



Sivil Toplum Endeks Projesi Civil Society Index Project in Turkey
TÜSEV ve CIVICUS işbirliği projesidir A joint initiative of TÜSEV and CIVICUS

Sivil Toplum Endeksi Projesi Yan Raporları

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluğu: Türkiye'deki 10 Şirketin İncelemesi

Gülhan Özdemir, TÜSEV

TÜSEV
Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
Third Sector Foundation of Turkey

CIVICUS
World Alliance for Citizen Participation

Tüm hakları saklıdır.
Bu yayının hiçbir bölümü, Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı'nın (TÜSEV) izni olmadan herhangi bir yöntemle
çoğaltılamaz.

Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluğu: Türkiye'deki 10 Şirketin İncelenmesi

Gülhan Özdemir, TÜSEV

Bölüm 1 – Giriş

Sivil Toplum Endeks Projesi (STEP) kapsamında yürütülen faaliyetlerden bir tanesi de sivil toplumun politikaları etkileme boyutuna yönelik raporlar hazırlamak olmuştur. Bu raporlar, sivil toplumun, STEP Proje Ekibi ve Danışma Kurulu tarafından seçilen alanlardaki aktiflik ve başarı durumları değerlendirilerek hazırlanmıştır. İncelemekte olduğunuz bu rapor Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) üzerine vaka çalışması ve değerlendirmeden oluşmaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı üzerine birçok tanıma rastlanmaktadır. Genel çerçeve olarak KSS, özel sektörün çalışanından başlamak koşuluyla öncelikle işini ‘doğru’ yapması, tedarik zincirinin son halkasına kadar ‘sosyal paydaş’ bilinciyle hareket edip, üretimini şekillendirmesi ve içinde bulunduğu topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmesi olarak ifade edilebilir.

STEP Proje Ekibi ve Danışma Kurulu, bu konuyu seçerken, Türkiye’de özel sektörün sivil toplum kuruluşlarıyla olan ilişkilerini inceleyebilmeyi ve özel sektörün toplumda sahip olduğu sorumlulukları ne ölçüde yerine getirdiğini ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk kültürünü ne ölçüde benimsediklerini ölçmeyi hedeflemiştir. Bu nedenle, rapor, özel sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluk anlayışına ayna tutmaktadır. STEP metodolojisi gereği, rapor araştırma sürecine, 2002 yılı mali raporlarına göre ilk 500 şirket arasında ilk 10’da yer alan şirketler konu edinilmiştir. Bu şirketler sırasıyla:

- Petrol Ofisi
- Türkcell
- BP Türkiye
- The Shell Company of Turkey Limited
- Arçelik
- Tofaş Türk Otomobil Fabrikası
- Oyak Renault Otomobil Fabrikaları A.Ş.
- Vestel Dış Ticaret
- Aygaz
- Migros’dur.

Bölüm 2 – Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı: Türkiye’deki ilk 10 şirket üzerine bir inceleme

i. Çalışmanın amacı ve İzlenen Yöntem

Çalışmanın amacı, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının Türk şirket kültüründe edindiği yerle ilgili genel bir değerlendirmeye ulaşmaktır. Amaca ulaşmak için, Türkiye’de faaliyet gösteren ve 2002 yılında yayınlanan yıllık mali raporlara göre yapılan sıralamadaki ilk 10 şirket ele alınmıştır. STEP çerçevesinde belirlendiği üzere de, bahsi geçen şirketlerin 2002-2003 yılları arasındaki ‘kurumsal sosyal sorumluluk’ anlayışı değerlendirilecek ve genel bir sonuca ulaşılmaya çalışılacaktır.

