yer vermeyen, insan hakları ihlallerinde bulunan, genetik koduyla oynanmış ürünler üreten ve hayvan testlerini uygulayan şirketler çoğunlukla sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları tarafından fon portföyüne dahil edilmezken, çevre dostu ürünler sunan, çalışanlar ve toplumla iyi iletişim kurabilen ve kurumsal yönetim ilkelerini başarıyla uygulayan şirketler ise fon portföyüne dahil edilmektedir.

ABD’de ilk sosyal açıdan sorumlu yatırım fonu 1971 yılında, Avrupa’da ise İsveç’te 1965 yılında kurulmuştur. ABD’de ve Avrupa’da söz konusu fonların ve sosyal açıdan sorumlu yatırımların büyüklüğü zaman içerisinde önemli boyutlara ulaşmıştır. 2003 yılında ABD’de sosyal açıdan sorumlu yatırımların toplamı ABD Sosyal Yatırım Forumu (USSIF) verilerine göre 2.164 milyar ABD Doları; Avrupa’da ise Avrupa Sosyal Yatırım Forumu (EUROSIF) verilerine göre 336 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir.

Sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarını geleneksel yatırım fonlarından ayıran başlıca özellikler ise şunlardır:

i. Sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları etik ve sosyal açıdan sorumlu yatırım politikalarını tanımlamak için belirli etik, sosyal ve çevresel kriterler/parametreler geliştirirler.

ii. Sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları bu parametreleri belirlerken genel olarak gözetim, aktif hissedarlık ve sosyal yatırım stratejilerinden birini, birkaçını ya da tümünü kullanırlar.

iii. Sosyal açıdan sorumlu yatırım fonu bünyesinde bir araştırma ekibi oluşturularak, belirlenen parametrelere uygunluk gösteren şirketler tespit edilir ve bu şirketlerin hisse senetleri yatırım yapılabilecek hisse senetleri olarak tanımlanır. Fon yöneticileri bu hisse senetlerinden finansal kriterler de dikkate alınarak yatırım portföyü oluşturur.

iv. Sosyal açıdan sorumlu yatırım fonu bünyesinde, seçilen şirketlerin belirlenmiş sosyal sorumluluk parametrelerine uyum durumunun sürekli gözetimi için bir gözetleme komitesi kurulur.

4.3. Sosyal Açıdan Sorumlu Yatırımlarda Küresel Trendler

Bugün dünyanın birçok ülkesinde sosyal açıdan sorumlu yatırımlar önemli boyutlarda uygulama alanı bulmaktadır. Örneğin Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya’da sosyal açıdan sorumlu yatırımlara ilişkin önemli uygulamalar mevcuttur.

Kuzey Amerika’da sosyal açıdan sorumlu yatırım stratejilerinin her üçü de uygulanmaktadır. Söz konusu stratejilerden en çok uygulanan ise “gözetim”dir. Gözetime konu en yaygın kriterler ise tütün, alkol, kumar, çevre ve insan haklarıdır. Aktif hissedarlık ve sosyal yatırım stratejilerinin kullanımı artmaktadır. Kanada’da Haziran 2002 tarihi itibarıyla 38,2 milyar ABD Doları tutarında 53 adet yatırım fonu, ABD’de ise 2003 yılı itibarıyla 2.164 milyar ABD Doları tutarında 200 adet yatırım fonu bulunmaktadır (USSIF Report: 2003)

Avrupa’da en çok uygulanan sosyal açıdan sorumlu yatırım stratejisi de “gözetim”dir. Gözetime konu en yaygın kriterler ise çevre ve çalışanlar ile ilgili konulardır. Aktif hissedarlık da genel olarak uygulama alanı bulurken, sosyal yatırım stratejisi pek uygulama alanı bulmamaktadır. 2003 yılı itibarıyla Avrupa bölgesinde 336 milyar Euro tutarında 313 adet yatırım fonu bulunmaktadır (USSIF Report: 2003 ve Eurosif Report: 2003).

Asya’da ise sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları Japonya, Hong Kong ve Avustralya’da dikkat çekmektedir. En çok uygulanan sosyal açıdan sorumlu yatırım stratejisi “gözetim”dir. Sosyal yatırım stratejisi yerel bazda aktif olarak uygulanmakta iken aktif hissedarlık ise pek uygulanma alanı bulmamaktadır. 2003 yılı itibariyle Avustralya’da 14,3 milyar ABD Doları tutarında 74 adet yatırım fonu, Asya’daki diğer ülkelerde ise 2,5 milyar ABD Doları tutarında sosyal açıdan sorumlu yatırım pazarı bulunmaktadır (USSIF Report: 2003).

V. BÖLÜM

AVRUPA, KUZEY AMERİKA VE ASYA’DA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARININ DURUMU VE AVRUPA’DA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAPSAMINDA YAPILMIŞ DÜZENLEMELER

5.1. Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya’da Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Durumu

Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya’da kurumsal sosyal sorumluluğun şirketler bünyesinde yaygın olarak uygulanıp uygulanmadığının tespiti amacıyla Hong Kong Üniversitesi tarafından 2004 yılında Avrupa¹², Kuzey Amerika¹³ ve Asya¹⁴, da bulunan 15 ülkede hisse senetleri borsada işlem gören 450 şirket baz alınarak bir araştırma yapılmıştır. Şirketlere BM Küresel İlkeler Sözleşmesi, ILO konvansiyonları ve sektörde gözlenen en iyi uygulama örnekleri dikkate alınarak belirlenmiş ve aşağıdaki tablolarda belirtilen 20 adet kurumsal sosyal sorumluluk unsuru hakkında yazılı veya yazılı olmayan bir politikalarının bulunup bulunmadığı sorusu yöneltmiştir.

Tablo 3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İçsel Unsurları

1	İşyerinde ayrımcılığa karşı yazılı politikaların varlığı
2	Fırsat eşitliği
3	Normal çalışma saatleri, maksimum mesai ve adil ücret uygulaması
4	Personel gelişimi ve mesleki eğitim
5	Örgütlenme özgürlüğü, toplu sözleşme hakkı ve şikayet prosedürü
6	Şirketin kendi bünyesine insan haklarının korunması

¹² İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, İspanya ve Norveç.

¹³ Kanada, ABD ve Meksika.

¹⁴ Hong Kong, Singapur, Japonya, Kore, Malezya ve Tayland.

Tablo 4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Dışsal Unsurları

1	Tedarikçilerin belirli çalışma standartlarını benimsemesi politikası
2	Tedarikçilerin çocuk işgücü kullanımını sınırlandırması politikası
3	Şirketin etki alanı dahilinde bulunan aktörlerce insan haklarının korunması politikası
4	Tedarikçilerin sağlık, güvenlik ve çevresel faaliyetlerinin kontrolü
5	Yerel toplumun korunmasına katkı politikası
6	Şikayetlerin çözümü dahil menfaat sahiplerine cevap verme politikası
7	Adil ticaret politikası
8	Yerel halkın ve haklarının korunması politikası
9	Etik Kodu (rüşvet ve yolsuzluğu da içeren)

Tablo 5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hesap Verebilirlik Unsurları

1	Kurumsal sosyal sorumluluğun raporlanması politikası
2	Menfaat sahipleri ile iki yönlü diyalog kurulması politikası ve prosedürü

Tablo 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kurumsal Vatandaşlık Unsurları

1	Sosyal ve sürdürülebilir kalkınma ile bağlantılı girişimlere doğrudan destek
2	Kurumsal vatandaşlığın ilerletilmesi için eğitim programları
3	Sosyal ve sürdürülebilir kalkınma konularına yönelik harici kampanyalar

Yukarıdaki tablolarda belirtilen unsurlar hakkında bir politikalarının bulunup bulunmadığı sorusuna araştırmaya dahil edilen Avrupa'daki şirketlerin %59'u, Kuzey Amerika'daki şirketlerin %49'u, Asya'daki şirketlerin ise %40'ı yanıt vermiştir. Gelen yanıtlar dahilinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

i. Kurumsal sosyal sorumluluğun içsel unsurlarının uygulanmasında, tüm unsurlarda Avrupa bölgesinin Kuzey Amerika ve Asya bölgesine nazaran daha iyi bir konumda olduğu ve tüm unsurlarda Asya bölgesinin daha geride kaldığı,

ii. Kurumsal sosyal sorumluluğun dışsal unsurlarının uygulanmasında, unsurların tamamında olmasa bile çoğunda (5 unsurda) yine Avrupa'nın daha iyi durumda olduğu, sadece 1 unsurda (etik kodu) Avrupa'nın en kötü durumda olduğu ve Asya bölgesinin Kuzey Amerika bölgesine göre dışsal unsurlarda daha iyi bir durumda olduğu,

iii. Kurumsal sosyal sorumluluğun hesap verebilirlik unsurlarının uygulanmasında, her iki unsurda da Avrupa'nın en iyi durumda olduğu,

iv. Kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal vatandaşlık unsurlarında ise, Kuzey Amerika bölgesinin Avrupa ve Asya bölgesine göre daha iyi durumda olduğu,

v. Kurumsal sosyal sorumluluğun tüm unsurları dikkate alındığında ise Avrupa'nın birinci sırada, Kuzey Amerika'nın ikinci sırada ve Asya'nın sonuncu sırada yer aldığı,

tespit edilmiştir.

5.2. Avrupa’da Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Yapılmış Düzenlemeler

Yukarıda belirtilen araştırma tespitleri dikkate alındığında Avrupa’nın kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerinin pratiğe dönüştürülmesinde dünyada önder konumda olduğu anlaşılmaktadır. Avrupa’da kurumsal sosyal sorumluluğun önde olmasında Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 2000 yılında Beyaz Dosya (White Paper on Environmental Responsibility)nın, 2001 yılında Yeşil Dosya (Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility)nın ve 2002 yılında “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İş Çevresinin Sürdürülebilir Kalkınmaya Katkısı” (Corporate Social Responsibility: A Business contribution to Sustainable Development) adlı çalışmanın hazırlanması önemli derecede katkıda bulunmuştur.

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından hazırlanan Beyaz Dosya ile, çevrenin korunması kapsamında uygulanacak ilkelerin geliştirilmesi için bir çevresel sorumluluk sisteminin oluşturulması, Yeşil Dosya ile ise Avrupa’da kurumsal sosyal sorumluluğun ilerlemesi için çözümler bulunması amaçlanmıştır. Yeşil Dosya kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının kalitesini, uyumunu, etkinliğini, güvenilirliğini ve şeffaflığını ilerleterek tüm Avrupa için bir kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesi çizmeyi hedeflemiştir. Bu hedefe ulaşabilmek için de ilgili tüm kesimleri tartışmaya ve önerilerde bulunmaya davet etmiştir. 2002 yılında yayınlanan Kurumsal sosyal sorumluluk çalışması ile de kurumsal sosyal sorumluluğun ilerletilmesi için bir strateji belirlenmiştir.

Avrupa Birliği bu çalışmalarla sürdürülebilir kalkınmayı ve kurumsal sosyal sorumluluğu önemseydiğini vurgulamış ve tüm Avrupa için bir kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesi hedeflediğini dünyaya duyurmuştur. Avrupa Birliğinin kurumsal sosyal sorumluluğa verdiği önem doğrultusunda bir çok Avrupa ülkesinde kurumsal sosyal sorumlulukla bağlantılı yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu yasal düzenlemelere ilişkin detaylı bilgiler çalışmanın bir numaralı ekinde verilmektedir.

VI. BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN RAPORLANMASI

Kurumsal sosyal sorumlulukla bağlantılı önemli bir diğer kavram da “hesapverebilirlik”tir. Şirketler tarafından kurumsal sosyal sorumluluk kapsamındaki yükümlülükler hakkında açıklama yapılması “hesapverebilirlik” kavramı ile ifade edilmektedir. Dolayısıyla şirketler kurumsal sosyal sorumluluk ile bağlantılı hesapverebilirlik yükümlülüklerini hazırladıkları raporlar ile gerçekleştirmektedir.

6.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Raporlanmasının Doğuşuna Etki Eden Faktörler

Menfaat sahipleri (diğer bir ifadeyle sosyal paydaşlar) şirketlerin, faaliyetlerinin çevresel ve sosyal etkilerini ne derece ve nasıl yönettiklerini, bu etkilere yaklaşımlarının

nasıl olduğunu merak etmekte ve bu konulara her geçen gün daha da önem vermektedirler.

Menfaat sahiplerinin kurumsal sosyal sorumluluğa ve bunun raporlanmasına olan yaklaşımlarını tespit etmeye yönelik olarak İngiltere’de 2004 yılında Londra Metropolitan Üniversitesi akademisyenleri tarafından FTSE şirketleri dikkate alınarak yapılan bir araştırmaya göre şirketler başlıca şu sebeplerden dolayı kurumsal sosyal sorumluluk hakkında raporlama yapmaktadır (Idowu: 2005);

i. Menfaat sahiplerinin şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk alanında neler yaptıklarını bilme isteklerinin artması,

ii. Bazı STK’ların belirli sektörde faaliyet gösteren şirketlerin çevre için yeterince faaliyette bulunmadıkları yönündeki eleştirilerini artırması,

iii. Rakip firmalarla rekabetin sürdürülebilmesi için bu tür bir raporlamaya ihtiyaç duyulması,

iv. Bu yolla toplumla iyi iletişim kurarak, bunun yararlarının elde edilmek istenmesi,

v. Kurumsal yatırımcıların kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları hakkında açıklama yapılmasını istemesi,

vi. Resmi kurumların firmalardan çevresel performansa ilişkin raporlama yapılmasını istemesi,

vii. Menfaat sahiplerine mali olmayan konuların da kendileri için mali konular kadar önemli olduğu mesajının verilmek istenmesi.

Türkiye’de Capital Dergisi tarafından 2005 yılında yapılmış diğer bir araştırmaya¹⁵ göre ise katılımcıların %75’i kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin ve uygulamalarının kamuya duyurulmasını istemektedirler.

Bu araştırmalar, şirketlerin sosyal açıdan sorumlu yatırımlarının ve bu konudaki politikalarının kamuya duyurulmasının talep edildiğini göstermektedir. Bu tür taleplerin artması sonucunda finansal performansın raporlanması yanında sosyal ve çevresel performansların da raporlanmasına başlanılmıştır. Bu tür raporlamaya, “Triple Bottom Line Reporting” ya da “Sustainability Reporting” denilmektedir. Bu kavram Türkçe olarak “Üçlü Raporlama” ya da “Sürdürülebilirlik Raporlaması” şeklinde ifade edilebilecektir.

Literatürde “Triple Bottom Line Reporting” kavramının 1990’ların ortalarına kadar uzandığı ve bu kavramın, 1997 yılında John ELKINGTON’un “Çatallı Yamyamlar: 21. Yüzyıl Ticari İşlerinin Üçlü Raporlanması” (Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business) adlı kitabı ile ünlendiği ifade edilmektedir (Norman ve MacDonald: 2004). Son üç dört yılda ise bu kavram oldukça hızlı bir şekilde yayılarak yüksek popülerite kazanmıştır.

15 Söz konusu araştırma Eylül-Ekim 2004 döneminde, 20 ilde, 15 yaş ve üzeri Türkiye kentsel nüfusunu temsil eden ve kentsel alanlarda yaşayan kişilerle yapılmış ve araştırmanın sonuçları Capital Dergisi’nin Şubat 2005 sayısında yayınlanmıştır.

6.2. Üçlü Raporlamanın Tanımı

“Üçlü Raporlama”nın muhtelif tanımları mevcut olup, herkesçe kabul edilmiş bir tanımı bulunmamaktadır. Ancak en öz anlamıyla, “Üçlü Raporlama” kavramı bir şirketin ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerin şirket performansı üzerindeki etkilerinin toplu olarak raporlanması olarak ifade edilebilecektir. Bu nedenle, üçlü raporlama kavramı, menfaat sahiplerinin sadece finansal kazançları üzerinde değil aynı zamanda sosyal ve çevresel kazançları üzerinde de odaklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, üçlü raporlama üç kritik unsuru beraberinde getirmektedir. Bunlar: “ekonomik performans”, “sosyal eşitlik” ve “çevresel sorumluluk”tur.

