



TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALMANAK ÇALIŞMASI

MART/2019

İçindekiler

| | |
|---|----|
| ÖNSÖZ..... | 3 |
| YÖNTEM..... | 3 |
| 1-GİRİŞ | 5 |
| Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramına Yaklaşımlar..... | 5 |
| 2-TÜRKİYE'DEKİ KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI | 6 |
| 2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Alanı..... | 6 |
| 2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinde Hedef Kitle | 7 |
| 2.2.1. Çocuklara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı | 8 |
| 2.2.2. Engellilere Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı..... | 9 |
| 2.2.3. Gençlere Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı | 9 |
| 2.2.4. Toplumun Geneline Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı | 10 |
| 2.2.5. Kadınlara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı | 11 |
| 2.2.6. Tarım ve Hayvancılığa Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı | 12 |
| 2.2.7. Hayvan Haklarına Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı..... | 12 |
| 2.2.8. Yaşlılara ve Mültecilere Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı..... | 12 |
| 3-GENEL DEĞERLENDİRME | 13 |
| Yeni Stratejik İlerleme Alanları | 13 |
| Sürdürülebilirliğe Dayalı Kurumsal Sosyal Sorumluluk..... | 13 |
| Kârın Nasıl Bölüşüldüğü ya da Harcandığı Kadar Nasıl Elde Edildiği Önemli..... | 14 |

ÖNSÖZ

İNGEV olarak, ülkemizdeki kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ayrılan kaynakların etkin yönetilmesine destek olmak amacıyla yapmış olduğumuz geniş kapsamlı araştırmanın detayları bu raporun ana temasıdır. Bu rapor dahilinde, şirketlerin sosyal sorumluluk kapsamında gördükleri ve yönelindikleri alanların sunulması amaçlanmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk, günümüzde firmaların örgütsel amaçları doğrultusunda sıklıkla kullandıkları bir kavram olarak karşımıza çıkmakla birlikte içeriği ve tanımı konusunda farklı yaklaşımlar dikkat çekmektedir. Son yıllarda firmaların kendilerini ifade ederken kullandıkları kurumsal vatandaşlık, kurumsal etik, sürdürülebilirlik, sorumlu yönetim, sosyal girişimcilik ve paylaşılan değer gibi ifadeler de günümüzde giderek çeşitlenen toplumsal ihtiyaçların bir yansımasıdır. Kurumsal sosyal sorumluluğun hayata geçirilmesinde kullanılan yöntemler de bu ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk açısından en temel soru, şirketlerin iyi bir toplumsal düzeye hangi iyi iş pratikleri yoluyla erişebileceğidir. Bu yaklaşımda işletmelerin yaptıkları faaliyetlerin her türlü ekonomik, sosyal ve çevresel sonuçlarının etik bir bakış açısıyla yürütülmesi esas alınmaktadır.

Kurumlar, çevreye ve insan sağlığına zarar vermeksizin kurumsal faaliyetlerinin devamlılığının sağlanması amacına hizmet etme yükümlülüğündedirler. Bu noktada, dünyanın nasıl bir yer olduğu değil aynı zamanda nasıl bir yer olması gerektiği konusunda da iş etiğinin yönlendirmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla bu bakış açısı, iş yapmaya dair sistemin köklü bir değişimini zorunlu kılar.

Bu raporda, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının kapsayıcı içeriği bağlamında toplumsal ve çevresel etkiler göz önüne alınarak ülkemizdeki genel uygulamaların çerçevesi çizilmektedir. Aynı zamanda, raporun sonunda yer alan genel değerlendirme çerçevesinde İNGEV olarak ülkemizde eksik kaldığını düşündüğümüz alanlar da tartışılmaktadır.

YÖNTEM

İNGEV tarafından kurulan kurumsal sosyal sorumluluk araştırma ekibi, konuyla ilgili literatür ve kaynak taraması yaparak değerlendirme ölçütlerini belirlemiştir. İNGEV araştırması kapsamında, Capital dergisinin 2017 yılında yayınlamış olduğu Türkiye'deki en büyük 500 şirketin Kurumsal İletişim/Kurumsal Sosyal Sorumluluk bölümleriyle 2018 yılının Ağustos-Kasım ayları arasında temas kurulmuştur ve online platformda kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin bilgilerini paylaşmaya davet edilmişlerdir. Online platform aracılığı ile bilgi paylaşmayan şirketlerin ise kurumsal web sayfaları incelenmiş ve kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin dökümü elde edilmiştir.

Araştırmamız kapsamında, 2018 itibarıyla 237 şirketin kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında ilan ettiği 1420 proje değerlendirmeye alınmıştır. İNGEV ekibi tarafından içerik bakımından yapılan değerlendirme sonrası, 171 şirkete ait 746 kurumsal sosyal sorumluluk projesinden oluşan 2017 KSS Veri Tabanı oluşturulmuştur.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına farklı yaklaşımlar söz konusudur ve tüm paydaşların üzerinde hemfikir olduğu bir tanım yoktur. Bu projelerde, toplumsal ve dönemsel ihtiyaçların bağlamı doğrultusunda şirketlerin vizyonlarının da ön plana çıktığı görülmektedir. İNGEV, bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk projelerini tanımlarken, sağlanan katkının tek seferlik değil kalıcı olduğu projelere odaklanmıştır. Önceki yıllarda yapıldığı halde devam etmeyen ve hayırseverlik, kısa süreli eğitimler, bağışçılık amaçlı koşu kampanyaları, kitap bağışları, kurum içi engelli istihdamı, kurum personel ihtiyacını karşılamak için öğrencilere meslek eğitimi verilmesi,

müze kuruluşu, müşterileri bağışa yönlendirme, okul açma, ilaç bağışı, personel motivasyon eğitimleri, bilinç oluşturma eğitimleri ve spor/turnuva/festival/anma etkinliği/konser/şenlik/şampiyona sponsorlukları gibi özellikler taşıyan projeler kapsam dışı bırakılmıştır.