Araştırmaya konu olan şirketler, 2002 yılı Zirvedeki Şirketler Listesi¹’ndeki sıralamaya göre aşağıda sıralanmaktadır:

¹ <http://www.capital500.net>

- Petrol Ofisi
- Türkcell
- BP Türkiye
- The Shell Company of Turkey Limited
- Arçelik
- Tofaş Türk Otomobil Fabrikası
- Oyak Renault Otomobil Fabrikaları A.Ş.
- Vestel Dış Ticaret
- Aygaz
- Migros

Öncelikle, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının, şirket çalışanlarına, tüketicisine, çevreye ve topluma yönelik sorumluluklarını ne derece önemseydiği ve şirket kültüründe yer alıp almadığını gösterecek ilk veri olarak, yıllık mali raporlara bakılmıştır. Burada, iş kazalarını önleme, çevre koruma, kaliteli üretim ve benzeri gibi kurumsal sosyal sorumluluk harcaması olarak anılabilecek kalemlere rastlanmamıştır. Elbette ki, ilk 10'da yer alan şirketler çalışanlarına eğitimler vermiştir; ancak bu durum harcama kalemi olarak belirtilmemiştir.

Bu sebeple de şirketlerin kurumsal iletişim birimleri ile iletişime geçilmiş ve 2002-2003 yılları arasındaki KSS faaliyetleri özet bilgilerini paylaşmaları istenmiştir. Geri dönüş yapan şirketlerin sayısı çok az olmakla birlikte, kurumsal iletişim birimleri de yine ya detaylandırmadan bilgi aktarmış ya da internet sitesindeki haber bültenini aynen göndermiştir. Son olarak da bazı şirketlerle yine telefonla görüşülmüş, gönderdikleri bilgileri detaylandırmaları istenmiştir.

ii. İlk 10 şirketin analizi:

1. **Petrol Ofisi;** 2002 yılı Faaliyet Raporu'nda KSS alanında yaptığı faaliyetlere de yer verilmiştir ancak bunlar sosyal sorumluluk başlığı altında değildir. Buna bir örnek:

Çalışanlarına yönelik politika:

Çalışanların yetkinlik ve yönetim becerilerinde gelişimlerini desteklemek amacıyla 2002 yılında 30 eğitim programında 848 adam/gün eğitim verildiği görülmektedir; ancak harcama kalemi olarak belirtilmemiştir.

Petrol Ofisi'nin, Çevre, Emniyet ve Güvenlik Müdürlüğü'nü kurarak, SEÇ Politikası uygulamasına başladığını da öğrendiğimiz raporda 'tesisatların çevreye, doğaya, topluma saygılı, gerekli tüm emniyet ve güvenlik önlemleri alınarak uluslararası standartlara uygun olarak işletilmesi sağlanmıştır' ibaresine rastlanmaktadır. Tesisatlar için gerekli bakım ve onarım çalışmalarının yapıldığı, deşarj ve emisyon izinleri ile GSM ruhsatlarının büyük ölçüde sağlandığı, çalışanlara güvenlik, yangınla mücadele, çevre bilinci ve işletme konularında eğitimler verildiği belirtilmiş ancak bu konularda detaylı bilgi verilmemiştir.

Faaliyet Raporu'nun incelenmesinin ardından daha fazla bilgi bulabilmek amacıyla yine internet sitesindeki basın bültenlerine başvurulmuştur. Bu noktada Petrol Ofisi'nin çevre ve kültür sanat çalışmaları ile futbol takımlarına destek vermiş olduğu öğrenilmiştir. Aşağıda şirketin bu alanlardaki faaliyetlerine örnekler sıralanmaktadır:

Çevre:

Petrol Ofisi, Antalya'daki bir tesisini Sanat ve Kültür İstasyonu haline dönüştürmüştür.

Spor/Sponsorluk

Şirket internet sitesinde milli takım sponsorluğuna özel önem verilmiş, dolayısıyla bu çalışmanın daha çok halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirildiği izlenimi edinilmiştir.