6.3. Dünyada Üçlü Raporlama Uygulamaları

Şirketler menfaat sahiplerinin sadece mali performansla ilgilenmediklerini fark ettiklerinden bu yana, faaliyet raporlarında ya da kamuya duyurdukları diğer raporlarda yasal zorunluluk nedeniyle duyurdukları mali performans bilgilerine ilaveten çevresel ve sosyal içerikli bilgilere de yer vermeye başlamışlardır. Bazı şirketler, bu tür raporları yıllık faaliyet raporlarından ayrı olarak hazırlamayı tercih ederken, diğer bir kısım şirketler ise bu tür bilgilere yıllık faaliyet raporlarında yer vermek suretiyle kamuya duyurmayı tercih etmektedirler.

KPMG tarafından yapılan ve ABD’deki en karlı 250 şirketi ve 16 ülkedeki en karlı 100’er şirketi kapsayan “Uluslararası Kurumsal Sürdürülebilirlik Araştırması Raporu 2005” adlı araştırmaya göre, ABD’deki en karlı 250 şirketin %52’si; 16 ülkedeki en karlı 100’er şirketin ise %33’ü ayrı bir kurumsal sosyal sorumluluk raporu hazırlamaktadır. Yıllık raporlarda verilen kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili bilgiler de dahil edildiğinde söz konusu oranlar sırasıyla, %64’e ve %41’e yükselmektedir.

Üçlü Raporlamanın özellikle büyük ve dünyaca tanınmış şirketler arasında revaçta olduğu gözlenmektedir. Bu şirketlere örnek olarak British Petrol, AT&T, Dow Chemical, Shell, British Telecom, McDonald’s, General Motors, Nike ve Canon’u verebiliriz. Bu ve benzeri firmalar tarafından hazırlanan üçlü raporlara bakıldığında, bu raporların adil rekabet, çocuk işgücü, işyerinde güvenlik, yolsuzlukla mücadele, çalışanların haklarına saygı, ölümcül kazaların oranı, çevresel ısınmaya neden olan gazların emisyonu, faaliyet sonucunda oluşan atıklar, enerji tasarrufu, çevresel temizlik için katlanılan maliyetler, çevre ve güvenlik cezaları, yerel birimlerle olan iletişim vb. konulardaki bilgileri içerdiği görülmektedir.

İngiltere’de 2004 yılında Londra Metropolitan Üniversitesi akademisyenleri tarafından FTSE şirketleri dikkate alınarak yapılan bir araştırmaya göre ise, şirketler, temel olarak dört ana alan altında açıklama yapmaktadırlar. Bu alanlar; “çevre”, “toplum”, “pazar sahası” ve “iş sahası”dır. Şirketler çevre başlığı altında, yaptıkları faaliyetin toprağı, suyu ya da havayı kirletip kirletmediğini, geri dönüştürülebilir maddeleri kullanarak doğal kaynakların ne oranda korunmaya çalışıldığını ve enerji tasarrufunun ne kadar sağlanabildiği hakkında açıklama yapmaktadırlar. Toplum başlığı altında topluma yarar sağlayan her türlü bağış ya da diğer etkinlikler anlatılmaktadır.

“Pazar sahası” başlığı altında şirketlerin tedarikçileri ile geri dönüştürülebilir malların kullanılması ve çocuk işgücü kullanan şirketler ile ticari ilişki kurulmaması hakkındaki işbirliğinden bahsedilmektedir. “İş sahası” başlığı altında ise, genel olarak, çalışanların sağlığı ve güvenliği için alınmış tedbirlerden, çalışanlara sağlanan fırsat eşitliğinden ve engellilere sağlanan iş olanaklarından bahsedilmektedir (Idowu: 2005).

Öte yandan, birtakım ülkelerde yapılan düzenlemeler ile kısmen veya genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması zorunlu tutulmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının kısmen de olsa zorunlu tutulduğu ülkeler ve bu ülkelerdeki düzenlemeler hakkında çeşitli bilgiler çalışmanın iki numaralı ekinde verilmektedir.

6.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Raporlanmasında Rehber İlkeler

Dünyada halihazırda üçlü raporlamanın hazırlanması, yayınlanması ve doğruluğunun denetimi konularında genel kabul görmüş bir standart bulunmamaktadır. Öte yandan, dünyada üçlü raporların hazırlanmasında en çok kabul gören rehber “Küresel Raporlama Girişimi” (GRI)dir. Bu girişim üçlü raporlamanın doğuşundaki en önemli uluslararası gelişme olarak kabul edilmekte olup, şirketlerin ekonomik, sosyal ve çevresel performanslarının raporlanması konusunda bir dizi rehber niteliğindeki ilkeler geliştirmiş ve yayınlamıştır.

Üçlü rapor hazırlayan çoğu firma GRI’nın yayınladığı ilkeleri rehber olarak kabul ederek raporlarını bu çerçevede hazırlamaktadır. KPMG tarafından yapılan “Uluslararası Kurumsal Sürdürülebilirlik Araştırması Raporu 2005” adlı araştırmaya göre, araştırmaya dahil edilen firmaların %40’ı GRI’nın yayınladığı ilkeleri dikkate almak suretiyle, %21’i ise menfaat sahiplerine danışarak raporlarını hazırlamaktadır.

GRI’de yer alan kurumsal sosyal sorumluluk performansı göstergelerine ilişkin matris çalışmanın üç numaralı ekinde, söz konusu çevresel ve sosyal performans göstergelerine ilişkin detaylı açıklamalar ise çalışmanın dört numaralı ekinde verilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun raporlanmasında uygulanabilecek rehber ilkelere ilişkin olarak, GRI tarafından yayınlanan rehber ilkeler dışında, çeşitli ülkelerde de düzenlemeler yapılmıştır. Bu ülkeler Avustralya, Danimarka, Finlandiya, İtalya, Japonya, Norveç, Güney Afrika, İsveç, Hollanda ve İngiltere’dir. Ancak bu ülkelerde belirlenmiş rehber ilkelerin kapsamı, GRI’daki rehber ilkelere göre daha sınırlı kalmaktadır.

6.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu Hazırlamanın Şirketlerin Yaptıkları İşe Olan Faydaları

Üçlü rapor hazırlamanın şirketlerin yaptıkları işe olan faydalarına ilişkin olarak Avustralya’da “Grup 100” tarafından 2003 yılında hazırlanan üçlü raporlama konusundaki rehber (Sustainability: A Guide to Triple Bottom Line Reporting)de, üçlü raporlamanın faydaları hakkında şu hususlar belirtilmiştir;

i. Menfaat sahipleri ile olan ekonomik, sosyal ve çevresel yönlü etkili iletişim, menfaat sahiplerinin bu yöndeki algılarını yönetebilmeyi ve bu da kurumsal itibarı korumayı ve yüceltmeyi sağlamaktadır.

ii. Menfaat sahipleri ekonomik, sosyal ve çevresel performansı hakkında açık ve dürüstçe iletişim kuran şirketleri destekleyici bir tavır almaktadırlar.

iii. Birçok çalışanın çevresel, sosyal ve ekonomik anlamdaki kurumsal davranış ile ilgili beklenti sahibi oldukları dikkate alındığında, üçlü raporların yayınlanması çalışan sadakatini yükseltmesini, personel değişiminin azalmasını ve firmanın yüksek kalitedeki çalışanları kendine çekebilme gücünü artırmasını sağlamaktadır.

iv. Birçok yatırımcının çevresel ve sosyal faktörleri yatırım kararlarına yansıtıkları dikkate alındığında, üçlü raporların yayınlanması yatırımcıların dikkatini şirket üzerine çekmektedir.

v. Menfaat sahipleri ile çevresel, sosyal ve ekonomik yönlü etkili iletişim pazarda farklı bir konum sağlamakta, bu da firmaya pazarda daha çok tercih edilen bir tedarikçi pozisyonu kazandırmaktadır.

vi. Yapılan birçok araştırma göstermektedir ki ekonomik, sosyal ve çevresel yönlü firma performansı pazar katılımcılarının firma hakkındaki yönetim riski düşüncesini etkilemektedir. Bu noktada, firmanın üç alandaki performansını gösteren üçlü raporlama firmanın risklerini yönetmekte önemli bir rol oynamaktadır.

vii. Üçlü raporların hazırlanması menfaat sahiplerinin beklentilerinin ve önceliklerinin öğrenilmesini sağlamaktadır. Bu da menfaat sahiplerinin beklentileri çerçevesinde yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini mümkün kılmaktadır.

6.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının Bağımsız Denetimi

Kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının anlamlı bir içerikle donatılmadığı ve gerçeği yansıtmadığı şeklindeki eleştirilere maruz kalınmamasını teminen bu raporlarda yer alan bilgilerin üçüncü (bağımsız) taraflarca kontrol edilmesi ve doğrulanması önem taşımaktadır.

Avrupa Muhasebeciler Federasyonu (FEE)nun 2003 yılında yayınladığı bir raporda, bağımsız denetimi yapılmamış kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının nerdeyse reklam gibi algılandığı, dünya sermaye piyasalarında bu tür raporların güvenilirliğinin ancak bağımsız denetimle sağlanabileceği belirtilmiştir.

Hazırlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının bağımsız denetimden geçirilmesi ile genel olarak aşağıda belirtilen faydalar elde edilir;

i. Hazırlanan raporlar daha fazla inandırıcılık özelliği taşır.

ii. Menfaat sahiplerinin hazırlanan raporlara ve şirketin uygulamalarına olan güvenini yükseltir.

iii. Raporu hazırlayan şirketin riskini azaltır.

Söz konusu faydaların şirketler tarafından daha çok dikkate alınması ile birlikte kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının bağımsız denetiminde, çok dikkat çekici olmasa da, belirli düzeyde artışlar gözlenmektedir. Örneğin, KPMG tarafından yapılan "Uluslararası Kurumsal Sürdürülebilirlik Araştırması Raporu 2005" adlı araştırmaya göre 2002 yılında ABD'deki en karlı 250 şirketten kurumsal sosyal sorumluluk raporu hazırlayanların %29'u hazırladıkları raporları bağımsız denetimden geçiriyorken bu oran

2005'te %30'a yükselmiştir. Araştırma kapsamına alınan 16 ülkedeki en karlı 100'er şirket'in durumuna bakıldığında ise, 2002'deki %27'lik oran 2005'te %35'e yükselmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının bağımsız denetimine ilişkin hizmetler halihazırda birtakım firmalarca verilmekle birlikte, yukarıda belirtilen tespitler dikkate alındığında kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının bağımsız denetimden geçirilmesinin henüz çok yaygın olmadığı anlaşılmaktadır. FEE'nin 2003 yılında yayınlanan raporunda, kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının finansal raporlama seviyesinde hazırlanmamasının gerekçesi olarak mevcut durum itibarıyla sermaye piyasalarının güvenilir kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasına gerekli önemi vermemesinin ve standart belirleyicilerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili teknik konuları henüz çözememiş olmasının etkili olduğu ifade edilmiştir (Business and the Environment: 2003).

6.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derecelendirmesi ve Endeksi

Son yıllarda özellikle Avrupa ve ABD'de kurumsal sosyal sorumluluğun derecelendirilmesi konusunda talepler yoğunlaşmıştır. Bu talepler sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk derecelendirmesi hizmeti veren kurumlarda ve kurumsal sosyal sorumluluk endekslerinde bir artış gerçekleşmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk derecelendirmesinin doğuşunda ve yaygınlaşmasında özellikle;

i. Kurumsal sosyal sorumluluğu değerlendirecek sağlam ve güvenilir metotlara ihtiyaç duyan sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarının büyüklük ve etkilerinin önemli derecede artması,

ii. Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili çeşitli ulusal ve uluslararası düzenlemelerin, şirketleri, faaliyetlerinin sosyal ve çevresel sonuçlarını dikkate almaya zorlaması,

iii. Birçok büyük şirkette, sosyal performansın gözetimi için kurum içi uzmanlar ve takımların oluşturulması,

etkili olmuştur.

Diğer yandan sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarının ve derecelendirme kuruluşlarının artması ile birlikte şirketleri kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına göre sıralayan endeksler de kurulmuştur. Çalışmanın beş numaralı ekinde verilen tabloda, OECD ülkelerindeki önemli kurumsal sosyal sorumluluk derecelendirme kuruluşları, bu kuruluşların faaliyette buldukları pazarlar ve bu ülkelerdeki endeksler verilmektedir.

Derecelendirme kuruluşları kurumsal sosyal sorumluluğu değerlendirirken ve derecelendirirken aşağıdaki beş işlemi gerçekleştirir.

i. Çalışma yeri, çevre, ürün güvenliği ve etkileri, uluslararası faaliyetler ve insan hakları, yerel halkın hakları, yerel toplumla iletişim vb. konularda kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının değerlendirilmesi için her bir alan bazında uzman kişilerden oluşan takımlar oluşturulur,

ii. Şirket hakkında harici bilgilere ulaşılır,

- iii. Şirkete detaylı hazırlanmış anket formu gönderilir,
 - iv. Şirket hakkında bilgi verebilecek şirket içinden ve dışından önemli kişilerle görüşme yapılır.
 - v. Söz konusu işlemler sonrasında raporlar hazırlanır ve ilgili taraflara (genellikle tüketiciler, yatırımcılar ve derecelendirilen şirketler) pazarlanır.
- İyi bir derecelendirme notu şirkete öncelikle iyi bir itibar kazandırır. İyi bir itibar ise şirketin satışlarında artışlar sağlar. Kötü bir derecelendirme notu ise şirkete olan güveni sarsar ve şirketin çalışanlar, müşteriler ve yatırımcılar karşısındaki inandırıcılık kabiliyetine zarar verir. Tüm bu sonuçlar dikkate alındığında kurumsal sosyal sorumluluk derecelendirmesinin önemi ve etkisi daha iyi anlaşılmaktadır.

VII. BÖLÜM

TÜRKİYEDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI

Mevcut durum itibariyle Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili bir yasa bulunmamaktadır. Ancak tüketici hakları, iş kanunu, çevre kanunu içerisinde kurumsal sosyal sorumluluğu barındıran bazı hükümler yer almaktadır. Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası madde 172’de tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirlerin alınacağı ve bu yoldaki girişimlerin teşvik edileceği belirtilmiştir. Diğer bir örnek iş kanunu çerçevesinde ortaya konabilir: 4857 sayılı yeni iş kanunu belirli ölçekteki şirketlere 1475 sayılı eski iş kanunundaki istihdam zorunlulukları dışında yeni yükümlülükler getirmektedir. Dolayısıyla hukuksal bir zorunluluk olmasa da kurumsal sosyal sorumluluk Türk iş dünyasına tamamıyla uzak değildir. Öte yandan kültürel ve dinsel nedenlerden dolayı hayırseverlik Türkiye’de önemli miktarlara ulaşmıştır (Göcenoglu ve Girgin: 2005).

7.1. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Doğuşuna Etki Eden Faktörler

Kurumsal sosyal sorumluluğun bir ülkede gelişmesini sağlayan içsel ve dışsal olarak sınıflandırılabilir birtakım faktörler vardır. İçsel faktörlerin başlıcaları menfaat sahiplerinin etkinliği ve ekonomik çevrenin girişimleri iken; dışsal faktörlerin başlıcaları ülkeye gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımları, ülkedeki uluslararası şirketlerin faaliyetleri ve uluslararası örgütlerin girişimleridir.

7.1.1. İçsel Faktörlerin Değerlendirilmesi

Bir ülkede kurumsal sosyal sorumluluğun ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlayacak içsel faktörler olarak sayılabilecek olan “menfaat sahiplerinin etkinliği” ve “ekonomik çevrenin girişimleri” aslında karşılıklı etkileşim dahilinde gelişen faktörlerdir. Diğer yandan Türkiye’de Sermaye Piyasası Kurulu’nun Kurumsal Yönetim İlkelerini yayınlaması ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporu hazırlanmasını zorunlu kılması diğer bir içsel faktör olarak dikkat çekmektedir.