Bazı yeni yaklaşımlar kurumsal sosyal sorumluluğu sürdürülebilirlik bağlamında ele almaktadır. Bu durumda örneğin bir telefon firması için pazardaki kullanılmayan bataryaların toplanması bir sosyal sorumluluk faaliyeti, bu firmanın örneğin kız çocuklarının eğitimine kaynak sağlaması ise bir hayırseverlik çalışmasıdır. Şirketlerin asıl işlerini yaparken toplumsal kaynaklarda yaratabilecekleri tahribatı gidermeye yönelik organize olmaları bizce de çok temel noktalardan birisidir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri sayıca oldukça azalmaktadır.

İNGEV’in bu çalışma kapsamında kurumsal sosyal sorumluluk projeleri olarak kabul ettiği projeler, bir alanda somut katkı sağlayan, istikrarlı, düzenli, sosyal fayda sağlayacak mekanizmaları olan, sürdürülebilir ve toplum refahını artırmaya yönelik projelerdir. Bu projelerde, hedef kitlenin sürdürülebilirliğe katkı sağlaması da göz önünde bulundurulmuştur. Hedef alan olarak çeşitlilik gösteren kurumsal sosyal sorumluluk projeleri çevre, eğitim, sosyal destek, kültür-sanat, sağlık ve spor başlıkları altında toplanmıştır. Hedef kitle ise toplumda projeden yararı olan kesimleri sınıflandırmak amacıyla çocuk, engelli, toplumun geneli, kadın, mülteci, yaşlı, tarım çalışanları ve hayvanlar olarak belirlenmiştir.

1-GİRİŞ

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramına Yaklaşımlar

Kurumsal Sosyal Sorumluluk projeleri; şirketlerin topluma *sürdürülebilir katkı* sağladıkları faaliyetlere verilen genel isimdir. Bu projeler kapsamında sağlanan faydalar, geri dönüştürülebilirlik veya kalıcılık gibi yollarla uzun vadeli devamlılık ve sürdürülebilirlik kazanmış olurlar. Bu faydalar, toplumdan topluma ve konjonktür bağlamında değişkenlik gösterse de ortak noktaları sürdürülebilir olmalarıdır.

Birleşmiş Milletler Endüstriyel Gelişme Örgütü'nün (BMIDO) tanımına göre iş faaliyetlerinde sosyal ve çevresel hassasiyetlerin gözetilmesi kurumsal sosyal sorumluluğun ana temasıdır. BMIDO tarafından çevresel yönetim, eko-etkinlik (temiz üretim), sorumlu kaynak kullanımı, paydaş ilişkileri, işçi standartları ve iş şartları, çalışan ve toplum ilişkileri, sosyal eşitlik, toplumsal cinsiyet dengesi, insan hakları, iyi yönetim ve yolsuzluk karşıtı ölçütler kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında sıralanmıştır.

Şirketler, içinde buldukları toplumun bir parçası olarak ve daha genel anlamda doğanın tüm bileşenlerine karşı sorumluluklarını yerine getirme yükümlülüğü altındadırlar. Her ne kadar kendi devamlılıklarını sürdürmede kârlılıklarının devamı ön planda olsa da aynı zamanda hukuka riayet etme, vergi ödeme ve şirket içi çalışma ortamında çalışanların haklarına saygı gösterme gibi konularda toplumun geneline yansıyan alanlardan da sorumludurlar. Çevreye duyarlılığın ve toplumsal sağlığın bir gereği olarak ürünlerinin çevreye zararlı etki vermesinin, üretim ve tedarik süreçlerinde ortaya çıkması muhtemel kirliliğin ve sağlığa tehdit oluşturan sonuçlarının önlenmesi gibi konularda tüm kurumlar sorumlu davranmak zorundadır. Kurumsal sosyal sorumluluk, genelde kurumların gönüllülük faaliyetleri olarak algılanmakla birlikte, aslında üretim süreçlerinden ürünün ulaştırıldığı son aşamaya kadar topluma karşı görevlerin yerine getirilmesini kapsamaktadır.

İşletmeler, toplumsal olay ve ihtiyaçlarla bağlantılı olarak, geçmiş Sanayi Devrimi'ne kadar uzanan kârlılık ve ekonomik odaklı faaliyet alanından zaman içinde farklı yönetim anlayışlarına doğru kaymışlardır. Toplumsal sorumlulukların ön plana çıkışı, özellikle savaş ya da krizler sonrası toplumun beklentilerinin ve ihtiyaçlarının arttığı dönemlerde gündeme gelmiştir. 1920'li yıllarda Oliver Sheldon'un *Yönetim Felsefesi* isimli eserinde toplumsal sorumlulukları gündeme getirmesi ve devamında 1950'lerde Howard R. Bowen'in iş insanlarının sorumlulukları şeklinde ifade ettiği kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımına karşı 1960'larda kârlılığı yeniden işletmelerin tek ve en önde gelen sorumluluğu olarak ele alan görüşle tartışma ortamı şekillenmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilk bütünsel ve yol gösterici yaklaşım ise Archie B. Carroll'un 1970'li yıllardan itibaren temellerini attığı ve 1991 yılında yayınladığı eserinde işletme faaliyetlerini bir piramit şeklinde dört boyutlu olarak ele almasıyla gelişmiştir. Buna göre, işletmelerin en temel sorumlulukları sırasıyla ekonomik sorumluluklar, yasal sorumluluklar, etik sorumluluklar ve gönüllü sorumluluklardır. 1994 yılında John Elkington tarafından kullanılmaya başlanan Üçlü Bilanço Sistemi (Triple Bottom Line-TPB) kavramı da işletmelerin ekonomik performanslarına sosyal ve çevresel performanslarını da ekleyerek genel performans analizlerinde insan, gezegen ve kârlılık skalaları ile yeni bir ölçüm önerisi getirmiş ve kârlılık dışındaki topluma yönelik kaygıları büyük çaplı firmaların kapsamından çıkararak orta ve küçük ölçekli şirketlerin de sürdürülebilir kalkınma amacına yönlendirilmesini hedeflemiştir. Bu zihniyet değişimi, endüstrileşmenin doğaya verdiği etkilere ve tüketim faaliyetlerine yönelik bilgi akışının ve aynı zamanda üretimin küreselleştiği 1980'lerden itibaren ortaya çıkan eleştirel yaklaşımların etkisiyle gelişmiştir. Özellikle 2000'li yıllarda ise işletmeler, topluma karşı sorumluluk anlayışıyla ve iş etiğini ön plana alarak toplumun genelini hedefleyen sosyal, ekonomik ve çevresel duyarlılığın ve iş yeri ortamının değerler etrafında şekillendiği bir alana doğru giderek kaymışlardır. Dolayısıyla, günümüzde işletmelerin yaptıkları faaliyetlerin sosyal etkilerini de sosyal sorumluluk kapsamında göz önünde tutmaları beklenmektedir.