- 2. Türkcell;** 2002 yılı Faaliyet Raporu'na bakıldığında Türkcell'in çalışmalarına Sosyal Sorumluluklar başlığı altında ayrı bir yer ayırdığı görülmektedir. 'Sorumluluklar Türkcell'in kurum felsefesinin temelini oluşturmaktadır' vurgusu yapılan bölümden Türkcell'in, ülkeye nitelikli insan gücü kazandıracak eğitim projeleri ve kültürel programlara öncelik tanıdığı bilgisine ulaşılmaktadır. Türkcell KSS faaliyetlerinden bazı örnekler aşağıda sıralanmaktadır:

Eğitim:

'Çağdaş Türkiye'nin Çağdaş Kızları' projesi ile kalkınmada öncelikli yörelerdeki 33 ilin kırsal kesiminde, 5000 kız öğrenciye burs verilmesi;

Spor:

Ücretsiz Spor Okulları ile İstanbul'un gelir düzeyi düşük ilçelerinde 18 adet spor okulu açılmış ve böylece bu bölgelerde yaşayan yaklaşık 20.000 gencin spor faaliyetlerinde bulunması sağlanmış; Deneme Bilim Merkezi'ne eğitim gezileri düzenlenmiş, 2002 yılına kadar 6000'den fazla öğrencinin mobil iletişim teknolojisinin temelini öğrenmesi sağlanmıştır.

Sponsorluklar:

- Bilişim Fuarı Sponsorluğu (2002 yılında 5. kez),
- İstanbul Film Festivali Sponsorluğu,
- İstanbul Caz Festivali (2002 yılında 7. kez),
- Basketbol ve Futbol Milli Takımlar Resmi İletişim Sponsorlukları (karşılaşmalar süresince çeşitli aktiviteler düzenleyerek de seyircilerin katılımı sağlanmıştır).

Çalışanlarına yönelik politika:

Türkcell çalışanlarına yönelik politikaları kapsamında kendi kurduğu Türkcell Akademi ile sektörün önde gelenlerini ve önemli isimlerini çağırarak seminerler düzenlemiştir. Ayrıca Organizational Development, Process Development, Strategic Management, Employee Motivation ve Internal Communication gibi başlıklar altında atölye çalışmaları organize ederek Türkcell Akademi ile çalışanlarının kapasitesini artırma, müşteri memnuniyetini yükseltme ve verimliliği artırma konularında çalışmalarına devam ettiği vurgulanmaktadır. Türkcell, Sosyal Aktivite Grupları ile de çalışanların kaynaşması ve şirket bilinci oluşturmayı sağlamayı hedeflemektedir.

- 3. BP Türkiye;** Bakü-Tiflis-Ceyhan Boru Hattı Projesi'nin önemli iştiraklerinden biri olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Çevreye yönelik çalışmalara ağırlık veren BP'nin, kamuoyu önünde bu alanda olumlu bir imaja sahip olduğu bilinmekle birlikte, bu farkındalık daha çok reklâmlar aracılığıyla yaratılmıştır. BP'nin faaliyet raporlarına ve 2002-2003 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet bilgilerine internet üzerinden ulaşmak mümkün olamamıştır. Aşağıda internet sitesinden edinilen izlenimlere değinilmektedir:

Çalışanlarına ve çevreye yönelik politika:

BP çalışanlarına ve çevreye duyarlı olmayı kendine ilke edinmiş; bu konulardaki şirket politikalarını internet aracılığıyla kamuoyuna duyurmuş ve kendini taahhütler altında bırakmıştır. Şeffaflık adına internet sitesine konulan taahhütlere ne kadar uyulduğunu gösterebilecek bir kaynak mevcut değildir. Buna göre BP'nin şirket politikaları aşağıdaki temalar altında toplanmıştır:

- İş politikaları

- Personel politikaları
- İş ahlakı politikaları
- İlişkilerle ilgili politikalar
- Sağlık, Emniyet, Çevre
- Denetim, finans politikaları
- Toplum ve çevre
- Müşteri duyarlılığı

Toplumsal duyarlılık:

İnternet sitesinde yer alan basın bülteninde rastladığı üzere, 2002 Trafik Yılı'nda, BP Türkiye, emniyet kemeri kullanımını yaygınlaştırmak amacıyla Emniyet Genel Müdürlüğü işbirliğiyle sosyal ve çok yönlü bir kampanya başlatmıştır. Bu kampanyayla, BP'nin, yol güvenliği bilincini geliştirmek ve trafik kazalarını önlemek amacını güttüğü belirtilmektedir. Emniyet Kemeri Kampanyası çerçevesinde 20 saniyelik iki adet televizyon spotu da hazırlanmıştır.