7.1.1.1 Menfaat Sahiplerinin Etkinliği ve Ekonomik Çevrenin Girişimleri

Monica SAHA ve Geoffrey DARNTON tarafından 2005 yılında yayınlanmış bir araştırmada, şirketleri kurumsal sosyal sorumluluğa iten en önemli faktörün menfaat sahiplerinden gelen baskılar olduğu tespit edilmiştir (Saha ve Darnton: 2005). Bu çerçevede Türkiye’deki menfaat sahiplerinin (ortaklar, yatırımcılar, çalışanlar, tüketiciler, tedarikçiler, sendikalar ve sivil toplum kuruluşları) kurumsal sosyal sorumluluk hakkındaki tutumları önem kazanmaktadır.

Türkiye’deki sivil toplum ve sivil toplum kuruluşları halen gelişme aşamasındadır. Şirket faaliyetleri sivil toplumun baskısından uzaktır. Dolayısıyla içsel bir faktör olarak sivil toplum kuruluşları kurumsal sosyal sorumluluğun Türkiye’de uygulanması konusunda henüz pek etkin değildir (Göçenoğlu ve Girgin: 2005).

Diğer yandan, sosyal sorumluluk bilincini geliştirerek, yerel ve ulusal düzeyde yaymak amacıyla 25 Şubat 2005 tarihinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği kurulmuştur¹⁶. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği’nin menfaat gruplarının kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin yükseltilmesinde ve dolayısıyla iş çevrelerinin sosyal sorumluluk uygulamalarını ilerletmeleri hususunda menfaat grupları tarafından uygulanacak baskıların artmasında etkili olacağı muhtemeldir.

Sivil toplum kuruluşları için yukarıda belirtilen “henüz etkili olmadıkları” yönündeki tespit diğer menfaat sahipleri için de geçerli bulunmaktadır. Ancak bu durum menfaat sahiplerinin kurumsal sosyal sorumluluk hakkında bir yaklaşımlarının bulunmadığı şeklinde yorumlanmamalıdır. Zira örneğin, Trio Pazarlama Çözümleri A.Ş. tarafından 2004 yılında yapılmış “Tüketici Promosyonlarına Duyarlılık” araştırmasına göre, fiyat ve kalite açısından benzerlik gösteren iki ürün arasında ürün bedelinin bir bölümünün sosyal bir amaç için harcandığı durumlarda bu ürünü seçeceklerini söyleyen tüketicilerin oranı %82’dir¹⁷. Söz konusu araştırma menfaat sahiplerinin kurumsal sosyal sorumluluğa olumlu baktıklarının bir göstergesi olmakla birlikte, iş çevresindeki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının oluşmasını açıklamaktan uzaktır.

Diğer yandan, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının şirketlere itibar sağlamak suretiyle rekabet avantajı kazandırması, şirket çalışanlarını motive etmesi ve performansa olumlu katkı sağlaması ve uluslararası piyasalarda kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında bulunan şirketlerin hem kurumsal hem de bireysel müşteriler tarafından öncelikle tercih edilmesi gibi kurumsal sosyal sorumluluk ile gelen avantajlar Türk şirketlerinin, menfaat sahiplerinden yeterli baskı gelmemesine rağmen, kurumsal sosyal sorumluluğa yönelmelerinde etkili olmaktadır. Özellikle Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizleri sonrasında artan rekabet ortamı şirketleri verimlilik artırma, maliyet azaltma ve yurtdışı pazarlara daha geniş boyutta açılma çabaları yanında itibar yükseltme

¹⁶ <http://www.kssd.org/amacimiz.htm>

¹⁷ <http://www.tr-trio.com/tr/p1.asp>

girişimlerine de itmiştir. Bu çerçevede, menfaat sahiplerinden ziyade iş çevresinin girişimlerinin Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına öncülük ettiği sonucuna ulaşmak yanlış olmayacaktır.

7.1.1.2. Sermaye Piyasası Kurulu’nun Kurumsal Yönetim İlkelerini Yayınlaması ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporu Hazırlanmasını Zorunlu Kılması

Türkiye’de iş çevrelerinin, menfaat sahiplerinden hissedilir derecede baskı gelmemesine rağmen, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında öncü rol oynamasında Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)nun 2003 yılında kurumsal yönetim ilkelerini yayınlaması (2005 yılında revize edilmiştir) ve bu ilkeler karşısında şirketlerin konumu hakkında menfaat sahiplerinin bilgilendirilmesi amacıyla da 2005 yılında kurumsal yönetim uyum raporu hazırlanmasını zorunlu kılması etkili olmuştur. Söz konusu etkinin iki açıdan kurumsal sosyal sorumluluk bilincini yükselttiği söylenebilir. Birincisi kurumsal yönetim ilkelerinde ve kurumsal yönetim uyum raporunda kurumsal sosyal sorumluluk ile bağlantılı ilkelerin olması, ikincisi ise kurumsal yönetimin ilerletilmesi yoluyla kurumsal sosyal sorumluluk için uygun bir ortam yaratılmasıdır.

SPK tarafından yayınlanan Kurumsal Yönetim İlkeleri’nin 3. Bölümü “Menfaat Sahipleri” başlığını taşımaktadır. Bu başlık altındaki “Şirketlerin İnsan Kaynakları Politikası”, “Müşteriler ve Tedarikçilerle İlişkiler”, “Etik Kurallar” ve “Sosyal Sorumluluk” başlıklı alt bölümler birtakım kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerini kapsamaktadır. Söz konusu hükümler çalışmanın altı numaralı ekinde verilmektedir. Şirketin çalışanlarına, müşterilerine, tedarikçilerine ve çevreye yönelik sorumluluklarını belirten söz konusu ilkeler, şirketlerin sosyal sorumlulukları konusunda bilinçlenmelerine yardımcı olacak mahiyettedir.

Diğer yandan, halka açık şirketler 2004 yılı faaliyetlerinden başlamak üzere Sermaye Piyasası Kurulu’nca zorunlu tutulan “Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu”nu hazırlamak ve yıllık faaliyet raporlarında ve internet sitelerinde bu rapora yer vermekle yükümlü tutulmuşlardır. Söz konusu raporun “Menfaat Sahipleri” başlıklı üçüncü bölümündeki 15, 16 ve 17’nci maddeleri uyarınca şirketlerin insan kaynakları politikası, müşteri ve tedarikçiler, çevre ve toplum konularındaki faaliyetleri hakkında açıklama yapmaları gerekmektedir. Söz konusu düzenleme ile birlikte şirketler ilk kez, sınırlı da olsa, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında zorunlu raporlama yapmaya başlamışlardır. Kurumsal Yönetim Uyum Raporu’nun 15, 16 ve 17’nci maddeleri çalışmanın yedi numaralı ekinde verilmektedir.

SPK’nın Kurumsal Yönetim İlkeleri’ni yayınlayarak kurumsal yönetim uygulamalarını ilerletme çabasının kurumsal sosyal sorumluluğa diğer bir katkısı da kurumsal yönetimin kurumsal sosyal sorumluluk için uygun bir ortam sağlamasıdır. Kurumsal yönetim kavramı asıl olarak profesyonel yönetim amacıyla görev yapan şirket yöneticilerinin şirketin pay sahiplerine olan sorumluluklarının belirlenmesi ve denetlenmesi için ortaya çıkmıştır ve uygulanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk ise

şirketin tüm menfaat sahiplerine karşı sorumlu olduğunu belirtmektedir. Bu çerçevede, pay sahiplerine karşı sorumlulukla hareket etmeyen şirketlerin diğer menfaat sahiplerinin istek ve beklentilerine dikkat ederek sosyal sorumlu olmaları beklenmeyeceğinden Türkiye’de kurumsal yönetim uygulamalarının hayata geçirilmesi kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanması için de geniş bir ortam hazırlayacaktır (Göçenoğlu ve Girgin: 2005).

7.1.2. Dışsal Faktörlerin Değerlendirilmesi

“Ülkeye gelen uluslararası sermaye yatırımları” ve “uluslararası örgütlerin girişimleri” bir ülkede kurumsal sosyal sorumluluğun ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlayacak öncelikli dışsal faktörler olarak sayılabilecektir.

7.1.2.1. Ülkeye Gelen Uluslararası Sermaye Yatırımları

Türkiye’ye gelen doğrudan yabancı yatırım miktarı dünyadaki diğer gelişen ekonomiler ile kıyaslandığında çok düşük düzeyde seyretmektedir. Hazine Müsteşarlığı verilerine göre 2000-2003 yılı arasında Türkiye’ye fiili olarak giren doğrudan yabancı sermaye yatırımları toplamda sadece 5 milyar ABD Doları düzeyinde seyretmektedir. Dolayısıyla yabancı sermayeli şirketlerin Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğun şekillenmesinde ve gelişmesinde pek etkin olması beklenmemelidir (Göçenoğlu ve Girgin: 2005).

Öte yandan, Türk şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını uluslararası standartlar doğrultusunda hayata geçirmeleri sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarının ve doğrudan yabancı sermayenin ülkemiz şirketlerine de akmasını sağlayacaktır. Sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarının dünyadaki büyüklüğü (bu çalışmanın 4.2. bölümünde belirtilmiştir) ve Türkiye sermaye piyasalarında da yatırım yapabilecekleri düşünülürse, ülkemiz sanayinin gelişebilmesi ve finans piyasalarında rahatlık yaşanabilmesi açısından şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışlarının ve uygulamalarının önemi daha net ortaya çıkmaktadır (Göçenoğlu ve Girgin: 2005). Bu çerçevede, sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarının büyüklüğü ve yabancı sermayenin kurumsal sosyal sorumluluğa verdiği önem anlaşıldıkça bu unsurun ülkemizdeki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına olan etkisi artacaktır.

7.1.2.2. Uluslararası Örgütlerin Girişimleri

Türkiye’nin bağlı olduğu ILO konvansiyonları, BM İnsan Hakları Sözleşmesi ve OECD’nin uluslararası şirketler yönetmelikleri gibi uluslararası hukuksal düzenlemeler, kurumsal sosyal sorumluluğun Türkiye’deki gelişimine katkı sağlayabilecek niteliktedir. Ancak uluslararası alanda yaşanan eksikler, zorlayıcı olunmaması ve şirketlerin hukuksal zorunluluklarının kaldırılması konusunda lobicilik yapımları gibi etkenler, Türkiye’de de hissedilmekte ve adı geçen uluslararası örgütlerin girişimleri kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının Türkiye’deki gelişimine önemli bir yarar sağlamamaktadır (Göçenoğlu ve Girgin: 2005).

Diğer yandan AB ile tam üyelik müzakerelerine başlayan Türkiye için kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ayrı bir önem taşımaktadır. Zira son beş yılda AB içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk önemli derecede gündemi oluşturmakta, Avrupa kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerinin pratiğe dönüştürülmesinde dünyada önder konumda bulunmakta ve birçok AB ülkesinde kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili yasal düzenlemeler halihazırda uygulanmaktadır.

AB müktesebatına uyum sağlama sürecinde, tüketim, çevre koruması ve adil rekabet konularında kurumsal sosyal sorumluluk önemli bir yer kaplayacak ve Türk şirketlerinin iletişim kuracağı AB hükümetleri ve birlikte çalışacağı diğer firmalarca kurumsal sosyal sorumluluk kapsamındaki aktivitelere uyum sağlanmış olması kriteri aranacaktır (Michael ve Öhlund: 2005). Diğer yandan, AB düzenlemelerine uymayan firmaların bu pazara girmesine izin verilmeyeceğinden, satın alma gücü yüksek tüketicilerden oluşan bir pazara girilemeyecek ve Türk şirketleri büyük bir kayba uğrayacaktır (Michael ve başkaları: 2005). Bu nedenle, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, AB'ye tam üyelik müzakereleri sürecindeki Türkiye'de özel sektörün AB standartlarında iş yapması için gerekli olacağından, önümüzdeki birkaç yılın kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını ilerletmesinin beklenmesi makul bir beklenti olacaktır.

Sonuç olarak Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları için belirli faktörler henüz gelişme de özellikle AB üyelik süreci, ihracat, dış yatırımcıya duyulan ihtiyaç ve müşterilerin anlayışındaki değişimler gibi gelişmeler kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına farklı da olsa bir girişin yapılmasına süreç hazırlamıştır (Göcenoglu ve Girgin: 2005).

7.2. Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması Uygulamaları

Türkiye'de, örneğin Turkcell'in "Çağdaş Türkiye'nin Çağdaş Kızları" kampanyası, Ülker'in "10 Milyar Meşe Ağacı" kampanyası, Topkapı İplik'in "Temiz Tekstil Ürünleri" projesi, Garanti Bankası'nın Doğal Hayatı Koruma Derneği ile gerçekleştirdiği projeler ve Doğan Holding'in Aydın Doğan Vakfı ile birlikte gerçekleştirdiği yatırımlar gibi birtakım uygulamalar kurumsal sosyal sorumluluk projesi kapsamında değerlendirilebilecek uygulamalar olsa da, Türk firmalarınca çoğu zaman ekonomik, sosyal ve çevresel performansın sistematik olarak ve bir program dahilinde ele alınmadığı görülmektedir.

Halka açık şirketler her yıl SPK tarafından zorunlu tutulan "Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu" hazırlamak ve yıllık faaliyet raporlarında ve internet sitelerinde bu rapora yer vermekle yükümlü olup, söz konusu raporun hazırlanması ilk defa 2005 yılında gerçekleştirilmiştir. Adı geçen raporun "Menfaat Sahipleri" başlıklı üçüncü bölümündeki "İnsan Kaynakları Politikası" başlıklı 15'inci, Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkiler Hakkında Bilgiler" başlıklı 16'ncı ve "Sosyal Sorumluluk" başlıklı 17'nci maddeleri uyarınca şirketlerin genel olarak çalışanlarla ilişkiler, insan hakları, ürün ve tüketici, toplum ve çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilebilecek birtakım açıklamalar yapması gerekmektedir. Bu kapsamda İMKB-

30 şirketlerinin Kurumsal Yönetim Uyum Raporu'nda sosyal sorumlulukları ile ilgili olarak 15, 16 ve 17'nci maddelerde verdikleri bilgilerin¹⁸ incelenmesi neticesinde aşağıdaki tabloda belirtilen sonuçlara ulaşılmıştır (Yapılan çalışmaya ilişkin detaylı tablolar çalışmanın sekiz numaralı ekinde verilmektedir).

Tablo 7. İMKB 30 Şirketlerinin Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu'nda Sosyal Sorumlulukları İle İlgili Olarak Verdikleri Bilgiler

İNCELENEN ÖZELLİK	ŞİRKETLER		CÜMLELER	
	SAYI	ORAN (%)	SAYI	ORAN (%)
KONU				
Çalışanlarla İlişkiler	29	100,0	283	26,0
İnsan Hakları	21	72,4	64	5,9
Ürün ve Tüketici	28	96,6	168	15,4
Toplum	28	96,6	320	29,4
Çevre	26	89,7	254	23,3
TOPLAM	29	-	1089	100,0
KANIT				
Parasal	4	13,8	-	-
Parasal Olmayan	19	65,5	-	-
Sadece Tanımlayıcı Bilgi	10	34,5	-	-
SOMUT BİLGİ				
Somut Bilgi Veren	21	72,4	-	-
Somut Bilgi Vermeyen	8	27,6	-	-
TOPLAM	29	100,00	-	-

(*) Söz konusu çalışma 01.10-31.12.2005 dönemi için belirlenmiş İMKB 30 şirketlerini kapsamakta olup, bu şirketlerden bir tanesinin Kurumsal Yönetim Uyum Raporu hazırlamamış olması nedeniyle incelemeye 29 şirket dahil edilmiştir.