2-TÜRKİYE'DEKİ KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI

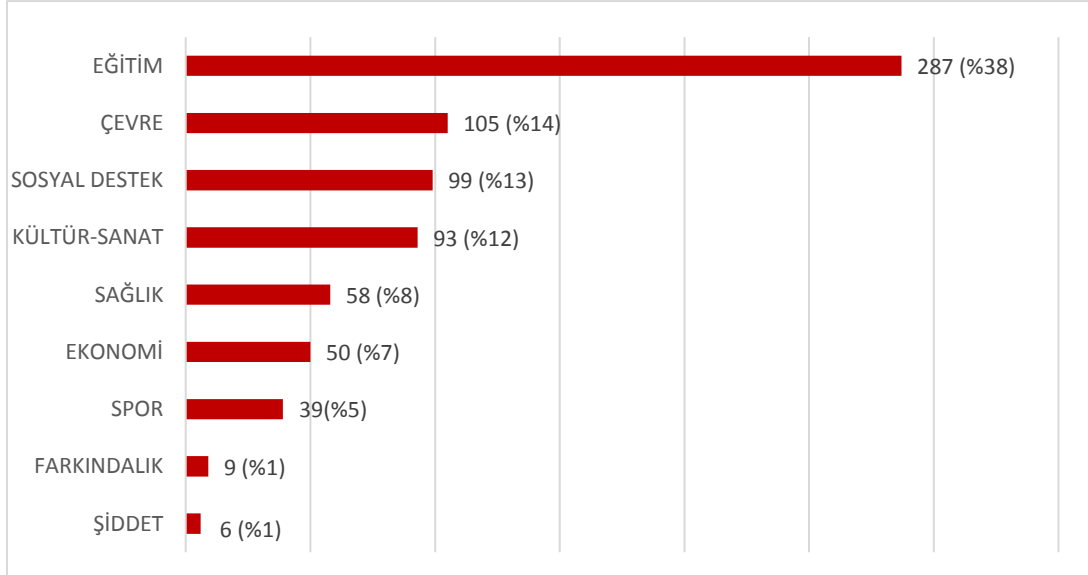
Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri özellikle 2000’li yıllardan itibaren artarak devam etmektedir. Türkiye’de görece geç başlayan bu eğilimde, uluslararası ve büyük şirketlerin etik kaygılarla toplumun eksik kaldığı alanlara yönelmesinin, toplumsal beklentilerin ve ekonomik konjonktürün etkisi vardır. Yapılan projeler kimi zaman kurulan vakıflar aracılığıyla kimi zaman ise konunun uzmanı olan sivil toplum kuruluşları ile iş birliği halinde gerçekleştirilmektedir.

Dünya çapında kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin uygulama alanları, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklılık arz etmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki şirketler emisyon azaltımı ve geri dönüşüm gibi çevresel alanlara yönelmektedir. Buna karşın gelişmekte olan ülkelerde imkanların yetersiz kalması ve en temel hizmetlerin sağlanmasında yaşanan eksikliklerin bir yansıması olarak, şirketler, toplumda yaygın olan kırılgan kitlelere ve sorun teşkil eden alanlara daha fazla öncelik vermektedirler. Bu projelerde, gönüllülük anlayışıyla özellikle hayırseverlik ve bağışçılık ön plana alınmaktadır. Söz konusu kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin toplum nezdinde kurumsal kimliğin ve markanın güçlenmesine katkıda bulunması da şirketleri görünürlüğü yüksek olan ve imaj güçlendirici toplumsal alanlara yönelmeye teşvik etmektedir.

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Alanı

İNGEV, incelenen bir yılda 746 adet KSS projesi tespit etmiştir. Buna göre, Türkiye’deki şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk temasıyla en fazla yöneldikleri alan, araştırma kapsamında değerlendirilen dönemde eğitim olmuştur. Eğitim alanını sırasıyla çevre, sosyal destek ve kültür-sanat alanları izlemektedir.

Grafik 1. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Alanları



İlk sırada gelen eğitim alanında faaliyetlerden yararlanan hedef kitleyi çocuklar, gençler, engelliler ve kadınlar oluşturmaktadır. En fazla kaynak aktarımı yapılan konular ise öğrencilerin eğitimi ve kişisel gelişimi amacıyla burs verilmesi, okulların yenilenmesi, atölye ve laboratuvar kurulması, fen ve matematik gibi alanlarda bilgi düzeyinin artırılması, toplumsal yaşam/kültür ve sanat/çevre/sürdürülebilir enerji gibi alt alanlardır. Engellilerle ilgili eğitim çalışmaları, kurumların kendi personeline yönelik farkındalık artırma ve engellilerin iş hayatında katılımını kolaylaştırıcı faaliyetler olarak sınıflandırılabilir. Kadınlarla ilgili eğitim çalışmaları ise hem kurum içi şirket kültüründe kadına yönelik sorunlar konusunda farkındalığın artırılması hem de kadınların meslek sahibi olması gibi kursları kapsamaktadır.

Çevre alanında ise toplumun genelini, çocukları ve hayvanları hedefleyen projeler yer almaktadır. Alt çalışma alanları orman ağaçlandırma, geri dönüşüm, çevreyle ilgili farkındalık artırıcı çalışmalar, hayvanları koruma, tarımın geliştirilmesi ve enerji verimliliği gibi konulardır.