4. **Shell Türkiye;** 1923 yılından bu yana Türkiye'de faaliyet göstermektedir ve sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında başta çevre olmak üzere, spor, trafik ve eğitim alanlarında destek vermiştir. Shell Türkiye'nin internet sitesinde yer alan 'sosyal sorumluluklarımız' alt başlığında oldukça çok sayıda sosyal sorumluluk destek çalışması sıralanmıştır. Shell'in Faaliyet Raporu'na internet sitesinden ulaşamamıştır. Shell Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri için internet sitesinde yer alan basın bültenlerine başvurulmuştur. KSS adı altında belirtilebilecek çalışmalardan bazı örnekler aşağıda sıralanmaktadır:

Çevre:

4. Ulusal Temiz Enerji Sempozyumu'nda, Türkiye'nin alternatif temiz enerji arayışlarının akademisyenler ve enerji sektörünün temsilcileri tarafından ele alındığı sempozyuma Shell sponsor olmuştur. Shell Derince Tesisleri'nde uyguladığı çevre yönetim sistemi ile TSE belgesi almaya hak kazanmış ve bu belgeyle, çevre performansını standartlar doğrultusunda geliştirerek uyguladığını, çevreyi ve bu alanda oluşabilecek riskleri sorumlulukla ele aldığını ortaya koymuştur. Shell, İzmit Derince Tesisleri'nde, akaryakıt depolama ve dağıtımını ile madeni yağ-gres üretimi, depolaması ve dağıtım faaliyetleri gerçekleştirmektedir.

Kültürel Miras:

Shell, bilimsel, kültürel ve turistik açılardan büyük önem taşıyan sualtı arkeolojisine destek vermiştir.

Spor:

Shell, Türk Futbol Milli Takımı'nın 3 yıllık resmi sponsorluğunu üstlenmiştir.

STK'larla işbirliği/destek:

Shell'in Kızılay, Çocuk Esirgeme Kurumu, Zihinsel ve Bedensel Özürlü Çocuklar Derneği gibi çeşitli kurumlara eşya yardımında bulunmasının yanında, bu kurumlarda barınan çocuklarımız tarafından çizilen resimler Shell Türkiye tarafından tebrik kartı olarak kullanılmaktadır.

5. **Arçelik**'in 2002 yılı Faaliyet Raporu'nda KSS çalışmalarına rastlanmamış bu nedenle Kurumsal İletişim Birimi'yle irtibata geçilmiştir. Yine de, Arçelik'in, Kurumsal Sosyal Sorumluluğu bir şirket kültürü olarak benimseme yolunda olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu düşünceye Arçelik Kurumsal İletişim Birimi'nden edinilen bilgi yol açmıştır. Buna göre; Arçelik, 2003 yılında bu konuda çalışacak görevliler tayin etmiş ve bu kişilerin yurtdışına gitmelerini sağlayarak uluslararası düzeyde kurumsal sosyal sorumluluğun konumu üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Arçelik, araştırma çalışması sonucunda ulaştığı uluslararası standartlardaki KSS anlayışını şirket kültürüne yerleştirme aşamasındadır. Araştırma, 12-14 ay kadar uzun bir zamana yayılmıştır. Arçelik 2004 yılı itibariyle yalnızca aynı ve/veya nakdi yardım sağlamakla kalmayan projelere yönelmiş ve proje fikirlerini kendisi üretmeye ve uygulamaya koymaya başlamıştır.

Eğitim:

Eğitimde Gönül Birliği Projesi bu kapsamlı çalışmanın ardından hayata geçirilmiş bir projedir. Arçelik tarafından 8 yıl süreyle uygulanacak olan projeye, Arçelik, yerel yönetimlerle de işbirliğine girerek, eğitim alanında yapısal değişiklikler sağlayacak katkıları hedeflemiştir. Yoksul aile çocuklarının eğitim hakkını geliştirmeye yönelik gerçekleştirilecek proje, 60 ilde uygulanacak olup, 200.000 çocuğa ulaşılması hedeflenmektedir.