İMKB-30 şirketlerinin yaptığı açıklamalar ile yukarıda verilen tablonun incelenmesi neticesinde, İMKB-30 şirketlerinin;

i. Tamamının çalışanlarla ilişkiler hakkında, %96,6'sının topluma yönelik ve ürün ve tüketici konusunda; %89,7'sinin çevre hakkında; %72,4'ünün insan haklarına yönelik faaliyet ve yaklaşımları konusunda bilgi verdiği,

ii. Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu'nda "çalışanlarla ilişkiler" "insan hakları", "ürün ve tüketici", "toplum" ve "çevre", konularında yazdıkları cümlelerin sayısı dikkate alındığında, toplam 1089 cümle kurulduğu, bu cümlelerin %29,4'ünün toplum hakkında, %26'sının çalışanlarla ilişkiler hakkında, %23,3'ünün çevre hakkında,

¹⁸ Kurumsal Yönetim Uyum Raporu'nda kullanılan cümle sayıları bilgilerin değerlendirilmesinde ve karşılaştırılmasında somut ve objektif nitelikte bir kriter ve ölçü birimi olarak kabul edilebileceğinden ve cümle sayılarını baz alan benzeri yurt dışı çalışmalar bulunduğundan cümle sayıları dikkate alınarak araştırma çalışması yapılmıştır.

%15,4'ünün ürün ve tüketici hakkında ve %5,9'unun ise insan hakları hakkında bilgi verdiği,

iii. Sadece 4 tanesinin verdiği bilgilerde sosyal sorumluluğun sonuçlarını parasal olarak ifade ettiği, şirketlerin 19'unun parasal olmayan ölçümlere (diğer ölçü birimleri) dayanarak birtakım bilgileri verdiği, 10 şirketin ise kurumsal sosyal sorumluluk dahilinde herhangi bir kanıt vermeksizin, birtakım tanımlayıcı bilgiler vermek suretiyle açıklamalarda bulunduğu,

iv. 8 tanesinin herhangi bir somut bilgi vermeksizin sadece sosyal sorumluluk kapsamındaki yaklaşımlarını açıklamak suretiyle raporlama yaptığı, diğer yandan şirketlerin 21 tanesinin kısmen de olsa uygulamaya ilişkin birtakım somut bilgiler verdiği,

v. Sadece 3 tanesinin "etik kodu" geliştirdikleri,

vi. %93'ünün yaptıkları faaliyetin toplum ve çevre üzerindeki doğrudan etkileri üzerinde bir raporlama yapmadıkları ve birtakım istatistikî ve ölçüme dayalı verileri kullanmadıkları,

vii. %97'sinin faaliyetlerinin sosyal ve çevresel etkilerine ilişkin olarak olumsuz bir bilgi vermedikleri ve açıklamalarını olumlu bilgiler ile doldurdıkları,

viii. İnsan hakları konusunda yaptıkları açıklamaların oldukça yetersiz olduğu, zira hiçbir şirketin çocuk işgücü kullanımı ve insan haklarına saygılı tedarikçiler ile çalışıldığı konusunda açıklama yapmadığı, bir şirket hariç hiçbir şirketin zorla çalıştırma konusunda açıklama yapmadığı, şirketlerin çok büyük bir çoğunluğunun çalışanların örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme haklarına ilişkin nasıl bir politika uyguladıkları hakkında açıklama yapmadığı ve ayrımcılık konusunda yapılan açıklamaların oldukça yetersiz olduğu,

ix. Çalışanlarla ilişkiler hakkında kurdukları cümle sayılarının diğer konularda kurulan cümle sayılarına kıyasen iyi durumda olduğu, öte yandan söz konusu cümlelerin şirketlerin teorik yaklaşımlarını ifade ettiği, örneğin iş yerinde sağlık ve güvenlik kapsamında iş kazaları ve iş hastalıkları konusunda ya da tam zamanlı ve yarı zamanlı ayırımına yer vererek çalışan sayıları hakkında sayısal herhangi bir bilgi vermedikleri, çalışanlara sağlanan faydalar ve yaratılan istihdam miktarına ilişkin olarak yetersiz içerikte bilgi verdikleri,

x. Çevre konusunda verdikleri bilgilere bakıldığında, şirketlerin çok büyük bir çoğunluğunun üretim ve hizmette kullanılan doğal kaynaklar, enerji tüketimi ve tasarrufu, su tüketimi, yapılan faaliyetlerin biyolojik çeşitlilik üzerindeki etkileri, gaz emisyonu, katı ve sıvı atıklar, çevre ile ilgili yapılan toplam harcamalar, çevre ile ilgili katlanılan para cezaları hakkında bir bilgi vermedikleri,

xi. Toplumsal konular hakkında verdikleri bilgilere bakıldığında çoğunlukla sponsorluk ve bağış konularında yaptıkları faaliyetler hakkında bilgi verdikleri, öte yandan rüşvet ve yolsuzluk karşısındaki politikalar ve uygulamalar, siyasal partilere

parasal ya da parasal olmayan katkıların olup olmadığı ve adil rekabet konusundaki politika ve uygulamalarının neler olduğu konusunda bilgi vermedikleri,

xii. Yaptıkları açıklamalarda Kurumsal Yönetim Uyum Raporu ile çizilmiş çerçevenin dışına çoğunlukla çıkmadıkları ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporu ile çizilmiş çerçevenin ise kurumsal sosyal sorumluluğun çoğu yönünü kapsamadığı, bu nedenle yapılan açıklamaların çoğu zaman sığ kaldığı,

tespit edilmiştir.

7.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının Türkiye ve Türk Şirketleri İçin Önemi

Üçlü Raporlama trendi iki sebepten dolayı Türkiye ve Türk şirketleri için ayrı bir önem taşımaktadır.

Birinci olarak, Avrupa Birliği'nde ekonomik, sosyal ve çevresel performansın zorunlu olarak raporlanması konusu gündemde bulunmaktadır. AB Komisyonu'nun Temmuz 2001'de yayımladığı Yeşil Dosya ile Mayıs 2003 tarihli Avrupa Parlamentosu Raporu konunun AB düzeyinde ciddi biçimde ele alındığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, AB'nin, coğrafyasında faaliyet gösteren şirketlerin yıllık faaliyet raporlarına kurumsal sosyal sorumluluk raporu eklenmesi uygulamasını başlatması beklenmektedir. Bu nedenle, Avrupa Birliği üyeliği gündemde olan ve AB müktesebatına uyum sağlama çalışmalarını sürdüren Türkiye, zorunlu kurumsal sosyal sorumluluk raporu hazırlanması uygulaması ile karşı karşıya kalabilecektir.

İkinci olarak, açık bir ekonomiye sahip olması nedeniyle ve mevcut ekonomik durumu dikkate alındığında Türkiye için doğrudan ve dolaylı yabancı sermaye girişi oldukça önem arz etmektedir. Son birkaç yıl içerisinde, özellikle gelişen ülkelerde yönetim, danışma ve yatırım alanlarında Üçlü raporlama oldukça önem kazanmıştır. Birçok fon yatırım yapacakları şirketleri seçerken şirketlerin sosyal ve çevresel performanslarını kıstas olarak almaya başlamıştır, ki bu fonlar sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarıdır. Bu çerçevede, sosyal yatırım fonlarının büyüklüğü ve bu fonların Türkiye'deki olası yatırım kararları dikkate alındığında, kurumsal sosyal sorumluluğun ve bunun raporlanmasının önemi belki daha iyi anlaşılacaktır.

Diğer yandan, rekabete dayalı uluslararası piyasalarda büyük ve tanınmış firmalar gerek ticari ilişkiler gerekse de ticari birtakım ortaklıklar kurarken öncelikle kurumsal sosyal sorumluluk raporu hazırlayan şirketleri tercih etmektedirler. Bu nedenle uluslararası piyasalarda rekabet gücünün korunmasını ve geliştirilmesini teminen ekonomik, sosyal ve çevresel performansın raporlanması oldukça kritik bir rol oynamaktadır.

7.4. Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Bulunduğu Aşama

Dünyadaki ülkeler arasında, hatta aynı ülkede bulunan şirketler arasında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının aynı aşamada olmadığı görülmektedir. Bazı şirketler bu kavramı faaliyetlerine hiç yansıtmazken, bazıları yetersiz de olsa bu kavram dahilinde uygulamalar yapmakta, bazıları ise bu kavram kapsamında ciddi raporlar üretmektedir.

Mevcut uygulamalara bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının bir evrim dahilinde geliştiği görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluğun hangi aşamalardan geçtiği konusunda Ysanne M. Carlisle ve David O. Faulkner tarafından 2004 yılında geliştirilen “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Aşamaları Kalkınma Modeli Teorisi”ne göre kurumsal sosyal sorumluluk dört evrim aşaması yaşamaktadır. Bunlar “Temel Düzey Farkındalık Aşaması”, “İleri Düzey Farkındalık Aşaması”, “Temel Düzey Uygulama Aşaması” ve “İleri Düzey Uygulama Aşaması”dır. Aşağıdaki tabloda, bu aşamaların özellikleri hakkında birtakım bilgiler verilmektedir.

Tablo 8. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Aşamaları

AŞAMALAR	AŞAMANIN ÖZELLİKLERİ
1. Aşama: Temel Düzey Farkındalık Aşaması	<ul style="list-style-type: none"> - Yöneticiler konudan haberdar olmaya başlamışlardır. - Konu hakkında politika geliştirilmiştir.
2. Aşama: İleri Düzey Farkındalık Aşaması	<ul style="list-style-type: none"> - Konular hakkındaki farkındalık ilerlemiştir. - Konu hakkındaki şirket politikasının izlenmesi için birileri görevlendirilmiştir. - Raporlar yayınlanmaya başlanmıştır.
3. Aşama: Temel Düzey Uygulama Aşaması	<ul style="list-style-type: none"> - Rakamlarla ifade edilebilen ölçümler geliştirilmiş ve yayınlanmıştır. - Kurumsal sosyal sorumluluk hakkındaki şirket politikasının uygulanmasında şirketin ilgili bölümlerine soyut rehber ilkeler önerilmiştir. - Raporlar daha geniş bir çevreye ulaştırılmış ve menfaat sahipleri dahil edilmiştir.
4. Aşama: İleri Düzey Uygulama Aşaması	<ul style="list-style-type: none"> - Şirketin ilgili bölümleri tarafından uygulanması için somut prosedürler tanıtılmıştır. - Rakamlarla ifade edilebilen ölçümlere dayalı olarak şirket performansı izlenmeye başlanmıştır. - Etkili politika uygulamalarının sağlanması için tedbirler alınmıştır.

(*) Kaynak: CARLISLE, Ysanne M. ve David O. FAULKNER (2004), “Corporate Social Responsibility: A Stages Framework”, European Business Journal, S.145.

Türkiye’deki halka açık şirketler açısından yukarıda belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk aşamaları dikkate alındığında, halka açık şirketlerin 2004 yılında yayınladıkları kurumsal yönetim uyum raporlarına bakılarak, halka açık şirketlerin büyük çoğunluğunun kurumsal sosyal sorumluluğun henüz birinci aşamasında oldukları, sayıları az olan birtakım şirketlerin ise ikinci aşamaya ulaşabildikleri görülmektedir. Zira bu

çalışmanın 7.2 bölümünde belirtilen tespitler dikkate alındığında, şirketlerin az çok bir politika geliştirdikleri, ancak hazırlanan kurumsal yönetim uyum raporlarının içeriklerindeki yetersizlik dikkate alındığında kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki farkındalığın pek yaygın olmadığı görülmektedir. Diğer yandan halka açık şirketlerin henüz üçüncü ve dördüncü aşamalara ulaşamadığı aşıkardır.

GENEL DEĞERLENDİRME, ÖNERİLER VE SONUÇ

Kötü kurumsal yönetim nedeniyle ABD’de Enron ve WorldCom’da, İtalya’da ise Parmalat’ta yaşanan yolsuzluk skandalları ve bunun doğurduğu olumsuz sosyal sonuçlar, şirketlerin çevreye karşı sorumsuz ve tedbirsiz davranışları nedeniyle dünyanın birçok yerinde çevresel sonuçları ağır olayların yaşanması ve küresel ısınma, doğal kaynakların kirletilmesi, ozon tabakasının delinmesi ve bunlardan kaynaklanan dünyadaki yaşama dair risklerin ortaya çıkması sonrasında sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin endişeler önemli boyutlara ulaşmıştır. Bu endişeler çerçevesinde menfaat sahiplerinin baskıları ve BM, OECD, ILO gibi uluslararası kurumların çalışmaları şirketlerin mevcut finansal rollerine ilaveten çevresel ve sosyal roller edinmeleri gerektiği anlayışını doğurmuştur. Bu anlayışın doğmasında, şirketlerin özellikle çevresel ve sosyal sorunların ortaya çıkmasında faaliyetleri nedeniyle başat etken olmaları ve dünyadaki birçok ülkeden daha büyük bir ekonomik güce sahip olmaya başlamaları nedeniyle etkili bir aktör özelliği taşımaları etkili olmuştur.

Şirketlerin sosyal ve çevresel sonuçları düşünerek faaliyette bulunmaları gerektiği konusunda BM Küresel İlkeler Sözleşmesi, OECD’nin Çokuluslu Şirketler Raporu ve ILO’nun Üçlü Deklarasyonu ile belirli bir çerçeve oluşturulmaya başlanmış, Avrupa Birliği’nin 2001 Yeşil Dosyası ile konu Avrupa’da önemli boyutlara taşınmış ve Avrupa’daki birçok ülkenin kurumsal sosyal sorumluluk konusunda yasal düzenlemeler yapması ile bu kavrama hukuksal boyut kazandırılmıştır.

GRI ile birlikte kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının raporlanmasına ilişkin olarak önemli göstergelerin tespit edilmesi, sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları ile kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının ve raporlanmasının menfaat sahipleri açısından pratik öneminin ortaya çıkması, kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının bağımsız denetiminin, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının derecelendirilmesinin ve birçok ülkede kurumsal sosyal sorumluluk endekslerinin oluşturulması sonrasında bu kavram daha da önem ve popülerite kazanmıştır.

Türkiye’de bu kavramın doğuşu Avrupa ya da ABD’de olduğu gibi menfaat sahiplerinden gelen bir baskı neticesinde oluşmaktan ziyade, yurt dışında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının önem kazanması sonrasında Türk firmalarının iş yapabilmeleri için bu tür uygulamalar yapmalarının önem arz etmesi, AB’ye uyum sürecinde bu kavram kapsamındaki uygulamaların öneminin anlaşılması ve SPK tarafından kurumsal yönetim kapsamında kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerini de

barındıran birtakım ilkelerin yayınlanmasının ve bu ilkeler karşısındaki durumun ortaya konulması amacıyla Kurumsal Yönetim Uyum Raporu'nun hazırlanmasının zorunlu tutulması etkili olmuştur.