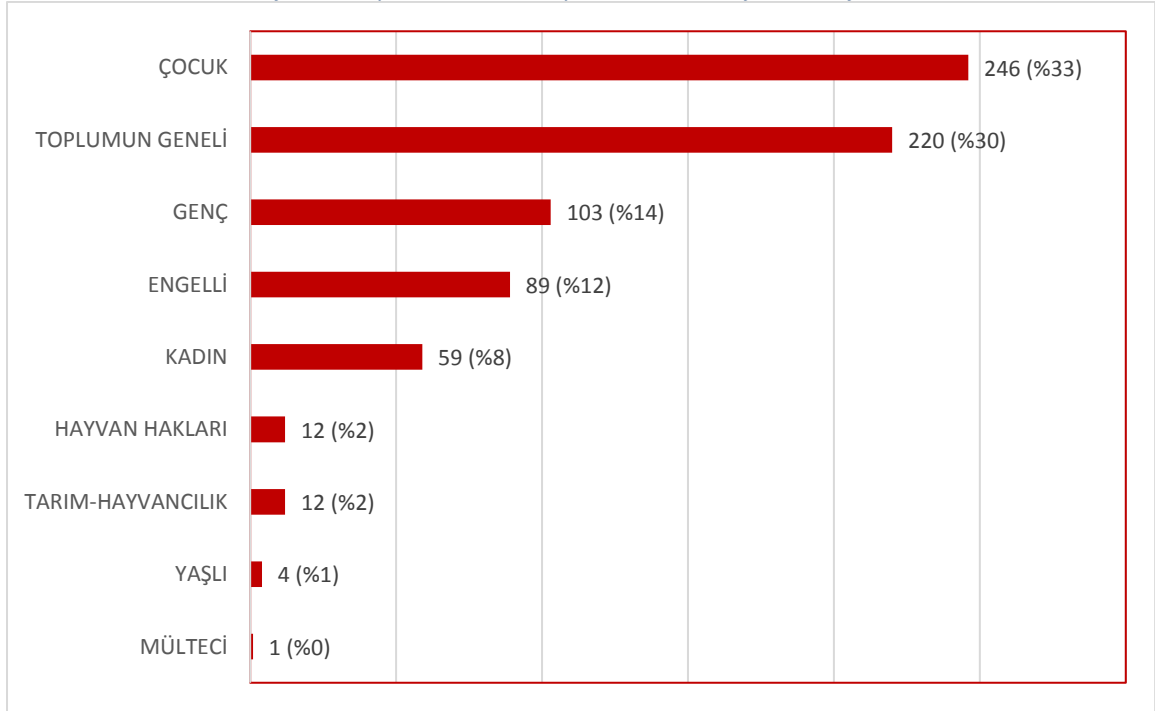
Sosyal destek alanında yaşlıların, çocukların, engellilerin, kadınların ve hayvanların sorunlarına eğilerek çözüm yollarına katkı sağlama amacı güdüldüğü görülmektedir. Huzurevi ziyaretleri, yardım kampanyaları organizasyonu, kırılğan gruplara yönelik kurslar düzenlenmesi gibi geniş bir alana yayılan faaliyetler sosyal destek kapsamında değerlendirilmiştir.

Kültür-sanat alanında çocukların müzik ve diğer sanatsal alanlara yönlendirilmesi, arkeolojik öneme sahip alanlarda ve turizme yönelik gelişim ve koruma gerektiren yerlerde yapılan faaliyetler, ücretsiz tiyatro/sinema ve konser gibi aktivitelere katılımın teşvik edilmesi gibi projeler ön plandadır.

2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinde Hedef Kitle

Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde şirketlerin, faaliyet alanından bağımsız olarak toplumda en hassas gruplar olarak görülen çocuklara yöneldiği görülmektedir. Hedef kitle sıralamasında ikinci sırada görülen toplumun geneli sınıflandırması ise tercih edilen alanın kitle ayırımı olmaksızın herkese yönelik olduğunu ifade etmektedir. Üçüncü ve dördüncü olarak ise sırasıyla gençler ve engelliler gelmektedir.

Grafik 2. Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Hedef Kitle



2.2.1. Çocuklara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

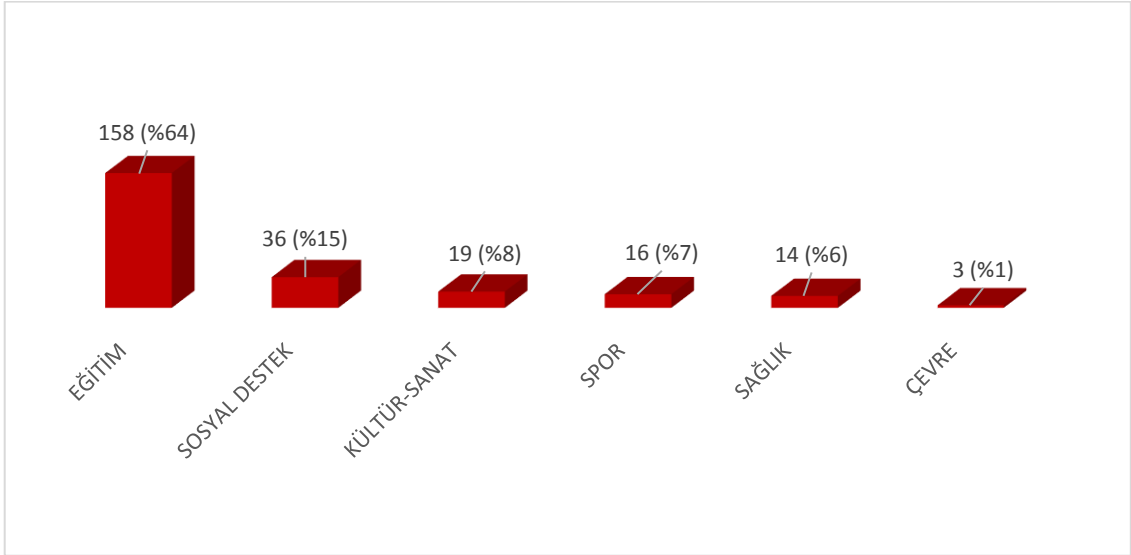
Hedef kitlenin çocuklar olarak seçildiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde en büyük payı sırasıyla eğitim, sosyal destek ve kültür sanat alanları almaktadır.