6. **Tofaş**; Faaliyet Raporu'na internetten ulaşılamamıştır. Çevre Raporu adıyla yayınlanan bölümden edinilen bilgiye göre, 20 Kasım 1998 tarihinde yapılan denetim sonucu, Türk otomotiv sektöründe ISO 14001 belgesi alan ilk kuruluş olan Tofaş, 21-25 Ocak 2002 tarihinde BVQI tarafından gerçekleştirilen yeniden belgelendirme denetimi sonucunda, sistemimizin ISO 9000 ve ISO 14000 standartlarına uygunluğu 3 yıl süre ile yeniden belgelendirilmiştir.

Çevre:

Tofaş'ın 2002 yılındaki KSS faaliyetlerine çok örnek verilemeyecek olsa da, internet sitesinden anlaşıldığına göre, Tofaş, çevreye büyük önem vermekte ve bu konuda hassas davranmaktadır. Hassasiyeti daha çok çevreye zarar vermeden üretim elde etme yönündedir.

7. **Oyak Renault** internet sitesi ve mali raporu konu hakkında bilgi edinmek için yetersiz kalmış ve basın ve halkla ilişkiler birimi bu konuda herhangi bir geri dönüş yapmamıştır.
8. **Vestel**: Zorlu Holding bünyesinde olan tüm şirketler adına kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını 1999 yılında kurulmuş olan Mehmet Zorlu Vakfı yürütmektedir. Bu sebeple, Vestel Dış Ticaret olarak özel bir ayırım yapılmamış olup, şirket adına yapılmış kurumsal sosyal sorumluluk çalışmasına rastlanmamıştır. Vakıf yetkilileri de bu ifadeyi doğrulamışlardır. Vakıf, daha çok burs vermek ve okul inşaatı üstlenmek faaliyetleri ile eğitim, spor ve kültür etkinliklerine sponsor olmuştur.
9. **Aygaz**: Koç Topluluğu bünyesindeki Aygaz, kalite, çevre ve iş sağlığı-güvenliği politikalarını internet sitesinde yayınlamış ve bir diğer alt başlıkta da toplumsal sorumluluk çalışmalarına yer vermiştir. Faaliyet Raporu'nda KSS bilgilerine rastlanmasa da basın bültenlerinden edinilen bilgiye göre KSS örnekleri olabilecek bazı çalışmalar aşağıdadır:

Toplumsal Duyarlılık ve STK'larla işbirliği:

Aygaz, 2002 yılında Türkiye genelinde uygulamaya başladığı Dikkatli Çocuk Projesi ile çocukları kazalara karşı bilinçlendirme kampanyası başlatmış ve 2005 yılına kadar sürdürdüğü proje ile 69 farklı ilde, 717 okulda eğitimler vermiş ve proje dahilinde 310.000 ilköğretim öğrencisi 'Dikkatli Çocuk' sertifikası almıştır. Bu süreçte yine ilköğretim öğrencilerine yönelik hazırlanan çocuk

oyunu, Türkiye genelinde birçok il olmak üzere 325 kez sahnelenmiştir. Aynı proje kapsamında, 2002-2003 yıllarına bakıldığında, 59.000 çocuğa eğitim verilmiş ve yine on binlere ulaşan sayıdaki çocuğun da sahnelenen tiyatro oyununu izlemesi sağlanmıştır. Aygaz, burada Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı ile işbirliği yapmıştır. Projeye özel internet sitesi (www.dikkatlicocuk.com.tr) de hazırlanmış olan Aygaz, projenin medyada daha fazla yer almasını sağlamış ve yarattığı Aycan karakteriyle de konudaki farkındalığı artırmıştır.