ABD'de ve Avrupa'da birtakım şirketlerin hazırladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına bakıldığında şirketlerin yaptıkları faaliyetin sosyal ve çevresel sonuçlarını açıklama anlayışı içerisinde bir raporlama yaptıkları görülmektedir. Öte yandan, ülkemizdeki şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında ve raporlamasında ne konumda olduğunun anlaşılması amacıyla, İMKB-30 endeksinde yer alan şirketler dikkate alınarak, bir çalışma yapılmıştır. Bu şirketlerin 2004 yılı faaliyetlerine ilişkin kurumsal yönetim uyum raporlarında kurumsal sosyal sorumluluk politikaları ve uygulamalarına ilişkin kurdukları cümle sayıları, bu cümleler ile ifade edilen hususların somutluk derecesi ve açıklanan hususların sayısal ya da sayısal olmayan verilerle desteklenip desteklenmediği konusunda yapılan çalışmada önemli tespitlere ulaşılmıştır. Bu tespitlerin en önemlileri; şirketlerin çok büyük çoğunluğunun (%93) yaptıkları faaliyetin toplum ve çevre üzerindeki doğrudan etkileri üzerinde bir raporlama yapmadıkları ve birtakım istatistiki ve ölçüme dayalı verileri kullanmadıkları, çok büyük bir çoğunluğunun (%97) faaliyetlerinin sosyal ve çevresel etkilerine ilişkin olarak olumsuz bir bilgi vermedikleri, açıklamalarını olumlu bilgiler ile doldurdukları, insan hakları konusunda oldukça yetersiz açıklamalar yaptıkları, çalışanlarla ilişkiler ve çevre hakkında verilen bilgilerin uygulamadaki gerçekleri yansıtmaktan ziyade teorik yaklaşımları vurguladığı, çoğunlukla hayırseverlik faaliyetleri ile sınırlı olarak açıklama yaptıkları, açıklamalarda Kurumsal Yönetim Uyum Raporu ile çizilmiş çerçevenin dışına çoğunlukla çıkmadıkları ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporu ile çizilmiş çerçevenin ise kurumsal sosyal sorumluluğun çoğu yönünü kapsamadığı ve bu durumun yapılan açıklamaların çoğunun yetersiz kalmasına yol açtığı tespit edilmiştir.

Söz konusu tespitler özellikle ulus ötesi faaliyetlerde bulunan ABD ve Avrupa şirketlerinin uygulamaları ile Türk şirketlerinin uygulamaları ve raporlamaları arasında önemli farklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, kurumsal sosyal sorumluluğun uluslararası anlamda iş yapma stratejisinin önemli bir parçası haline gelmiş olması ve AB yolunda ilerleyen bir Türkiye'nin kurumsal sosyal sorumluluk kriterleri karşısında yaşayabileceği olası zorluklar dikkate alınarak Türkiye'de de bu kavram dahilindeki uygulamaların daha iyi bir aşamaya ulaştırılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin ve uygulamalarının yaygınlaşması için;

1) SPK'nın Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluğun gelişmesinde içsel bir faktör olduğu, Kurumsal Yönetim İlkeleri'nde kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilebilecek ilkelere yer verildiği ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporu'nun hazırlanmasında şirketlerin genel olarak bu rapor ile çizilmiş çerçevenin dışında bir açıklamaya yer vermedikleri tespitinden hareketle,

A) Kurumsal Yönetim İlkeleri'nde aşağıda belirtilen değişikliklerin yapılmasının;

a. Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin "Menfaat Sahipleri" başlıklı üçüncü bölümünde yer alan "Şirket'in İnsan Kaynakları Politikası" başlıklı alt bölümüne;

i. Normal çalışma saatleri ile maksimum çalışma saatleri yazılı olarak belirlenir ve uygulamada bu kriterlere uyulur.

ii. Çalışanlara örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakları etkin bir şekilde tanınır.

iii. Her türlü zorla ve baskı altında çalıştırma uygulamaları engellenir.

iv. Çocuk işgücü kullanımının önüne etkin bir şekilde geçilmesi için önlemler alınır.

hükümlerinin eklenmesi,

b. Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin "Menfaat Sahipleri" başlıklı üçüncü bölümünde yer alan "Müşteriler ve Tedarikçilerle İlişkiler" başlıklı alt bölümüne;

i. Müşteri sağlığı ve güvenliğinin korunması için her türlü tedbir alınır.

ii. Belirli çalışma standartlarını benimsemiş tedarikçiler ile çalışılmasına özen gösterilir.

iii. Tedarikçilerin yaptığı faaliyetlerin sağlık, güvenlik ve çevresel etkileri kontrol edilir.

iv. Çocuk işgücü kullanmayan tedarikçiler ile çalışılmasına özen gösterilir.

v. Şirket, iştirak ve bağlı ortaklıklar gibi etki alanı dahilinde bulunan şirketler tarafından faaliyet alanları içerisinde zorla çalıştırmama, çocuk işgücü kullanmama, çalışanlara ayrımcılık yapmama, örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkını etkin olarak tanıma gibi insan hakları kapsamındaki uygulamaların yapıldığını gözetler ve gerekli tedbirleri alır.

hükümlerinin eklenmesi,

c. Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin "Menfaat Sahipleri" başlıklı üçüncü bölümünde yer alan "Etik Kurallar" başlıklı alt bölümüne;

Rüşvet dahil her türlü yolsuzluğa karşı gerekli tedbirlerin alınmasına özen gösterilir.

hükümünün eklenmesi,

d. Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin "Menfaat Sahipleri" başlıklı üçüncü bölümünde yer alan "Sosyal Sorumluluk" başlığının kaldırılarak yerine "Toplum", "Çevre" ve "Hesap Verme" başlıklı üç alt bölümün ilave edilmesi,

"Toplum" başlığı altında;

i. Şirket sosyal sorumluluklarına karşı duyarlı olur, faaliyette bulunduğu toplumun korunmasına özen gösterir ve faaliyetlerine ilişkin toplumsal şikayetlerin çözümü konusunda azami çaba sarf eder.

ii. Sosyal ve sürdürülebilir kalkınma ile bağlantılı girişimlere ve kampanyalara doğrudan destek verir.

ii. Rüşvet ve yolsuzlukla mücadele dahil etik kurallara uyar.

iii. Kamu sağlığına özen gösterir.

iv. Faaliyetlerini adil rekabet içerisinde sürdürür.

v. Yukarıda belirtilen konulardaki politikalarını kamuya duyurur.

hükümlerine yer verilmesi,

“Çevre” başlığı altında:

i. Çevre ile ilgili konularda, zarar oluşmadan önleyici yaklaşım desteklenir.

ii. Daha etkin bir çevre sorumluluğunun yaygınlaştırılması için girişimde bulunulur.

iii. Çevre dostu teknolojilerin geliştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına özen gösterilir.

iv. Enerji, su ve diğer doğal kaynakların verimli tüketimi gözetilir.

v. Faaliyette bulunan bölgelerde biyolojik çeşitliliğin korunmasına özen gösterilir.

vi. Küresel ısınmaya ve ozon tabakasının delinmesine yol açan gaz emisyonunu mümkün olduğunca azaltacak tedbirler alınır.

vii. Faaliyet nedeniyle oluşan katı ve sıvı atıkların çevreye olan zararlarını en aza indirecek tedbirler alınır.

viii. Geri dönüştürülebilirlik özelliği taşıyan ürünlerin üretimine ve kullanımına ağırlık verilir.

ix. Çevre ile ilgili ulusal düzenlemeler yanında uluslararası düzenlemelere de uyulmasında azami özen gösterilir.

x. Tedarikçilerin faaliyetlerinin çevresel etkileri dikkat alınır.

hükümlerine yer verilmesi,

“Hesap Verme” başlığı altında:

Menfaat sahipleri ile iki yönlü diyalog kurulur ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları hakkında menfaat sahiplerinin aydınlatılmasını teminen ekonomik, sosyal ve çevresel performansları içerecek şekilde detaylı yıllık rapor hazırlanır.

hükümüne yer verilmesi,

e. Yukarıda belirtilen açıklamaların ve ilkelerin genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk prensipleri dahilinde yer alması nedeniyle Kurumsal Yönetim İlkeleri’ üçüncü bölümünün başlığı olan “Menfaat Sahipleri” ifadesinin “Menfaat Sahipleri ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk” olarak değiştirilmesi,

B) Kurumsal Yönetim Uyum Raporu’nda aşağıda belirtilen değişikliklerin yapılmasının;

a. “İnsan Kaynakları Politikası” başlıklı 15’inci bölümün, GRI’deki hükümler dikkate alınmak suretiyle, aşağıda belirtilen göstergeleri içerecek şekilde genişletilmesi,

i. İstihdam tipini (tam zamanlı ve yarı zamanlı çalışma), istihdam bölgesini, istihdam sözleşme çeşidini (belirli ve belirsiz zamanlı sözleşmeler) kapsayacak şekilde işgücünün dökümü ve taşeron kullanma nedeniyle bulundurulmuş işgücü hakkında da genel bir bilgi,

ii. Net istihdam yaratma ve ortalama çalışan değişimi,

iii. Bağımsız sendikalar tarafından temsil edilen çalışanların oranı ya da toplu sözleşmelere dahil olan çalışanların oranı,

iv. İş kazaları ve hastalıklarının kaydedilmesi ve bildirilmesi uygulamaları,

v. Yönetim ve çalışan temsilcilerinden oluşan ortak sağlık ve güvenlik komitesi ve bu komitelerde yer alan çalışanların oranı,

vi. Yaralanma ve ölümlerle sonuçlanan iş kazalarının sayısı, işe gilemeyen günler ve devamsızlık oranı,

vii. Çalışan başına yıllık ortalama eğitim süresi,

viii. Fırsat eşitliği politikaları ve bu politikalara uyum,

ix. İş yerindeki erkek-kadın oranı ve çeşitliliğe ilişkin diğer göstergeleri içerecek şekilde şirket organlarının kompozisyon yapısı,

x. Yasal olanlar dışında çalışanlara sağlanan faydalar,

xi. İş yerinde sağlık ve güvenliğe ilişkin olarak işçi sendikaları ile yapılan resmi sözleşmeler ve bu sözleşmelerin kapsadığı çalışan sayısı,

xii. Faaliyetlerle bağlantılı tüm insan haklarını kapsayan politikalar, rehber ilkeler ve prosedürler.

xiii. Yatırımların yapılmasında, tedarikçilerin, iş ortaklarının ve taşeronların seçiminde insan haklarının dikkate alındığını gösteren kanıtlar,

xiv. Tedarik zinciri boyunca insan hakları performansını öngören ve bunu değerlendiren politika ve prosedürler.

xv. Örgütlenme özgürlüğü politikası ve yasalardan bağımsız şekilde bu politikanın ne derece uygulanabildiği,

xvi. Çocuk işgücünün kullanılmaması politikası ve bu politikanın ne derece uygulandığı.

xvii. Zorla çalıştırmayı önlemeye yönelik politikalar ve bu politikaların ne derece uygulandığı.

xviii. İnsan hakları konularını içeren ancak bununla sınırlı olmayan şikayet mekanizmaları.

b. "Müşteri ve Tedarikçiler" başlıklı 16 numaralı bölümünün, GRI'daki hükümler dikkate alınmak suretiyle, aşağıda belirtilen göstergeleri içerecek şekilde genişletilmesi,

i. Ürün ve hizmetten faydalanan müşterilerin sağlık ve güvenliklerinin korunması politikası ve bu politikanın ne derece uygulandığı,

ii. Müşteri sağlığı ve güvenliği ile ilgili düzenlemelere uyulmadığı durumların sayısı, tipi ve bu nedenle katlanılan cezalar,

iii. Müşteri bilgilerinin korunması politikası ve bu politikanın ihlallerine ilişkin şikayetlerin sayısı ve türü,

iv. Ürün ve hizmetlerin sağlık ve güvenliklerinin tekrar gözden geçirilmesi ya da düzenlenmesi gerektiği konusunda düzenleyici kurumlardan gelen uyarılar ya da şikayetlerin sayısı,

v. Uyulması gönüllülük arz eden düzenlemelere uyum ve sosyal ve çevresel sorumluluk ile ilgili alınan ürün etiketleri ya da ödülleri,

vi. Reklam ve pazarlama düzenlemelerinin ihlal sayısı ve türü.

c. 17'nci bölümde yer alan "Sosyal Sorumluluk" başlığının kaldırılarak yerine "Toplum" ve "Çevre" başlıklı iki bölümün ilave edilmesi;

"Toplum" başlığı altında, GRI'daki hükümler dikkate alınmak suretiyle, aşağıda belirtilen göstergelere yer verilmesi,

i. Şirket faaliyetlerinden etkilenen alanlarda yaşayan halk üzerindeki etkilerin nasıl yönetildiği,

ii. Rüşvet ve yolsuzluk ile ilgili şirket politikası,

iii. Sosyal ve etik performans konularında kazanılan ödüller,

iv. Siyasi partilere ve siyasal partileri fonlayan kurumlara yapılan maddi yardımlar,

v. Anti tröst ve tekel düzenlemeleri ile ilgili mahkeme kararları,

vi. Anti-rekabetçi davranışları önlemeye yönelik politika,

vii. Genel olarak kurumsal vatandaşlık kavramı içerisinde kamuya yönelik faaliyetler (desteklenen/öncülük edilen sosyal çalışmalar, bölge insanlarına yönelik sosyal çalışmalar vb.).

"Çevre" başlığı altında, GRI'daki hükümler dikkate alınmak suretiyle, aşağıda belirtilen göstergelere yer verilmesi,

i. Toplam su kullanımı ve suyun dışında kullanılan doğal kaynaklar/maddeler (Ağırlık ya da hacim ölçüleri kullanılarak ifade edilmelidir),

ii. Başlıca su kaynakları ve su kullanımı nedeniyle bundan önemli derecede etkilenen çevreler,

iii. Geri dönüşüm yoluyla gelen kaynakların/maddelerin kullanılma oranı (Ağırlık ya da hacim ölçüleri kullanılarak ifade edilmelidir),

iv. Üretim ve dağıtım gibi şirket faaliyetlerinde kullanılan tüm enerji miktarı,

v. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ve verimli enerji kullanımı hakkında yapılan çalışmalar,

vi. Sahip olunan, kiralanan ya da yönetilen biyolojik çeşitliliği yüksek toprakların bulunduğu yer ve bu alanların büyüklükleri,

vii. Faaliyetlerin biyolojik çeşitlilik üzerindeki etkileri,

viii. Faaliyetler nedeniyle doğal alanlarda oluşan değişiklikler,

ix. Faaliyetlerden etkilenen alanlarda yaşayan soyu tükenmekte olan türler,

- x. Küresel ısınmaya yol açan gaz emisyonu (Karbon dioksit-CO₂, metan gazı-CH₄, nitrous oxide-azot protoksit-N₂O, hidroflorokarbonlar-HFCs, perflorokarbonlar-PFCs ve kükürt florür-SF₆ gazlarında yol açılan emisyon miktarları),
- xi. Ozon tabakasının delinmesine yol açan gazların emisyonu,
- xii. Azotoksit (NO_x), kükürtoksit (SO_x) ve diğer havayı kirleten gazların emisyonu,
- xiii. Atıkların türü, nereye gönderildiği (geri dönüşümün olup olmadığı) ve toplam ne kadar atığa yol açıldığı,
- xiv. Suya dökülen atıkların neler olduğu ve bu boşaltma işleminden önemli derecede etkilenen su kaynakları,
- xv. Tedarikçilerin çevresel unsurları içeren programlarının performansları,
- xvi. Ana ürünlerin önemli çevresel etkileri,
- xvii. Varsa dönem içinde çevreye verilen zararlardan dolayı şirket aleyhine açılan davalar, bunların sonuçları ve katlanılan cezalar,
- xviii. Çevre ile ilgili yapılan toplam harcamalar.