Çocuklara yönelik eğitim alanında okul yenileme, geri dönüşüm ve sürdürülebilir uygulamaların eğitiminin verilmesi, enerji verimliliği, laboratuvar/spor salonu/atölye gibi birimlerin kurulması, çocuk kütüphaneleri, matematik/fen ve mühendislik alanlarında toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına yönelik etkinlikler, akademik başarıyı artırmaya yönelik eğitimler, dezavantajlı çocukların adaptasyonu, sağlıklı beslenme, ebeveyn eğitimi, sanatsal eğitimler gibi alt alanlar yer almaktadır.

Çocuklara yönelik sosyal destek alanında park ve kreş yapımı, çocukların huzurevi ziyaret organizasyonları ve yardım toplama faaliyetleri ağırlıktadır.

Çocuklara yönelik kültür sanat alanında ise müzik eğitimi, dezavantajlı bölgelerde tiyatro gösterimi ve çocukların sinemaya götürülmesi gibi projeler ön plandadır.

Grafik 3. Türkiye'de Çocuklara Yönelik Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri



2.2.2. Engellilere Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

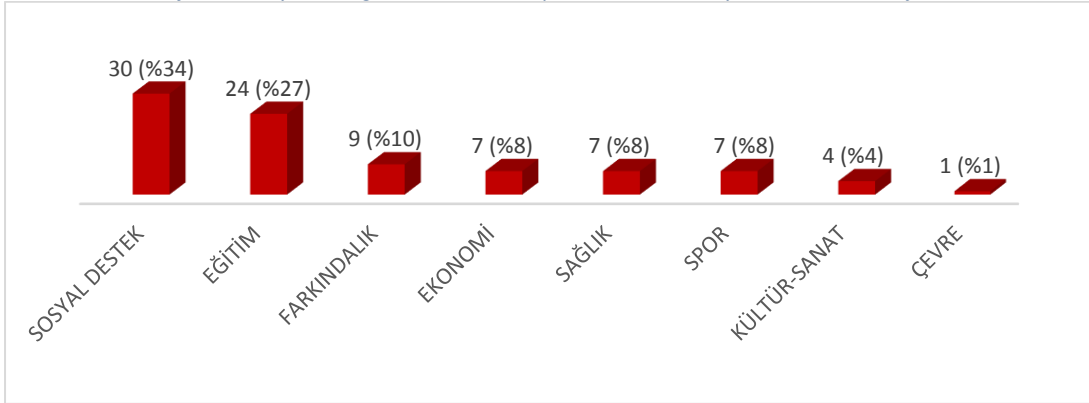
Hedef kitlenin engelliler olarak seçildiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde en büyük payı sırasıyla eğitim, sosyal destek ve kültür sanat alanları almaktadır.

Engellilere yönelik sosyal destek alanında yardım faaliyetlerinin organizasyonu, çalışanların ve öğrencilerin engellilik konusunda gönüllü çalışmalarının teşviki ve toplumsal hayata katılımları için acil ihtiyaçlarının karşılanması amaçlanmıştır.

Engellilere yönelik eğitim alanında kişisel gelişim, toplumsal yaşama katılımında karşılaşılan problemleri aşma, mesleki eğitim, engellilere yönelik teknolojik uygulamalar geliştirilmesi ve şirket çalışanlarının engelliler hakkında farkındalığının artırılması gibi projeler ağırlıktadır.

Engellilerle ilgili farkındalık alanında engelli ve yakınlarının bilgiye erişimini sağlayan / hayatlarını kolaylaştırıcı teknolojik yenilik ve destekler ön plandadır.

Grafik 4. Türkiye'de Engellilere Yönelik Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri



2.2.3. Gençlere Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

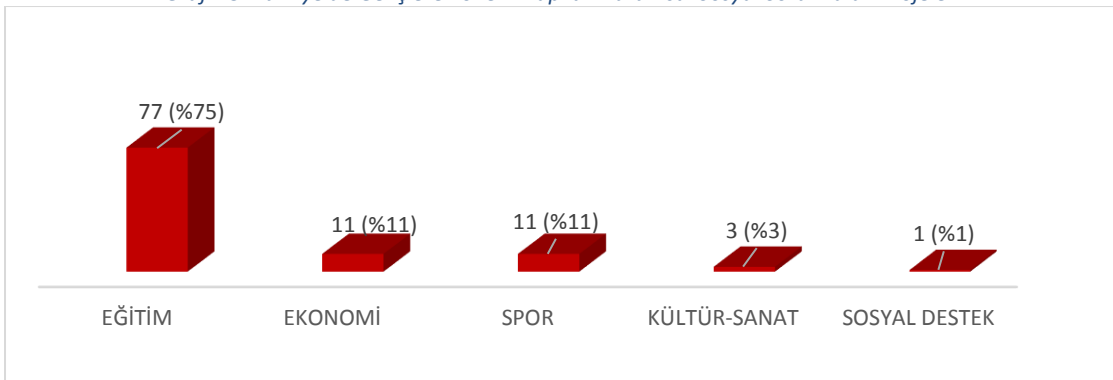
Hedef kitlenin gençler olarak seçildiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde en büyük payı sırasıyla eğitim, spor ve ekonomi alanları almaktadır.

Gençlere yönelik eğitim alanında büyük oranda lise ve üniversite düzeyinde meslek eğitimine hizmet eden okul ve teçhizat yenilenmesi, teknoloji ve fen alanlarına yönlendirme, burs verilmesi ve öğrenci yurdu yapılması gibi projeler yer almaktadır.

Gençlere yönelik olarak spor alanında spor salonlarının yapımı, spor kulüplerinin kurulması ve spor teçhizatlarının sağlanması ön plandadır.

Gençlere yönelik ekonomi alanında, istihdama yönelik iş planı yapılmasında ve girişimciliğe yönelik verilen destekler ağırlıklı projeler yapılmaktadır.