Kitap yayın:

Aygaz, 2002 yılında Prof. Dr. Nurhan Atasoy tarafından hazırlan “Hasbahçe”Osmanlı’da Bahçe ve Çiçek” adlı kitabın yayınlamasına destek vermiştir

Kültür sanat/Sponsorluk:

Aygaz İKSV tarafından düzenlenen İstanbul Bienalleri'ne 2001 yılından beri destek vermektedir.

Aygaz, 8. Uluslararası İstanbul Bienali'ne sponsor olmuştur.

2003 yılında Aygaz, İstanbul'un çağdaş sanat portresini genişleten 8.Uluslararası İstanbul Bienali'ne katılan Jennifer Steinkamp'ın eserlerinin sergilenmesine sponsor olmuştur.

10. Migros: internet sitesi ve mali raporu konu hakkında bilgi edinmek için yetersiz kalmış ve basın ve halkla ilişkiler birimi bu konuda herhangi bir dönüş yapmamıştır.

iii. Şirketlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı

Yapılan araştırmalar sonucunda, firmaların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine gösterdikleri önemin gün geçtikçe arttığı gözlemlenmiştir. Ancak yine de, Filiz Bikmen'in Türkiye'de Kurumsal Filantropi başlıklı raporunda da belirttiği gibi şirketlerin bu konuda hedef kitle belirlemede ve hangi projelere, nasıl destek verecekleri konusunda net bir stratejileri olmadığı göze çarpmaktadır (Filiz Bikmen, TÜSEV).

Bu çalışma bazında, şirketlerin genelinde, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, şirket kültürü olarak benimsenmediği izlenimi edinilmiştir. Faaliyet raporlarına ulaşılamadığı veya net bilgiler edinilmediği takdirde irtibata geçilen kurumsal iletişim birimleri ve/veya halkla ilişkiler departmanlarıyla yapılan görüşmelerden edinilen izlenimlere göre de, şirketlerin bazıları kurumsal sosyal sorumluluğu, bir zorunluluğu yerine getirmek gibi algılamakta veya kurumsal sosyal sorumluluğu yalnızca sivil toplum kuruluşlarıyla gerçekleştirilen faaliyetler olarak algılamaktadır. KSS alanında STK'larla işbirliğine gidilse de bunun daha çok sponsorluk biçiminde olduğu görülmüştür. Sponsorluk çalışmaları da daha çok eğitim, çevre, kültür-sanat ve spor alanlarında gerçekleştirilmiş olup, insan hakları, sosyal adalet, kurumsal yönetim, ekonomik kalkınma, kentleşme kültürü ve işyerlerindeki koşulların iyileştirilmesi gibi uluslararası arenada KSS alanına dahil edilen konu başlıkları, buradaki çalışmaya dahil edilmiş şirketlerin ilgi alanı dışında kalmıştır. Sponsorluk çalışmaları, halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirilmiş olup eğitim alanında daha çok burs verme, okul inşa ettirme, araç sağlama, çevre ve kültür sanat sponsorluklarında mekân sağlama olarak kayıtlara geçmiştir.

Avrupa Birliği (AB) uyum süreciyle şirketler, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu yayınlamak durumunda kalacaklardır. Bu nedenle, araştırmanın baz aldığı yıllarda (2002-2003) KSS anlayışı yerleşmemiş olsa da, AB uyum sürecinin bu konuya olumlu bir ivme kazandıracığı umudundayız. Şirketler, 2006 yılından itibaren Faaliyet Raporlarının yanı sıra bir de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu yayınlacaklardır.

Dünyada da giderek artan öneme sahip Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı üzerine, ülkede daha sık tartışmalar yapılacağı ve belirli bir standartlaşmaya doğru gidileceği düşüncesindeyiz. Zira, şirketler artık yalnızca ürettikleri ürün ve kalite bakımından değil, 'sosyal paydaş' olma rolünü ne derece yerine getirdikleriyle ölçümlenecek ve değerlendirileceklerdir. Araştırmaya dahil edilen şirketlerden bazılarıyla (Kurumsal İletişim Birimleri) birebir yapılan görüşmelerde, 2002 yılından bu yana, KSS kavramının daha benimsenmeye başlandığı izlenimi edinilmiştir.