2) Kurumsal Yönetim İlkeleri'ni uygulayan şirketlerin dahil edileceği İMKB Kurumsal Yönetim Endeksinin kurulması çalışmalarında son aşamalara geldiği ve bu endeksin şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerine uyum sürecini hızlandıracağı dikkate alınarak, yukarıda belirtilen öneriler konusunda ayrı bir düzenleme yapılması yerine yukarıda belirtilen değişikliklerin önerildiği üzere mevcut Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporuna ilave edilmesinin,

3) Çalışma'nın 7.4. bölümünde yapılan "halka açık şirketlerin büyük çoğunluğunun kurumsal sosyal sorumluluğunun henüz birinci aşamasında olduğu ve sayıları az olan birtakım şirketlerin ise ikinci aşamaya ulaşabildikleri" şeklindeki tespit ve bu aşamada kurumsal sosyal sorumluluk uygulamasının zorunlu tutulmasının yaratabileceği olumsuzluklar dikkate alınarak kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının zorunluluktan ziyade gönüllü olarak yapılmasının desteklenmesinin,

4) Kurumsal sosyal sorumluluk ve üçlü raporlama uygulamalarının Avrupa Birliği yolunda ilerleyen ve uluslararası pazarda rekabet etmeye çalışan Türkiye ve Türk şirketleri için ayrı bir önem teşkil etmesi nedeniyle, sosyal sorumluluk raporlamasının daha ciddi olarak yapılmasını kolaylaştırmak ve şirketlere neyi, nasıl ve ne detayda açıklayacakları hususunda yardımcı olmak amacıyla tavsiye niteliğinde bir "kurumsal sosyal sorumluluk rehber ilkeler kılavuzu" hazırlanmasının, bu kılavuzun hazırlanmasında Avrupa Birliği ülkelerinde en yaygın kılavuz niteliğinde olan GRI'nın referans olarak alınmasının,

5) Şirketlerin ve menfaat sahiplerinin bilinçlenmesini ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının teşvik edilmesini sağlamak amacıyla;

i. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği ve iş dünyası ile kurumsal sosyal sorumluluğun önemi ve kapsamına ilişkin ortak konferanslar, forumlar ve seminerler düzenlenmesinin,

ii. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının yoğunlaşmasıyla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk ve mali performans ilişkisinin saptanmasına yönelik araştırmaların ve menfaat sahiplerinin şirketlerden olan beklentilerinin takip edilebilmesini teminen kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili araştırmaların ve anket çalışmalarının desteklenmesinin,

iii. Yurt dışında yapıldığı gibi ülkemizde de kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları kapsamında kendi etik kodunu geliştirenlere ve en iyi uygulayıcılara çeşitli ödüller verilmesinin,

iv. Sivil toplum kuruluşlarının kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının gelişmesinde önemli bir etken olabileceği dikkate alınarak, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD), Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV) ve Türkiye Etik Değerler Merkezi (TEDMER)'nin kurumsal sosyal sorumluluğa destek olacak sponsorluk faaliyetlerinde bulunmasının,

v. Vakıf ve devlet üniversitelerinin ilgili bölümlerinin müfredatlarında kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili derslere yer vermelerinin,

6) Menfaat sahiplerinin belirli bir bilince ulaşması sonrasında, sosyal açıdan sorumlu yatırım fonlarının hukuki altyapısının kurulmasının,

7) Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının belirli bir aşamaya ulaşması sonrasında ise, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının bağımsız denetiminin ve derecelendirmesinin yapılabilmesini ve kurumsal sosyal sorumluluk endeksinin oluşturulabilmesini teminen gerekli hukuki düzenlemelerin yapılmasının,

faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

PARKINSON, John E.

1993, "Corporate Power and Responsibility", Clarendon Pres, Oxford.

OECD

2001, "Corporate Social Responsibility", OECD, France.

Makaleler:

AGA, Anu

2004, "Management Paradigms Beyond Profit Maximization", Vikalpa, Vol.29, No.3, S.109-110.

BELLAMY, Sheila

2000, "Sustainability Reporting: Way to Go", Business Higher Education Round Table, Issue 9, S.18-19.

BLAIR, Maria, Antony B. LEVINE ve Tom RIPIN

2004, "The UN's role in corporate social responsibility", The McKinsey Quarterly, No.4.

BÜYÜKUSLU, Ali Rıza

2001, Avrupa Birliği Yeşil Dosyası: İşletme Sosyal Sorumluluğu (The Corporate Social Responsibility-CSR), İşveren Dergisi, Aralık 2001
http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=425&id=25.

CANNIFE, Mary

2005, "Corporate Social Responsibility", Accountancy Ireland, Vol..37, No.1, S.6-9.

CARLISLE, Ysanne M. ve David O. FAULKNER

2004, "Corporate Social Responsibility: A Stages Framework", European Business Journal, S.143-152.

CRAWFORD, Julian

2002, "Triple Bottom Line Performance-Finding the Balance", Australian Evaluation Society International Conference, www.aes.asn.au.

FOMBRUN, Charles J.

2005, "Building Corporate Reputation Through CSR Initiatives: Evolving Standards" Corporate Reputation Review, Vol.8, No.1, S.7-11.

FUKUKAWA, Kyoko ve Jeremy MOON

2004, "A Japanese Model of Corporate Social Responsibility?", JCC 16, S.16-59.

FRASER, Bruce W.

2005, "Corporate Social Responsibility", Internal Auditor, S.43-47.

GATAMAH, Karugor

2004, "The Corporate Enterprise in Africa: Governance, Citizenship and Social Responsibility", Corporate Ownership&Control, Vol.1, Issue 3, S.139-144.

GÖCENOĞLU, Ceyhun ve K. Zeynep GİRGİN

2005, "Kurumsal Yönetişimin Türkiye'deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Olan Etkileri", www.kssd.org.

HENDERSON, David

2005, "The Role of Business in the World of Today", JCC 17, S.30-32.

IDOWU, Samuel

2005, "Corporate Social Responsibility", Accountancy Ireland, Vol.37, No.4, S.86-88.

JAVIER, P. Valle

2005, "Giving Back to the Community", Caribbean Business.

KILDOKUM, Hakan

2004, "İşletme Sosyal Sorumluluğu Kapsamında İşletmelerin Sosyal Performansları İle Mali Performanslarının Karşılaştırılması ve Türkiye İçin Bir Araştırma", Active Bankacılık ve Finans Dergisi, Sayı:39, S.42-62.

KHANDWALLA, Pradip N.

2004, "Management Paradigms Beyond Profit Maximization" Vikalpa, Vol.29, No.3, S.113-116.

LOCKWOOD, Nancy R., SPHR ve GPHR

2004, "Corporate Social Responsibility: HR's Leadership Role", SHRM Research Quarterly, S.2-9.

LYDENBERG, Steven D.

2002, "Envisioning Socially Responsible Investing", JCC 7, S. 57-77.

MARQUEZ, Antonio ve Charles J. FOMBRUN

2005, "Measuring Corporate Social Responsibility", Corporate Reputation Review, Vol.7, No.4, S.304-308.

MARSHALL, Jeffrey

2005, "Corporate Social Responsibility", Financial Executive, S.44-50.

MICHAEL, Bryane ve Erika ÖHLUND

2005, "The Role of Social Responsibility in Turkey's EU Accession", www.kssd.org.

MICHAEL, Bryane, Johannes RIEDMAN ve Serdar DİNLER

2005, "Implementing CSR Programmes in Turkish Companies: How to Do it and Why", www.kssd.org.

NORMAN, Wayne ve Chris MACDONALD

2004, "Getting to the Bottom Triple Bottom Line", Business Ethics Quarterly, Vol.14, Issue 2, S.243-262.

PENDLETON, Andrew

2004, "The Real Face of Corporate Social Responsibility", Consumer Policy Review, Vol.14, No.3, S.77-81.

SAHA, Monica ve Geoffrey DARNTON

2005, "Green Companies or Green Companies: Are Companies Really Green, or Are They Pretending to Be?", Business and Society Review, 110:2, S.117-157.

SAMET, A. James

2003, "Voluntary Guidelines may be Mandatory", The Journal of Commerce, S.46.

STARCK, Kenneth ve Dean KRUCKEBERG

2003, "Ethical Obligations of Public Relations in An Era of Globalisation", Journal of Communication Management, Vol.8, S.29-40.

THOMPSON, Paul ve Zarina ZAKARÍA

2004, "Corporate Social Responsibility Reporting in Malaysia", JCC 13, S.125-136.

TORRES, Maria J. M., Maria A. F.-IZQUIERDO ve Maria R. B.-FRANCH

2004, "The Social Responsibility Performance of Ethical and Solidarity Funds: An Approach to The Case of Spain", Business Ethics: A European Review, Vol.13, No.2/3, S.200-216.

TSCHOPP, Daniel

2003, "It's time for Triple Bottom Line Reporting", The CPA Journal, www.nysscpa.org/cpajournal/2003/1203/nv//nv3a.htm.

VALOR, Carmen

2005, "Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability", Business and Society Review, 110:2, S.191-212.

WELFORD, Richard

2005, "Corporate Social Responsibility in Europe, North America and Asia", JCC 17, S.33-52.

WILSON, Mel

2003, "Corporate Sustainability: What Is It and Where Does It Come From?", Ivey Business Journal, S.1-5.

WILLIAMS, Alan

2005, "Consumer social responsibility", Consumer Policy Review, Vol.15, No.2, S.34-35.

Araştırma Raporları:

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

2001, "Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility".

2002, "Corporate Social Responsibility: A Business contribution to Sustainable Development".

EUROPEAN SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE INVESTMENT FORUM

2003, "Socially Responsible Investment among European Institutional Investors Report".

GLOBAL REPORTING INITIATIVES

2002, "Sustainability Reporting Guidelines", <http://www.globalreporting.org/>.

GROUP of 100 INCORPORATED

2003, "Sustainability: A Guide to Triple Bottom Line Reporting", [www.ey.com/global/download.nsf/Australia/AABS_G100Guide/\\$file/G100_guide-tbl-reporting2003.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/Australia/AABS_G100Guide/$file/G100_guide-tbl-reporting2003.pdf).

KPMG

2005, "International Survey of Corporate Responsibility Reporting", www.kpmg.com/Rut2000_prod/Documents/9/Survey2005.pdf.

US SOCIAL INVESTMENT FORUM

2003, "Report on Socially Responsible Investing Trends in the United States", SIF Industry Research Program.

Diğer:

AVRUPA KOMİSYONU GİRİŞİM GENEL DİREKTÖRLÜĞÜ

2005, "Küçük ve Orta Boy İşletmeler İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Giriş", www.kssd.org.

BUSINESS EUROPE

2001, "The Triple Bottom Line".

BUSINESS AND THE ENVIRONMENT

2003, "CSR Influence on Investment Decisions Expected to Grow", S.5-6.

2003, "European Accountants Endorse CSR Reporting Assurance", S.6.

FINANCIAL MANAGEMENT

2002, “How to Get Started in Corporate Social Responsibility”, S.5.

SERMAYE PİYASASI KURULU

“Kurumsal Yönetim İlkeleri”,

http://www.spk.gov.tr/ofd/KurumsalYonetim/kurumsal_yonetim_ilkeleri.pdf.

“Kurumsal Yönetim Uyum Raporu”,

http://www.spk.gov.tr/ofd/KurumsalYonetim/kurumsal_yonetim_ilkeleri_uyum_raporu.pdf.

İnternet Siteleri:

Akbank, www.akbank.com.tr

Anadolu Efes, <http://www.efesbev.com/>

Arçelik, <http://www.arcelikas.com.tr/>

Capital Dergisi, www.capital.com.tr

Denizbank, <http://www.denizbank.com.tr/TR/denizbank.htm>

Dışbank, <http://www.disbank.com.tr/>

Doğan Holding, <http://www.doganholding.com.tr/>

Doğan Yayın Holding, <http://www.doganholding.com.tr/>

Ereğli Demir Çelik, <http://www.erdemir.com.tr/tr/index.asp>

Finansbank, <http://www.finansbank.com.tr/>

Garanti Bankası, <http://www.garanti.com.tr/>

Hürriyet Gazetecilik, <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/>

İhlas Holding, <http://www.ihlas.com.tr/>

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası, www.imkb.gov.tr

İş Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş., <http://www.isgyo.com/>

Kardemir, <http://www.kardemir.com/turkce/index.html>

Koç Holding, <http://www.koc.com.tr/User/Default.aspx>

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, www.kssd.org

Migros, <http://www.migros.com.tr/>

Petkim, <http://www.petkim.com.tr/petkimweb/main.aspx>

Petrol Ofisi, <http://www.poas.com.tr/>

Royal Dutch/Shell Group of Companies, www.shell.com

Sabancı Holding, <http://www.sabanci.com/>

Şişe Cam, <http://www.sisecam.com.tr/>

T. İş Bankası, <http://www.isbank.com.tr/>

Tansaş, <http://www.tansas.com.tr/>

Tofaş, <http://www.tofas.com.tr/>

Trio Pazarlama Çözümleri A.Ş., <http://www.tr-trio.com/tr/pl.asp>

Turkcell İletişim, <http://www.turkcell.com.tr/>

Tüpraş, <http://www.tupras.com.tr/>

Türk Hava Yolları, <http://www.thy.com.tr/tr/index.php>

Ülker Gıda, <http://www.ulker.com.tr/>

Vestel, <http://www.vestel.com.tr/dev>

Yapı ve Kredi Bankası <http://www.ykb.com.tr/default.shtml>

EK DİZİNİ

Ek: 1

Avrupa Birliği ÷lkelerinde kurumsal sosyal sorumlulukla bağlantılı yasal dñzenlemeler

÷lkenin Adı	Mevcut Yasal Dñzenlemeler	Yasal Dñzenlemelerin Kapsamı
Belçika	- Social Label Law - Pension Funds Law	- Yıl içinde kurumsal sosyal sorumluluğun nasıl uygulandığı hakkında yıllık rapor hazırlanır.
Fransa	- Art. 116, NRE Loi (Law), JO 113 16/05/01 - Application Ordinance of Art. 116 - Art. 6 (135-8) Loi Fond R. Retraite JO 164 18/07/01 (Pension Fund Law)	- Şirketin faaliyetlerinin sosyal ve çevresel etkileri hakkında yıllık rapor hazırlanır. - Bu dñzenlemeler borsada işlem gören şirketler için zorunludur. - Emeklilik fonlarının yatırımlarını seçerken sadece finansal kriterlere değil sosyal kriterlere de bakarak yatırım kararlarını vermesi gerekmektedir.
Almanya	- Pension Funds Law 06/2001 - German Corporate Governance Code	- Şirketler sosyal ve çevresel politikaların uygulanıp uygulanmadığını, uygulanıyorsa bu politikaların nasıl uygulandığını açıklamak zorundadırlar. - Şirketler Kurumsal Yönetim Yasası'na uyulup uyulmadığını açıklamak zorundadırlar.
Hollanda	Law on export credits 31/05/2002	- Şirketler ihracat kredisi alabilmek için OECD'nin Çokuluslu Şirketler Rehberi'ne uymak zorundadırlar.
Norveç	Accounting Act 1999	- Tüm şirketler yıllık olarak çevresel rapor hazırlamak zorundadırlar.
İsveç	Accounting Acts 1999	- Tüm şirketler yıllık olarak çevresel rapor hazırlamak zorundadırlar.
İngiltere	Pension Disclosure Regulation 07/00	- Emeklilik fonları yatırımlarını yaparken kurumsal sosyal sorumluluğun nasıl dikkate alındığını açıklamak zorundadırlar.

(*) Kaynak: FOMBRUN, Charles J. (2005), "Building Corporate Reputation Through CSR Initiatives: Evolving Standards" Corporate Reputation Review, Vol.8, No.1, S.9-10.