Grafik 5. Türkiye'de Gençlere Yönelik Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri



2.2.4. Toplumun Geneline Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

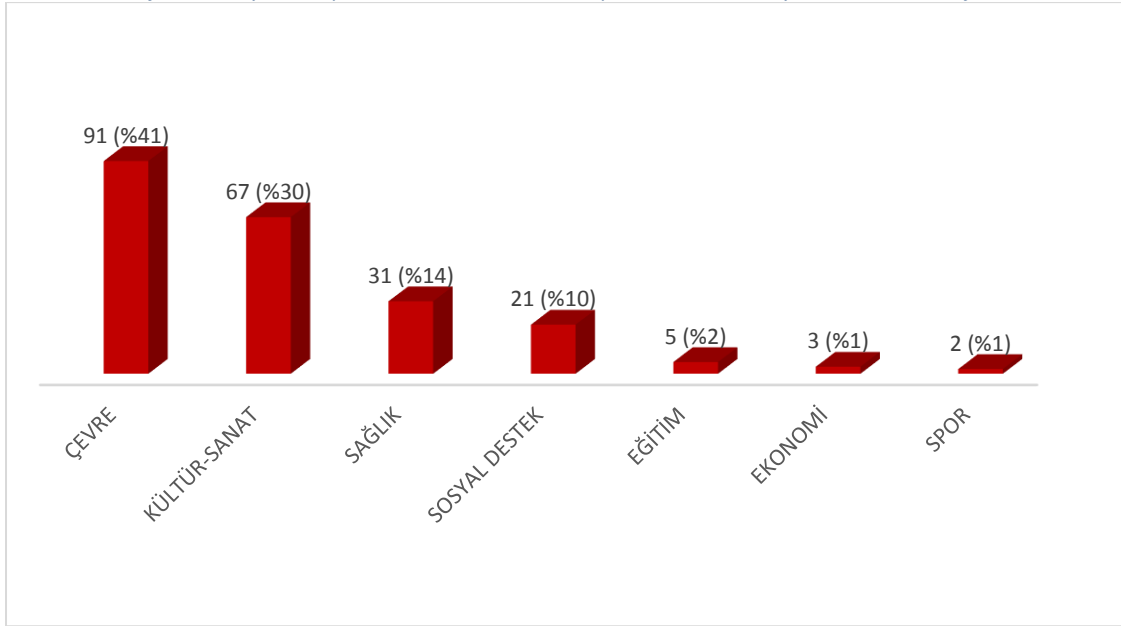
Hedef kitlenin toplumun geneli olarak seçildiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde en büyük payı sırasıyla çevre, kültür sanat ve sağlık alanları almaktadır.

Toplumun geneline yönelik çevre alanında yapılan projeler orman-ağaçlandırma, enerji verimliliği, geri dönüşüm, tarımın verimliliği, çevreye yönelik farkındalık artırıcı eğitimler ve çevrenin temizliği gibi faaliyetlerdir.

Toplumun geneline yönelik kültür-sanat alanında yapılan projelerde ağırlıklı olarak kültürel mirasın korunması, ülke turizmi açısından önemli bölgelerin gelişimine katkı sağlama ve restorasyon çalışmaları, tiyatro/sinema/konser/fotoğraf sanatı gibi alanların desteklenmesine yoğunlaşma vardır.

Toplumun geneline yönelik olarak sağlık alanında sağlık ocağı/poliklinik yapılması, tıbbi teçhizat ve malzeme temini, kan bağışi kampanyalarına katılım, hijyen/organ bağışi ve sağlık alanlarında farkındalık artırıcı projeler ön plandadır.

Grafik 6. Türkiye'de Toplumun Geneline Yönelik Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri



2.2.5. Kadınlara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

Hedef kitlenin kadın olarak seçildiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde en büyük payı sırasıyla ekonomi, eğitim, şiddet ve sağlık alanları almaktadır.

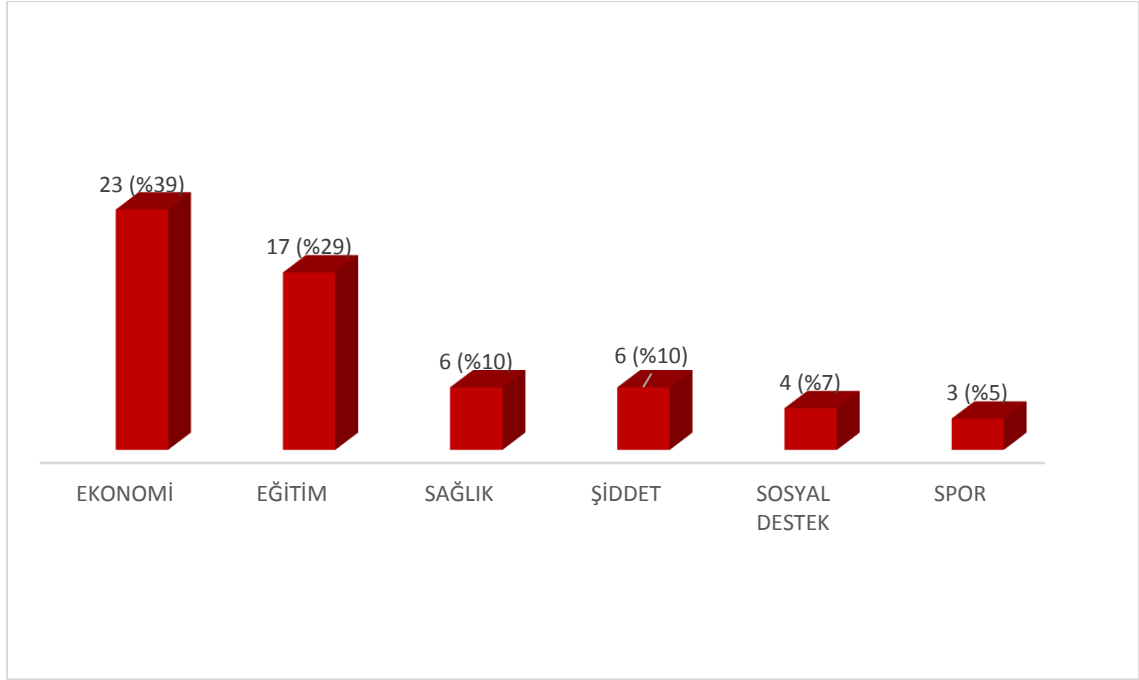
Kadınlara yönelik ekonomi alanında yapılan projeler istihdam artırıcı, gelir getirici ve meslek edindirici eğitimler, kadının güçlendirilmesine yönelik uluslararası prensiplerin kabulü, işyerinde kadın haklarının geliştirilmesi, geleneksel kültüre dayalı el emeğinin geliştirilmesi ve teknolojik gelişim gibi alt alanları kapsamaktadır.