Ek: 2**Kısmen veya genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının zorunlu olduğu ülkeler ve düzenlemeler**

Ülkeler	Yasal Düzenlemeler	Düzenlemenin Kapsamı
ABD	Regulation S-K	Yasal çevre düzenlemelerine uyumun neden olduğu maddi sonuçlar hakkında açıklama yapılması.
Almanya	Bilanzrechtsreformgesetz	Çevre ve çalışanlar hakkındaki konular gibi finansal olmayan göstergeler hakkında raporlama yapılması.
Avustralya	- Corporations Law - Financial Services Reform Act 2001 - National Pollutant Inventory - ASIC Section 1013DA Disclosure Guidelines	- Şirketlerin faaliyet raporlarında çevre düzenlemeleri karşısındaki performansları hakkında detaylı açıklama yapılması. - Fon yöneticilerinin ve finansal ürün sağlayanların yatırımları seçerken çalışan standartları, çevresel, sosyal ya da etik kriterleri ne derece dikkate aldıkları konusunda açıklama yapılması. Sanayi şirketlerinin gaz yayımı ve belirli maddelere yaptıkları yatırım konusunda açıklama yapması. - Ürün sağlayanların çalışma standartları, çevresel, sosyal ve etik konularda açıklama yapmalarında dikkate alınacak rehber ilkeler.
Belçika	- Vlarem II - Bilan Social	- Belirli bölgede faaliyette bulunan şirketlerin yıllık faaliyet raporlarında çevresel raporlama yapması. - Doğa ve çalışma ile ilgili konularda açıklama yapılması.
Danimarka	- Danish Financial Statements Act - Green Accounts Act	- Şirketin gerçek finansal durumunu ortaya koymak için önemli olması durumunda, entellektüel sermaye kaynakları ve çevresel konularda faaliyet raporunda açıklama yapılması. - Borsaya kote belirli şirketlerin çevre konusunda açıklama yapması.
Finlandiya	Finnish Accounting Act	Yıllık faaliyet raporlarında finansal olmayan konularda somut ifadeler içerecek şekilde açıklama yapılması.
Fransa	- 2001-420 Law - La Note de cadrage-L'etude d'impact	- Borsaya kote kamu şirketlerinin çevresel ve sosyal raporlama yapması. - Çevresel ve sosyal raporlama konusunda rehber

	- CJDES Bilan Societal	ilkeler. - Anket formu yardımı ile şirketlerin sosyal profillerinin raporlanması.
Hollanda	Environmental Protection Act	Şirketlerin çevresel raporlama yapması.
İngiltere	Operating and Financial Review	Borsaya kote şirketlerin etik, sosyal ve çevresel konulardaki şirket stratejisi, performansı ve gelecek planları hakkında açıklama yapması.
İspanya	Resolucion de 25 de marzo de 2002	Finansal raporlarda çevresel varlıklar, davranış normları, yatırımlar ve harcamalar konusunda açıklama yapılması.
İsveç	Annual Accounts Act	Belirli şirketlerin yıllık faaliyet raporlarında çevresel ve sosyal açıklamalar yapması.
Japonya	- Law of promotion of environmentally conscious business activities - Pollutant Release and Transfer Register Law	- Belirli şirketlerin her yıl çevre konusunda rapor hazırlaması. - Belirli kimyasal maddeler yayma nedeniyle çevre raporu hazırlanması.
Kanada	- Securities Commision - Bank Act	- Kamu şirketlerinin, yıllık bilgilendirme formunda çevresel harcamaların mali etkileri hakkında açıklama yapması. - 1 milyar ABD Doları ve üzerinde sermayesi olan banka ve diğer finansal kurumların Kanada ekonomisine ve topluma katkıları hakkında yıllık rapor hazırlaması.
Norveç	Norwegian Accounting Act	Faaliyet raporunda çeşitli sosyal, çevresel, sağlık ve güvenlik konularında ve sebep olunan olumsuz etkilerin azaltılması konusunda alınan tedbirler hakkında açıklama yapılması.

(*) Kaynak: KPMG (2005), "International Survey of Corporate Responsibility Reporting", www.kpmg.com/Rut2000_prod/Documents/9/Survey2005.pdf

Ek: 3**GRI Kurumsal Sosyal Sorumluluk Performansı Göstergeleri Matrisi**

GÖSTERGE TİPİ	KATEGORİ	YÖNLER
EKONOMİK PERFORMANS GÖSTERGELERİ	Doğrudan Ekonomik Etkiler	Müşteriler
		Tedarikçiler
		Çalışanlar
		Sermaye sağlayanlar
		Kamu sektörü
ÇEVRESEL PERFORMANS GÖSTERGELERİ	Çevresel Etkiler	Maddeler
		Enerji
		Su
		Biyolojik çeşitlilik
		Gaz yayımı ile katı ve sıvı atıklar
		Tedarikçiler
		Ürün ve hizmetler
		Uygunluk
		Nakliyat
Genel etki		
SOSYAL PERFORMANS GÖSTERGELERİ	Çalışanlarla İlgili Uygulamalar	İstihdam
		Çalışan-Yönetim ilişkisi
		Sağlık ve güvenlik
		Eğitim
		Çeşitlilik ve fırsat
	İnsan Hakları	Strateji ve yönetim
		Eşit muamele
		Çalışan-Yönetim ilişkisi
		Örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkı
		Çocuk işgücü
		Zorla çalıştırma
		Disiplin uygulamaları
		Güvenlik uygulamaları
	Yerel halkın hakları	
	Toplum	Halk
		Rüşvet ve yolsuzluk
		Siyasal iştirak
		Rekabet ve fiyatlama
	Ürün Sorumluluğu	Müşteri sağlığı ve güvenliği
		Ürün ve hizmetler
Reklam		
Mahremiyete Saygı (Özel Bilgiler)		

(*) Kaynak: GRI (2002), "Sustainability Reporting Guidelines", <http://www.globalreporting.org/>.

Ek: 4

Global Raporlama Girişimi'nin Çevresel ve Sosyal Performans Göstergeleri

1. ÇEVRESEL PERFORMANS GÖSTERGELERİ

ÇEVRESEL ETKİLER	
Esas Göstergeler	İlave Göstergeler
MADDELER	
ÇV ₁ . Su dışında kullanılan doğal kaynaklar (maddeler). Kilogram, ton gibi ağırlık ya da hacim ölçüleri kullanılarak ifade edilmelidir.	-
ÇV ₂ . Geri dönüşüm yoluyla gelen kaynakların (maddelerin) kullanılma oranı. Kilogram, ton gibi ağırlık ya da hacim ölçüleri kullanılarak ifade edilmelidir.	-
ENERJİ	
ÇV ₃ . Birincil kaynaklı enerji kullanımı. Üretim ve dağıtım gibi şirket faaliyetleri dahilinde birincil olarak kullanılan enerji türündeki enerji miktarı. Jul olarak ifade edilmelidir.	ÇV ₁₇ . Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ve verimli enerji kullanımının artırılması konularında inisiyatif kullanma.
	ÇV ₁₈ . Önemli ürünlerin enerji tüketiminde kapladığı yer.
ÇV ₄ . Dolaylı enerji kullanımı. Üretim ve dağıtım gibi şirket faaliyetlerinde kullanılan tüm enerji miktarı. Jul olarak ifade edilmelidir.	ÇV ₁₉ . Kurumsal seyahat ve enerji yoğun maddelerin kullanımı gibi dolaylı enerji kullanımı ve etkileri.
SU	
ÇV ₅ . Toplam su kullanımı.	ÇV ₂₀ . Başlıca su kaynakları ve su kullanımı nedeniyle bundan önemli derecede etkilenen çevre.
	ÇV ₂₁ . Yıllık olarak yer altı ve yerüstü sularından çekilen miktarın kaynaklarda mevcut yenilenebilir su miktarına oranı.
	ÇV ₂₂ . Toplam geridönüştürülebilir ve yeniden kullanılan su miktarı.
BİYOLOJİK ÇEŞİTLİLİK	
ÇV ₆ . Sahip olunan, kiralanana ya da yönetilen biyolojik çeşitliliği yüksek toprakların bulunduğu yer ve büyüklükleri.	ÇV ₂₃ . Üretim faaliyetleri için sahip olunan, kiralanana ya da yönetilen toplam topraklar.
	ÇV ₂₄ . Satın alınan ya da kiralanana toprakların ne kadarının su geçirmez yüzeyde olduğu.
	ÇV ₂₅ . Yapılan faaliyetlerin korunan ve hassas alanlara olan etkisi.
ÇV ₇ . Karada, tatlı su ve tuzlusu sahalarında gerçekleştirilen faaliyetlerin biyolojik çeşitlilik üzerindeki etkilerinin tanımlanması.	ÇV ₂₆ . Faaliyetler nedeniyle doğal alanlarda oluşan değişiklikler ve korunan doğal alanların oranı.
	ÇV ₂₇ . Doğal ekosistemi ve türleri korumak için amaçlar, programlar ve hedefler.
	ÇV ₂₈ . Faaliyetlerden etkilenen alanlarda yaşayan türü

	tükenmekte olan türler.
	ÇV ₂₉ . Korunan ya da hassas alanlarda faaliyette bulunan ya da faaliyette bulunulması planlanan birimler.
GAZ EMİSYONU İLE KATI VE SIVI ATIKLAR	
ÇV ₈ . Küresel ısınmaya yol açan gaz emisyonu. Karbondioksit (CO ₂), metan gazı (CH ₄), nitrous oxide-azot protoksit (N ₂ O), hidroflorokarbonlar (HFCs), perflorokarbonlar (PFCs) ve kükürtflorür (SF ₆) gazlarında yol açılan emisyon miktarları.	ÇV ₃₀ . Küresel ısınmaya yol açan diğer dolaylı ancak ilgili gaz emisyonları.
ÇV ₉ . Ozon tabakasının delinmesine yol açan gazların kullanımı ve emisyonu.	ÇV ₃₁ . Basel Konvansiyonu tarafından tehlikeli atık olarak kabul edilen diğer atıklardan üretilen, ihraç ya da ithal edilenler.
ÇV ₁₀ . Azotoksit (NO _x), kükürtoksit (SO _x) ve diğer havayı kirleten gazların emisyonu.	ÇV ₃₂ . Su boşaltımından önemli derecede etkilenen su kaynakları ve ilgili ekosistemler ve doğal ortamlar.
ÇV ₁₁ . Atıkların türü, nereye gönderildiği (geridönüşümün olup olmadığı) ve toplam ne kadar atığa yol açıldığı.	
ÇV ₁₂ . Suya dökülen atıkların neler olduğu.	
ÇV ₁₃ . Dökülen kimyasal maddelerin, petrol ve yakıtların toplam hacmi.	
TEDARİKÇİLER	
	ÇV ₃₃ . Tedarikçilerin çevresel unsurları içeren programlarının performansları.
ÜRÜN VE HİZMETLER	
ÇV ₁₄ . Ana ürünlerin önemli çevresel etkileri. Tanımlanacak ve miktar olarak belirtilecek.	
ÇV ₁₅ . Kullanım süresi sonunda geridöşürülebilir nitelikteki ürünlerin oranı ve şuna kadar geridöşürülen ürünlerin toplan miktarı.	
YASAL DÜZENLEMELERE UYUM	
ÇV ₁₆ . Çevre ile ilgili tüm uluslararası düzenlemeler, konvansiyonlar, anlaşmalar ve ulusal ve bölgesel ve yerel düzeyde mevcut düzenlemelere uymama durumları ve bu nedenle katlanılan cezalar.	
NAKLİYAT	
	ÇV ₃₄ . Lojistik amaçlarla yapılan nakliyatların sebep olduğu önemli çevresel etkiler.
GENEL ETKİ	
	ÇV ₃₅ . Çevre ile ilgili yapılan toplam harcamalar.

2. SOSYAL PERFORMANS GÖSTERGELERİ

A. ÇALIŞANLARLA İLGİLİ UYGULAMALAR	
İSTİHDAM	
ÇL ₁ . İstihdam tipini (tam gün ve yarım gün çalışma), istihdam bölgesini, istihdam sözleşmesini (belirli ve belirsiz zamanlı sözleşmeler) kapsayacak şekilde işgücünün dökümü. Taşeron kullanma nedeniyle bulundurulmuş işgücü hakkında da genel bir bilgi verilecek.	ÇL ₁₂ . Yasal olanlar dışında çalışanlara sağlanan faydalar.
ÇL ₂ . Net istihdam yaratma ve ortalama çalışan değişimi.	-
ÇALIŞAN-YÖNETİM İLİŞKİSİ	
ÇL ₃ . Bağımsız sendikalar tarafından temsil edilen çalışanların oranı ya da toplu sözleşmelere dahil olan çalışanların oranı.	ÇL ₁₃ . Yönetim veya karar verme sürecinde resmi çalışan temsilcilerinin bulunmasına ilişkin düzenleme.
ÇL ₄ . Şirketin faaliyetlerinin raporlanmasında yapılan değişiklikler hakkında bilgi, danışma ve çalışanlarla görüşmeyi içeren politika ve prosedürler.	-
SAĞLIK VE GÜVENLİK	
ÇL ₅ . İş kazaları ve hastalıklarının kaydedilmesi ve bildirilmesi uygulamaları.	ÇL ₁₄ . ILO'nun "İş Sağlığı Yönetim Sistemleri İçin Rehber İlkeler"ine uyum.
ÇL ₆ . Yönetim ve çalışan temsilcilerinden oluşan ortak sağlık ve güvenlik komitesi ve bu komitelerde yer alan çalışanların oranı.	ÇL ₁₅ . İş yerinde sağlık ve güvenliğe ilişkin olarak işçi sendikaları ile yapılan resmi sözleşmeler ve bu sözleşmelerin kapsadığı çalışan sayısı.
ÇL ₇ . Standart yaralanma, ölümcül iş kazalarının sayısı ve işe gelinemeyen günler ve devamsızlık oranı.	-
ÇL ₈ . HIV/AIDS konulu program ve politikalar.	-
EĞİTİM	
ÇL ₉ . Çalışan başına yıllık ortalama eğitim süresi.	ÇL ₁₆ . Çalışanların sürekli çalıştırılabilmesini destekleyen ve emekliliğe ilişkin programlar.
	ÇL ₁₇ . Yaşam boyu öğrenme ya da becerinin yönetilmesine ilişkin belirli politikalar ve programlar.
ÇEŞİTLİLİK VE FIRSAT	
ÇL ₁₀ . Fırsat eşitliği politikaları ve programları ve bu politikalara uyumun gözlenmesi.	-
ÇL ₁₁ . Erkek-kadın oranı ve çeşitliliğe ilişkin diğer göstergeleri içerecek şekilde şirket organlarının kompozisyon yapısı.	-

B. İNSAN HAKLARI	
STRATEJİ VE YÖNETİM	
İH ₁ . Faaliyetlerle bağlantılı tüm insan haklarını kapsayan politikalar, rehber ilkeler ve prosedürler.	
İH ₂ . Yatırımların yapılmasında, tedarikçilerin, iş ortaklarının ve taşeronların seçiminde insan haklarının dikkate alındığını gösteren kanıtlar.	
İH ₃ . Tedarik zinciri boyunca insan hakları performansını öngören ve bunu değerlendiren politika ve prosedürler.	
AYRIMCILIK YAPMAMA	
İH ₄ . Tüm faaliyetlerde her türlü ayrımcılığı önleyen küresel politikalar ve programlar.	
ÖRGÜTLENME ÖZGÜRLÜĞÜ VE TOPLU SÖZLEŞME	
İH ₅ . Örgütlenme özgürlüğü politikası ve evrensel olarak yerel yasalardan bağımsız şekilde bu politikanın ne derece uygulanabildiği.	
ÇOCUK İŞGÜCÜ	
İH ₆ . ILO Konvansiyonlarında tanımlandığı şekli ile çocuk işgücünün dışlanması politikası ve bu politikanın ne derece uygulandığı.	
ZORLA ÇALIŞTIRMA	
İH ₇ . Zorla çalıştırmayı önlemeye yönelik politikalar ve bu politikaların ne derece uygulandığı.	İH ₈ . Faaliyetlerle bağlantılı olan tüm insan hakları ile ilgili çalışan eğitimi politikaları ve uygulamaları.
DİSİPLİN UYGULAMALARI	
	İH ₉ . İnsan hakları konularını içeren ancak bununla sınırlı olmayan itiraz etme mekanizmaları.
	İH ₁₀ . Kısa uygulamasının yapılmamasına ilişkin politika ve çalışanlar için gizli şikayet sistemi.
GÜVENLİK UYGULAMALARI	
	İH ₁₁ . Personel güvenliği için insan hakları eğitimi.
YEREL HALKIN HAKLARI	
	İH ₁₂ . Yerel halkın ihtiyaçlarına yönelik politikalar, rehber ilkeler ve prosedürlerin tanımlanması.
	İH ₁₃ . Ortak yönetilen şikayet mekanizmaları.
	İH ₁₄ . Yerel topluma dağıtılan alanlardan gelen faaliyet gelirlerinin payı.

C. TOPLUM	
HALK	
TP ₁ . Faaliyetlerden etkilenen alanlarda yaşayan halk üzerindeki etkilerin yönetilmesi politikalarının tanımlanması.	TP ₄ . Sosyal, etik ve çevresel performans konularında elde edilen ödüller.
RÜŞVET VE YOLSUZLUK	
TP ₂ . Rüşvet ve yolsuzluk ile ilgili politika ve yönetim sistemlerinin tanımlanması.	
SİYASAL İŞTİRAK	
TP ₃ . Siyasal lobicilik ve iştirak yönetimi için politika ve yönetim sistemlerinin tanımlanması.	TP ₅ . Siyasi partilere ve siyasi partileri fonlayan kurumlara ödenen para miktarı.
REKABET VE FİYATLAMA	
	TP ₆ . Anti tröst ve tekel düzenlemeleri ile ilgili mahkeme kararları.
	TP ₇ . Anti-rekabetçi davranışları önlemeye yönelik politika, yönetim sistemleri ve uyum mekanizmalarının tanımlanması.

D. ÜRÜN SORUMLULUĞU	
MÜŞTERİ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ	
ÜS ₁ . Ürün ve hizmetten faydalanan müşterilerin sağlık ve güvenliklerinin korunması politikası ve bu politikanın ne derece uygulandığı ve bu konudaki gözetim sisteminin tanımlanması.	ÜS ₄ . Müşteri sağlığı ve güvenliği ile ilgili düzenlemelere uyulmadığı durumların sayısı ve tipi ve bu nedenle katlanılan cezalar.
	ÜS ₅ . Ürün ve hizmetlerin sağlık ve güvenliklerinin gözden geçirilmesi ya da düzenlenmesi gerektiği konusunda düzenleyici kurumlardan gelen uyarılar ya da şikayetlerin sayısı.
	ÜS ₆ . Uyulması gönüllülük arz eden düzenlemelere uyum ve sosyal ve çevresel sorumluluk ile ilgili alınan ürün etiketleri ya da ödülleri.
ÜRÜN VE HİZMETLER	
ÜS ₂ . Ürün bilgisi ve etiketleme ile ilgili politika, yönetim sistemleri ve uyum mekanizmalarının tanımlanması.	ÜS ₇ . Alınan cezaları da içerecek şekilde, ürün bilgisi ve etiketleme ile ilgili düzenlemelere uyulmaması durumlarının sayısı ve türü.
	ÜS ₈ . Müşteri memnuniyeti ile ilgili politika, yönetim sistemleri ve uyum mekanizmalarının tanımlanması ve yapılmışsa müşteri memnuniyeti araştırmalarının sonuçları.
REKLAM	
	ÜS ₉ . Reklam ile ilgili standartlara ve uyulması gönüllülük arz eden düzenlemelere bağlılık için politika, yönetim sistemleri ve uyum mekanizmalarının tanımlanması.
	ÜS ₁₀ . Reklam ve pazarlama düzenlemelerinin ihlal sayısı ve türü.
MAHREMİYETE (ÖZEL BİLGİLERE) SAYGI	
ÜS ₃ . Tüketici mahremiyeti için politika, yönetim sistemleri ve uyum mekanizmalarının tanımlanması.	ÜS ₁₁ . Tüketici mahremiyetinin ihlallerine ilişkin şikayetlerin sayısı ve türü.

(*) Kaynak: GRI (2002), "Sustainability Reporting Guidelines", <http://www.globalreporting.org/>.

Ek: 5**OECD ülkelerindeki başta gelen kurumsal sosyal sorumluluk derecelendirme kuruluşları ve endeksleri**

Ülkeler	Derecelendirme Kuruluşları	Faaliyette Bulunulan Pazar	Endeksler
Avustralya	- SIRIS (SIRI)	Borsaya kote 300 şirket	-
Belçika	- Stock at Stake (SIRI)	Belçika, Lüksemburg, Fransa, Japonya, Hong Kong ve Singapur'daki şirketler	Ethibel: Asya/Global/ Amerika/Avrupa
Kanada	- MJRA (SIRI)	Kanada'daki 400 şirket	Jantz S.I.
Fransa	- Vigeo	Eurostock 600 şirketleri	ASPI Eurozone
Almanya	- IMUG - Oekom - Scoris (SIRI)	Almanya ve Avusturya'daki şirketler	-
İtalya	- Avanzi (SIRI)	İtalya'daki şirketler	-
Japonya	- Good Bankers - CPRD	Japonya'daki 600 şirket Japonya'daki 700 şirket	Morning Stars Socially Responsible I.I.
Hollanda	- Triodos (SIRI)	Dünyadaki 2.000 şirket	-
İspanya	- Fundacion EYD (SIRI)	Borsaya kote 35 şirket	-
İsveç	- Caring Company (SIRI)	İskandinav şirketleri	-
İsviçre	- Centre-Info (SIRI) - SAM	- İsviçre şirketleri - Avrupa ve Avustralya ülkeleri	-
İngiltere	- Core Ratings - EIRIS - PIRC (SIRI)	- Avrupa, Asya ve Kuzey Amerika'daki 1.000 şirket - FTSE World Endeksi'ndeki 2.500 şirket	FTSE 4 Good
ABD	- KLD - Innovest	- Socrates veri bankasındaki 3.000 şirket - MSCI World Endeksi'ndeki 1.300 şirket	- Domini 400 S.I./LCS/DMS/ NASDAQ S.I. - Dow Jones Sustainability Index

(*) Kaynak: MARQUEZ, Antonio ve Charles J. FOMBRUN (2005), "Measuring Corporate Social Responsibility", Corporate Reputation Review, Vol.7, No.4, S.305.

Ek: 6

SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin "Menfaat Sahipleri" başlıklı 3. Bölümünde yer alan Kurumsal Sosyal Sorumluluk kapsamındaki hükümler

<p>1. Şirketlerin İnsan Kaynakları Politikası</p> <p>1.1. İşe alım politikaları oluşturulurken ve kariyer planlamaları yapılırken, eşit koşullardaki kişilere eşit fırsat sağlanması ilkesi benimsenir.</p> <p>1.1.1. Personel alımına ilişkin kriterler yazılı olarak belirlenir ve uygulamada bu kriterlere uyulur.</p> <p>1.1.2. Eğitim, terfi ettirme hususlarında çalışanlara eşit davranılır, çalışanların bilgi, beceri ve görgülerini arttırmalarına yönelik eğitim planları yapılır ve eğitim politikaları oluşturulur.</p> <p>1.2. Katılımcı bir yönetim ortamının oluşturulmasını teminen, şirketin finansal imkanları, ücret, kariyer, eğitim, sağlık gibi konularda çalışanlara yönelik bilgilendirme toplantıları yapılarak görüş alışverişinde bulunulur.</p> <p>1.3. Çalışanlar ile ilgili olarak alınan kararlar veya çalışanları ilgilendiren gelişmeler çalışanlara veya temsilcilerine bildirilir.</p> <p>1.4. Şirket çalışanlarının görev tanımları ve dağılımı ile performans ve ödüllendirme kriterleri yöneticiler tarafından belirlenir ve çalışanlara duyurulur. Çalışanlara verilen ücret ve diğer menfaatlerin belirlenmesinde verimliliğe ve diğer önemli görülen faktörlere dikkat edilir.</p> <p>1.5. Çalışanlar için güvenli çalışma ortam ve koşulları sağlanır ve bu ortam ve koşullar sürekli olarak iyileştirilir.</p> <p>1.6. Çalışanların özlük hakları ile çalışma ortamı ve koşullarındaki değişikliklere ilişkin kararlarda ilgili sendikalarla görüş alınır.</p> <p>1.7. Çalışanlar arasında ırk, din, dil ve cinsiyet ayrımı yapılmaması, insan haklarına saygı gösterilmesi ve çalışanların şirket içi fiziksel, ruhsal ve duygusal kötü muamelelere karşı korunması için önlemler alınır.</p>
<p>2. Müşteriler ve Tedarikçilerle İlişkiler</p> <p>2.1. Şirket, mal ve hizmetlerinin pazarlamasında ve satışında müşteri memnuniyetini sağlayıcı her türlü tedbiri alır.</p> <p>2.1.1. Müşterinin satın aldığı mal ve hizmete ilişkin talepleri süratle karşılanır ve gecikmeler hakkında süre bitimi beklenmeksizin müşteriler bilgilendirilir.</p> <p>2.1.2. Mal ve hizmetlerde kalite standartlarına uyulur ve standardın korunmasına özen gösterilir. Bu amaçla kaliteye ilişkin belirli bir garanti sağlanır. Standardın altında kalan mal ve hizmetler telafi ve tazmin edilir.</p> <p>2.2. Ticari sır kapsamında, müşteri ve tedarikçiler ile ilgili bilgilerin gizliliğine özen gösterilir.</p> <p>2.3. Şirket ile müşteriler ve tedarikçiler arasında haksız menfaatten uzak iyi ilişkiler kurulması ve taraflar arasında yapılan anlaşma koşullarına uyum sağlanması için şirketçe gerekli önlemler alınır.</p>
<p>3. Etik Kurallar</p> <p>Şirketin faaliyetleri, yönetim kurulu tarafından hazırlanan, genel kurulun bilgisine sunulan ve kamuya açıklanan etik kuralları çerçevesinde yürütülür. Oluşturulan etik kuralları ile ilgili uygulamalar kamuya açıklanır.</p>
<p>4. Sosyal Sorumluluk</p> <p>Şirket, sosyal sorumluluklarına karşı duyarlı olur; çevreye, tüketiciye, kamu sağlığına ilişkin düzenlemeler ile etik kurallara uyar ve bu konulardaki politikalarını kamuya açıklar.</p>

(*)Kaynak: http://www.spk.gov.tr/ofd/KurumsalYonetim/kurumsal_yonetim_ilkeleri.pdf

Ek: 7

Kurumsal Yönetim Uyum Raporu'nun 15, 16 ve 17'nci Maddeleri

15. İnsan Kaynakları Politikası

Bu bölümde, şirketin insan kaynakları politikası oluşturup oluşturmadığı, oluşturdu ise ana esasları, oluşturmadı ise nedenlerine; çalışanlar ile ilişkileri yürütmek üzere temsilci atanıp atanmadığı, atandı ise adı, görevleri ve yetkilerine, atanmadı ise nedenlerine; çalışanlardan özellikle ayrımcılık konusunda gelen şikâyetler olup olmadığı, oldu ise çözümü konusunda neler yapıldığı konusundaki açıklamalara yer verilecektir.

16. Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkiler Hakkında Bilgiler

Bu bölümde, mal ve hizmetlerin pazarlanması ve satışında müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik neler yapıldığı hakkında açıklamalara yer verilecektir.

17. Sosyal Sorumluluk

Bu bölümde; çevreye, bulunulan bölgeye ve genel olarak kamuya yönelik faaliyetler (desteklenen/öncülük edilen sosyal çalışmalar, bölge insanlarına yönelik sosyal çalışmalar v.b.) hakkında bilgiler açıklanacaktır. Ayrıca, varsa dönem içinde çevreye verilen zararlardan dolayı şirket aleyhine açılan davalar ve sonuçları hakkındaki bilgiler ile faaliyetlere ilişkin çevresel etki değerlendirme raporları bulunup bulunmadığı da açıklanacaktır.

(*) Kaynak: http://www.spk.gov.tr/ofd/KurumsalYonetim/kurumsal_yonetim_ilkeleri_uyum_raporu.pdf

Ek: 8**İncelenen Konular Bazında Cümle Sayılarının Dağılımı ve Oranları**

ŞİRKETLER	İNCELENEN KONULAR				
	ÇALIŞANLARLA İLİŞKİLER	İNSAN HAKLARI	ÜRÜN VE TÜKETİCİ	TOPLUM	ÇEVRE
	Cümle Sayıları				
1 Akbank	5	4	6	3	2
2 Anadolu Efes	28	14	5	10	24
3 Arçelik	5	9	2	49	57
4 Denizbank	10	2	8	8	1
5 Dışbank	7	0	1	8	1
6 Doğan Holding	7	2	2	19	4
7 Doğan Yayın Holding	10	2	1	6	0
8 Ereğli Demir Çelik	3	0	1	1	0
9 Finansbank	4	1	4	1	4
10 Garanti Bankası	13	1	10	6	1
11 Hürriyet Gazetecilik	10	2	8	10	1
12 İhlas Holding	21	3	2	5	3
13 T. İş Bankası	5	3	2	2	1
14 İş GMYO	6	3	2	1	2
15 Kardemir	13	0	10	0	11
16 Koç Holding	6	0	0	41	1
17 Migros	30	2	25	16	2
18 Petkim	12	4	34	7	97
19 Petrol Ofisi	36	2	9	11	20
20 Sabancı Holding	8	1	1	2	1
21 Şekerbank	-	-	-	-	-
22 Şişecam	2	1	3	2	3
23 Tansaş	3	0	2	2	1
24 Tofaş	3	2	4	1	2
25 Turkcell	5	0	2	44	4
26 Tüpraş	8	2	3	7	2
27 Türk Hava Yolları	2	3	4	1	1
28 Ülker Gıda	2	0	2	39	3
29 Vestel	5	1	6	10	5
30 Yapı ve Kredi Bankası	14	0	9	8	0
TOPLAM CÜMLE SAYISI	283	64	168	320	254
GENEL TOP.DAKİ CÜMLE SAYISINA ORANI (%)	26,0	5,9	15,4	29,4	23,3
GENEL TOPLAMDAKİ CÜMLE SAYISI	1089				

Şirketlerin Hazırladıkları Raporlarda Kanıt ve Somut Bilgiye Yer Verip Vermediklerine İlişkin Tablo

ŞİRKETLER	KANIT			SOMUT BİLGİ	
	PARASAL	PARASAL OLMAYAN	SADECE TANIMLAYICI BİLGİ	VEREN	VERMEYEN
1 Akbank		•		•	
2 Anadolu Efes	•	•		•	
3 Arçelik		•		•	
4 Denizbank		•		•	
5 Dışbank		•		•	
6 Doğan Holding		•		•	
7 Doğan Yayın Holding			•	•	
8 Ereğli Demir Çelik			•		•
9 Finansbank			•	•	
10 Garanti Bankası		•		•	
11 Hürriyet Gazetecilik		•		•	
12 İhlas Holding			•		•
13 T. İş Bankası			•		•
14 İş GMYO			•		•
15 Kardemir		•		•	
16 Koç Holding	•	•		•	
17 Migros		•		•	
18 Petkim	•	•		•	
19 Petrol Ofisi		•		•	
20 Sabancı Holding		•		•	
21 Şekerbank	-	-	-	-	-
22 Şişecam			•		•
23 Tansaş			•		•
24 Tofaş			•		•
25 Turkcell		•		•	
26 Tüpraş		•		•	
27 Türk Hava Yolları			•		•
28 Ülker Gıda		•		•	
29 Vestel	•	•		•	
30 Yapı ve Kredi Bankası		•		•	

Açıklama Yapan Şirket Sayılarının İncelenen Konular Bazında Dağılımı

İNCELENEN KONULAR	AÇIKLAMA YAPAN ŞİRKET SAYISI	ORAN (%)
ÇALIŞANLARLA İLİŞKİLER	29	100,0
İNSAN HAKLARI	21	72,4
ÜRÜN VE TÜKETİCİ	28	96,6
TOPLUM	28	96,6
ÇEVRE	26	89,7

Açıklamalarında Kanıt Yer Veren Şirketlerin Dağılımı

KANIT	ŞİRKETLER	ORAN (%)
PARASAL	4	13,8
PARASAL OLMAYAN	19	65,5
SADECE TANIMLAYICI BİLGİ	10	34,5

Açıklama Yapılan Konuların En Az Birisinde Somut Bilgi Veren ve Vermeyen Şirketlerin Dağılımı

SOMUT BİLGİ	ŞİRKETLER	ORAN (%)
VERMİŞTİR	21	72,4
VERMEMİŞTİR	8	27,6