Kadınlara yönelik eğitim alanında, kadına yönelik şiddet konusunda şirket içi kurumsal eğitimler, belli turizm merkezlerinde eski zanaatların eğitimleri, teknolojiye ve mühendisliğe ilgi artırıcı eğitimlerin verilmesi alt alanları dahildir.

Kadına yönelik sağlık alanında, doğuma yönelik eğitimler ile göğüs kanseri ve tarım işçisi kadınların sağlık sorunları konusunda farkındalık artırıcı projeler ön plandadır.

Kadınlara yönelik şiddet alanında, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve şiddetin önlenmesi konularında yürütülen iletişim ve sanata dayalı farkındalık artırıcı projeler söz konusudur.

Grafik 7. Türkiye'de Kadınlara Yönelik Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri



2.2.6. Tarım ve Hayvancılığa Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

Tarım ve hayvancılığa yönelik yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projeleri toplamda 12 adettir ve eşit oranda eğitim ve ekonomi alanlarında yoğunlaşmaktadır.

Tarım ve hayvancılığa yönelik eğitim alanında gerçekleşen 6 projede, çiftçilerin doğru tarım konusunda eğitimlerine yönelik uygulamalar ön plandadır.

Tarım ve hayvancılığa yönelik ekonomik alanda gerçekleşen diğer 6 projede ise teknolojik yeniliklerin ve doğaya duyarlı tarım projelerinin desteklendiği görülmektedir.

2.2.7. Hayvan Haklarına Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

Hayvan haklarına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk projeleri toplamda 12 adettir. Bu projelerden 10 tanesi (%83'ü) çevre ve kalan 2 tanesi (%17'si) sosyal destek alanlarına yoğunlaşmaktadır.

Hayvan haklarına yönelik çevre alanında yapılan 10 proje, nesli tükenmekte olan ve risk altındaki hayvanların korunmasına ve hayvanların beslenmesine yöneliktir.

Hayvan haklarına yönelik sosyal destek alanındaki 2 adet projeye kapsamında öğrenciler, yardım faaliyetleri düzenleyerek sahipsiz hayvan barınaklarını ziyaret etmişlerdir.

2.2.8. Yaşlılara ve Mültecilere Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Dağılımı

Yaşlılara yönelik sosyal destek alanındaki projeler toplamda 4 tanedir ve şirket çalışanlarının ve öğrencilerin huzurevi ziyaretlerini kapsamaktadır.

Mültecilere yönelik sadece 1 tane proje yapılmıştır ve söz konusu proje sosyal destek alanında gerçekleşmiştir. Söz konusu proje, Suriyeli mültecilerin adaptasyonlarının hızlanması ve hayatlarının iyileştirilmesi amacıyla şirketin teknoloji ve iletişim gücüyle destek olma kapasitesini artırmak amaçlıdır.

3-GENEL DEĞERLENDİRME

Türkiye'deki kurumsal sosyal sorumluluk alanına genel anlamda bakıldığında, okul yapımından burs dağıtımına kadar uzanan bir yelpazede ve gönüllülük vurgusunun ön plana alındığı projeler dikkat çekmektedir. Bu kapsamda şirketlerin, halkla ilişkilerinde ve reklam faaliyetlerinde vurguladıkları bir alan olarak kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını benimsedikleri görülmektedir. Yapılan projelerde sürdürülebilirliğin artırılması ve ölçülebilirlik bakımından toplumdaki hangi grupların ne tip projelerle uzun vadeli olarak katkı göreceği ve nesilden nesile aktarılabilen farkındalık oluşturu konuların dikkate alınması önemlidir. Ne var ki Türkiye'deki projelerin geneline bakıldığında bu alandaki çalışmaların kısıtlı kaldığı görülmektedir.

İNGEV olarak yaptığımız bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk teması ile yapılan projelerin büyük oranda çocuklara yönelik olduğu ve özellikle çocukların eğitimi alanına yöneldiği görülmüştür. İkinci sırada ise toplumun geneline yönelik konularda ise özellikle çevre alanındaki projeler öne çıkmaktadır. Üçüncü sırada ise gençlere yönelik eğitim alanındaki projeler gelmektedir.

Yeni Stratejik İlerleme Alanları:

Türkiye çapında yapmış olduğumuz çalışmamızda belirli konuları hedef alan projelerin diğerlerine göre çok daha az gündeme alındığı ve gelişme için önemli fırsat sundukları ortaya çıkmıştır. Eksik kalan bu alanlar da Türkiye'nin geleceği açısından önemle ele alınması gereken ve aciliyet arz eden konulardır:

1. **YAŞLI BAKIMI:** Yaşlılara yönelik projeler sayısı oldukça düşük ve huzurevi ziyaretleri ile sınırlı kalan projelerdir. Ancak özellikle nüfus içinde ileri yaşlı kesimin oranının gittikçe artması toplumda değişen ekonomik ve sosyal dengeleri beraberinde getirmektedir. Bulgularımız, bu alanda sürdürülebilir bir adım atılması gerektiğini göstermektedir.
2. **TARIM ve HAYVANLARIN KORUNMASI:** Ülkemizin en temel tarım ürünlerini ithal etmek zorunda kalması tarımda makineleşmenin, iyi tarım uygulamalarının ve bilinçlilik düzeyinin yetersizliğini; hayvanların korunmasına yönelik somut ve uzun vadeli yatırımların azlığı ise bu alanlardaki eksiklikleri göstermektedir.
3. **MÜLTECİLER:** Yaşanan toplumsal gerilimler ve ani ortaya çıkan gereksinimler bu konuda toplumsal sorumlulukları artırmaktadır.
4. **ÇEVRE & GERİ DÖNÜŞÜM:** Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri teması altında işletmeler, yasal ve ekonomik yükümlülükleri dışında toplumun ihtiyaçları için uzun vadede çözüm sağlayacak sürdürülebilir bir sorumluluk anlayışına bağlı olmalıdırlar. Türkiye'deki genel kurumsal sosyal sorumluluk projelerine bakıldığında ise şirketlerin ortaya çıkardığı ve ekosisteme zarar veren çıktıların telafi edilmesi amaçlı konuların oldukça geri planda kaldığı görülmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları, çevresel temalı projelerin dahi daha çok eğitim odaklı olduğunu göstermektedir. Oysa ki üretim süreçlerinde ve nihai ürünlerin tüketimi neticesinde ortaya çıkan atıkların yeniden dönüştürülebilmesi ve bizzat şirket tarafından ortaya çıkan zararın yok edilmesi gibi konuların şirketlerin en büyük sorumluluk alanı olması gerekir. Örneğin fabrikaların üretim sırasında toprağa, havaya ve denize saldıran atıklar üretim sırasında kontrol edilmesi gereken birincil derecedeki ilk sorumluluktur. Aynı şekilde teknolojinin hızla ilerlemesi neticesinde ortaya çıkan donanım atıkları (kullanım dışı bataryalar, cep telefonları) ile gıda ve temizlik maddelerinin ambalajları kullanım sonrası çevresel kirliliğin ana nedenleridir. Tüm bu çevresel zararların geleceğimizi risk altına alan yönü göz önünde tutulduğunda, şirketlerin acilen sorumluluk alanlarını bu konulara yönlentmeleri gerekmektedir.

Sürdürülebilirliğe Dayalı Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Sürdürülebilirlik kavramının temelleri, ekonomik ve insan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetlerin toplumsal ve çevresel etkilerini birbirinden ayırmaksızın uzun vadedeki sonuçların göz önünde tutulmasına dayanmaktadır. 2000 yılında hayata geçirilen Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (BM Global Compact), kazancı ve üretimi hedef alan ve aynı rekabet ortamı içindeki şirketler arasında ortak bir kalkınma ve sürdürülebilirlik anlayışının oluşması, evrensel değerlerin ve standartların ön plana alınması amacıyla hazırlanmıştır. Dünya çapında 10.000’den fazla şirketin gönüllü olarak imzaladığı Küresel İlkeler Sözleşmesi ile ekosisteme, çalışanlara, insan haklarına ve yolsuzlukla mücadeleyle yönelik temel dört ana ilke kabul edilmiştir. Milenyum Kalkınma Hedefleri ve Rio +20 Zirvesi’nin hedefleriyle uyumlu olarak 2015 yılında yapılan BM Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi’nde, 193 üyenin oy birliği ile yoksulluk ve açlığın önlenmesi, sağlık ve refah içinde yaşam, toplumsal cinsiyet ve dezavantajlı grupların eşitliği, eğitimde kalitenin artırılması, endüstri, inovasyon, üretim ve tüketim alanlarında sürdürülebilirlik, doğaya saygılı ekonomik büyüme, deniz altı ve toprak üstü yaşamın korunması, sürdürülebilir şehirler, iklim değişikliği, uygun ve temiz enerji kaynaklarının kullanımı, barış, adalet, hesap verebilen güçlü kurumlar ve hedeflere ulaşmada ortaklık gibi alanlarda 2030 yılını hedefleyen 17 adet genel amaç belirlenmiştir.

Gereğinden fazla kullanılan kısıtlı kaynakların canlıların ve gezegenin yaşam dengesini tehdit eder hale gelmesi nedeniyle, kurumsal sürdürülebilirlik çerçevesi altında doğal kaynakların minimum ve canlılara zarar vermeden kullanılması ve üretilen çıktıkların çevresel maliyetlerinin en aza indirilmesi çok önemli bir yer tutmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk da kurumsal sürdürülebilirliğin bir alt bileşeni olarak bu amaca hizmet etmelidir ve dolayısıyla sorumluluk adına sunulan hizmetlerin sürdürülebilir yönlerinin de değerlendirmelerde göz önüne alınması gerekmektedir. Tüm bu hizmetler ise şirketlerin içinde var olduğu siyasi yapı ve toplumun beklentileri ile uyumlu olarak ilerlemektedir.

Kârın Nasıl Bölüşüldüğü ya da Harcandığı Kadar Nasıl Elde Edildiği de Önemli

Bu araştırma kapsamında incelenen örnek kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde şirketlerin, gönüllülük faaliyetleri dahilinde, toplum içinde özellikle dönemsel olarak dikkat çeken kırılgan ve ihtiyaç sahibi kesimlerin yararı gözetilerek yeni projeler ürettiği görülmektedir. Ancak bağışçılık, filantropi ve sponsorluk gibi faaliyetlerin kapsayıcı bir kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile karıştırılmaması gerekir. Her ne kadar söz konusu faaliyetler toplumsal ihtiyaçların karşılanması amacıyla güdüyorsa da aynı zamanda amaca yönelik pazarlama, markanın güçlendirilmesi ve firmanın itibarının artırılması gibi stratejiler de ön plandadır.

Kapsayıcı bir kurumsal sosyal sorumluluk perspektifinden yapılan değerlendirmeler, şirketlerin tüm faaliyet alanlarını içeren ve üretilen ürünün kullanımı dolayısıyla çevreye verilecek zararın da yok edilmesini içermelidir. Çalışanların iş koşullarının, üretim sürecinin, tedarikçi zincirinin ve üretim sonrası geri dönüştürülebilir nitelikte ürünlerin piyasaya sunulmasının kurumsal sosyal sorumluluk olarak görülmesiyle, “İyi toplum için iyi iş yapma” prensibi ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye’de yapılan kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki projelerin, doğrudan firma faaliyetlerinin ekosisteme ürettiği maliyetleri ve zararı telafi edici nitelikte olmayı incelemesi gerekmektedir. Şirketlerin kârlarının bir kısmını hayırseverlik ve bağışçılık faaliyetlerine aktarmasından daha öteye geçmeleri gerekmektedir ve burada kârın nasıl bölüşüldüğü ya da harcandığı kadar bu kârın nasıl elde edildiği de önem kazanır.